UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

UNIDAD DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN AGROECOLOGÍA TROPICAL ANDINA

Tesis previa a la obtención del título de: MAGISTER EN AGROECOLOGIA TROPICAL ANDINA

TEMA:

LA RED PRE ASOCIACIÓN DE PRODUCTORAS AGROPECUARIAS AYORA-CAYAMBE (AGROPACA): VÍNCULOS SOCIALES, ECONÓMICOS Y ECOLÓGICOS QUE SE TEJEN EN SU INTERIOR

AUTORA:

CHICAIZA VALENZUELA PATRICIA VERÓNICA

DIRECTORA:

MTRA. ALEXANDRA MARTÍNEZ FLORES

QUITO, Abril 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE GRADO

Yo, Chicaiza Valenzuela Patricia Verónica, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Atentamente,

_____

Patricia Verónica Chicaiza Valenzuela
C.C. 171162636-4

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, la dedico a mis hijos: *Andrea, Josué y César*, por ser la razón de mis días.

AGRADECIMIENTO

Al finalizar este trabajo, quiero expresar mi eterno agradecimiento a la Maestra Alexandra Martínez, por su apoyo y guía durante el desarrollo de esta investigación y elaboración del documento final.

A las socias de la Pre Asociación AGROPACA, por su tiempo y testimonios valiosos sin los cuales no hubiese sido posible desarrollar este trabajo.

Agradezco a mi familia, por su apoyo permanente y por el ánimo brindado, para que este trabajo concluya.

A mi amiga Martha Guerra, porque más que amiga ha sido como una hermana, gracias por todo el apoyo y por compartir muchas experiencias maravillosas, durante todo el tiempo que nos conocemos.

Índice

Resumen 10
Summary 11
Introducción 12
Antecedentes 12
Marco teórico 16
La agroecología. 16
Soberanía alimentaria. 19
Empoderamiento de las mujeres. 20
La redes de alimentos y comercialización alternativa 22
Metodología 25
Capítulo 1 27
La producción agroecológica en la AGROPACA 27
1.1 Ubicación, tamaño y conformación de las fincas 27
Tamaño de las fincas 28
Tenencia de la tierra y tipos de suelos 29
Biodiversidad de las fincas. 30
Las mujeres las principales productoras: división de trabajo en la finca. 31
1.2 Producción en las fincas 32
Qué producen las mujeres de AGROPACA. 35
Productos usados para mejorar el rendimiento, y control de plagas y enfermedades. 38
Destino de la producción agrícola 40
1.3 El procesamiento de alimentos y la percepción sobre la rentabilidad de su trabajo 42
Procesamiento de alimentos. 42
Rentabilidad 43
Capítulo 2 45
Surgimiento, conformación de AGROPACA y empoderamiento de las mujeres 45
2.1 Conformación de AGROPACA: apoyos y organización 45
Organización y actividades. 47
Promoción de la igualdad de oportunidades. 49
2.2 Organización actual 54
Actividades actuales de AGROPACA. 58

2.3 Importancia de AGROPACA para sus socias 64
Importancia económica, autonomía y relaciones afectivas. 64
Importancia para el empoderamiento de las mujeres. 66
Disminución de las miembras de AGROPACA 67
Empoderamiento y extensión de las redes 69
Capítulo3 75
La comercialización de los alimentos: relaciones y espacios que cubren las mujeres durante esta actividad 75
3.1 Feria de Ayora: la primera experiencia 75
Un día miércoles en la feria 78
¿Para qué ir a la feria? Participación e importancia de la feria. 85
Fijación de los precios. 87
Los y las clientes en la feria de Ayora. 90
Problemas en la comercialización. 92
3.2 La feria en Cayambe 94
Un día de feria con CONMUJER. 95
Productos que se ofertan y precios. 97
Problemas en la feria de CONMUJER. 99
Los clientes en la feria CONMUJER 100
Relaciones de los compradores- consumidores - Caseras 101
Las relaciones entre las socias participantes de la feria. 102
3.3 Las canastas agroecológicas 103
Planificación y elaboración de las canastas. 104
Conclusiones 107
5.1 Recapitulación 107
5.2 Principales hallazgos 109
Bibliografía 114
Anexos 122

Índice de tablas

Tabla 1: Áreas destinadas a los cultivos de acuerdo al tamaño de las UPAs 38
Tabla 2: Cultivos y destino de la producción en la AGROPACA..... 40
Tabla 3: Especies de animales que se encuentran en la finca y destino 41
Tabla 4: Grupos que formaron la Agrupación de Productores Agropecuarios de Ayora y Cayambe 47
Tabla 5: Grupos que forman la Agrupación de Productores Agropecuarios de Ayora y Cayambe 56
Tabla 6: Vínculos que mantienen las mujeres de AGROPACA y espacios..... 71
Tabla 7: Comidas ofrecidas en la feria de Ayora 81
Tabla 8: Artesanías que se venden en la feria de Ayora..... 83

Índice de figuras

Figura 1. Mapa Político del Cantón Cayambe 28
Figura 2. Semillero realizado por una productora 35
Figura 3. Cultivo de rábano 36
Figura 4. Mujer sembrado maíz 37
Figura 5. Composta elaborada en la finca de una mujer 39
Figura 6. Directiva Central 2015 - 2016 55
Figura 7. Grupos que conforman la AGROPACA y su relación con las organizaciones de la RESSAK 63
Figura 8. Participación de las representantes de AGROPACA en la reunión de la RESSAK 64
Figura 9. Vínculos que mantiene Laura 72
Figura 10. Vínculos que mantiene Rosa 73
Figura 11. Vínculos que mantiene Nelly 74
Figura 12. Ubicación de las productoras-vendedoras en la feria de Ayora 79
Figura 13. Mujeres del grupo artesanal tejiendo mientras participan en la feria de Ayora 84
Figura 14. Retiro de las productoras-vendedoras de la feria de Ayora a sus domicilios 85
Figura 15. Variación de precios de los productos 88
Figura 16. Adultos mayores que participan en la feria 90
Figura 17. Preferencia de productos por parte de los consumidores en la feria de Ayora 92
Figura 18. Plaza Dominical, donde se realiza la feria en Cayambe 96
Figura 19. Oferta de productos en la feria de Cayambe 97
Figura 20. Preferencia de productos por parte de los consumidores en la feria de Cayambe 98
Figura 21. Ayudando al compañero a vender y a cobrar 103
Figura 22. Recepción de productos, por parte de una socia de AGROPACA para las canastas agroecológicas 106

Tabla de abreviaturas

AGROPACA – Pre Asociación de Productores Agropecuarios de Ayora y Cayambe.

AVSF – Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras.

CAMARI – Sistema Solidario de Comercialización.

CONAM – Consejo Nacional de Modernización.

CREA – Centro de Reconversión del Austro.

CTB - Cooperación Técnica Belga.

DGES – Dirección de Gestión de Economía Solidaria.

GADPP – Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha.

GMC – Gobierno Municipal de Cayambe.

MAGAP – Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.

MESSE – Movimiento de Economía Social y Solidaria del Ecuador.

ONG – Organización No Gubernamental.

PPD - Programa de Pequeñas Donaciones.

PDRN – Programa de Desarrollo Rural del norte de Ecuador.

RESSAK - Red de Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria del Territorio Kayambi.

SEPS – Superintendencia de Economía Popular y Solidaria.

UPA – Unidad de Producción Agropecuaria

Resumen

El presente trabajo de investigación describe el trabajo de producción, procesamiento y comercialización de alimentos y el proceso de empoderamiento de mujeres campesinas dedicadas a la producción agroecológica.

El problema del que se ocupa esta tesis es la escasa reflexión que existe en Ecuador, sobre los vínculos entre agroecología, empoderamiento de las mujeres y redes de alimentos. Esta ceguera conceptual, que no es exclusiva de Ecuador, tiene repercusión en la valoración del trabajo de las mujeres dentro de la familia pero sobre todo su impacto en las políticas de estado. Teniendo en cuenta este problema la pregunta que se plantea en esta investigación es ¿Cómo el trabajo en la "Pre asociación de productoras agropecuarias de Ayora y Cayambe" influye en el empoderamiento de las mujeres de (AGROPACA)? En consecuencia, el objetivo general de esta disertación es explicar el trabajo de la Pre asociación AGROPACA como productoras agroecologicas, los procesos de empoderamiento de sus miembras y los vínculos creados durante este trabajo.

La investigación es de carácter cualitativo. Consiste en un estudio de caso de la pre asociación AGROPACA. En consecuencia, el universo de estudio fueron siete grupos de AGROPACA conformados por cincuenta y nueve familias. A través de métodos como: observación participante, entrevistas semiestructuradas, entrevistas a profundidad con actores clave como dirigentes, técnicos, coordinadoras de grupos, productoras y consumidores.

Esta tesis concluye que la Pre asociación AGROPACA trabaja como una red de alimentos agroecológica donde las productoras, gracias a la generación de vínculos (ambientales, sociales y económicos), han logrado empoderarse.

Palabras claves: agroecología, redes de alimentos, empoderamiento de las mujeres.

Summary

This research describes the food production, processing, marketing and process of empowerment of rural women that are part of AGROPACA, a pre-association, dedicated to agroecological production.

This thesis deals with the problem of limited reflection, in Ecuador, on the links between agroecology, empowerment of women and food networks. This conceptual blindness, which is not unique to Ecuador, has an effect on the valuation of women´s work within the family and, especially, their impact on state policies. Given this problem, the question posed in this research is: How does the work in the "Pre-Association of producers and Cayambe Ayora" (AGROPACA) has influenced the empowerment of women (AGROPACA)? Consequently, the main objective of this dissertation is to explain the work of the Association AGROPACA as agroecological producers, the empowerment processes of their members and the links created during this work.

The research is qualitative. It consists of a case study of AGROPACA association. The study group was AGROPACA constructed for five groups and made up of thirty-two families. Through methods such as participant observation, semi-structured interviews, in-depth interviews with key informants such as managers, technicians, coordinators of groups, producers and consumers.

This thesis concludes that the AGROPACA Association, and their members, works as an agroecological food network where, thanks to the generation of (environmental, social and economic) ties, women have got empowerment.

Keywords: agroecology, women empowerment, food networks.

Introducción

La agricultura campesina de subsistencia familiar en la sierra ecuatoriana (Vaillant, Cepeda, Gondard, Zapata, & Meunier, 2007) es liderada generalmente por mujeres, quienes también abarcan el espacio de la comercialización de sus productos. Esta tesis, a partir de un trabajo etnográfico con la Pre Asociación de Productoras Agropecuarias de Ayora y Cayambe (AGROPACA), muestra la contribución de las mujeres al cambio del tipo de agricultura (de agricultura moderna a agroecología) y cómo esta transformación ayudó a su empoderamiento.

Antecedentes

La Pre asociación AGROPACA, se constituyó en septiembre de 2001, y desde el año 2013, se encuentran gestionando su personería jurídica en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). La asociación nació con el objetivo de velar por el fortalecimiento organizativo de los grupos de mujeres a través de la capacitación, recuperación de su autoestima, y mejoramiento de las condiciones de vida. Para lograr este objetivo ha desarrollado actividades productivas que generan ingresos económicos y ha coordinado la producción y comercialización de los productos agropecuarios generados por los grupos de mujeres.

Actualmente son miembros de la asociación cincuenta y nueve familias agrupadas en siete grupos: Santo Domingo N°.1, Santo Domingo N°.2, Los Laureles, Juan Montalvo, Pakarina, Pesillo y Artesanal Ayora; la participación de las mujeres en la pre asociación es mayoritaria pues representan el 93%; el rango de edad se encuentra comprendido desde los 24 años hasta los 82 años.

La línea prioritaria de AGROPACA ha sido la implementación de huertos familiares. En estos espacios se producen una variedad de hortalizas y frutas (col, acelga, remolacha, coliflor, brócoli, lechuga, cebolla larga, cebolla paiteña, apio, cilantro, perejil, mora, tomate de árbol, babaco, entre otros); además se crían animales menores (cuyes, gallinas ponedoras, pollos, cerdos, ovejas). La producción de los huertos se destina principalmente a la alimentación de la familia y los excedentes los destinan a la venta en las ferias.

La comercialización de los productos ha tomado, con los años, mayor relevancia y actualmente existen dos modalidades de comercialización: 1) Los días miércoles, en las afueras de las instalaciones de la pre asociación en Ayora y el día domingo en la plaza dominical en Cayambe; allí las mujeres de la pre asociación ofrecen sus productos directamente al consumidor. 2) La otra alternativa es la entrega mensual de los productos agrícolas para las canastas agroecológicas a funcionarios del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP); aquí los alimentos se entregan a través de la Red de Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria del Territorio Kayambi (RESSAK) de la cual forman parte.

AGROPACA, durante su trayectoria, ha recibido apoyo de Organizaciones no Gubernamentales y de algunas instituciones del estado. La Corporación de Apoyo Técnico a las organizaciones populares – CORATEC, que apoyó al fortalecimiento de los grupos de mujeres; al desarrollo técnico agropecuario; a la comercialización e impulsó el crédito para dar sostenibilidad a proyectos productivos. También HEIFER-Ecuador, en el año 2007, brindó el soporte para el desarrollo del proyecto de Fortalecimiento de las actividades productivas y comercialización de las mujeres del sector nor-oriente de la parroquia de Ayora (Endara, 2008). De manera indirecta, la Cooperación Técnica Belga, a través del Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador (PDRN), respaldó a la Red de Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria del Territorio Kayambi (RESSAK), de la cual forman parte AGROPACA desde 2008.

El Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), apoya a la pre asociación desde el año 2013 a través del programa Canastas Agroecológicas. Este programa empezó en el año 2011 con el fin de gestionar e impulsar estrategias para la comercialización de alimentos provenientes de organizaciones campesinas y propiciar acercamientos entre productores y consumidores.

En la investigación realizada por Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras se mostró que los campesinos productores de alimentos tropiezan con serios problemas y limitaciones referentes a la producción y comercialización y también que los consumidores urbanos y rurales enfrentan dificultades en el abastecimiento de alimentos

en la cantidad y calidad adecuadas (MAGAP, 2012, pág. 7). Con este diagnóstico, entre los años 2004 y 2005 surgen las ferias campesinas con el apoyo de algunas ONG y de organismos del estado como MAGAP y CREA. Durante el gobierno de Rafael Correa, el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP) promovió las llamadas "ferias ciudadanas" como "mecanismo para mejorar los precios de venta de los pequeños productores y luchar contra la inflación de los precios de los alimentos" (MAGAP, 2012, pág. 22) y en el marco de la soberanía alimentaria, uno de los ejes de Plan del Buen Vivir.

Cayambe, debido a la presencia de las plantaciones de flores, se ha convertido en un símbolo de la agricultura moderna donde las familias agricultoras han debilitado su capacidad para producir de manera autónoma sin depender de los mercados. Contradictoriamente es en este contexto donde surgen alternativas de producción y comercialización de alimentos que han estado lideradas por mujeres campesinas.

El problema del que se ocupa esta tesis es la escasa reflexión que existe en Ecuador, sobre los vínculos entre agroecología, empoderamiento de las mujeres y soberanía alimentaria. Esta ceguera conceptual, que no es exclusiva de Ecuador, (García & Soler, 2010) tiene repercusión en la valoración del trabajo de las mujeres dentro de la familia pero sobre todo su impacto en las políticas de estado.

La pregunta que oriento esta investigación fue: ¿Cómo el trabajo en la "Pre asociación de productoras agropecuarias de Ayora y Cayambe" influye en el empoderamiento de las mujeres de (AGROPACA)?

Se planteó como hipótesis que la Pre asociación AGROPACA trabaja como una red de alimentos agroecológica donde las productoras-comercializadoras y los consumidores generan vínculos, de distinta naturaleza, que contribuyen al empoderamiento de las socias.

Para esclarecer esta duda se planteó como objetivo general de la investigación: explicar el trabajo de la Pre asociación AGROPACA como productoras agroecologicas, los procesos de empoderamiento de sus miembras y los vínculos creados durante este trabajo.

Los objetivos específicos fueron:

- Explicar el funcionamiento de las fincas y el rol que han cumplido las mujeres en la transformación de la agricultura moderna en agroecológica.

- Mostrar las relaciones de este grupo y su conformación como una red alimentaria de mujeres.

- Determinar las nuevas relaciones y espacios a los que han accedido las mujeres y cómo esto ayuda a su empoderamiento.

Esta tesis está organizada en tres capítulos. En el primer capítulo se explica el rol que han cumplido las mujeres en transformar su producción desde la agricultura moderna en agroecológica. Allí se evidencia los vínculos entre producción agroecológica y género, demostrando que esta transformación ha sido el resultado de las mujeres organizadas de AGROPACA.

En el segundo capítulo se explica la trayectoria de este grupo y su conformación como una red alimentaria de mujeres. Al involucrarse en el trabajo de producción, procesamiento y consumo de alimentos, gracias a los apoyos recibidos principalmente de las ONG de desarrollo, lograron crear y fortalecer un elemento central las redes de alimentos.

El tercer capítulo expone de qué manera las nuevas relaciones y espacios a los que han accedido las mujeres han contribuido al empoderamiento para el desarrollo de sus habilidades y capacidades.

Marco teórico

En esta parte el objetivo es explicar los principales conceptos que ayudaron a construir la hipótesis. Se usó a los conceptos como una "caja de herramientas" es decir como instrumentos que permiten explicar la realidad (Foucault, 1985).

La agroecología.

Las formas de producción asentadas sobre las bases de la revolución verde han llevado a una crisis de la agricultura que es ecológica, socioeconómica (Rosset, 1997) y cultural. Una ciencia agrícola que se orientó a maximizar la producción sobre la base de la mecanización, las variedades mejoradas y el uso de insumos químicos han puesto en peligro la vida humana y el equilibrio de los ciclos naturales; la dependencia de insumos externos socaba la estabilidad socioeconómica (Rosset, 1997) especialmente de los sistemas productivos tradicionales; además este sistema de producción se asienta sobre una idea de ciencia universal que margina los sistemas de conocimientos y prácticas tradicionales de los pueblos originarios y presiona a las familias campesinas a buscar alternativas que garanticen su supervivencia.

La búsqueda de alternativas sostenibles de producción, ha permitido el desarrollo de la agroecología como una estrategia de vida que no se limita solamente a los recursos naturales sino también toma en cuenta el sentido psíquico y cultural (Högger, 2011). La agroecología al articular métodos y técnicas de las ciencias naturales, con aquellos de las ciencias sociales, y con otras formas de conocimiento que han probado históricamente su sustentabilidad permite la coproducción de conocimientos y la definición de objetivos societales (Sevilla & Rist, 2013).

El papel de la agroecología sería "reducir la dependencia de los campesinos de las fuerzas externas y fortalecer los débiles factores estabilizadores que protegen a los rurales pobres de cambios perjudiciales inherentes a su medio social" (Norgaard & Sikor, 1999, pág. 44)

Desde una perspectiva multidisciplinaria, la agroecología se desarrolla en tres campos: ecológico y técnico agronómico; socioeconómico y cultural y; sociopolítico. A nivel ecológico la agroecología "propone una nueva aproximación entre la Agronomía y la Ecología, de modo que podamos entender mejor el funcionamiento de los *agro-eco-sistemas* y rediseñarlos en consonancia con las funciones ecológicas horizontales y verticales que puedan ser potenciadas a partir de las características de cada bioma y *agro-eco-sistema*" (Sevilla & Ottman, 2004, pág. 8).

> La agroecología entrega las pautas para un manejo cuidadoso de los agroecosistemas sin provocar daño innecesario o irreparable. Simultáneamente con el esfuerzo por combatir a las plagas, enfermedades o deficiencias del suelo, el agroecólogo lucha por devolver al agroecosistema su elasticidad y fuerza. Si la causa de las enfermedades, plagas, degradación del suelo, etc. se atribuye a un desequilibrio, entonces la meta del tratamiento agroecológico será de recobrar el equilibrio (Altieri, 1999: ii).

En agroecología la diversificación es la técnica que permite la restauración y resiliencia de los ecosistemas. Los policultivos, las rotaciones, agrosilvicultura, uso de semillas nativas y de razas locales de ganado, permiten la estructuración de sistemas complejos que aseguran el equilibrio (Atieri & Toledo , 2010).

En el campo socioeconómico y cultural, la agroecología impulsa la autonomía a través del uso de los recursos locales, y no pretende modificar los sistemas tradicionales, sino optimizarlos (Altieri, 1999). Este principio redunda en una menor dependencia de insumos y capital externo. Así también el énfasis en la consolidación de circuitos cortos de mercado y una relación más cercana con los consumidores ayuda a reducir los costos energéticos por traslado de los alimentos (Caporal, 2013).

En cuanto al tema de conocimientos "en Agroecología, conocimiento científico y saber popular tienen el mismo valor, ninguno es superior al otro. Ambos son importantes,

aunque hayan sido construidos por metodologías distintas y, muchas veces, para alcanzar objetivos diferenciados" (Caporal, 2013, pág. 8).

En el campo sociopolítico, la agroecología fortalece los procesos participativos, porque solo de esa forma puede funcionar (Altieri, 2013, pág. 3) acoge formas diferenciadas de relaciones sociales, de organización y lucha por derechos (Caporal, 2013, págs. 6-7).

Así pues, la agroecología apuesta por un enfoque que articula las dimensiones productivo ecológicas; socioeconómicas y culturales; y sociopolíticas respecto a la situación actual del campo (León T. , 2009), devolviendo la capacidad de agencialidad que requiere la producción y comercialización de la agricultura campesina. En este mismo sentido, Altieri sostiene que la agroecología pretende una:

> Producción estable y eficiente de recursos productivos, b) Seguridad y autosuficiencia alimentaria, c) Uso de prácticas agroecológicas o tradicionales de manejo, d) Presencia de la cultura local y de la pequeña propiedad, e) Asistencia de los más pobres a través de un proceso de autogestión, f) Un alto nivel de participación de la comunidad en decidir la dirección de su propio desarrollo agrícola, g) Conservación y regeneración de los recursos naturales (Altieri, 2009, pág. 77).

La participación y los procesos organizativos que se anclan en la agroecología pretenden defender y reconstruir comunidades, no se trata sólo de una lucha por la tierra (Rosset & Martínez-Torres, 2013). La multidimensionalidad de la agroecología le ha permitido constituirse en la base productiva de la denominada soberanía alimentaria, concepto nacido de las luchas reivindicativas de las organizaciones de pequeños productores del mundo.

Soberanía alimentaria.

La soberanía alimentaria es un concepto político propuesto por el movimiento La Vía Campesina en 1996, que se ha desarrollado a lo largo del tiempo y se ha fortalecido con el aporte de organizaciones alrededor del mundo. La soberanía alimentaria es:

> El derecho de los pueblos a alimentos nutritivos y culturalmente adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica, y su derecho a decidir su propio sistema alimentario y productivo. Esto pone a aquellos que producen, distribuyen y consumen alimentos en el corazón de los sistemas y políticas alimentarias, por encima de las exigencias de los mercados y de las empresas (La Vía Campesina, 2007).

El concepto de soberanía alimentaria, es una contrapropuesta a la conceptualización de seguridad alimentaria, que desde la revolución verde, plantea un abastecimiento de alimentos a nivel cuantitativo, sin cuestionar quién, cuándo, cómo y dónde se produce.
La soberanía alimentaria, coincide con los principios agroecológicos fortaleciendo principalmente aquellos relacionados con la búsqueda de autonomía, enfatizando la importancia de la producción local y adecuada, para dar cumplimiento al derecho a la alimentación. Además apuntala procesos participativos para la selección de las políticas agrícolas y alimentarias, en función de reconocer el derecho de los campesinos a producir alimentos y a recibir un precio justo, así como el derecho de los consumidores a escoger sus alimentos con precios accesibles (Heinisch, 2013, pág. 11).

De esta manera, se pueden ir reconociendo los puntos de encuentro que existen entre la propuesta agroecológica y las prácticas hacía la soberanía alimentaria elementos claves como la distribución de los recursos productivos; acceso seguro y permanente de alimentos sanos, suficientes y nutritivos; y reconocimiento de formas de organización de la producción y de las economías comunitarias, forman parte de este encuentro. La soberanía alimentaria se consolida como parte fundamental del discurso y la práctica agroecológica (Daza & Valverde, 2014).

Empoderamiento de las mujeres.

La soberanía alimentaria se plantea como una alternativa para solventar los problemas alimentarios y como una ética de vida, una manera de ver el mundo y de construirlo sobre bases de justicia e igualdad (León I. , 2007). Igualdad que también se traslada al ámbito del género y propone que "queden atrás los prejuicios sexistas y que esta nueva visión del mundo incluya a las mujeres y las reivindique" (Senra en León, 2007 en León I., 2007), ya que las "mujeres producen entre 60% y 80% de los alimentos en los países pobres y la mitad de la producción mundial de alimentos" (La Vía Campesina, s/f).

Las campesinas asocian la justicia de género con la soberanía alimentaria, pues esta es concebida como una ética para el desarrollo y no como un simple vehículo para la alimentación (León I. , 2007).

Según las mujeres de La Vía Campesina identifican la soberanía alimentaria como la lucha por la igualdad entre los sexos y manifiestan:

> ……. ya no queremos soportar la opresión de las sociedades tradicionales, ni de las sociedades modernas, ni del mercado. Nos aferramos a esta oportunidad de dejar detrás de nosotras todos los prejuicios sexistas y avanzar hacia una nueva visión del mundo, construida sobre los principios de respeto, de igualdad, de justicia, de solidaridad, de paz y de libertad (La Vía Campesina, 2007a).

Desde una perspectiva más teórica la especialización de la mujer en la actividad agrícola genera diferenciación en el conocimiento, pues "(…) quien más conoce o sabe es aquella persona que más cercanía tiene con dicha actividad, por lo tanto el saber también está distribuido al interior del hogar" (Soto A, et al, s/f: 4, citado en: Huenchuan, 2005: 62). Al igual que en el hogar, la organización del trabajo por géneros se reproduce en ámbitos comunitarios y a escalas más amplias de la sociedad.

La división sexual del trabajo es un fenómeno que refiere a la inserción diferenciada de hombres y mujeres en las labores que se desarrollan en los espacios de reproducción y producción. Durante las últimas décadas el trabajo de las mujeres en la agricultura ha sido un fenómeno más visible, aunque el tipo y grado han variado según regiones y particularidades culturales (Lastarria-Cornhiel, 2008, pág. 5). Se habla de feminización de la agricultura como "(...) la creciente participación de las mujeres en la fuerza laboral agrícola, ya sea como productoras independientes, como trabajadoras familiares no remuneradas o como asalariadas" (Lastarria-Cornhiel, 2008, pág. 5). En este proceso la mujer va asumiendo, además del cuidado de la casa y de la crianza de los hijos, labores relacionadas con la economía local comunitaria que adquiere valor para la economía regional y nacional. Los cambios estarán "determinados, en parte, por su capacidad de controlar, utilizar y disponer de recursos económicos y del fruto de dichos recursos" (Moore, 2009, pág. 107) (Vásquez, Tuñón, & Ramfis, 2002).

El empodeamiento desde un enfoque de capacidades contempla aspectos materiales y de "capacidades, sensaciones y emociones de la gente; es decir, incorporan lo subjetivo y lo que no se ve, pero que está presente y determina las formas de distribución y las relaciones entre los miembros del grupo doméstico" (Vásquez, Tuñón, & Ramfis, 2002, pág. 87). El reconocimiento de las desigualdades es fundamental para analizar y comprender la realidad de las mujeres y de los elementos que influyen en la toma de decisiones (Nasar en Vásquez, Tuñón, & Ramfis, 2002).

El empoderamiento tiene la intención de impulsar cambios en la cultura, en particular en los imaginarios sociales sobre la relación de la mujer en el poder (León M. , 1997); el uso de la palabra empoderamiento, tiene diferentes sentidos, según el ámbito y la disciplina que la emplee, sin embargo "el rasgo importante del término es el contener la palabra poder, llamando la atención sobre las relaciones de poder o del poder como relación social" (León M. , 1997).

Las relaciones de poder pueden significar dominación, pero también desafío, y este se plantea en el caso de las mujeres, desde el ámbito doméstico al espacio colectivo. Por lo que se plantea que las mujeres "adquieran la posiblidad de ejercer poder, no en el

sentido de dominación, sino de redistribución de relaciones sociales", esto permitiría que las mujeres se valoren y ganen control sobre los recursos y finalmente se logre la equidad de géneros (Vásquez, Tuñón, & Ramfis, 2002).

