

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

Área de Gestión

Maestría en Gestión del Desarrollo

Mención en Desarrollo Social

Ferias agroecológicas y su relación con el consumo responsable de alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo

Erika Elizabeth Monteros Vizcaíno

Tutora: Ylonka Tillería Muñoz

Quito, 2020

Trabajo almacenado en el Repositorio Institucional UASB-DIGITAL con licencia Creative Commons 4.0 Internacional

	<p>Reconocimiento de créditos de la obra</p> <p>No comercial</p> <p>Sin obras derivadas</p>	
---	---	---

Para usar esta obra, deben respetarse los términos de esta licencia

Cláusula de cesión de derecho de publicación

Yo, Erika Elizabeth Monteros Vizcaíno, autor de la tesis intitulada “Ferias agroecológicas y su relación con el consumo responsable de alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo”, mediante el presente documento dejo constancia de que la obra es de mi exclusiva autoría y producción, que la he elaborado para cumplir con uno de los requisitos previos para la obtención del título de Magíster en Gestión del Desarrollo en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

1. Cedo a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, los derechos exclusivos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, durante 36 meses a partir de mi graduación, pudiendo por lo tanto la Universidad, utilizar y usar esta obra por cualquier medio conocido o por conocer, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico. Esta autorización incluye la reproducción total o parcial en los formatos virtual, electrónico, digital, óptico, como usos en red local y en internet.
2. Declaro que en caso de presentarse cualquier reclamación de parte de terceros respecto de los derechos de autor/a de la obra antes referida, yo asumiré toda responsabilidad frente a terceros y a la Universidad.
3. En esta fecha entrego a la Secretaría General, el ejemplar respectivo y sus anexos en formato impreso y digital o electrónico.

17 de enero de 2020

Firma: _____

Resumen

Este documento realiza una revisión bibliográfica sobre la conceptualización de desarrollo versus crecimiento económico anclado al proceso conocido como revolución verde, abordando en un primer momento un marco conceptual sobre seguridad y soberanía alimentaria, economía solidaria, ferias agroecológicas y consumo responsable. Para en un segundo momento analizar datos acerca del conocimiento y consumo de la población de la parroquia Tabacundo frente a los productos alimenticios ofertados en las ferias agroecológicas del cantón Pedro Moncayo, el cual es un sector eminentemente productor de flores de exportación, y cuya realidad social y territorial ha sido desestructurada por la entrada en marcha de la industria florícola en la zona. Para el efecto se aplicó una encuesta y entrevistas en territorio, y en cuanto al diseño metodológico se establecieron tres fases: el muestreo, la recolección y finalmente el procesamiento de datos a fin de obtener resultados cuantitativos y cualitativos sujetos a análisis.

Este trabajo pretende ser un aporte a la comprensión situacional de las preferencias de compra de alimentos de los pobladores de la parroquia Tabacundo, a fin de determinar el comportamiento de compra tanto de consumidores efectivos como de consumidores potenciales de las ferias de producción agroecológica del sector; y además este documento busca obtener una visión clara sobre los aportes que realizan estos espacios de comercialización al desarrollo de la parroquia y del cantón.

Se espera que los resultados de esta investigación sirvan de contribución en la discusión sobre el diseño de estrategias locales relacionadas al fomento del consumo y producción responsable de alimentos.

Palabras clave: ferias agroecológicas, consumo responsable, Tabacundo, industria florícola, salud, desarrollo

Este trabajo se lo dedico:
A Dios por ser mi padre, mi fuerza y dador de sueños,
a mis padres Rodrigo y Cecilia,
a mis abuelos Vito y Memita,
porque me han enseñado el valor y la importancia
del trabajo y la vida en el campo.

Agradecimientos

Quisiera empezar agradeciendo a mis abuelos, y aunque los años no han pasado en vano en sus vidas, siempre los recuerdo labrando la tierra en el campo, desde pequeña me mostraron lo dura pero gratificante vida del agricultor.

A mis padres que viviendo en la gran ciudad, han sabido mantener la agricultura y los saberes, y aun sin conocerlo han guardado la soberanía alimentaria de nuestra familia por muchos años, me han enseñado a amar la ley de la siembra y la cosecha en todos los aspectos de mi vida.

A Erika Hanekamp, porque ha sido de influencia en mi vida con cada libro compartido que hicieron que naciera en mí la curiosidad por conocer más de cerca los procesos de desarrollo y cooperación desde otra perspectiva.

A mi tutora Ylonka Tillería, con quien tuve el agrado trabajar durante la elaboración de esta investigación; muchas gracias por su tiempo, observaciones y consejos muy profesionales. Estoy convencida que su guía fue de gran importancia para concluir mi trabajo.

A los docentes del Programa de Maestría en Gestión del Desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar por todo su profesionalismo y conocimientos impartidos.

Y por último, pero no por eso menos importante quiero agradecer a mi amigo y novio Juan Francisco. Gracias por todo tu apoyo y tu tiempo, y por siempre abrir mis alas para volar e ir tras mis sueños.

Tabla de contenidos

Introducción.....	15
Capítulo primero Enfoque y marco conceptual.....	19
1. Desarrollo versus crecimiento económico.....	19
2. Seguridad Alimentaria y su relación con la Revolución Verde.....	21
2.1. Antecedentes históricos	21
2.2. Consecuencias de la Revolución Verde y los desafíos globales para la sociedad y los Recursos de Uso Compartido (RUC).....	22
3. Soberanía alimentaria, una propuesta ante los desafíos globales	26
3.1. Agroecología, un aporte a la construcción de soberanía alimentaria	28
3.2. Soberanía alimentaria, economía solidaria y comercio justo: La experiencia ecuatoriana	31
4. Consumo responsable y ferias agroecológicas	36
Capítulo segundo Diseño metodológico.....	39
1. Justificación de la investigación.....	39
2. Objetivos.....	40
3. Descripción del área de estudio	41
3.1. Información geográfica.....	41
3.2. Información demográfica.....	42
3.3. Información social	45
3.4. Información económica y productiva	48
4. Tipo de investigación	53
5. Diseño de la investigación.....	53
5.1. Primera fase, muestreo.....	53
5.1.1. Diseño de la muestra.....	53
5.1.2. Tipo de muestreo	54
5.2. Segunda fase, recolección de datos	59
5.2.1. Técnicas y herramientas de recolección de datos	59
5.3. Tercera fase, procesamiento de la información	62
Capítulo tercero Análisis y discusión de resultados	63
1. Conocimiento de productos agroecológicos.....	64
2. Consumo de productos agroecológicos	65

2.1. Percepción de los aportes del consumo	68
2.2. Consumo de productos agroecológicos por edad	69
2.3. Consumo de productos agroecológicos por género	70
2.4. Consumo de productos agroecológicos por nivel de instrucción	71
2.5. Consumo de productos agroecológicos por nivel de ingresos familiares.....	72
2.6. Consumo de productos agroecológicos por sector laboral	72
2.7. Consumo de productos agroecológicos por zona y segmento	74
3. Análisis de consumidor efectivo de productos agroecológicos.....	75
3.1. Preferencia de lugar de compra	75
3.2. Motivación de compra	76
3.3. Percepción de cantidad de consumo	77
3.4. Percepción del precio.....	78
3.5. Promedio de gasto, lugar y frecuencia de compra	79
3.6. Influencia de compra	80
3.7. Fidelidad de compra	83
4. Análisis de consumidor potencial de productos agroecológicos	84
4.1. Disposición de consumo en el futuro.....	84
4.2. Conocimiento de la existencia de ferias agroecológicas en el cantón	86
4.3. Preferencia de lugar de compra y motivación de compra de alimentos	87
4.4. Percepción del precio de alimentos	89
4.5. Promedio de gasto, lugar y frecuencia de compra de alimentos.....	90
4.6. Disposición a pagar más por producto agroecológico	91
5. Aporte de las ferias agroecológicas al Desarrollo del cantón.....	92
5.1. Aporte en aspectos sociales	93
5.2. Aporte en aspectos económicos.....	95
5.3. Aporte en aspectos ambientales.....	96
Conclusiones y recomendaciones	99
Conclusiones.....	99
Recomendaciones	107
Obras citadas.....	111

Lista de tablas

Tabla 1 Población del cantón Pedro Moncayo	42
Tabla 2 Crecimiento poblacional desde 1990-2010 en Pedro Moncayo	44
Tabla 3 Población Económicamente Activa - PEA por parroquia	48
Tabla 4 Principales cultivos 1970-2011	51
Tabla 5 Ferias agroecológicas en Pedro Moncayo	51
Tabla 6 Tamaño de la muestra	59
Tabla 7 Número de encuestas levantadas por segmento y género.....	59
Tabla 8 Listado de entrevistados	61
Tabla 9 Técnicas de recolección de datos.....	62
Tabla 10 Conocimiento y consumo de productos agroecológicos	66

Lista de gráficos

Gráfico 1 Ubicación del cantón en la zona de planificación 2	41
Gráfico 2 División Parroquial del cantón Pedro Moncayo.....	42
Gráfico 3 Composición de la población en Pedro Moncayo	43
Gráfico 4 Crecimiento poblacional 1990-2010 en Pedro Moncayo	44
Gráfico 5 Edad de la Población de Pedro Moncayo	45
Gráfico 6 Necesidades Básicas Insatisfechas 1990-2010.....	46
Gráfico 7 Escolaridad Intercensal 2001-2010	46
Gráfico 8 Población Ocupada por Rama de Actividad.....	49
Gráfico 9 Mapa censal zona urbana distribuido en segmentos.....	56
Gráfico 10 Mapa censal zona rural distribuido en segmentos	58
Gráfico 11 Variables de estudio	60
Gráfico 12 Estructura de análisis y presentación de resultados.....	63
Gráfico 13 Conocimiento sobre productos agroecológicos.....	64
Gráfico 14 Conocimiento por zona y segmento	65
Gráfico 15 Consumo de productos agroecológicos	67
Gráfico 16 Percepción de aportes del consumo agroecológico	68
Gráfico 17 Consumo por edad	69
Gráfico 18 Consumo por género.....	70

Gráfico 19 Consumo por nivel de instrucción.....	71
Gráfico 20 Consumo por nivel de ingresos	72
Gráfico 21 Consumo por sector laboral.....	73
Gráfico 22 Consumo por zona y segmento.....	74
Gráfico 23 Preferencia de lugar de compra	75
Gráfico 24 Motivación de compra	76
Gráfico 25 Cantidad de Consumo.....	77
Gráfico 26 Percepción de precios productos agroecológicos	78
Gráfico 27 Promedio de compra vs. Lugar y frecuencia de compra	80
Gráfico 28 Influencia de compra	81
Gráfico 29 Fidelidad de compra vs. Lugar de compra	83
Gráfico 30 Disposición a consumir en el futuro	84
Gráfico 31 Disposición a consumir en el futuro por zonas y segmentos.....	85
Gráfico 32 Disposición a consumir en el futuro por sector laboral	85
Gráfico 33 Conocimiento de existencia de ferias agroecológicas	86
Gráfico 34 Lugar de preferencia de compra de productos convencionales.....	88
Gráfico 35 Motivaciones de compra de productos convencionales	88
Gráfico 36 Apreciación de precios (razonable o no)	89
Gráfico 37 Promedio de compra vs. Lugar y frecuencia de compra	91

Lista de anexos

Anexo 1: Formato de Encuesta dirigida a pobladores de Tabacundo	117
Anexo 2: Fotografía Urbanización cerca de florícola.....	120
Anexo 3: Mapa producción florícola en Tabacundo	120
Anexo 4: Autora en entrevista con productores agroecológicos	121
Anexo 5: Autora encuestando a consumidores.....	121
Anexo 6: Instalaciones feria UCCOPEM	122
Anexo 7: Instalaciones feria del Buen Vivir.....	123
Anexo 8: Instalaciones feria la Esperanza	124

Introducción

La agricultura ha acompañado a las sociedades a lo largo de la historia de la humanidad, y se ha convertido en un pilar importante dentro de las estrategias de desarrollo de las naciones. Inicialmente la agricultura tenía como fin la subsistencia alimentaria de las primeras civilizaciones, haciendo uso de conocimientos ancestrales en la producción de cultivos. Sin embargo, en la actualidad debido a los patrones de consumo acelerados de la sociedad, dadas las premisas de la revolución industrial y revolución verde agraria, existe todo un mercado de materias primas agrícolas que controlan la cadena de producción, lo que provoca el encarecimiento de precios y el incremento de intermediarios, profundizando de esta manera la pobreza debido al desplazamiento de los pequeños agricultores y al limitado acceso a alimentos a escala global.

El Ecuador como muchos otros países en desarrollo se insertó en el proceso conocido como revolución verde, haciendo énfasis en una producción agrícola a gran escala y de monocultivo. Sin embargo, esta aparente propuesta de desarrollo por medio de la industrialización del agro trajo consigo efectos negativos en el territorio. En esta lógica de desarrollo agroindustrial, Tabacundo, una parroquia del cantón Pedro Moncayo, se ha especializado en la producción de flores de exportación, y en donde sus pobladores han ido dejando atrás el modelo de agricultura tradicional, para insertarse en la agroindustria florícola.

Si bien es cierto que la entrada en marcha de esta industria trajo consigo la generación de nuevas fuentes de empleo y mejoras en el crecimiento del dinero circulante de la zona; por otro lado, también acarreo problemas como: el abandono de las tierras productivas, pérdida de soberanía alimentaria, daños ambientales, trastornos en la salud, explotación laboral, inseguridad, desintegración familiar, entre otros. Y de esta manera “los productores sometidos a la explotación laboral de las florícolas se han convertido en campesinos asalariados” (Campana y Larrea 2008,13), cambiando así las dinámicas territoriales y los modos de vida de la población y los agricultores de la zona.

Pero en contraposición a estos efectos nocivos, y como una forma de aportar al desarrollo sostenible de la parroquia Tabacundo y del cantón Pedro Moncayo, han surgido experiencias desde los mismos pobladores que aún le apuestan a la agricultura familiar campesina con orientación agroecológica. De allí que en el cantón se han consolidado

procesos alternativos de producción y comercialización de alimentos, agrupados en ferias de producción agroecológica, bajo los principios de economía solidaria y comercio justo, cuyo estandarte ha sido la soberanía alimentaria. Estas agrupaciones de ferias agroecológicas se diferencian de las agrupaciones de los mercados y cadenas tradicionales de abasto de alimentos por sus principios éticos y de solidaridad en cuanto a la producción, distribución y consumo. Pues más allá del lucro financiero, la idea de la agroecología y las ferias es generar formas alternativas de desarrollo que aporten al sector.

Dada la importancia que tiene el consumo responsable de alimentos para favorecer a la agricultura familiar campesina, al ambiente y la salud, esta investigación pretende levantar información sobre el conocimiento y las preferencias de compra de los pobladores frente a los productos ofertados en las denominadas ferias agroecológicas del sector. Este estudio pretende ser un aporte a la comprensión situacional de las preferencias de compra de los pobladores de este sector.

En el capítulo primero de este trabajo, se describe la base teórica que da soporte al mismo, y se muestra que con la entrada en marcha de la revolución verde se tomó impulso al incremento en la producción intensiva de alimentos en especial en los países considerados de menor desarrollo bajo la lógica de seguridad alimentaria; misma que propone el acceso a alimentos en función del derecho que tenemos los seres humanos a una alimentación que satisfaga nuestras necesidades básicas. Sin embargo, esta práctica no tomó en cuenta las repercusiones que tendría en el futuro. Este sistema de producción agrícola se basa en el uso extensivo de insumos químicos y de producción de grandes extensiones de monocultivo, que ha generado impactos en varios ámbitos: ambiental, social, económico y cultural en los países involucrados.

Solo luego de que el mundo notó que la revolución verde no fue la panacea para combatir el hambre, surge el concepto de soberanía alimentaria por medio de la intervención de varios colectivos sociales como la Vía Campesina. Esta nueva visión sobre la provisión de alimentos tiene como enfoque el acceso a los mismos respetando el derecho que tienen los pueblos para determinar sus propias políticas de producción, respetando los conocimientos ancestrales y dando prioridad al abastecimiento local.

Ante las evidentes consecuencias de la revolución verde y del consumo acelerado promovido por el gran capital, han surgido propuestas alternativas de producción y consumo que pretenden ser un aporte a la construcción de la soberanía alimentaria. Y en este marco, la economía solidaria se ha levantado como una alternativa que pretende ir en contra corriente del sistema económico global, así pues:

El enfoque de economía social solidaria implica la necesidad de cambiar los procesos actuales de producción y comercialización, generadores de pobreza, inequidad y deterioro ambiental; brinda la posibilidad de cambio de las relaciones de poder y de recomponer las relaciones sociales, priorizando la soberanía alimentaria de productores y consumidores, retomando actitudes éticas en la relación entre las personas y de éstas con el entorno. (Bustos y Bustos 2010, 54)

Una de las propuestas relacionadas a la economía solidaria es la agroecología, ya que la misma tiene una concepción distinta de la producción agrícola convencional, pues es más sensible a la tragedia de los Recursos de Uso Común (RUC) (Ostrom 2011, 36) —semillas, agua, suelo, aire, etc.— y al cambio climático; “ya que continuar con este sistema degradante, como es el que promueve la economía neoliberal, ecológicamente deshonesto, al no reflejar las externalidades ambientales, no es una opción viable” (Altieri 2013, 3). Así pues, la agroecología se centra no solo en la producción, sino también en el consumo responsable, ya que está basada en:

Un conjunto de conocimiento y técnicas que se desarrollan a partir de los agricultores y sus procesos de experimentación. Por esta razón, la agroecología enfatiza la capacidad de las comunidades locales para experimentar, evaluar y ampliar su aptitud de innovación mediante la investigación de agricultor a agricultor y utilizando herramientas del extensionismo horizontal. Su enfoque tecnológico tiene sus bases en la diversidad, la sinergia, el reciclaje y la integración, así como en aquellos procesos sociales basados en la participación de la comunidad. (Altieri y Toledo 2011, 6)

Y uno de los canales de comercialización que los productores agroecológicos de base familiar campesina han encontrado para vender sus productos de manera directa son las ferias agroecológicas. Entendidas como espacios en donde convergen los productores agroecológicos y los consumidores responsables que se han sensibilizado y entienden la importancia de consumir productos libres de pesticidas, al tiempo que generan relaciones de solidaridad entre productores y consumidores.

En el capítulo segundo se detallan los objetivos de investigación y se describe la situación económica, social y productiva del cantón Pedro Moncayo y la parroquia Tabacundo que es el área de estudio, y se muestra de manera general que es un sector eminentemente productor de flores de exportación, y a la vez es un sector con altos indicadores de pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI), con bajos indicadores de escolaridad, y con presencia de enfermedades como cáncer, problemas de piel y respiratorios (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo 2015, 23). Sin embargo, y a pesar de la presencia de la industria florícola, se han levantado

iniciativas de productores que le apuestan a la agricultura familiar campesina de tipo agroecológica a fin de defender la soberanía alimentaria.

A continuación en este mismo capítulo, se explica el diseño metodológico que se siguió a fin de levantar la información necesaria para la discusión de resultados. El diseño metodológico para este estudio tuvo sus bases en la investigación realizada por Andrade Ortiz y Flores (2008), denominada Consumo de Productos Orgánicos/ Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos. En este sentido, se establecieron tres fases de investigación: el muestreo, la recolección y finalmente el procesamiento de datos a información relevante que fue analizada a la luz del marco conceptual.

En el capítulo tercero se realiza un análisis y discusión de resultados en función de los objetivos planteados y se presentan los hallazgos de la investigación sobre el conocimiento y consumo de los productos ofertados en las ferias agroecológicas por parte de los pobladores de Tabacundo, así como un análisis de la información sobre preferencias de compra proporcionada por los consumidores efectivos y potenciales. Además se identifica los aportes que realizan las ferias agroecológicas al desarrollo en tres aspectos principales: sociales, económicos y ambientales.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones pertinentes que servirán de aporte a la discusión sobre la construcción de estrategias locales relacionados al fomento del consumo de productos sanos y agroecológicos en la población de la parroquia Tabacundo.

Capítulo primero

Enfoque y marco conceptual

1. Desarrollo versus crecimiento económico

A lo largo de la historia de la humanidad y desde el punto de vista de las diferentes corrientes de las ciencias sociales y económicas han existido varias conceptualizaciones sobre el desarrollo, las cuales han entrado en debate y se han ido redefiniendo como una cuestión dinámica del concepto con el pasar del tiempo y contextos. Las conceptualizaciones de la teoría económica del desarrollo han sido relacionadas exclusivamente con crecimiento económico, y es que el crecimiento de la economía anclado al desarrollo viene dado desde épocas de antaño. Ya desde el siglo XVIII se acuñó el término progreso como una forma de alcanzar la modernidad.

El origen de la discusión sobre el término progreso y su adecuación a los diferentes espacios, se sitúa entre los siglos XVIII y principios del siglo XIX, donde se plantea el concepto de progreso en medio de los cambios producidos por la modernidad, matizado por un proceso social y económico denominado revolución industrial, la cual daba paso a un esquema de producción distinto del conocido hasta ese momento, superando el mercantilismo feudal y situando nuevos principios en el orden mundial. (Castro Medina 2018, 17)

Terminada la Segunda Guerra Mundial, la población europea quedó devastada por los efectos de la misma, y Estados Unidos destinó un apoyo para estos países afectados por medio de la inyección de recursos en lo que se denominó el Plan Marshall. Por otra parte, “en un contexto de emergencia de nuevas economías, sea por consolidación de los Estados-nación o por constitución de nuevos Estados” (Castro Medina 2018, 20), el Presidente Truman, en su discurso inaugural ante el Congreso de los Estados Unidos hablando sobre los países en condición de pobreza, marcó una conceptualización del desarrollo creando una línea divisora entre países ricos o desarrollados y países pobres o subdesarrollados. Y esta es la visión que se ha mantenido, entendiéndola como un estado de bienestar, enfocado en la prosperidad económica de las naciones. Así “la dinámica de crecimiento económico ha sido el centro de los planteamientos sobre el desarrollo” (Castro Medina 2018, 20), y se ha relegado al bienestar humano por sobre las cuestiones del capital.

Seguido de estos eventos cerca de la década de 1950 surge la Organización de Naciones Unidas (ONU), como un conjunto de Estados Soberanos unidos a fin de promover la paz mundial luego de lo que había sucedido con la Segunda Guerra Mundial. Años después se crean diferentes organismos de apoyo encargados en diversos sectores inscritos dentro de la ONU. Para la década de 1970 se habló de progreso, y para la década de 1980 se estableció al crecimiento como un mecanismo para generar riqueza.

El término desarrollo ha sido relacionado muchas veces con la idea de crecimiento económico del capital y modernización de las naciones, pues se ha tenido la creencia de que “el crecimiento económico podía resolver todos los problemas de pobreza y, a su vez, se entendía el crecimiento económico como la mera acumulación de trabajo y capital” (Escribano 2010, 9). Pasando luego por nociones de calidad de vida, desarrollo local, desarrollo humano, entre otros. Pero no es sino hasta nuestros tiempos caracterizados por un dilema de tipo social y ambiental, que se habla de desarrollo sostenible; el cual cuestiona al modelo de desarrollo caracterizado por la acumulación, dado el uso desmedido de los recursos naturales y sus consecuencias generadas en cuanto a aspectos de: pobreza, desigualdad y obviamente problemas de tipo ambientales.

El problema del desarrollo es que se cree que todo debe ser crecimiento y más crecimiento en cuestión de Producto Interno Bruto (en adelante PIB), pero esta idea se empieza a fragmentar con la evidencia de la degradación ambiental y social con la que nos encontramos en la actualidad. En este sentido, para nuestra época y sociedad en la que vivimos, cabe mencionar la conceptualización dada por la comisión Brundtland en el año 1987, que señala que el “desarrollo [es aquel] que garantiza las necesidades del presente sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. Se entiende entonces, que este concepto, va más allá de una expresión numérica definida por el Producto Interno Bruto de un país, pues “tradicionalmente se han identificado, los conceptos de desarrollo y, crecimiento económico; no obstante, algunos países crecen en aspectos fácilmente cuantificables y no por ello logran la satisfacción de necesidades de la población” (Figuerola 2006, 599).

En contraste con esta noción, alineada al crecimiento económico y a la acumulación de capital, también se encuentra la visión del desarrollo como un aspecto multidimensional, es decir, que no solo se ve reflejado en la mejora de ingresos económicos, sino también en otros aspectos como mejora de acceso a servicios de salud, educación, vivienda, manejo ambiental, democracia, acceso financiero, e incluso acceso a alimentos. Es por ello que en las reuniones de alto nivel de la ONU, se ha insistido en

que las estrategias de desarrollo de las naciones deben pasar por la integración de tres aspectos básicos que permitan configurar un proceso de desarrollo en cuanto a lo económico, social y ambiental (Labandeira, León, y Vázquez 2007, 315).¹

La óptica con la que se mira al desarrollo no debería ser la mera acumulación de capital, sino más bien desde una concepción basada en las libertades y derechos fundamentales que tenemos los individuos para tomar nuestras propias elecciones y generar nuestro propio desarrollo (Sen 2000, 52), ya que la verdadera riqueza de una nación está en su gente. Pues “la expansión de la producción y de riqueza es sólo un medio. El fin ulterior del desarrollo debería ser siempre el bienestar humano” (Castro Medina 2018, 24).

2. Seguridad Alimentaria y su relación con la Revolución Verde

2.1. Antecedentes históricos

La agricultura ha sido y es un pilar fundamental dentro de la economía de las naciones, pues es de gran relevancia debido a que la alimentación es un derecho reconocido en la Declaración Universal de Derechos Humanos de 1946, e incorporado dentro del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales en 1976, por lo que el cumplimiento de este es una obligación vinculante para los estados (Bravo et al. 2016, 7–8). Bajo este marco se define a la seguridad alimentaria como “el conjunto de acciones que garantice a la población en general un abastecimiento permanente y seguro de alimentos en cantidad, calidad y precios que satisfagan sus necesidades alimentario-nutricionales básicas”(Bustos y Bustos 2010, 13).

Luego de la Segunda Guerra Mundial se creó la ONU y seguido el 16 de octubre de 1945 nació el Programa de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), con el objetivo de iniciar un programa que haga frente al problema del hambre en el mundo dadas las circunstancias de falta de alimento en continentes como África e incluso de las personas afectadas luego de la Segunda Guerra Mundial. El proceso fue conocido como seguridad alimentaria. Este proceso puso a un lado a la producción agrícola de los pequeños productores locales y el autoabastecimiento, y se enfocó únicamente en asegurar el acceso a alimentos a los más hambrientos ya sea por medio de

¹ Se ha citado información contenida en la tesina de Erika Monteros, 2015, «Análisis de la Certificación Fair Trade como herramienta promotora de desarrollo sostenible». Monografía, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Quito.

la aplicación de políticas públicas, asistencia alimentaria, etc. Pero no se tomó en cuenta el origen de los alimentos, es decir, si estos provenían de donaciones, de una transnacional o del Estado, y además abrió el camino para una producción extensiva de alimentos por medio de la aplicación de paquetes tecnológicos e industrialización del sector agrícola, sin tomarse en cuenta las posteriores repercusiones a escala global (Bravo Velásquez et al. 2016, 14).

En los años sesenta empezó una ola de industrialización de la producción agrícola, con la idea de producir mayor cantidad de alimentos a fin de suplir las necesidades de alimentación de la población mundial, que se conoció como revolución verde. Desde esta estructura se impusieron a los campesinos paquetes tecnológicos que incluyeron: semillas mejoradas, agrotóxicos, maquinaria, etc. (Chérrez et al. 2007, 28). Así, la revolución verde agraria implicó un conjunto de prácticas puestas en marcha en especial en países conocidos como pobres o en desarrollo, para hacer frente a los problemas de hambre. Entonces, se apostó por una modernización de la agricultura basada en la expansión del monocultivo, la introducción de variedades de semillas mejoradas, y el empleo masivo de abonos y pesticidas. Lo que significó un tejido de trampas que hicieron perder autonomía a los campesinos y contagió su pensamiento con la lógica de mercado (Chérrez et al. 2007, 28-29).

Con esta perspectiva de industrialización de la agricultura, se dejaron de lado modelos de producción agrícola diversificados que aún mantienen los pequeños productores agrícolas, quienes defienden la agricultura familiar de tipo campesina, y que son quienes siguen manteniendo la alimentación de los países de menor desarrollo. Ya que según estudios de la FAO el “80% de alimentos consumidos en países en desarrollo son producidos por pequeños productores” (Guzmán Gómez 2014, 221).

2.2. Consecuencias de la Revolución Verde y los desafíos globales para la sociedad y los Recursos de Uso Compartido (RUC)

La revolución verde intentó incrementar el volumen de producción de alimentos, “en 1950 la tierra contaba con alrededor de 2.500 millones de individuos, disponiendo de un promedio de 2.450 kilocalorías por día; para el año 2000, fueron 6.000 millones de habitantes que dispusieron, en promedio, de 2.700 kilocalorías” (Bustos y Bustos 2010, 14). Sin embargo, esta lógica de incrementar la producción alimenticia no fue la solución absoluta para los problemas de acceso a alimentos y pobreza en el mundo, pues esta

problemática aún persiste y la población aumenta de manera exponencial. Al contrario, la revolución verde acarreó problemas estructurales profundos, “este proceso fue un fracaso en relación con el objetivo de enfrentar el problema del hambre para el que fue creado. Los impactos sociales, económicos y ambientales que creó agravaron este problema y generaron otros” (Chérrez et al. 2007, 41).

Los productores agrícolas hicieron cambios en sus estructuras a fin de convertirse en productores intensivos y de monocultivo, esto implicó la eliminación de bosque primario, pastizales y terrenos de producción mixta. La biodiversidad se vio afectada con la puesta en marcha del monocultivo, el suelo erosionado y altos niveles de contaminación por la aplicación intensiva de agroquímicos, con efectos secundarios en la salud de la población y animales. Además “se perdieron técnicas locales como la huerta mixta diversificada, policultivos de ciclo corto, el sistema de descanso de los terrenos. Se rompieron lazos de solidaridad” (Chérrez et al. 2007, 78).

Este proceso benefició a grupos de poder corporativos con la Fundación Rockefeller y Ford a la cabeza, también Monsanto y Bayer usufructuaron de la venta de paquetes tecnológicos a los productores en el Sur, y lo siguen haciendo; generando de esta manera una dependencia total de los agricultores a estas grandes corporaciones.

Esta dependencia se da no sólo a nivel del productor, sino a nivel de país ya que los países del sur no producen la mayoría de estos insumos. Gran parte de las divisas que entran a un país por la exportación de productos agrícolas resultantes de la Revolución Verde, salen por concepto de importación de insumos agrícolas, fabricados por las grandes transnacionales. (Chérrez et al. 2007, 34)

Razón por la cual no fue ni siquiera un proceso rentable el hecho de que los países del Sur se hayan involucrado dentro de la producción de la revolución verde. Adicional, la venta de semillas mejoradas fue el pilar fundamental de este proceso, pues al ser híbridas no son capaces de reproducirse por más de una vez, y por ende este modelo de producción rompe con costumbres ancestrales de guardar o intercambiar semillas para la reproducción de la agro biodiversidad y semillas nativas. “Además, [estas semillas] demandan mayor cantidad de fertilizantes inorgánicos y agua, el sistema agrícola pierde la capacidad de auto-reciclaje, surgen nuevos problemas de plagas y enfermedades, y con ello, mayor uso de plaguicidas”(Chérrez et al. 2007, 29). Por otra parte, los plaguicidas usados en las plantas entran al organismo humano y animal al momento de ingerir productos contaminados con estos químicos venenosos, y somos los consumidores los que sacrificamos nuestra salud, a cambio de la rentabilidad económica de otros. En suma,

a más de los efectos nocivos en la salud y ambiente, también se han perdido semillas locales, y de acuerdo a Bravo (2014, 75):

En un siglo hemos acabado con la diversidad genética que nuestros antepasados lograron desarrollar a lo largo de 10000 años de domesticación y selección. Consiguieron adaptar las mejores variedades para los climas y peculiaridades locales de cada zona, creando un patrimonio alimentario de incalculable valor por su calidad, eficiencia y diversidad. Y ahora estamos renunciando conscientemente a todo ello, seleccionando para monocultivos las variedades no por su sabor o virtudes nutritivas sino por su rentabilidad económica.

Así, “la aceleración del ritmo de reproducción del capital en la economía global guarda estrecha relación con el deterioro de la vida en nuestro planeta y con la disminución de las tasas de reproducción de la vida y salud” (Breilh y Tillería 2009, 25), por lo que la deuda ecológica en cuanto a salud y vida de los seres humanos debido a la puesta en marcha de la revolución verde con la aplicación de plaguicidas altamente tóxicos en la producción alimenticia es incalculable. Se ha perdido el derecho de los pueblos a elegir sus propias políticas de producción de alimentos, y sin este derecho al acceso a alimentos libres de pesticidas, se han perdido: vidas humanas, vida silvestre, microorganismos e insectos como las abejas necesarias para la reproducción de la agro biodiversidad, y el agua y suelo están envenenados.

