

*Every vision remains a fancy
Until the status quo becomes unbearable
And people agree that change is desirable
Then, and only then, does any vision become a reality*

“...es un derecho de las clases populares que los progresistas coherentes tienen que reconocer y defender – el derecho a saber mejor lo que ya saben, junto a otro derecho, el derecho a participar de algún modo, en la producción del saber que aún no existe.” Paulo Freire (1993)

PRESENTACIÓN CIRCUITOS ALTERNATIVOS DE COMERCIALIZACIÓN

La innovación es la integración de varios avances tecnológicos no solo relacionados con las ciencias físicas químicas, biológicas o informáticas, sino también con las innovaciones sociales, jurídicas, normativas e institucionales.

La nueva constitución ecuatoriana aprobada el 2008, la cual para muchos entendidos es una constitución innovadora en muchos aspectos: sociales, ambientales, económicos, jurídicos, institucionales, territoriales, políticos y administrativos, marca la pauta de un nuevo modelo de desarrollo. Los aspectos constitucionales, marcan esencialmente la primacía del ser humano sobre el capital. A raíz de la constitución en Ecuador, se ha emprendido en la innovación de leyes, reglamentos y normas, de tal forma que la constitución se traduzca en una transformación efectiva del estado. El objetivo principal es instaurar un nuevo concepto de modelo de desarrollo, guiado por el principio de nuestros antepasados el Sumak kawsay, o buen vivir.

Uno de los principios fundamentales de la constitución 2008 es el de soberanía alimentaria, eje estratégico para la agricultura. Art 281 “[la] soberanía alimentaria constituye un objetivo estratégico y una obligación del Estado para garantizar que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades alcancen la auto suficiencia de alimentos sanos y culturalmente apropiados de forma permanente.” Adicionalmente, el artículo 284 literal f dice: “Lograr un desarrollo equilibrado del territorio nacional, la integración entre regiones en el campo y entre el campo y la ciudad en lo social económico y cultural.

Luego de la constitución en el año 2010 se promulga la Ley de Soberanía Alimentaria que da mayor contenido al principio constitucional de soberanía alimentaria. En la ley artículo 21 **“El Estado creará el Sistema Nacional de Comercialización para la soberanía alimentaria y establecerá mecanismos de apoyo a la negociación directa entre productores y consumidores,** e incentivará la eficiencia y racionalización de las cadenas y canales de comercialización. Además, procurará el mejoramiento de la conservación de los productos alimentarios en los procesos de post-cosecha y de comercialización; y, **fomentará mecanismos asociativos de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores de alimentos, para protegerlos de la imposición de condiciones desfavorables en la comercialización de sus productos,** respecto de las grandes cadenas de comercialización e industrialización, y controlará el cumplimiento de las condiciones contractuales y los plazos de pago.”.

La constitución junto con la ley de soberanía alimentaria, abrieron las puertas para que la política pública diseñe mecanismos que permita avanzar hacia el objetivo planteado en la constitución y la ley. Así en el año 2010 el Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca (MAGAP) se realiza un estudio que tiene como objetivo identificar los tipos de comercialización alternativa existente en el país, identificar las dinámicas, potencialidades y limitaciones de cada tipo de comercialización en circuitos cortos.

En el contexto global el sistema agroalimentario dominante en la actualidad consiste en un sistema basado en grandes empresas agroindustriales de producción y distribución de alimentos. Esta evolución ha llevado a

un distanciamiento entre el productor y el consumidor cada vez más profundo. Esto provoca también que se reduzca drásticamente la participación de los agricultores en el precio final del producto. El sistema agroalimentario se caracteriza por:

- Uso intensivo del capital, insumos químicos, energía no renovable, aplicación de paquetes tecnológicos y de ingeniería genética.
- Homogenización de la producción y consumo de alimentos. 9 especies concentran el 75% del consumo mundial.
- Concentración del sistema agroalimentario en pocas manos

El sistema de distribución que cada vez con más fuerza domina la distribución de alimentos es la modalidad de supermercado cuya participación en la oferta de alimentos en algunos países supera el 50%.