La redes de alimentos y comercialización alternativa

Desde el espacio de relacionamiento entre agroecología y soberanía alimentaria, vale la pena destacar el marco institucional en Ecuador, que a partir de la constitución del 2008, incorpora la agroecología y la soberanía alimentaria como ejes centrales en las estrategias de desarrollo y en la política agraria. La Ley Orgánica de Soberanía Alimentaria, genera el marco legislativo institucional para la elaboración y ejecución de políticas públicas encaminadas a fortalecer la agricultura familiar, redistribuir los recursos productivos e impulsar escenarios para la circulación de la producción. Bajo este contexto, se hace evidente lo que señala (Hidalgo, 2013), al hacer énfasis en que la relevancia de la soberanía alimentaria en el marco institucional ecuatoriano, radica en que, por un lado, articula la demanda y el ejercicio de un derecho constitucional, a la par, que se constituye en un elemento fundamental –por lo menos desde el marco normativo- para el régimen de desarrollo y el impulso de procesos productivos a niveles locales.

Lo planteado por Hidalgo (2013), en cuanto a la soberanía alimentaria como articulación de un régimen de derechos y un régimen de desarrollo, implica varios desafíos, entre los que el autor rescata, la necesidad de mejorar las relaciones de coordinación entre "organizaciones sociales de derechos civiles" y organizaciones de productores directos; la articulación en la relación entre productores y consumidores; y la generación de nuevos circuitos de comercialización que acerquen al campo y la ciudad.

> … colocar en un orden prioritario los temas y demandas que tienen referencia a la comercialización, a los mercados, como un eje para consolidar los esfuerzos productivos; y, a la par, demandar los roles concretos del Estado para afirmar caminos

> de apoyo a la agricultura campesina: compras públicas con normativas que faciliten (y no compliquen) las adquisiciones a los pequeños productores y sus organizaciones, ferias públicas que apoyen el acercamiento entre productores y consumidores, para limitar el avance oligopólico de las grandes cadenas de supermercados (Hidalgo, 2013, pág. 42).

Lacroix e Hidalgo (2013), hacen énfasis en el papel que desempeñan los pequeños y medianos productores ecuatorianos en la provisión de alimentos que se consumen en el país, fundamentalmente en la producción de leche fresca, arroz, maíz suave, papa, hortalizas, ganado porcino y fréjol. De igual manera, destacan que la consolidación de oligopolios en la cadena de supermercados, conectadas a grandes agroindustrias productivas, excluye a los pequeños productores de estos circuitos de mercado, bajo imposición de condiciones de pago, formas de participación y niveles de endeudamiento para la producción, que dichos agricultores no logran solventar.

Los autores también señalan, el rol que continúa ejerciendo los esquemas de intermediación en la comercialización campesina:

> La venta de la producción de campesinos y agricultores familiares a los intermediarios es alta alcanzando entre el 80 y 85%; mientras que entre el 10 y 15% de las unidades de producción se destinan a la venta directa al consumidor final; la venta a la agroindustria va entre 2 y 4 %, y la exportación directa beneficia al 2 % de los productores (Lacroix & Hidalgo, 2013, pág. 9).

Los circuitos cortos de comercialización o lo que se llama en esta tesis *redes de alimentos* son una apuesta por *territorializar* los procesos de circulación de la producción agrícola, la consolidación de espacios locales descentralizados que posibiliten la recuperación del vínculo social entre productores (pueden ser directamente el productor o personas delegadas, en el caso de que se trate de asociaciones) y consumidores. En la literatura del norte (Norteamericana y Europea) sobre agricultura y alimentación a estas redes se las conoce con el nombre de “alternative food

networks" (AFN). Estas redes que en castellano se denominan "redes alternativas agroalimentarias" se caracterizan por su capacidad para organizar flujos de alimentos con personas a través de postulados éticos como son obtener mejores alimentos a mejores precios. Además, estas redes se caracterizan por su capacidad para reconstruir o construir la interacción entre consumidores y productores a través de un buen producto alimenticio (Maye, 2010, págs. 383-384)

De acuerdo con (FAAN, 2007-2013) entre las características más importantes de las redes se cuentan: a) cooperación social o asociación entre los productores, entre los consumidores, y entre estos dos grupos, potencialmente vinculan localidades distantes; b)dinero como intermediario para tales relaciones inmediatas entre productores-consumidores; c)independencia económica de los productores del sistema agroindustrial, como base para los métodos de producción que puede ser más benigno en los sentidos sociales, económicas y / o ambientales; e)ciudadanía activa que valoriza los productos alimenticios y la producción como un compromiso ético-político; f)el bien público, por ejemplo, la justicia social o la solidaridad entre los productores y consumidores, g) la mejora del medio ambiente a través de métodos alternativos de producción; h) el desarrollo regional a través de los beneficios económicos locales, patrimonio local, etc.; i) identidades socio-territoriales basadas en esos objetivos; y por lo tanto alimentos incrustados en la confianza, la comunidad, las relaciones próximas y la producción basada en el lugar.

Por un lado, son eficientes energéticamente, en el sentido de que rompen con la extensa cadena transporte que implican los mercados centralizados; a su vez, permiten el establecimiento de precios justos, donde la remuneración sea más enfocada al trabajo y al esfuerzo, y no tanto al capital.

En este estudio se resalta las ferias agroecológicas y el sistema de canastas, las mismas que se constituyen en espacios que permiten relaciones justas y solidarias entre productores y consumidores en las que las dos partes tienen control sobre los precios y la forma de producir (AVSF, 2012). La dimensión cultural de las ferias se ve nutrida por la diversidad de la participación de diferentes grupos y comunidades que encuentran en las ferias un espacio para el diálogo, el trueque de la producción de diferentes pisos

ecológicos, el intercambio, semillas, arte y sobre todo promueven un espacio de aprendizaje práctico a través del intercambio de experiencias y conocimientos, provocando innovación a nivel de prácticas productivas y comerciales (Murillo, 2011).

Estos espacios se basan en "los principios y mecanismos fundamentales de ética, reciprocidad, solidaridad, intercambio y respeto a la naturaleza, buscando dar respuesta al desafío de la soberanía alimentaria a nivel de las familias campesinas de las comunidades y de los territorios" (AVSF, 2012).

A nivel del país, la red de ferias agroecológicas, canastas comunitarias, ferias ciudadanas, compras públicas, tiendas campesinas, trueque, cambeo y otras formas de intercambio solidario, son expresiones de consumidores y agricultores organizados que buscan proponer alternativas de cambio a una forma de alimentación más saludable (Campaña Nacional por el consumo responsable, 2012). Estas redes comparten necesidades comunes como son los espacios de comercialización y han logrado generar relaciones de confianza entre productores/as y consumidores/as a través del fomento de precio y peso justos. Las ferias solidarias, "además de los bienes y servicios, circulan saberes, culturas, experiencias y por ende son espacios de inter aprendizaje, ya que fomenta el rescate de los saberes tradicionales para mejorar la producción y el consumo" (MESSE, 2012).

Metodología

Para la investigación se realizó el levantamiento de información cualitativa a través de: a) observación participante; b) entrevistas semiestructuradas; c) entrevistas a profundidad con actores claves a nivel de dirigentes, técnicos, coordinadoras de grupos, productoras y consumidores.

La observación participante tuvo por objetivo conocer las formas de relación que las mujeres tienen en sus fincas con la producción y las plantas; también sirvió para descubrir las formas de relación entre las productoras, con los consumidores; y finalmente permitió entender las formas de organización en la feria y durante el desarrollo de la misma (Guber, 2004).

El trabajo de recolección de información mediante entrevistas semiestructuradas implica que la investigadora prepare una batería de preguntas generales que son recreadas en el momento de la interacción con los entrevistados. Las entrevistas a profundidad fueron conversaciones largas (grabadas) y realizadas en varias ocasiones con la misma persona. Como instrumentos de apoyo para la recolección de información se utilizó los formatos de encuestas, el diario de apuntes, grabadora y cámara fotográfica.

El universo de estudio fueron siete grupos de AGROPACA conformados por cincuenta y nueve familias. A partir de tomar como informantes calificadas a las dirigentes de cada grupo, fueron ellas quiénes escogieron dos familias de su grupo[1] para el estudio etnográfico. Las entrevistas semiestructuradas fueron realizadas a once productoras[2]; una dirigente, una técnica y quince consumidores.

[1] Las excepciones fueron: el grupo "Flor de col" conformado por seis personas donde únicamente participa una y por tanto no se tomó en cuenta. Y el grupo de artesanías, donde menos de la mitad se dedican a la agropecuaria; en este caso se entrevistó a una persona.

[2] Muchas productoras entrevistadas eran también parte de la directiva (vicepresidentas, secretarias, ex dirigentas) de cada grupo.

Capítulo 1

La producción agroecológica en la AGROPACA

El objetivo de este capítulo es estudiar el funcionamiento de las fincas y el rol que han cumplido las mujeres en transformar su producción en agroecológica. La antropóloga Henrietta Moore ha mostrado que en el mundo entero las mujeres se ocupan de tareas productivas dentro y fuera del hogar; estas labores corresponden al trabajo agrícola, comercio en pequeña escala, trabajo doméstico y trabajo asalariado (Moore, Antropoligía y Feminismo, 2009, pág. 59).

En este capítulo se argumenta que la transformación de la agricultura moderna en agricultura agroecológica, destinada en un inicio a la subsistencia y luego al pequeño comercio, ha sido fruto del trabajo de las mujeres organizadas de AGROPACA. Para esto, en la primera parte se describe la ubicación, tamaño y conformación de las fincas; en la segunda se analiza la división de trabajo al interior de las fincas y en la tercera; se examina las prácticas agroecológicas (qué producen y cómo producen) y en la última parte se da cuenta de la importancia que tiene esto para las mujeres y la asociación.

1.1 Ubicación, tamaño y conformación de las fincas

Las unidades productivas agropecuarias, se encuentran ubicadas en el Cantón Cayambe, dentro de las parroquias rurales de Ayora, Olmedo y las parroquias urbanas de Cayambe, y Juan Montalvo. A una altura comprendida entre los 2 600 m.s.n.m. a 5 780 m.s.n.m. Donde se distinguen cinco pisos climáticos: bosque húmedo Montano-Bajo, bosque muy húmedo - Montano, páramo pluvial - Subalpino, bosque Alpino y piso Nival. La temperatura en los valles fluctúa entre los 12° y 24° C y en las zonas altas entre los 3^{o} y 6^{o}, con variaciones importantes. La pluviosidad varía desde los 1520 mm en el sector de Cajas a 771mm en el sector de Pesillo (GMC-CONAM, 2006, pág. 4).

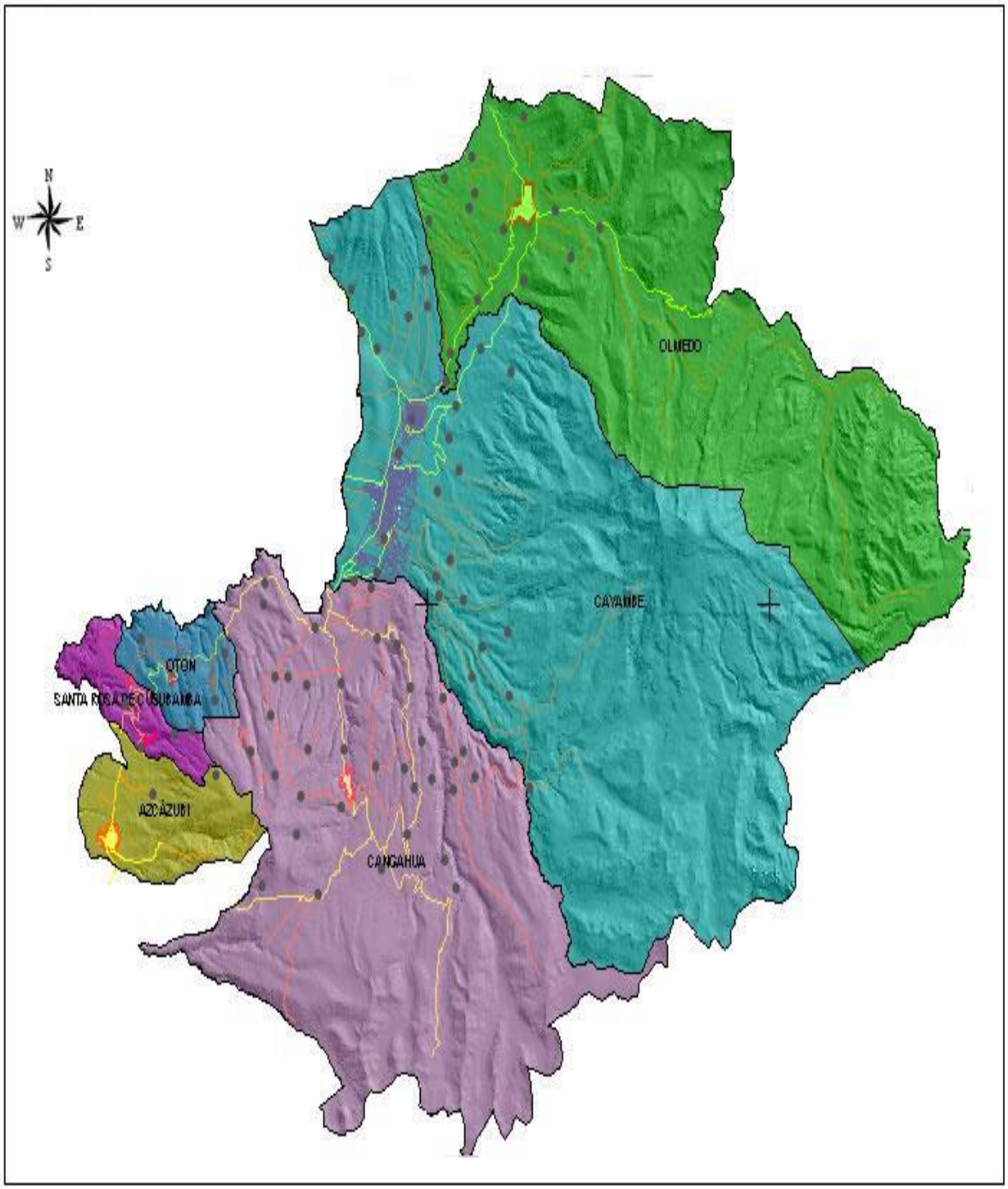

Figura 1. Mapa Político del Cantón Cayambe

Fuente: Gobierno Municipal de Cayambe (2010)

Tamaño de las fincas

Según la investigación, la producción agroecológica de las mujeres de AGROPACA se realiza en granjas que van desde los 0,02 ha hasta las 9,92 ha, de las cuales dedican desde los 30m^2 hasta 1 200 m^2 al cultivo de hortalizas y frutales. El resto de la

superficie se comparte entre el área de vivienda, cultivos tradicionales como: cebada, arveja, maíz, cultivos nativos, árboles forestales, cercas vivas, e instalaciones para animales menores y mayores, pero la mayor superficie se destina para pastos.

La tendencia al cultivo de pastos en las zonas de estudio como en las comunidades de Paquiestancia, Santo Domingo Nº1, Santo Domingo Nº2, de la Parroquia Ayora, fue evidente ya que en estas zonas la mayor actividad productiva es la ganadería, por lo que la superficie destinada para la agricultura es menor, esto se corrobora con los datos del III Censo Nacional Agropecuario (2001), donde Cayambe con 82 788 hectáreas (ha), de las cuales 41 459 están destinadas a la producción agropecuaria, y de éstas 22 823 ha se encuentran entre pastos naturales y cultivados lo que indica una clara tendencia hacia la producción ganadera.

Seis fincas estudiadas de AGROPACA tienen una superficie máxima de 1ha; tres tienen una superficie que va desde una hectárea hasta las cinco hectáreas. Dos sobrepasan las cinco hectáreas: la una tiene 6 hectáreas y la otra 9,92 hectáreas.

Tenencia de la tierra y tipos de suelos.

A partir de la información obtenida de las personas entrevistadas, la tenencia de la tierra se da en diversas modalidades, propia con superficies entre 200m² a 6 ha; prestado llegan a tener hasta 3 ha y arrendado 500 m². Los terrenos que han sido comprados dentro del matrimonio está a nombre de la esposa y del esposo, y los terrenos que han recibido por herencia son de la esposa o del esposo.

Según la información obtenida en la investigación, los suelos destinados a la agroecología son suelos cultivables. Se trata de terrenos planos, que tienen acceso al riego. En el caso de aquellas fincas que se encuentran en los centros poblados de Juan Montalvo y Ayora éstas utilizan el agua para el consumo humano. También hay terrenos ubicados en laderas con un 15% a 20% de pendiente y están destinados al cultivo de tubérculos y pastos; los suelos que presentan materia orgánica en mayor presencia son los destinados al cultivo de hortalizas. En los terrenos que presentan pendiente realizan la siembra aplicando la técnica de curvas a nivel para la conservación del suelo. En los cultivos de cebada, papas, maíz, se aplican abonos verdes (cultivo de

avena y vicia que se incorpora al suelo, para mejorar la fertilidad del suelo) antes de realizar el cultivo.

Biodiversidad de las fincas.

En los huertos agroecológicos es evidente la gran biodiversidad de sus granjas; así se pudo constatar que siembran hortalizas: rábano, lechuga, brócoli, cebolla, nabo chino, zanahoria, col, remolacha, coliflor, apio, cilantro, perejil entre otras. Hay cultivos de maíz, papas, melloco, quinua; también encontramos hierbas medicinales: menta, toronjil, orégano, cedrón, manzanilla, borraja, junto con flores ornamentales. No se excluyen en este sistema a los árboles y arbustos para uso forestal y frutales. Así se pudo encontrar: aliso, pino, capulí, tomate de árbol, cereza silvestre, uvilla, taxo, granadilla, mora.

Otro de los componentes importantes en el sistema de las fincas son los animales menores como cuyes, gallinas, cerdos, ovejas y mayores como ganado vacuno. En una granja de 300m^2 se evidenció aproximadamente 45 especies vegetales y 2 especies de animales menores.

En el año 2007, HEIFER-Ecuador apoyó a la CORATEC en el desarrollo del proyecto "Fortalecimiento de las actividades productivas y de comercialización de las mujeres del sector Nor-oriente de la parroquia Ayora" en el cual una de las propuestas que contempló este proyecto fue la introducción de nuevos componentes de producción agroecológicas en las granjas existentes como: instalación y reactivación de cuyeras, instalación de sistemas de riego, entrega de semillas nativas andinas (oca, melloco, mashua, zanahoria blanca), instalación de pequeños invernaderos para la producción de tomate riñón, pimiento y pepinillo, implementación de colmenas para la producción de miel, la realización de *talleres de capacitación sobre producción agroeclógica.* Posteriormente en el año 2012 las mujeres de AGROPACA que participan en la RESSAK, fueron beneficiarias de los proyectos para el Fortalecimiento de la producción agroecológica y para el Fortalecimiento de la Comercialización, que fueron financiados por la Cooperación Técnica Belga a través del Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador (PDRN), las actividades que se desarrollaron durante la

ejecución de proyecto para el fortalecimiento de la producción fueron: talleres de capacitación en agroecología, preparación y dotación de bioinsumos, y la donación de un monocultor.

Las mujeres las principales productoras: división de trabajo en la finca.

Desde los años de 1980, el cantón Cayambe se convirtió en una zona con alta presencia de plantaciones florícolas, demandantes de gran cantidad de mano de obra y esto ha significado que sobre las mujeres campesinas ha recaído el trabajo agrícola. Esta es la razón por la cual el trabajo en las fincas afiliadas a AGROPACA es realizado especialmente por las mujeres y en algunos de los casos por los miembros de su familia. En esta parte se explica la división de trabajo dentro de las fincas y la distribución de trabajo por género y edad.

Del total de 11 productoras entrevistadas, uno es hombre y las 10 son mujeres. De éstas mujeres ocho son casadas; una es soltera y una es viuda. Sus edades están comprendidas entre 24 y 70 años. El número promedio de miembros que conforman el núcleo familiar es cinco. En algunos casos se trata de familias extensas es decir en la misma residencia viven las hijas/os casados con sus respectivos esposos/as e hijos, nueras.

Las once fincas producen hortalizas, seis fincas, destinan la producción sólo para autoconsumo, ya que 3 de estás se dedican: a la crianza de pollos de engorde para carne o de cuyes, y dedican más tiempo a esta actividad y las otras tres por no contar con mano de obra o por no tener una extensión más grande de terreno.

Tanto en las encuestas como en la observación fue posible constatar que quienes participan en las labores que se realizan en la unidad productiva son todos miembros de la familia. Sin embargo, las mujeres son quienes llevan la responsabilidad y las que más tiempo dedican a las labores agropecuarias; sus esposos y los hijos se dedican de acuerdo al tiempo disponible que tengan pues la mayoría de ellos tienen su trabajo fuera de la finca y los hijos son pequeños o jóvenes que se encuentran estudiando o trabajando.

Cinco de los esposos trabajan en lugares cercanos a la zona de estudio, otro trabaja fuera del cantón y dos trabajan en sus fincas. Los esposos, se encuentran entre las edades comprendidas desde los 32 a 82 años de edad.

Las actividades a los que los hombres se dedican son: chofer, contratista, albañil, investigador, negocio propio, el tiempo promedio que dedican a estas actividades es de 9 h/d. El productor entrevistado tiene veintiséis años de edad, es empleado privado en una finca de la zona, trabaja 8 h/d. En el caso de la productora viuda el hijo trabaja en una plantación florícola y contribuye con los gastos de la familia, tiene 20 años.

El tiempo que las mujeres dedican a las actividades en lo reproductivo (hogar y relaciones familiares) y productivo es de aproximadamente 15,5 horas diarias, lo que indica la sobrecarga de trabajo que las mujeres de AGROPACA tienen, en el Anexo 6, se puede observar la distribución de trabajo por género y edad de los integrantes de las familias. Los esposos en ninguno de los casos dedican tiempo a las actividades del hogar, pues estas tareas son exclusivamente de las esposas, pues ellas son las responsables de la estabilidad de la familia. Según las mujeres, el jefe de familia es el esposo.

1.2 Producción en las fincas

Como se dijo en el punto anterior, las mujeres miembras de AGROPACA son las encargadas de la producción agrícola. De acuerdo a su entrenamiento en agroecología, ellas dan prioridad a la preparación del suelo pues de este depende para obtener una buena producción. La primera actividad que se realiza es la remoción del suelo, que en las fincas donde se destinan pequeñas superficies de cultivos se realiza de forma manual. Actualmente las mujeres utilizan el motocultor[3] que recibieron del proyecto del

[3]Monocultor o tractor de un solo eje es un vehículo especial autopropulsado de un eje, dirigible por manceras por un conductor que marche a pie. Utilizado para la labor superficial del suelo. Principalmente se utiliza para labrar pequeñas superficies en la horticultura y la jardinería.

Programa de Desarrollo Rural del Norte del Ecuador (PDRN[4]). Este equipo fue solicitado al proyecto debido a la falta de mano de obra que existe en las zonas. Para las fincas donde las superficies de cultivos son más extensas se renta un tractor, según manifiesta la persona entrevistada incluso en Paquiestancia hay un centro de mecanización agrícola que presta este servicio a los socios. El manejo de esta máquina lo realiza un hombre contratado. Para acceder a este servicio las mujeres ponen una cuota que cubre los gastos de combustible, mantenimiento y pago a la persona que maneja esta máquina. La utilización se planifica de acuerdo a la zona geográfica donde están ubicadas las fincas, para que de esta manera se optimice el trabajo de la persona y de la máquina; la movilización de la máquina está a cargo de las personas que requieren del servicio.

La siguiente actividad es la incorporación de abonos al suelo. Para las mujeres de AGROPACA, el suelo es la parte fundamental en sus unidades productivas agroecológicas, pues de este depende que se tenga una buena producción. A continuación se cita algunas de las expresiones de las personas entrevistadas que dan cuenta sobre la importancia que tiene el suelo para la buena marcha de los cultivos:

> *Si el suelo está bien nutrido no se necesita poner nada, yo sólo aplico compost, cascarilla de arroz los desperdicios de las cosechas, estiércol de los animales y lo dejo descansar por un tiempo después de cada cosecha, y roto los cultivos en las parcelas...* (Entrevista a DCD01, 2014)

> *Del suelo depende todo, para que salga buena la producción, si ponemos químicos le estamos quemando, es como nosotros, es un ser con vida, si está pobre debemos poner bocashi, el suelo necesita cuidado* (Entrevista a NCHP01, 2014).

> *Que si no fuera por el suelo no tendría donde sembrar, para nosotros el suelo es como un marido para nosotros porque de eso vivimos, sino tuviéramos tierras*

[4] PDRN, es el programa de desarrollo rural del norte del Ecuador, que mediante un convenio entre el Gobierno del Reino de Bélgica con el Gobierno del Ecuador, han asignado recursos que son administrados por la Cooperación Técnica Belga. Apoyan iniciativas locales que tienen potencialidad de generar empleo, mejorar los ingresos y reducir la pobreza del sector rural, para lo cual se unen esfuerzos entre los Gobiernos Seccionales Autónomos.

> *¿dónde sembráramos?, ¿dónde tendríamos animales?, al suelo debemos cuidarle como el agua mismo* (Entrevista a RG07, 2014).

> *Es una madre tierra, que nos da de comer, que produce, que nos da de comer a los animales y a nosotros* (Entrevista a MCAP06, 2014).

La decisión de qué cultivos sembrar depende de la superficie y es una decisión de la mujer responsable de la finca. Los cultivos que menor extensión necesitan son las hortalizas. En cambio en aquellos cultivos como la cebada, la quinua, las papas, arveja, que necesitan más terreno, la decisión en algunos casos es acordada entre ellas y sus esposos.

En algunos de los casos los esposos deciden que sembrar y el manejo que ellos van a dar al cultivo como es el caso de los pastos, donde se utiliza fertilizantes.

Las semillas de hortalizas dependen de la provisión del mercado internacional a través de las diferentes casas comerciales de agroquímicos e importadoras de semillas, pues Ecuador no produce semillas. En la zona de influencia los pequeños productores acuden a Cayambe y adquieren estos bienes en almacenes vinculados a las principales empresas de importación de semillas y agroquímicos. En Cayambe se encuentran: Campo Fértil, Chagra Sisa, La Hacienda, Ecuaquímica, Agripac, etc.

Las semillas para los cultivos tradicionales como: maíz, papas, fréjol, chochos, habas, son propias, pues cuando realizan las cosechas van seleccionando el mejor producto para obtener las semillas, otra forma de obtener semillas es a través del intercambio entre compañeras o cuando participan en ferias de semillas que se realizan en el sector o en otras zonas donde ellas participan.

La presencia del cultivo de flores, ha impulsado la proliferación de casas comerciales de agroquímicos algunas de las cuales ofrecen también insumos para la producción orgánica, sin embargo las personas que fueron entrevistadas mantienen que no se utilizan otros insumos que no sean semillas de hortalizas. Otras personas hacen mención a semillas donadas por las instituciones de apoyo.

Algunas de las personas manifiestan que obtienen semilla de cilantro y col de sus propios cultivos.

En cuanto a la adquisición de plántulas, según las personas entrevistadas y lo observado, hay productoras que realizan sus propios semilleros, como se puede observar en la Figura 1. Otras compran las plántulas a las compañeras, y una de las entrevistadas manifestó que compra las plántulas a la casa comercial Pilvicsa ubicada en Checa porque ella ha tenido malas experiencias con las semillas de mala calidad; ella está consciente que de una buena semilla se obtiene una buena plántula y por ende un buen prodcto.

Figura 2. Semillero Realizado por una Productora

Qué producen las mujeres de AGROPACA.

La producción es diversificada e incluye la producción agrícola y pecuaria (animales mayores y menores). En cuanto a la producción agrícola, para el presente estudio, debido a la gran variedad de productos que se cultivan, se va a clasificar en cuatro grupos; se debe indicar que los frutales van a ser considerados dentro del primer grupo, debido a que estos se encuentran dispersos en el huerto.

Primer grupo - hortalizas – hierbas medicinales y frutales

Hoy las hortalizas complementan la dieta de la familia y dentro de este grupo encontramos las siguientes hortalizas: coliflor, col morada, cebolla larga, arveja, habas, nabo chino, papa nabo, apio, brócoli, remolacha, cilantro, rábano, lechugas, cebolla paiteña, acelga, zanahoria, zuquini, col, apio, cilantro, perejil; dentro de las hierbas medicinales tenemos: menta, manzanilla, orégano, toronjil; y los frutales: tomate de árbol, cereza silvestre, limón, mandarina, mora, granadilla, mora silvestre, uvilla, capulí, babaco, guaba, claudia, manzana, aguacate entre otros. En la Figura 2, se puede observar el cultivo del rábano.