La Organización Mundial de la Salud calculaba, a fines de los 70, 3 millones de envenenamientos en el mundo y más o menos 1% de mortalidad. En la década del 90, se calculaban 25 millones de envenenamientos en el mundo y probablemente 220.000 muertos. Pero resulta que el 99% de esos muertos son en los países del Sur: América Latina, África, Asia. Estos son crímenes, los plaguicidas químicos son armas químicas, cuyos impactos hoy son plenamente conocidos. (Chérrez et al. 2007, 134)

Por otra parte, la mecanización e industrialización del campo se dio no solo con la introducción de nuevas semillas de alto rendimiento, sino que se implementó maquinaria con uso de combustibles fósiles. “La sustitución del trabajo humano o animal por maquinaria aceleró el proceso de erosión del suelo y la destrucción de la capa arable”(Chérrez et al. 2007, 31). Este tipo de producción agrícola industrial es costosa desde la perspectiva de consumo energético, ya que ha significado un incremento en el consumo de energía proveniente del petróleo, pues “también se utiliza energía en el transporte de insumos hacia la finca, y de los productos hacia fuera, más aún si se trata de agricultura dedicada a la exportación, y a escala global” (Chérrez et al. 2007, 32).

Después de todos los efectos colaterales que trajo consigo la revolución verde, esta fue altamente criticada y aun lo sigue siendo, debido a que, si bien se presentó como una estrategia de desarrollo y superación del hambre y pobreza en el mundo, no logró superar el desafío de la distribución de la gran cantidad de alimentos a la gente que en realidad los necesita y no tiene los recursos para acceder a ellos. Más bien, este proceso enriqueció los intereses económicos de un pequeño grupo de personas del planeta.

Sin embargo, la crítica más fuerte gira entorno a las externalidades e impactos provocados en cuanto al medioambiente. En este marco, la revolución verde está totalmente ligada con la denominada “tragedia de los comunes”, término acuñado en 1968 por Garret Hardin, un conocido ecologista estadounidense, que sostiene la idea de que cada individuo busca satisfacer sus propios intereses, y coloca a los Recursos de Uso Compartido (RUC) como: alimentos, suelo, agua, semillas, entre otros, en un riesgo de sobreexplotación en un mundo en donde los recursos son finitos (Ostrom 2011, 36).

Desde la perspectiva de la economía clásica, no existiría cuestionamiento alguno acerca del manejo de los recursos, ya que el panorama muestra una economía que se autorregula y es capaz de solventar los desequilibrios que eventualmente podrían presentarse en el mercado. Pero desde esta perspectiva, se observa en primera instancia un mercado desprovisto de humanidad, donde el enfoque son las ganancias y la acumulación de capital. Y cuando se identifican las interacciones humanas, éstas se mueven por la competencia para maximizar las ganancias, aparece así el *homo economicus* que actúa de manera egoísta para obtener beneficios fundamentalmente económicos, sin considerar la degradación de los recursos. Es en este sentido que la tragedia de los comunes propuesta por Hardin simboliza “[...] la degradación del ambiente que puede esperarse siempre, cuando muchos individuos utilizan simultáneamente un recurso escaso” (North 1993, 36), lo que sugiere el interés de las personas para obtener su beneficio personal, en detrimento de los demás y de los recursos limitados.

En definitiva, la humanidad se enfrenta a una crisis alimentaria debido a las condiciones de un orden mundial injusto, y por ende nos encontramos frente a un dilema referente a la sostenibilidad de los RUC que son recursos escasos. “No es exagerado afirmar que todo el sistema alimentario mundial está gravemente enfermo, y que la cuestión central es cómo reformarlo si, de hecho, no es ya demasiado tarde para ello” (Rieff 2016, 17). Es por esta razón que “el cuadro institucional y de gobernanza de los sectores basados en recursos de uso compartido reclama una institucionalidad y un

conjunto de reglas de juego que no son las del mundo industrial, y en este plano resta mucho por hacer” (Bárcena y Prado 2015, 256).

Es evidente que la desigualdad generada por la economía convencional de mercado y de capital, así como sus consecuencias para el ambiente y la sociedad, nos llevan a replantear un análisis más amplio y profundo para la generación de alternativas frente a la denominada tragedia de los comunes, dada la sobreexplotación de los recursos finitos. Es así que la soberanía alimentaria y la agroecología, se presentan como una de varias propuestas alternativas a estos desafíos globales de la sociedad, ambiente y RUC.

3. Soberanía alimentaria, una propuesta ante los desafíos globales

Detrás del concepto de soberanía alimentaria existe una red social global sin precedentes, cuyos esfuerzos, debates, reflexiones y pensamientos han permitido construir el paradigma que hoy es la soberanía alimentaria, misma que difiere de la propuesta de seguridad alimentaria promovida desde la FAO. Los elementos que forman parte de las demandas de la soberanía alimentaria han surgido de la reivindicación de los grupos afectados por la política agroalimentaria incentivada por la revolución verde a escala global. Estos elementos surgen de la propia experiencia de las organizaciones de campesinos, trabajadores agrícolas, movimientos sociales, etc. Así pues “la gestación del concepto de Soberanía Alimentaria puede ubicarse a lo largo de las luchas de la sociedad dentro de la articulación de antagonismos al neoliberalismo y la globalización”(Cuéllar Padilla y Sevilla Guzmán 2009, 44).

Cuando el mundo notó que la revolución verde no fue la panacea, y que acarreo graves consecuencias ambientales, sociales y económicas, el concepto de soberanía alimentaria fue tomando fuerza. Y no fue sino hasta 1966 en el Contraforo Mundial sobre Alimentación que la Vía Campesina² rechazó el concepto de seguridad alimentaria y acuñó el siguiente concepto de soberanía alimentaria a fin de asegurar la producción local:

² La Vía Campesina desde 1993 en una conferencia llevada a cabo en Mons, Bélgica, es el movimiento internacional que agrupa a millones de campesinos, pequeños y medianos productores, indígenas, migrantes y trabajadores agrícolas de todo el mundo. Defiende la agricultura sostenible a pequeña escala como un modo de promover la justicia social y la dignidad. Se opone firmemente a los Agronegocios y las multinacionales que están destruyendo los pueblos y la naturaleza. Ver más en Messe. 2013. *Cuadernos de trabajo Economía Solidaria para la incidencia y el diálogo de saberes*. Editado por Marcelo Paéz. Primera Edición. Quito-Ecuador: Movimiento de Economía Solidaria del Ecuador, meSSE. www.messe.ec.

“La soberanía alimentaria es el derecho de los pueblos a definir su propia alimentación y su agricultura, a proteger y regular la producción y el mercado nacional de los productos agrícolas con el objeto de conseguir los objetivos de desarrollo sostenible, a determinar el grado de autosuficiencia y a limitar el “dumping” de productos alimenticios a sus mercados nacionales”. (Vía Campesina 1996)

De esta manera la Vía Campesina propuso como solución a los problemas de alimentación en el mundo el poner los medios de producción en manos de quien en realidad produce los alimentos, pues el reto más fuerte al que se enfrenta la soberanía alimentaria es acercar las relaciones entre productor y consumidor, rotas por la industrialización y el mercado global agrícola (Wittman, Desmarais, y Wiebe 2010, 3–4).

Luego, en el Foro Mundial sobre soberanía alimentaria realizado en la Habana en 2001, el concepto de soberanía alimentaria logró retomar la importancia de la agricultura familiar campesina a pequeña escala vinculada a los territorios, la valorización de los conocimientos de los pueblos originarios, el reconocimiento del control de los recursos naturales, semillas y territorio, así como la reforma agraria, y el reconocimiento del comercio alimentario internacional como un comercio que debe estar al servicio del ser humano y no al contrario (Cuéllar Padilla y Sevilla Guzmán 2009, 46).

Finalmente, dentro del paradigma de la soberanía alimentaria en la Declaración de Nyéléni de 2007 en Mali algunos movimientos sociales liderados por la Vía Campesina determinaron los siguientes compromisos y lineamientos para la soberanía alimentaria (Bravo et al. 2016, 19):

- Provea alimentos suficientes, sanos, nutritivos locales, culturalmente apropiados para todos.
- Enfatiza en la agricultura campesina, familiar a pequeña escala.
- Es necesario el control y el acceso a los recursos de la tierra.
- Contribuya al fortalecimiento de los conocimientos y habilidades locales
- Trabaje con la naturaleza, con un enfoque en la producción agroecológica.

Esta nueva visión tiene como enfoque el acceso a alimentos respetando el derecho que tienen los pueblos para determinar sus propias políticas de producción, respetando los saberes ancestrales y dando prioridad al abastecimiento local y sostenible de los productos. “A diferencia de la seguridad alimentaria, que plantea que se produzca suficiente cantidad de comida con garantía sanitaria sin tener en cuenta qué comida se produce, cómo, dónde y en qué escala; la soberanía alimentaria, en cambio, incluye el verdadero derecho a la alimentación y a producir alimentos” (Bustos y Bustos 2010, 146).

En definitiva, el concepto ha ido ampliando la perspectiva y se han incluido nuevas visiones acerca de la realidad agroalimentaria del mundo. En primera instancia se

habla de la soberanía alimentaria desde un enfoque de derechos y de autodeterminación de los pueblos en cuanto a la producción agrícola, y no desde la imposición de empresas transnacionales. En segundo lugar, a más de la producción agrícola se amplía la lógica de salud y de nutrición. Finalmente, se incorporan aspectos claves para la consecución de la soberanía alimentaria, como son: el acceso al agua, tierra y semillas, y de la implementación de una auténtica reforma agraria. Este último aspecto es clave ya que sin el control de los medios de producción la soberanía alimentaria y la agricultura familiar campesina, difícilmente podrían ser implementadas del todo.

Para Micarelli (2018, 120), el paradigma de lo que se conoce hoy en día como soberanía alimentaria³ pretende garantizar el derecho de los seres humanos a una alimentación digna que no se centre exclusivamente en el acceso y disponibilidad de alimentos, sino que trascienda sobre las cuestiones más importantes para la alimentación que es quién y cómo produce los alimentos que llevamos a nuestra mesa. Además, para la Vía Campesina:

La Soberanía Alimentaria requiere de una producción alimentaria sana, de buena calidad y culturalmente apropiada, para el mercado interior; lo que implica mantener la capacidad de producción alimentaria, en base a un sistema de producción campesina diversificada (biodiversidad, capacidad productiva de las tierras, valor cultural, preservación de los recursos naturales) para garantizar la independencia y la soberanía de las poblaciones. (Cuéllar Padilla y Sevilla Guzmán 2009, 45)

Finalmente, ante los retos de la alimentación a escala global y ante el dilema del deterioro de los recursos naturales, Micarelli (2018, 120) señala que en la VI Conferencia de la Vía Campesina, celebrada en el 2013, se reconoció que la protección de los RUC se encuentra en el centro del debate de la soberanía alimentaria.

3.1. Agroecología, un aporte a la construcción de soberanía alimentaria

La agroecología, se define como “una forma de producción de alimentos que prioriza la apropiación cultural, las formas colectivas de organización social, los sistemas de valores, rituales y económico de las comunidades campesinas, revalorizando las prácticas tradicionales en la producción agrícola local” (Heifer 2014, 28). La producción agroecológica surge del conocimiento y la práctica vivencial de quienes la han puesto en

³ La soberanía alimentaria vincula factores de producción y una nueva visión basada en la Agrobiodiversidad y sistemas de producción más agroecológicos; así como sistemas de intercambio solidarios, un consumo consiente y responsable para lograr una alimentación saludable en las localidades.

marcha, evidenciando sus beneficios en cuanto a temas de: técnicas de producción, transformación social, económica y de desarrollo local. En la actualidad la agroecología es una forma de producción de alimentos que combina sistemas de producción antiguos de la agricultura con sistemas de producción de las ciencias de la agronomía y ecología. Lo que intenta es producir alimentos de forma más natural que optimice los ecosistemas.

Esta forma de producción agrícola se fundamenta en principios como: la sustitución de productos químicos en la producción y la introducción de productos de tipo biológicos u orgánicos, incrementar la capa vegetal del suelo por medio del uso de materia orgánica, reducir la cantidad de labranza para minimizar la erosión del suelo, la pérdida de agua/humedad y nutrientes. De esta manera “las familias, comunidades y pueblos agricultores vuelven a ser protagonistas en la producción agroalimentaria, construyendo circuitos económicos solidarios rentables y viables, socialmente justos, culturalmente adecuados y políticamente participativos”(Messe 2013, 83).

En suma, la agroecología se constituye en un aporte a la construcción de soberanía alimentaria al generar alimentos cuya producción no proviene de monocultivo, ni de aplicación intensiva de agroquímicos; al contrario es una producción que intenta respetar la relación del ser humano y los recursos naturales, además de reducir las cadenas de comercialización, al acercar al consumidor responsable con los productores por medio de cadenas cortas como canastas solidarias, ferias agroecológicas, etc. Para Gortaire A. (2016, 13) la visión de producción agroecológica “más allá de entenderse como disciplina científica o sistema de tecnologías, es percibido por las miles de familias que la practican como una opción de vida que hace posible y tangible su liberación de las estructuras económicas, tecnológicas e ideológicas que las dominan”, por lo que visto desde esta perspectiva, la agroecología es una forma de recuperar la soberanía alimentaria.

Fernanda Vallejo⁴, entrevistada por Elizabeth Bravo, menciona además que la agroecología reactiva la economía campesina, pues es “un modelo que maximiza la fuerza de trabajo, que no demanda ocho horas y se recibe buenos ingresos; lo que impide o frena un poco la migración, porque la agroecología paga mejor que otras actividades asalariadas locales como la floricultura, y pueden tener excedentes para el autoconsumo” (Bravo 2014, 287). Sin embargo, el problema más fuerte al que se enfrenta la agroecología tiene

⁴ Fernanda Vallejo: Antropóloga y educadora popular. Desde 1991 acompaña a comunidades campesinas en la construcción de procesos autogestionarios. Citado de Fernanda Vallejo A. 2016. «Donde habita La Esperanza, la tierra la cuidan ellas». *Antropología Cuadernos de investigación* Nro. 17 (julio): 144-67.

que ver con la recuperación de semillas nativas, pues la mayor parte de semillas de hortalizas que es lo que más se produce en las parcelas agroecológicas son híbridas y no pueden ser reproducidas. Las semillas híbridas son el corazón de la revolución verde, pues son el primer eslabón de la cadena productiva; y a partir de la capacidad que tenga una sociedad para controlar sus semillas, esta tendrá o no soberanía alimentaria (Bravo 2014, 50).

Aterrizando en el ámbito nacional, la agroecología surge como una forma de resistencia de los movimientos indígenas y campesinos, no solo desde la entrada en marcha de la revolución verde, sino incluso desde la época colonial, pasando por la época republicana, hasta llegar a las formas de colonización capitalista del sector agrícola. La construcción de un pensamiento agrario alternativo no es nuevo en el Ecuador, ni siquiera con la vigencia de la Constitución de 2008 que reconoce a los procesos de agroecología relacionados con el cuidado de la alimentación y economía solidaria. Ya desde 1980 organizaciones del tercer sector venían trabajando sobre la propuesta de una producción agrícola de tipo orgánica en el país, y para 1990 el movimiento de la Vía Campesina, que iba en contra del paradigma de seguridad alimentaria anclada a la firma de tratados de libre comercio en América Latina, se vincula con estos procesos alternativos de producción y desarrollo. Para el nuevo milenio, la propuesta agroecológica va tomando forma no solo en el sector campesino, sino consolidándose en sectores como la academia e incluso en colectivos de varias corrientes relacionadas al consumo responsable, alimentación sana, ecologistas, etc.

Así pues, se evidencia que la agroecología como una forma de resistencia campesina en Ecuador y en el mundo, ha ganado un tanto su lucha y ha logrado abrir su propio mercado alternativo con la oferta de productos provenientes de las unidades de producción familiar diversificadas, con principios de producción contrarios a los propuestos por la producción a gran escala. De esta manera, la agroecología aporta a dinamizar el desarrollo local pues permite la interacción de diversos actores en el sistema agroalimentario, al tiempo que incentiva la gestión sostenible de los comunes como: la alimentación, la tierra, las semillas o el agua (López García et al. 2015, 28).

En definitiva, la agroecología se presenta como una respuesta a los desafíos globales que se pretende alcanzar desde el marco de la soberanía alimentaria y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.⁵ Pero para que se logre consolidar la soberanía

⁵ Son 17 objetivos que se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el *consumo sostenible*

alimentaria que va más allá del solo acceso a alimentos y que involucra de manera multidimensional aspectos de respeto entre el ser humano y su entorno, se debe tomar en consideración principalmente los siguientes aspectos:

1. Recuperar el control sobre la tierra, el agua y las semillas en favor de la agricultura familiar-campesina.
2. *Fomentar la agroecología* como una nueva matriz tecnológica basada en nuestra propia agrobiodiversidad y en el talento y protagonismo de las familias agricultoras.
3. Fortalecer los espacios de comercialización solidaria y controlar democráticamente los mercados comunes *creando consciencia en los consumidores para que promuevan saludables y solidarios hábitos de consumo*. (Messe 2013, 82; énfasis añadido)

Finalmente, se debe aclarar que dentro de la producción agrícola sostenible y libre de pesticidas, existe un debate entre dos tipos de producción, una de tipo orgánica y otra agroecológica. Si bien es cierto que ambas se basan en la producción con insumos orgánicos y libres de pesticidas, hay una clara diferencia entre estos dos tipos de producción, y es que la producción agroecológica se centra en principios de economía social y solidaria en donde las personas están por sobre los intereses del capital, existen principios de asociatividad, rescate y valorización de conocimientos ancestrales, entre otras cosas, a fin de alcanzar un desarrollo sostenible a escala local. Mientras que la producción orgánica puede estar basada en una producción intensiva con aplicación de sellos de certificación pagados que avalan que la producción no contiene químicos ni pesticidas dañinos para la salud y el ambiente, pero que no necesariamente aplican principios de solidaridad sino de mercado, y no implican un aporte al desarrollo de la economía familiar campesina.

3.2. Soberanía alimentaria, economía solidaria y comercio justo: La experiencia ecuatoriana

Partiendo de que la ecología política trata de entender las relaciones entre producción y distribución del poder frente a la sobreexplotación de recursos y del cambio ambiental (Robbins 2013, 561), se debe considerar el hecho de que la aplicación de políticas provenientes de las vertientes de la revolución verde en el Ecuador fue nocivo para el sector agrícola debido a la concentración en los medios de producción en manos

de ciertos grupos de poder y a la aplicación de paquetes tecnológicos con semillas híbridas a partir de la denominada revolución verde. Además del deterioro de las costumbres y tradiciones ancestrales como el rescate de semillas nativas, y con ello una pérdida en cuanto a nutrición y soberanía alimentaria en lo local.

De acuerdo con Breilh y Tillería (2009, 74) el agro es el depositario de la soberanía alimentaria, pues los productos que vienen del sector agrícola son el sustento de la vida de la población del país. De allí que la importancia que tiene el sector agro no solo es en cuanto a temas de soberanía alimentaria, sino también en cuanto a su articulación económico-productiva, que involucra al medio ambiente y la biodiversidad, así como el uso de RUC que son limitados, además de la reproducción cultural de los pueblos y nacionalidades que se encuentran inmersos en el sector del agro. En Ecuador, el proceso de consolidación de un modelo de soberanía alimentaria ha tenido varios momentos donde algunos actores han intentado escamotear sus contenidos. Pero a pesar de los problemas, se reflejan algunos avances. Tanto así que la Constitución de 2008 reconoce los derechos de la naturaleza, y entre otras cosas promueve el fortalecimiento de una economía solidaria y comercio justo.

Así, dentro del marco normativo constitucional, se dedica el capítulo tercero del Régimen de Desarrollo a la soberanía alimentaria. Y el artículo 281 de la Constitución precisa que “la soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la autosuficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiado de forma permanente” (EC 2008, art. 281). Para cumplir con ello, este mismo artículo menciona entre algunas responsabilidades del Estado las siguientes:

1. Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria.
[...]
3. Fortalecer la diversificación y la introducción de tecnologías ecológicas y orgánicas en la producción agropecuaria.
4. Promover políticas redistributivas que permitan el acceso del campesinado a la tierra, al agua y otros recursos productivos.
[...]
6. Promover la preservación y recuperación de la agrobiodiversidad y de los saberes ancestrales vinculados a ella; así como el uso, la conservación e intercambio libre de semillas.
[...]
10. Fortalecer el desarrollo de organizaciones y redes de productores y de consumidores, así como la de comercialización y distribución de alimentos que promueva la equidad entre espacios rurales y urbanos.

11. Generar sistemas justos y solidarios de distribución y comercialización de alimentos. Impedir prácticas monopólicas y cualquier tipo de especulación con productos alimenticios. (EC 2008, art. 281)

Aunque la denominada autosuficiencia alimentaria, que señala el artículo 281 de la Constitución, en realidad esquivo el debate sobre el origen de la producción desde un discurso de seguridad alimentaria, existen cambios importantes en la legislación. Así, por ejemplo, la soberanía alimentaria es reconocida en la Constitución como obligación y eje estratégico de desarrollo para la agricultura. Y estipula la necesaria distribución de los recursos productivos hacia los pequeños productores, señalando que:

El Estado normará el uso y acceso a la tierra que deberá cumplir la función social y ambiental. Un fondo nacional de tierra, establecido por ley, regulará el acceso equitativo de campesinos y campesinas a la tierra. Se prohíbe el latifundio y la concentración de la tierra, así como el acaparamiento o privatización del agua y sus fuentes. El Estado regulará el uso y manejo del agua de riego para la producción de alimentos, bajo los principios de equidad, eficiencia y sostenibilidad ambiental. (EC 2008, art. 282).

Además, la soberanía alimentaria desde el marco constitucional se articula con el Buen Vivir como principio de un nuevo régimen de desarrollo, en donde el derecho a la alimentación es un derecho humano, y menciona que: “las personas y colectividades tenemos derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.” (EC 2008, p. art. 13). Así, los avances constitucionales marcan una nueva ruta político-institucional que implica transformar el rol del Estado y colocar a la economía familiar campesina en el centro del debate de la política agraria.

A partir de la Constitución de 2008, se plantearon lineamientos para la elaboración de leyes y políticas públicas enfocadas en el principio del buen vivir, que decantan en temas de economía popular y solidaria, soberanía alimentaria, y comercialización justa. Y entre algunos de los documentos normativos concernientes están: la Ley de Economía Popular y Solidaria, Ley de Soberanía Alimentaria, Ley de distribución de Tierras, Estrategia Nacional para la Erradicación de la Pobreza, Estrategia Nacional para el Cambio de Matriz Productiva, Ley de Semillas, Cootad, Estrategia Nacional de Comercio Justo, entre otras. Pero al leer entre las líneas de estos documentos públicos se puede percibir como en algunas de ellas se contradicen, y el apoyo mayoritario de la política pública se enfoca en la industrialización y agroexportación, más que al fomento de los

modelos alternativos de producción y comercialización, que propenden al cuidado de la soberanía alimentaria, a pesar de encontrarse estipulado en la Constitución.

Además, el Ministerio de Agricultura que es el ente rector de las políticas públicas agrarias, está enfocado en la agricultura intensiva de exportación y encadenamientos productivos aliados al sector agroindustrial y agroexportador del país. Partiendo del hecho de que solo la Coordinación de Redes Comerciales impulsa las iniciativas de comercialización de la agricultura familiar campesina y el presupuesto asignado para esta coordinación es reducido, comparado con los presupuestos asignados para las demás estructuras del Ministerio que fomentan la política pública para mercados de exportación y producción de monocultivo. Por ejemplo, dentro de los programas que maneja el Ministerio de Agricultura, la gran mayoría de ellos promueve la producción con semillas híbridas, y no hay mayor implicación para producción de semillas de tipo agroecológicas (Bravo 2014, 169). Aún existen contradicciones dentro de la aplicación de leyes, políticas, programas y proyectos del Estado, pues se sigue incentivando la importación de semillas mejoradas, y la agroexportación.

En resumen, se puede afirmar que las políticas, estrategias y tendencias del sector agropecuario, en lo que se refiere a la atención del pequeño productor, se muestran poco alentadoras: se ganó en espacio discursivo, pero no se logra mostrar articulación con acciones correspondientes. Dado que el desafío actual es concretar el enfoque de soberanía alimentaria, se puede afirmar que queda mucho camino por andar. En el cual se enfrentarán muchos obstáculos, entre los que se puede destacar: las lógicas institucionales y el horizonte de sentido que configura la globalización. (Bustos y Bustos 2010, 51)

Por otra parte, y contrario a lo que se creería, la economía solidaria no es un concepto creado que nació a partir de la Constitución de 2008. Al contrario, siempre ha estado presente en muchos países con varias iniciativas locales, es solo que en nuestro país se visibilizó y se le dio protagonismo al incluir el término de economía popular y solidaria dentro de la agenda pública, partiendo con la Constitución que indica que “el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir” (EC 2008, Art.283). Transversal en el documento constituyente se trata a la economía popular y solidaria en otros aspectos relacionados con el sistema financiero e intercambios económicos. Pero, más allá de esto es muy claro el hecho de que la economía solidaria

como un concepto global cuestiona los principios de la economía capitalista y las relaciones injustas de política y de poder que esta impone a los países de menor desarrollo, y nos invita a reflexionar sobre nuestros hábitos de producción y consumo, pues:

El enfoque de economía social solidaria implica la necesidad de cambiar los procesos actuales de producción y comercialización, generadores de pobreza, inequidad y deterioro ambiental; brinda la posibilidad de cambiar las relaciones de poder y recomponer las relaciones sociales, priorizando la soberanía alimentaria de productores y consumidores, retomando actitudes éticas en la relación entre las personas y de éstas con el entorno. (Bustos y Bustos 2010, 54)

En este sentido, la economía solidaria a nivel global y en nuestro caso en particular la economía popular y solidaria se presenta como una alternativa frente al modelo de producción, consumo y comercialización, definido por el modelo de comercio convencional que ha generado reglas injustas de operación. La economía popular y solidaria (en adelante EPS) entonces se define como:

[...] la forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Ochoa Parra 2012, 15)

Este imaginario tiene como elemento central la asociatividad y la acción colectiva, que coincide con los principios promulgados por el movimiento global de comercio justo, entre ellos la solidaridad y el equilibrio en las relaciones comerciales de poder. Por otra parte, la temática de comercio justo, definida como una alternativa de comercialización que promueve un desarrollo más humano, equitativo y sostenible, contrastado con los principios constitucionales tiene una amplia correspondencia que puede ser verificada en los siguientes artículos constitucionales, y que en resumen señalan que el sistema económico del país es social y solidario, promueve un equilibrio e intercambio justo, e impulsa la comercialización justa y consumo responsable:

Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. (EC 2008, art. 276)

[...] Propiciar el intercambio justo y complementario de bienes y servicios en mercados transparentes y eficientes.” (EC 2008, art. 284)

[...] Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo. (EC 2008, art. 304)

[...] El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad. El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley. (EC 2008, art. 336)

Toda esta propuesta alternativa de producción, comercialización y consumo, abre la posibilidad de que sean los apropiadores de los RUC (alimentación, semillas, suelo, agua, etc.) los que encuentren formas de auto organizarse, y es en este punto donde se destaca la importancia de los procesos de economías cooperativas y economía solidaria, junto a los principios de comercio justo, y producción agroecológica, que han sido las propuestas que se ha levantado a fin de proponer una alternativa de producción, comercio y consumo que sea sensible a la problemática global respecto a las externalidades causadas por los patrones acelerados de consumo y desmedidos del capital.

4. Consumo responsable y ferias agroecológicas

De forma general Cortina (2002, 123) define al consumidor como “un agente social que toma sus decisiones de manera racional, aislada, perfectamente informado de las posibles alternativas y consecuencias, siendo dueño exclusivo de las circunstancias de las que puede depender su decisión de consumo”. Sin embargo, todos los días se realizan compras, y son pocas las veces que como consumidores las hacemos bien informados. No nos cuestionamos ¿cuál es el origen de nuestras compras?, no pensamos en las personas que cultivaron la materia prima, o el proceso que tuvo que suceder para que sean transformadas, o la cadena de comercialización y logística por la que pasaron los productos hasta llegar a nuestras manos. Lo que generalmente sucede en el sistema convencional de comercialización es que no siempre el principal eslabón de la cadena es el productor, y no siempre es él quien recibe el precio justo por su producción. Son “empresas multinacionales, junto con los intermediarios que son sus agentes, [quienes] dominan la mayoría de los canales de producción/distribución” (Johnson 2003, 9). La mayor parte de las ganancias dentro de la cadena de comercio convencional se la llevan intermediarios, incrementado de esta manera las brechas de desigualdad, pobreza y exclusión.

Actualmente, producir para vender es sinónimo de desarrollo. Se privilegia la exportación y los monocultivos; se alienta la lógica de la ganancia, la competencia, la cantidad sobre la calidad, la visión de corto plazo; mientras, se subestiman los impactos de destruir la agricultura y la biodiversidad, contaminar la tierra y el agua, provocando enfermedad y muerte por el uso de agrotóxicos. (Chérrez et al. 2007, 4-5)

Por estar razones es preciso poner límites a este tipo de consumo, si es que no se quiere llegar a la tragedia de los comunes descrita por Hardin, y secar todas las fuentes de recursos naturales. Esta solución solo puede provenir de la misma sociedad, al incorporar dentro de su estilo de vida hábitos de consumo diferentes, cambiando dentro de la cosmovisión de progreso el concepto de acumulación, y específicamente para el tema de la alimentación, “si los consumidores aprenden a valorar los resultados de propuestas productivas alternativas logradas desde enfoques sustentables”(Bustos y Bustos 2010, 52), entonces se podrá lograr cambios trascendentales para las prácticas de consumo responsable.

Así, el consumo responsable se presenta como una reacción y decisión de la sociedad frente a los abusos del sistema de mercado. Es un modelo diferente de consumo que se basa en principios éticos y solidarios entre productores y consumidores, reduciendo la cadena de comercialización a fin de dignificar la vida y el trabajo en el campo. Es un consumo consciente que toma en cuenta no solo las variables de precio y producto, sino que también añade otras variables a la decisión de compra como: características sociales y laborales del entorno de producción y las respectivas consecuencias medioambientales de las opciones de compra.

Sabemos que el sistema de comercio en el que vivimos en la actualidad es un sistema mundial que responde a intereses del capital. Y, el crecimiento de la tendencia al consumo de la sociedad ha permitido que este sistema de comercio se consolide tal como lo conocemos. Pero en contraposición a la postura de comercio convencional, Coraggio (2011, 25) señala que “de ninguna manera se puede creer que todo el sistema económico debe estar inmerso en la lógica dominante de mercado, dominado por la ley de la oferta y la demanda, pues hay otras muchas relaciones que se inspiran en otros principios de indudable importancia; por ejemplo, la solidaridad”. En este marco, la comercialización solidaria y justa representa un intercambio diferente al comercio convencional, en el cual los productores y consumidores tienen lazos y vínculos más cercanos, se respeta y reconoce el trabajo del agricultor y siempre prima el ser humano sobre el capital; lo que permite que las economías locales se fortalezcan. Uno de los canales de comercialización que la agroecología de base familiar campesina ha encontrado son las ferias de venta

directa, que hacen referencia a aquellos espacios de comercialización en los que todos los vendedores son productores, “esta característica las coloca directamente en los esquemas de circuitos cortos, debido a la reducción de la distancia geográfica y económica entre los actores de la cadena” (Cepal 2016, 104), es decir sin intermediarios. Para el Messe (2013, 84) las ferias agroecológicas son:

Espacios de comercialización solidaria en donde los productores tienen una forma alternativa para ofrecer sus productos directamente a los consumidores, eliminado la despiadada intermediación, que maltrata al productor y desvaloriza su producto, explotando al consumidor y obteniendo de él un precio excesivo y a veces inalcanzable para sus bolsillos. En estos encuentros se vive la verdadera solidaridad, los productos son valorizados como agroecológicos y se respeta el trabajo familiar campesino, además de compartir espacios culturales, de sabiduría y conocimiento ancestral, medicina y gastronomía andina.

Es así que las ferias agroecológicas tienen relación directa y se encuentran totalmente entrelazadas con los conceptos de soberanía alimentaria, economía solidaria, consumo responsable y comercio justo, pues buscan ser una herramienta de aporte al desarrollo con un enfoque más humano, que intenta superar las desigualdades generadas por el comercio convencional en cuanto a: cadena de intermediarios, precios bajos y explotación.

Finalmente cabe mencionar que dentro de las ferias agroecológicas, uno de los pilares fundamentales son los consumidores responsables, que han concientizado sobre la importancia de sus hábitos de consumo y saben que la permanencia de estos espacios de comercialización dependen de sus decisiones alimentarias (Messe 2013, 85).