En el aspecto ambiental el modelo de producción y distribución supone un alto consumo de energía, agua y tierra y la destrucción acelerada de recursos renovables y no renovables lo que lo convierte en insostenible ante un escenario de cambio climático.

La alternativa entonces a este sistema, es el sistema de redes de circuitos cortos que a raíz de la constitución 2008 el Estado ecuatoriano ha procurado conocer, impulsar y fortalecer dentro del marco de la soberanía alimentaria y desarrollo rural.

Los circuitos cortos de comercialización buscan dentro de modelos territoriales, conectar directamente a productores y consumidores buscando tejer lazos de solidaridad y confianza entre actores. Estos espacios son la conjunción de consumidores, actores de la sociedad civil, gobiernos locales; basados en un nuevo modelo de consumo localmente territorializado, en sistemas de comercialización más cortos y diversificados. Muchos de estos circuitos incorporan conceptos de agroecología y economía social y solidaria.

Los objetivos básicos de los actores que participan de estos circuitos son:

- Promover el acceso al mercado a productores de la agricultura familiar campesina
- Mejorar los precios que recibe el productor
- Consolidar la soberanía alimentaria
- Fomentar la autonomía de las familiar productoras y consumidoras en sus propios territorios
- Garantizar la sostenibilidad socioeconómica y ambiental de las agriculturas campesinas y de los territorios rurales
- Tejer relaciones sociales equitativas campo-ciudad
- Preservar o dinamizar patrimonios culturales
- Principio de calidad
- Rescatar el patrimonio alimentario y,
- Promover la salud humana y ambiental

Ecuador es auto suficiente en la mayoría de productos alimentarios de la canasta básica, mucho de ellos son producidos por la agricultura familiar campesina en un porcentaje mayor al 50%. Las relaciones de intercambio de estos productos de la AFC están sujetos a términos inequitativos de comercialización con hasta 4 niveles de intermediación, que provoca que los productores muchas veces reciban un precio que no alcanza siquiera para cubrir los costos de los insumos invertidos.

Un punto importante a resaltar, es que, en estos circuitos cortos de comercialización se trabaja el intercambio de productos basados en un precio justo más que en un precio de mercado. Esta construcción de precio implica una consideración para cubrir los costos de producción, asegurar a las familias campesinas ingresos suficientes para vivir dignamente y enfrentar los riesgos derivados del proceso productivo y por otro lado garantizar a los ciudadanos el acceso alimentos sanos, seguros y suficientes.

Cuadro de Procedencia de los productos de alimentación básica ecuatoriano

Producto	hasta 5 has	de 5 a 20 has
Banano	2,77	11,28
Cacao	9,32	27,88
Café	10,73	25,04
Brócoli	1,37	3,06
Arroz	17,33	31,40
Maíz Duro	11,91	34,26
Maíz suave seco	45,56	29,98
Papa	32,12	31,47
Cebolla Blanca	67,81	22,72
Cebolla Colorada	56,39	24,95
Col	64,87	20,24
Zanahoria	66,05	11,03
Plátano	12,88	29,38
Fréjol Seco	37,45	33,18
Leche fresca	22,79	19,09
Ganado vacuno	17,70	17,30
Ganado porcino	47,00	23,50
Ganado ovino	58,70	23,60
Huevos de plantel	19,59	21,74
Huevos de campo	47,06	25,98

Fuente: Chauveau, C., s/f, III Censo Nacional Agropecuario

Por esto el desarrollo rural y la soberanía alimentaria tiene un actor fundamental que es la agricultura familiar campesina. Esta agricultura familiar coloca sus productos principalmente a través de intermediarios que en la mayoría de los casos explotan a los productores fruto de una mejor información sobre los mercados.