Figura 3. Cultivo de Rábano

Segundo grupo - Cultivos tradicionales

Para los productores es importante la producción de cultivos tradicionales porque de estos se basa la alimentación de la familia, dentro de este grupo encontramos: la cebada, maíz, fréjol, papas, habas, arveja. En la fotografía 3, se puede observar a una mujer sembrando maíz.

Según la persona entrevistada, manifiesta que en una misma parcela tiene sembrado maíz con fréjol, zambo y zapallo, **práctica ancestral**, que muestra una forma alternativa de cultivo en la que plantas compañeras suplen necesidades entre sí, como es

la provisión de nitrógeno gracias al cultivo de fréjol, y el cubrimiento del suelo con las cucurbitáceas.

Figura 4. Mujer Sembrado Maíz

Tercer grupo-Cultivos nativos

Los cultivos nativos también forman parte de la dieta de la familia y los que se cultivan en las granjas son: zanahoria blanca, jícama, chocho, quinua, oca, melloco, mashua.

Cuarto grupo-Pastos

Dentro de este grupo vamos a encontrar las siguientes especies vegetales: pasto azul, trébol blanco, llantén forrajero, avena, alfalfa, pasto pichincha, ryegrass, bisón.

En la Tabla 1, observamos las áreas que se destinan a estos grupos de cultivos en relación al tamaño de las UPA´s.

Tabla 1:

Áreas Destinadas a los Cultivos de Acuerdo al Tamaño de las UPAs

Tamaño de UPA´s /m²	Cultivo de: hortalizas-frutales/m²	Cultivos tradicionales/m²	Cultivos nativos/m²	Cultivo pastos/m²
0-10 000	30 - 400	30 - 1250	10 -400	24 -7 500
10 000 -50 000	200-500	1 600 - 5 000	900 - 2 000	10 000 - 45 000
50 000 -100 000	500 - 1 200	3 000 - 16 500	200 - 3 500	55 000 - 78 200

En esta tabla es importante evidenciar que los principales cultivos que se encuentran en las granjas sin considerar el pasto, son los cultivos tradicionales a los cuales se destinan mayores superficies, luego los cultivos nativos también con áreas representativas en relación al tamaño de las UPA´s, y para el cultivo de las hortalizas se destinan menor extensión de área; esto se corrobora con los datos que obtuvo el Gobierno Provincial de Pichincha, en la investigación que realizó a las productoras de la RESSAK acerca de los principales cultivos que se encuentran en las parcelas cuyos datos fueron los siguientes: la cebada que representa el 20,45 % de la superficie dedicada a los cultivos, le sigue la papa con el 18,48 %, el maíz con 16,80 %, trigo 14,87 %, el 12,99% de leguminosas (habas, arveja, fréjol y chochos), el 7,34% cultivos nativos (melloco, quinua, ocas, otros), la avena con 6%, y para hortalizas se destina un 3,07% (GADPP-DGES, 2014).

Referente al cultivo de pastos en la Tabla 1, se evidencia que se destinan áreas más extensas al cultivo de los pastos, pues como se mencionó anteriormente la principal actividad productiva en esta zona está relacionada con la producción de la leche, por lo que las superficies destinadas a la producción agrícola son reducidas.

Productos usados para mejorar el rendimiento, y control de plagas y enfermedades.

Uno de los principios de la producción agroecológica es la reducción de la dependencia de insumos externos, por lo que las productoras utilizan el estiércol de sus animales de

forma directa o a partir de diferentes técnicas de manejo de desechos orgánicos, elaboran bocashi, composta o bioles, también incorporan abonos verdes, la rotación de cultivos para mejorar los suelos y obtener buenos rendimientos. Para el control fitosanitario preparan macerados de plantas, caldo sulfocálcico o bordeles, cocción de plantas, plantas repelentes, asociación de plantas.

Figura 5. Composta Elaborada en la Finca de una Mujer

Problemas de la producción

Según las personas entrevistadas el principal problema que se presenta en la producción son los cambios en el clima que han provocado variaciones en las épocas de siembra y cosecha, hoy no se sabe cuando llueve o cuando es verano, ya no es como antes.

Otros problemas relevantes son: la falta de mano de obra, plagas y enfermedades, falta de capital para invertir en sus sistemas de producción, y el difícil acceso a créditos

> *Cuando se va a solicitar un crédito en los bancos le dicen que no se puede producir orgánicamente, no creen que se produzca sin químicos, le dicen para flores sí, pero para hortalizas orgánicas no* (Entrevista a MCP02, 2014).

Destino de la producción agrícola

Las productoras de la AGROPACA, destinan la producción principalmente al autoconsumo, y los excedentes los venden, guardan para semilla, procesan, intercambian o regalan [5]. A continuación observamos en la Tabla 3, el destino que dan las productoras a los grupos de cultivos.

Tabla 2:

Cultivos y Destino de la Producción en la AGROPACA

Grupo	CULTIVO	DESTINO DE LA PRODUCCIÓN					
		AUTOCONSUMO	VENTA	SEMILLA	PROCESAMIENTO	INTERCAMBIO	REGALA/HIJOS /PARIENTES
1	Hortalizas y Frutales	X	X			X	X
2	Tradicionales	X	X	X	X	X	X
3	Nativos	X	X	X		X	X

Crianza de animales

La crianza de animales dentro de las granjas es un componente muy importante en la producción agroecológica, porque de éstos las productoras se benefician de alimentos de gran calidad nutricional como son los huevos, carnes, además su estiércol es utilizado como abono para mejorar la calidad de los suelos, mejoramiento que se verá reflejado en una buena producción del cultivo.

La presencia de varias especies de animales en una granja también son un medio de diversificación productiva, que ayuda al sustento de las familias al generar ingresos monetarios.

[5] En la investigación realizada por el GADPP-DGES sobre la Producción Agrícola de la RESSAK, los datos obtenidos referente al destino que las productoras dan a su producción fueron los siguientes: el 39% se destina para el autoconsumo, seguido del 38% que destina a la venta, el 15% guardan para semilla, el 7% lo comparten a familiares o vecinos y el 1% lo destinan para la alimentación de animales (GADPP-DGES, 2014).

El número de especies que se encuentran por granja según la investigación va desde 2 a 9 especies. En la Tabla 3, se muestran las especies de animales que se encontraron en las fincas y el destino que las mujeres dan a su producción pecuaria.

Tabla 3:

Especies de Animales que se Encuentran en la Finca y Destino

Nro.	ESPECIES ANIMALES	N°. FINCAS	DESTINO DE LOS ANIMALES								
			AUTOCONSUMO	VENTA	AHORRO	PROCESAMIENTO	PRODUCCIÓN DE LECHE	PRODUCCIÓN DE HUEVOS	PIES DE CRÍAS	INTERCAMBIO	REGALO
1	Borregos	3		X	X						
2	Cerdos	3		X	X						
3	Conejos	4	X	X							
4	Cuyes	10	X	X		X			X	X	X
5	Gallinas criollas	6	X	X				X		X	X
6	Gallos	2	X	X							
7	Gansos	2	X								
8	Patos	2	X								
9	Pollos de engorde para carne	3	X	X							
10	Terneras	3							X		
11	Toro	2									
12	Vacas	6					X				

En la Tabla 3, es evidente que los animales menores son para el autoconsumo y la venta. La crianza de gallinas criollas se destina para la producción de huevos y crías; los huevos además de ser para el consumo familiar, tienen mucha demanda en la feria de la plaza dominical. Los cuyes son vendidos en la feria vivos o pelados, una de las entrevistadas prepara cuy asado con papas y los vende a sus vecinos. Los borregos y los cerdos son entendidos como ahorro, las mujeres los crían para venderlos en situaciones de emergencia o para venderlos en épocas de fiestas como Navidad, Confirmaciones, San Pedro, o para comer en alguna fiesta como bautizo, primera comunión, confirmación. Los pollos de engorde se destinan para la producción de carne, y para el consumo de la familia, son vendidos en las ferias de Ayora, Cayambe y Juan Montalvo.

El manejo de las especies forestales dentro del sistema agroecológico es importante, pues obtienen de ellos beneficios como proveedores de servicios como la protección del suelo, cultivos y especies de animales silvestres e insumos como la madera. Dentro de las especies forestales que se encuentran en las fincas tenemos: arrayan, capulí, yagual, guaba, tilo, aliso, laurel, eucalipto, pino.

> *Desde que participé en los cursos que dieron en la RESSAK sobre agroecología estoy plantando árboles y arbustos en mi propiedad, porque aprendí que son muy importantes, pues protegen del viento a los cultivos, nos dan frutos, madera, ayudan al suelo, estoy plantando laurel, marco, sacha capulí, yagual, pumamaqui en cercas, cortinas y linderos* (Entrevista a MCP02, 2014).

Para la producción de la finca, actualmente las productoras de AGROPACA, no cuentan con el apoyo técnico de ninguna ONG o de instituciones públicas.

Pero si vamos a enunciar a las ONG e Instituciones Públicas que de acuerdo a las encuestas les han apoyado: Corporación de Apoyo Técnico a las Organizaciones Populares (CORATEC), HEIFER-Euador, Cooperación Técnica Belga (CTB), Programa de Pequeñas Donaciones (PPD), El Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Pichincha (GADPP), el Ministerio de Agricultura, Ganadería Acuacultura y Pesca (MAGAP). En el capítulo dos se explicará cómo se han establecido estas relaciones y los beneficios que las mujeres de AGROPAC han obtenido de esto.

1.3 El procesamiento de alimentos y la percepción sobre la rentabilidad de su trabajo

Procesamiento de alimentos.

Los alimentos preparados que se ofertan en la feria la realizan tres personas, una de las mujeres oferta comidas típicas como: caldo de gallina criolla, asados: de pollo, cuy, conejo o borrego, morocho con empanadas, chocho con tostado, la razón de ofertar comida en la feria, se dio porque una de las características principales de las ferias es la

oferta de comidas. Los alimentos como el caldo de gallina, el morocho, el mote, llegan a la feria medios preparados y se los termina de preparar en la cocina de las instalaciones donde se realiza la feria, las empanadas y la asada del pollo o cuy se los realiza en ese momento. Las otras personas ofertan tortillas de tiesto y mote con chicharrón.

Rentabilidad

La percepción sobre la rentabilidad entre las mujeres de AGROPACA está directamente ligada al bienestar familiar. Esto significa que, rentabilidad para las mujeres no está sólo considerada de forma monetaria, pues ellas indican que su ganancia está considerada en varios aspectos: bienestar, comida. El 91% de las personas encuestadas indican que su iniciativa productiva es rentable, pues mencionan han realizado cuentas, de cuánto gastan en producir, han valorado su tiempo que dedican a su iniciativa, cuánto han vendido y por eso dicen que si les queda ganancias.

Los ingresos generados de sus iniciativas les permiten solventar algunos gastos de la familia como la educación de sus hijos, la alimentación, pagar los servicios básicos.

Se mencionan algunas de las percepciones de los productores sobre la rentabilidad:

> *Porque me mantengo, casi podría tener yo mi sueldo* (Entrevista a SQP03, 2014).

> *Pienso que se come bien y sano y además tengo ganancia, más o menos unos $ 60,00 sólo en hortalizas como mínimo a más de lo que se consume en la casa* (Entrevista a MCP02, 2014).

> *Nosotros mismos cosechamos hacemos harina y no estamos comprando* (Entrevista a RGP07, 2014).

> *A veces me sobran las cosas, pero no importa porque es mi comida que me queda para la merienda* (Entrevista a, LCP08, 2014)

Para mí sí, yo sí hecho cuentas y ya le voy a indicar como le puedo explicar, yo sí hecho cuentas, verá compañera cuando yo tenía esto que está ahorita con flores 2.800 m^2, yo me sacaba cada semana $400, cuatrocientos dólares me sacaba yo, a más de lo que vendía lo de la fábrica de mi esposo y a más de lo que me consumía, sólo en las ferias en Ayora y en Cayambe, pero yo en Ayora ya he dejado de participar desde el 2011, yo salgo sólo a Cayambe; en CONMUJER estuve participando desde el 2009-2010, en el 2011 ya me pase al mercado dominical hasta el día de hoy, ahora no tengo muchas hortalizas porque recién imagínese como puse la plantación y me pase a poner en otro lado las hortalizas, ahí me quede sin hortalizas, ahorita ya estoy ya vuelta ya cogiendo fuerza, me tocó imagínese hacer de nuevo el semillero, me tocó vuelta en ese terreno bien pobre meter bastante abono orgánico y recién estoy empezando, mi suegra me prestó el terreno para sembrar mis hortalizas, además mi suegra me ayuda con las labores en el terreno que tengo las coliflores y brócoli, yo le reconozco, le pago. (Entrevista a DCD01, 2014).

En la observación de campo realizada a su parcela se pudo constatar que en un área de 15 m^2, Delia tenía 70 brócolis listos para la cosecha y venta del domingo, Delia manifiesta que los vende a $ 0,50 c/u y de lo cual solo de ahí ella obtendrá $35,00; en un área igual ella tiene el cilantro que también lo sacará el domingo a la feria y de esa área obtendrá de unos $20,00 a $25,00.

Hemos sacado costos, sabemos lo que hemos invertido y nuestro trabajito, sí sale; de los cuysitos saco mínimo $ 100,00 porque de ahí saco $ 150,00 a $ 200,00 mensuales. De las artesanías obtengo $ 40,00 mensuales (Entrevista a MLLP09, 2014).

Alimento a mi familia sanamente (Entrevista a CGP10, 2014).

Capítulo 2

Surgimiento, conformación de AGROPACA y empoderamiento de las mujeres

La Agrupación de Productoras Agropecuarias de Ayora y Cayambe– AGROPACA es una pre asociación de grupos de mujeres de varias parroquias del cantón Cayambe. Se constituyó en el año 2001 y en su directiva están las coordinadoras de los grupos quienes participan en las reuniones de la Asamblea. La planificación y principales decisiones se toman en el seno de esta directiva y son las representantes de cada grupo las encargadas de transmitir a sus grupos.

El objetivo de este capítulo es mostrar la trayectoria de este grupo y su conformación como una organización que permitió el empoderamiento de las mujeres campesinas productoras. En este capítulo se argumenta que las mujeres al involucrarse con AGROPACA, gracias a los apoyos recibidos fortalecieron sus conocimientos y accedieron a una arena política donde ellas pudieron establecer vínculos con personas fuera de su familia lo que ayudó a su empoderamiento.

Este capítulo consta de tres partes, en la primera se describe la conformación del grupo y las dificultades para que las mujeres se involucraran en los proyectos propuestos. En la segunda se analiza cómo su funcionamiento horizontal (no autoritario) ha permitido libertad a las miembras; y en la tercera se explica, en palabras de las mismas mujeres, la importancia que ha tenido esta forma de organización para las mujeres.

2.1 Conformación de AGROPACA: apoyos y organización

En 1987, a raíz del sismo ocurrido en la zona norte del Ecuador, se agruparon algunas ONG con el fin de brindar ayuda de manera organizada. En este terremoto que afectó sensiblemente al cantón Cayambe y particularmente a la parroquia de Ayora, muchas organizaciones intervinieron con el fin de reconstruir y desarrollar la zona. De acuerdo

con una de las entrevistadas, para canalizar estos apoyos, provenientes tanto de las iglesias como de organismos internacionales, se creó la Corporación de Apoyo Técnico a las Organizaciones Populares (CORATEC).[6]

CORATEC, a partir de sus primeras intervenciones, se dio cuenta que uno de los puntos más importantes era el apoyo a las mujeres pues su trabajo no era reconocido. Ellas realizaban la mayor parte de labores domésticas: se encargaban de la crianza, cuidado y alimentación de sus hijos; del mantenimiento de sus chacras, de la crianza de animales y además participaban en las actividades de la comunidad; sin embargo todo este trabajo no era visible, ni valorado. Así a partir de 1999, la CORATEC empieza su labor de trabajo para apoyar a las mujeres. Según comenta una de las personas entrevistadas (Entrevista a LMT01, 2014), primero, mediante visitas puerta a puerta incentivaron a las mujeres a que se organicen. El trabajo empezó con 15 mujeres en la comunidad de Paquiestacia, perteneciente a la parroquia de Ayora. Luego con esa experiencia fueron apoyando y formando grupos de mujeres en otras comunidades de la misma parroquia, como: Cariacu, Santo Domingo N°. 1, Santo Domingo N°. 2 y de otras parroquias: Olmedo, Juan Montalvo y Cangahua.

> Al inicio el trabajo fue muy duro porque se buscaba la participación de las mujeres de casa en casa o en las asambleas comunitarias para incentivarles a la formación de grupos (Entrevista a LMT01, 2014).

Otra forma de incorporar mujeres a los grupos fue a partir de las mismas integrantes. De acuerdo con las entrevistadas cuando ellas conocían de mujeres que sufrían violencia de género, sugerían la visita de los técnicos de la ONG y su incorporación en los nuevos grupos.

Cuando los grupos de mujeres estuvieron formados y consolidados nació la idea, por parte de las mismas y de los técnicos de la CORATEC, de formar una agrupación es así

[6]En julio de 1988 la CORATEC obtiene su personería jurídica. Esta corporación estuvo conformada por técnicos extranjeros, asistentes y personas de la parroquia que eran voluntarios en el servicio religioso.

como nació AGROPACA. Los primeros fueron 12 grupos que se observan en la Tabla 4.

Al inicio el número de integrantes fue de aproximadamente unas 450 mujeres y cada una representaba a una familia, es decir, se logró incorporar a 450 familias. Según una de las entrevistadas a, pesar de que el trabajo era dirigido a mujeres nunca se prohibió la participación de los hombres, en efecto, así el grupo Los Laureles de Ayora tiene como integrantes a dos hombres (Entrevista a LMT01, 2014).

Tabla 4:

Grupos que Formaron la Agrupación de Productoras Agropecuarias de Ayora y Cayambe.

Nº	**Grupo**	**Parroquia**	**Comunidad**
1	Futura Producción	Ayora	Santo Domingo Nº1
2	Santo Domingo 2	Ayora	Santo Domingo Nº2
3	Nueva Esperanza	Ayora	Cariacu
4	Luz y Vida	Ayora	Paquiestancia
5	Los Laureles	Ayora	
6	Artesanal Ayora	Ayora	
7	Grupo Avícola	Olmedo	Pesillo
8	Grupo Carabotija	Olmedo	
9	Juan Montalvo	Juan Montalvo	
10	Pakarina	Juan Montalvo	
11	Grupo de mujeres de Cangahua	Cangahua	
12	Grupo de mujeres de Chitachaka	Cangahua	Chitachaka

Organización y actividades.

En el año 2001 AGROPACA, se constituye. La Asamblea es el órgano de decisiones y, como se dijo al inicio, se halla conformada por las coordinadoras de cada uno de los grupos. Es esta Asamblea, quien planifica y toma las principales decisiones; además son las representantes las encargadas de transmitir las decisiones y la información generada en la Asamblea.

Los objetivos por los que trabajó la agrupación fueron: elevar el autoestima de las mujeres; velar por el fortalecimiento organizativo de los grupos de mujeres; mejorar las condiciones de vida de ellas y de sus familias, a través del fortalecimiento de las actividades productivas. Es decir, se trató de visibilizar el trabajo de las mujeres, fortalecerlas y valorar lo que ellas habían hecho siempre a partir de promover oportunidades integrándolas tanto a la vida social y económica de la comunidad, como a los procesos de desarrollo que se realizaban (UNIFEM). En las siguientes páginas analizaré estas actividades y la importancia que tuvo todo esto en el empoderamiento.

> *"Los objetivos de la agrupación, era incentivar a las mujeres para que formen parte de una organización, no tengan miedo de hablar, para que siembren, las tierras que están baldías ocupen en algo, las tierras que están baldías hagan crecer cebolla, culantro y coman y cuando ya esté en exceso vendan y tengan la plata para su bolsillo, un ingreso más para el apoyo de los esposos, eso"* (Entrevista a DCD01, 2014)

> *"Primerito era de que se valoren ellas mismas, por eso les han sabido dar muchos talleres de autoestima, después ver cómo ayudar al esposo económicamente, ahí empiezan a criar gallinas, a tejer, a cultivar y después viendo que hay en exceso comienza la comercialización"* (Entrevista a CGP10, 2014).

Para cumplir con el objetivo de elevar el autoestima de las mujeres, con el apoyo de la CORATEC se realizaron capacitaciones a través de cursos permanentes en cada uno de los grupos, en temas como: fortalecimiento organizativo, autoestima de la mujer, relaciones humanas, equidad y género, se realizaron también talleres de nutrición, se abarcaron temas sobre la salud de la mujer.

Según manifiesta una entrevistada (Entrevista a LMT01, 2014), después de trabajar en estas capacitaciones por unos tres o cuatro años y debido a los problemas que su participación traía dentro de la familia porque los esposos consideraban improductivas estas reuniones "regresaban a la casa sin nada en las manos", ellas decidieron

emprender pequeños trabajos productivos.[7] Entonces al interior de los grupos y con la ayuda de las y los técnicas se fue pensando que hacer, considerando y valorando las actividades que ellas ya sabían realizar en su casa, en la comunidad, y no imponer ninguna otra actividad ajena a su realidad se decidió abrir la línea de la producción.

Promoción de la igualdad de oportunidades.

Al parecer uno de los mayores aciertos fue ofrecer a las mujeres oportunidades para que lograran mejorar la alimentación de la familia y generar algunos ingresos propios. Para ello se impulsó el aprendizaje de técnicas de manejo y cuidado de animales menores (gallinas ponedoras y cuyes), instalación de huertos agroecológicos .Luego de haber fortalecido las actividades productivas, se empezó a tener excedentes y ante esta situación nace la necesidad de buscar alternativas de comercialización.

La organización, con el apoyo de las ONG, empezó a abrir vínculos a partir de contactos personales primero en los mercados locales y luego en Quito. Al inicio se entregó hortalizas producidas a un comerciante de Ayora; los huevos se vendían en el mercado diario de Cayambe y por las calles de esa ciudad. Luego se buscó un mercado en Quito para los huevos. Así se hicieron contactos en el Mercado de Santa Clara y posteriormente en Camari.

En esta parte nos referiremos primero a la organización del comercio de los huevos cuyo vínculo principal fue con Camari[8] y luego a la organización de la venta de hortalizas.

---

[7] Según comenta una de las personas entrevistadas, algunas de las mujeres tenían una situación muy difícil con los esposos ya que cuando ellas salían a las reuniones de su grupo de mujeres y al regresar a su casa sus maridos les maltrataban física y psicológicamente, por lo que ellas se desanimaban y ya no querían participar (Entrevista a LMT01, 2014). Ante esta situación, el trabajo que realizaban los técnicos era entablar conversaciones con los esposos, para darles a conocer el trabajo que estaban realizando sus esposas, a valorar el trabajo que ellas desempeñan como mujeres, esto permitió que los esposos consientan a que sus esposas continúen participando.

[8]Camari, es el Sistema Solidario de Comercialización. Es parte del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (FEPP) organización no gubernamental de finalidad social, auspiciada por la Confederación Episcopal Ecuatoriana. Camari es la primera organización de Comercio alternativo del Ecuador y desde 1981 apoya la comercialización agropecuaria y artesanal de pequeños productores, orientados bajo los principios de la Economía Solidaria y del Comercio Justo (Sociedad verde, 2011).

De acuerdo con una de las entrevistadas (Entrevista a DCD01, 2014), fue en el Mercado de Santa Clara (Quito) que una compradora de los huevos les sugirió que vayan a ofertarlos en las tiendas Camari. Los huevos llegaron al mercado de Santa Clara en Quito debido a la sobre producción que el grupo tenía y a la ausencia de demanda en Cayambe que les obligaba a vender a precios muy bajos. En Santa Clara las principales compradoras fueron las señoras que preparaban jugos y ellas fueron el vínculo con Camari.

La transacción con Camari era formal y fue muy exigente para todos los grupos: debían presentar facturas, debían cumplir con un cronograma de entregas y con una determinada cantidad de producto. Esto tuvo éxito pues se llegó a entregar entre 8.000 a 15.000 huevos semanales. Para lograr cumplir con esta demanda todas las integrantes de la agrupación participaron: se planificaron las actividades que debían cumplir todos los grupos y, al interior de los grupos, las actividades que cada persona debía cumplir. Así, los días lunes y miércoles había una persona encargada de la recepción de los huevos en las oficinas de la CORATEC; mensualmente cada grupo estaba encargado del empaque y el traslado de los huevos a Camari en Quito.

> *"en Santo Domingo nos organizábamos para los turnos para todo el mes de enero, para que cada persona se vaya con los huevos a dejar en Quito en Camari"* (Entrevista a DCD01, 2014).

Para la movilización de los huevos se alquilaba una camioneta hasta Quito. Según manifiesta la persona entrevistada el pago Camari lo realizaba de forma mensual de acuerdo al número de entregas que se habían realizado durante el mes, luego de recibido el pago se procedía a pagar a todas las mujeres que habían entregado los huevos, había ganancias las cuales se destinaba para la adquisición de los empaques, "*bien nos pagaban, todo bien ganábamos, si ganábamos para la AGROPACA nos salía como $200, $300 al mes para fondo; esa platita sabíamos invertir en cajas para ir a dejar eran con etiqueta, era bien hecho empacado bonito*" (Entrevista a DCD01, 2014).

Según manifiesta la persona entrevistada, la entrega de los huevos a Camari fue por aproximadamente 8 años, pero la cantidad de huevos fue disminuyendo debido a que se presentaron varios inconvenientes a consecuencia de que se cambió la directiva y a la

persona encargada de la recepción, los problemas a los cuales se les atribuye la pérdida del mercado fueron: mala administración, debido a que se presentaron llamadas de atención por envío de huevos con embrión, huevos rotos, huevos olor a químicos " *fue muy desilusionante y doloroso, pues a mí mismo me pasó, cuando fui a dejar los huevos, la persona encargada de recibirlos en Camari me indicó las fundas de huevos rotos que los clientes habían ido a devolver porque los huevos tenían olor a químicos",* (Entrevista a CGP10, 2014) según la entrevistada manifiesta que este problema se dio involuntariamente y por desconocimiento, pues una persona había aplicado un producto químico en las cajas donde se empacaban los huevos para combatir la presencia de hormigas, el olor del producto químico se impregnó en las cajas y cuando se empacaron los huevos también se había impregnado en estos, a pesar de esta situación se continuaba entregando pero cada vez menos cantidad, por lo que algunos de los grupos no cumplieron con la entrega, pues se continuaban presentando problemas y las pérdidas solo asumía la AGROPACA y los de Camari no asumían ninguna pérdida pues a veces ellos rompían los huevos y decían que los huevos habían ido rotos; como se disminuyó la cantidad de huevos a entregar, la movilización se hacía en transporte público; estas situaciones provocó altercados entre las coordinadoras de los grupos en las reuniones, por lo que decidieron terminar la entrega de los huevos, esta decisión se tomó después de que en las reuniones que se realizaba en cada grupo, las mujeres habían apoyado la decisión que se iba a tomar.

> "……. *lamentablemente perdimos porque como nos turnábamos para realizar las entregas algunos de los grupos no cumplían, la última entrega fue de 500 a 600 huevos lo cual no devengaba el viaje*" (Entrevista a NCHP01, 2014).

> *"Nos quedamos sin el cliente que nos cogían los huevos – Camari, perdimos esa oportunidad de los huevos, más fue por las dos faltas que no se habían ido a dejar los huevos las compañeras que les tocaba el turno"* (Entrevista a LCP08, 2014).

En lo referente a la comercialización de hortalizas empezaron entregando aun comerciante en Ayora, el cual les pagaba muy barato por sus productos.

"*yo me acuerdo que una gaveta de taxos me cogían a $ 2,00 a $3,00, los rábanos atados bien grandes nos cogían en $0,50 , $0,40; el atado del culantro en $1,00 a toditas las compañeras de las comunidades nos cogían, pero después habían criterios de las compañeras que decían que no pagan bien, que más el trabajo, trabajamos mucho y no nos pagan no nos reporta, mi marido me habla que paso solo en eso agachada y para lo que me recojo $ 2,00 $4,00, $3,00 $5,00* (Entrevista a DCD01, 2014).

[Ante esta situación nace la idea de formar un mercado], " *y de ahí ya formamos el mercadito porque teníamos para vender, de ahí empezamos que* ***del productor al consumidor****, nosotras somos las primeras en formar los mercados así, una de las primeras fuimos porque sentíamos la necesidad de vender por lo que era barato vender en el otro lado"* (Entrevista a DCD01, 2014). En el año 2005 se inaugura la feria en Ayora.