He aquí la importancia de generar conciencia en los consumidores para que se promuevan mejores hábitos de consumo saludables y solidarios, pero para ello es necesario conocer al mercado en donde están ubicados los espacios de comercialización, y conocer las preferencias de compra y lo que opinan los pobladores a fin de que se puedan diseñar estrategias comunicacionales enfocadas a la población que aún desconoce de estos espacios alternativos.

Capítulo segundo

Diseño metodológico

1. Justificación de la investigación

La agroecología se ha convertido en una herramienta de aporte al desarrollo sostenible, al formar parte de las estrategias de resistencia frente a la lógica del capital. Al respecto Gortaire A. (2017, 29) señala que:

La agricultura industrial de gran capital en su expansión desplaza a la agricultura indígena campesina (por ejemplo, plantaciones bananeras o palmicultoras de la costa), o la integra subordinando su fuerza de trabajo (como en la industria florícola serrana). En este contexto la agroecología puede ser la única forma de resistencia campesina porque interfiere en la lógica de dominación del capital: una finca diversificada y agroecológica ya no transfiere el valor del trabajo campesino (vía subordinación) sino que lo integra de forma autónoma; tampoco transfiere el valor de su producción agrícola (vía demanda de mercado no remunerativo) sino que logra autosatisfacción de necesidades alimentarias y mercados alternativos; finalmente rompe la dependencia tecnológica al renunciar a los paquetes propios de la Revolución Verde. Germina entonces una forma de desarrollo diferente para la agricultura campesina.⁶

Sin embargo, desde el lado del consumidor, por lo general se desconoce el origen de los alimentos, y se favorece a las cadenas agroindustriales. Pocas veces se concientiza sobre el origen de los productos hasta que lleguen a nuestras manos. En la actualidad, la sociedad nos ha impuesto un concepto de calidad basado en apariencias, cuando “la verdadera calidad de un alimento está en su contenido nutricional, en que haya sido producido sin tóxicos químicos, y en su diversidad y heterogeneidad. Estas condiciones garantizan nuestra salud” (Gortaire A. 2011, 14).

Por ello es imperante la necesidad de cambiar los patrones de consumo acelerado, por un consumo más consciente y responsable que favorezca a la agricultura familiar campesina enfocada en la producción agroecológica y los circuitos cortos de comercialización como las ferias, canastas solidarias, etc.

⁶ Gortaire A. (2017, 29) en el documento *Agroecología en el Ecuador Proceso histórico, logros, y desafíos*, cita de la entrevista personal realizada a Fernando Larrea.

Dada la importancia que tiene el consumo responsable de alimentos para favorecer a la agricultura familiar campesina, al ambiente y a la salud, es que esta investigación pretende comprender la situación de la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo en cuanto al conocimiento y las preferencias de compra de los pobladores en las ferias agroecológicas del sector. El fin último de realizar investigaciones es contribuir con conocimiento que aporte a la solución de problemáticas sociales, en este sentido lo que pretende este estudio es levantar información que permita identificar el grado del conocimiento y consumo sobre los productos que ofertan las ferias agroecológicas, así como determinar las fuentes de consumo o de aprovisionamiento de la población de Tabacundo; se busca determinar si consumen en las ferias agroecológicas del sector, o si lo hacen en su mayoría de otros lugares de abasto como: mercados tradicionales, cadenas de supermercados, etc. Y cuál es la percepción de los pobladores sobre el aporte de las ferias agroecológicas al desarrollo del sector.

El estudio se ubica en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo debido a que es un sector eminentemente productor de flores de exportación, en donde de a poco se ha ido dejando de lado la agricultura familiar campesina y en donde se han cambiado las dinámicas territoriales, afectando de esta manera aspectos sociales, económicos y ambientales de la zona. Pero en contraposición, también es un espacio territorial en donde se han levantado varias propuestas de producción y comercialización alterativas de la economía familiar campesina que aún le apuestan a la agricultura de base agroecológica, y que han encontrado en las ferias los espacios adecuados para rescatar la soberanía alimentaria y contribuir al desarrollo de la parroquia y del cantón. La delimitación del estudio en la parroquia Tabacundo se dio por ser la cabecera cantonal, y por ende el lugar en donde existe mayor concentración poblacional tanto rural como urbana, además por ser la parroquia en donde está en funcionamiento la mayor parte de ferias agroecológicas del cantón.

2. Objetivos

El objetivo principal de esta investigación es identificar el nivel de conocimiento y consumo de alimentos de los pobladores de la parroquia Tabacundo frente a los productos ofertados en las ferias agroecológicas del cantón Pedro Moncayo.

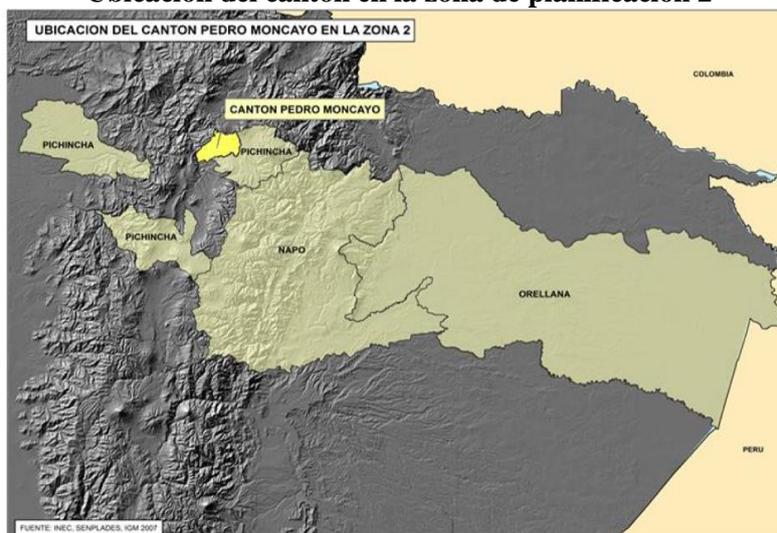
A partir de esto, surgen los siguientes objetivos específicos:

1. Describir el conocimiento de los pobladores de la parroquia Tabacundo acerca de los productos agroecológicos ofertados en las ferias del sector.
2. Identificar preferencias de consumo en ferias agroecológicas de los pobladores de la parroquia Tabacundo.
3. Identificar los principales aportes de las ferias agroecológicas en el desarrollo de la parroquia, y sintetizar información que en lo posterior contribuya en la discusión sobre el diseño de estrategias locales sobre consumo responsable y promoción de alimentos agroecológicos.

3. Descripción del área de estudio

3.1. Información geográfica

Gráfico 1
Ubicación del cantón en la zona de planificación 2



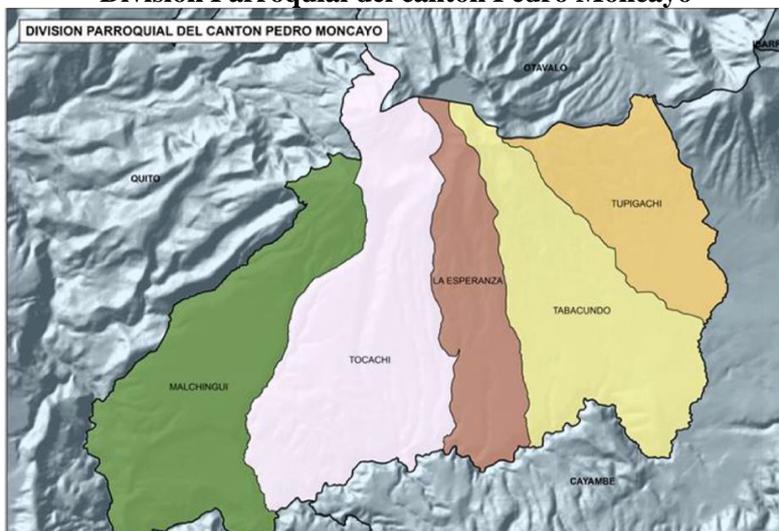
Fuente: Sistema Nacional de Información (2014)

El cantón Pedro Moncayo con su parroquia Tabacundo (cabecera cantonal), se encuentra ubicado en la Provincia de Pichincha, y es parte de la Zona 2 de Planificación Territorial del Ecuador como se puede observar en el Gráfico 1. El cantón fue fundado bajo decreto legislativo el 26 de septiembre de 1911 y cuenta con una superficie de 339.10 km² (Cepesiu 2015, 10).

En el Gráfico 2 se observa que el cantón Pedro Moncayo, por el norte limita con el cantón Otavalo que se encuentra en la Provincia de Imbabura, al sur y al oeste con el Distrito Metropolitano de Quito, y al este con el Cantón Cayambe de la Provincia de Pichincha (Instituto Espacial Ecuatoriano 2013, 13). El cantón cuenta con cinco

parroquias de acuerdo a su división territorial, la cabecera cantonal es la parroquia Tabacundo; y junto con Tupigachi, la Esperanza, Tocachi y Malchingui conforman la totalidad del espacio territorial del cantón.

Gráfico 2
División Parroquial del cantón Pedro Moncayo



Fuente: Sistema Nacional de Información (2014)

3.2. Información demográfica

La población del cantón Pedro Moncayo, de acuerdo a datos del Censo de Población y Vivienda 2010, la constituyen 33172 habitantes con una concentración del 49.45% de la población en la cabecera cantonal (entre rural y urbana), y distribuidos de la siguiente manera como se aprecia en la Tabla 1.

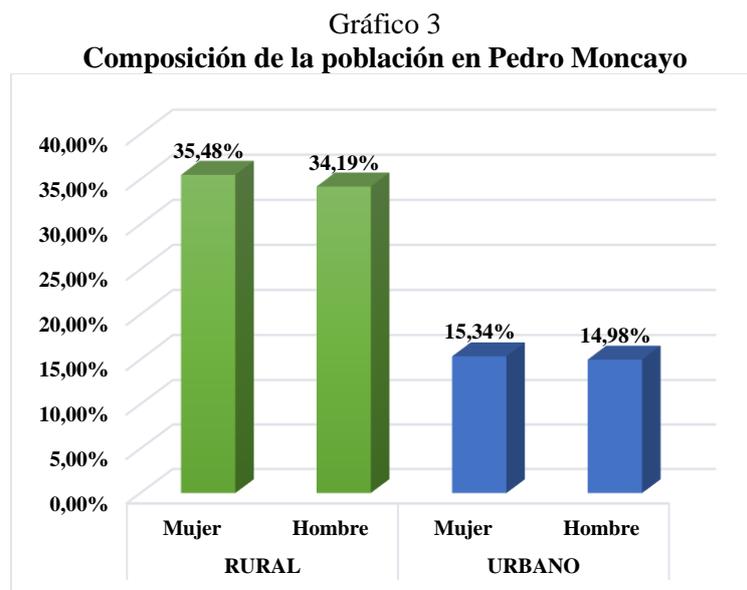
Tabla 1
Población del cantón Pedro Moncayo

Parroquia	Mujer Urbano	Hombre Urbano	Hombre Rural	Mujer Rural	TOTAL	% representatividad
Tabacundo	5090	4969	3194	3150	16403	49,45%
Tupigachi	0	0	2928	3246	6174	18,61%
Malchingui	0	0	2280	2344	4624	13,94%
La Esperanza	0	0	1943	2043	3986	12,02%
Tocachi	0	0	997	988	1985	5,98%
TOTAL	5090	4969	11342	11771	33172	100,00%

Fuente: INEC-CPV (2010)

Elaboración propia

Del total de la población del cantón Pedro Moncayo (33172 habitantes), el Gráfico 3 a continuación muestra que el 69.67% corresponde a población rural y apenas el 30.33% es población urbana, misma que es tan solo una parte de la cabecera cantonal (Tabacundo). Dentro de la zona rural el 35.48% de la población es femenina y el 34.19% es masculina. Mientras que en la zona urbana el 15.34% de la población es femenina y 14.98% corresponde a población masculina.



Fuente: INEC-CPV (2010)
Elaboración propia

Comparados los datos de crecimiento poblacional de los dos últimos censos de Población y Vivienda (1990-2001 y 2001-2010) realizados en el país, se observa que ha existido un crecimiento poblacional importante en el cantón, pues se evidencia que la tasa de crecimiento cantonal comparada con la tasa de crecimiento provincial y nacional es más alta.

En la Tabla 2 se aprecia que para el período 1990-2001 la tasa de crecimiento poblacional del cantón fue del 4.43% cuando la media de crecimiento provincial en ese mismo periodo fue de 2.80% y la media de crecimiento nacional del 2.10%. Mientras que para el periodo 2001-2010 la tasa de crecimiento cantonal fue del 2.36%, cuando la media provincial fue de apenas 0.84%, y la media nacional fue de 1.95%.

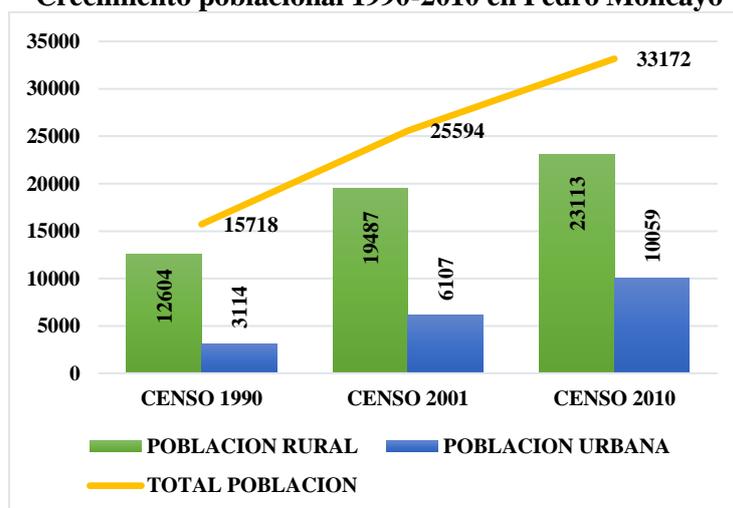
Tabla 2
Crecimiento poblacional desde 1990-2010 en Pedro Moncayo

Tasa de crecimiento		1990-2001	2001-2010
Cantonal	Urbana	6,12	5,54
	Rural	3,96	1,9
	Total	<u>4,43%</u>	<u>2,36%</u>
Provincial	Urbana	2,66	0,3
	Rural	3,16	2,09
	Total	<u>2,80%</u>	<u>0,84%</u>
Nacional	Urbana	2,99	2,24
	Rural	0,85	1,47
	Total	<u>2,10%</u>	<u>1,95%</u>

Fuente: INEC-CPV (2010) e Instituto Espacial Ecuatoriano (2013)

Este crecimiento poblacional en el sector se debe a la inmigración de población de otras zonas del país, que han sido atraídas por la gran oferta laboral de la industria florícola que está ubicada en el cantón Pedro Moncayo y en especial en la parroquia Tabacundo. Pero a pesar del incremento poblacional, se concluye que desde el año 1990 hasta el censo realizado en el año 2010, no ha existido un mayor proceso de urbanización en el cantón; pues como se puede apreciar en el Gráfico 4 la población ha crecido mayoritariamente en la zona rural, y no así en la zona urbana.

Gráfico 4
Crecimiento poblacional 1990-2010 en Pedro Moncayo

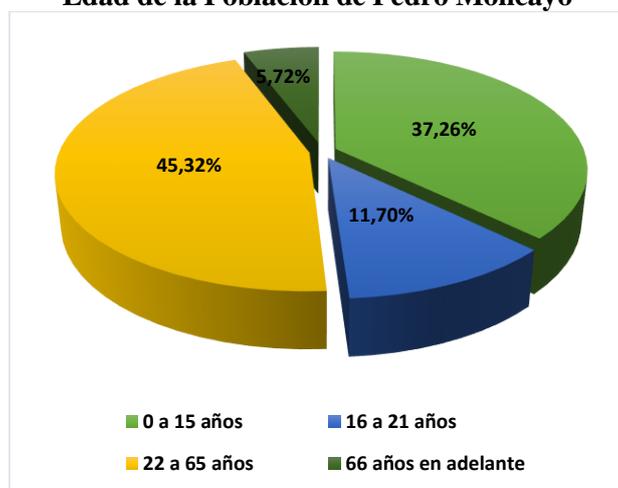


Fuente: INEC-CPV2010 y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo (2015)

Elaboración propia

Por otra parte, el Gráfico 5 muestra un predominio de población joven, lo que se traduce en fuerza productiva para la zona. La población del cantón Pedro Moncayo que se encuentra entre los 0 a 15 años de edad representa el 37.26%, la población que se encuentra en el rango de edad comprendido entre 16 a 21 años corresponde al 11.70%. Luego se encuentra la población en edad comprendida entre los 22 a 65 años con el 45.32%, y finalmente la población con edad avanzada desde los 66 años en adelante con apenas el 5.72% de representatividad del total de la población.

Gráfico 5
Edad de la Población de Pedro Moncayo

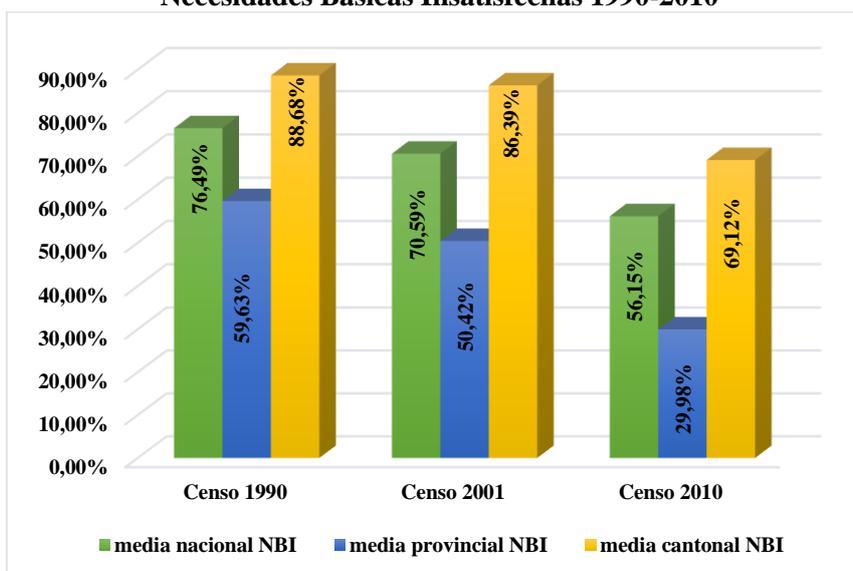


Fuente: INEC-CPV2010
Elaboración propia

3.3. Información social

La pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI) en el cantón Pedro Moncayo se encuentra en 69.12%, que es alta en comparación con la media nacional que es de 56.15% y de 29.98% a nivel provincial. Lo que se deduce del Gráfico 6 es que a pesar de que la pobreza por NBI del censo 2010 comparado con censos anteriores ha ido disminuyendo, pasando de 88.68% en 1990, luego 86.39% en 2001 y 69.12% en 2010; este aún es un indicador alto comparado a nivel nacional y provincial. Por otra parte de acuerdo a información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el ingreso promedio de los hogares en la provincia de Pichincha es de \$ 595.20, en contraste con \$785.70 a nivel nacional (Cepesiu 2015, 11).

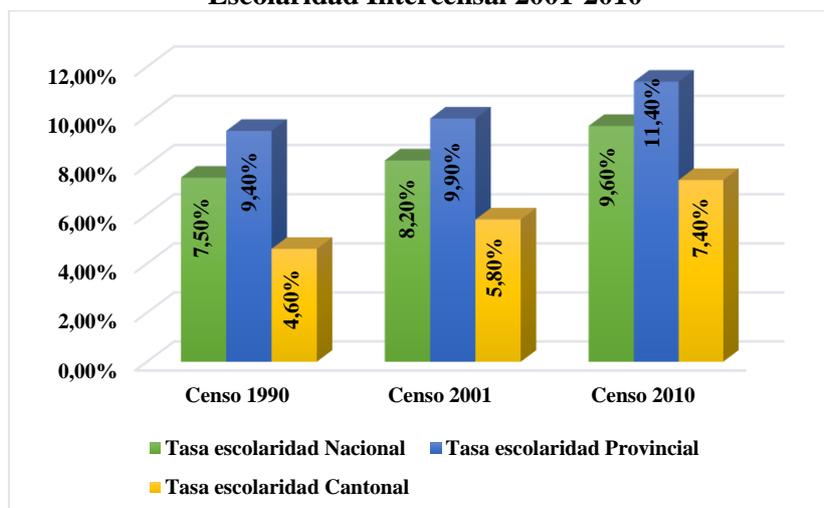
Gráfico 6
Necesidades Básicas Insatisfechas 1990-2010



Fuente: INEC-CPV2010 y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo (2015)
Elaboración propia

Sobre la escolaridad en el cantón, se puede observar en el Gráfico 7 que esta ha ido creciendo desde 1990 hasta 2010, pasando del 4.60% en el año 1990 a 5.80% en el año 2001, y a 7.40% en el año 2010. Pero de forma general el promedio de escolaridad es bajo en el cantón en comparación con la tasa nacional y provincial, ya que la media nacional en 2010 fue de 9.60% y la media provincial del 11.40%, mientras que la tasa de escolaridad en el cantón fue de apenas 7.40%.

Gráfico 7
Escolaridad Intercensal 2001-2010



Fuente: INEC-CPV2010 y Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo (2015)
Elaboración propia

Por otra parte, el nivel de instrucción más alto del cantón es el nivel de instrucción primaria con el 46.19% de la población, seguido de la educación de nivel secundario con 20.17% del total de la población, y el 33.64% restante se divide entre: nivel preescolar, ninguno, superior y postgrado. Al existir escasas de especialización en los niveles de educación superior y posgrado, el desarrollo del cantón se ve limitado y obligado a que la población se dedique a actividades de tipo operativas, no especializadas y con salarios bajos como es el caso de la industria florícola (Instituto Espacial Ecuatoriano 2013, 29).

Sobre el perfil de salud de la población, en el cantón las principales y más comunes enfermedades son: Faringitis agudas, infecciones agudas de las vías respiratorias, enfermedades parasitarias, enfermedades de la piel, diarreas y gastroenteritis, desnutrición, gastritis y rinitis alérgica (Instituto Espacial Ecuatoriano 2013, 33). Y de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo (2015, 23) las principales causas de mortalidad en este sector son: cáncer, accidentes de vehículo, neumonía, insuficiencia cardiaca, obstrucción de la respiración, entre otros. Esto también provocado en gran parte de los casos por la contaminación de productos químicos aplicados dentro de la producción florícola.

De acuerdo a un estudio realizado por Breilh (2007, 100) en las cercanías al río Granobles (Cayambe-Tabacundo), se determinó que aproximadamente el 31% del total de familias estudiadas tienen por lo menos un miembro como proveedor que trabaja en la industria florícola. Además, los ciclos de producción en esta industria son permanentes, repetitivos, extenuantes, y expuestos a químicos altamente contaminantes, por lo que de acuerdo a los resultados de esta misma investigación se determinó que en la zona se evidencia un alto grado de afectación de la salud humana, entre algunos hechos preocupantes, se menciona que:

Los/as trabajadores/as están muy afectados en importantes aspectos de su salud (presión arterial 52%; anemia tóxica 14% y bajos leucocitos 12%; inflamación hepática 26%; inestabilidad genética 25%; reducción de enzima de sistema neurotransmisor-acetilcolinesterasa-23%; y un 69% tuvo signos clínicos entre moderados y severos de toxicidad. Además, un 56% se encontraba en estado de estrés moderado y severo y un 43% con malnutrición. [...] El sufrimiento mental actual en los obreros y obreras estudiados alcanza 38.8%, repartidos entre sufrimiento moderado (24,4%) y sufrimiento severo (14,4%). El índice resulta realmente alto si se considera que en una población media no debería estar por encima del 20%. (Breilh 2007, 101)

3.4. Información económica y productiva

La población económicamente activa (en adelante PEA) del cantón es de 14592 personas distribuidas en cada una de las parroquias, cantidad que representa el 43.99% de la población total (33172 habitantes). Del cien por ciento de la PEA, un total de 14085 personas se encuentran ocupadas, y el resto 507 se encuentran desempleados. Lo que demuestran estos datos es que en el cantón la desocupación es penas del 3.47%, pues el 96.5% de la PEA se encuentra ocupada.

Tabla 3
Población Económicamente Activa - PEA por parroquia

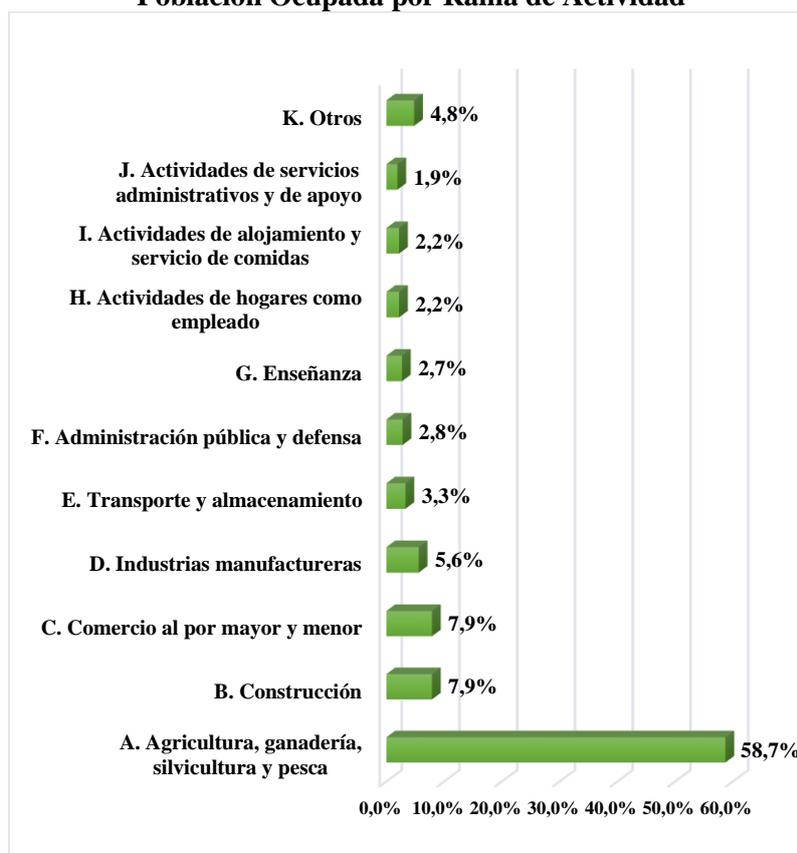
PARROQUIA	POBLACIÓN	%
La Esperanza	1780	12%
Malchingui	1934	13%
Tabacundo	<u>7551</u>	<u>52%</u>
Tocachi	899	6%
Tupigachi	2428	17%
TOTAL PEA	14592	100%

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos 2010, 2010)
Elaboración propia

La Tabla 3 muestra que el 52% de la PEA se encuentra concentrada en la parroquia Tabacundo que es cabecera cantonal y centro de la producción florícola de la zona. Cepesi (2015, 10) ha determinado que del total de la PEA cantonal, el 54% de ella se dedica a actividades en el sector primario, esto es en agricultura, por lo que se estima que cerca dos terceras partes de la PEA son empleados florícolas. Adicional se debe destacar que la PEA cantonal que es de 43.99% es mayor y muy cercada a la PEA nacional del 42%; lo que significa que en Pedro Moncayo existen fuentes de trabajo, sin embargo estas fuentes de empleo están relacionadas mayoritariamente a la producción florícola.

Por otra parte, en el Gráfico 8 se evidencia que el 58.7% de la población total del cantón se encuentra ocupada en actividades relacionadas a agricultura, esto respalda el hecho de que la población en el sector se encuentra en su mayoría trabajando para las florícolas, así como dedicada a la agricultura de tipo convencional (con el uso de agrotóxicos) y también agroecológica.

Gráfico 8
Población Ocupada por Rama de Actividad



Fuente: Sistema Nacional de Información (2014) e Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

Elaboración propia

De manera general la economía del cantón Pedro Moncayo se basa en: la producción de la industria florícola, producción de la economía familiar campesina con productos de tipo convencional y agroecológico, así como también el turismo cultural y de paisaje (Cepesiu 2015, 13). Pedro Moncayo es un cantón que cuenta con muchos años de historia agrícola, ganadera y productiva, iniciando con la época de las grandes haciendas, la construcción del canal de riego en 1903, luego la fabricación de sombreros de paja toquilla en 1909, la producción de piretro por 1960 para farmacéuticas; pero a partir de los años 1980 se instala la industria florícola en el sector. De acuerdo a Puga Valencia (2013, 29) “luego de 30 años de floricultura en el cantón Pedro Moncayo, existen 150 empresas florícolas cuyos empresarios son extranjeros y nacionales, y su población inmigrante trabajadora es de 6 a 8 mil procedentes de todos los rincones de la patria”.

El repunte de la industria florícola en la zona ha sido tal que en el año 2011, en la celebración del centenario del cantón, el mismo fue declarado como Capital Mundial de la Rosa, debido a la alta calidad de producción de rosas y flores de exportación, y además porque la producción florícola de la zona le representa al país el 25% de toda la producción de flores a nivel nacional (Instituto Espacial Ecuatoriano 2013, 46).

Por un lado, la entrada en marcha de esta industria trajo consigo externalidades positivas como: nuevas fuentes de trabajo y mejoras en el crecimiento del dinero circulante. Pero por otro lado trajo también externalidades negativas como: el abandono de las tierras productivas, pérdida de soberanía alimentaria, daños ambientales, trastornos en la salud, explotación laboral, inseguridad, desintegración familiar, etc. Y de esta manera “los productores sometidos a la explotación laboral de las florícolas [...] se han convertido en campesinos asalariados” (Campana y Larrea 2008, 13), cambiando así las dinámicas territoriales, económicas, sociales y culturales del territorio.

La Tabla 4 a continuación muestra los principales cultivos agrícolas del cantón durante los años 1970, 2001 y 2011, correspondiente a información de censos agrícolas del Ministerio de Agricultura, en donde se evidencia que el número de hectáreas cultivables en los diferentes tipos de cultivos ha ido disminuyendo progresivamente.

De acuerdo a Puga Valencia (2013, 60), este patrón está dado por el cambio de producción de las hectáreas, de producción agrícola alimentaria a producción de la industria florícola o florícolas independientes, además por abandono de las tierras productivas debido a los altos costos de producción, y también por el cambio de actividad de los agricultores del campo, hacia actividades asalariadas en las empresas florícolas. “La superficie dedicada a flores en Pedro Moncayo está en 1.500 hectáreas, por lo que bien podemos decir, que la disminución de la superficie agropecuaria es considerablemente apreciable” (Puga Valencia 2013, 68). Estas superficies “años atrás eran sitios dedicados a la agricultura, ganadería y producción de lácteos. En la actualidad, son invernaderos de flores donde las cubiertas de plástico dominan el paisaje” (Tillería y Programa Andino de Derechos Humanos 2010, 285).

Tabla 4
Principales cultivos 1970-2011

Cultivos	maíz	trigo	cebada	lenteja	papas	pastos
Hectáreas en año 1970	4151	3281	2876	863	630	4431
Producción qq en año 1970	79000	95000	81157	12000	95000	0,9
Hectáreas en año 2001	2001	464	1027	200	325	3000
Producción qq en año 2001	42021	13920	14378	2800	30000	0,9
Hectáreas en año 2011	1200	378	616	120	195	2500
Producción qq en año 2011	26400	11718	19096	1800	20250	0,9

Fuente: Puga Valencia (2013, 58-61)
Elaboración propia

Pero a pesar de este antecedente económico y productivo en el cantón, también existe un grupo de personas que aún le apuestan a la agricultura familiar campesina de tipo agroecológica, que pretende ir en contra corriente de un sistema dominante y cuyo estandarte es la soberanía alimentaria y cuidado de la salud. En este sentido, la agricultura familiar campesina ha optado por comercializar sus productos en ferias de producción agroecológica, en donde se ofertan productos excedentes de las huertas familiares diversificadas, y estos espacios distribuidos en el cantón son los que se muestran en la Tabla 5.

Tabla 5
Ferias agroecológicas en Pedro Moncayo

Feria Agroecológica	Parroquia	Horario de atención
Feria del Buen Vivir	Tabacundo	Viernes de 7 am a 12 pm
Feria Agroecológica la Esperanza	La Esperanza	Domingos 7 am a 2 pm
Feria de la Uccopem	Tabacundo	Sábados 7 am a 12 pm
Feria San Luis de Ichisí	Tabacundo	Sábados 3 pm a 7 pm

Fuente: Encuestas y entrevistas aplicadas en la parroquia, observación en campo
Elaboración propia (Revisar Anexo 6, 7 y 8)

La comercialización en estos espacios es de manera directa con el productor, y los horarios en las que se realizan son variados, pero en la mayoría de ellas se realiza los fines de semana. La feria del Buen Vivir se encuentra en la parroquia Tabacundo y atiende en

unas instalaciones proporcionadas por el GAD Municipal, en lo que antiguamente fue el Mercado Municipal de Tabacundo, cuenta con aproximadamente 40 miembros y tienen una buena acogida por parte de la población urbana de Tabacundo. Los miembros de esta feria, además de vender sus productos en la feria cuentan con el apoyo municipal para comercializar sus productos en Quito los días martes, en las instalaciones de la Universidad Andina Simón Bolívar como parte del programa Andina Saludable del centro académico, en donde docentes, personal administrativo y estudiantes son invitados a participar de este espacio de comercialización solidaria.