Cuadro 3 : N° de UPAs por comercialización de la producción				
Tamaño de la UPA	Principal tipo de comprador en %			
	<i>Consumidor</i>	<i>Intermediario</i>	<i>Procesador industrial</i>	<i>Exportador</i>
Hasta 5 ha	15,92	81,31	2,38	0,39
de 5 a 20 ha	8,88	85,96	3,46	1,70
de 20 a 50 ha	7,53	85,42	4,73	2,32
de 50 a 100 ha	8,38	82,58	6,35	2,68
Más de 100 ha	7,58	76,70	10,10	5,61

Fuente: III Censo Nacional Agropecuario, 2002. Elaboración DG, CESA

En Ecuador se han identificado 5 modalidades representativas de circuitos cortos de comercialización: Ferias (campesinas, ciudadanas, agroecológicas), tiendas campesinas, canastas comunitarias de consumidores, las compras públicas a asociaciones de productores y la exportación bajo normas de comercio justo o sostenible.

Cuadro 8: Reseña de las modalidades en cuanto a números de experiencias, productores implicados y cifras de venta

	Nº experiencias	%	Nº productores	%	Cifra de venta (\$us)	%
Ferias campesinas	87	62%	6.365	24%	5.301.405	9,9%
Canastas de consumidores articuladas a campesinos	13	9%	222	1%	128.838	0,2%
Tiendas campesinas y de productos campesinos	18	13%	6.869	26%	3.195.134	6,0%
Compras públicas campesinas	4	3%	4.150	16%	7.923.991	14,8%
Exportación campesina	19	13%	9.014	34%	36.902.131	69,0%
	141	100%	26.620	100%	53.451.499	100,0%

Las ferias de productores son espacios de participación abierta e inclusiva donde se recuperan relaciones sociales de producción e intercambio entre el campo y la ciudad, y donde productores de la agricultura familiar campesina valorizan su producción y la venden directamente en condiciones de comercialización más justas y solidarias, fomentando la soberanía y alimentaria en el territorio.

Canastas, son iniciativas nacidas desde grupos de productores de la agricultura familiar campesina o desde los consumidores, que se reúnen para vender o adquirir en forma directa y conjunta alimentos frescos o procesados de forma artesanal, de tal manera que las condiciones de intercambio sean justas y solidarias.

Tiendas campesinas, sitios específicos de expendio de venta de productos agropecuarios frescos o procesados, elaborados por productores de la agricultura familiar y campesina.

Compra pública de alimentos, abastecimiento de productos agropecuarios frescos y/o elaborados desde organizaciones de productores familiares y campesinos, destinados para programas estatales como el programa de alimentación escolar o instituciones públicas como regimientos militares, hospitales, centros de rehabilitación social.

Exportación campesina, venta de productos agropecuarios frescos o transformados a mercados internacionales con mínima participación de intermediarios, generalmente bajo principios de comercio justo.

Los impactos que la estrategia de comercialización directa en los circuitos cortos para los sistemas de producción de la agricultura familiar y campesina son:

- Impulso a la diversificación en los casos de venta directa en feria y venta asociativa en canasta
- Aumento de la producción con la introducción de huertos familiares
- Reducción y reconversión hacia la eliminación del uso de químicos en los casos de venta en feria, canasta y exportación al comercio justo, producto del contacto directo con consumidores.
- Enfrentados más directamente a los consumidores, los productores mejoran la calidad de sus productos
- Exceptuando la venta en canastas, se observa un incremento significativo en el precio a los productores y una mayor estabilidad.
- Se observa un impulso a procesos de transformación y generación de valor agregado
- En todos los casos se estima un incremento de los ingresos familiares, principalmente en las ventas en ferias y compras públicas.