La participación de las mujeres en la feria de Cayambe a partir del año 2006. Aquí la pre asociación tuvo el apoyo del Consejo Cantonal de Mujeres de Cayambe-Conmujer; según comenta la persona entrevistada, la agrupación y otros grupos de mujeres de las parroquias rurales y urbanas del cantón Cayambe conjuntamente con una concejala trabajaron por conseguir un espacio político para las mujeres a nivel cantonal y lo consiguieron, este espacio trabajó con recursos del municipio, el objetivo principal fue el apoyo psicológico y legal para las mujeres, luego fue el apoyo a la producción y comercialización, a través de la implementación de la feria.

Según manifiesta la persona entrevistada (Entrevista a LMT01, 2014), otra alternativa de mercado fue la canasta solidaria, impulsada por la ONG y las mujeres de AGROPACA, con la finalidad de establecer un comercio más justo entre productores y consumidores de las parroquias de Ayora y Cayambe.

La entrega de las canastas que realizaban a consumidores que según la persona encuetada se los llamaba *clientes solidarios,* se estableció en el mes de noviembre de 2006. Los nuevos clientes eran personas conocidas de AGROPACA. Se trataba de gente que trabajaban en CORATEC, miembros de entidades que querían apoyar al

trabajo de las mujeres, ellos solicitaban semanalmente productos a través de una lista, y las productoras se encargaban de armar las canastas y de entregarles los días miércoles en sus casas, el valor de la canasta en un inicio se fijó en $5,00; después fue variando según las necesidades y los requerimientos de los consumidores y a este valor se le sumaba $1.00 por el transporte; cada cliente tenía dos canastas, una canasta iba con los productos y el cliente le entregaba la canasta que llevó la semana anterior, de esta manera se aseguraban de que las canastas no les falten para la próxima entrega, además los clientes entregaban la lista indicando los productos que iban a requerir para la siguiente semana, esta línea de mercado se pierde por los siguientes motivos:

- la falta de cumplimiento por parte de las productoras de entregar los productos

- y por la falta de pago de los clientes ya que ellos realizaban el pago mensualmente, no se cumplió la corresponsabilidad entre el productor y el cliente.

"Dejamos de entregar las canastas en Ayora y Cayambe, por falta de productos, las compañeras no cumplían con los productos que debían entregar y porque los clientes no pagaban" (Entrevista a NCHP01, 2014).

Según manifiesta la persona entrevistada, con la finalidad de que los proyectos productivos puedan ser sostenibles se estableció un fondo comunitario de ahorro y crédito que facilitaba la entrega de recursos con intereses blandos y plazos acordes con las posibilidades de pago de las beneficiarias; los créditos se otorgaban únicamente para invertir en sus iniciativas productivas, los montos eran de acuerdo a la actividad que se iba a realizar, el monto mínimo era de US $ 200, pero algunas personas que se dedicaban a la producción de leche podían acceder a créditos especiales pues tenían mayor capacidad de pago, los montos a los cuales podían acceder era de US $1.000 a US $ 1.500. Para ejecutar estas actividades según manifiesta la persona entrevistada, la CORATEC recibió el financiamiento de Alemania, Canadá y HEIFER Ecuador[9].

[9] Fundación Heifer Ecuador, es una Organización no Gubernamental de desarrollo rural, sin fines de lucro, vinculada a Heifer Internacional. Su trabajo es impulsar la agroecología como una propuesta para potenciar el proceso productivo campesino, cuidando de la salud, del ambiente, bajo el marco de la soberanía alimentaria, garantizando las prácticas culturales y la identidad de las zonas y el país. Apoya a que las familias mejoren sus ingresos con la incorporación de valor agregado a su producción a través del

2.2 Organización actual

La estructura organizativa actual de la AGROPACA la representa una directiva central que se elige para un periodo de dos años. La característica que tiene actualmente la organización es su gran capacidad para vincularse a un sin número de organizaciones de comercio, ONG y mercados. Esto les ha permitido sobrevivir y fortalecerse. A continuación primero se explicará la actual conformación de la organización y luego sus vínculos.

La directiva se reúne el primer lunes de cada mes, con las coordinadoras de cada grupo que son miembros de la directiva de su respectivo grupo y las mujeres que participan en la comercialización, en las reuniones se planifica, se da a conocer las novedades que se han presentado en las ferias y se toman las decisiones importantes para la organización. La directiva también se reúne cuando es necesario. La directiva está conformada por las siguientes dignidades: Presidenta, Vicepresidenta, Secretaría, Tesorera, Primera Vocal, Segunda Vocal, dos comisarías las cuales llevarán el control de las ferias, una tesorera para el proyecto de HEIFER y dos delegadas para que participen en las reuniones de la Red de Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria del Territorio Kayambi-RESSAK.[10]

Según lo observado durante la investigación, existen algunas mujeres que, por la confianza generada en el resto de integrantes, continuamente forman parte de la directiva. Este es el caso de la actual presidenta, vicepresidenta y tesorera, que anteriormente ostentaron otras dignidades.

La actual Directiva para el periodo 2015-2016 la conforman mujeres campesinas de los grupos: Santo Domingo N°.1, Santo Domingo N°.2, Los Laureles, Juan Montalvo y

---

fomento de circuitos locales y autónomos de comercialización campesina que favorece el acceso a alimentos sanos (Heifer Ecuador, sf)

[10] Los vínculos con esta institución son tratados en la siguiente sección.

Artesanal, que se encuentran entre las edades de 25 a 57 años, como se puede observar en la Figura 6.

Figura 6. Directiva Central 2015 - 2016

Los grupos que conforman actualmente la agrupación son siete. De acuerdo a la información obtenida durante la investigación se estima que actualmente AGROPACA cuenta con la participación de 59 personas[11], de las cuales 32 participan en la RESSAK y están dedicadas a la producción agropecuaria; hay diez mujeres del grupo que se dedican a las artesanías, y las otras integrantes sólo participan en la agrupación y son beneficiarias de los créditos que se ofrecen.

La edad promedio de las integrantes fluctúa entre los 40 y 60 años. Sin embargo existen personas cuyas edades van de desde los 25 hasta los 82 años,

En la Tabla 5, se muestran los grupos, el número de integrantes de cada grupo, donde están ubicados y cuántas participan en la RESSAK.

[11] Resulta curioso pero la directiva no cuenta con una lista clara del número total de integrantes.

Tabla 5: Grupos que forman la Agrupación de Productores Agropecuarios de Ayora y Cayambe

Nº	Grupo	Integrantes	Parroquia	Comunidad	RESSAK
1	Santo Domingo 1 (Futura Producción)	17	Ayora	Santo Domingo Nº1	7
2	Santo Domingo 2	5	Ayora	Santo Domingo Nº2	5
3	Los Laureles	7	Ayora		6
4	Artesanal Ayora	10	Ayora		0
5	Pesillo (Flor de col)	6	Olmedo	Pesillo	1
6	Juan Montalvo	8	Juan Montalvo		8
7	Pakarina	6	Juan Montalvo		5
Total integrantes AGROPACA		59	Total participantes en la RESSAK		32

Según la investigación realizada de las cincuenta y nueve integrantes de la agrupación cincuenta y cinco son mujeres y cuatro son hombres, dos de ellos son adultos mayores y forman parte de la organización desde su inicio y continúan participando en el grupo Los Laureles, el otro forma parte desde el año 2013 y pertenece al grupo de Santo Domingo Nº.2 y el último que se integró recientemente en el mes de noviembre del 2014 forma parte del grupo Pakarina.

Lo que les incentivo a los hombres del grupo los Laureles a formar parte de la agrupación fue la posibilidad de contar con una organización que les diera apoyo y capacitación; luego, también se dieron cuenta que constituía un espacio afectivo importante, pues ellos eran productores que no habían recibido apoyo y al saber que había la posibilidad de que les podían apoyar, decidieron participar, después la convivencia con las integrantes de la agrupación fortaleció la parte afectiva y es por eso que ellos continúen participando, aunque actualmente ya no es tan frecuente su participación en las ferias, pues ellos ya pasan de los 80 años.

> "…..*me siento bien, paso tranquilo, conversando, riéndome, porque en la casa paso solito, paso dándome las vueltas o trabajando en el terreno, ya voy a venir a la feria, ya tengo sembrado*" (Entrevista a AQPPF04, 2014).

La organización realiza reuniones mensuales y cuando es necesario se reúnen, e incluso a veces después de la feria los días miércoles con el fin de tratar algún asunto importante. Los asuntos que se ventilan tienen que ver con la organización o participación en algún evento, capacitación, taller, etc.; o con la planificación de la entrega de los productos para las canastas. Las reuniones la realizan en la casa de la CORATEC, pues tienen arrendado.

AGROPACA cuenta con un Reglamento Interno pero aún no cuentan con la personería jurídica que actualmente es obligatorio para acceder a cualquier vínculo con el Estado. En cuanto al reglamento, es obsoleto y aún no se lo ha rectificado, pues se encuentran artículos que hacen referencia a la comercialización de los huevos que ya se ha dejado de comercializar desde el año 2011. La personería jurídica la están tramitando en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria-SPS. La personería jurídica la vienen tramitando desde el mes de marzo de 2013 y todavía no la obtienen, las personas que están participando en la legalización son solamente 20. Este tema es complejo, y se analizará en la siguiente sección, porque las nuevas formas de legalización chocan con las prácticas de las personas de formar parte de muchas organizaciones sin que esto les afecte.

A pesar de que en la agrupación prima la formalidad en las reuniones, el control no es un elemento central en la organización de AGROPACA, esto es evidente tanto en el poco interés que se pone por determinar el número de integrantes de la asociación como en la existencia de reglamentos formales. En efecto, fue posible observar que la pre asociación no cuenta con una lista oficial de las miembras, lo cual no permite conocer el número exacto de integrantes de la agrupación.[12] Esta situación, más que una muestra

[12] Para motivos de esta investigación esto resultó difícil pues no obtuve datos exactos del número de integrantes. Las persona que están a cargo de del proyecto de la RESSAK tienen una lista, las encargadas de cobrar de los préstamos tienen otra lista; la que se encarga de la legalización de la agrupación tiene otra lista.

de indolencia, puede leerse como una evidencia del poco interés que existe por el control. A diferencia de las instituciones de la modernidad, donde las estadísticas tienen el objetivo de controlar a la población, en este grupo se generan diversos tipos de listas con fines específicos que no necesariamente implican ejercer un poder autoritario.

El caso del reglamento es parecido, como se dijo existe un reglamento obsoleto pero en muchos casos no se cumple porque las realidades son más complejas y la norma moral principal es dar prioridad a las necesidades de las mujeres. Esto fue evidente en el caso de la venta de las harinas y granos que en el reglamento se designa a las mujeres del grupo de Los Laureles, pero hoy se da la oportunidad a otra integrante del grupo de Juan Montalvo para que también lo pueda vender; en palabras de una de las dirigentes "esta decisión se tomó en vista de que esta compañera por su yerno tiene la posibilidad de tener granos a los cuales procesa y ha solicitado a la Asamblea le autoricen también la venta de estos productos" (Entrevista a DCD01, 2014). De acuerdo con las entrevistadas, hay responsabilidades que las mujeres que participan en la feria deben cumplir y no es necesario estar recordándoles ni presionándolas peor aún llamarles la atención. Por ejemplo se deben limpiar las áreas donde se realiza la feria y se deben utilizar mandiles durante la venta en la feria y esto ellas lo tienen muy presente sin que sea necesario ninguna intimidación.

Actividades actuales de AGROPACA.

De acuerdo con las dirigentes entrevistadas la organización actualmente se dedica: a) organizar e incentivar la producción y comercialización de los excedentes de alimentos producidos en los huertos familiares de las miembras; b) otorgar créditos para mejorar la producción agrícola; c) las miembras que forman parte en la RESSAK participan en la entrega de las canastas agroecológicas a ciertos funcionarios del MAGAP.

a) Organización e incentivos a la producción y comercialización de los excedentes de alimentos.

Los productos del trabajo en las huertas son comercializados en las ferias de Ayora y la feria de Cayambe. A la feria de Ayora, que se realiza todos los miércoles, se encuentran participando aproximadamente 16 personas; a la feria de Conmujer en Cayambe, que se realiza todos los domingos, participan aproximadamente 10 personas.

De acuerdo con las entrevistadas, lo que se oferta en la feria de Ayora se ha decido previamente en la Asamblea y deben cumplir los siguientes requisitos: vender sólo los productos que son producidas en sus chacras, los productos que se vendan deben ser de buena calidad. A excepción de las hortalizas que todas las integrantes pueden sacar a vender, el resto de productos que se venden en la feria son asignados en asamblea y la aceptación de venta de nuevos productos solo puede decidir la asamblea (Entrevista a DCD01, 2014). Así por ejemplo, durante la observación de la feria de Ayora se constató que la venta de la leche y el mote cocinado están a cargo de una integrante del grupo de Santo Domingo N°.1; la venta de tortillas de tiesto lo realiza una integrante del grupo de Juan Montalvo. La venta de comidas típicas que se ofrece en la feria de Ayora se los realizaba por turnos y debían participar todos los grupos de acuerdo a lo planificado en la reunión mensual, actualmente la comida la oferta una sola persona que pertenecía al grupo de Paquiestancia y hoy forma parte del grupo Los Laureles, esto se dio porque ciertos grupos empezaron a tener problemas debido a que se encontraban muy distantes y se les dificultaba el transporte, también por el cambio de sazón en la comida se estaba perdiendo a los consumidores, "*participa sólo la compañera Laura, pero cada mes preguntamos quién quiere hacer las comidas, no quiere nadie"* (Entrevista a DCD01, 2014).

En cambio, para la feria de Cayambe, no se asignan los productos que deben llevar a vender, ahí las participantes pueden llevar a vender todos sus productos, siempre y cuando sean estos producidos y procesados por ellas. Esto se debe a que hay mayor concurrencia de consumidores y las productoras pueden ofertar mayor variedad.

En la feria pueden vender únicamente las personas que pertenecen a los grupos, por lo que se ha solicitado a las personas que se han quedado solas que se integren a otro grupo o formen uno, pues la AGROPACA es la agrupación de grupos y no de personas individuales.

> *"Don Ignacio tiene 75 años, viene en representación de su esposa a vender en la feria porque ella es más mayorcita, pertenecía al grupo de Cangahua, y solo ella se quedó en la AGROPACA y como aquí hay que estar en grupos le dijeron*

que se ingrese a un grupo y eligió a nuestro grupo de Juan Montalvo, porque no pueden vender por si solos siempre toca estar en algún grupo para vender" (Entrevista a CIPPF05).

"Pertenecía al grupo avícola de Pesillo, éramos 20 y ahora me quede sólo yo, como no podemos permanecer solas me tocaba unirme a otro grupo, quería unirme al grupo de Olmedo pero ellas ya no vienen, por lo que me pedían que me una al grupo "Los Laureles", pero por la lejanía no me uní, por eso me forme otro grupo que se llama "Flor de col", ahora somos 6" (Entrevista a MGPPF06).

Según manifiesta la persona entrevistada, las ferias son controladas por dos personas que tienen el papel de comisarias, ellas fueron elegidas por votación y su función es controlar que las ferias se desarrollen con normalidad, velan por el orden, el aseo, y que las participantes cumplan con llevar los productos que les fueron asignados y si se presenta alguna novedad, como por ejemplo si alguna de las participantes se retiró antes del horario previsto o si llevan un producto que no está presentado tal como se les ha indicado, como es el caso de las zanahorias que deben llevar sus hojas, ellas se encargan de dar a conocer en las reuniones, donde la asamblea llama a la reflexión a todas las compañeras, que recuerden que la feria es diferente a las demás, que ahí prevalece la solidaridad, por lo tanto deben permanecer en el lugar hasta la hora fijada así hayan terminado sus productos, y el cumplimiento de lo establecido en cuanto a la presentación de los productos como el caso de las zanahorias que deben llevar sus hojas, porque de esta manera se garantiza al consumidor de que el producto es fresco.

b) Los préstamos con fondo rotativo

Desde el mes de junio de 201, dejaron de recibir el apoyo de la CORATEC debido a que el financiamiento que recibían se terminó. Así las mujeres de AGROPACA han tenido que redoblar sus esfuerzos ya que han tenido que trabajar solas, pero durante este tiempo han demostrado que si pueden salir adelante.

El primer vínculo y muy importante es con Heifer-Ecuador de quien han recibido apoyo económico de $ 13.000,00 que lo manejan como fondo rotativo otorgando créditos a las miembras. Para acceder al crédito las integrantes deben realizar una solicitud y presentar a la directiva. El pedido se da a conocer en la reunión mensual de la Asamblea quien lo aprueba o desaprueba. Los montos que otorgan van desde los $50,00 hasta $ 800,00 con un interés del 1% mensual. Las personas que han solicitado el crédito pueden realizar los pagos a las tesoreras del proyecto Heifer-Ecuador o pueden ir a depositar en la cooperativa "23 de Julio" cuando tengan el dinero y luego presentar el depósito a las encargadas para que les emitan el recibo de pago.

De acuerdo con una de las dirigentes entrevistadas, el estar al día en el pago de aportaciones para algunas socias es difícil. Hay morosidad en el pago de contrapartes para los proyectos de la RESSAK, otras tienen dificultad para cancelar el crédito que han requerido para sus iniciativas productivas u otras necesidades como para enfermedad. El dinero que obtuvieron del interés por los préstamos otorgados, en la reunión mensual de noviembre de 2014, por decisión unánime se destinó a la adquisición de una computadora portátil y una impresora con la finalidad de facilitar el trabajo de las compañeras tesoreras.

c) Participación de la AGROPACA en la Red de Economía Solidaria y Soberanía Alimentaria del Territorio Kayambi – RESSAK.

AGROPACA Continúa participando en las reuniones de la RESSAK, que se realizan los martes cada quince días, pero últimamente se está realizando cada semana debido a que se está fortaleciendo la red y se requiere mayor permanencia.

La RESSAK, es una instancia de organización y coordinación social de los productores de los Cantones de Cayambe y Pedro Moncayo, está formada por organizaciones de productoras/es AGROPACA, ASOPROCK, BIOVIDA, LA CAMPESINA, LA ESPERANZA, PUEBLO KAYAMBI, UNOPAC y por las ONG de desarrollo como CORATEC, HEIFER, IEDECA, FUNDACIÓN CASA CAMPESINA, SEDAL, KAWSAY. El objetivo de la red es promover sistemas productivos respetuosos con el ambiente, donde no se explote al trabajador y los productos que se ofrezcan sean sanos

para el consumo y las relaciones entre los productores y los consumidores sean directas (RESSAK, 2010).

Según manifiesta la persona entrevistada, la RESSAK se formó por la iniciativa de las ONG: CORATEC, HEIFER, IEDECA, FUNDACIÓN CASA CAMPESINA, SEDAL, que se encontraban prestando apoyo a organizaciones de productoras/es de los cantones de Cayambe y Pedro Moncayo como: AGROPACA, ASOPROCK, BIOVIDA, LA CAMPESINA, LA ESPERANZA, PUEBLO KAYAMBI, UNOPAC. De acuerdo con los entrevistados, estas ONG tuvieron la preocupación del futuro de los grupos de productoras organizadas una vez que se fueran sus auspiciantes. Es así como concibieron la idea de formar una organización con todas las organizaciones de productoras/es de los dos cantones con la finalidad de que esta organización de continuidad a los trabajos que han realizado las ONG (Entrevista a LMT01, 2014).

Según comenta la persona entrevistada, para la gestión conjunta de la coordinación y la toma de decisiones la RESSAK y las ONG desarrollaron un espacio denominado *Comité de Gestión* dirigido por ellas. En su coordinación se turnaba una ONG cada tres meses. A partir de la ejecución de los proyectos que fueron beneficiarias, para el fortalecimiento de la producción y comercialización de productos agroecológicos a través del Programa de Desarrollo Rural de Norte del Ecuador (PDRN[13]), el Comité de Gestión fue pasando gradualmente a la coordinación de las organizaciones campesinas, quienes desde el 2013 lo han asumido totalmente, simultáneamente las ONG han ido disminuyendo o retirando su apoyo.

Actualmente el Comité de Gestión de la RESSAK, está representado por las presidentas, secretarías y representantes de comercialización de las 7 organizaciones de productoras/es.

[13] PDRN, es el programa de desarrollo rural del norte del Ecuador, que mediante un convenio entre el Gobierno del Reino de Bélgica con el Gobierno del Ecuador, han asignado recursos que son administrados por la Cooperación Técnica Belga. Apoya iniciativas locales que tienen potencialidad de generar empleo, mejorar los ingresos y reducir la pobreza del sector rural, para lo cual se unen esfuerzos entre los Gobiernos Seccionales Autónomos.

En la Figura 7, se observa los grupos que conforman la AGROPACA, el número de participantes de la agrupación en la RESSAK y las organizaciones que también integran la RESSAK.

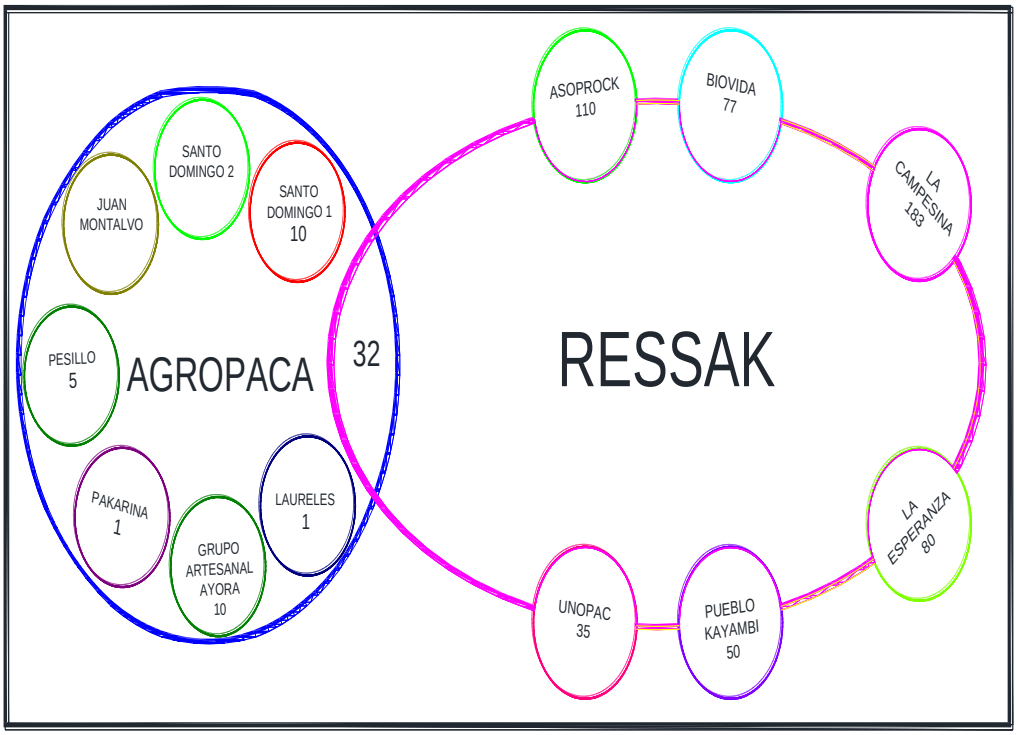

Figura 7. Grupos que Conforman la AGROPACA y su Relación con las Organizaciones de la RESSAK

Las reuniones del Comité de Gestión de la RESSAK, se realizan los martes, cada 15 días y la coordinación la asumen la presidenta y la secretaría de cada organización y se turnan cada tres meses, por lo que las representantes de la AGROPACA también asumen la coordinación. En la Figura 8, se observa la participación de las representantes de AGROPACA en la reunión de la RESSAK.

Figura 8. Participación de las Representantes de AGROPACA en la Reunión de la RESSAK

2.3 Importancia de AGROPACA para sus socias

De acuerdo con las personas entrevistadas, la organización les ha ayudado económicamente y afectivamente. Esta ayuda ha significado una forma de empoderamiento primero porque han logrado cierta independencia económica y segundo porque han tejido vínculos sociales y afectivos que les ha permitido compartir sus esperanzas y sufrimientos. En los siguientes acápites se explican estos logros.

Importancia económica, autonomía y relaciones afectivas.

Para las y los integrantes de la AGROPACA el haber participado en la organización les ha permitido valorar su esfuerzo y trabajo que lo vienen realizando y el cual se ve reflejado en la economía de su hogar, pues aunque no sea tan grande el aporte económico que ellas dan a su familia, este les permite solventar necesidades que se presentan sobre todo en la educación de sus hijos *"necesito para pagar la universidad de mi hija",* así como también el hecho de que ellas provean de alimentos sanos a su familia reduce los gastos considerablemente a este rubro, porque lo que ellas compran

es la sal, el arroz, el azúcar, ya que la mayoría de productos lo tienen en casa, como papas, carne, lácteos, hortalizas, frutas, hierbas de sal y de dulce.

> *Porque aunque no aparezcan bastante las ganancias, si puedo mantener a mis hijos, hacerlos estudiar, darles la alimentación* (Entrevista a MCHP06, 2014).

> *Porque lo hago yo misma, yo me siento bien, yo como a mi gusto, tengo producto, no tengo que comprar nada, coge y a la olla* (Entrevista a LC08, 2014).

> *Tengo mi propia comida en casa* (Entrevista a RGP07, 2014).

> *Alimento a mi familia sanamente, al comer sano, comer rico* (Entrevista a CIPPF05, 2014).

> *Cada semana vendo de 10 a 15 pollos eso destino para los pasajes de mis hijos* (Entrevista a MLLP09, 2014).

La parte afectiva para ellas es de suma importancia, e incluso para algunas personas tiene más valor que la parte económica. El afecto entre productoras se siente en las ferias, en las reuniones, al igual que con los consumidores, este sentimiento es tan reciproco, ellas dan y reciben.

> *"No es mucho por la plata sino por estar tranquilo, conversando con mis compañeras*" (Entrevista a AQPPF04, 2014).

> *"He establecido un lazo de amistad muy fuerte con la compañera de las aguas es muy caritativa, le tengo mucha confianza es muy reservada, alegre, chistosa"* (Entrevista a SQP03, 2014).

Importancia para el empoderamiento de las mujeres.

El empoderamiento de las mujeres que continúan participando en AGROPACA puede observarse en los logros que ellas dicen haber alcanzado: vencer el miedo de dirigir el grupo, de expresar sus sentimientos y puntos de vista, lograr nuevos conocimientos, adquirir independencia económica, sentir que su trabajo y ella son valorados en la asociación y fuera de ella y aprender a dirigir grupos.

Según comenta la persona entrevistada, al inicio en un grupo de mujeres era tal su miedo y dificultad para liderar que durante los primeros cuatro años su representante frente a AGROPACA fue un hombre. Esto porque ellas se sentían incapaces de asumir la dirigencia del grupo, a pesar de que el trabajo en las comunidades se halla bajo su responsabilidad.

Ahora las mujeres asumen la dirección de los grupos pues gracias a las capacitaciones que recibieron, ahora no tienen miedo de entablar diálogos con las personas, de presentarse frente al público, de dirigir reuniones, participar en eventos de sus comunidades, del cantón, incluso fuera de la provincia y de dirigir la organización. *"Para salir a vender ya no tengo miedo, he aprendido muchísimo"* (Entrevista a DUPPF01, 2014). A nivel personal y familiar, también se reconoce que han logrado perder el miedo con sus esposos. Por ejemplo, para Rosa el haber participado en los cursos le ayudó a perder el miedo a su marido.

> " *….desde que estoy en la agrupación siempre he formado parte de la directiva creo que estoy unos 12 años, a partir del 2001 que se formó he sido vicepresidenta, tesorera, secretaria, vocal y actualmente presidenta por un período de dos años a partir del 2013"* (Entrevista a DCD01, 2014).

> *"Ayudo a coordinar las actividades de lo que quiera que hagamos, en caso de que no hay la presidenta dirijo las reuniones, me pongo al frente"* (Entrevista a SQP03, 2014).

Otro elemento valorado por las socias como importante es la adquisición de nuevos conocimientos. Rosa sostiene que ahora conoce cómo producir hortalizas, pues ella no sabía nada de estos cultivos, el gusto y el interés puesto para aprender le ha permitido

obtener buenos productos que hoy oferta en las ferias y en las canastas. En el caso de Hilda ella, recuerda con mucha gratitud el apoyo y conocimientos que recibió de una organización belga, por esto a una de sus vacas le llamó Kelvi pues no quería olvidarse del nombre de la técnica que le enseñó todo lo que ella sabe y le permitió salir adelante.

Para Hilda el haber participado en las organizaciones le ayudó a mejorar su situación económica y así criar y educar a sus hijos, pues se separó de su esposo borracho.

Genoveva, tiene 65 años, ella manifiesta que los talleres que recibió le han permitido elevar su autoestima. Siente que todavía es joven, que sirve para algo, pues el estar participando en la agrupación le ha permitido relacionarse con muchas personas y valorar su trabajo.

