

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR



FACULTAD

CIENCIAS AGRÍCOLAS



NOMBRE: MELINA MYTHE NARVAEZ CAISALUISA

TAREA: ENSAYO

**“ESPACIOS DE FORMACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
AGROECOLÓGICA: LECCIONES APRENDIDAS EN LA
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR”**

Resumen

Este estudio se enfoca en el creciente interés por la comercialización agroecológica en el país, utilizando las ferias de la Universidad Central del Ecuador como caso de estudio. A pesar del creciente énfasis en la procedencia y producción de alimentos, existe una escasa investigación sobre las interacciones entre productores y consumidores en las ferias agroecológicas. El objetivo principal fue destacar las conclusiones clave de la feria como un espacio de aprendizaje y comercialización entre estudiantes, productores y consumidores. Se emplearon diversas metodologías de recopilación de datos, como entrevistas, encuestas y revisiones de literatura sobre agroecología y marketing. Los resultados revelan que los consumidores, especialmente mujeres jóvenes, perciben los productos agroecológicos como saludables y naturales, influyendo en sus preferencias de compra. Se sugiere que futuras investigaciones exploren roles importantes, como el conocimiento y los procesos de toma de decisiones relacionados con el consumo de productos agroecológicos. (León-Vega et al., 2022)

Introducción

La comercialización agroecológica en Ecuador ha experimentado un notable crecimiento en los últimos 15 años, impulsada por redes de comercialización. Un inventario de 2014 identificó 210 puntos de venta a nivel nacional, incluyendo ferias, cestas y comercios, principalmente en la región de Sierra Nevada. Este aumento responde al interés creciente de los consumidores por la procedencia de los alimentos, dando lugar a ferias agroecológicas lideradas mayoritariamente por mujeres y respaldadas por entidades gubernamentales, ONG y universidades. La Universidad Central del Ecuador (UCE) lanzó la Feria de Agroecología en 2017, como parte del Circuito Corto de Comercialización (CCC), promoviendo la agroecología como alternativa sustentable a la producción convencional. La feria establece relaciones directas de confianza entre productores y consumidores, ofreciendo productos cultivados por agricultores locales y contribuyendo a la soberanía alimentaria y la sostenibilidad ambiental. Integrada en la Red de Alimentos Alternativos (RAA) y la CCC, la feria busca transformar los sistemas agrícolas mediante la aplicación de principios ecológicos, siendo un proyecto educativo de la carrera de Ingeniería Agrícola que promueve la participación activa de la comunidad educativa y la conciencia ambiental. El propósito del artículo es destacar las lecciones

aprendidas de esta feria como un espacio único de capacitación y comercialización agroecológica en Ecuador.

Materiales y Métodos

Se empleó un método combinado (cualitativo y cuantitativo) para analizar el espacio de comercialización agroecológica como entorno educativo. La investigación bibliográfica, con 40 fuentes, no incluyó datos específicos sobre la Feria de Agroecología, pero se recopilaron detalles de consumidores mediante dos encuestas (2018 y 2019) a 35 participantes. Se exploraron características y preferencias de los consumidores, y se realizaron reuniones con coordinadores de otras ferias en Quito. La información recabada, junto con la revisión de la literatura, evaluó el potencial educativo de las ferias agroecológicas para consumidores y productores.

Resultados

La Feria de Agroecología de la UCE es un espacio educativo que involucra a la comunidad universitaria. El estudio revela que la mayoría de los consumidores, en su mayoría mujeres de 40 a 70 años, tienen ingresos de \$500 a \$1000, clasificándolos como clase media. La feria destaca la necesidad de concienciar a los hombres sobre la alimentación saludable. Aunque los consumidores conocen bien los productos agroecológicos, se sugiere más formación en los aspectos socioeconómicos de la producción. Las motivaciones de compra principales son la naturaleza agroecológica, el precio y la salud. La feria fomenta el intercambio de conocimientos entre productores y consumidores para promover la producción responsable y saludable. Los estudiantes de ingeniería agrícola aplican conceptos de agroecología para contribuir a la soberanía alimentaria en Ecuador.

Discusión

Este artículo aborda la creciente discusión sobre circuitos cortos como alternativa al sistema de distribución de alimentos liderado por supermercados, enfocándose en la soberanía alimentaria y promoviendo el acceso a alimentos más saludables y

culturalmente apropiados. A pesar de que más del 25% de los consumidores en España optan por rutas alternativas, el conocimiento sobre productos agroecológicos sigue siendo limitado. En entornos urbanos, los consumidores desempeñan un papel clave al establecer nuevas formas de acceder a los alimentos y restaurar espacios comerciales directos entre productores y consumidores. En Quito, se resalta la presencia de acuerdos agrícolas y alimentarios, así como de agrupaciones de productores agroecológicos. Se destacan varias ferias, como La Carolina, Cooperativa Sapallo Verde y Plaza Cívica Eloy Alfaro, subrayando su importancia en la construcción de la soberanía alimentaria. Además, se proporcionan datos de la Feria de Agroecología de la UCE, incluyendo la edad predominante de los consumidores, una participación mayoritaria de mujeres y la asociación de productos agroecológicos con alimentos naturales y libres de pesticidas.

Conclusión

En conclusión, este estudio muestra que la feria de agroecología de la UCE atrae principalmente la atención de consumidores jóvenes y que la mayoría de visitantes son mujeres. La baja participación de los docentes indica la necesidad de mejorar la comunicación interna. La aceptación de los productos agroecológicos por parte de los consumidores refleja su asociación con la salud y la naturalidad. La mayor parte del ingreso mensual oscila entre 500 y 1000 USD y la mayoría son estudiantes. La principal motivación para comprar en ferias son las propiedades agroecológicas o biológicas de los productos. La exposición reveló el uso eficaz de la educación ambiental para influir en la conciencia y las actitudes de los participantes. Las autoridades recomiendan fortalecer la feria como espacio educativo y recomiendan estrategias de inclusión social a partir de los resultados de la encuesta. El espacio de aprendizaje creado por la subvención debe ser considerado en futuros proyectos de investigación y comunicación para promover hábitos alimentarios responsables y saludables explorando más profundamente los roles, conocimientos y procesos de toma de decisiones involucrados en el consumo de productos agroecológicos.

Referencias

León-Vega, X., Pazmiño-Mayorga, J., Vivas-Vivas, R., & Cepeda-Bastidas, D. (2022). Espacios de formación y comercialización agroecológica: lecciones aprendidas en la Universidad Central del Ecuador. *Granja*, 35(1). [2022-ESPACIOS DE FORMACION Y COMERCIALIZACION libro.pdf](#)

León-Vega, X., Pazmiño-Mayorga, J., Vivas-Vivas, R., & Cepeda-Bastidas, D. (2022). Espacios de formación y comercialización agroecológica: lecciones aprendidas en la Universidad Central del Ecuador. *Granja*, 35(1). <https://doi.org/10.17163/LGR.N35.2022.05>