- La alimentación de las familias campesinas y ciudadanos mejora en calidad y diversidad para el caso de ferias y canastas.
- Presencia mayoritaria de mujeres y adultos mayores.
- Valorización de la mano de obra familiar, principalmente de mujeres y adultos mayores
- Se evidencia aumento de la autoestima relacionada con la mayor independencia económica producto de la comercialización directa.
- En todos los casos se evidencia el fortalecimiento de las organizaciones
- Organizaciones mejoran sus capacidades técnicas según sus necesidades (negociación de espacios, acopio, manejo de capital para acopio, transformación, comercialización, asistencia técnica, certificación o sistemas de garantía) y se han incorporado a las organizaciones técnicos, promotores o gerentes.
- Organizaciones mejoran su representatividad y capacidad de alianza e incidencia con Gobiernos locales, Estado, ONG's
- Generación de servicios dentro de los territorios
- Generación de empleos locales
- Mejora la distribución de la riqueza entre productores y consumidores
- Incrementa la confianza entre productores y consumidores

En este marco, dado que los efectos de la implementación de circuitos de comercialización directa están en línea con la política de soberanía alimentaria el estado busca potenciar estos efectos, escalar en los impactos, y fortalecer los circuitos y las redes de comercialización directa, facilitando el aprendizaje, el diálogo, el acceso a crédito, acceso a infraestructura, acceso a información, acceso a tecnologías, acceso a promoción del consumo responsable.

Los resultados esperados de este impulso a los circuitos de comercialización directos son: mejorar los ingresos familiares, revalorización del trabajo familiar campesino, promover un consumo sano, diverso, responsable y culturalmente aceptable, conectar a los productores con los consumidores, elevar el margen de ganancia de las familias campesinas producto de la comercialización de su producción, fomentar la incorporación de valor agregado local. Dentro del Ministerio de Agricultura Ganadería Acuicultura y Pesca se busca dentro de la política integral de desarrollo rural, potenciar la política de redistribución de tierras, incrementar la cobertura de riego, incremento de la cobertura de asistencia técnica, aumentar el acceso a semilla de calidad, promover la innovación entre otros; en lo referente a comercialización de la AFC en circuitos cortos se trabaja en:

POLITICAS	ESTRATEGIAS
<p>1. Crear condiciones equitativas de comercialización directa para las organizaciones de pequeños productores agrícolas y agricultores familiares campesinos que faciliten su acceso y sostenibilidad en los mercados.</p>	<p>Articulación de políticas y programas con GADs, instituciones públicas y privadas para establecer condiciones equitativas y sostenibles de mercado.</p> <p>Definir políticas e instrumentos diferenciados para los productores de pequeña escala y la agricultura familiar y campesina de acuerdo a las diversas realidades y sistemas productivos identificados en territorios</p> <p>Establecer mecanismos para el fortalecimiento, dinamismo y articulación e intercambio entre las redes de comercialización alternativa presentes en las diferentes zonas.</p>
<p>2. Fortalecer y mejorar los espacios de comercialización alternativa existentes respetando los procesos de las organizaciones en marcha.</p>	<p>Dotar de equipamiento e infraestructura necesaria acorde a cada realidad</p> <p>Fortalecer capacidades de comercialización a nivel técnico, económico, administrativo, de promoción, etc.</p> <p>Identificar circuitos cortos de comercialización local existentes o potenciales.</p>
<p>3. Establecer y consolidar un sistema de información y comunicación para fortalecer las redes de comercialización local de pequeños productores y de la AFC</p>	<p>Actualización permanente de circuitos cortos de comercialización local existentes y potenciales en las diversas zonas del Ecuador.</p> <p>Sistematizar las dinámicas de comercialización alternativa y realizar análisis comparativos (DRR).</p> <p>Establecer una base de datos sobre las redes de comercialización alternativas de la AFC con la información generada y crear mecanismos de difusión e interacción virtual entre las organizaciones</p>

En conclusión los circuitos alternativos en Ecuador son innovaciones sociales que facilitan la realización de los principios constitucionales que marcan el modelo de desarrollo fijado que demandan el desarrollo y fortalecimiento de innovaciones institucionales que fortalezcan la soberanía alimentaria del país.