> *"Me siento como que todavía somos jóvenes, como que servimos para algo, si se puede trabajar todavía, antes parece que estábamos arruinadas en la casa"* (Entrevista a MGCP04, 2014).

Disminución de las miembras de AGROPACA

La pre asociación ha sufrido bajas y de acuerdo con las dirigentes entrevistadas esto se debió sobre todo a tres factores: a) la desilusión que sufrieron al ver sus expectativas frustradas; b) la presencia de las ONG nuevas que entorpeció el trabajo y generó desconcierto y c) la confusión por el tipo de comercialización.

a) La desilusión fue el motivo más grande del retiro de las miembras de la agrupación, al saber que la casa que se construyó era para la CORATEC y no para la agrupación como ellas lo habían pensado, pues ellas creyeron que ahí se iba a realizar el centro de acopio para las hortalizas, se iba a contar con un lugar propio donde realizar las reuniones, contar con oficinas, pero no fue así, esta fue la razón para que grupos enteros se retiren.

> *"….se retiraron no sé cómo se enteraron que esa casa no había sido para el grupo de mujeres, había rumores y ahí se retiraron grupos grandes como*

Paquiestancia que eran como unas 80, se retiró Chitachaka que eran más de 70,Cariacu así mismo eran hartísimas, se retiró la Chimba, y así se retiraron; dijeron algunas mujeres que aquí no nos van a venirnos hacer así, eso es el problema que más se retiraron, yo vuelta decía porque me voy a retirar si yo no vivo de eso, yo estoy vendiendo mis cosas y mi platita viene, y así les decía yo a las compañeras que no se retiren, eso fue el problema" (Entrevista a DCD01, 2014).

b) Otra situación según comenta la persona entrevistada para la disminución de las integrantes de la agrupación, se ocurrió debido a la presencia de otras ONG que intervinieron en las áreas de influencia de la CORATEC, estas ONG al parecer les brindaron más beneficios y así grupos que se habían formado con la CORATEC decidieron alejarse y fueron a integrarse a otras instituciones.

c) Confusión por el tipo de comercialización; según manifiesta la persona entrevistada, se presentó una gran confusión en algunas compañeras por el tipo de comercialización que se realizaba en la feria de la AGROPACA. Al inicio, las socias pensaron que en esta feria podrían vender de todo, incluso comprar productos y revender. Pero cuando se dieron cuenta que la regla es solo vender productos producidos en las propias fincas algunas mujeres decidieron retirarse; otro motivo fue la competencia entre vendedoras que no respetaban los precios establecidos de los productos para la venta. Todo esto se dio a pesar que ya se contaba con un reglamento interno para el buen funcionamiento de la feria, hubo algunas participantes que no quisieron cumplir y prefirieron retirarse.

"Algunas compañeras venían a revender productos, pensaron que la feria era para vender otros productos que no producían" (Entrevista a NCHP01, 2014).

"*…asi mismo ya se empezaron a pelear por las ventas, tanta cosa, ya las competencias, que querían vender de todo"* (Entrevista a DCD01, 2014).

Otro de los motivos para la disminución de las miembras, ha sido el cambio de actividades, unas decidieron ir a trabajar en las plantaciones de flores, en empresas, ir a estudiar, con la finalidad de mejorar sus ingresos.

"En mi grupo se fueron desuniendo, han buscado trabajo ya no son amas de casa" (Entrevista a MCHP06, 2014).

".....en mi grupo ha disminuido, porque se fueron a trabajar en las flores, en el Santa María, otra a terminar de estudiar enfermería para después trabajar" (Entrevista a MLLP009).

"Se retiran porque yo creo que se van a trabajar no se dedican a sembrar, porque si se requiere de dedicación" (Entrevista a MQPPF02, 2014).

Empoderamiento y extensión de las redes

El empoderamiento que ellas han logrado ha impactado en la generación de nuevos vínculos en varios espacios como en organizaciones, ferias, centros, microempresas, tiendas. Estos vínculos permiten a las mujeres garantizar la sostenibilidad de sus iniciativas productivas, pues si un vínculo se rompe, quedan otros que puedan sostener su iniciativa productiva y de esta manera la supervivencia. En muchos de los casos, estos vínculos tienen relación directa con los consumidores lo que permite tejer relaciones sociales equitativas entre el campo y la ciudad, como sucede en las ferias, en la venta de sus productos en las fincas.

"La característica de estas ferias es la atención, la cordialidad, es prácticamente relación pueblo con pueblo" (Entrevista a HPCFC01, 2014).

Como se puede observar en la Tabla 6, Laura mantiene 11 vínculos con los siguientes espacios: participa en la **RESSAK**, en esta organización ella participa en las reuniones, talleres, capacitaciones donde establece relaciones de afectividad entre las integrantes y con técnicos de las ONG o de las instituciones gubernamentales que las apoyan; participa en la entrega de **canastas** para ciertos funcionarios del MAGAP establece relaciones económicas con los consumidores; participa en las ferias de **Ayora, Conmujer, Biovida y La Campesina** en donde ella fortalece sus relaciones afectivas y económicas, ella viene participando en estas ferias desde que empezaron, forma parte de los centros: de **acopio de leche, mecanización agrícola, de turismo comunitario** de

su comunidad Paquiestancia, donde mantiene relaciones afectivas y económicas, en su casa ella mantiene vínculos afectivos y económicos con sus **vecinos**, además tiene **clientes especiales** a los que entrega ciertos productos.

Tabla 6:

Vínculos que Mantienen las Mujeres de AGROPACA y Espacios

NOMBRES	RESSAK		FERIAS					CENTROS			MICROEMPRESAS		OTROS		
	Organización	Canastas	Ayora	Conmujer	Biovida	La Campesina	UNOPAC	Acopio de leche	Mecanización agrícola	Turismo comunitario Paquiestancia	Plantación de flores	Lácteos	Venta en el sitio de producción	Clientes especiales	Tienda de viveres o pollos
Laura	X	X	X	X	X	X		X	X	X			X	X	
Delia	X		X	X							X	X	X		X
Rosa	X	X	X	X			X	X		X			X	X	
Celinda	X		X	X				X							X
Nelly	X		X	X											X

En la Figura 9, podemos observar cómo se tejen los vínculos que Laura ha logrado establecer a través de su experiencia como estrategia de supervivencia.

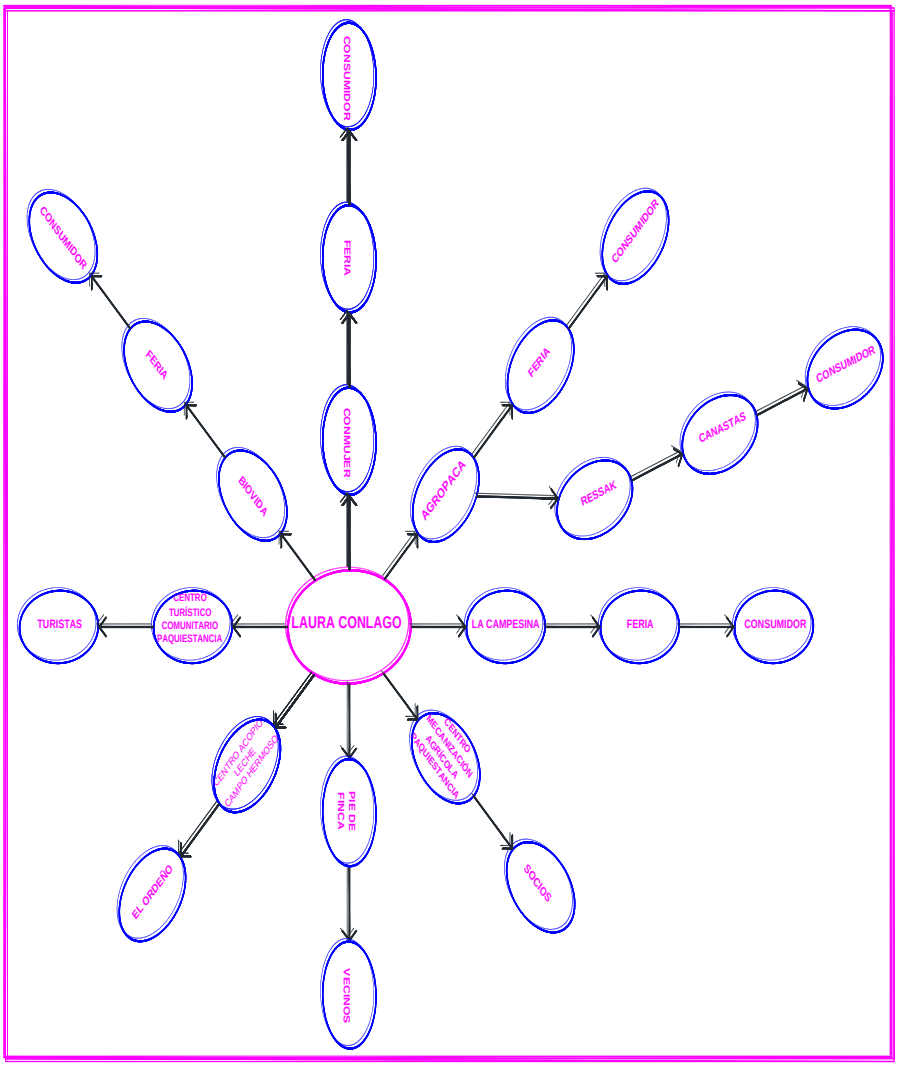

Figura 9. Vínculos que Mantiene Laura

Rosa, de cincuenta y tres años de edad, casada, forma parte del grupo Los Laureles; la experiencia adquirida le ha permitido establecer vínculos con algunos actores, con los cuales desarrolla diferentes actividades tal como se demuestra en la Figura 10.

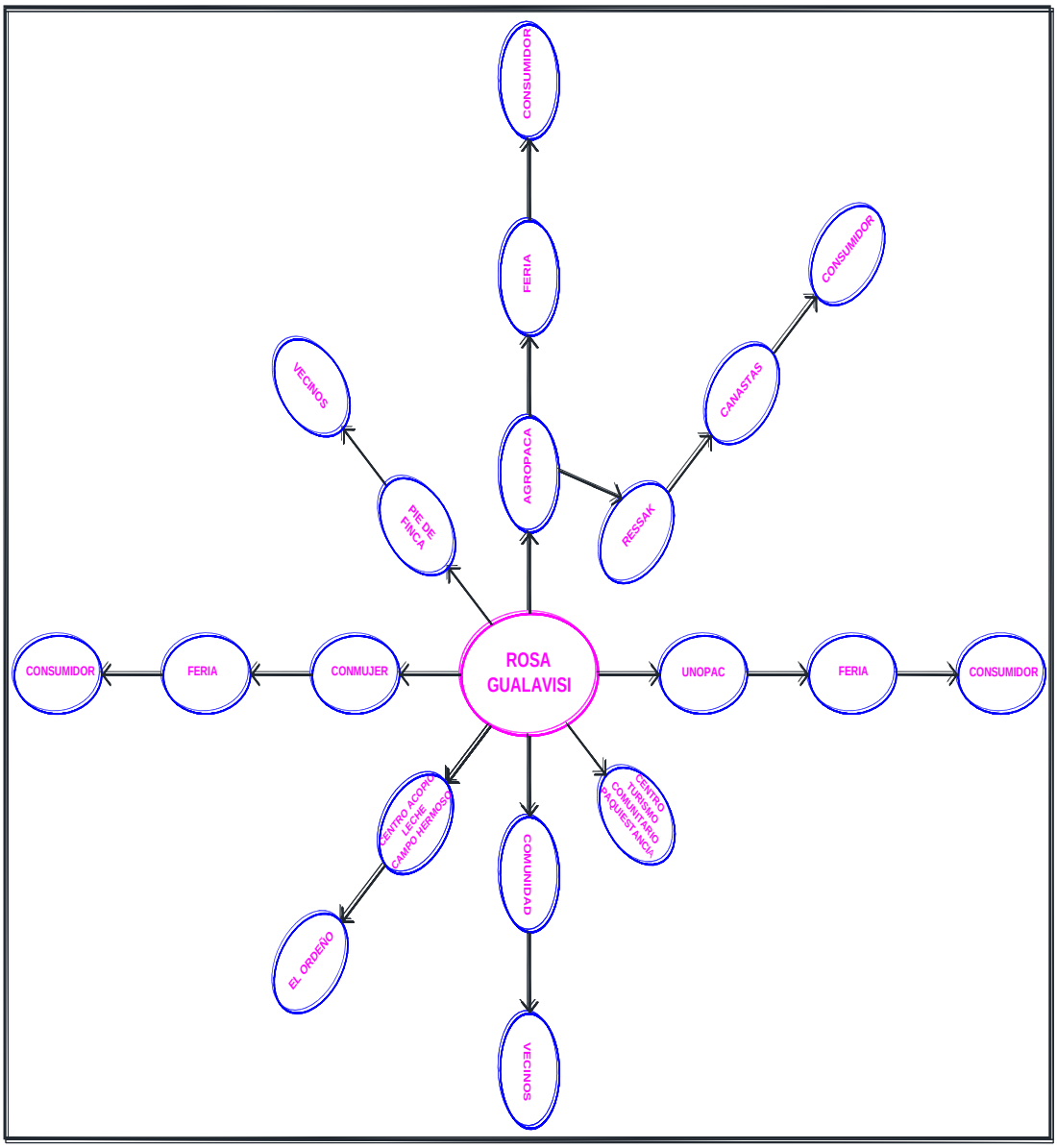

Figura 10. Vínculos que Mantiene Rosa

Nelly, de treinta y tres años de edad, casada, vive en Cayambe en el barrio el sigzal, forma parte del grupo Juan Montalvo; la experiencia adquirida le ha permitido establecer los siguientes vínculos, como se demuestra en la Figura 11.

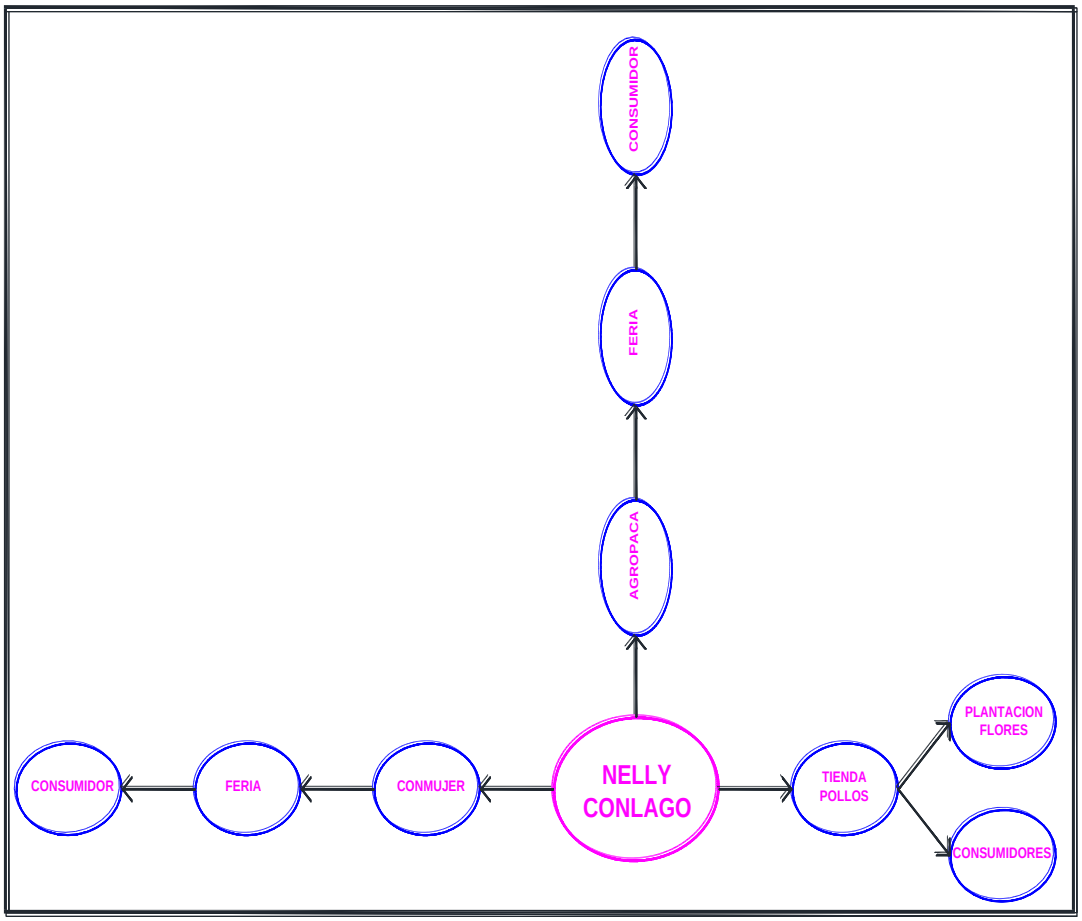

Figura 11. Vínculos que Mantiene Nelly

Capítulo 3

La comercialización de los alimentos: relaciones y espacios que cubren las mujeres durante esta actividad

Luego que las integrantes de AGROPACA fortalecieron la producción de alimentos destinados principalmente a la alimentación de la familia, contaron con excedentes que no podían ser consumidos y se dañaban. De acuerdo con una de las entrevistadas, hubo socias que se desmotivaron porque cultivaban, cosechaban y no tenían un lugar donde vender. Fue entonces cuando la Pre asociación conjuntamente con la CORATEC, decidieron organizar una feria donde las socias pudieran comercializar sus productos. Primero instalaron la feria en la parroquia de Ayora (Cantón Cayambe); más tarde, gracias a los vínculos de AGROPACA se logró que las mujeres ofrecieran sus productos en la feria de Cayambe y finalmente, debido a los cambios políticos se abrió un nuevo mercado con el MAGAP, a través de las canastas agroecológicas.

El objetivo de este capítulo es analizar de qué manera, las ferias y las nuevas relaciones a las que han accedido las mujeres han contribuido a lo que entiende Magdalena León por empoderamiento es decir a "desarrollar habilidades para formular y realizar actividades o a definir sus propias agendas" (Vázquez, Tuñon, Zapata, & Ayús, 2002, pág. 92). Se plantea como argumento que las ferias de alimentos han permitido el empoderamiento porque son espacios donde se visibiliza y valora el trabajo de las mujeres (en la producción y comercialización) y además los ingresos obtenidos contribuyen al sustento familiar (García & Soler, 2010). Para mostrar este argumento en este capítulo se analizan, las ferias y la entrega de canastas, las oportunidades y dificultades encontradas en cada feria y la contribución al empoderamiento de las mujeres.

3.1 Feria de Ayora: la primera experiencia

Como se dijo al inicio de este capítulo, dada la crisis que la falta de mercados generó entre las socias de AGROPACA, los representantes de la CORATEC concertaron la

entrega de los productos al dueño de una tienda en Ayora, donde se expendían hortalizas y frutas. Durante un año, se suministraron los productos a ese lugar, pero había mucha insatisfacción por los bajos precios que el intermediario les pagaba. Según comenta la persona entrevistada por una gaveta de taxos les pagaban a $ 2,00 o $3,00; por un atado grande de cilantro recibían $1,00; las entregas de los productos las realizaban los días jueves hasta las 10:00, porque en la tarde los dueños del local se iban a traer de Ibarra los productos que les hacía falta. Otras productoras decidieron vender en el mercado diario de Cayambe a las comerciantes, pero el pago que recibían por sus productos también eran muy bajos.

Según las entrevistadas, durante las fiestas parroquiales de Ayora, en el mes de mayo, se realizó una exposición donde AGROPACA presentó sus productos. Esta exposición tuvo buena acogida y la gente sugirió que este pequeño mercado funcione de manera permanentemente. Así, por iniciativa de las mujeres conjuntamente con la CORATEC, decidieron implementar la primera feria de productos orgánicos en la parroquia de Ayora. La feria se inauguró en mayo de 2005, y desde ahí ha venido funcionando todos los miércoles a partir de las 7:00 de la mañana.

Según comenta una de las entrevistadas, AGROPACA es la primera organización que implementó las ferias de productos orgánicos en el cantón Cayambe, ahí nació la frase "del productor al consumidor".

> *[…] ahí ya formamos el mercadito porque teníamos para vender, de ahí empezamos que* ***del productor al consumidor****, nosotras somos las primeras en formar los mercados, así una de las primeras fuimos porque sentíamos la necesidad de vender y formamos y por la necesidad de vender por lo que era barato vender en el otro lado nos quedamos así formamos ese mercadito y teníamos buena acogida….* (Entrevista a DCD01, 2014).

De acuerdo con los testimonios, lo primero que las mujeres debieron vencer fue el miedo a presentarse como comerciantes. Según una de las entrevistadas, la primera vez

que las mujeres salieron a las ferias, tenían temor, de vender sus productos, de que sus productos no valgan, de que los clientes les pregunten para que sirve, que se hace con eso, incluso habían mujeres que en las primeras ferias se escondían en los estantes.

> *"Cuando por primera vez salieron a las ferias las compañeras tenían un temor, tenían un miedo de vender sus productos, primero decían que los productos no han de valer, que han de decir que esto para que sirve, para qué y otro el miedo, el temor de relacionarse con el cliente, algunas compañeras en las primeras ferias se escondían en los estantes, se escondían"* (Entrevista a LMT01, 2014).

Para poder ayudarles a vencer estos temores los miembros de la CORATEC, realizaron capacitaciones con el fin de generar en ellas experticias como vendedoras. Así contrataron personas expertas en ventas. Se hicieron capacitaciones cuya metodología era reproducir una situación de venta: una de las mujeres ofrecía los productos a la otra, de esta manera ellas fueron perdiendo el miedo, hasta poder relacionarse ya directamente con los clientes.

> *"Yo era tímida, si los clientes venían a comprar bien, no decía nada, pero ahora ya nos soy tímida, yo les digo buenos días lleve quesito es producto sano, deben consumir una cosita sana, lleven para que prueben de seguro regresan"* (Entrevista a DUPPF01, 2014).

Actualmente la feria de Ayora continua funcionando todos los días miércoles en la Avenida del Ejército frente a la casa de la CORATEC, con el horario de atención de 7:00 a 11:00 lo que es la sección de hortalizas, lácteos, harinas, en cambio la sección de las comidas amplio su horario hasta las 12:30.

De acuerdo con las socias, para la buena realización de la feria existe un mecanismo de control que se llama comisaría. Se trata de dos socias electas por la asamblea que controlan "que las ferias se desarrollen con normalidad". Esto significa vigilar por el orden, el aseo, que las socias cumplan con llevar los productos que les fueron asignados.

Además, y si se presenta alguna observación como por ejemplo de que tal o cual compañera se ha retirado antes del horario previsto o si no lleva un producto tal como se ha solicitado, como es el caso de las zanahorias que deben llevar sus hojas, ellas se encargan de dar a conocer en las reuniones. Este rol, parecido al existente en los mercados regentados por los municipios, contrasta mucho con el ejercicio colaborativo y democrático del resto de espacios de la feria.

Un día miércoles en la feria

Las productoras vendedoras, empiezan a llegar desde las seis de la mañana algunas de ellas llegan en bus, pero la mayoría vienen en camionetas pagando carrera. A los pocos minutos llega Don Luis que es el encargado de abrir la puerta de la casa de la CORATEC, donde las mujeres guardan los estantes y mesas sobre los cuales colocan sus productos; conforme llegan se juntan y ayudan a armar las mesas.
Los consumidores llegan a partir de las 7:00 la mayor afluencia de clientes es a partir de esta hora hasta las 8:30, donde la mayoría de los productos ya se han terminado, especialmente ciertas hortalizas, la leche se termina a las 9:00 – 9:30. El número de productoras-vendedoras va desde 15 hasta 18 participantes, cada una ofrece los productos que les fueron asignados en la asamblea.

> *En la feria de Ayora están Carmen, Genoveva, ehh como se llama la compañera Sandra, compañero Antonio, compañero Rafael, mama Miche, mama María,, artesanales cuatro o cinco saben ser de artesanales, como 20 y 18 o 15 saben ser las que participan"* (Entrevista a DCD01, 2014).

Cada quien se instala en el puesto que les corresponde, así podemos encontrar a las siguientes mujeres con los productos que ofertan: hortalizas, leche, mote con chicharrón, aguas medicinales, tortillas de tiesto, harinas, quesos, pollos, comidas típicas y tejidos.

Ese día, cinco socias ofrecieron hortalizas. Dicen que generalmente salen nueve. De acuerdo con las explicaciones, la ausencia de socias ese miércoles se debe al mal tiempo

que dañó los cultivos o también a que las compañeras entregaron productos para las canastas y no tienen productos para vender en la feria. De acuerdo a las explicaciones, actualmente la feria se queda sin vendedoras porque muchas prefieren vincularse a la comercialización de las canastas agroecológicas. Por ejemplo María, quién era una de las participantes de la feria, ahora entrega las canastas y ya no participa con frecuencia a la feria.

Las productoras-vendedoras tienen una ubicación determinada para ofertar sus productos en la feria, esto se observa en la Figura 12.

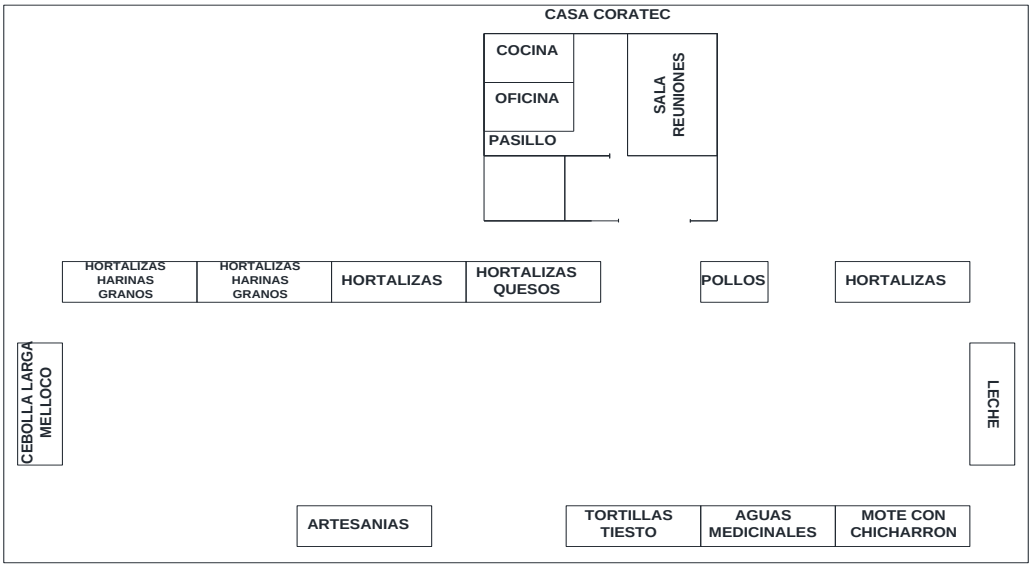

Figura 12. Ubicación de las Productoras-vendedoras en la Feria de Ayora

Los productos que se ofertan en la feria de Ayora son variables y su presencia depende de la época del año, de la zona agroecológica a la que pertenecen los productores. De acuerdo al reglamento interno de 2007, la decisión sobre los productos que cada socia debe ofertar es tomada en la asamblea. Sin embargo, de acuerdo al patrón establecido, la venta de hortalizas es libre para todas las integrantes de los grupos, mientras que otros productos como: lácteos, harinas, pollos, huevos, se establecen cupos y se otorgan con exclusividad a ciertas mujeres. Esto evita la competencia entre las participantes de la misma feria y así lograr vender todos los productos.

Los productos que se vendieron el día de la observación fueron aproximadamente 33. Entre los que se encuentran, las hortalizas: coliflor, col morada, cebolla larga, arveja, habas, nabo chino, papa nabo, apio, brócoli, remolacha, cilantro, rábano, lechuga, cebolla paiteña, acelga, zanahoria, las frutas: tomate de árbol, las harinas: machica, harina de maíz; granos molidos: morocho, trigo partido, arroz de cebada, carnes: pollo; alimentos preparados y comidas típicas como tortillas de tiesto, chochos, tostado, mote con chicharrón, caldo de gallina, asado de conejo, asado de pollo; lácteos: quesos, leche y las artesanías: tejidos.

El volumen de los productos que cada socia lleva es difícil de estimar y es justamente esto lo que permite a las socias un espacio de libertad para asistir a la feria con lo que cuenten. Pues no tienen un registro de las ventas y los volúmenes dependen de las facilidades de transporte con el que cuenten para sacarlos. De las condiciones geográficas y de transporte de la zona no es lo mismo acarrear en bus los productos, donde las porciones son menores, que contar con una camioneta.