La feria agroecológica la Esperanza está ubicada en la parroquia la Esperanza y en promedio cuenta con 60 miembros, pero no todos salen a vender en la feria de los días domingos. Esta feria atiende en su instalación propia que está ubicada en la Panamericana Norte en el Km 40, y tiene una ubicación estratégica pues al estar muy cerca de la carretera principal es una atracción para turistas que van de paso por la carretera a otras ciudades cercanas y se quedan a degustar platos típicos, y a la vez a realizar sus compras de alimentos agroecológicos. En esta feria se ha podido observar y constatar que llegan a comprar personas de Quito, Cayambe, Guayllabamba e Ibarra que tienen familia y son oriundos de Pedro Moncayo. Esta feria cuenta con el apoyo de la fundación Heifer.

De igual manera en la feria Agroecológica UCCOPEM se ha verificado una situación similar a la feria de la Esperanza, pues al entrevistar a los productores, ellos han comentado que dentro de su clientela tienen personas oriundas de la parroquia, pero que viven en Quito y que los fines de semana prefieren regresar al pueblo para pasar con la familia y de paso realizar sus compras de productos alimenticios. Esta feria está ubicada en un terreno en comodato del Municipio, y forman parte de esta Unión campesina alrededor de 40 comunidades y son aproximadamente 60 miembros. Se encuentra funcionando cerca de la Plaza de Toros y del GAD Municipal; al estar ubicada dentro de la zona urbana, tiene buena acogida de parte de la población de esta zona. Es una feria relativamente nueva con casi tres años de estar en sus instalaciones. Esta feria cuenta con el apoyo de la fundación VECO.

Finalmente la feria San Luis de Ichisí aproximadamente cuenta con 10 productores y se encuentra funcionando los días sábados en la tarde en la cancha de fútbol de la comunidad. Se encuentra ubicada en una zona rural y atienden en ese horario pues aproximadamente a esa hora la mayor parte de sus pobladores está regresando a casa luego de sus jornadas laborales en las plantaciones florícolas, y es el momento oportuno para realizar la compra de sus alimentos antes de llegar a casa.

4. Tipo de investigación

Dado que la investigación exploratoria es utilizada para obtener información y familiaridad sobre un tema (Lima et al. 2013, 18), en primera instancia se llevó a cabo una investigación exploratoria de tipo cualitativa a fin de tener un acercamiento a la información de fuente secundaria, misma que fue obtenida por medio de soporte bibliográfico de: investigaciones similares realizadas con anterioridad, libros, ensayos académicos, documentos oficiales, informes, entre otros.

Luego se continuó con una investigación descriptiva de tipo cuantitativa para la obtención de información de fuente primaria, ya que este estudio busca identificar las preferencias de consumo en las ferias agroecológicas de los pobladores de la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo. Cabe indicar que esta investigación se fundamentó en el esquema de trabajo propuesto por Andrade Ortiz y Flores (2008) en su estudio denominado “Consumo de Productos Orgánicos/ Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos”.

Finalmente se realizó una investigación descriptiva de tipo cualitativa para la obtención de información de primera mano de los consumidores de la parroquia y productores del cantón, por medio de la aplicación de entrevistas y así levantar información relevante que sustente la información obtenida de tipo cuantitativa en las encuestas.

5. Diseño de la investigación

5.1. Primera fase, muestreo

El plan de muestreo para este estudio se delimitó geográficamente en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo. Y dado que el ámbito de estudio de este plan de muestreo es la aplicación de una encuesta que permita determinar las preferencias de consumo en las ferias agroecológicas por parte de los pobladores del cantón, es necesario diseñar una muestra y seleccionar un tipo de muestreo, que se detalla a continuación.

5.1.1. Diseño de la muestra

La población total de cantón Pedro Moncayo es de 33172 habitantes, mientras que la población de la parroquia Tabacundo representa el 49,45% del total de la población urbana y rural del cantón Pedro Moncayo, esto es 16403 personas. Siendo la parroquia

más habitada del cantón con el 63% de la población en la zona urbana y el 37% en la zona rural.

La PEA del cantón es 14592 habitantes que representa el 43,99% del total de la población, casi cercana a la totalidad de la población de la parroquia Tabacundo que es de 16403 habitantes. Según fichas metodológicas del Instituto Nacional de Estadística y Censos (en adelante INEC), la PEA se calcula desde los 10 años de edad en adelante, pero para efectos de esta investigación se ha tomado como unidad de análisis⁷ a la población femenina y masculina entre 20 a 65 años de edad de la zona urbana y rural de la parroquia Tabacundo, considerando un rango de edad en el cual podrían ser encargados de realizar las compras en un hogar. En este sentido, el tamaño de la población⁸ para la presente investigación es de 8255 habitantes distribuidos en 5230 habitantes en la parte urbana y 3025 habitantes en la parte rural.

A fin de determinar el tamaño de la muestra y poder extrapolar la información se utilizó la fórmula para poblaciones finitas, dado que se conoce la totalidad de la misma. La información utilizada para el cálculo corresponde a una probabilidad de ocurrencia del 90% y de no ocurrencia del 10%, así como un error muestral de 5% y nivel de confianza del 90%, dando como resultado una muestra⁹ de 100 encuestas, como se muestra a continuación:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times P \times Q}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

$$n = \frac{8255 \times (1.645)^2 \times 0.90 \times 0.10}{(0.05)^2 \times (8255 - 1) + (1.645)^2 \times 0.90 \times 0.10}$$

$$n = 100 \text{ encuestas}$$

5.1.2. Tipo de muestreo

En cuanto al procedimiento de muestreo se utilizó un muestreo probabilístico por conglomerados, que consiste en dividir a la población en grupos por límites geográficos

⁷ Unidad de análisis: elemento mínimo de estudio, quienes serán las fuentes de información.

⁸ Población: conjunto definido, limitado y accesible del universo, que forma parte el referente para la elección de la muestra, es el grupo al cual se intenta generalizar los resultados del estudio.

⁹ Muestra: conjunto de individuos extraídos de la población a partir de algún procedimiento específico. (Vieytes 2004, 28)

u otros criterios, y luego tomar una muestra aleatoria para la recolección de datos (Vieytes 2004, 401). Se utilizó este tipo de muestreo, ya que por lo general es utilizado para reducir el costo de muestrear una población dispersa en un área geográfica. Para esto se contó con el mapa censal de la parroquia Tabacundo tanto de la parte urbana como rural, que permitió de una manera gráfica dividir a la población. Y de estos segmentos se tomó una muestra hasta cubrir 100 encuestas.

A continuación, el procedimiento que se realizó fue dividir en segmentos los mapas censales de la parroquia Tabacundo urbano y rural de acuerdo a las escalas del mismo mapa. Y se aplicó un muestreo aleatorio simple que consiste en seleccionar al azar una muestra de forma aleatoria con elementos de cada conglomerado (Marchal Wathen 2015, 225).

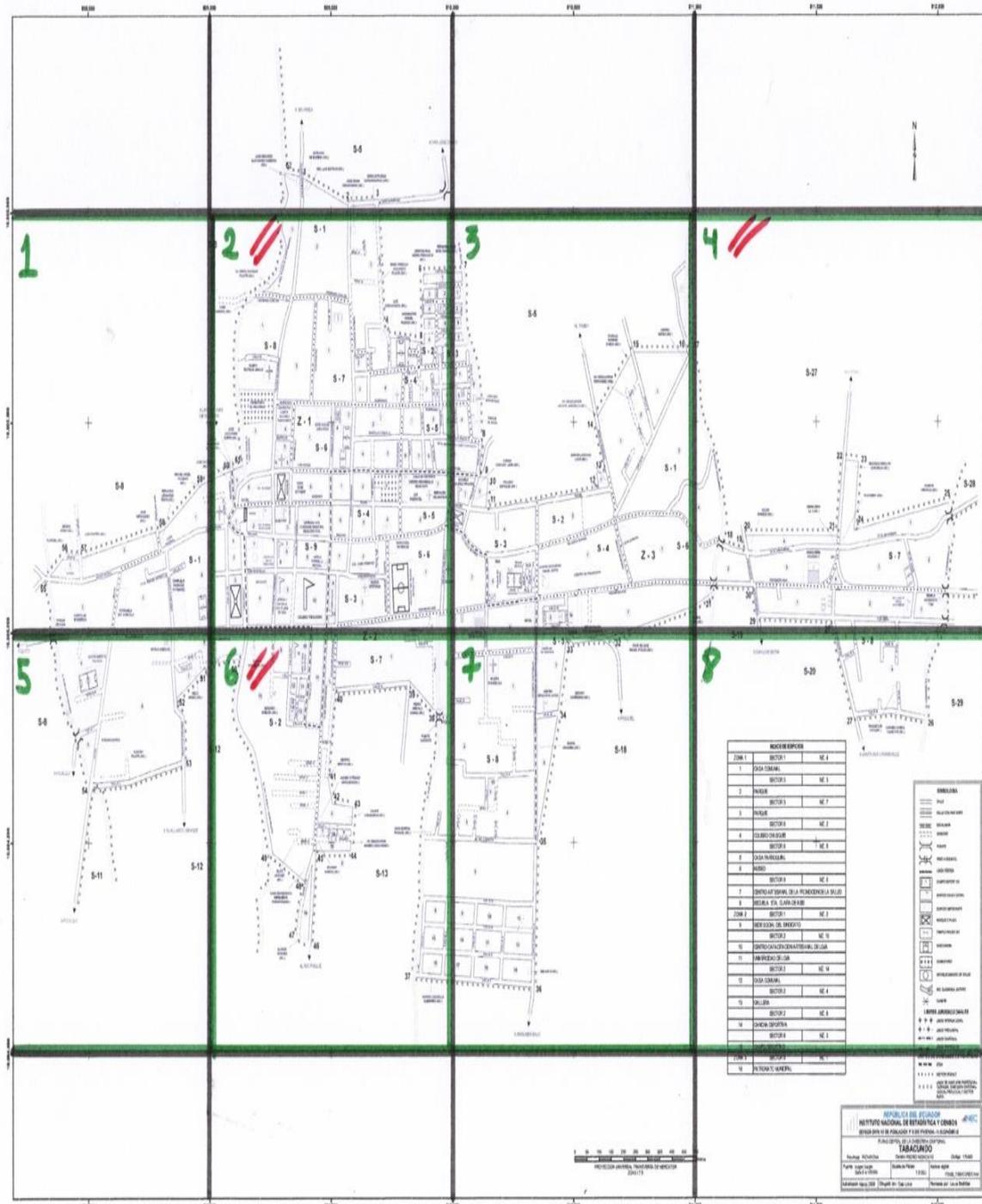
Seguido de esto, para la zona urbana se obtuvo una muestra aleatoria de tres segmentos, siendo los escogidos el segmento 2, 4 y 6 para aplicar las encuestas. Como lo muestra el Gráfico 9, las características de los segmentos seleccionados de la zona urbana son las siguientes:

En el segmento 2 de la zona urbana: se encuentra la mayor concentración poblacional ya que en esta parte del mapa se ubica la zona económica (Cooperativas de Ahorro y Crédito, Locales comerciales, Mercado Municipal), zona educativa (Escuelas, Colegios), zona administrativa (Municipio, Registro de la Propiedad, Etc.), y habitacional de la parroquia Tabacundo. Por otra parte, es importante señalar que en el segmento 2 del mapa censal urbano, están ubicadas también las ferias agroecológicas UCCOPEM cerca de la Plaza de Toros y de la Plaza Central donde se ubica el Municipio; así como la feria agroecológica del Buen Vivir que se ubica cerca de la Panamericana Norte y a unas pocas cuadras de la Plaza central cerca del Municipio y del Mercado Municipal.

En el segmento 4 de la zona urbana: no hay mucha concentración de población, ya que es un sector que más bien se aleja de la zona central de la parroquia y tiende a tener cerca grandes espacios destinados al cultivo de la industria florícola cerca de zonas pobladas.

En el segmento 6 de la zona urbana: la población es medianamente concentrada y se encuentra en proceso de urbanización como se puede observar en el Gráfico 9. En este sector también se observó la presencia de invernaderos muy cercanos a centros poblados, como se puede apreciar en la fotografía del Anexo 2, en donde se observa una plantación florícola muy cerca de una urbanización.

Gráfico 9
 Mapa censal zona urbana distribuido en segmentos



Fuente: INEC-CPV 2010
 Elaboración propia

De igual manera, para la zona rural como lo muestra el Gráfico 10, se dividió el mapa censal en segmentos de acuerdo a la escala del mismo, y al ser tan solo cuatro los segmentos del mapa censal, se optó por seleccionar una muestra de cada uno de ellos, debido a que los mismos abarcan gran cantidad de territorio y comunidades rurales.

Dentro de esta zona rural se ubican grandes extensiones de producción florícola, incluso cerca de zonas pobladas y en proceso de urbanización. Las características de los segmentos de la zona rural pueden ser apreciadas en el Gráfico 10 y Anexo 3, y son las siguientes:

En el segmento 1 de la zona rural: se puede evidenciar que las comunidades pobladas se encuentran muy dispersas en el espacio territorial, esto se debe a que en esta zona aún hay grandes hectáreas que fueron dedicadas al monocultivo de productos alimenticios, y en menor cantidad se ven terrenos que aún se siguen destinando al monocultivo de productos agrícolas como maíz, papas, habas, trigo, cebada. En el recorrido de esta zona se puede ver que existen grandes extensiones de tierras abandonadas y sin producción.

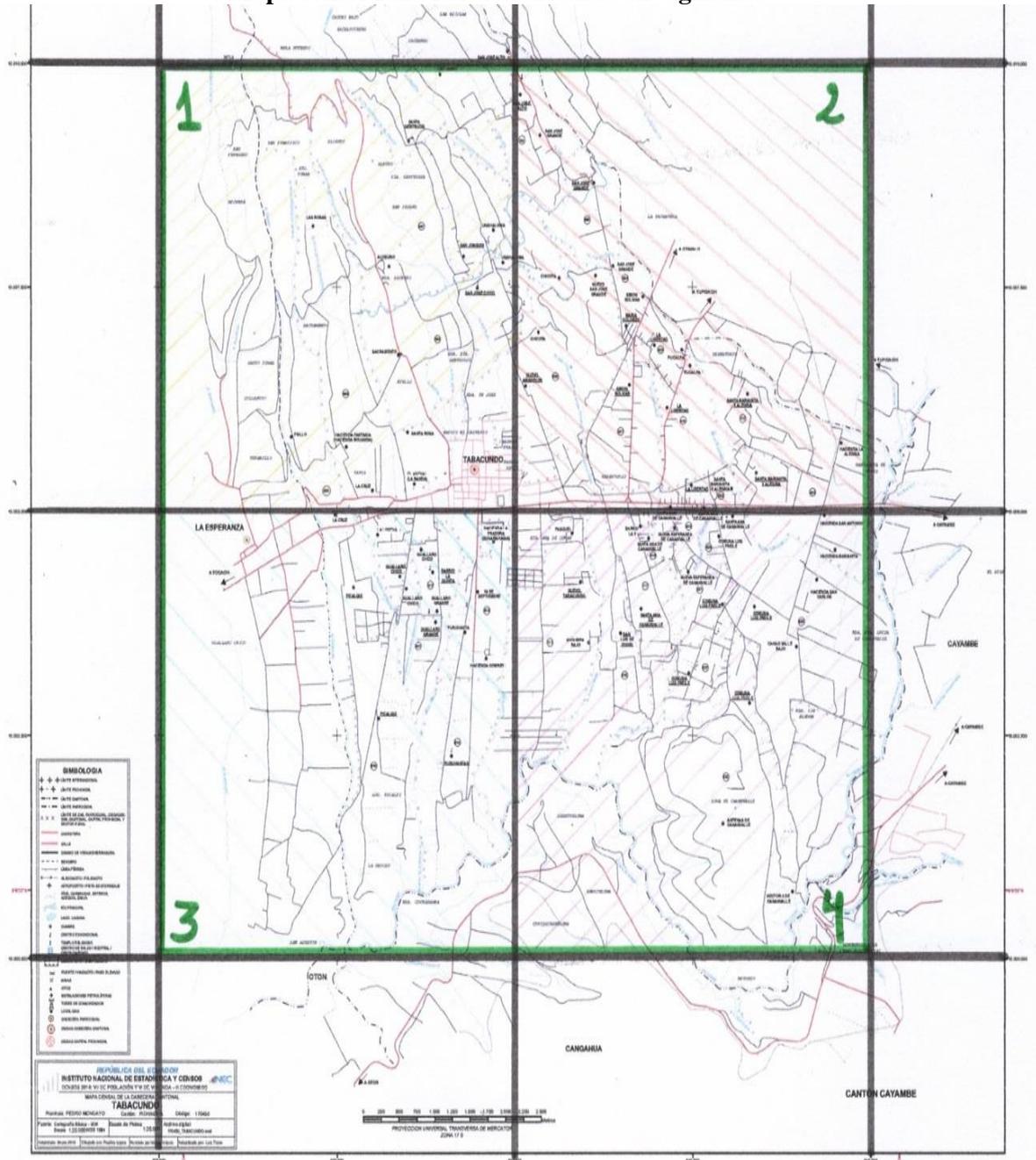
En el segmento 2 de la zona rural: se observa que hay un límite con la parroquia Tupigachi. Existiendo comunidades pobladas más cercanas en el territorio, pero también se puede apreciar en el Anexo 3 como la producción florícola en invernaderos se encuentran muy cerca de estos centros poblados. En este segmento también se pudo observar en el recorrido que hay terrenos con producción de tipo monocultivo de productos agrícolas, pero muy cerca de los invernaderos de flores.

En el segmento 3 de la zona rural: se evidencia que existen menos comunidades pobladas y las mismas se encuentran muy dispersas, esto debido a que en este segmento hay una producción mixta entre cultivos de invernadero de la Industria Florícola, y monocultivo de tipo alimenticio. Pero separado de la zona de los invernaderos en el cuadrante inferior izquierdo se encuentra una comunidad especial, la comunidad Picalquí que se autodenomina una comunidad ecológica, pues por medio de sus líderes comunitarios han impedido la intrusión de la industria florícola al sector. Esta comunidad se dedica a la producción agroecológica de productos alimenticios que son para autoconsumo y para la venta en las ferias agroecológicas del sector, en especial de la Uccopem y la Esperanza.

En el segmento 4 de la zona rural: se evidencia que existen más comunidades pobladas y más cercanas en el territorio. El problema en este segmento es similar al segmento 2, como se puede observar en el Gráfico 10, alrededor de las comunidades pobladas se encuentran invernaderos de la industria florícola que afectan la salud de la gente, y la producción alimentaria agrícola de tipo monocultivo y agroecología que también se desarrolla en este segmento. Aquí hay pequeños cultivos de productos agroecológicos que son destinados para la feria del Buen Vivir y también para la

Uccopem. Además, en este segmento atiende la feria Agroecológica San Luis de Ichisí, con productos propios de la zona.

Gráfico 10
Mapa censal zona rural distribuido en segmentos



Fuente: INEC-CPV 2010
Elaboración propia

Luego de realizado el muestreo por clústeres, en campo se levantaron 100 encuestas en la zona urbana y rural, y en cada uno de los segmentos seleccionados aleatoriamente de la parroquia Tabacundo, de acuerdo al detalle de las Tablas 6 y 7.

Tabla 6
Tamaño de la muestra

TIPO	POBLACION	REPRESENTATI.	TOTAL ENCUESTAS
Población URBANA Tabacundo pueblo	5230	64%	64
Población RURAL Tabacundo demás comunidades	3025	36%	36
TOTAL	8255	100%	100

Fuente: INEC-CPV 2010 REDATAM

Elaboración propia

Tabla 7
Número de encuestas levantadas por segmento y género

SEGMENTO SELECCIONADO ALEATORIAMENTE	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL ENCUESTAS
RURAL 1	5	4	9
RURAL 2	7	2	9
RURAL 3	8	1	9
RURAL 4	9	-	9
URBANO 2	13	8	21
URBANO 4	20	1	21
URBANO 6	15	7	22
TOTAL	77	23	100

Fuente: INEC-CPV 2010 REDATAM

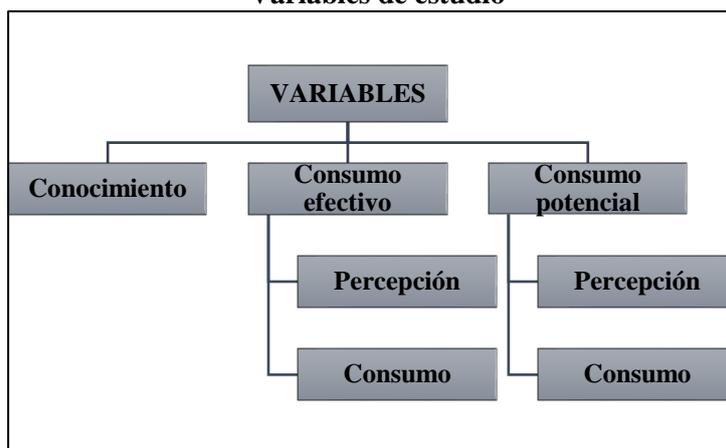
Elaboración propia

5.2. Segunda fase, recolección de datos

5.2.1. Técnicas y herramientas de recolección de datos

Las técnicas de investigación utilizadas fueron por un lado la encuesta estructurada, con el uso del cuestionario como herramienta que contuvo preguntas de tipos abiertas y cerradas, mismas que permitieron obtener información cuantitativa que ayudó a determinar la relación existente entre las ferias agroecológicas y el conocimiento y el consumo responsable de alimentos de la población. Kotler y Lane Keller (2012, 103) indican que en el ámbito de investigación de mercados “las encuestas se realizan con el fin de conocer qué saben, qué creen, qué prefieren y qué satisface a los consumidores”. En este sentido, el cuestionario de encuesta fue diseñado en función de las siguientes variables de estudio: conocimiento, consumo efectivo y consumo potencial como lo muestra el gráfico 11.

Gráfico 11
Variables de estudio



Fuente: Andrade Ortiz y Flores (2008)
Elaboración propia

De manera general la encuesta que puede ser revisada en el Anexo 1, se estructuró de acuerdo a los siguientes bloques de preguntas:

El primer bloque corresponde a datos del encuestado, y de manera transversal se utilizaron variables de tipo: demográficas y socioeconómicas (edad, género, estado civil, nivel de instrucción, ocupación, sector laboral, ingresos, número de miembros familiares), geográficas (ubicación de segmentos de mapas censales proporcionado por el INEC), y conductuales (preferencias de compra).

El segundo bloque de preguntas corresponde a preguntas filtro relacionadas con la variable conocimiento de la población, misma que está vinculada al indicador de conocimiento de productos agroecológicos, y permitió direccionar al encuestado hacia el bloque de preguntas de consumidor efectivo o consumidor potencial.

El tercer bloque de preguntas corresponde al consumidor efectivo, es decir el consumidor que está comprando productos de las ferias agroecológicas. Este bloque está relacionado a la percepción del consumidor, y está anclado a los indicadores de percepción de precios, cantidad de consumo, aporte de las ferias agroecológicas a las dinámicas socioeconómicas del cantón. Y por otro lado está la variable de *consumo* con indicadores como: lugar preferencial de compra, frecuencia de compra, montos de desembolso por compra, motivación de compra, influencia de compra, fidelidad de compra.

El cuarto bloque de preguntas corresponde al consumidor potencial, es decir el consumidor que en un futuro estaría dispuesto a consumir de los productos ofertados en las ferias agroecológicas. Este bloque se relaciona a la percepción y consumo al igual que

el bloque de preguntas de consumidor efectivo, incluyendo otros indicadores como disposición al pago y disposición al cambio de hábitos de consumo.

Por otra parte, se empleó la entrevista con el uso de una matriz de preguntas semiestructuradas como herramienta de investigación cualitativa. Todo esto con el propósito de obtener información respecto al sujeto (pobladores de Tabacundo), objeto (consumo responsable en ferias agroecológicas) y espacio (parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo) de estudio. Mismas que fueron aplicadas a consumidores, productores y especialistas en temas relacionados a producción agroecológica y consumo responsable. A continuación la Tabla 8 muestra a detalle el listado de las personas que fueron entrevistadas para esta investigación:

Tabla 8
Listado de entrevistados

NOMBRE	PERFIL DEL ENCUESTADO
1. Cecilia Ponce	Especialista: Ex Directora de Redes Comerciales - MAGAP
2. María Cascuota	Productor agroecológico
3. Juan Castro	Productor agroecológico
4. Sandra Espinoza	Consumidor agroecológico
5. Rosa Lema	Productor agroecológico
6. Rosario Quishpe	Productor agroecológico
7. Cecilia Puga	Consumidor agroecológico

Fuente y elaboración propia (2018)

La Tabla 9 a continuación muestra el detalle de las técnicas de recolección de datos utilizadas a fin de obtener información relevante y de aporte a la consecución de los objetivos de investigación.

Tabla 9
Técnicas de recolección de datos

OBJETIVO	TÉCNICA	INVOLUCRADO
1. Describir el conocimiento de los pobladores de la parroquia Tabacundo acerca del consumo de alimentos ofertados en las ferias de producción agroecológica.	Encuesta	100 encuestados
2. Identificar preferencias de consumo en las ferias agroecológicas de los pobladores de la parroquia Tabacundo.	Encuesta	100 encuestados
3. Identificar los principales aportes de las ferias agroecológicas en el desarrollo de la parroquia, y sintetizar información que contribuya en la discusión para el diseño de estrategias locales sobre consumo responsable y promoción de alimentos agroecológicos.	Encuestas, entrevistas y observación	-100 encuestados -7 entrevistados -Visitas a las ferias agroecológicas

Fuente y elaboración propia

5.3. Tercera fase, procesamiento de la información

Finalmente y posterior a la recolección de datos por medio del cuestionario de encuesta, estos fueron procesados de la siguiente manera:

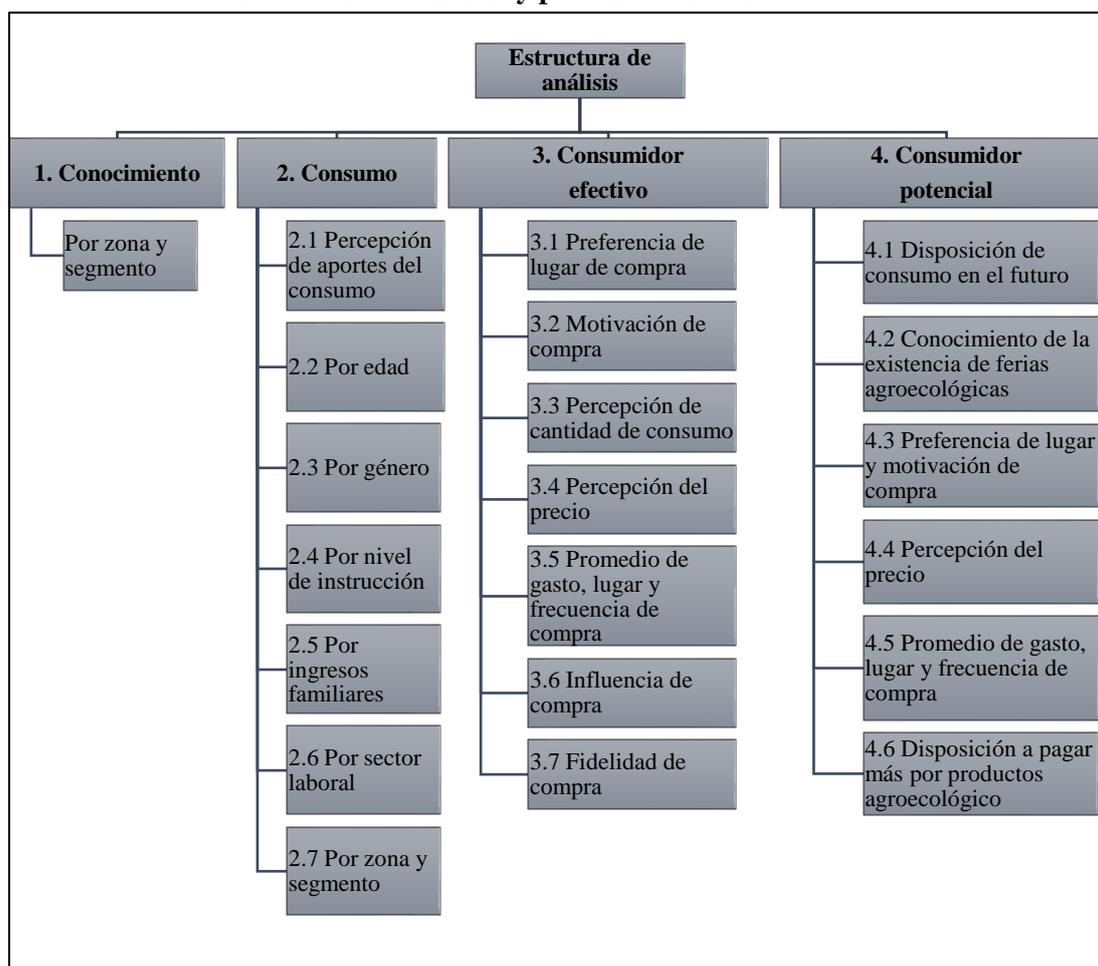
1. Se elaboró una matriz excel en la cual constan todas las preguntas del cuestionario a fin de tabular en esta matriz todos los datos levantada por medio del cuestionario aplicado a 100 participantes.
2. Una vez tabulados los datos se generó una base de datos a fin de que sea procesada en información pertinente y sujeta a análisis.
3. Se procesó la información que muestra en resumen los resultados obtenidos de manera gráfica, a fin de ser interpretados a la luz de los enfoques teóricos y la realidad de la parroquia presentada en párrafos anteriores.

Capítulo tercero

Análisis y discusión de resultados

A continuación se presenta el análisis del estado situacional y de la relación entre conocimiento y consumo en ferias agroecológicas por parte de los pobladores de la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo. Los hallazgos se detallan en función de los objetivos y variables propuestas para esta investigación sobre el conocimiento y consumo de productos provenientes de las ferias agroecológicas, y además se presenta un análisis de la información sobre preferencias de compra proporcionada por los consumidores efectivos y potenciales de productos agroecológicos, tal como se detalla en el Gráfico 12.

Gráfico 12
Estructura de análisis y presentación de resultados

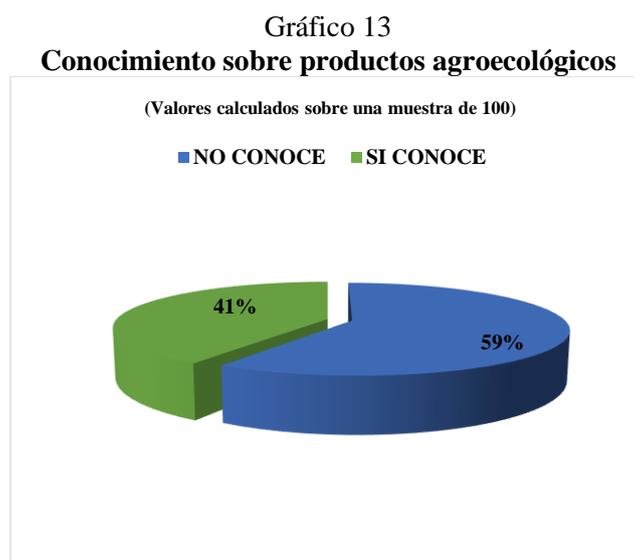


Fuente: Andrade Ortiz y Flores (2008)
Elaboración propia (2019)

1. Conocimiento de productos agroecológicos

El primer objetivo específico de esta investigación es describir el conocimiento de los pobladores de la parroquia Tabacundo acerca del consumo de alimentos ofertados en las ferias de producción agroecológica. Para responder a este objetivo, se aplicó una encuesta a los pobladores, con la pregunta ¿Conoce usted lo que son los productos agroecológicos?, misma que permitió identificar el porcentaje de población que conoce y desconoce sobre productos agroecológicos.