En el Anexo 6, se muestran los productos y la cantidad que se ofertaron ese día de feria, así como también observaciones referentes a los valores que tienen que cancelar los productores para transportar sus productos, lo que en muchas ocasiones provoca la disminución de sus ingresos.

La comercialización de comida cocinada es un rubro especial pues a pesar de estar destinada a los consumidores de fuera, las principales clientas son las mismas socias. La decisión sobre qué tipo de alimentos debían preparar se estableció en función de los productos que producían las mujeres en sus parcelas; además, como se verá en páginas posteriores, el consumo de la comida preparada genera espacios de compañerismo y solidaridad. Las comidas que de acuerdo con la asamblea se ofrecen constan en la Tabla 7.

Tabla 7:

Comidas Ofrecidas en la Feria de Ayora

Comidas	Porción	Precio $
Caldo de gallina de campo	plato	2,50
Asado de borrego	plato	3,00
Asado de conejo	plato	2,5
Asado de pollo	plato	3,00
Asado de cuy	plato	3,00
Empanadas	ud.	0,15
Morocho	vaso	0,50
Chocho	fda.	0,50 - 1,00
Tostado	fda.	0,50
Zambo de dulce	vaso	0, 50

La persona que oferta los alimentos pre cocidos trae desde su casa algunos de los productos ya elaborados y los otros alimentos que falta de preparar los termina en la cocina de la CORATEC. Allí, prepara la parrilla para realizar los asados de pollo y de conejo mientras tanto su ayudanta prepara la masa para las empanadas que se venderá con el morocho a los clientes, a quienes se ofrecerá los alimentos en la sala de reuniones o en el pasillo ya depende de la privacidad que desee el cliente al momento de servirse. Ella también es la encargada de ofertar el chocho y el tostado pues así se ha decidido en la asamblea que las personas que ofertan la comida también ofertan estos alimentos. No se ofrece en una feria todas las comidas que constan en la tabla pero se procura tener una variedad de las mismas y se ha procurado capacitar a las mujeres en esta tarea. Por ejemplo, con el apoyo de Heifer, Laura recibió cursos de preparación y manipulación de alimentos y el día de la observación ella ofreció: caldo de gallina de campo, asado de pollo, asado de conejo, morocho con empanadas y chocho con tostado.

> *Los productos que utilizo para la preparación de los alimentos los produzco, tengo gallinas, pollos, morocho, trigo, cebolla, papas, mote, ají, culantro* (Entrevista a LC08, 2014).

> *…….ella misma tiene, tiene ajo tiene lechuga, tiene papas, tiene cuyes, tiene conejos, tiene pollos, ella misma tiene, lo que ella vende, tiene cebolla larga, lo que ha de comprar es sal, maní para la salsa, ella tiene todo, yo conozco, sin embargo a veces sí les compra a las compañeritas lo que le falta (Entrevista a DCD01, 2015).*

La persona encargada de la comida, compra a veces los productos que le hacen falta para preparar los alimentos ese día Laura compró cebolla larga y pollos a las compañeras, porque ese día le hicieron un pedido de asado de pollo.

La encargada de la comida manifiesta que al inicio se turnaban por grupos para ofertar la comida típica en la feria, pero como que la sazón de los alimentos variaba mucho, empezó a disminuir la cantidad de compradores, por lo que los grupos empezaron a tener pérdidas. Así, ella y otra colega terminaron especializándose en la preparación de las comidas y aunque la compañera ya está fuera de AGROPACA, continúa ayudándole a preparar los alimentos. A cambio, Laura le reconoce con unos cinco o seis dólares y cuando sobra comida también comparte con ella. Después de terminar de vender hasta las 12:30, realizan la limpieza del lugar.

Una de las productoras-vendedoras oferta harinas de trigo, máchica (harina de cebada), arroz de cebada, morocho partido, cholito (morocho y trigo partido), quinua, harina de maíz; los mismos que son procesados por ella y su esposo cuando es poca cantidad, caso contrario se lleva al molino.

Conforme avanza la mañana, es notorio ver la colaboración entre las compañeras que participan en la feria, pues cuando la mayoría de los clientes ya se han retirado de la feria 10:00 ellas comienzan a movilizarse entre los puestos de venta para entablar diálogos, otras van a ayudar asar el conejo y el pollo que estaba preparando la compañera de la comida para ofertar ese día.

La tesorera también empieza a movilizarse por los puestos para recoger la cuota semanal de US $ 0,50 a las compañeras que participan en la feria, la cuota se destina

para el pago del arriendo y para la compra de artículos de limpieza como papel higiénico, jabón, desinfectante, para cubrir necesidades que se presenten en la asociación, o para realizar algún festejo por ejemplo de navidad. Si alguna compañera del grupo se encuentra a travesando por una situación difícil o se encuentre enferma, se da a conocer a la asamblea y se decide el apoyo para la compañera ya sea en dinero o algún presente.

Ese día fue la novedad del conejo asado, el cual se consumió principalmente entre las socias. Algunas de las compañeras se quedaron con la gana. Es frecuente que entre unas 5 a 6 compañeras consuman lo ofertado por la compañera que prepara las comidas.

Las artesanías son un rubro aparte porque las personas que participan en esta iniciativa no tienen espacios para sembrar, pues la mayoría viven arrendando, pero se dedican a tejer y ofertan sus tejidos todos los miércoles. En la Tabla 8, podemos observar algunos de los productos que elaboran las integrantes del grupo artesanal y los precios a los que se ofertan.

Tabla 8:

Artesanías que se Venden en la Feria de Ayora

Artesanías	**Precio $**
Saquitos para niños/as	13,00
Gorras	3,00 – 4,00 y 5,00 varía de acuerdo al tamaño y modelo
Chambritas	15,00
Bufandas	3,00
Tapetes	5,00

Una de las integrantes del grupo, elabora el manjar de leche y compra la leche a las compañeras de la agrupación para elaborarlo. Observé además que Mariana ese día llevó a vender a las compañeras cuyes pequeños, pues ella a más de realizar los tejidos también tiene un pequeño criadero de cuyes.

Las mujeres del grupo artesanal valoran su tiempo, pues mientras participan en la feria ellas se encuentran tejiendo a la vez que dialogan. En la Figura 13, se observa a las mujeres tejiendo, mientras participan en la feria.

Figura 13. Mujeres del Grupo Artesanal Tejiendo Mientras Participan en la Feria de Ayora

La feria termina a las 11:00, las mujeres que no han terminado todos sus productos intercambian con las otras mujeres o les venden al fio, otras compañeras van a la cocina a ver si compran comida para llevar a sus hijos.

> *Entre compañeras nos compramos los productos y a veces hasta nos fiamos y vamos pagando poco a poco, por ejemplo ahora yo les compré a las compañeras artesanales un tapete, pero lo llevó fiado, me gustan los tejidos* (Entrevista a DUPPF01, 2014).

La permanencia de las productoras-vendedoras en la feria a pesar de que hayan terminado de vender los productos que trajeron se evidencia, ya que no pueden retirarse de la feria antes de la hora señalada, esto es una estrategia de venta.

No nos podemos retirarnos porque tenemos que hacer gente para que vengan los consumidores, no podemos irnos así ya hayamos terminado nuestro producto, tenemos que retirarnos todas a las 11:00 (Entrevista a MQPPF02).

Ese día hubo un asunto que tratar, la compañera María que les representa en la RESSAK estaba ahí para solicitar a las compañeras los productos y las cantidades que se va a enviar para las canastas, por lo que ese día las productoras se retiraron a las 12:00 a excepción de las compañeras que preparan las comidas que no se retiraron, pues ellas deben retirarse a las 12:30. Se observa en la Figura 14 el retiro de las productoras de la feria.

Figura 14. Retiro de las Productoras-vendedoras de la Feria de Ayora a sus Domicilios

¿Para qué ir a la feria? Participación e importancia de la feria.

De las productoras entrevistadas se pudo conocer que 7 de ellas, participan en la feria desde que se inició hace 9 años, 1 persona participa 6 años, 1 persona hace un año y dos de las productoras encuestadas ya no se encuentran participando en la feria, pues lo que producen está destinado para el consumo de su familia, debido a que su terreno es

pequeño. La mitad de las personas encuestadas participan todos los miércoles y el resto no participan todos los miércoles. Esto se debe, a que en uno de los casos tres productoras rotan para vender los pollos, en otros de los casos las productoras que ofertan las hortalizas salen únicamente cuando tienen producto.

> *Antes sólo yo era la encargada de vender los pollos pero debido a que el transporte me cuesta $8,25 ida y vuelta es muy caro y como llevo solo 20 pollos no me resulta salir todas las semanas, solicite a la asamblea que pida y autorice a otras compañeras para que vendan los pollos y hoy vendemos tres compañeras* (Entrevista a SQP03, 2014).

Las mujeres no ven a la feria sólo como el espacio para vender sus productos y obtener ingresos monetarios, sino que va más allá. Las ferias se han convertido para ellas en un espacio de comunión, donde se desarrollan los principios de solidaridad, reciprocidad, también es el espacio de compañerismo, donde es fácil desahogar sus problemas y alivianar su dolor o encontrar la solución.

> *Cuando se tiene algún problema que no falta, se viene con iras, con pena; pero aquí se olvida, para mí es una alegría cuando salgo; aunque después que llegue nuevamente el problema, pero aquí me olvido un rato y se olvida porque ya salgo y con mis compañeras converso* (Entrevista a LCP08, 2014).

> "*Vengo a compartir un rato con mis compañeras, con los consumidores, nos reímos, conversamos, nos damos consejos, me olvido un rato de los problemas, es bonito participar en las ferias, me distraigo"* (Entrevista a CQPPF03, 2014).

Otros van por encontrar afecto y compañía, como es el caso del adulto mayor que es viudo, y que en su casa se siente sólo, a pesar de que vive con su hijo y sus nietos pero según comenta, su hijo y su nuera trabajan, sus nietos estudian y él queda solo en la casa, por eso él va a la feria, *no es mucho por la plata sino por estar tranquilo, conversando con mis compañeras* (Entrevista a AQPPF04, 2014).

> *Por tranquilidad más que no ganemos también pero estamos un ratito tranquilas, conversando, riéndonos, nos distraemos si quiera* (Entrevista a, MGCP04, 2014).

Algunas personas entrevistadas, comentan que participan en la feria por descansar un rato, porque realizar los quehaceres de la casa es cansado, *por salir un rato de la casa a descansar de los quehaceres no ve que sí es cansado, a pesar que hasta en la feria seguimos tejiendo pero estamos riéndonos, conversando, me libro un poco* (Entrevista a MLLP09, 2014). Otras participan por mejorar su salud, porque en la feria se des estresan, *me siento más sana, porque me des estreso* (Entrevista a NCHP01, 2014).

Otra razón por la que van a la feria, es por la satisfacción que ellas sienten al vender sus productos y ver que los consumidores les están esperando, según comenta la persona entrevistada, los consumidores se siente muy satisfechos porque valoran su producto, se dan cuenta que es bueno, *siento satisfacción cuando vendo mis productos, ver que las caseritas me están esperando que llegue. Me siento bien porque vengo a vender mis hortalizas* (Entrevista a RGP07, 2014).

Fijación de los precios.

Según comenta la persona entrevistada, los precios se han fijado en función a los costos de producción y no en función de la oferta y la demanda. Los precios fueron fijados en la asamblea, además indica que los precios se han mantenido por mucho tiempo. Únicamente en el mes de junio del presente año, se autorizó en la Asamblea el aumento de US $ 0,05 a ciertas hortalizas que se vendían a US $ 0,25 como el culantro, el apio entre otras, hoy estas hortalizas se están vendiendo a US $0,30.

En la Figura 15, podemos observar que el 73% de las productoras encuestadas indican que el precio se mantiene, el 18% que el precio disminuyó y el 9% que aumento.

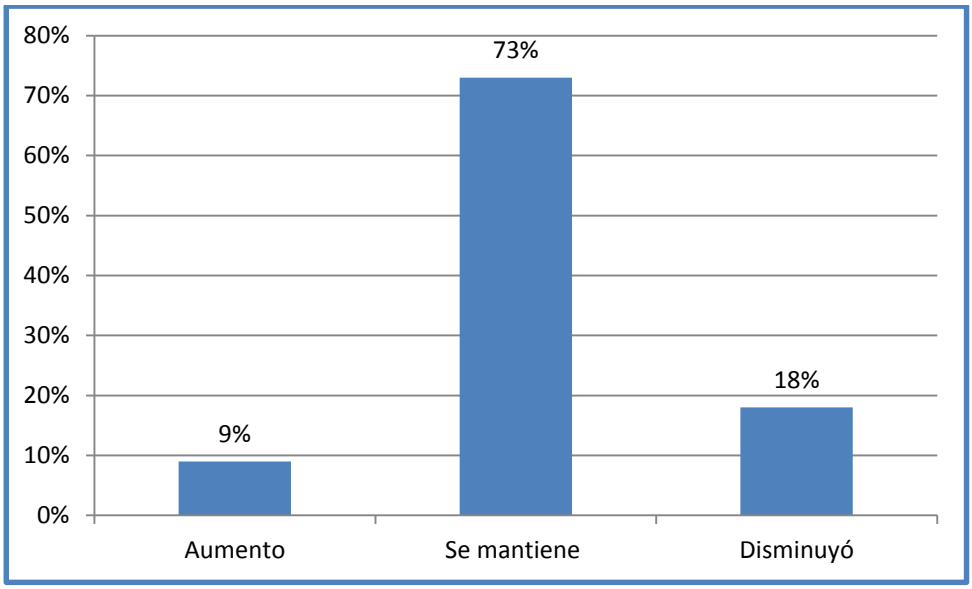

Figura 15. Variación de Precios de los Productos

Se hace referencia a las opiniones de las personas encuestadas sobre si el precio se mantiene, aumentó o disminuyó. Con respecto al 73% de las personas encuestadas, que indican que el precio se mantiene mencionaremos algunas de las opiniones:

> *Se mantienen durante varios años* (Entrevista a MCAP05, 2014).

> *Se mantienen, porque nosotros establecemos los precios de acuerdo al reglamento interno, por ejemplo por varios años se ha mantenido el valor de $ 0,25 en ciertas hortalizas, pero hoy se está ofreciendo a $0,30* (Entrevista a NCHP01, 2014).

> *Se mantienen, se vende a $0,25 – 0,50 no se ha subido nada (Entrevista a* MGCP04, *2014).*

> *Es fijo no podemos vender a más* (Entrevista a, LCP08, 2014)

Referente al 9% de personas encuestadas, que indican que el precio aumentó, este resultado se dio porque hicieron referencia a la venta de pollos y se debe recalcar que

el precio del pollo es bien variable; a continuación mencionaremos las siguientes opiniones,

> *Nosotros como criamos pocos pollos la inversión es grande y nos toca vender a un poquito más que lo que venden en las tiendas, en cambio los que venden en las tiendas a ellos les entregan las grandes empresas que crían pollos, y les dejan a precios bajos, por eso ellos pueden vender a menor precio* (Entrevista a, SQP03, 2014)

> *Se mantiene, $0,30 lo mínimo pero sí logramos vender a más dependiendo del porte y de la calidad, depende del amarrado por ejemplo el amarrado de la remolacha vale $0,50 y de la zanahoria igual* (Entrevista a LCP08, 2014).

Del 18% de las personas entrevistadas que indicaron que el precio disminuyó, manifiestan las siguientes opiniones:

> *Si, cuando hay exceso toca vender a menos, porque llegan compañeras con bastante producto y por irse rápido cuando tienen algún apuro, venden más barato* (Entrevista a MCP02, 2104).

> *Algunos vendedores en la feria de Cayambe dan a $ 0,50 el lt., de leche (*Entrevista *a* MCAP05, *2014).*

> *Depende del porte y de la calidad (*Entrevista *a* MCHP06, 2014).

En el último año la oferta de productos no ha variado pero si ha disminuido la cantidad, especialmente las hortalizas. Esto se debe a que algunas de las socias han dejado de producir por enfermedad o porque están entregando las hortalizas para las canastas por lo que su participación ha dejado de ser permanente.

Los y las clientes en la feria de Ayora.

Según lo observado y entrevistado, los clientes que acuden a la feria son en su mayoría mujeres que se dedican a los quehaceres domésticos. También se observan hombres. La edad comprendida de las/os consumidores va desde los 33 años hasta los 80 años de edad.

Lo más interesante fue que en esta feria hay gran afluencia de adultos mayores que se encuentran jubilados o cesantes, ellos vienen a realizar las compras para su familia, pues la mayoría de ellos viven con sus hijos, nueras y nietos. De acuerdo con las socias de los 55 que visitan la feria 10 o 12 son adultos mayores y que viven cerca de la feria, todos los consumidores son de la parroquia, "*hoy sólo vienen mayorcitos a comprar en la feria por la cercanía, la vecindad"* (Entrevista a, NCHP01, 2014). En la Figura 16, se observa a dos adultos mayores comprendo leche a una productora.

Figura 16. Adultos Mayores que Participan en la Feria

La gran mayoría de las personas visitan la feria todos los miércoles y desde que esta se inició, hace 9 años, un número menor visita la feria desde hace dos y tres años y vienen pasando una semana.

Actualmente la feria cuenta con un promedio de 55 clientes fijos, que van por la comida, por los productos y por los lazos que se tejen con las vendedoras. Muchas de las clientes opinan que los productos que se adquieren en el lugar son sin químicos, son productos orgánicos por lo que no afectarán su salud, son productos frescos, por el precio y por la cercanía. Otros consumidores hacen referencia a la afectividad como la razón para venir a la feria.

> *Por ver a la gente que me recuerda por lo que trabajaba en el sub-centro, me topo con gente que me reconoce y me agradecen el apoyo que les pude brindar cuando trabajaba, es muy gratificante que se acuerden y le agradezcan* (Entrevista a, RZCFA01, 2014)

> *El ambiente de compañerismo que tienen eso es chévere, ver como se comparten. A veces yo les ayudo hasta a sacar las cosas, debemos ser útiles hasta cuando se pueda* (Entrevista a, HACFA05, 2014).

Además en esta feria se mantiene la relación de casería.[14] Es decir una relación entre clientes con vendedoras fijas en las cuales confían; en reciprocidad, las vendedoras dan prebendas a sus consumidores fijos. Además la amabilidad es un valor reconocido por los y las clientes es una particularidad de estas ferias "*Todas son muy amables".*

Los productos preferidos por los y las clientes son las hortalizas (lo que puede ser un indicativo de la valoración de su procedencia orgánica), sigue el queso y la leche. Esto se observa en la Figura 17, se observa la preferencia de productos por parte de los consumidores.

[14] Esta es una relación muy importante en el área Andina.

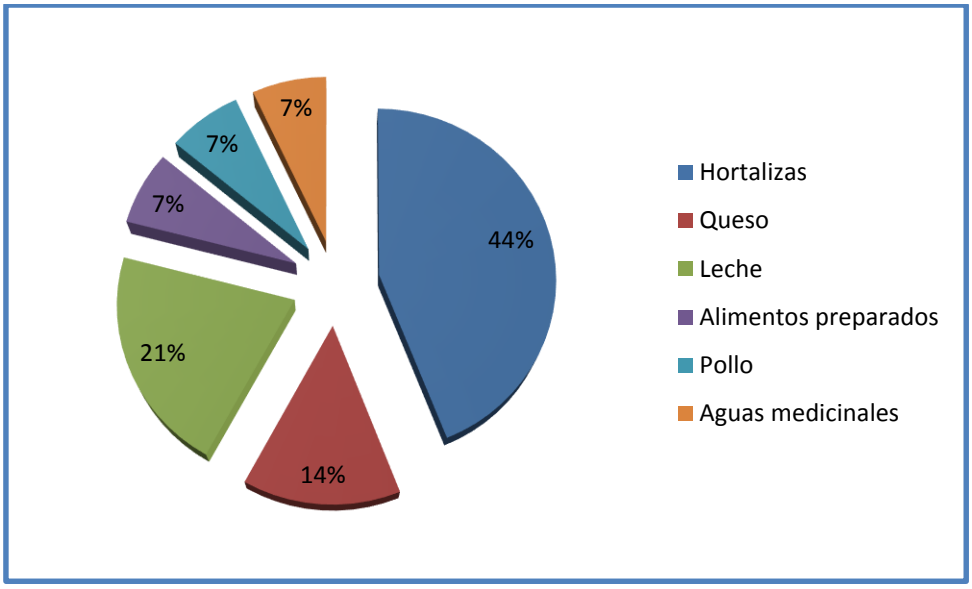

Figura 17. Preferencia de Productos por parte de los Consumidores en la Feria de Ayora

Problemas en la comercialización.

Las personas entrevistadas manifiestan que los principales problemas que se presentan en la comercialización de sus productos son: a) el costo elevado del transporte y la incomodidad de los buses y camionetas que deben utilizar; b) la competencia en precios con la feria de Cayambe.

De acuerdo con las personas entrevistadas, el costo del transporte en camioneta es muy elevado y a veces el producto de la venta no cubre ni el pago del mismo. Por eso tienen que venir en bus, pero el inconveniente es que en ese medio no pueden traer mucho. Generalmente los buseros cuando ven a las personas con mucha carga no les traen; el argumento es que en la mañana viajan los estudiantes.

La competencia con la ferias de Cayambe es un problema latente. La mayoría de las personas entrevistadas mencionaron que el número de clientes ha disminuido y que las causas para que se haya dado esta disminución la atribuyen a la apertura de otros espacios de ferias agroecológicas. De hecho, en Cayambe funcionan la feria Biovida que también funciona los días miércoles; la feria de La Campesina los días viernes. Esta apertura de nuevas ferias provocó que los consumidores que venían de Cayambe ya no

vengan. También clientes que venían de otros lugares como de Santa Clara y Tupigachi ya no vienen debido a que ahora pueden comprar en un lado u otro lado. Además debido a que la feria es pequeña, comparada con la de Cayambe, los clientes no encuentran la variedad y cantidad de productos que tiene la otra; esto ocasiona que los consumidores no encuentren todo lo que necesitan y otros se queden sin el producto. Una de las personas entrevistadas comenta que tienen problemas con algunos de los consumidores porque a veces el producto es pequeño y les dicen que traen productos que no valen, y comparan con los productos ofertados en la feria de Cayambe. Y concluye que para no quedarse con los productos optan por bajar el precio, *algunos vendedores en la feria de Cayambe por ejem., dan a $0,50 el litro de leche y a nosotras también nos toca vender a ese precio"* (Entrevista *a* MCAP05*, 2014*).

Un pequeño porcentaje mencionó que el número de clientes ha aumentado. Esta percepción fue relacionada a los clientes que vienen por la comida típica, pues vienen desde Calderón un grupo de personas cada 15 días y además por el personal del subcentro de salud de Ayora que están llevando la comida y antes no lo hacían, *en la sección comida más bien ha aumentado*. También relacionan el aumento de clientes porque se termina todo el producto que llevan a vender, sin considerar que el volumen que llevan es bajo, *porque se termina el producto, se acaba todo.*

> *En Ayora la gente regatea el precio y quieren yapa, es por eso que las compañeras no sacan mucho producto y prefieren guardar para vender los domingos en Cayambe, porque la gente valora el producto y pagan sin pedir rebaja, a esta feria también viene más gente de afuera* (Entrevista a SQP0P03).

El problema del transporte y de la competencia de la feria de Cayambe ha impactado en la percepción de los clientes sobre la feria. La mayoría de los consumidores manifestaron que el número de clientes en la feria ha disminuido, y lo atribuyen a que en la feria ha disminuido la oferta de hortalizas; otros indican que ha disminuido porque en Cayambe también hay ferias, por la poca cantidad de productos que traen

para vender, no hay variedad ya que productos como la carne de borrego que se ofertaba, hoy ya no se oferta.

> -*Creo que han rebajado porque hay feria los viernes en la Casa Campesina en Cayambe* (Entrevista a MQCFA04, 2014).

> -*Sabía estar más lleno, se veía llenito, amenorado bastante las hortaliza eso creo que llamaba la atención más* (Entrevista a MCCFA03, 2014).

> -*Traen muy poquito de productos, ahora mismo ya se ha terminado el brócoli y la coliflor*. (Entrevista a ACCFA02, 2014)

> - *No hay variedad de productos, incluso la señora, que salía con carne ya se ha ido dicen que está vendiendo en otra feria, porque allí vende más (*Entrevista *a* ACCFA02, *2014).*

Referente al aumento de consumidores a la feria, los entrevistados mencionan que el aumento se debe a que la gente se da cuenta de que los productos son sin químicos, *aumentado porque la gente se dan cuenta de que los alimentos no son fumigados,* otra de las razones por la que aumentado se acredita porque los productos son buenos. Los consumidores sugieren a las productoras que traigan más productos y que sigan con la misma cordialidad hacia los clientes.

3.2 La feria en Cayambe

Según comenta la persona entrevistada, Las mujeres de la AGROPACA al ser parte de la Coordinadora Parroquial de Mujeres de la Parroquia Ayora, conjuntamente con una concejala, trabajaron por conseguir un espacio político para las mujeres a nivel cantonal y lo consiguieron es el Consejo Cantonal de Mujeres de Cayambe-Conmujer.

La misión de esta agrupación fue crear, coordinar, orientar y organizar a las mujeres del cantón para fortalecer sus capacidades, y fomentar su participación. Para lograr esto se realizaron programas de capacitación, se fomentó la producción agropecuaria y artesanal y la comercialización de productos. Este Consejo Cantonal de mujeres trabajó con financiamiento municipal, para su dirección contaba con una Directora Ejecutiva y un directorio conformado por las Coordinadoras de cada una de las Parroquias del Cantón (Endara, 2008).

Para apoyar la comercialización se decide que las mujeres de CONMUJER pueden formar parte de la feria dominical de Cayambe. La "plaza dominical" es el mercado de mayor importancia en la ciudad de Cayambe y se realiza los días domingos. La plaza donde se realiza la feria es un espacio urbano semi-abierto (véase Figura 18), situado en el centro de la ciudad en la confluencia de las calles Rocafuerte y 24 de Mayo. También este espacio tiene importancia porque cada año, se efectúan las corridas de toros populares.

La feria CONMUJER es un espacio de comercialización al interior de la plaza dominical. Las integrantes son grupos de mujeres, que ya tenían ferias en sus parroquias y un grupo del centro de Cayambe. La participación se garantizó por medio de un comodato para uso de la plaza por 10 años para que oferten sus productos. Este comodato fue otorgado por el cabildo de Cayambe. Según manifiesta la persona entrevistada, al inicio se presentaron problemas con los vendedores de la asociación de vendedores de la plaza dominical, que no permitían que ellas vendan ahí.

Un día de feria con CONMUJER.

A la "plaza dominical" llegan comerciantes y productores por la madrugada del día domingo. Vienen comerciantes de otras provincias como: Cotopaxi, Santo Domingo de los Sachilas, Imbabura, Carchi. En esta feria se puede encontrar: carnes de res, cerdo, borrego, mariscos, hortalizas, papas, frutas, productos de la costa como: yuca, verde, plátanos, frutas, ropa nueva o usada, huevos, quesos, zapatos, herramientas, comidas.

Las mujeres que participan en la feria de Conmujer ocupan la parte noroccidente de la plaza y participan mujeres de las parroquias de Olmedo, Cangahua, Ascázubi, Ayora Juan Montalvo y Cayambe. Se ubican de acuerdo al puesto que les han asignado en la asociación.

Figura 18. Plaza Dominical, Donde se Realiza la Feria en Cayambe

Las mujeres de la agrupación empiezan a llegar desde las 5:30 hasta las 7:30, para armar las carpas, las cuales se encuentran encargadas en el segundo piso de una casa donde se arrienda.

Los consumidores empiezan a llegar temprano desde las 6:00, en algunas ocasiones no les dan tiempo ni de armar las carpas a las compañeras que llegan a esa hora. Las carpas que cobijan a las vendedoras de CONMUJER son 10 carpas de 2m, por el tamaño de las carpas las hortalizas se ofertan en las gavetas; las productoras vendedoras llevan un mandil con la identificación de CONMUJER (ver Figura 19).

Figura 19. Oferta de productos en la feria de Cayambe

Las mujeres de AGROPACA ocupan 4 carpas, el número de mujeres que participan en esta feria es de 9 a 12, la mayoría de ellas son las que también participan en la feria de Ayora. Ese día domingo, se constató la participación de 11 compañeras de AGROPACA. Las carpas asignadas resultan estrechas y ellas se dan modos de acomodarse con su producto. Si no alcanzan los productos son ofrecidos fuera de las carpas o en el corredor, dependiendo de la cantidad de productos que lleven una carpa pueden ocupar de dos a cuatro productoras-vendedoras.

Productos que se ofertan y precios.

A diferencia de la Feria de Ayora, en Cayambe, los productos que se ofertan no son asignados por la asociación sino que cada persona lleva lo que ha cosechado. La diversidad depende de la época del año y la zona agroecológica a la que pertenecen las productoras. Debido a que hay más vendedoras –porque no solo AGROPACA está presente-, se venden cincuenta y tres productos como son hortalizas, frutas, harinas, granos, alimentos preparados, lácteos, huevos. En esta feria AGROPACA no saca a la venta ni comida típica, ni artesanías porque hay mucha competencia. Así, los productos

que AGROPACA ofrece el día domingo en Cayambe son: aguas medicinales, frutas, harinas, hortalizas, huevos de campo, gallinas de campo, leche, pollos, quesos.

Al igual que en la feria de Ayora, es difícil de estimar el volumen de venta pues, no se lleva un registro. Generalmente los volúmenes son bajos por la restricción del transporte y porque no tienen la exigencia de cubrir volúmenes de venta –como se explicó en el caso de Ayora. La feria de CONMUJER, se termina a las 10:00 o 11:00 y su finalización depende de la cantidad de productos ofrecidos y de clientes que concurran.

El Municipio de Cayambe a través de la policía municipal cobra a las productoras ese día, por el asiento de plaza $1,00. Además deben aportar con $0,80 mensuales cada una, para pagar el arriendo del cuarto donde se guardan las carpas.

Al igual que en la feria de Ayora, los productos que los consumidores más compran son las hortalizas, luego está la leche, los pollos, en la Figura 20, se pueden ver los porcentajes de preferencia. Al igual que en la feria de Ayora el producto de mayor preferencia son las hortalizas, debido a la procedencia natural del producto.

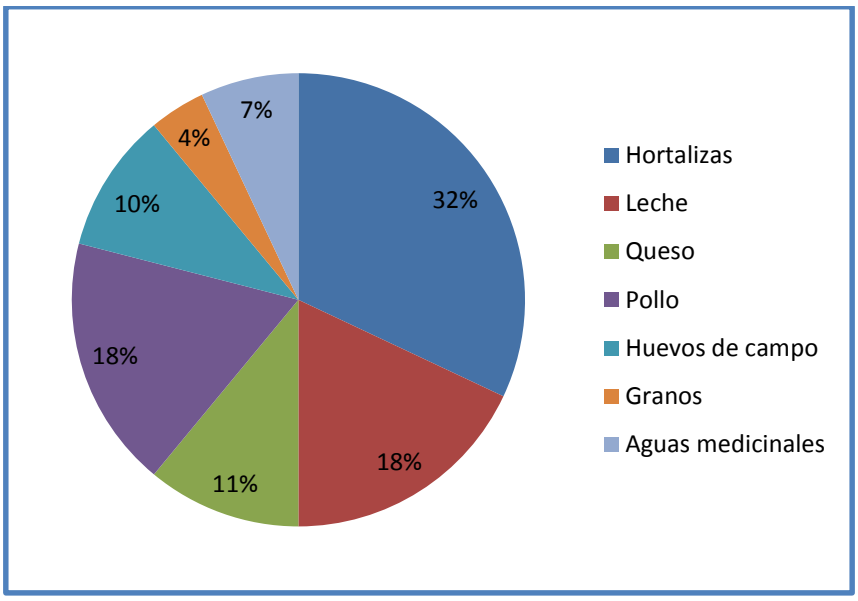

Figura 20. Preferencia de Productos por Parte de los Consumidores en la Feria de Cayambe

Los precios de los productos en la feria son los mismos que en Ayora a diferencia de la leche, que se vende a $ 0,55; cinco centavos más que en Ayora, los precios van desde los $0,30 para los atados de hierbas medicinales y de condimento, huevos de campo a $0,20 en esta feria se puede mantener el precio de $0,50 para la mayoría de las hortalizas pues los consumidores no regatean, también hay productos como las legumbres: arveja, fréjol y habas y frutas como el tomate de árbol, la granadilla que cuesta $ 1,00 la funda de 8 o 10 unidades, sin embargo el precio también va a depender del tamaño, calidad y en algunas ocasiones de la oferta. Una de las vendedoras opina así acerca de los precios:

> *El precio de los pollos sí es bien variable, a la feria de Cayambe viene pollos de Otavalo y los compradores dicen que está a menos y nos toca bajar el precio, pero hay consumidores que conocen el producto y ellos sí pagan el valor, actualmente estamos vendiendo a $1,45/lb* (Entrevista a SQP03, 2014).

Problemas en la feria de CONMUJER.

La presidenta de las productoras-vendedoras de CONMUJER, manifiesta que ese cargo lo mantiene desde hace seis años y recuerda que eran 150 mujeres las que conformaban, hoy son 50 de las cuales 39 participan en la feria. Ella representa a las mujeres en las reuniones que realiza la asociación de vendedores del mercado dominical cuando las invitan, pero si participan por ejemplo para las fiestas de San Pedro de Cayambe donde la asociación del mercado dominical es participe, ella está pensando que Conmujer debería participar sola con el fin de visibilizar a la organización.

Actualmente se encuentran con el problema de que el comodato que tenían para 10 años está por finalizar en el 2016. Han empezado a gestionar con la alcaldía para que se les realice un nuevo comodato.

> *Estamos en relaciones directas con el Alcalde actual para solicitar un nuevo comodato y es él precisamente el que nos pidió que formemos una Directiva*

para que podamos gestionar. Yo estoy a cargo y estaré luchando hasta cuando pueda (Entrevista a RPPC, 2014).

Según manifiestan las personas entrevistadas, el número de consumidores en esta feria ha aumentado y esto lo atribuyen al crecimiento de la oferta de productos como la leche que antes vendía una sola persona y ahora venden 4 o 5 personas y entre todas venden de 10 a 12 tarros. Y a mayor cantidad de consumidores. Otras personas entrevistadas manifiestan que el número de consumidores se mantiene igual que el año anterior cuya concurrencia es de 400 clientes.

Una estrategia que tienen para mantener la oferta de productos es ayudar a las mujeres que no les gusta salir a vender o producen ocasionalmente. La ayuda en que otras mujeres de la asociación se encargan de comercializar los productos. Una de las entrevistadas explica esto:

….a*lgunas de las compañeras no les gusta salir a vender, tienen recelo y nos piden que les demos vendiendo, porque ellos tienen una producción esporádica y si se les diera turnos para que participen en la feria se perdería la estabilidad y se perdería a los clientes* (Entrevista a RGP07).

Los clientes en la feria CONMUJER

Al analizar la relación con los clientes en la feria CONMUJER de Cayambe, es posible observar que ellas han desarrollado habilidades como comerciantes y que, los vínculos generados con los clientes, son fuente de realización personal y afectividad.

Durante la observación en la feria fue posible constatar que la mayoría de clientes que acuden a la feria son mujeres, aunque también hay participación de hombres. La edad fluctúa entre los 40 años hasta los 60 años. La mayoría de ellos se dedican a los quehaceres domésticos, otros son empleados privados, otros tienen negocio propio e

inclusive uno de los entrevistados es Abogado, la composición de sus familias está entre 2 y 5 miembros.

La mayoría de personas conocen la feria desde que se inició hace 8 años, otros vienen desde hace cinco años, dos años y hace 1 año. De acuerdo con las entrevistas, la mayor parte de clientes realizan las compras en la feria todos los domingos.

Se pudo conocer que las razones por las que vienen los clientes a esta feria son: a) porque los productos son frescos; b) son orgánicos o sin químicos; c) por la cercanía; d) por el precio; e) por la variedad de productos que se ofrecen; finalmente se menciona que el ambiente de la feria es tranquila y amigable refiriéndose con esto a la amabilidad de las personas, *la feria es muy buena, la gente es muy sociable"* (Entrevista a GACFC04, 2014).

Relaciones de los compradores- consumidores - Caseras

Las relaciones de los consumidores con las productoras-vendedoras se tejen en función del afecto y la confianza, es por eso que la mayoría de los clientes manifiestan tener caseras. La amabilidad de las productoras-vendedoras es relevante en las expresiones de los clientes, *son bien amables, son muy amables hasta cuando me falta $0,10 me dicen deje no más y yo después les pago* (Entrevista a LECFC07, 2014).

Por su parte, las socias dicen que, las relaciones con los consumidores son excelentes. Ellas han logrado tal reconocimiento que les buscan en las ferias a la cuales ellas participan. Existen además lazos de amistad entre algunos consumidores y vendedoras. Ellas se llevan bien incluso bromean, confían del producto que llevan a su casa, cuando están por la calle es gratificante oír un saludo de algún cliente, que las reconocen, algunos de los clientes entablan conversaciones.

> *Excelente, son fieles caseros antiguos nos buscan en las ferias de Ayora, Cayambe y Juan Montalvo* (Entrevista a AQP03, 2014).

> *Leales, sólo me esperan que llegue con los productos, más demoro en irme que en regresar* (Entrevista a RGP07, 2014).

Los consumidores sugieren a las productoras, que se mantengan hasta más tarde, que haya variedad de productos y cantidad, que sigan atendiendo cordialmente, que continúen así porque son buenas personas, que sigan adelante con la labor que están realizando, que se incentive a la gente para que la feria no se pierda.

Las relaciones entre las socias participantes de la feria.

Según manifestaron las productoras-vendedoras, a lo largo de los años las relaciones entre ellas se han fortalecido. Ahora se conocen y se llevan muy bien, "*más antes había egoísmo, pero ahora nos llevamos bien las que estamos".* Lo más relevante que se pudo observar es la solidaridad que existe entre ellas. Por ejemplo durante el levantamiento de datos se observó que una compañera llevó habas de dulce y compartió con todas las compañeras de la feria; así mismo cuando una de las compañeras necesita que le ayuden a vender viene la otra compañera y le ayuda. Manifiestan también si alguien de ellas está a travesando por una situación difícil o una enfermedad, en la Asamblea se decide apoyarla con dinero o un presente; otro aspecto relevante es que cuando no han vendido todos los productos que han llevado a la feria ellas se intercambian, otras se compran o incluso llevan fiado, lo que garantiza que ellas vayan llevando variedad de productos para su familia,

> *En las ferias compartimos lo que llevamos, nos ayudamos en la venta, a veces yo estoy ocupada vendiendo la leche y vienen también a comprar el mote que llevo entonces las compañeras me dan vendiendo, compartimos lo que llevamos comimos juntas aunque ya estamos llenas le compramos a mi compañera de las comidas. Si nos sobra los productos nos obsequiamos o cambiamos o nos compramos* (Entrevista a MCHP06, 2014).

Solidaridad, este principio se evidenció el día de feria, cuando por un momento hubo varios clientes comprando al compañero que vende las cebollas y se acercó la compañera de las hortalizas ayudarle a vender y a cobrar (ver Figura 21).

Figura 21. Ayudando al Compañero a Vender y a Cobrar

3.3 Las canastas agroecológicas

Desde el mes de octubre de 2013, la AGROPACA al formar parte de la RESSAK, con el apoyo del Proyecto Centro de Transformación, Transferencia y Comercialización – CTTC, financiado por el Programa de Desarrollo Rural del Norte de Ecuador PDRN – Pichincha y con la participación del Gobierno de la Provincia, a través de su administradora se inició un proceso de relación con la Coordinación General de Redes Comerciales[15] del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca –MAGAP.

[15]Coordinación General de Redes Comerciales del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuacultura y Pesca, coordinación que tiene como misión "articular la oferta de políticas públicas del gobierno central y GAD´s a través del impulso de redes comerciales locales asociativas de la agricultura familiar campesina para la provisión sostenible de alimentos sanos y suficientes para la alimentación nacional y el desarrollo digno de las familias rurales" (Coordinación de Redes Comerciales, s/f).

A través de esta relación la RESSAK, AGROPACA participó en varios eventos y ferias agroecológicas donde se promocionaron los productos agrícolas en el MAGAP.

El objetivo de estas ferias fue incentivar que los funcionarios del estado consuman productos agroecológicos. También participaron en talleres organizados por la Coordinación de Redes Comerciales, en los cuales se dio a conocer el funcionamiento del sistema de canastas agroecológicas. A estos talleres asistieron también otras organizaciones de productores como: de la Argelia Alta, Zapallo Verde, Mega Sano, la finalidad de estos talleres fue llegar a determinar qué grupo de productores estaban en la capacidad de entregar canastas a funcionarios del MAGAP.

A partir de estas reuniones, las representantes de AGROPACA, conjuntamente con las otras organizaciones, deciden incursionar en esta nueva forma de comercialización. Así en febrero de 2014 se inician las conversaciones para la entrega de canastas a un grupo de empleados del MAGAP y, se comienza la comercialización en abril del mismo año. La entrega se inició con cuarenta y seis canastas y para mayo creció la demanda a ochenta y nueve. En junio, se demandaron ciento cincuenta y para los próximos meses, debido a la falta de productos, se entregaron únicamente ciento veinte canastas las cuales se mantienen hasta la actualidad.

Las canastas agroecológicas cuentan actualmente con veintidós productos y tiene un precio de 20 dólares. Cada canasta contiene: acelga, alverja, brócoli, cebolla blanca, choclo, chocho, espinaca, fréjol tierno, habas tiernas, lechuga, limón, melloco, mora, papa, pimiento, queso, rábano, remolacha, tomate de árbol, tomate riñón y zanahoria, hierbas de condimento (apio, cilantro y perejil).

Planificación y elaboración de las canastas.

La representante de comercialización de la agrupación, manifiesta que la planificación para la entrega de los productos por parte de las organizaciones se realiza en las reuniones de la RESSAK. La coordinadora en base a la lista y a la disponibilidad de productos ofertados por las organizaciones realiza la distribución de productos a cada organización de la RESSAK. Posteriormente la representante de AGROPACA realiza

el pedido de los productos a sus compañeras. No todas las productoras de la agrupación entregan productos para las canastas, esto depende de si tienen o no cultivos. Según la persona entrevistada por el momento está entregando unas 5 personas:

> *No entrego productos para las canastas porque no tengo cantidad; no tengo para invertir para poner un peón, es duro el trabajo de las hortalizas se debe estar ahí, ahí, ahí.* (Entrevista a MCH05, 2014).

Las canastas se entregan de manera mensual, el último jueves de cada mes y en la preparación de las mismas participan las representantes de las organizaciones que forman parte de las comisiones que se establecieron para la recepción y registro de los productos, control de calidad, pesaje, armada de las canastas. Cada comisión cumple la función asignada por ejemplo la comisión de control de calidad es la encargada de controlar que el producto esté sano, que tenga el tamaño requerido, y si los productos no cumplen se los devuelve a la representante de la organización para que esta se encargue de entregarlos al productor (ver Figura 22).

La armada de las canastas se está realizando en las instalaciones donde arriendan las productoras de AGROPACA, a la cual llegan las encargadas de llevar los productos de cada organización el día indicado.

Para llevar los productos al MAGAP en Quito, se alquila un vehículo que cobra US $ 80,00. A la entrega de las canastas asisten tres miembros de las organizaciones, junto con un funcionario de la Coordinación General de Redes Comerciales, quien es el encargado de depositar los pagos en una cuenta de ahorros. Con este dinero, la coordinadora cancela lo adeudado a un representante por organización.

Se indican algunas de las expresiones de las productoras que han realizado las entregas en Quito a los funcionarios del MAGAP:

Es bonito ver cómo están haciendo cola los funcionarios para recibir su canasta, se les ve como niños, y se van muy contentos con sus bolsos, hay señoritas que no avanzan a llevar y van haciendo mucha fuerza o pidiendo ayuda para poder llevarlos, está muy pesado dicen (Entrevista a RGP07, 2014).

Figura 22. Recepción de Productos, por Parte de Una Socia de AGROPACA para las Canastas Agroecológicas

Se ha manifestado el interés por parte de los empleados del MAGAP de ampliar los pedidos de canastas incrementando a 200 canastas mensuales.

Esta nueva alternativa de mercado, para las mujeres de la AGROPACA ha significado un logro más, debido a que se ha generado un nuevo vínculo que permite garantizar la sostenibilidad de sus iniciativas productivas, además la satisfacción de que su trabajo esté valorado, a través de sus productos que han tenido una buena aceptación y por los cuales reciben un precio justo.

Conclusiones

El objetivo de este capítulo conclusivo es exponer lo aprendido en cuanto a las redes alternativas de alimentos y el empoderamiento de las mujeres. En la primera parte explico cómo se desarrollaron los objetivos de investigación en cada capítulo y en la segunda, muestro algunos hallazgos de la investigación.

La pregunta que orientó esta investigación fue: ¿Cómo el trabajo en la "Pre asociación de productoras agropecuarias de Ayora y Cayambe" influye en el empoderamiento de las mujeres de (AGROPACA)? Se planteó como hipótesis que la Pre asociación AGROPACA trabaja como una red de alimentos agroecológica donde las productoras-comercializadoras y los consumidores generan vínculos, de distinta naturaleza, que contribuyen al empoderamiento de las socias.

5.1 Recapitulación

En el capítulo uno, el objetivo fue explicar el rol que han cumplido las mujeres en transformar su producción moderna en agroecológica. Aquí se explica que la transformación de la agricultura moderna en agricultura agroecológica, es el resultado del trabajo y la organización de las mujeres de AGROPACA. En la primera parte se expone cómo las ONG promocionaron la producción agroecológica entre aquellas mujeres que asistían a cursos de autoestima; se muestra también que, debido a la migración de los hombres o al trabajo asalariado, las mujeres son las principales agricultoras. En la segunda parte, al analizar la producción de las fincas se describe las técnicas de manejo para la producción, los conocimientos que tienen las mujeres campesinas sobre esto y la importancia que las socias dan a la producción de alimentos para el consumo familiar. Finalmente en la tercera parte, se explica que existe un vínculo entre las labores domésticas y las labores realizadas para la venta en las ferias. Un tema que ha sido bien trabajado por otras autoras como Edith Vázquez (Vásquez,

Tuñón, & Ramfis, 2002) e Irene García (García & Soler, 2010) para los casos de México y Brasil respectivamente.

En el capítulo dos, "Surgimiento, conformación de AGROPACA y empoderamiento de las mujeres", el objetivo de este capítulo fue mostrar la trayectoria de AGROPACA y su conformación como una organización que permitió el empoderamiento de las mujeres campesinas. En este capítulo se argumentó que las mujeres al involucrarse con AGROPACA, gracias a los apoyos recibidos fortalecieron sus conocimientos y accedieron a una arena política donde ellas pudieron establecer vínculos con personas fuera de su familia. Este capítulo consta de dos partes: la primera cuenta la historia sobre la creación de AGROPACA, el rol cumplido por las organizaciones no gubernamentales y la importancia que dieron a la capacitación de las mujeres; en la segunda parte, se analiza la forma actual de organización de la asociación y el peso que tienen las redes para el empoderamiento de las mujeres.

En el Capítulo 3, "La comercialización de los alimentos: relaciones y espacios que cubren las mujeres durante esta actividad", el objetivo fue analizar el funcionamiento de las ferias, la importancia económica y social de las mismas para mejorar la economía familiar y para el empoderamiento de las socias. En este capítulo se argumentó que la transformación de amas de casa y productoras en comerciantes les permitió generar ingresos propios, más autonomía y "desarrollar habilidades para formular y realizar actividades o definir sus propias agendas" (Vázquez, Tuñon, Zapata, & Ayús, 2002, pág. 92). Este capítulo describe dos formas de comerciar los alimentos: las ferias y las canastas agroecológicas; la primera parte, destinada a explicar la feria de Ayora y la de Cayambe, analiza cómo están organizadas, los productos que se comercializan, la percepción de los clientes y la importancia que tiene para las socias este espacio. En la segunda parte, se expone cómo funciona el programa de canastas agroecológicas.

5.2 Principales hallazgos

En esta parte el objetivo es resaltar algunos resultados claves para entender el vínculo entre mujeres y agroecología.
En el capítulo primero los hallazgos principales tienen relación con las características de la agricultura agroecológica desarrollada en AGROPACA:

1. Las mujeres de AGROPACA entienden por producción agroecológica: un tipo de agricultura y cría de animales donde no se usa agroquímicos y con un especial cuidado del suelo de quién, según ellas depende todo el éxito de la producción, como lo han planteado los estudios en agroecología (Altieri, 1999).

2. La diversificación agropecuaria de los espacios mantenidos por las mujeres es algo relevante. Muchas mujeres mantienen más de cuarenta especies vegetales comestibles, medicinales y forestales y además variedad de animales. Este es una característica muy importante dentro de los planteamientos de la agroecología (Atieri & Toledo , 2010)

3. La producción agroecológica es en pequeña escala (independientemente del tamaño de la finca). Es centrada principalmente en hortalizas y cultivos nativos. En estos espacios son las mujeres quienes toman la decisión sobre sembrar mediante semilla o plántula, en qué extensión sembrar etc. Es decir es una producción controlada totalmente por las mujeres.

4. El fruto del trabajo agroecológico invertido en la familia sea como alimento diario o como ingresos que sirven para el pago de los estudios de los hijos o salud. En este sentido, como dice (Moore, 2009, pág. 77), las ganancias del trabajo de las mujeres no asalariadas es compartido en la familia en tanto que el de los hombres esta generalmente supeditado a una “paga” monetaria (cuando son gente de fuera) o en comida y bebida cuando son miembros de la familia.

5. El trabajo productivo agroecológico se realiza sin establecer rupturas entre lo rural vs. lo urbano; y lo doméstico vs lo público. Como se ha visto, las mujeres

acceden a los mercados urbanos a través de sus productos y acceden a relacionarse con otras mujeres y organizaciones gracias a la necesidad de organizar su trabajo, como es el caso del uso del monocultor.

6. La división de trabajo por género y la autoridad de los hombres en la finca no ha cambiado sustancialmente. Hemos visto que el uso de maquinaria pesada y la toma de decisiones importantes como en el caso del cultivo de productos que necesitan grandes extensiones de terreno, son tareas y decisiones que toman los hombres.

En el capítulo segundo se pueden mencionar como hallazgos principales los siguientes aspectos:

1. La consolidación de la agroecología y las formas de comercialización alternativas son fruto del proceso organizativo de las mujeres de AGROPACA.

2. El papel de las ONG ha sido fundamental a lo largo de la historia de AGROPACA. Fueron estas organizaciones quienes sensibilizaron y apoyaron económicamente el proceso de AGROPACA. Fue así como lograron agrupar a más de 400 familias, quienes gracias a las capacitaciones y participaciones permanentes transformaron a las productoras campesinas en comerciantes de sus productos.

3. Un aspecto muy importante que se resalta a lo largo de la historia de AGROPACA es la visibilización del trabajo de las mujeres y la importancia que se dio a su participación. Las mujeres una vez organizadas, han tenido que asumir cargos en la directiva, aprender a hablar en público, aprender a representar a su organización en otros espacios. Todo esto, ha permitido abrir diversas relaciones o vínculos económicos y sociales con gente distinta lo que potenció su autovaloración y facilitó su empoderamiento.

4. Finalmente, es interesante resaltar que al fortalecer las iniciativas productivas de estas familias agricultoras y generar espacios de comercialización para sus excedentes, también se ha fortalecido la agroecología. Pues las mujeres sienten la necesidad de defender con fuerza el sistema agroecológico biodiverso, que contribuye a la alimentación de la familia y genera ingresos manejados por las mujeres.

En el capítulo tercero se puede resaltar los siguientes hallazgos:

1. El empoderamiento de las mujeres que había ya iniciado al recibir capacitaciones sobre producción agroecológica y autoestima, se consolida cuando AGROPACA incursiona en la comercialización de los productos. Las mujeres son impulsadas a enfrentar espacios sociales y económicos donde nunca antes habían incursionado.

2. A través de este espacio de venta, las mujeres logran aprender a manejar dinero propio, descubren allí una oportunidad no solo de mantener a su familia sino ver al dinero como un elemento que les permite tener autonomía frente a sus esposos.

3. Las ferias agroecológicas son el resultado de una red de relaciones tejidas por AGROPACA con sus propias miembras, con las ONG que les han apoyado, con las instituciones estatales y con los consumidores.

4. Una de las características de estas redes es que organiza los flujos de alimentos de una manera más democrática porque no existen entes que controlen desde un centro ni la producción ni la comercialización (Maye & Kirwan, 2010). Se ha visto que en AGROPACA, las mujeres son quienes deciden sobre qué vender y cuánto vender, la asociación no regula, pero sí se ocupa de mantener los precios, estándares de calidad en los productos.

5. AGROPACA ha logrado re- construir la relación afectiva entre las productoras y los consumidores tal como los estudiosos de las Redes Alternativas de Alimentos lo han planteado (Maye & Kirwan, 2010). Tradicionalmente, en la zona andina, la relación de casería es un vínculo de confianza entre los comerciantes y los compradores; esto es lo que la organización y sus socias han reestablecido en las ferias de Ayora y Cayambe.

5.3 Implicaciones para la relación agroecología empoderamiento de las mujeres

Este trabajo empírico permite mostrar la importancia del diálogo entre género y agroecología. Como se ha podido observar, la participación de las mujeres es fundamental para el fortalecimiento de la agroecología, porque ellas son las que poseen los conocimientos sobre la producción (semillas, formas alternativas manejo del suelo) y alimentación de la familia y, por extensión benefician a la población por la oferta de productos sanos y nutritivos.

También se muestra, como ya lo ha resaltado el Movimiento La Vía Campesina, que las mujeres son un pilar fundamental de la soberanía alimentaria porque justamente ellas son quienes, debido a sus roles de género, se deben encargar de la alimentación de la familia y actualmente, de generar dinero. Además de su contribución a la agroecología, ellas fortalecen las redes de alimentos a través de tejer lazos afectivos y económicos; y gracias a su producción y comercialización contribuyen de manera significativa a la economía y estabilidad de la familia campesina.

Finalmente muestra la contradicción entre el objetivo estratégico para el desarrollo nacional sostenible y sustentable, las leyes y las políticas públicas. Por un lado se fomenta la producción agroecológica (Constitución del Ecuador y Ordenanza Provincial) y se promueve la soberanía alimentaria; por otro lado, se promociona los paquetes tecnológicos de la Revolución Verde. Por ejemplo, la provincia de Pichincha es reconocida como provincia soberana y agroecológica a través de la ordenanza provincial 01-GAPP-2013, la misma que se construyó con la participación de las bases

productivas agroecológicas, sin embargo dentro de este territorio aún sigue interviniendo los programas del MAGAP que promueven la agricultura convencional.

Es necesario que las ONG y el Estado establezcan programas de fortalecimiento organizativo desde una perspectiva de género y la familia. Pues, los proyectos deberían diseñarse apegados a la realidad del campo, para que las iniciativas productivas sean sostenibles en el tiempo y en el espacio y no sólo sean justificables.

Se debe construir alternativas con mayor grado de sustentabilidad ecológica y con estrategias que vinculen a esos grandes sectores de productores campesinos, que no forman parte de grandes cadenas productivas. Es necesario reivindicar y consolidar espacios que contribuyan a una comercialización, que facilite el fortalecimiento de la relación consumo-producción. Bajo este contexto, la agroecología y la soberanía alimentaria, se consolidan como alternativas que en la actualidad se discuten desde varios niveles: académico, organizaciones campesinas, las organizaciones no gubernamentales, institucionalidad pública.

Bibliografía

Altieri, M. (1999). *Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable.* Montevideo: Nordan-Comunidad.

Altieri, M. (2009). El estado del arte de la agroecología: Revisando avances y desafíos. En *En SOCLA, Vertientes del pensamiento agroecológico: Fundamentos y aplicaciones* (pág. 77). Medellín, Colombia: SOCLA.

Altieri, M. (2013). Diálogo con Miguel Atieri y Marc Dufumier. Crisis alimentaria y agroecología. Entrevista con Sally Burch. *América Latina en Movimiento*.

Atieri, M. (2005). Agroecología: principios y estrategias para diseñar sistemas agrarios sustentables. En S. Sarandón, *Agroecología. El camino hacia una agricultura sustentable.* Buenos Aires: Ediciones Científicas Americanas.

Atieri, M., & Toledo , V. (2010). La revolución agroecológica de América Latina : Rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino. *Journal of Peasant Studies XX*.

AVSF. (2012). *Las ferias solidarias."Una alternativa para los pequeños productores locales y para un consumo sanoy solidario en nuestros territorios".* Ecuador.

Caporal, F. (2013). Agroecología: ciencia para agriculturas más sostenibles. *América Latina en Movimiento*.

Coordinación de Redes Comerciales. (s/f). Obtenido de Mininisterio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca: http://www.agricultura.gob.ec/coordinacion-de-redes-comerciales/

Daza, E., & Valverde, M. (2014). *"Avances, experiencias y métodos de valoración de la agroecología" Estado del arte, mapeo de actores y análisis metodològ ico y de indicadores para la agroecología.* Instituto de Esttudios Ecuatorianos (IEE).