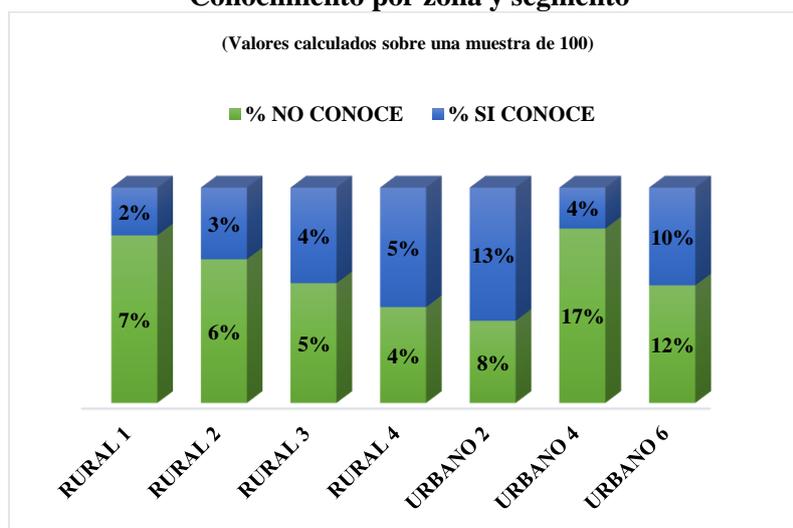
Ante la pregunta en mención, el Gráfico 13 muestra que el 59% de los encuestados reportó que desconoce lo que son productos agroecológicos, mientras que el 41% restante reportó sí conocer lo que son este tipo de productos. Las personas que afirmaron conocer lo que son los productos agroecológicos, indicaron que como característica principal son productos alimenticios libres de agroquímicos, producidos con abonos orgánicos, y producidos en la localidad.



Fuente y elaboración propia (2018)

Por otra parte el Gráfico 14 muestra que de acuerdo a la segmentación en mapas censales que se dio para esta investigación, el segmento urbano 2 es el segmento en donde el 13% de los encuestados tiene mayor conocimiento sobre productos agroecológicos, en comparación con los demás segmentos de esta investigación. Seguido está el segmento urbano 6 con 10% de personas que tienen conocimiento, y finalmente el segmento rural 4 con 5% de la población que conoce. Mientras que el segmento urbano 4 es el segmento en donde existe mayor desconocimiento de la población con un 17% de los encuestados.

Gráfico 14
Conocimiento por zona y segmento



Fuente y elaboración propia (2018)

Se debe considerar que en el segmento urbano 2, que es en donde mayor conocimiento existe de la población, se encuentran funcionando dos ferias agroecológicas: la feria del Buen Vivir y la feria de la Uccopem. Así también, el segmento urbano 6 se encuentra muy cerca de donde está ubicada la feria del Buen Vivir. Mientras que en el segmento rural 4 funciona la feria Agroecológica San Luis de Ichisí. Pero en el segmento urbano 4 que es el segmento con mayor desconocimiento, no funciona ninguna feria y se encuentra muy distante de alguna de las ferias agroecológicas existentes en el cantón. En este sentido, se concluye que la población que se encuentra más cercana a la zona de influencia de las ferias conoce de su existencia y de los productos que estas ofertan, no así la población que se encuentra más distante de las zonas de influencia de las ferias agroecológicas.

2. Consumo de productos agroecológicos

Inicialmente el 59% de los encuestados reportó no conocer lo que son productos agroecológicos. Sin embargo, una vez que se les explicó el concepto central, esto es que “los productos agroecológicos son aquellos que provienen de una agricultura que conserva los recursos naturales, no utiliza insumos externos peligrosos y que proviene de sistemas de cultivo diversificados que respetan el conocimiento local. Tiene como primera función la alimentación y respeta y fomenta la identidad cultural campesina” (Andrade Ortiz y Flores 2008, 75); relacionaron el concepto con producción orgánica, e

identificaron a las ferias agroecológicas de la zona como de producción orgánica. Se observa en la Tabla 10 que luego de la explicación del concepto, un 8% de los encuestados que inicialmente reportaron no conocer sobre productos agroecológicos, luego manifestaron que sí conocen y consumen productos provenientes de las ferias de producción agroecológica del cantón, solo que las relacionaron como ferias de producción orgánica. Este dato demuestra que existe un pequeño porcentaje de la población que confunde el término orgánico y agroecológico.

Tabla 10
Conocimiento y consumo de productos agroecológicos

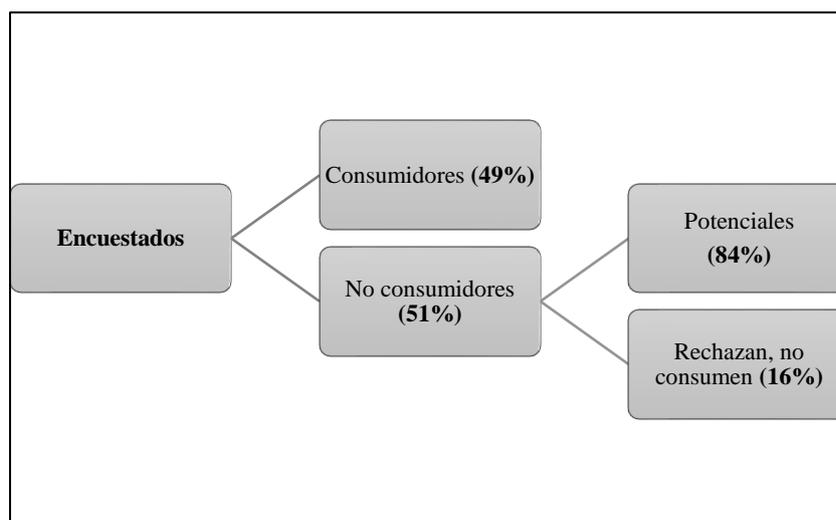
CATEGORIA	FRECUENCIA	%
No conoce lo que son productos agroecológicos	59	59.0%
Si conoce lo que son productos agroecológicos	41	41.0%
Total conocimiento	100	100.0%
CATEGORIA	FRECUENCIA	%
No consume productos agroecológicos	51	51.0%
Si consume productos agroecológicos	49	49.0%
Total consumo	100	100.0%

Fuente y elaboración propia (2018)

Luego se les consultó a los encuestados ¿En su familia se consume productos provenientes de la producción agroecológica?, y las respuestas reportadas permitieron definir la segmentación de consumidores que se muestran en el Gráfico 15, siendo estos consumidores efectivos de las ferias agroecológicas en un 49% de la muestra y 51% de ellos no consumidores.

Dentro del porcentaje de no consumidores (51%), se encuentra un 84% de la muestra que considera que un futuro si podría consumir productos ofertados en las ferias de producción agroecológicas de la zona, quienes son considerados consumidores potenciales; y un 16% restante definido como no consumidores, pues reportaron no estar dispuestos a consumir productos de las ferias agroecológicas en el futuro.

Gráfico 15
Consumo de productos agroecológicos



Fuente y elaboración propia (2018)

En la investigación realizada por Andrade Ortiz y Flores (2008, 33), sobre la cual se ha basado este estudio, se determinó que a nivel nacional el conocimiento de productos orgánicos/agroecológicos era de apenas del 7% de la población en 2008. Pero vemos en el Gráfico 15 que para el año 2018 en el que fue levantada la información en Tabacundo, del total de los encuestados el 49% indicó que sí conoce y sí consume productos agroecológicos, en contraste con el 51% que reportó no consumir productos ofertados en las ferias agroecológicas.

Se evidencia de esta manera que un considerable porcentaje de la población, casi la mitad de la misma conoce y consume de los productos ofertados en las ferias, mientras que la otra mitad más uno no consume productos ofertados en las ferias del cantón. Sin embargo, Juan Castro, productor agroecológico indicó:

Aquí no hay mucho mercado. Nosotros hablamos de que el gobierno vea pues una manera que podamos expandirnos y llegar a la gente y que tome conciencia de nuestros productos. O que haga algo pues para apoyarnos, así como apoya a la exportación de las flores. Verá, hace un año y medio fuimos pues a vender en el Consejo Provincial en Quito, y ahí viera como nos compraban. Me fui llevando el mishque y las verduras.¹⁰

De acuerdo a esta información, las estrategias locales para el fomento del consumo de productos agroecológicos deben ser direccionadas a este segmento de la población que aún desconoce de la existencia y de los beneficios del consumo de estos productos

¹⁰ Juan Castro, productor agroecológico, Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo, 23 de noviembre de 2018.

alimenticios alternativos. Rosa Lema, una productora y vendedora en ferias agroecológicas indica: “Aquí nomás en el barrio les digo vecinitas tengo brócoli, tengo lechugas. Y solo dicen ya vuelvo. Y no vuelven. No nos compran aquí. Mejor la gente de afuera viene de Quito, y nosotros también tenemos contactos en Quito para mandar los productos allá.”¹¹

2.1. Percepción de los aportes del consumo

Los consumidores de productos agroecológicos consideran que los principales aportes del consumo de este tipo de productos alimenticios son beneficios en cuanto a salud en un 24%, temas ambientales en un 24%, mejora de la calidad de vida de los productores en un 17%, beneficios económicos en un 17%, cuidado de la soberanía alimentaria en un 13%, y finalmente beneficios sociales y culturales en un 5%.



Fuente y elaboración propia (2018)

Lo que el Gráfico 30 demuestra es que la población de Tabacundo compra en las ferias agroecológicas principalmente porque sabe que los productos ofertados, tienen beneficios para su salud, a la vez que aporta al medio ambiente porque no se utiliza

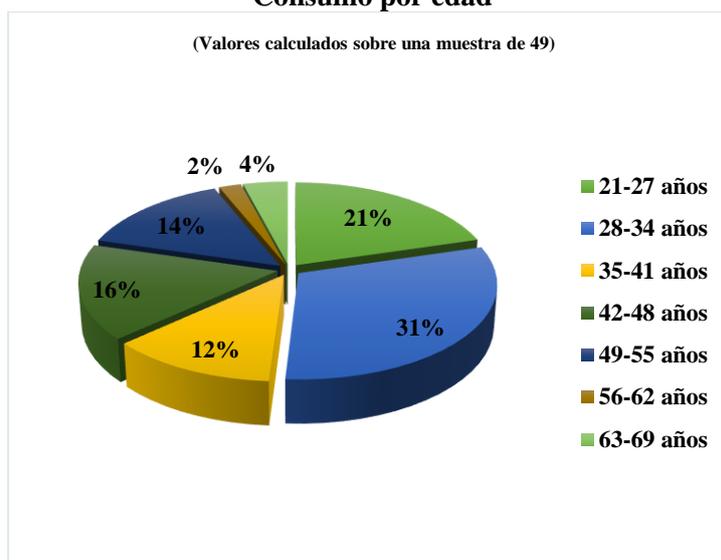
¹¹ Rosa Lema, productora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo, 23 de noviembre de 2018.

agrotóxicos. Pero, por otro lado, se evidencia que aún no tienen mayor conciencia de que las ferias agroecológicas aportan a la soberanía alimentaria y a recuperar tradiciones como por ejemplo el rescate de semillas ancestrales.

2.2. Consumo de productos agroecológicos por edad

La población de la parroquia en general es una población joven de acuerdo a datos del INEC, sin embargo el Gráfico 17 muestra que del total de consumidores de las ferias agroecológicas, el promedio de edad más bajo de consumo es entre los 21 y 27 años con 21% de los encuestados, seguido de la edad entre 28 y 34 años con un 31% de la muestra; mientras que la población cuya edad se encuentra entre 35 a 69 años de edad representan el 48% del total de los consumidores de productos agroecológicos.

Gráfico 17
Consumo por edad



Fuente y elaboración propia (2018)

Si bien los consumidores agroecológicos que comprende la edad entre 21 y 27 años es menor al porcentaje del grupo etáreo entre los 35 y 69 años, se aprecia en el Gráfico 16 que sumado el grupo etáreo entre los 21 y 34 años este porcentaje se incrementa, teniendo una relación de 52% (entre 21 a 34 años) a 48% (entre 35 a 69 años). Por lo que se concluye que el mercado agroecológico en el cantón abarca tanto a consumidores jóvenes como a los consumidores más adultos, sin embargo, en una entrevista personal realizada con Cecilia Ponce, quien fue Coordinadora de Redes

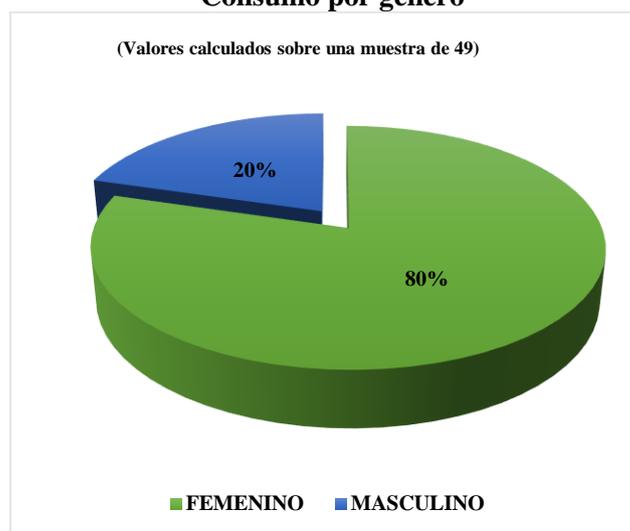
Comerciales del MAGAP, ante la pregunta: ¿Qué perfil cree usted que tengan los consumidores de las ferias agroecológicas de Pedro Moncayo? ella respondió:

Considero que la gente que compra de las ferias agroecológicas del cantón es gente de edad adulta, el mercado agroecológico allá es diferente al de Quito, por ejemplo. Porque la gente de Tabacundo y la Esperanza es gente de campo, por lo que creo que son consumidores que acuden a estos lugares como una forma de añoranza de lo que antes daba su tierra y de las memorias de tiempos de antaño.¹²

Adicional hay que considerar que los consumidores entre 35 y 69 años de edad son parte de una población más madura respecto de sus decisiones de compra y hábitos de consumo, y por ende se preocupan más por la salud y por su bienestar y futuro.

2.3. Consumo de productos agroecológicos por género

Gráfico 18
Consumo por género



Fuente y elaboración propia (2018)

El género femenino es quien más compra productos en las ferias de producción agroecológica. Del total de consumidores, el 80% es femenino y el 20% masculino; esta tendencia está dada porque aun en la zona se mantiene el estereotipo de que la mujer es quien realiza las compras de alimentos para el hogar y no el hombre, así que la cantidad de hombres que adquiere productos alimenticios es muy baja en esta investigación. Aun

¹² Cecilia Ponce, experta en temas agroecológicos. Entrevista sobre ferias agroecológicas. Quito 24 de septiembre de 2018.

en las visitas de observación realizadas a las ferias se evidenció esta tendencia, por lo general son las mujeres las que realizan las compras de alimentos para el hogar.

2.4. Consumo de productos agroecológicos por nivel de instrucción

Los consumidores, cuyo nivel de instrucción formal es secundario son quienes más consumen de los productos de las ferias agroecológicas con un 57% de la muestra, seguido de los consumidores con educación primaria con un 27%, y finalmente los consumidores cuya instrucción es superior en un 16% de la muestra. Esto demuestra que mientras más alto el nivel de instrucción formal, también es más alto el grado de consumo de productos agroecológicos.

Sin embargo, el hecho de que la población que más consume productos agroecológicos en la parroquia Tabacundo sea la población cuyo nivel de instrucción es secundario, está dado por las condiciones de escolaridad de esta zona, ya que el nivel de educación más alto del cantón Pedro Moncayo de acuerdo a datos del INEC es el nivel primario y secundario. No existe especialización de la población y no existen muchos profesionales, por lo que la población del sector se dedica a trabajar en actividades operativas y no especializadas como el trabajo asalariado en florícolas, agricultura o ganadería.

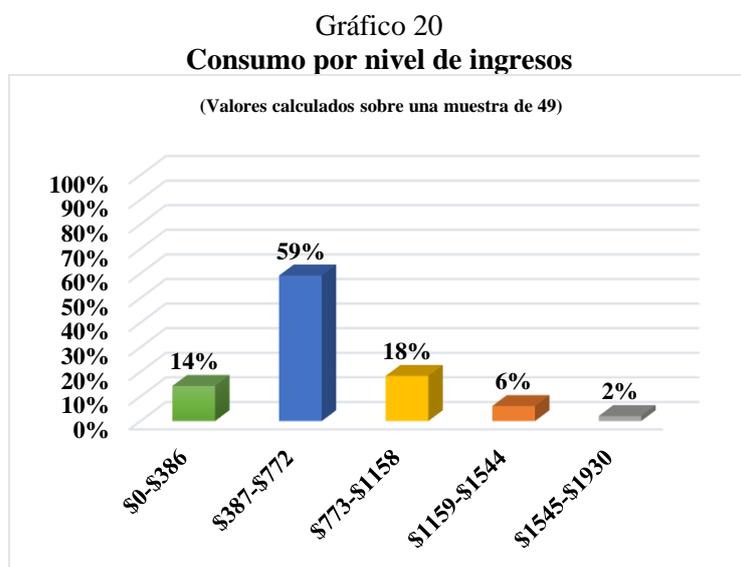


Fuente y elaboración propia (2018)

2.5. Consumo de productos agroecológicos por nivel de ingresos familiares

En el Gráfico 20 se observa que el 59% de las personas cuyas familias tienen ingresos entre \$ 387 y \$ 772 son las personas que más consumen en las ferias agroecológicas del cantón, seguido de un 18% de consumidores cuyos ingresos familiares están entre \$ 772 y \$ 1158, luego el 14% de encuestados con ingresos hasta \$386. Este patrón está dado porque en el cantón Pedro Moncayo la pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas - NBI es de 69.12%, que es alta en comparación con la media nacional que es de 56.15% y de 29.98% a nivel provincial.

En este sentido, se confirma lo establecido en el estudio de Andrade Ortiz y Flores (2008, 34), que en su parte pertinente señala: “[...] se evidencia que en términos relativos, el conocimiento de productos orgánicos y agroecológicos se incrementa con el nivel de ingresos”. A pesar de que los ingresos en el cantón no son muy altos, se evidencia que existe un mayor porcentaje de consumidores efectivos en el rango de ingresos que comprende ingresos entre USD. 387 a USD. 772 y de USD. 773 a USD 1158.

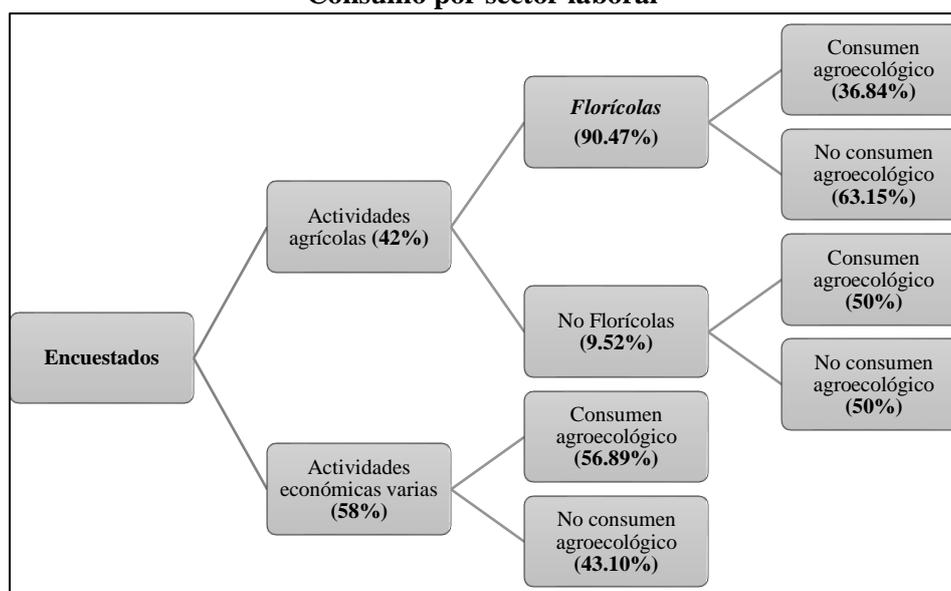


Fuente y elaboración propia (2018)

2.6. Consumo de productos agroecológicos por sector laboral

El Gráfico 21 muestra que del total de encuestados en Tabacundo, el 58% se dedica a actividades varias como: comercio, transporte, enseñanza, entre otros; y el 42% restante se dedican a actividades relacionadas con agricultura y ganadería.

Gráfico 21
Consumo por sector laboral



Fuente y elaboración propia (2018)

El mismo gráfico muestra una vez analizados los datos del 42% de los encuestados que se dedican a actividades agrícolas y afines, el 90.47% de ellos trabaja en la industria florícola y apenas el 9.52% no lo hace. De este 90.47% de encuestados que trabaja en plantaciones florícolas el 63.15% no consume productos agroecológicos, y apenas un 36.84% si consume. Por otra parte, del 9.52% de la muestra que se dedica a actividades agrícolas diferentes a la floricultura, el 50% no consume y el 50% si consume productos agroecológicos.

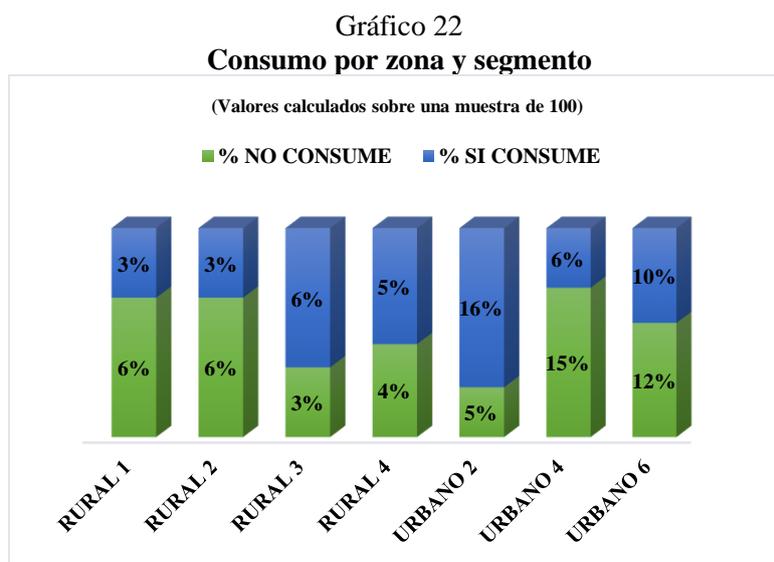
De esta manera se evidencia un fuerte grado de desconocimiento sobre productos agroecológicos en la población que trabaja en la industria florícola, ya que del total de los encuestados que trabajan en florícolas el 63.15% de ellos no está consumiendo de los productos ofertados en las ferias. Este patrón se da ya que la carga laboral y los horarios en las empresas florícolas no les permiten a los trabajadores tener tiempo para realizar sus compras con mayor conciencia de que es lo que compran y en dónde compran sus productos alimenticios. Por lo general realizan sus compras en tiendas de víveres porque les queda más cerca de casa, o en supermercados en Cayambe ya que en estos lugares cuentan con tarjetas de descuentos por convenios con las empresas en donde laboran.

Por otra parte, se determinó que del 36.84% de encuestados que trabajan en florícolas y consumen productos agroecológicos, el 50% de ellos prefieren comprar sus productos alimenticios agroecológicos en la feria Uccopem, seguido de un 22% que

prefiere realizar sus compras en la feria agroecológica del Buen Vivir, otro 21% prefiere acudir a la feria de la Esperanza, y finalmente un 7% compra en la feria San Luis de Ichisí. Se concluye de esta manera que la feria agroecológicas mejor posicionada en la mente de los consumidores que trabajan en relación de dependencia de las florícolas es la Uccopem.

2.7. Consumo de productos agroecológicos por zona y segmento

De acuerdo a la segmentación del cantón dada para esta investigación, en el Gráfico 22 se aprecia que el segmento urbano 4 es el segmento que menos consume productos agroecológicos con un 15% de la muestra versus el 6% que si consume. Esto se da debido a que este segmento se encuentra distante de la zona administrativa y económica de la parroquia, por lo que las ferias agroecológicas no tienen influencia en este sector.



Fuente y elaboración propia (2018)

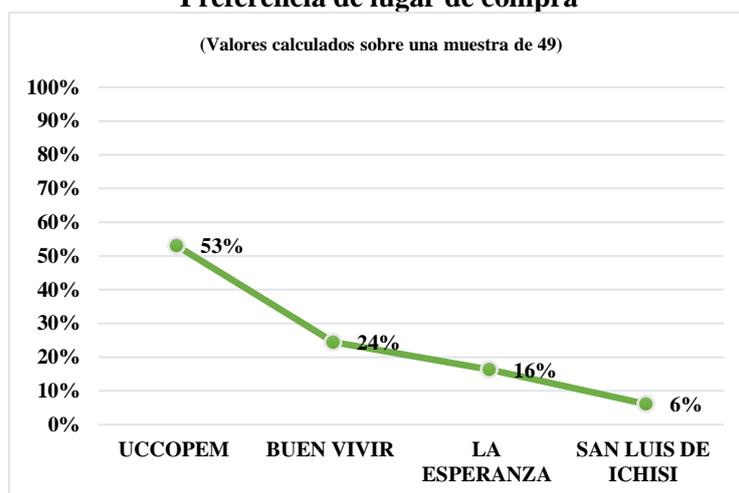
Mientras que en contraste el segmento urbano 2 es el segmento donde la muestra consume más productos agroecológicos con un 16% de los encuestados y un 5% que no consume. Esto debido a que en este segmento están instaladas las ferias agroecológicas Uccopem y El Buen Vivir, y por razones de cercanía y mejor acceso tiene mayor influencia en esta zona poblacional.

3. Análisis de consumidor efectivo de productos agroecológicos

3.1. Preferencia de lugar de compra

Los consumidores efectivos de productos agroecológicos prefieren realizar sus compras en la feria Uccopem con 53% de preferencia como lo muestra el Gráfico 23, seguido de la feria del Buen Vivir con 24%, la Esperanza con 16% y finalmente San Luis de Ichisí con 6%. En la feria Uccopem compran personas de todos los segmentos, pero predominan los compradores de la zona urbana, en especial los del segmento 6, y el segmento urbano 2, seguido del segmento rural 3. Para la feria del Buen Vivir, las preferencias de compra son de la población de los segmentos urbano 2 y le sigue el segmento urbano 4, las preferencias de compra de la zona rural en esta feria son mínimas.

Gráfico 23
Preferencia de lugar de compra

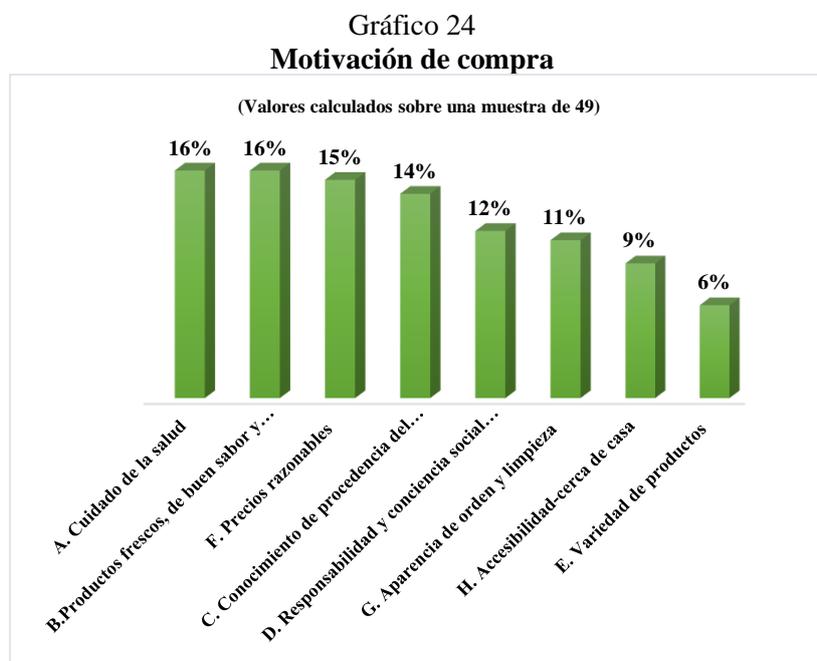


Fuente y elaboración propia (2018)

En la feria de la Esperanza compran en menor cantidad, pero de una manera homogénea casi todos los segmentos, a excepción del segmento rural 3 que no registra preferencia de compra en esta feria. Y finalmente, las preferencias de compra en la feria San Luis de Ichisí son exclusivamente de la zona rural 4, ya que es una feria que se ubica en esta zona rural. De manera general en la parroquia Tabacundo, se evidencia que la feria con mayor acogida dentro de la población es la feria Uccopem, con 53% de la muestra comprando sus productos agroecológicos en este lugar, y el 47% restante distribuido entre la feria del Buen Vivir, La Esperanza y San Luis de Ichisí.

3.2. Motivación de compra

Entre las motivaciones de compra de los consumidores en cada una de las ferias agroecológicas, el Gráfico 24 muestra que el cuidado de la salud se encuentra primero con 16%, seguido de la razón porque son productos frescos, de buen sabor y libres de pesticidas con el 16%, y de que los precios son razonables con un 15%, además de que se conoce la procedencia de los productos y existe una mayor relación con el productor con el 14%. Así como también se han motivado a realizar sus compras de productos agroecológicos por temas de responsabilidad social y ambiental en un 12%, porque consideran que existe una apariencia de limpieza y orden en las ferias en un 11%, porque les queda cerca de sus hogares el 9%.



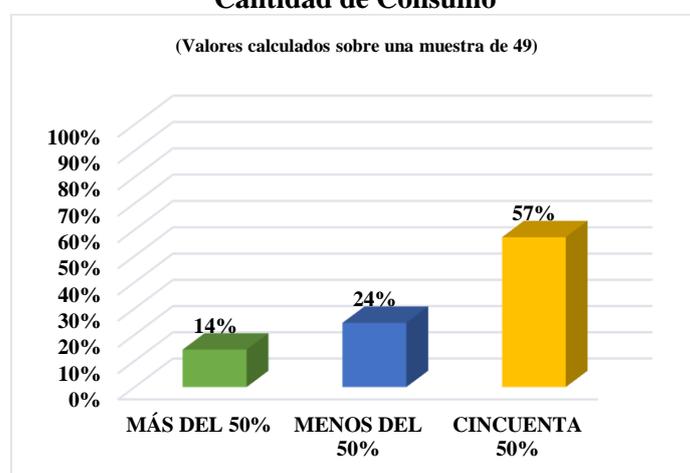
Fuente y elaboración propia (2018)

Y finalmente solo el 6% porque considera que hay variedad de productos; este porcentaje de la muestra que se sintió motivado a la compra por la variedad de productos es muy bajo, lo que sustenta lo observado en las ferias, pues debido a que los productos ofertados en las mismas son de temporada y de lo que se produce en la zona, los consumidores no encuentran la misma variedad de productos que se encuentran en los mercados o supermercados. Por lo que los consumidores se desaniman a comprar de las ferias agroecológicas ya que no existe mayor conciencia en los consumidores sobre temas de nutrición, alimentación y productos sanos.

3.3. Percepción de cantidad de consumo

Se les preguntó a los consumidores de productos agroecológicos ¿En qué porcentaje considera usted que la alimentación de su familia está basada en productos agroecológicos? Y el Gráfico 25 muestra que el 57% de ellos indicó que la alimentación de sus familias está basada en solo la mitad de productos agroecológicos, seguidos de un 24% de consumidores que consideran que la alimentación de su familia está basada en menos de la mitad de productos agroecológicos, y apenas un 14% indicó que la alimentación de su familia está basada en productos agroecológicos en más de la mitad.

Gráfico 25
Cantidad de Consumo



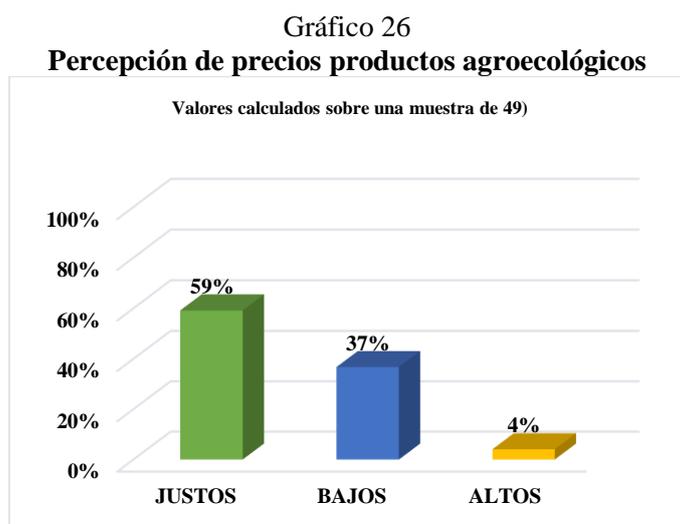
Fuente y elaboración propia (2018)

Los encuestados que consideran que la alimentación de su familia está basada en más de la mitad de productos agroecológicos, son consumidores de las ferias UCOOPEM en un 33%, Buen Vivir en un 14%, la Esperanza en un 8% y San Luis de Ichisí en 2%.

Se evidencia de esta manera que en la parroquia Tabacundo la alimentación de los consumidores agroecológicos, es una alimentación en su mayoría mixta entre productos agroecológicos y no agroecológicos. Esto debido a que no encuentran mayor variedad de productos en las ferias agroecológicas como frutas y carnes que son productos que por lo general compran en el Mercado Municipal.

3.4. Percepción del precio

En el Gráfico 26 se muestra que los consumidores de las ferias agroecológicas consideran en un 59% que los precios ofertados en las mismas son precios justos, le sigue el 37% de los encuestados que consideran que los precios son bajos, y finalmente un 4% de encuestados que considera que los precios de los productos ofertados en las ferias son altos.



Fuente y elaboración propia (2018)

Al respecto de los precios altos una productora agroecológica menciona:

La gente se imagina que todo viene fácil. Verá a mí me dicen: Hay que bestia que caro, si solo esto nomás es. ¿En qué gastan pues? Y dicen nos da que caro, capaz que escapan a caerse del susto. Pero yo le digo por qué se asusta si a mí me cuesta. Póngase en mi lugar, le digo usted váyase a ver si aguanta mi trabajo en el campo. Pesado es mi trabajo. Alguien viene aquí y ¡hay que bonito, el cuy, la gallina, la cebolla ¡Pero mantener eso es duro! El que sabe, sabe y el que no sabe no sabe. Piensan que solo es de ir y coger así nomás.¹³

Los lugares en donde los consumidores consideran que los precios son altos son en la feria Buen Vivir y UCCOPEM con 2% en cada una de las ferias. Es una cantidad mínima, por lo que se concluye que los consumidores consideran que los precios son

¹³ Rosario Quishpe, productora agroecológica, Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 25 de noviembre de 2018.

medios con tendencia a bajos en comparación con los precios de otros lugares de abasto de alimentos.

3.5. Promedio de gasto, lugar y frecuencia de compra

Por lo general la frecuencia de compra en las ferias agroecológicas del sector es de forma quincenal y semanal, sin embargo, para los fines de este estudio se estandarizó la información proporcionada por los encuestados en función de una frecuencia de compra mensual. Como referencia de precios en el estudio de Andrade Ortiz y Flores (2008, 45) se halló que “el hogar consumidor gasta en promedio USD. 101,23 cada mes en alimentos, correspondientes a las categorías seleccionadas”. Estas categorías de compra consultadas fueron: verduras, frutas, carnes, lácteos, granos y cereales, obteniéndose los resultados promedio que se muestran en el Gráfico 27, así los resultados fueron:

En la feria del Buen Vivir el gasto promedio¹⁴ realizado por los consumidores efectivos es de \$ 187.55, el rubro más alto corresponde a carnes con \$68.42, seguido de verduras con \$39.27. Esta feria cuenta con una buena oferta de carne de pollo y carne de cerdo, las frutas que se adquieren en esta feria corresponden a frutas como fresas, babaco, mortiño cuando es temporada, tomate de árbol.

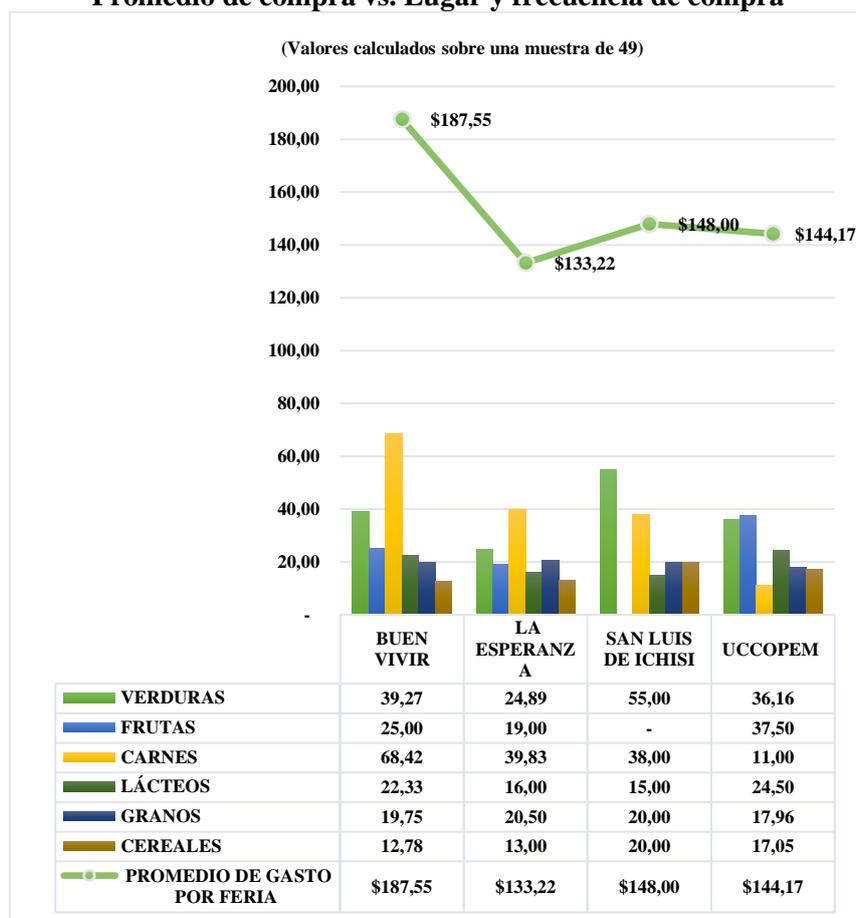
En la feria la Esperanza se desembolsa en promedio un total de \$ 133.22, los rubros más altos corresponden a carnes con \$39.83 y verduras con \$24.89. Adicional, cabe mencionar que esta feria si cuenta con oferta de frutas de un pequeño productor que trae sus productos de su finca ubicada en la zona noroccidental de quito.

En la feria San Luis de Ichisí, los consumidores desembolsan en promedio un total de \$148.00 en la adquisición de sus productos agroecológicos. Esta feria no cuenta con oferta de frutas, y la oferta de carnes es limitada. El rubro más alto de desembolso en esta feria corresponde a vegetales con \$55 en promedio.

Finalmente en la feria Uccopem se desembolsa aproximadamente \$ 144.17. Esta feria tiene variedad de productos, pero al tener entre sus productos frutas que no se cultivan en el sector, algunos compradores se han preguntado si en verdad los productos que oferta la feria son de origen agroecológico. Los rubros más altos de desembolso en esta feria corresponden a verduras con \$36.16 y frutas con \$37.50.

¹⁴ La información presentada corresponde a un promedio de los datos levantados en las encuestas aplicadas a los consumidores efectivos.

Gráfico 27
Promedio de compra vs. Lugar y frecuencia de compra



Fuente y elaboración propia (2018)

3.6. Influencia de compra

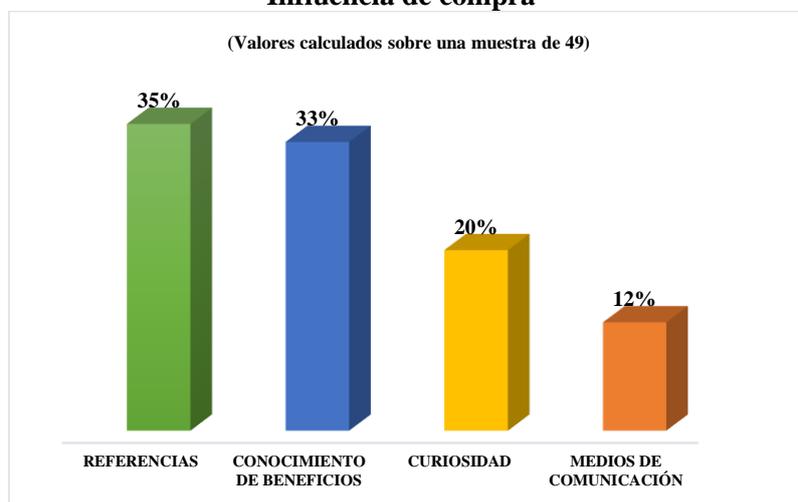
De acuerdo a los datos proporcionados por los consumidores efectivos de productos agroecológicos, el Gráfico 28 muestra que el 35% de ellos se han sentido influenciados por la compra de estos productos debido a referencias de otras personas. Así lo comentó Rosa Lema, una vendedora de las ferias agroecológicas: “Sabes decir, mi vecina me contó. O a veces saben decir venimos a ver cómo está, de curiosos nomás venimos véndame tal cosa.”¹⁵

Seguido del 33% de la muestra que se ha sentido influenciada a la compra en las ferias agroecológicas porque cuentan con conocimiento sobre los beneficios de este tipo de productos, debido a que han experimentado quebrantos en su salud o en la salud de un familiar, y han optado por cambiar el tipo de alimentación a una más sana y saludable.

¹⁵ Rosa Lema, productora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

Y finalmente el 20% las personas se han sido influenciadas a comprar por curiosidad, y el 12% que reportan que han sido influenciados por medios de comunicación, específicamente de perifoneo en la zona.

Gráfico 28
Influencia de compra



Fuente y elaboración propia (2018)

En la feria del Buen Vivir el 10% los consumidores se han sentido influenciados a la compra de productos agroecológicos porque poseen conocimientos de los beneficios de los mismos, ya que ellos o sus familiares han pasado por quebrantos en la salud, lo que les ha hecho repensar sus hábitos de consumo alimenticio. Mientras que en la feria de la Esperanza el 8% se han sentido influenciados a la compra por referencias de otras personas, ya sean vecinos, amigos o familiares.

En la feria San Luis de Ichisí no hay un predominio de las categorías de influencia de compra, el 6% de los consumidores ha sido influenciado por igual ya sea por la curiosidad, referencias de otras personas y por medios de comunicación como el perifoneo. Finalmente, en la feria Uccopem el 20% de consumidores se ha sido influenciado por conocimiento previo de los beneficios, seguido de un 18% de consumidores por referencias de otras personas, luego el 10% ha comprado por curiosidad y finalmente el 4% porque ha sido influenciado por medios de comunicación.

Lo que se puede inferir de esta información es que a la feria del Buen Vivir acude población que en su mayoría ha cambiado o está en proceso de cambio de sus hábitos de consumo alimenticio por razones de salud, mientras que a la feria de la Esperanza en su mayoría acude gente que ha sido referenciada a este lugar por terceros. En la feria San

Luis de Ichisí acude gente del propio sector en donde se encuentra ubicada la feria solo por curiosidad, porque le han referenciado otros, o porque alguna vez escuchó algo de la feria. Y finalmente a la feria Uccopem acuden consumidores que en su mayoría están conscientes de los beneficios de los productos sanos y libres de agrotóxicos y también consumidores que han sido referenciados.

Se evidencia con estos resultados que no existen mayores estrategias de promoción y fomento al consumo de productos de las ferias agroecológicas, ya que la mayor parte de los encuestados han obtenido conocimientos de estos espacios de comercialización por referencias de otros o simplemente por curiosidad. A penas el 12.2% de los encuestados indicó haber sido influenciado a consumir de las ferias por medios de comunicación, específicamente de perifoneo por los alrededores.

Ante la pregunta ¿Qué cree usted que debería hacer el Municipio de Pedro Moncayo para fomentar el consumo responsable de alimentos agroecológicos?, Rosa Lema una productora agroecológica afirmó: “nosotros lo que pensamos es que deberían perifonear, deberían hacer como hace la política la campaña de ellos. Eso deberían hacer ellos, que den a conocer como en la radio, ellos apoyar. Porque no hay nadie que nos apoye, sino que hacemos nosotros mismos”.¹⁶

Los productores de las ferias agroecológicas consideran que el Municipio del cantón no ha tenido mayor injerencia dentro del fomento de consumo de productos de las ferias agroecológicas, y tampoco al apoyo de los productores, e indican:

“El Municipio no nos ha apoyado, solo apoya a la feria del Buen Vivir. Se hizo político el apoyo a las ferias”.¹⁷

“En una cesión con el alcalde y los concejales dijo: vamos a dar unas casetas únicamente 10 dijo. Y un día nos fuimos a cargar, pero ha sido solo hasta que pase la fiesta de eso de las flores, para presumir”.¹⁸

“Por medio de la Uccopem nos dan cursos de capacitación, con la fundación VECO, el Municipio no nos da nada. Del Consejo Provincial también nos estaban dando,

¹⁶ Rosa Lema, productora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

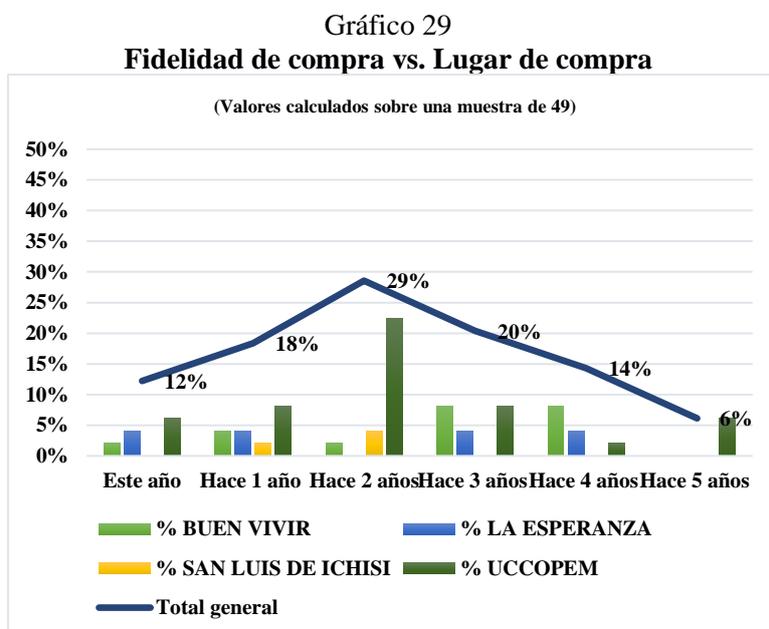
¹⁷ Juan Castro, productor agroecológico. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

¹⁸ Rosario Quishpe, productora agroecológica, Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 25 de noviembre de 2018.

pero por ahí se mete algo político con el Municipio y ya no nos dan ellos, para mi yo le siento algo de egoísmo, algo de eso de políticos yo le siento”.¹⁹

3.7. Fidelidad de compra

El Gráfico 29 muestra que el 12% de consumidores efectivos lo son desde hace unos pocos meses, seguido del 18% que lo son desde hace aproximadamente un año y el 29% de la muestra son consumidores efectivos desde hace 2 años, seguido del 20% de los consumidores que compra en las ferias desde hace 3 años, y del 14% que compra hace 4 años, finalmente los consumidores más antiguos que compran hace 5 años con el 6% de representatividad.



Fuente y elaboración propia (2018)

Esto demuestra que cada año se han ido incluyendo más consumidores a las ferias agroecológicas de Pedro Moncayo, sin embargo, el porcentaje ha ido incrementando más desde hace dos años atrás. El Gráfico 29 muestra la fidelidad de los compradores en cada una de las ferias del sector, y se observa que los mayores porcentajes los tiene la Uccopem.

¹⁹ Juan Castro, productor agroecológico.

4. Análisis de consumidor potencial de productos agroecológicos

4.1. Disposición de consumo en el futuro

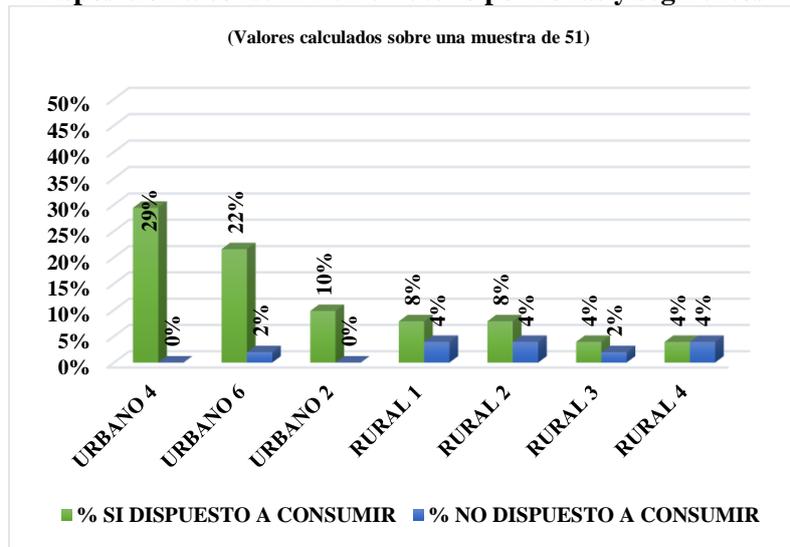
Del total de los encuestados que manifestó no consumir productos agroecológicos (51%), el Gráfico 30 muestra que el 84% de ellos indicó que sí estaría dispuesto a consumir este tipo de productos en el futuro (quienes para esta investigación son considerados consumidores potenciales), y apenas el 16% indicó que no estaría dispuesto a consumir este tipo de productos en el futuro (quienes son considerados no consumidores para esta investigación), pues consideran que no existen productos alimenticios libres de químicos, ya que todo lo producido en el sector tiene un grado de contaminación debido a que las florícolas se encuentran en el mismo sector y han dañado el aire, agua y suelo; o porque estas se encuentran muy cerca de los cultivos de productos alimenticios.



Fuente y elaboración propia (2018)

De igual manera el Gráfico 31 muestra que la zona urbana es la más interesada en consumir productos agroecológicos en el futuro, específicamente los segmentos urbanos 4 con 29% y urbano 6 con 22%. Y en la zona rural, los segmentos más interesados en consumir en el futuro de los productos agroecológicos son el segmento rural 1 con 8%, y segmento rural 2 con 8% también.

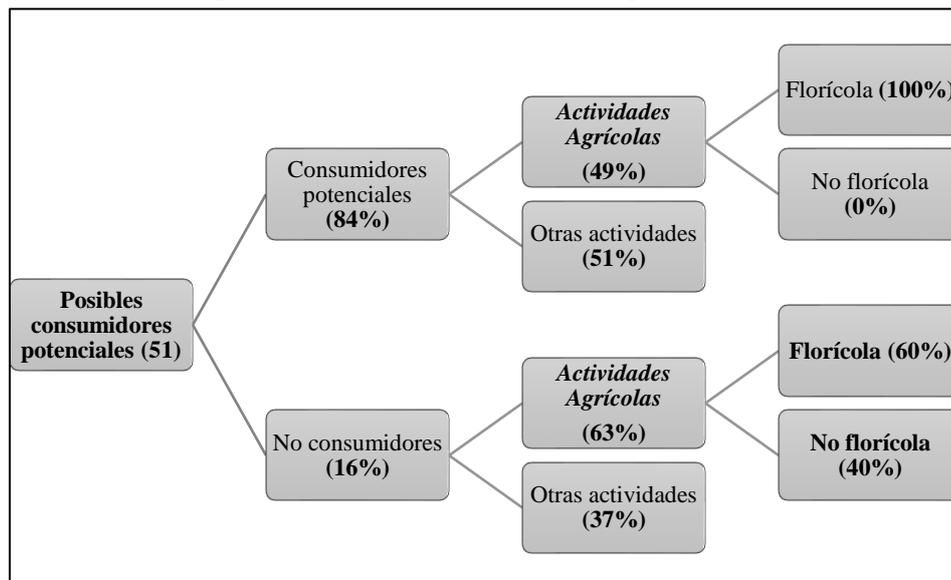
Gráfico 31
Disposición a consumir en el futuro por zonas y segmentos



Fuente y elaboración propia (2018)

Mientras que el Gráfico 32 muestra que, si bien los consumidores potenciales se dedican a actividades económicas variadas, el 100% de consumidores potenciales dedicados a actividades agrícolas se encuentran relacionados a la producción florícola y se encuentran interesados en consumir de los productos de las ferias en un futuro.

Gráfico 32
Disposición a consumir en el futuro por sector laboral



Fuente y elaboración propia (2018)

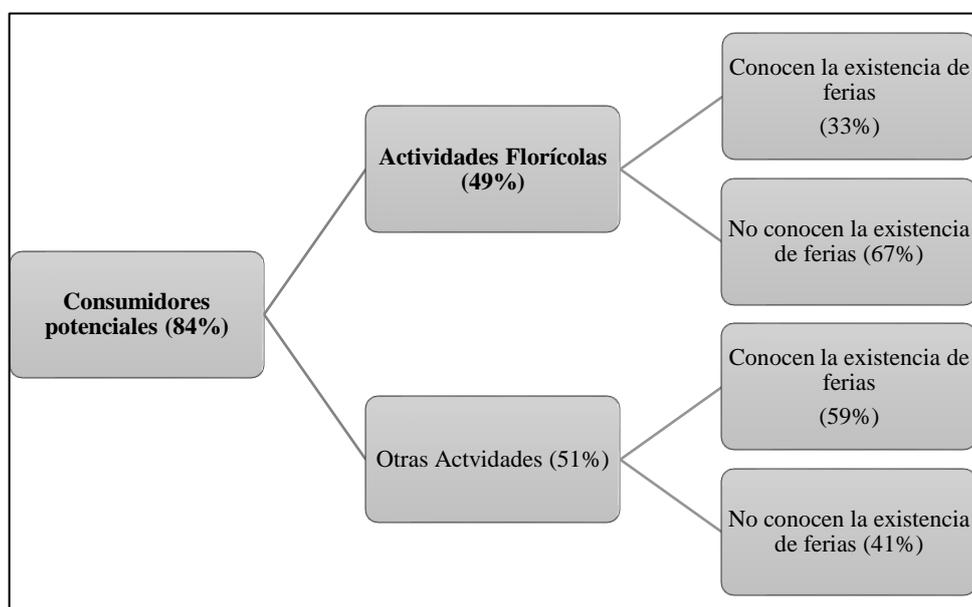
En este sentido, las estrategias de fomento al consumo de alimentos sanos de origen agroecológico de la parroquia Tabacundo, deben ir direccionadas sobre todo a

estos segmentos de la población (florícola) a fin de que se informe, incentive y motive el cambio de hábitos de consumo responsables.

4.2. Conocimiento de la existencia de ferias agroecológicas en el cantón

Del total de encuestados que consideraron que sí podrían comprar productos de las ferias agroecológicas en el futuro (consumidores potenciales), el 51% de ellos se dedica a otras actividades diferentes a la florícola, mientras que el 49% restante se dedica a actividades florícolas.

Gráfico 33
Conocimiento de existencia de ferias agroecológicas



Fuente y elaboración propia (2018)

Los resultados presentados en el Gráfico 33 muestran que el 67% de la muestra que trabaja en las fincas florícolas no conoce de la existencia de las ferias de producción agroecológica, y apenas el 33% de esta muestra reportó que si tiene conocimiento de la existencia de estos espacios, pero indicaron que no consumían de ellas por: falta de tiempo, porque no les queda cerca de los domicilios, o porque no le han puesto interés en acudir ya que no han tenido mayor información sobre los productos que se ofertan en estos lugares. Al respecto es importante considerar que:

El proceso de producción al interior de las florícolas implica modalidades de trabajo intensivo, de ritmo alto, rutinarios y con poco tiempo de descanso. Muchos de ellos trabajan por lo menos seis días a la semana, y en épocas especiales como San Valentín,

la jornada se extiende los siete días de la semana. En algunas áreas como pos cosecha, las jornadas son extenuantes y estresantes, cargadas de movimientos repetitivos, fluctuaciones térmicas, exposición al ruido, y la exposición a químicos por la ausencia de mecanismos de protección, lo que genera graves problemas en la salud de los trabajadores. (Tillería y Programa Andino de Derechos Humanos 2010, 289)

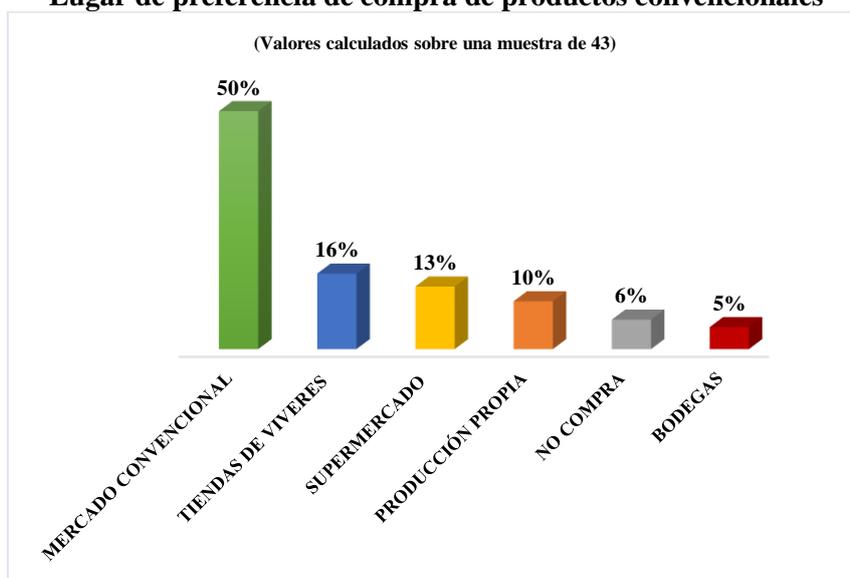
Se puede inferir de esta información que la población que trabaja en las florícolas en su mayoría no conoce y no consume de los productos ofertados de las ferias agroecológicas debido a la precarización laboral a la que han sido sometidas. Razón por la cual las estrategias de consumo responsable deberían ser orientadas con mayor énfasis hacia este grupo poblacional, ya que las personas que trabajan para las florícolas no tienen una adecuada alimentación, y eso repercute de gran manera en el desarrollo de la parroquia y del cantón en general.

Luego se les preguntó a los consumidores potenciales que afirmaron conocer de la existencia de ferias agroecológicas en el cantón, ¿Qué feria agroecológica conoce?, y se identificó que el 45% de ellos reconoce de mejor manera a la Uccopem, seguido de la feria del Buen Vivir con 40% y finalmente la feria de La Esperanza con 15%. Esto demuestra que aun en la mente de las personas que no han consumido de las ferias agroecológicas del cantón, la feria Uccopem es la que más se ha posicionado en Tabacundo, seguido de la ferias del Buen Vivir y finalmente la Esperanza.

4.3. Preferencia de lugar de compra y motivación de compra de alimentos

Los datos del Gráfico 34 revelan que de la muestra considerada consumidor potencial, el 50% de ellos adquiere sus productos alimenticios (verduras, frutas, carnes, lácteos, granos y cereales) con mayor preferencia en el Mercado Convencional que es el mercado municipal, seguido del 16% que prefiere comprar sus alimentos en tiendas de víveres, el 13% en supermercados, el 10% cuenta con producción propia, el 6% no compra ciertos productos alimenticios porque no los consume, y el 5% prefiere comprar en bodegas. Se evidencia de esta manera que la mayor parte de la muestra encuestada que aún no consume productos de las ferias agroecológicas, prefiere realiza la adquisición de sus productos alimenticios en el mercado municipal.

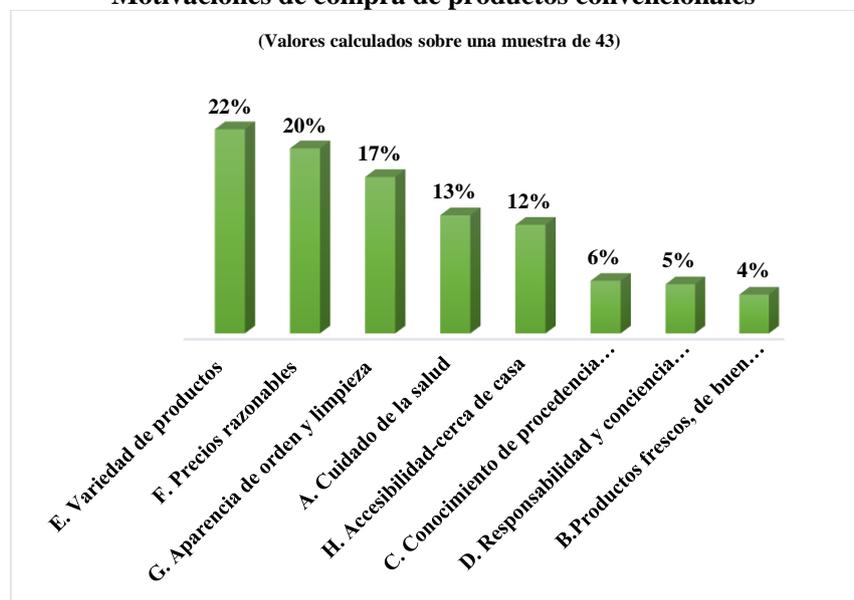
Gráfico 34
Lugar de preferencia de compra de productos convencionales



Fuente y elaboración propia (2018)

Al preguntarles las razones por las que prefieren comprar en estos lugares de abasto, indicaron lo que el Gráfico 35 detalla.

Gráfico 35
Motivaciones de compra de productos convencionales



Fuente y elaboración propia (2018)

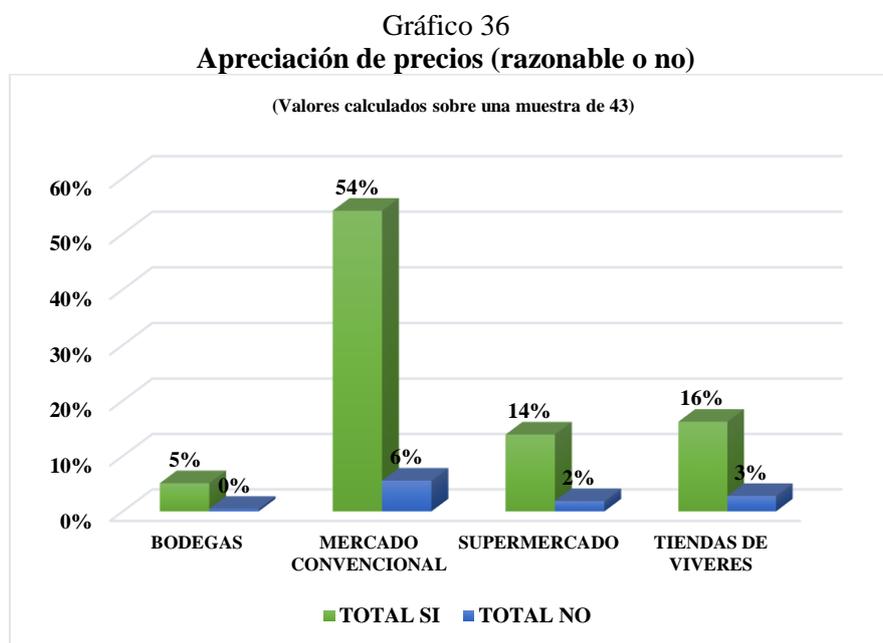
La mayoría de consumidores prefieren realizar sus compras en el mercado porque consideran que ahí hay variedad de productos, consideran que los precios son razonables,

además consideran que el lugar tiene una apariencia de orden y limpieza, y les queda cerca de casa.

Pero también se observa que existe un nivel de desconocimiento en la población sobre lo que están consumiendo pues 13% de los encuestados indicaron que consumen de los productos alimenticios del mercado porque consideran que cuidan de su salud, y el 6% de los mismos indicó que conoce la procedencia del producto en este lugar de abasto.

4.4. Percepción del precio de alimentos

Al respecto de la apreciación de precios de los productos que adquiere la población que no compra en las ferias agroecológicas, el Gráfico 36 muestra que de todos los lugares de compra el 54% de los encuestados consideran que los precios en el mercado municipal son los más razonables, seguido del 16% de encuestados que indican que los precios son razonables en las tiendas de víveres. Luego se encuentra el 14% de los encuestados que indicaron que los precios son razonables en los supermercados, y finalmente el 5% que considera que los precios son razonables en las bodegas.



Fuente y elaboración propia (2018)

Por otra parte, la perspectiva del productor agroecológico es que la gente piensa que en los demás lugares de abasto los productos son más baratos cuando en realidad no

lo son porque tienen un alto costo para la salud y el ambiente. Juan Castro productor agroecológico lo explica así:

Si la población de Tabacundo colaborara, sí se vendiera más. Pero no nos colaboran, se van a comprar las verduras en el AKI de Cayambe. Una señora de aquí de la comuna dice: voy a comprar en el AKI porque es bien barato. Y un día me fui a ver si era cierto. La col como la que nosotros vendemos vaya a ver si es barato. Es que ahí le sacan primero del arriendo, de los empleados, de la luz, del agua, de todo, y le va sumando al precio. Igual es el TIA, no ve ahí esa propaganda que ponen y cuánto ganan.²⁰

Se concluye que la mayor parte de la población de la parroquia prefiere realizar las compras de sus productos alimenticios en el mercado municipal, seguido de tiendas de víveres y supermercados, pues consideran que allí los precios son razonables en comparación con otros lugares de abasto.

4.5. Promedio de gasto, lugar y frecuencia de compra de alimentos

Como se ha determinado en párrafos anteriores, el lugar de preferencia de compra de los encuestados que no compran de las ferias agroecológicas, es el mercado municipal, seguido de las tiendas de víveres, y supermercados. De acuerdo a datos de la encuesta, el Gráfico 37 muestra en promedio el gasto²¹ mensual que realizan los consumidores potenciales en los diferentes lugares de abasto en donde actualmente adquieren sus productos alimenticios. En este sentido, se observa que las personas que prefieren realizar sus compras en el mercado convencional gastan en promedio \$197.70, en las bodegas se desembolsa en promedio \$68.90, en los supermercados \$155.41 y en las tiendas de víveres \$148.61.