Endara, P. (2008). *La experiencia de comercialización como vía de fortalecimiento y crecimiento de los grupos de mujeres de la AGROPACA.* Cayambe.

FAAN. (2007-2013). *What are Alternative Agri-Food Networks (AAFNs)?* Obtenido de What are Alternative Agri-Food Networks (AAFNs)?: http://www.faanweb.eu/page/what-are-alternative-agri-food-networks-aafns

Foucault, M. (1985). "Poderes y Estrategias". En M. Foucaul, *Un diálogo sobre el poder y otras conversaciones.* Madrid: Alianza Editorial.

GADPP-DGES. (2014). *Base de datos sobre la producción hortícola de la RESSAK.*

García, I., & Soler, M. (2010). Mujeres, agroecología y soberanía alimentaria en la comunidad Moreno Maia del Estado de Acre. Brasil. *Investigaciones Feministas*, 43-65.

GMC. (2010). *Planos y Mapas*. Obtenido de Planos y Mapas: http://www.municipiocayambe.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=15&Itemid=31

GMC-CONAM. (2006). *Plan piloto para la descentralización del sector agropecuario. Plan de desarrollo agropecuario local.* Cayambe: GMC-Consejo Nacional de Modernización CONAM.

Guber, R. (2004). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo.* Buenos Aires: Paidos de Comunicación.

Heifer Ecuador. (sf). *Juntos tenemos el poder de superar el hambre y la pobreza*. Obtenido de Qué es Heifer Ecuador: http://www.heifer-ecuador.org/nosotros/que-es-heifer-ecuador/

Heinisch, C. (2013). Soberanía alimentaria: un análisis del concepto. En *En Comercializaciòn y soberanía alimentaria* (págs. 11-37). Quito: SIPAE.

Hidalgo, F. (2013). Sembrando la soberanía alimentaria en el Ecuador. En F. Hidalgo, P. Lacroix, & P. Román, *"Comercialización y Soberanía Alimentaria"* (págs. 37-43). Quito: SIPAE.

Högger, R. (2011). "Entendiendo las estrategias de vida como unidades complejas". En *En hacia estrategias de vida sostenibles.Culturas, recursos y cambios en India y Bolivia* (págs. 27-57). Bolivia: Plural editores.

Huenchuan, S. (2005). "Mujeres indígenas, conocimientos y derechos intelectuales". *Revista Austral de Ciencias Sociales, núm. 9. Chile: Universidad Austral de Chile.*, 56-70.

La Vía Campesina. (27 de Febrero de 2007). Declaración de Nyéléni. Nyéléni, Selingue, Malí.

La Vía Campesina. (27 de febrero de 2007a). Declaración de las mujeres por la Soberanía Alimentaria. Nyéléni. Recuperado el 15 de febrero de 2015, de http://www.nyeleni.org/spip.php?article305

La Vía Campesina. (s/f). Soberanía alimentaria: Tierra, Semillas y Alimento por la Marcha Mundial de las Mujeres. Recuperado el 28 de febreo de 2015, de http://www.nyeleni.org/spip.php?article67

Lacroix, P., & Hidalgo, F. (2013). Introducción: Comercialización campesina y soberanía alimentaria. En F. Hidalgo, P. Lacroix, & P. Román, *"Comercialización y Soberanía Alimentaria".* Quito: SIPAE.

Lastarria-Cornhiel, S. (2008). Feminización de la agricultura en América Latina y Africa. Tendencias y fuerzas impulsoras" . *Debates y temas rurales*, 11.p. 7-26.

León, I. (14 de febrero de 2007). La soberanía alimentaria: una ética de vida. *ALAI, América Latina en Movimiento*. Recuperado el 2015 de febrero de 28, de http://alainet.org/active/15600

León, M. (1997). Empoderamiento: Relaciones de las mujeres con el poder. En M. León, *Poder y empoderamiento de las mujeres.* Bogotá: Tercer Mundo.

León, T. (2009). Agroecología: desafíos de una ciencia ambiental en construcción. En *En SOCLA, Vertientes del pensamiento agroecológico: Fundamentos y Aplicaciones.* Medellín, Colombia: SOCLA.

MAGAP. (2012). *Circuitos Alternativos de Comercialización.* Quito: Carmen Gangotena.

Maye, D. (2010). *Alternative Food Networks. Journal of Sociology of Agriculture and Food.*

Maye, D., & Kirwan, J. (2010). Alternative Food Networks. *Journal of Sociology of Agriculture and Food*.

MESSE. (1 de Agosto de 2012). *Declaratoria del Encuentro Nacional de Ferias Solidarias de Ecuador*. Obtenido de Portal de Economía Solidaris: http://www.economiasolidaria.org/noticias/declaratoria_del_encuetro_nacional_de_ferias_solidarias_de_ecuador

Moore, H. (2009). *Antropoligía y Feminismo.* Madrid: Anzos, S.L.

Murillo, R. (2011). *Informe final "Proyecto Fomento de Mecanismos de Comercilaización Directa de Productos Campesinos de Calidad" AVSF.* Ecuador.

Norgaard, R., & Sikor, T. (1999). Metodología y práctica de la agroecología. En M. Altieri, *Agroecología. Bases científicas para una agricultura sustentable* (pág. 44). Montevideo: Nordan-Comunidad.

RESSAK. (2010). *Feria de la Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria de la RESSAK*. Obtenido de Feria de la Soberanía Alimentaria y la Economía Solidaria de la RESSAK: http://ressak.bligoo.com/content/view/880825/FERIA-de-la-Soberania-Alimentaria-y-la-Economia-Solidaria-de-la-RessaK.html#.VRC12vyG-M4

Rosset, P. (1997). La crisis de la agricultura convencional, la sustitución de insumos y el enfoque agroecológico. *Agroecología y Desarrollo. Revista de CLADES*, 2-12.

Rosset, P., & Martínez-Torres, E. (2013). La Vía Campesina y Agroecología. En L. V. Campesina, *El Libro abierto de la Vía Campesina: celebrando 20 años de luchas y esperanza.*

Sevilla , E., & Rist, S. (2013). "Metodologías agroecológicas: Una propuesta sociológica de sistematización desde una perspectiva transdisciplinar e intercultural". En *En Transdisciplinariedad y dialogo intercientífico commo nuevos paradigmas de las ciencias.* Cochabamba: AGRUCO/UMSS-CDE-NCCR (Por publicarse).

Sevilla, E. (2013). El despliegue de la Sociología Agraria hacia la Agroecología. *Cuaderno Interdisciplinar de Desarrollo Sostenible*(10), 85-109.

Sevilla, E., & Ottman, G. (2004). Las dimensiones de la Agroecología. En *Manual de olivicultura ecológica.* Córdoba: Universidad de Córdoba.

SIPAE. (2010). Estudio de mercado de la cadena productiva de Hortalizas Orgánicas del Norte de Pichincha. Universidad Central del Ecuador.

Sociedad verde. (2011). *Camari - Sociedad Verde*. Obtenido de Camari - Sociedad Verde: http://www.sociedadverde.com/site/espanol/camari.php

Stedile, J., & De Carvallo, H. (2011). Soberanía alimentaria. Una necesidad de los pueblos. En M. d. Social, *BRASIL SEM FOME.* Brasilia: MDS.

Toledo, V. (2012). La agroecología en América Latina: Tres revoluciones, una misma transformación. *Agroecología*(6), 37-46.

Toledo, V., & Barrera, N. (2008). *La memoria Biocultural. La importancia ecológica de las sabidurías tradicionales.* España: Icaria.

UNIFEM. (s.f.). *UNIFEM*. Obtenido de http://www.unifem.org.br/sites/800/824/00000827.pdf

Vaillant, M., Cepeda, D., Gondard, P., Zapata, A., & Meunier, A. (2007). *Mosaico Agrario.* Quito: SIPAE, IRD, IFEA.

Vázquez, E., Tuñon, E., Zapata, E., & Ayús, R. (2002). Procesos de empoderamiento entre mujeres productoras en Tabasco. *Revista Mexicana de Sociología*(4), 85-124.

Entrevistas

ACCFA02. Ayora, Noviembre, 2014

ALCFC02.Cayambe, Diciembre, 2014

AQPPF04. Ayora, Diciembre, 2014

ARCFC03.Cayambe, Diciembre, 2014

BZCFC06. Cayambe, Diciembre, 2014

CGP10. Juan Montalvo, Noviembre, 2014

CIPPF05. Cayambe, Diciembre, 2014

CQPPF03. Ayora, Noviembre, 2014

CVCPFA01. Ayora, Noviembre, 2014

DCD01. Santo Domingo N°1, Octubre – Noviembre, 2014

DUPPF01. Ayora, Noviembre-Diciembre 2014

GACFC04. Cayambe, Diciembre, 2014

GGP11. Juan Montalvo. Noviembre, 2014

HCCFA05. Ayora, Noviembre, 2014

HPCFC01. Cayambe, Diciembre, 2014

JGCFA06. Ayora, Noviembre, 2014

LCHCFC08. Cayambe, Diciembre, 2014

LCP08. Ayora, Noviembre, Diciembre, 2014

LECFC07. Cayambe, Diciembre, 2014

LMT01. Cayambe, Noviembre, Diciembre, 2014

MCAP05. Santo Domingo N°1, Noviembre 2014

MCCFA03. Ayora, Noviembre, 2014

MCHP06. Santo Domingo N°1, Noviembre, 2014

MCP02. Santo Domingo N°2, Noviembre, 2014

MGCP04. Ayora, Noviembre, 2014

MGPPF06. Cayambe, Noviembre, 2014

MLLP09. Ayora, Diciembre, 2014

MQPPF02. Ayora, Noviembre, 2014

NCHP01. Ayora, Octubre-Noviembre-Diciembre 2014

RGP07. Ayora, Octubre-Noviembre, 2014

RZCFA01. Ayora, Noviembre, 2014

SQP03, Noviembre, Diciembre, 2014

VMCFC05. Diciembre, 2014

ANEXOS

ANEXO N°. 1

CARACTERIZACIÓN DEL SISTEMA PRODUCTIVO DE LAS PRODUCTORAS DE AGROPACA

A. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRES Y APELLIDOS:

COMUNIDAD: SECTOR: GRUPO:

GÉNERO: EDAD: INSTRUCCIÓN:

B. COMPOSICIÓN Y OCUPACIÓN DE LA FAMILIA

N°.	Nombre	Edad	Parentesco	Estado Civil	Ocupación					
					Actividad principal	Lugar	Tiempo de dedicación	Actividad secundaria	Lugar	Tiempo de dedicación

C=casado, S=soltero, D=divorciado, V=viudo,U= Unión de hecho

C. IDENTIFICACIÓN DEL SISTEMA DE CULTIVO

1. Identificación de parcelas

N°.	Superficie	Tenencia/ origen	Riego Si ó No	Topografía	Suelo apto para cultivo Sí o No	Materia Orgánica Sí o No

¿Quiénes trabajan?

Padre: Madre: Hijos/as: Abuelitos/as:

Asalariados: Prestamanos: Parientes pobres: Compadres: Otros:

2. Caracterización técnica y económica de los sistemas de cultivo

N°.	Cultivo	Superficie	Producción /ha	Unidad	Autoconsumo	Semilla	Intercambio	Venta	Valor

La semilla y plántulas que utiliza ¿de dónde proviene?

Almacenes, Propia, Intercambio

Indique el manejo que usted ha implementado en su unidad productiva.

Cultivos nativos	Asociación de cultivos	Monocultivos	Policultivos	Rotación de cultivos	Cultivos anuales

¿Cuáles de los siguientes productos utiliza en la unidad productiva para mejorar su rendimiento?

Bioles, bocashi, gallinaza, compost, estiércol, rastrojo, abonos verdes, microorganismos, abonos químicos.

¿Qué prácticas utiliza para la conservación de suelos?

zanjas de desviación, curvas de nivel, terrazas, agroforestería

¿Qué prácticas utiliza para proteger los cultivos de la acción del viento y para conservar la humedad?

Cercas vivas, cortinas rompevientos, árboles en linderos, árboles dispersos, uso de mulch, cultivos de cobertura

¿Qué utiliza para controlar y combatir las plagas (insectos, arañas) y las enfermedades?

Preparados con plantas, insectos benéficos, microorganismos, plantas repelentes, asociación de cultivos, cocción de plantas, caldo sulfocálcico, caldo bordeles, otros:

¿Cuáles son los principales problemas o limitantes que se presenta en la producción?

Plagas y enfermedades, problemas de fertilidad del suelo, el mal tiempo, falta de semillas, plantulas y plantas de calidad, precios altos de los insumos, falta de mano de obra, falta de conocimiento tecnológico, falta de opciones de mercado, precios bajos de los productos, volúmenes, calidad, falta de capital, díficil acceso créditos, otros:

Recibe apoyo técnico:	Sí:	No:

¿De quién?

¿Qué es el suelo?

¿Qué es la naturaleza?

D. INFORMACIÓN PECUARIA

Especies pecuarias presentes en la Unidad Productiva.

Los animales se destinan:

Consumo: Venta: Ahorro: Procesamiento:

Intercambio: Otros:

Nro	Especie	Cantidad	Valor unitario

E. COMERCIALIZACIÓN

¿Dónde se vende los productos agrícolas y los animales?

¿Los precios de los productos que se venden varían durante el año?

¿En qué épocas se incrementan o se reducen los precios?

¿Qué procesan (preparan comida, mermeladas, harinas, otros)

¿Por qué trabajan?

¿Su iniciativa es rentable? Si: No:

Por qué?

¿Desde cuándo viene participando en las ferias?	
Hace 1 año - 2013	Hace 5 año - 2009
Hace 2 año - 2012	Hace 6 año - 2008
Hace 3 año - 2011	Hace 7 año - 2007
Hace 4 año - 2010	Hace 8 años - 2006
¿Qué vendía hace un año en la feria:	
comida, hortalizas, granos, papas, carne, harinas, otros	
¿Qué vende actualmente en la feria?	
comida, hortalizas, granos, papas, carne, harinas, otros	
¿Sale todos los miércoles y domingos a las ferias?	
¿El número de consumidores ha aumentado o ha disminuido en relación al año anterior?	
¿Por qué cree que ha aumentado o ha disminuido?	
¿Qué problemas se han presentado en la comercialización de los productos?	
Intermediarios, competencia, calidad de los productos, vólumenes, continuidad, variedad, otros:	

F. ASPECTOS SOCIALES
¿Tienen vínculos con otras asociaciones?
¿Cuáles?
¿Qué vínculos mantienen, con quién y espacios que se construyen?
¿Qué problemas se han presentado en la Asociación?
¿Cómo son las relaciones entre los participantes de la feria?
¿Cómo son las relaciones con los consumidores?
¿Ha llegado a fortalecer lazos de afectividad con algunos de los consumidores?

ANEXO NRO. 2

ENCUESTA A CONSUMIDORES

A. INFORMACIÓN GENERAL

NOMBRES Y APELLIDOS:	FERIA:
PARROQUIA:	SECTOR O BARRIO:
GENERO:	EDAD:
INSTRUCCIÓN:	

¿Desde cúando conoce la feria?

¿Por qué viene a esta feria ?

Por el producto: Frescura, calidad	Por el tipo de producción
Por el precio	Otros:
Por la afectividad	
Cercanía	

¿Viene todos los miércoles o domingos a la feria? Si No

Se mantienen los precios / han aumentado o han disminuido.

¿Qué es lo que le gusta más de la feria?

¿Qué es lo más compra?

¿Tiene caseras? Si No

¿Cuáles y qué venden?

¿Son amables las personas que venden?

El número de consumidores ha aumentado o ha disminuido en realación al año anterior?

¿Por qué cree que ha aumentado o ha disminuido?

Puede ayudarme con alguna sugerencia con relación a la feria o para las compañeras que venden.

ANEXO N° 3

ENCUESTA MIEMBROS DE LA DIRECTIVA DE LA PRE-ASOCIACIÓN AGROPACA

NOMBRE:

COMUNIDAD: **SECTOR:** **GRUPO:**

GÉNERO: **EDAD:**

INSTRUCCIÓN: **CARGO:**

PREGUNTAS:

A. **¿Desde que año forma parte de la Directiva?**

B. **¿Cuáles son las funciones que usted desempeña?**

C. **¿Cuénteme sobre la historia de AGROPACA?**
   - ¿Cómo se formó?
   - ¿Qué les incentivó para unirse y formar AGROPACA?
   - ¿Cuáles son los objetivos de la organización AGROPACA)
   - ¿Cuántas personas formaban parte de AGROPACA?
   - ¿Cuántas se encuentran hoy integrando AGROPACA?
   - ¿Cuáles fueron los motivos que provocó la disminución del número de participantes?
   - ¿Se cumple el reglamento interno que elaboraron?
   - ¿Cada cuánto tiempo realizan las reuniones?
   - ¿Participan en la parroquia en alguna instancia política.
   - ¿Continúan participando en el Consejo Cantonal de Mujeres de Cayambe – CONMUJER?
   - ¿Continúan con las cajas de ahorro y crédito.
   - ¿Desde cuándo ya no reciben el apoyo de CORATEC.

D. ¿Quiénes les han apoyado? (ONG's, instituciones públicas u otros)

E. ¿Cómo les han apoyado? (Capacitación, equipos, apoyo económico, otros)

F. ¿Por qué decidieron obtener la personería jurídica?

G. ¿Desde cuándo se encuentran tramitando la legalización y quién les apoya?

H. ¿Qué dificultades se han presentado en la asociación?

I. ¿Cómo han superado algunas de las dificultades?

J. ¿Cómo son las relaciones entre las integrantes? (solidarias, respetuosas,)

K. ¿Cómo ve la participación de las compañeras en las ferias: Ayora y Cayambe y en las entregas de las canastas a los funcionarios del MAGAP? – ¿Por qué?.

L. ¿Qué anhelaría para la organización?

ANEXO N° 4

ENCUESTA A TÉCNICOS DE LA ONG-CORATEC

GÉNERO: **EDAD:**

INSTRUCCIÓN:

CARGO QUE DESEMPEÑABA:

PREGUNTAS:

a. **¿Desde cuándo apoyó a la organización AGROPACA?**

b. **¿Cuáles eran las funciones que usted desempeñaba?**

c. **¿Cuénteme sobre la historia de AGROPACA?**
   - ¿Cómo se formó?
   - ¿Qué les incentivo para apoyar a la organización?
   - ¿Cuáles fueron los objetivos de apoyo a la organización por parte de la CORATEC?
   - ¿Cuáles eran los ejes de acción de la CORATEC?
   - ¿Cómo era el financiamiento de la CORATEC? Público o privado
   - ¿Cuántas personas formaban parte de AGROPACA?
   - ¿Conoce cuántas se encuentran hoy integrando AGROPACA?
   - ¿Desde cuándo empezaron a retirarse?
   - ¿Cuáles fueron los motivos que provocó la disminución del número de participantes?
   - ¿Participó la organización AGROPACA en la parroquia en alguna instancia política?
   - ¿Sí o no, en cuál?

- ¿Desde cuándo dejaron de apoyar a la agrupación AGROPACA?

d. ¿Cómo era el trabajo de las directivas?

e. ¿Cuáles fueron o son las fortalezas de la AGROPACA?

f. ¿Cuáles fueron o son las debilidades de la AGROPACA?

g. ¿Cómo veía las relaciones entre las integrantes? (solidarias, respetuosas,)

h. ¿Cómo ve la participación de las compañeras en las ferias: Ayora y Cayambe y en las entregas de las canastas a los funcionarios del MAGAP.

ANEXO N°. 5

Miembros de las Familias de las Productoras y Ocupación

N° 1	Parentesco	Edad/ años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo de dedicación h/d
1	Padre	54	Pecuaria	En su propiedad - Santo Domingo 2	5	Agricultura	En su propiedad	5
2	Madre, se encuentra enferma	50	QQDD	Casa-Santo Domingo 2	5	Agropecuaria	En la propiedad	2
3	Cuñado	28	Empleado Privado	Cayambe	8			
4	Hermana	29	QQDD	Casa-Santo Domingo 2	12	Agropecuaria	En la propiedad	1
5	Sobrino	7	Estudia	Cayambe		Agricultura		0,5
6	Sobrina	5	Estudia	Cayambe				0,5
7	Hija	31	Agricultura	Casa-Santo Domingo 2	2	Pecuaria	En la propiedad	2

N° 2	Parentesco	Edad/ años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposa	24	QQDD	Casa-Santo Domingo2	8	Agropecuaria	Casa	7
2	Hijo	4						
3	Esposo	26	Empleado privado	Santo Domingo 2	8	Agropecuaria	Casa	2
4	Suegra/ está enferma	58	QQDD	Santo Domingo 2	5	Ganadería	En su propiedad Santo-Domingo 2	5
5	Cuñada	18	Trámites para la universidad		5	Ganadería	Propiedad de su madre-Santo Domingo	4

N° 3	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	32	Empleado Privado	Quito	8	Socio en un criadero de truchas /Venta en el mercado dominical	Chitachaca	1
2	Esposa	26	QQDD	Casa - Guachala	12	Agropecuaria	Casa - Guachala	4
3	Madre	47	Comerciante-Tienda de abastos	Guachala	15	Agropecuaria	Casa-Cuachala	0,5
4	Hija	5	Estudia	Cayambe				
5	Hija	1						
6	Hermano	22	Empleado Privado	Cayambe	8			
7	Cuñada	18	QQDD	Casa - Guachala	12			

N° 4	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	63				Agricultura	casa	2
2	Hija	28	Profesora	Juan Montalvo	8			
3	Esposa	65	QQDD	Casa	12	Agricultura	casa	2

N° 5	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	82	Agropecuaria	Santo Domingo - Casa	6			
2	Esposa	70	QQDD	Casa	10	Agropecuaria	Casa	2
3	Hijo	33	Agropecuaria	Santo Domingo-Casa	5	Chofer	Santo Domingo	2

N° 6	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Madre Jefa de hogar	44	Pecuaria QQDD	Santo Domingo 1	4 4	Tienda de abarrotes Cultivo de hortalizas	Santo Domingo 1	8 0,5
2	Hijo	20	Empleado privado-Florícola	Cayambe	8	Estudia	Cayambe	2,5
3	Hija	16	Estudiante	Cayambe	8	Pecuaria	Santo Domingo 1	2
4	Hija	13	Estudiante	Cayambe		Tienda		5
5	Hija	10	Estudiante	Santo Domingo	8	Tienda	Santo Domingo 1	1

N° 7	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	57	Contratista de obra	Cayambe	10	Agropecuaria	Casa-Paquiestancia	1,5 Cuando no trabaja ayuda 8 h
2	Esposa	53	QQDD	Casa	10	Agropecuaria	Casa y lotes en Paquiestancia	5
4	hija	29	Empleada privada	Centro Turístico de Paquiestancia	6	Agropecuaria	Casa	2
5	Nieto	2						
6	Suegra	93	QQDD	Casa	2			
7								

N° 8	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	48	Negocio Propio	Cayambe	8	Agropecuaria	Casa	1,5
2	Hija	10	Estudia	Cayambe		Agricultura	casa	1
3	Hija	24	Estudia	Quito		Agropecuaria	casa	1,5
4	Esposa	48	QQDD	Casa/Paquiestancia	10	Agropecuaria	Paquiestancia	5

N° 9	Parentesco	Edad	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	47	Pecuaria	Casa/Ayora	4,5			
2	Hija	22	Estudiante Zootecnia	Ibarra-Universidad Católica		Pecuaria	Casa	1
3	Hijo	20	Estudiante	Ibarra-Universidad Católica		Pecuaria	casa	1
4	Hijo	Trujillo	Estudiante	Quito Universidad		Pecuaria	Casa	1
5	Esposa	46	Pecuaria	Casa	4	QQDD y Tejido	Casa	8 QQDD - 3tejido

N° 10	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	65	Investigador	Cayambe	8	Agricultura	Casa/ Juan Montalvo	1,5
2	Hijo	18	Estudiante	Guayaquil				
3	Hija	16	Estudiante	Cayambe	8			
4	Hijo	13	Estudiante	Cayambe	8			
5	Esposa	52	Empleada pública	Cayambe	5			
			QQDD	Cayambe	8	Agropecuaria	Casa/ Juan Montalvo	2

N° 11	Parentesco	Edad /años	Ocupación					
			Actividad Principal	Lugar	Tiempo dedicación h/d	Actividad Secundaria	Lugar	Tiempo dedicación h/d
1	Esposo	45	Albañil	Juan Montalvo	8	Carpintería	Casa	4
2	Hijo	19	Empleado privado	Cayambe	10			
3	Hijo	18	Ayuda al padre	Juan Montalvo	8	Estudia	Cayambe	2
4	Hija	7	Estudiante	Cayambe				
5	Esposa	45	QQDD	Juan Montalvo	12	Agropecuaria	Casa	1,5

Anexo N°. 6

Productos ofertados en la feria de Ayora, el día que se realizó la visita

Nº	Producto	Unidad	Cantidad	Precio $	Observaciones
1	Arveja	lb	10	1	Estos productos trae una persona desde Cangahua, de edad 75 años, a veces trae en el bus a Cayambe pagando $ 1,00 por la carga y 0,50 su pasaje y luego coge una camioneta que le cobra $2,5 hasta Ayora. Cuando no alcanza el bus la carrera le cuesta $15,00 hasta Ayora.
	Cebolla larga	atado	20	0,75	
	Habas	fda. de 2 lb	15	1	
2	Nabo chino	atado	6	0,25	Esta persona viene desde Santo Domingo N° 2 la carrera cuesta $3,5 - $ 4,0 y cuando viene en el bus $0,40 hasta Cayambe y 0,25 a Ayora y por las cosas le cobran $0,80 o $0,50 Total en carrera $ 7,00 - $8,00 Total en Bus $3,90 En esta ocasión como trajo una gaveta pago sólo su pasaje y el costo total fue de $ 1,30.
	coliflor	ud.	2	0,5	
	col morada	ud.	1	0,3	
	papa nabo	ud.	3	0,1	
3	col	ud.	1	0,5	Esta persona viene desde Cariacu el transporte le cuesta $5,00 regresa en bus $ 0,40.
	apio	atado	2	0,3	
	col	ud.	5	0,5	
	brócoli	ud.	10	0,5	
	remolacha	ud.	8	0,5	
	cilantro	atado	8	0,30	
	cebolla larga	atado	8	0,75	
	queso	ud.	48	1,70	
4	rábano	atado	5	0,5 -0,30	Esta persona viene desde Juan Montalvo la carrera cuesta $ 4,00 a Ayora, regresa en bus $0,40.
	brócoli	ud.	2	0,30	
	cilantro	atados	10	0,30	
	col morada	ud.	1	0,3	
	lechuga	ud.	10	0,5 – 0,3	
	tomate de	fda	1	1	

	árbol				
	paiteña	ud.	35	0,1	
	coliflor	ud.	1	0,5	
5	Picadillo (zanahoria, arveja, papanabo)	fda	4	0,5	Esta persona viene desde Juan Montalvo cuando viene en camioneta la carrera cuesta $ 4,00 a Ayora, y en bus $0,40; regresa en bus
	apio	atado	3	0,3	
	acelga	atado	3	0,3	
	harinas	fda	12	1,00	
	zanahoria	fda	6	0,5	
6	acelga	atado	2	0,3	Esta persona viene desde Paquiestancia, es la encargada de ofertar la comida, pero de vez en cuando lleva hortalizas.
	zanahoria	atado	4	0,5	
	remolacha	atado	3	0,5	
	cilantro	atado	5	0,3	
7	Leche Mote cocinado con chicharrón	tarro de 40 lt	4	0,50 c/lt	Esta persona viene desde Santo Domingo 1 la carrera ida y vuelta le cuesta $7 o $8
8	Pollos	ud.	20-30	1,45 c/lb	Esta persona viene de Guachala, la carrera le cuesta $ 5,00 hasta Ayora, de regreso coge bus hasta Cayambe $0,25 y de ahí coge una camioneta que le cuesta $3,00 porque los buses no le llevan con el tacho.
9	Tortillas	fda de 5 unidades	24	1	Esta compañera viene desde Juan Montalvo en bus, gasta $0,80
10	Aguas medicinales	lt	11 lt	0,5 c/vaso de 12 onzas	Esta persona viene del barrio Segundo Durán de Ayora, paga $ 2,00 de transporte ida y vuelta. Oferta 4 a 5 clases de preparados de aguas de remedio para varias dolencias o prevenciones: colesterol, nervios, presión, problemas del corazón, dolores

					estomacales y otros. También oferta preparados que llevan vino y que han sido enterrados en el suelo por varios días para que se añejen, el vaso de 6 onzas cuesta $ 5,00.

Fuente: Investigación directa