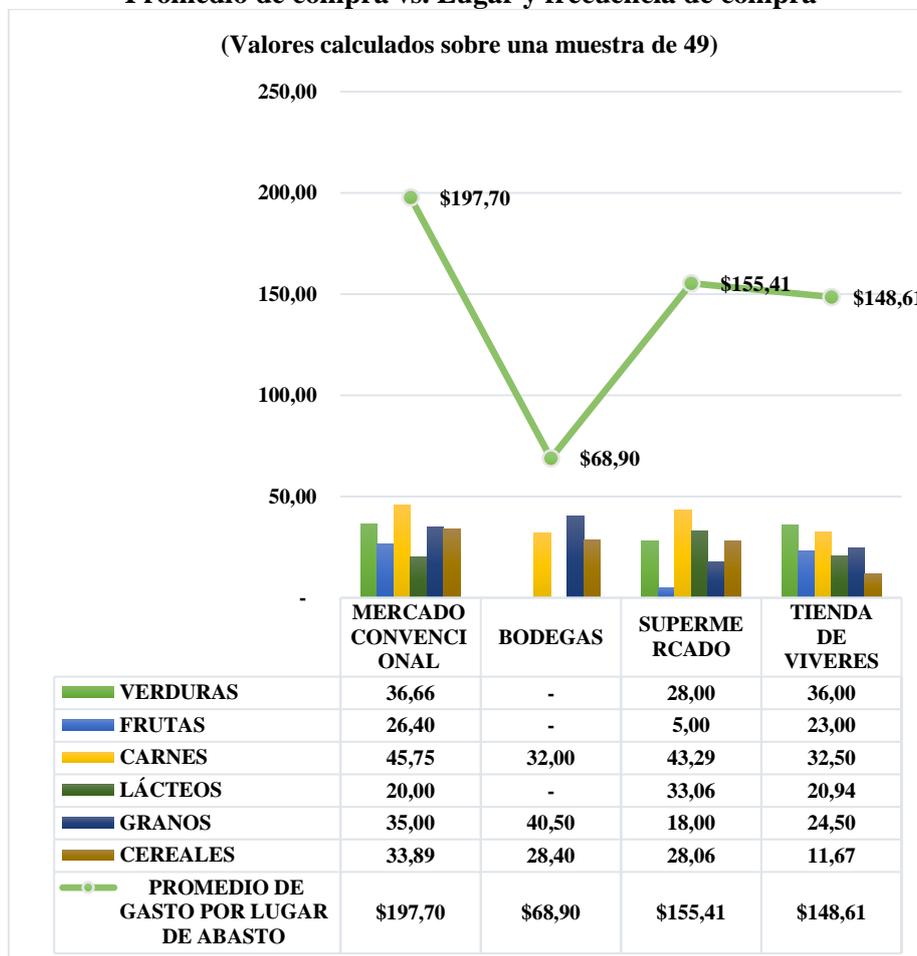
Las compras de alimentos se realizan en los lugares de abasto más cercanos a los domicilios de los encuestados, ya que por cuestiones de tiempo debido a los horarios y carga laboral en las florícolas, compran artículos de primera necesidad, sin importar lo que están consumiendo o qué otras opciones de compra tienen. Tal como lo indicó Sandra Espinoza, una consumidora de las ferias agroecológicas: “el ser humano ahora ya no vale nada, ahora lo que vale solamente es el dinero, el dinero. El ser humano no importa si

²⁰ Juan Castro, productor agroecológico. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

²¹ Se determinó estos valores como una información promedio del total de encuestados.

vive 20 años o si es que avanza a 50 no importa. El asunto es comprar ahora y con plata. Que tristeza”.²²

Gráfico 37
Promedio de compra vs. Lugar y frecuencia de compra



Fuente y elaboración propia (2018)

4.6. Disposición a pagar más por producto agroecológico

Ante la pregunta ¿Si un producto alimenticio que usted adquiere cuesta \$1.00, estaría dispuesto a pagar más por dicho producto sabiendo que proviene de una producción libre de agroquímicos, que aporta del desarrollo de su cantón y que provee beneficios para su salud?, la respuesta del 93% de los encuestados fue que sí estaría dispuesto a pagar un poco más, mientras que el 7% de ellos contestó que no estaría

²² Sandra Espinoza, consumidora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

dispuesto porque la economía familiar no les permitiría pagar más. Esto es comprensible dadas las condiciones económicas de la parroquia y en general del cantón que de acuerdo al INEC muestra un alto índice de pobreza por NBI.

A continuación se les preguntó a las personas que indicaron sí estar dispuestas a pagar un poco más por un producto agroecológico ¿Hasta cuánto más estaría dispuesto a pagar?, y las respuestas fueron que el 48% de los encuestados podría pagar hasta \$ 0.50 centavos más, seguido del 23% que indicó que estaría dispuesto a pagar hasta \$ 0.25 centavos más, y el 29% restante dio respuestas variadas.

5. Aporte de las ferias agroecológicas al Desarrollo del cantón

Como se describió en el apartado 4 del capítulo segundo, Tabacundo es una zona que en tiempos de antaño se dedicaba a la agricultura ancestral y ganadería, sin embargo con la entrada en marcha de la industria florícola en este sector se han generado cambios en las dinámicas socio territoriales, cambios que ha sido asumidos como parte de la denominada nueva ruralidad, mismos que se evidencian en:

Un rápido reemplazo de la agricultura ancestral, las haciendas tradicionales y las formas culturales indígenas y comunitarias, por la agresiva penetración de las agro-industrias, con sus sistemas de revolución verde y paquetes tecnológicos; la entrada en los campos de América Latina de la lógica de competencia productivista y el veloz crecimiento de los monocultivos de exportación, que desplazan las construcciones agrícolas comunitarias y la sabiduría de los conocimientos ancestrales de protección de la naturaleza. (Breilh 2005, 70)

Con este antecedente y tomando en consideración que en el capítulo conceptual se señaló que las estrategias de desarrollo deben traspasar aspectos sociales, económicos y ambientales, en este apartado de la investigación se aborda un análisis sobre los aportes que realizan las ferias agroecológicas al desarrollo de Tabacundo y el cantón Pedro Moncayo en los aspectos antes mencionados. Al preguntarles a los consumidores y productores de las ferias de producción agroecológica ¿Cómo usted cree que las ferias agroecológicas aportan en el desarrollo del cantón Pedro Moncayo?, se obtuvieron respuestas muy similares que apuntaron directamente a salud, ambiente y economía. Además, relacionado a los aportes de agricultura familiar campesina, Roberto Gortaire, menciona que:

En contraposición al sistema agroindustrial, la agricultura familiar campesina de orientación agroecológica es más equilibrada y sostenible, garantiza la fertilidad de la tierra y la democratización de los recursos, aumenta el empleo rural y es capaz de producir más y mejores alimentos con tecnologías apropiadas. Dentro de este sistema, la protagonista del proceso productivo, por encima de la tecnocracia empresarial modernizante, es la familia agricultora. (Gortaire 2011, 14)

En este marco, a continuación se desarrolla un análisis general de los aportes que están realizando las ferias de producción agroecológica dentro de la zona de investigación.

5.1. Aporte en aspectos sociales

Ante los efectos provocados por la economía de mercado instalada en el cantón por la entrada de la industria florícola, los campesinos han preferido ir a trabajar a las plantaciones a cambio de un salario básico, se han convertido en campesinos asalariados; lo que ha provocado una dependencia hacia el mercado, e incluso ha cambiado la cultura de las nuevas generaciones en relación a sus hábitos de consumo, pues los alimentos que antes se obtenían de sus propios cultivos, ahora los obtienen de las cadenas de supermercados u otros lugares de abasto. Estudios relacionados a la producción florícola en la zona han recopilado algunos testimonios de hombres y mujeres productores agroecológicos que antes trabajaron como asalariados de las florícolas, y entre ellos se destaca:

Muchas de nuestras mujeres, principalmente jóvenes, trabajan en las floricultoras. Ganan el salario básico (US \$ 220) y trabajan de siete de la mañana a cuatro de la tarde; y a veces sábados y domingos. Para llegar a los trabajos, las mujeres tienen que salir una o dos horas antes de sus hogares, así que la jornada se extiende en realidad de cinco de la mañana a seis de la tarde. En las épocas de fiesta (San Valentín, Día de la Madre) las mujeres trabajan hasta diez horas. Por estar vinculadas a estos trabajos nuestras mujeres abandonan la tierra, no cultivan, ni crían animales. Encargan el cuidado de los hijos. Esperan la quincena y compran en el mercado. Comen arroz, fideos, atún. Compran comida chatarra para los hijos. (Bustos y Bustos 2010, 199)

Ante esta perspectiva social, las ferias agroecológicas se han convertido en un contrapeso a las desigualdades generadas por la economía de mercado presente en la zona de investigación. Estos espacios se han conformado por medio de la acción colectiva, inspirados en los principios de economía solidaria como: la búsqueda del buen vivir y del bien común, la prelación del trabajo sobre el capital y los intereses colectivos sobre los individuales, el comercio justo y consumo ético y responsable, la equidad de género, el

respeto a la identidad cultural, la responsabilidad social y ambiental, la solidaridad y rendición de cuentas (Ochoa Parra 2012, 21). Estos nuevos espacios de comercialización han permitido la integración de actores antes excluidos por la economía de mercado en una nueva perspectiva de reconstrucción del tejido social del espacio rural y económico deteriorado de la parroquia y del cantón en general. Así lo menciona María Cascuota, una productora agroecológica:

Antes éramos trabajadores de las plantaciones, nos explotaban, no comíamos bien y nuestros hijos andaban botaditos. Salíamos desde temprano y ya regresábamos de noche a la casa recién a hacer, aunque sea una sopa de fideos. Yo solo me enfermaba de la garganta de lo fuerte de los químicos que había en la plantación, y luego me afectó los huesos estar cerca de los cuartos fríos embonchando. Pero ahora es diferente, paso en la casa con mis hijitos, les doy la comidita caliente y con vegetales que yo mismo cultivo. Y tengo también para salir acá a la venta en la feria y me gano un dinerito.²³

Además, estas ferias agroecológicas han generado reconocimiento y revalorización del trabajo que realiza la gente en el campo, los productos agroecológicos ahora tienen identidad cultural. La cohesión social y la acción colectiva que existe dentro de las ferias agroecológicas ha cubierto en los productores la necesidad de afiliación, pues tienen participación activa dentro sus grupos, lo que permite que se empoderen en su territorio, y por ende disminuyen las estadísticas de migración del campo a la ciudad, y a su vez del abandono de tierras productivas a cambio de un salario en las florícolas.

El aporte más destacado en el ámbito social que realizar las ferias agroecológicas es en el área de salud de los pobladores que consumen de los productos libres de agrotóxicos ofertados en estas ferias. Así lo menciona Cecilia Puga una consumidora y Juan Castro quien es productor agroecológico:

[Las ferias agroecológicas] aportan en beneficios de salud y de economía, porque salud es economía, porque imagínese si yo cuido mi salud no voy a dejar plata donde el doctor y ni donde la farmacia. Pero el problema es que aquí [en Tabacundo] la gente no reconoce esto. Lo principal de las autoridades debería ser enfocarse en la salud es decir en la alimentación. Porque clarito dice no: que tu alimentación sea tu medicina, y tu medicina sea la alimentación. Ósea ese principio deberían tener tan clarito, pero no les importa nada.²⁴

²³ María Cascuota, productora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

²⁴ Cecilia Puga, consumidora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

“Hay aporte en la salud del cantón si es que la gente entiende. Ahora como la gente le da lo mismo que lo que hay en la feria también hay en el mercado. Pero no se dan cuenta de los beneficios de nuestro producto”.²⁵

Las ferias aportan al desarrollo del sector con alimentos sanos, y a la vez contribuyen al abastecimiento local. Los consumidores indicaron que el mayor aporte que realizan estas ferias es a la salud de las personas que consumen los productos agroecológicos, lo que representa menos gastos en salud, pues estos productos son libres de agrotóxicos y así se aporta incluso al ambiente; pero aún persiste la cuestión de fomentar y concientizar a la población sobre temas de nutrición y alimentación saludable.

No hay que olvidar la importante presencia de la mujer dentro de estos espacios de producción, comercialización y consumo; pues es la mujer quien se ha convertido en una pieza clave dentro del desarrollo, tal como lo menciona Cecilia Ponce, en una entrevista personal realizada en donde indicó que: “la participación femenina dentro de estos espacios de comercialización les ha permitido ser dueñas de su propio desarrollo, el tener su propio dinero les ha ayudado a liberarse de la dependencia económica y emocional de sus maridos, al tiempo que aportan a la economía del hogar”.²⁶

5.2. Aporte en aspectos económicos

En cuanto a los aportes en el ámbito económico, de los consumidores se obtuvieron respuestas relacionadas al aporte de la economía de la localidad, ya que “al comprar directamente a los productores del sector se asegura que el dinero se quede en la parroquia”.²⁷ Como resultado de la venta directa sin intermediación, el dinero se queda en las familias productoras de la localidad, y además se genera una relación más directa entre productor y consumidor que va más allá de solo lazos de relación comercial, sino que implica respeto y solidaridad. Además, los consumidores reportaron: “nos ha ayudado a economizar en las compras de alimentos de nuestra casa. Porque hay que reconocer que aquí los productos son más baratos en comparación con el mercado o los supermercados”.²⁸

²⁵ Cecilia Puga, consumidora agroecológica.

²⁶ Cecilia Ponce, experta en temas agroecológicos. Entrevista sobre ferias agroecológicas. Quito 24 de septiembre de 2018.

²⁷ Sandra Espinoza, consumidora agroecológica. Entrevista sobre percepción de consumo, aporte de los productos agroecológicos, y aporte del Gobierno Municipal a las Ferias. Tabacundo 23 de noviembre de 2018.

²⁸ Ibid.

Del lado del productor de acuerdo a la investigación de Bustos y Bustos (2010, 210) realizada sobre producción agroecológica en Pedro Moncayo, se evidencia que la producción agroecológica es una fuente generadora de autoempleo e indica que “el ingreso mensual generado por la unidad familiar se estima en US \$ 821,60; resultado de ahorro por autoconsumo (USD \$83,52) y venta de los productos (US \$ 738,08)”. Mientras que de manera general las florícolas pagan el salario básico a sus empleados más horas extras, en promedio USD. 600 a USD. 700 en el caso que trabaje el hombre y la mujer, pero a costa del abandono de la familia y la pérdida de la salud. En suma, desde una perspectiva de economía familiar resulta mucho más ventajoso trabajar como productor agroecológico, que trabajar para una plantación florícola en relación de dependencia. Pues se genera autoempleo, no se descuida a la familia, ni la alimentación y los ingresos que representa este tipo de producción son similares a los de recibir un salario en las plantaciones florícolas.

5.3. Aporte en aspectos ambientales

Para entender los aportes en el aspecto ambiental que realizan las ferias agroecológicas por medio de su producción en el sector de investigación, se debe tener presente cuáles son los principios de la agroecología, y de acuerdo al Messe (2013, 98), estos son:

- Incrementar el reciclaje de biomasa y el balance en el flujo de nutrientes
- Asegurar calidad de suelo: alto contenido de materia orgánica y biológica del suelo
- Minimizar la pérdida de recursos (nutrimentos, agua, recursos genéticos, biodiversidad)
- Diversificación genética y de especies a nivel de finca y a nivel del paisaje
- Incrementar las interacciones biológicas y sinergismos
- Establecer una agricultura de procesos

Así la producción agroecológica en el sector está recuperando las tierras que estuvieron abandonadas o en proceso de erosión debido a la aplicación de productos antes proporcionados por los paquetes tecnológicos de la revolución verde, y también de pequeñas plantaciones de flores producto del emprendimiento de pequeños productores. Ha existido un proceso de transición de cultivos sin el uso de agrotóxicos, y ahora “las fincas agroecológicas son energéticamente más eficientes, llegando a producir hasta 20 veces más energía de la que consumen, convirtiéndolas en excelentes transformadoras de energía por basarse en el reciclaje de la materia orgánica (compost, humus, forraje propio,

etcétera)” (Messe 2013, 84). Al tiempo que no contaminan el suelo, el agua o el aire como lo hacen la industria florícola, o la agricultura de tipo extensiva y de monocultivo.

Finalmente, hay que destacar la importancia que tiene la agricultura familiar campesina y la agroecología para romper con el paradigma de la denominada nueva ruralidad, que ve al campo como un mundo atrasado y apartado de la modernidad, y que ha intentado que se asuma al desarrollo como un paso de lo antiguo a lo moderno, pasando de la agricultura tradicional hacia una producción de tipo agroindustrial, sin tomar en consideración las repercusiones sociales, económicas y ambientales, ya que en contraposición de la agroecología y a la agricultura familiar campesina:

El paradigma de la ruralidad neoliberal se perfila en inmensos campos de monocultivo, con grave pérdida de biomasa, destrucción de la biodiversidad, incorporación de cultivos genéticamente modificados, aplicación intensiva de agrotóxicos y la sobreexplotación de ejércitos de asalariados –o mejor sub-asalariados-, que laboran directamente o por medio del trabajo asociativo para las grandes empresas. En esas circunstancias, los ex campesinos o pequeños propietarios, pierden su identidad y valores agroecológicos al entrar en la lógica de una agricultura despojada del sentido de alimentar, producir vida y cultura, y remplazada por una agricultura reducida a la lógica del lucro inmediatista. La comprensión de ese círculo de la muerte se completa, cuando pensamos que esas masas proletariadas, laboran en escenarios productivos sometidas a una lógica productiva extensa, aplicando tecnologías y productos peligrosos, en ausencia de medidas reales de protección de la salud humana, y en irrespeto absoluto a los derechos de la naturaleza. Un paradigma de acumulación acelerada, que se apoya en un modelo energético inviable, y se recrea y realiza en modos de vivir malsanos y no sustentables. (Breilh 2010, 19)

Conclusiones y recomendaciones

Conclusiones

En el capítulo primero de esta investigación, referente al marco conceptual se observó que la economía de mercado ha obligado a que el consumo de productos sea constante y desmedido. Y en medio de esta lógica, es evidente pensar que para poder alcanzar la sostenibilidad del medio ambiente es esencial que los recursos naturales de uso compartido se utilicen de forma consciente, para que de esta manera se pueda proteger a los ecosistemas complejos de los cuales depende nuestra subsistencia. Pero el sistema actual y su modelo extractivista no generan aportes para que esta sostenibilidad se haga realidad, y hoy por hoy la degradación se está dando a un ritmo acelerado, los suelos se están destruyendo, el agua y aire se están contaminando y el cambio climático está provocando estragos a nivel global.

Los retos a los que cada vez se enfrentan la agricultura y la alimentación a nivel mundial están relacionados con satisfacer la demanda de alimentos en el mundo sin sacrificar la conservación ambiental. Ante esto, se hace necesario un cambio de paradigma en la sociedad en cuanto a temas de: producción, acumulación, consumo y mercado. Pues mientras se siga consumiendo sin conciencia de lo que se adquiere y de dónde proviene lo que consumimos, la agroindustria va a seguir teniendo poder y las políticas públicas no van a logra aterrizar en todo su discurso.

En el marco de la Constitución del Ecuador de 2008 se planteó la voluntad política de apoyar al sector agrícola a pequeña escala, y fomentar la soberanía alimentaria de los pueblos como una forma de respetar lo saberes ancestrales, promoviendo un adecuado acceso local de productos alimenticios, y el acceso a los medios de producción. Sin embargo, como se revisó en el apartado 3.2 del primer capítulo de esta investigación, las políticas, leyes y reglamentos enfocadas en los Planes de Desarrollo no se terminaron de alinear del todo a esta voluntad política establecida en la Constitución, y han dejado abierta una brecha entre producir sanamente abasteciendo los mercados locales, o alinearse a los intereses corporativo. Se ha demostrado en este capítulo que el apoyo mayoritario está direccionado para la producción de tipo agroindustrial y semillas importadas, lo que hace evidente “la radical orientación de la economía y las políticas

sociales para beneficio de los grandes monopolios, junto a la desregulación o desmantelamiento jurídico de los derechos sociales laborales” (Breilh y Centro de Estudios y Asesoría en Salud-CEAS 2005, 70).

Al leer entre las líneas de los documentos públicos relacionados a agricultura y soberanía alimentaria, se puede percibir como en algunos de ellos se contradicen, y el apoyo mayoritario de la política pública se enfoca en la industrialización y agroexportación, más que al fomento de los modelos alternativos de producción y comercialización locales, que propenden al cuidado de la soberanía alimentaria, a pesar de ser un hecho estipulado en la Constitución. Aún existe incoherencia entre la aplicación y el discurso del concepto de soberanía alimentaria, esto debido al patrón de acumulación primario exportador que sostiene la economía del país.

En el capítulo segundo de esta investigación, se explicó que el cantón Pedro Moncayo y su cabecera cantonal son eminentemente productores de flores de exportación y representa la principal actividad económica de la zona. Pero, sobre la producción de la industria florícola en zonas rurales, Martínez (2006, 6) señala que son como “islotos de modernidad capitalista en un mar de pobreza campesina”. Pues a pesar de que la producción de la Capital Mundial de la Rosa (Pedro Moncayo) le representa al país el 25% de toda la producción de flores a nivel nacional ²⁹, se ha demostrado en el apartado cuatro correspondiente a la descripción del área de estudio, que de manera general, Pedro Moncayo y su cabecera cantonal Tabacundo es un sector con alto índice de pobreza por NBI, en donde los niveles de escolaridad son bajos en comparación con la provincia y el país, y en donde los impactos ambientales y en la salud de la población no se han quedado atrás. En un estudio realizado por Breilh (2007, 97-102) se determinó la existencia de altos índices de contaminantes químicos en los afluentes de agua del Granobles (Cayambe-Tabacundo), así como también en los suelos, y evidentemente se han visto reflejados en pruebas de laboratorio realizadas a trabajadores florícolas, que han determinado fuertes afectaciones a la salud de la población.

Sin embargo, en medio de la rentable, pero desastrosa actividad florícola también se ha mantenido la actividad agrícola proveniente de la economía familiar campesina cuyos cultivos son mayoritariamente de ciclo corto con productos como: maíz, trigo, cebada, etc. aunque con aplicación de técnicas de monocultivo, es decir semillas

²⁹ Instituto Espacial Ecuatoriano. 2013. «Memoria Técnica cantón Pedro Moncayo Proyecto: Generación de Geo información para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1:25000. Socioeconómico y Cultural». Instituto Espacial Ecuatoriano, Página 46.

mejoradas, fertilizantes químicos y plaguicidas. No obstante, en medio de este complicado escenario ambiental y social, también se ha desarrollado en el cantón desde la misma economía familiar campesina una actividad agrícola alternativa que involucra principios agroecológicos y pretende rescatar la soberanía alimentaria y con ello mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Al tiempo que genera ingresos que permite el crecimiento del dinero circulante y la economía local por medio de la comercialización de productos agrícolas en las denominadas ferias agroecológicas. Además se presentó la metodología de investigación para el presente estudio.

En el capítulo tercero, por medio del análisis e interpretación de información, se buscó dar respuesta al objetivo principal de esta investigación que fue: identificar la relación de conocimiento y consumo de alimentos de los pobladores de la parroquia frente a los productos ofertados en las ferias agroecológicas del cantón Pedro Moncayo. Es por ello que a continuación se detallan los hallazgos encontrados de acuerdo a cada uno de los objetivos específicos planteados.

El primer objetivo específico fue el describir el conocimiento de los pobladores de la parroquia Tabacundo acerca de los productos ofertados en las ferias de producción agroecológica, en este sentido se evidenció que:

1. El 59% de la población de Tabacundo no tiene conocimiento sobre productos agroecológicos, mientras que el 41% restante, sí conoce lo que son estos productos. Los segmentos ubicados para esta investigación, que más conocimiento tienen sobre productos agroecológicos son: el segmento urbano 2, urbano 6 y rural 4 pues son segmentos en los que se encuentran funcionando ferias agroecológicas; no así en el segmento urbano 4, en donde no funciona ninguna feria y se encuentra lejano del centro poblado de la parroquia. Los lugares en donde existe mayor conocimiento son en las zonas de influencia de las ferias, mientras que en donde se tiene menor conocimiento es en donde no están funcionando las ferias agroecológicas.
2. Un 8% de la población que inicialmente indicó no conocer lo que son productos agroecológicos, luego de explicarles el concepto lo relacionó como de producción orgánica, e indicó que sí conoce y sí consume productos agroecológicos. Lo que demuestra que de manera general, la mayor parte de la población de Tabacundo sí identifica a las ferias agroecológicas como de producción agroecológica, y no simplemente orgánica. En este sentido, se concluye que el 49% de la población sí consume productos agroecológicos

frente al 51% que no consume de los productos ofertados en las ferias. En general es un buen indicador, pero también muestra que aún existe desconocimiento en la población específicamente de las zonas alejadas de los lugares en donde funcionan estos espacios alternativos de comercialización.

3. La población que más consume en las ferias agroecológicas, es un grupo adulto, ya que el 48% de consumidores de las ferias agroecológicas se encuentra entre 35 y 69 años de edad, seguido de la edad entre 28 y 34 años con un 31% de la muestra, y finalmente el rango más bajo de consumo es entre los 21 y 27 años con 21% de los encuestados. Los consumidores entre 35 y 69 años de edad son parte de una población madura al respecto de sus decisiones de compra y hábitos de consumo, y se preocupan más por la salud y su futuro.
4. El 57% de los consumidores efectivos tiene un nivel de instrucción secundario, seguido de los consumidores con educación primaria con un 27%, y finalmente los consumidores con instrucción superior en un 16% de los encuestados. Esto demuestra que mientras más alto el nivel instrucción formal, también es más alto el grado de consumo de productos agroecológicos. El tipo de inserción social y el grado de escolaridad, que viene dado por las condiciones socio económicas del cantón, ubica un determinado perfil de los mayores consumidores de productos agroecológicos. Hablamos de una población que posee mayoritariamente educación secundaria.
5. El 59% de las personas cuyas familias tienen ingresos entre \$ 387 y \$ 772 son las personas que más consumen en las ferias agroecológicas, seguido de un 18% de consumidores cuyos ingresos familiares están entre \$ 772 y \$ 1158, luego el 14% de encuestados con ingresos de hasta \$386. Este patrón está dado porque en el cantón Pedro Moncayo, los ingresos son bajos, y la pobreza por Necesidades Básicas Insatisfechas es del 69.12%.
6. Una vez analizados los datos del 42% de los encuestados que se dedican a actividades agrícolas y afines, se determinó que el 90.47% de ellos trabajan en la industria florícola y apenas el 9.52% no lo hace. De este 90.47% de la muestra que trabaja en plantaciones florícolas el 63.15% no conoce y no consume productos agroecológicos, y apenas un 36.84% si conoce y si consume. Por otra parte, del 9.52% de la muestra que se dedica a actividades agrícolas diferentes a la floricultura, el 50% desconoce y el 50% conoce lo que son productos agroecológicos y los consume. Por lo que se concluye que existe

un fuerte grado de desconocimiento sobre productos agroecológicos en la población que trabaja en la industria florícola.

7. Del 36.84% de la muestra que trabaja en florícolas, que conoce y consume de las ferias agroecológicas, el 50% de ellos prefiere comprar en la feria UCCOPEM, 22% en la feria del Buen Vivir, el 21% en La Esperanza, y 7% restante en la feria San Luis de Ichisí.

El segundo objetivo específico de esta investigación fue identificar preferencias de consumo en ferias agroecológicas, y en este sentido los resultados encontrados para los consumidores efectivos fueron los siguientes:

1. Se identificó que el 53% de los consumidores de productos agroecológicos prefieren realizar sus compras en la feria agroecológica UCCOPEM, seguido de la feria agroecológica del Buen Vivir con 24%, el 23% restante prefiere realizar sus compras en la feria de la Esperanza y San Luis de Ichisí ya que son ferias que se encuentran fuera de la zona urbana de Tabacundo.
2. Hay varias razones por las cuales los consumidores se han sentido motivados a adquirir sus alimentos de las ferias agroecológicas, pero la principal motivación de compra es la salud con 16%, porque consideran que son productos libres de pesticidas en un 16%, y además de que sus precios son razonables comparados con los ofertados en otros lugares de abasto como el mercado municipal con 15%. El 53% restante se divide en motivaciones de tipo social y ambiental, limpieza y orden del lugar, cercanía al domicilio, etc.
3. El 57% de los consumidores efectivos indicó que basa la mitad de su alimentación en productos agroecológicos, ya que en estos espacios de comercialización no se encuentra ciertos productos como frutas o carnes que acuden a comprar en otros lugares de abasto. Así, se concluye que la dieta de la mayor parte de la población que sí compra de las ferias se basa en la mitad de productos agroecológicos y la otra mitad de productos convencionales. Solo el 14 % de los encuestados indicaron que su alimentación está basada en más del cincuenta por ciento en productos agroecológicos, y el 29% indicó que su alimentación está basada en menos del cincuenta por ciento en productos agroecológicos.
4. Los consumidores efectivos de las ferias agroecológicas consideran en un 59% que los precios ofertados en las mismas son precios medios, le sigue el 37% de los encuestados que consideran que los precios son bajos, y finalmente un

4% de encuestados que considera que los precios de los productos ofertados en las ferias son altos.

5. El gasto promedio realizado por los consumidores efectivos en la feria del Buen Vivir es de \$ 187.55, en la feria la Esperanza se desembolsa en promedio un total de \$ 133.22, en la feria San Luis de Ichisí, los consumidores desembolsan en promedio un total de \$148.00 en la adquisición de sus productos agroecológicos. Finalmente en la feria Uccopem se desembolsa aproximadamente \$ 144.17.
6. El 35% de consumidores de las ferias agroecológicas ha sido influenciado a comprar por referencia de un tercero. Seguido del 33% influenciado a la compra porque cuentan con conocimiento sobre los beneficios de este tipo de productos. Y finalmente las personas que refieren curiosidad por este tipo de alimentos con un 20% de la muestra, pero apenas el 12% indicó haber sido influenciado por algún medio de comunicación.
7. Se concluye que la mayor parte de consumidores son relativamente nuevos, ya que el 59% de consumidores ha acudido a las ferias agroecológicas desde hace pocos meses hasta 2 años, y el 41% restante ha acudido a las ferias desde 3 a 5 años atrás.
8. Los principales beneficios del consumo de productos agroecológicos que reportan los consumidores son beneficios a la salud con 24% y por razones ambientales con otro 24%. El 52% restante se distribuye entre: mejora de calidad de vida de los productores con 17%, beneficios económicos con 17%, cuidado de la soberanía alimentaria con 13%, y sociales y culturales en un 5%.

Además, los resultados encontrados para los consumidores potenciales fueron los siguientes:

1. El 84% de los encuestados que no consume de las ferias agroecológicas indicó que sí estaría dispuesto a consumir este tipo de productos en el futuro, y apenas el 16% indicó que no estaría dispuesto a consumir este tipo de productos en el futuro.
2. La zona urbana es la más interesada en consumir productos agroecológicos en el futuro, específicamente los segmentos urbanos 4 con 29% y urbano 6 con 22%. Y en la zona rural, los segmentos más interesados en consumir en el futuro son el segmento rural 1 con 8%, y segmento rural 2 con 8% también.

3. Del total de consumidores potenciales (84%), el 51% de ellos se dedica a otras actividades diferentes a la florícola, mientras que el 49% restante se dedica a actividades florícolas. De este 49% de encuestados, el 67% no conoce de la existencia de las ferias de producción agroecológica, y apenas el 33% de esta muestra reportó que si tiene conocimiento de la existencia de estos espacios, pero indicaron que no consumían de ellas por: falta de tiempo, porque no les queda cerca de los domicilios, o porque no le han puesto intereses en acudir ya que no han tenido mayor información sobre los productos que se ofertan en estos lugares.
4. Del total de encuestados que indicó conocer la existencia de ferias agroecológicas en el cantón, el 45% de ellos indicó conocer la feria de la Uccopem, seguido de la feria del Buen Vivir con 40% y finalmente la feria de la Esperanza con 15%. Esto demuestra que aun en la mente de las personas que no han consumido de las ferias del cantón, la feria Uccopem es la que más se ha posicionado en Tabacundo.
5. Del total de consumidores potenciales, el 50% de ellos compra sus productos alimenticios (verduras, frutas, carnes, lácteos, granos y cereales), con mayor preferencia en el mercado municipal, seguido de 16% que prefiere comprar sus alimentos en tiendas de víveres, el 13% en supermercados, el 10% cuenta con producción propia, el 6% no compra ciertos productos alimenticios porque no los consume, y el 5% prefiere comprar en bodegas.
6. El 54% de los encuestados consideran que los precios en el mercado municipal son los más razonables, seguido del 16% de encuestados que indican que los precios son razonables en las tiendas de víveres. Luego se encuentra el 14% de los encuestados que indicaron que los precios son razonables en los supermercados, y finalmente el 5% que considera que los precios son razonables en las bodegas.
7. Las personas que prefieren realizar sus compras en el mercado convencional gastan en promedio \$197.70, en las bodegas se desembolsa en promedio \$68.90, en los supermercados \$155.41 y en las tiendas de víveres \$148.61. Las compras de alimentos se realizan en los lugares de abasto más cercanos a los domicilios de los encuestados, ya que por cuestiones de tiempo debido a los horarios y carga laboral en las florícolas, compran artículos de primera

necesidad, sin importar lo que están consumiendo o qué otras opciones de compra tienen.

8. El 93% de los consumidores potenciales sí estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto agroecológico, mientras que el 7% restante contestó que no estaría dispuesto a pagar un poco más, porque la economía familiar no les permitiría pagar.

Por otra parte, una vez procesada la información levantada por la encuesta y en un acercamiento a los posibles perfiles de consumidores potenciales y efectivos se destaca que dadas las circunstancias económicas, de pobreza y de escolaridad baja en el cantón, los consumidores efectivos y potenciales podrían ser identificados como aquellos cuyos ingresos están entre dos y tres salarios básicos y cuyo nivel de instrucción formal es secundaria.

En cuanto al tercer objetivo de esta investigación que fue identificar los principales aportes de las ferias agroecológicas en el desarrollo de la parroquia. Entre los principales aportes se ha identificado que aportan en temas de: salud, economía, ambiente y género que fueron analizados y detallados en el apartado cinco del capítulo tercero.

Finalmente, cabe mencionar que en lo conceptual esta investigación ha sintetizado la perspectiva del desarrollo versus el crecimiento económico anclado a la revolución verde y al deterioro de los medios y formas de vida en el campo. Además, este documento muestra claramente las diferencias existentes entre seguridad y soberanía alimentaria, y relaciona a la soberanía alimentaria con la agroecología, consumo responsable y comercio justo.

En cuanto a lo metodológico este estudio ha permitido obtener varias inferencias respecto al comportamiento del mercado de la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo, constituyéndose así en una fuente de información actualizada y de pulso a la realidad que se vive en la parroquia con lo relacionado a las preferencias de consumo de alimentos por parte de la población.

Desde la perspectiva del interés del Gobierno Parroquial y Gobierno Cantonal esta investigación podría constituirse en una fuente de información y línea base que contribuya en la discusión y el diseño de estrategias y/o normativas locales sobre consumo responsable y promoción de alimentos sanos para la población.

Recomendaciones

Una vez sintetizada la información referente al conocimiento y consumo de los pobladores de Tabacundo, sobre los productos ofertados en las ferias de producción agroecológica, se determinó que si bien el 49% de la población consume de las ferias; aún hace falta concientizar más a la población sobre la importancia de comprar en las ferias agroecológicas y de su incidencia como consumidor en el desarrollo de la parroquia y del cantón. Al respecto Gortaire (2011, 14) señala que:

Lo que requerimos con urgencia es transformar los hábitos y patrones de consumo para hacerlos más favorables hacia la soberanía alimentaria, esto es, consumir la agrobiodiversidad local, lo cual implica fuertes inversiones y campañas de comunicación y, al mismo tiempo, el fortalecimiento de las economías campesinas y su agrobiodiversidad para que estén disponibles más fácilmente para los consumidores. Esta transformación en los hábitos y patrones de consumo es el desafío que deben asumir los consumidores.

En Tabacundo es muy común el uso de perifoneo como un medio de comunicación y difusión de información para los habitantes, ya que al ser un pueblo pequeño no cuentan con otro medio de comunicación como radio o televisión local, sin embargo un dato curioso de la investigación fue que apenas el 12.2% de los consumidores efectivos fueron influenciados a realizar sus compras de productos agroecológicos por esta vía de comunicación. Esto demuestra que los pobladores han acudido a las ferias agroecológicas más que nada por un marketing boca a boca de los propios consumidores que han experimentado los beneficios de consumir sano, es decir por recomendaciones. En este sentido, y a fin de generar un proceso de concienciación y consumo responsable en la población a escala local, el GAD municipal debería promover una estrategia de fomento al consumo responsable de productos agroecológicos, por medio de un plan de acción y/o una normativa local puntualizada que esté relacionada a estrategias comunicacionales y de mercadeo social.

Actualmente en la zona de investigación, se encuentra en vigencia la Ordenanza para el Fomento, Administración, Control y Regulación de Ferias Agroecológicas, de Productores, Comunitarias y Bioplazas de fecha 18 de julio de 2017, con la cual se pretende regular el funcionamiento de las ferias y fomentar la participación del GAD municipal dentro del desarrollo de las mismas. Entre algunas de las acciones del GAD municipal, el Capítulo III sobre Fomento, art. 6 apartado k menciona que deberá:

“gestionar la comunicación a través de diferentes medios para la sensibilización de los consumidores urbanos y rurales”(GAD Municipal de Pedro Moncayo 2017, 8). Y en el Capítulo V referente a Derechos y Responsabilidad, el Art. 18 menciona que la responsabilidad del GAD Municipal es:

- Apoyar en la adecuación, ampliación y mantenimiento de la infraestructura
- Apoyar la provisión de la capacitación, promoción y publicidad que permita un mejor funcionamiento de las ferias agroecológicas, de productores, comunitarias y Bioplazas
- Informar a las partes involucradas y ciudadanía en general, respecto de la situación del fomento, administración, control y regulación de las Ferias Agroecológicas, Ferias de productores, Ferias Comunitarias y Bioplazas
- Facilitar procesos de capacitación y acompañamiento a los productores/as para la transición hacia la producción agroecológica
- Intercambio de la sabiduría ancestral con la enseñanza académica (GAD Municipal de Pedro Moncayo 2017, 13)

Sin embargo, existe apenas un proyecto denominado Adaptación al Cambio Climático Fortaleciendo la Agricultura Familiar Campesina, Cadenas de Valor y Soberanía Alimentaria en el cantón Pedro Moncayo, con una asignación presupuestaria de apenas USD. 50,000.00 para promover la agroecología y fortalecer los circuitos de ferias, por medio de la implementación de una Escuela Cantonal de Agroecología, capacitación a 150 familias productoras y apoyo a la transición de cultivos. A pesar del monto reducido, esto es un gran paso para cumplir con lo establecido en la Ordenanza en vigencia, pero se deben poner en marcha más actividades en territorio, que también sean dirigidas hacia los consumidores del cantón.

Es por ello que un Plan de Mercadeo Social permitiría comunicar a la población sobre todo lo que implica el consumo responsable de alimentos y la agroecología, a fin de cambiar patrones de consumo y mejorar el bienestar de la sociedad de la parroquia Tabacundo. En principio el mercadeo o marketing inició como una disciplina netamente económica y empresarial, pero la disciplina se ha ido transformando y ha surgido la iniciativa de mercadeo o marketing social. La misma mira la necesidad de buscar conciencia social dentro de las decisiones de consumo, dando carta abierta a su aplicación en entidades gubernamentales, iglesias, organizaciones sin fines de lucro, etc.

Andreasen (1995) define al mercadeo social como “la aplicación de las tecnologías del mercadeo comercial hacia el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados a incidir en el comportamiento de una audiencia meta con el objetivo de mejorar su bienestar personal y el de la sociedad”. En definitiva la

conceptualización de marketing social se centra en generar estrategias que beneficien a toda la sociedad, y en el proceso no solo crear relaciones de intercambio, sino ir más allá y establecer otro tipo de sinergias. Pues la idea del mercadeo no es la de simplemente vender un producto con fines lucrativos, sino que busca satisfacer los deseos y necesidades de las personas, y además permite cambiar un comportamiento de la población. En este caso puntual sería cambiar un comportamiento en cuanto a hábitos de consumo de alimentos que decanta en aspectos de salud de la población y netamente de desarrollo de la parroquia Tabacundo y del cantón Pedro Moncayo. Por lo que se recomienda que el Plan de Mercadeo en Tabacundo, debe estar direccionado hacia la siguiente población objetivo:

1. Al 51% de la población que no consume productos agroecológicos, a fin de que se pueda incentivar al cambio de hábitos de consumo y alimentación en esta población. En especial a la población ubicada en los segmentos urbano 4 y rurales 1, 2, y 3 determinados para esta investigación, mismos que son los segmentos en donde se halló que existe mayor grado de desconocimiento de lo que son productos agroecológicos, pues son sectores en donde no existen ferias en funcionamiento.
2. La población cuyo sector laboral es el florícola, ya que esta investigación ha demostrado que, de la muestra de consumidores potenciales, el 49% de ellos trabaja en este sector. Y de este porcentaje el 67% no conoce de la existencia de las ferias agroecológicas en la zona, apenas el 33% de ellos tiene conocimiento, pero no ha comprado en ellas porque desconoce de los productos, no disponen del tiempo necesario, les queda lejos de sus domicilios, o no han tenido interés porque no han tenido mayor información al respecto. En este punto es importante recalcar que debido a las extenuantes jornadas de trabajo con procesos rutinarios, exposición a químicos y poco tiempo para descansar, así como salarios mínimos, han generado impactos no solo en la salud física, sino también mental de los trabajadores. En el estudio realizado en 2009 por la Universidad Andina Simón Bolívar, el CEAS y UBC sobre el impacto de las florícolas en la cuenca del Granobles (Cayambe-Tabacundo), se determinó entre otras cosas que “el sufrimiento mental en los obreros y obreras estudiado alcanzó el 38,8%, repartido entre sufrimiento moderado (24,4%) y sufrimiento severo (14,4%). El índice resulta realmente alto si se considera que una población media no debería estar por encima del 20% y 5% respectivamente” (Breilh 2007, 101).

Dada la importancia del cambio de patrones de consumo, y luego de la información proporcionada por esta investigación sobre el estado del consumo de productos agroecológicos en Tabacundo, se recomienda que dentro del Plan de Mercadeo Social se tome en consideración la generación de valor en la propuesta de comunicación a fin de persuadir a la población a cambiar sus hábitos de consumo de alimentos. Por lo que se recomienda plantear una campaña masiva que tome en cuenta diferentes líneas de acción a fin de fomentar la producción, comercialización y el consumo de productos provenientes de la producción agroecológica, implementando de una manera multidisciplinaria las 4 principales P del marketing que son: Producto, Precio, Plaza y Promoción, e integrarlos con la propuesta de las 4 S de la vida (Breilh 2013, 23) que son: sociedad sustentable, soberana, solidaria, saludable/biosegura; aspectos que han sido fuertemente relegados por los poderes del gran capital, la aceleración global y la persuasión del mercado a la acumulación. La propuesta de Breilh (2013, 24) se refiere a espacios de producción y lugares de trabajo, espacios de consumo, hogar y movilidad, espacios de soporte colectivos y espacios de relación con la naturaleza y ecosistemas.

Esto con el fin de generar una propuesta con un enfoque integral que se constituya en un aporte a la generación de estrategias locales frente a la acumulación del capital como principio rector de los sistemas laborales que destruyen la salud de las personas y de los patrones de consumo que degradan las forma de vida y la relación sociedad y ambiente (Breilh 2013, 16 - 24).

Obras citadas

- Altieri, Miguel. 2013. “La agroecología frente a la crisis alimentaria global”. *Letras Verdes* 4 (septiembre): 3–4. <https://doi.org/4.2009.836>.
- Altieri, Miguel, y Víctor M. Toledo. 2011. “La revolución agroecológica en América Latina -rescatar la naturaleza, asegurar la soberanía alimentaria y empoderar al campesino-”. Traducido por Pablo Alarcón. *The Journal of Peasant Studies* 38 (julio): 587–612.
- Andrade Ortiz, Diego, y Miguel Flores. 2008. *Consumo de Productos Orgánicos/ Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos*. Ecuador: VECO Ecuador. <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/alertas/documento/doc/63780450radBF21D.pdf>.
- Andreasen, Alan. 1995. *Marketing Social Change: Changing Behavior to Promote Health, Social Development, and the Environment*. Estados Unidos: Jossey-Bass Publishers.
- Bárcena, Alicia, y Antonio Prado, eds. 2015. *Neoestructuralismo y corrientes heterodoxas en América Latina y el Caribe a inicios del siglo XXI*. Santiago de Chile: Naciones Unidas-CEPAL.
- Bravo, Elizabeth. 2014. *En el laberinto de las semillas hortícolas Una visión desde la ecología política*. Quito: Abya-Yala.
- Bravo, Elizabeth, Rosario Naula, José Delgado, Delia Guamán, Ana Lucía Paqui, Patricia Salguero, Tania Medina, y Marcelo Narváez. 2016. *La soberanía alimentaria contada por sus actores*. Quito: Abya-Yala.
- Breilh, Jaime, ed. 2005. *Informe Alternativo sobre la Salud en América Latina*. Observatorio Mundial de la Salud.
- . 2007. “Nuevo modelo de Acumulación y Agroindustria: Las implicaciones ecológicas y epidemiológicas de la floricultura en Ecuador”. *Ciencia e Saúde Colectiva* 12: 91–104. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63012109>.
- . 2010. “Lo Agrario y las Tres ‘S’ de la Vida”. En *Tierra y Agua: Interrelaciones de un acceso inequitativo*, editado por Edgar Isch y Alex Zapata, 13–23. Quito: Sistema de Investigación sobre la Problemática Agraria en Ecuador (SIPAE).

- . 2013. “La determinación social de la salud como herramienta de transformación hacia una nueva salud pública (salud colectiva)”. *Revista Facultad Nacional de Salud Pública* 31: 13–27. <http://www.redalyc.org/pdf/120/12028727002.pdf>.
- Breilh, Jaime, y Centro de Estudios y Asesoría en Salud-CEAS, eds. 2005. “La floricultura y el dilema de la salud por una flor justa y ecológica”. En *Informe alternativo de la salud en América Latina*, 70–83. Ecuador: Global Health Watch-CEAS- 2005. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/3528/1/Breilh%2c%20J-CON-149-Informe.pdf>.
- Breilh, Jaime, y Ylonka Tillería. 2009. *Aceleración Global y Despojo en Ecuador el retroceso del derecho a la salud en la era neoliberal*. Primera. Quito: Abya-Yala.
- Bustos, Blanca, y Hortencia Bustos, eds. 2010. *Hacia la soberanía alimentaria. Agroecología y comercio asociativo desde experiencias andino-amazónicas*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar, Ediciones La Tierra y Cooperación Técnica Alemana-GTZ.
- Campana, Florencia, y Fernando Larrea. 2008. *Formas de explotación y condiciones de reproducción de las economías campesinas en el Ecuador*. Quito: Ediciones La Tierra y Fundación Heifer Ecuador.
- Castro Medina, Ana. 2018. *Economía popular y solidaria ¿realidad o utopía? Caracterización de las entidades de fomento*. Quito: Abya-Yala.
- CEPAL. 2016. *Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar Análisis de la experiencia internacional y latinoamericana*. Santiago: Naciones Unidas-CEPAL. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40688-encadenamientos-productivos-circuitos-cortos-innovaciones-esquemas-produccion>.
- Cepesiu. 2015. *Plan Estratégico para el Desarrollo Económico del cantón Pedro Moncayo*. Quito: ABILIT Producciones.
- Chérrez, Cecilia, Elizabeth Bravo, Aurora Donoso, y Jorge Corral, eds. 2007. *La Cosecha Perversa El debilitamiento de la Soberanía Alimentaria del Ecuador por las Políticas de Mercado. La Deuda Social-Ecológica de las Instituciones Financieras Internacionales*. Quito: Acción Ecológica.
- Coraggio, José Luis. 2011. *Economía Social y Solidaria, El trabajo antes que el capital*. Editado por Esperanza Martínez y Alberto Acosta. Quito: Ediciones Abya-Yala.

- [http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economia social.pdf](http://www.coraggioeconomia.org/jlc/archivos%20para%20descargar/economia%20social.pdf).
- Cortina, Adela. 2002. *Por una Ética del Consumo La Ciudadanía del Consumidor en un Mundo Global*. Madrid: Santillana.
- Cuéllar Padilla, Mamen, y Eduardo Sevilla Guzmán. 2009. “Aportando a la construcción de la Soberanía Alimentaria desde la Agroecología”. *Revista Ecología Política*, La agricultura del Siglo XXI, 38: 43–51.
- EC. 2008. *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449, 20 de octubre.
- Escribano, Gonzalo. 2010. “Teorías del Desarrollo Económico”. http://sistemaucem.edu.mx/bibliotecavirtual/oferta/licenciaturas/derecho/LDE318/teorias_del_desarrollo_economico.pdf.
- Figueroa, Juana R. 2006. “El hombre, clave fundamental en el desarrollo”. *Man, the Fundamental Key to Development*. 15 (3): 597–616. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=23861086&lang=es&site=ehost-live>.
- GAD Municipal de Pedro Moncayo. 2017. “Ordenanzas para el Fomento, Administración, Control y Regulación de Ferias Agroecológicas, de productores, comunitarias y bioplazas”. http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2017/11_065%20ORD%20FERIA%20AGROECOL%C3%93GICAS.pdf.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo. 2015. “Plan de Ordenamiento y Desarrollo Cantonal Actualización 2015 - 2025”. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pedro Moncayo. <http://www.pedromoncayo.gob.ec/documentos/ord2015/PDOT.pdf>.
- Gortaire A., Roberto. 2011. “Los consumidores: ¿Quién puede proveer alimentos sanos y justos?” En *¿Agroindustria y Soberanía Alimentaria? Hacia una Ley de Agroindustria y Empleo Agrícola*, editado por Jaime Breilh, Alex Zapatta, y Frank Brassel. Quito: Sipae. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/sipae/20170627051014/pdf_427.pdf.
- . 2016. “Agroecología en el Ecuador. Proceso histórico, logros, y desafíos”. *Antropología Cuadernos de investigación* 17 (julio): 12–38. <http://www.cuadernosdeantropologia-puce.edu.ec/index.php/antropologia/article/view/85>.

- Guzmán Gómez, Elsa. 2014. “Alimentación, soberanía y agricultura campesina”. En *Agriculturas campesinas en Latinoamérica: propuestas y desafíos*, de Francisco Hidalgo, editado por Francois Houtart y Pilar Lizárraga. Quito: IAEN.
- Heifer. 2014. *La agroecología está presente Mapeo de productores agroecológicos y del estado de la agroecología en la sierra y costa ecuatoriana*. Editado por Elizabeth Bravo. Quito: Fundación Heifer Ecuador.
- Instituto Espacial Ecuatoriano. 2013. “Memoria Técnica Cantón Pedro Moncayo Proyecto: Generación de Geoinformación para la gestión del territorio a nivel nacional escala 1:25000. Socioeconómico y Cultural”. Instituto Espacial Ecuatoriano.
http://ideportal.iee.gob.ec:8080/catalogo/srv/spa/resources.get?uuid=d2046cbf-40c4-46eb-9431-54fd69707866&fname=mt_estuario_rio_esmeraldas_socioeconomico.pdf&access=public.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. 2010. “Censo de Población y Vivienda Ecuador 2010”. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/pobrezal/>.
- Johnson, Pierre. 2003. *Comercio Justo*. Francia: Fundación Charles Léopold Mayer.
- Kotler, Philip, y Kevin Lane Keller. 2012. *Dirección de Marketing*. Decimocuarta edición. México: Pearson Educación.
- Labandeira, Xavier, Carmelo León, y María Xosé Vázquez. 2007. *Economía Ambiental*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Lima, Mariana, Eulalia Flor, Alex Remache, y Wilson Araque. 2013. “El plan de tesis Área de Gestión”.
- López García, Daniel, Laura Calvet Mir, Josep Espluga, Marina Di Masso, Guillem Tendero Acin, y Ariadna Pomar León. 2015. “La dinamización local agroecológica como estrategia para la construcción de soberanías locales”. *Ecología Política, Soberanía local*, 49 (julio): 28–34.
<http://www.jstor.org/stable/24894040>.
- Marchal Wathen, Lind. 2015. *Estadística Aplicada a los Negocios y la Economía*. Decimosexta Edición. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Martínez, Luciano. 2013. “Lo global y lo local en el medio rural”. *ICONOS - Revista de Ciencias Sociales* 24: 25–26. <https://doi.org/10.17141/iconos.24.2006.156>.

- Messe. 2013. *Cuadernos de trabajo Economía Solidaria para la incidencia y el diálogo de saberes*. Editado por Marcelo Paéz. Primera Edición. Quito: Movimiento de Economía Solidaria del Ecuador, meSSe. www.messe.ec.
- Micarelli, Giovanna. 2018. “Soberanía alimentaria y otras soberanías: el valor de los bienes comunes”. *Revista Colombiana de Antropología* 54 (julio): 119–42.
- North, Douglass. 1993. *Instituciones, cambio institucional y desempeño económico*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Ochoa Parra, William, ed. 2012. *Legislación de la Economía Popular y solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (Con Concordancias)*. Cuenca: Messe.
- Ostrom, Elinor. 2011. *El gobierno de los bienes comunes, La evolución de las Instituciones de Acción Colectiva*. Editado por Berenise Hernández y Hortensia Moreno. México: Fondo de Cultura Económica.
- Puga Valencia, Carlos. 2013. *Centenario del Cantón Pedro Moncayo y 400 años de historia Modelo de investigación, planificación y desarrollo de Gobiernos locales y provinciales*. Quito: Fraga.
- Rieff, David. 2016. *El Oprobio del Hambre Alimentos, Justicia y dinero en el Siglo XXI*. Colombia: Penguin Random House.
- Robbins, Paul. 2013. “Ecología Política: hacia un mejor entendimiento de los problemas socioterritoriales”. *Economía, Sociedad y Territorio* 42 (mayo): 561–69. <http://www.redalyc.org/pdf/111/11126608009.pdf>.
- Sen, Amartya. 2000. *Desarrollo y Libertad*. Traducido por Esther Rabasco y Luis Toharia. Colombia: Planeta Colombiana.
- Sistema Nacional de Información. 2014. “Ficha de cifras general cantón Pedro Moncayo”. Sistema Nacional de Información. http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/1704_PEDRO%20MONCAYO_PICHINCHA.pdf.
- Tillería, Ylonka, y Programa Andino de Derechos Humanos. 2010. “Impactos de la floricultura en la salud y el ambiente”. En *Estado Constitucional de Derechos? Informe sobre derechos humanos Ecuador 2009*. Quito: ABYA-AYALA / Universidad Andina Simón Bolívar.
- Vía Campesina. 1996. “Declaración de la Vía Campesina: El derecho a producir y el acceso a la tierra. Soberanía Alimentaria: un futuro sin hambre”. En . Roma.
- Vieytes, Rut. 2004. *Metodología de la Investigación en Organizaciones, mercado y sociedad*. Primera Edición. Buenos Aires: De las Ciencias.

Wittman, Hannah, Annette Aurélie Desmarais, y Nettie Wiebe, eds. 2010. *Food Sovereignty Reconnecting Food, Nature y Community*. Canada: Fernwood.

Anexos

Anexo 1: Formato de Encuesta dirigida a pobladores de Tabacundo

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO
"Ferias Agroecológicas y su relación con Consumo Responsable de Alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo"



ENCUESTA DIRIGIDA A POBLADORES DE LA PARROQUIA TABACUNDO

OBJETIVO: La presente encuesta, con fines de *investigación académica*, busca identificar la relación de consumo de alimentos de los pobladores de la Parroquia de Tabacundo frente a los productos ofertados en las ferias agroecológicas del Cantón Pedro Moncayo. La información proporcionada es totalmente confidencial y tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo.

1. DATOS DEL ENCUESTADO

1. INFORMACION GENERAL

<p>1.1. Edad: <input type="text"/></p>	<p>1.2. Género: <input type="checkbox"/> A. Masculino <input type="checkbox"/> B. Femenino <input type="checkbox"/> C. Otro</p>
<p>1.3. Estado Civil: <input type="checkbox"/> A. Soltero <input type="checkbox"/> B. Casado <input type="checkbox"/> C. Divorciado <input type="checkbox"/> D. Viudo</p>	<p>1.4. Instrucción: <input type="checkbox"/> A. Analfabeto <input type="checkbox"/> B. Primaria <input type="checkbox"/> C. Secundaria <input type="checkbox"/> D. Superior <input type="checkbox"/> E. Posgrado</p>
<p>1.5. Ocupación: <input type="checkbox"/> A. En relación de dependencia <input type="checkbox"/> B. Estudiante <input type="checkbox"/> C. Negocio Propio <input type="checkbox"/> D. Ama'o de casa <input type="checkbox"/> E. Jubilada/o <input type="checkbox"/> F. No trabaja</p>	<p>1.6. Sector laboral: <input type="checkbox"/> A. Agricultura, ganadera, silvicultura y pesca <input type="checkbox"/> B. Construcción <input type="checkbox"/> C. Comercio al por mayor y menor <input type="checkbox"/> D. Industrias manufactureras <input type="checkbox"/> E. Transporte y almacenamiento <input type="checkbox"/> F. Administración pública y defensa <input type="checkbox"/> G. Enseñanza <input type="checkbox"/> H. Actividades de hogares como empleado <input type="checkbox"/> I. Actividades de alojamiento y servicio de comidas <input type="checkbox"/> J. Actividades de servicios administrativos y de apoyo <input type="checkbox"/> Otros ¿Cuáles?</p>
<p>1.7. En el último mes sus ingresos USD. Fueron de: <input type="text"/></p>	<p>1.6. Nota: Si la respuesta en la pregunta 1.6. es "A.", indique si usted trabaja en el sector florícola (SI; NO): <input type="checkbox"/></p>
<p>1.8. # Miembros en la familia: <input type="text"/></p>	
<p>1.9. cluster en Mapa IGM: <input type="text"/></p>	

2. PREGUNTAS FILTRO

2.1. Conoce usted lo que son los productos agroecológicos? (Si la respuesta es SI continuar a la pregunta 2.2., si la respuesta es NO el encuestador debe comentar lo que son los productos agroecológicos y pasar a la pregunta 2.3)

SI
NO

2.2. Usted que conoce lo que son los productos agroecológicos, *mencione tres características principales* para ser considerados agroecológicos: (Respuesta abierta)

2.3. Ahora que conoce lo que son los Productos agroecológicos, puede identificar si en su familia se consumen productos provenientes de la producción agroecológica? (Si la respuesta es SI continuar al bloque de preguntas de Consumidor Efectivo., si la respuesta es NO pasar a la pregunta 2.4)

SI
NO

2.4. ¿Estaría dispuesto a consumirlos en el futuro? (Si la respuesta es SI continuar al bloque de preguntas de Consumidor Potencial., si la respuesta es NO consultar el ¿Por qué? (Respuesta abierta). Y dar por terminada la encuesta)

SI
NO

Si la respuesta es NO, indique ¿Por qué no estaría dispuesto a consumir productos agroecológicos en el futuro?

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO

"Ferias Agroecológicas y su relación con Consumo Responsable de Alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo"



3. CONSUMIDOR EFECTIVO

3.1. Como consumidor de productos agroecológicos, del siguiente listado seleccione cuatro (4) principales aportes de consumir productos agroecológicos:	A. Salud	
	B. Ambientales	
	C. Sociales y Culturales	
	D. Económicos	
	E. Cuidado de la soberanía alimentaria	
	F. Mejora la calidad de vida de los productores	
	Otros ¿cuales?	

3.2. Considera usted que los precios de los productos alimenticios ofertados en las ferias agroecológicas son:	A. Altos	
	B. Medios	
	C. Bajos	

3.3. ¿En qué porcentaje considera usted que la alimentación de su familia está basada en productos agroecológicos?	A. Menos del 50%	
	B. 50%	
	C. Más del 50%	

3.4. En cual feria agroecológica del cantón realiza la adquisición de sus productos agroecológicos con mayor frecuencia? (<i>Seleccione solo una opción</i>)	A. Feria del Buen Vivir Tabacundo	
	B. Feria Turujita	
	C. Feria la Esperanza	
	D. Feria UCCOPEM	
	Otra ¿Cual?	

3.5. De las siguientes categorías de productos provenientes de las ferias agroecológicas, indique que productos adquiere, con que frecuencia, y los valores desembolsados en cada uno de ellos: <i>Frecuencia de Compra: (A. Semanal, B. Quincenal, C. Mensual), Valor de Compra: (A. USD. 5 - USD.15, B. USD. 16 - USD.25, C. USD. 26 - USD. 35, D. USD. 36 - USD. 45, E. Más de USD. 50)</i>		
Producto	Frecuencia de Compra	Valor de compra
1. Verduras		
2. Frutas		
3. Carnes		
4. Lácteos		
5. Granos		
6. Cereales		

3.6. Usted adquiere productos alimenticios de las ferias agroecológicas por: (SI ; NO)	A. Cuidado de la salud	
	B. Productos frescos, de buen sabor y libres de pesticidas	
	C. Procedencia del producto, relación más cercana con el productor	
	D. Responsabilidad, conciencia social y ecológica	
	E. Variedad de productos	
	F. Precios razonables	
	G. Apariencia de orden y limpieza	
	H. Accesibilidad-cerca de casa	
	Otras ¿cuales?	

3.7. ¿Cual ha sido la mayor influencia para que decida comprar productos agroecológicos?	A. Referencias	
	B. Medios de comunicación	
	C. Curiosidad	
	D. Conocimiento de beneficios	
	Otros ¿Cuales?	

3.8. ¿Hace qué tiempo que usted adquiere los productos alimenticios ofertados en las ferias agroecológicas?

3.9. Como cree usted que las ferias agroecológicas aportan en el desarrollo del cantón Pedro Moncayo? (*Respuesta abierta*)

3.10. ¿Qué cree usted que debería hacer el Municipio de Pedro Moncayo para fomentar el consumo responsable de alimentos agroecológicos? (*Respuesta abierta*)

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR
MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO

“Ferias Agroecológicas y su relación con Consumo Responsable de Alimentos en la parroquia Tabacundo del cantón Pedro Moncayo”



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador

4. CONSUMIDOR POTENCIAL

4.1. ¿Sabía usted que en el Cantón Pedro Moncayo existen Ferias de Producción Agroecológica en donde se puede encontrar productos provenientes de la producción agrícola ecológica y limpia de pesticidas?	A. SI	
	B. NO	
4.1.1. Si la respuesta es SI indique los nombres de las ferias que conoce:		

4.2. De las siguientes categorías de productos provenientes de los diferentes lugares tradicionales de abasto de alimentos indique cuáles de ellos adquiere, con qué frecuencia, y los valores desembolsados en cada uno de ellos:			
<i>Frecuencia de Compra: (A. Semanal, B. Quincenal, C. Mensual)</i>			
<i>Valor de Compra: (A. USD. 5 - USD.15, B. USD. 16 - USD.25, C. USD. 26 - USD. 35, D. USD. 36 - USD. 45, E. Más de USD. 50)</i>			
<i>Lugar de Compra: (A. Mercado convencional, B. Supermercado, C. Bodegas, D. Tiendas de Víveres, E. producción propia)</i>			
	Producto	Frecuencia de Compra	Valor de compra
1.	Verduras		
2.	Frutas		
3.	Carnes		
4.	Lácteos		
5.	Granos		
6.	Cereales		

4.3. Usted adquiere sus productos alimenticios en los diferentes lugares de compra (mercado convencional, supermercado, bodegas, tiendas de viveres) por: (SI; NO)		
	A. Cuidado de la salud	
	B. Productos frescos, de buen sabor y libres de pesticidas	
	C. Conocimiento de procedencia del producto, relación más cercana con el productor	
	D. Responsabilidad y conciencia social y ecológica	
	E. Variedad de productos	
	F. Precios razonables	
	G. Apariencia de orden y limpieza	
	H. Accesibilidad-cerca de casa	
	Otras ¿cuáles?	
4.4. Si un producto alimenticio (Verduras, Frutas, Carnes, Lácteos, Granos, Cereales) que usted adquiere cuesta \$1, estaría dispuesto a pagar más por dicho producto sabiendo que proviene de una producción libre de agroquímicos, que aporta al desarrollo de su cantón y que provee beneficios para su salud?	A. SI	
	B. NO	

4.4.1. Si la respuesta es SI, indique cuánto más estaría dispuesto a pagar:
4.4.2. Si la respuesta es NO, indique ¿Por qué?:

*He sido informado del objetivo de investigación y acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Erika Monteros. De tener alguna duda adicional sobre la participación en este estudio, puede contactarse con la investigadora principal al número celular 0997733154.

Fin de la encuesta, gracias por su tiempo y aportes. Firma participante.....

Fuente: Andrade Ortiz y Flores (2008), Consumo de Productos Orgánicos/ Agroecológicos en los Hogares Ecuatorianos
Elaboración propia

Anexo 2: Fotografía Urbanización cerca de florícola



Fuente y elaboración propia

Anexo 3: Mapa producción florícola en Tabacundo



Fuente: Google Maps
Elaboración propia

Anexo 4: Autora en entrevista con productores agroecológicos

Fuente y elaboración propia

Anexo 5: Autora encuestando a consumidores

Fuente y elaboración propia

Anexo 6: Instalaciones feria UCCOPEM



Fuente y elaboración propia

Anexo 7: Instalaciones feria del Buen Vivir

Fuente y elaboración propia

Anexo 8: Instalaciones feria la Esperanza



Fuente y elaboración propia