

**Las Canastas Solidarias:
Construyendo una comercialización directa con los productores
Un análisis de los métodos usados para realizar este objetivo**

Howe, Caitlin

Asesora académica: Fried, Michelle

Directores académicos: Seger, Sylvia y Silva, Xavier

Pomona Collage

Biología

Sudamérica, Ecuador, Pichincha, Quito

Entregado en cumplimiento parcial de los requisitos del programa Ecuador:
Comparative Ecology and Conservation, SIT Study Abroad, Primavera 2008.

Índice

Resumen.....	2
Introducción.....	3-6
La Canasta Solidaria y su origen.....	3-5
Los objetivos de las Canastas Solidarias ahora.....	5-6
Propósito.....	6
Métodos.....	6-8
Resultados y Discusión.....	8-19
Los métodos principales de la Red de Quito.....	8-9
Observaciones y análisis de estos métodos.....	9-10
La importancia de la sensibilización.....	10-11
Resultados y análisis de la encuesta.....	11-15
de los Productores.....	12-15
de los Consumidores.....	15
La comercialización con los productores agro ecológicos.....	16-17
Una descripción y explicación del Manual.....	18-19
Áreas para Trabajos Futuros.....	19-20
Conclusión.....	20-21
Reflexiones Personales.....	21
Agradecimiento.....	21
Bibliografía.....	22
Anexos.....	23-63
Anexo A: Ejemplos de las planificaciones de los encuentros.....	23-24
Anexo B: Encuesta para los productores y Hojas ejemplares de las matrices de oferta y demanda y Lista de las Canastas de Quito.....	25-28
Anexo C: Lista de entrevistados (Encuesta) Lista de preguntas (Encuesta).....	29
Anexo D: Lista de entrevistados (Manual) y Lista de preguntas (Entrevista Formal – Manual).....	30
Anexo E: Manual.....	31-62

Resumen: Una Canasta Solidaria representa un grupo de personas que compra en grupo una gran cantidad de productos cada semana, cada quince días, o al mes y después se dividen estas compras. Esto ayuda a ahorrar dinero al comprar estos productos. Sin embargo, estas personas quisieran comprar productos de mejor calidad también. Por eso, están tratando de comercializar directamente con los agricultores. Las Canastas Solidarias se están dando en algunas regiones en Ecuador, pero este documento analiza específicamente los métodos que utiliza la Red de Canastas Solidarias de Quito para cumplir con el objetivo de la comercialización directa. También, este documento incluye un manual, creado durante el proyecto independiente, que consiste en un resumen de las experiencias que el sistema de Canastas tuvo durante de sus formulaciones y también contiene los consejos de estas Canastas para la gente que quiera empezar a organizar una Canasta Solidaria pero no sabe cómo hacerlo.

Abstract: A Canasta Solidaria is a group of people that buys its food together in bulk every week, fifteen days, or month, and then divides this food amongst them. The members of a Canasta save money by buying these products in such a large quantity and splitting these costs. However, they would also like to buy products of better quality. To accomplish this, they are trying to commercialize directly with farmers. Canastas have formed in a variety of regions throughout Ecuador, but this paper analyzes specifically the methods used by the Quito network of Canastas to accomplish direct commercialization with producers. This paper also includes a manual that was created during the independent study that consists of a summary of the experiences that different Canastas had when they were first forming in addition to advice given by the representatives of these Canastas for those who would like to start a Canasta of their own but do not know how to begin. **ISP Topic Codes: 512, 502, 719**

Introducción:

El problema del hambre ha persistido por años, incluso después de la Revolución Verde, la cual prometió solucionar el problema por un incremento en la cantidad de alimentos. Finalmente, es aceptado por la mayoría de los escolares y la gente que trabaja en este asunto que el problema no es la cantidad de alimentos; el problema es la distribución, el acceso, y la calidad de los mismos.

Por la primera vez en la historia de los seres humanos, el número de personas que no tienen suficiente alimentación y el número de personas que tienen demasiada comida son iguales (Lappé y Lappé 7). Sin embargo, hay una variedad de movimientos a nivel local que están tratando de solucionar este problema y también que están tratando de mejorar la calidad de la alimentación que la gente recibe. Por ejemplo, hay “Community Supported Agriculture” en los Estados Unidos, la cual involucra la dedicación de unos consumidores a unas fincas locales. Los consumidores pagan la finca al principio de la estación, trabajan un poco en la finca, y reciben los productos frescos (Community 2008). También hay el Movimiento de Trabajadores de Rurales Sem Terra en Brazil, lo cuales trabajan para mejorar el acceso a los alimentos por su propia reforma de la tierra (Lappé y Lappé 66). En Ecuador, hay las Canastas Solidarias.

La Canasta Solidaria y su origen:

La primera Canasta Solidaria empezó en 1987 en Riobamba con un grupo eclesiástico del barrio “la Primera Constituyente”. Veinticinco familias de esta comunidad decidieron comprar juntas los productos y después compartirlos (Gortaire 2008). Los ahorros financieros que obtuvieron de este acto fueron grandes. Con las primeras compras de la primera Canasta¹, “la gente logró conseguir tres veces más

¹ Una clarificación: La palabra “canasta” es usada para el grupo de familias que participan, para el evento de comprar juntos y después dividir la comida, y para los productos que cada familia recibe.

productos que los que podían conseguir individualmente” (Gortaire 2008, Entrevista). Este éxito de adquirir los alimentos por menos dinero inspiró la copia de esta idea en otras comunidades. Ahora, existen más de 1000 familias en Ecuador que forman las Canastas Solidarias (Gortaire 2008, Encuentro).

Hay un sistema más o menos uniforme para las Canastas, pero existen excepciones para cada una porque cada Canasta tiene su “propia dinámica” (Aguilar 2008). Sin embargo, siempre la gente de la Canasta escoge un día para juntarse, y en este día (típicamente cada quince días pero puede ser también cada semana o cada mes) compran los productos que quieren. Usualmente escogen los productos que cada familia necesita durante de la semana, y muchas veces deciden el número de productos por el precio de la Canasta, el cual usualmente es fijo. Después de las compras, las familias distribuyen estos productos en un lugar central o conveniente.

Sin embargo, a pesar del gran éxito de obtener los productos de una manera más barata, las Canastas compraban la mayoría de sus productos en los mercados grandes. Porque el movimiento de las Canastas Solidarias representa un esfuerzo de crear una economía alternativa y no solamente representa el deseo de ahorrar el dinero, las familias decidieron que el acceso a los productos baratos no era suficiente (Gortaire 4). Querían la seguridad alimentaria, la cual es definida por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) como el “acceso físico y económico a suficiente alimento nutricional y en forma segura, con el fin de suplir sus necesidades dietéticas y preferencias alimenticias para una vida activa y saludable” (Food Security 2006).

Unas Canastas ya habían alcanzado la seguridad alimentaria, pero querían también la soberanía alimentaria. Quizás más difícil definir y obtener, y frecuentemente confundida con la seguridad alimentaria, la soberanía alimentaria se refiere a la manera

en cómo la gente adquiere su comida (Food Sovereignty 2002). Si una comunidad tiene la soberanía alimentaria, significa que no necesita depender de las fuerzas del mercado para obtener los alimentos. Además, significa que tiene el derecho de tener alimentación sana y segura por sus propias maneras. Las Canastas decidieron que la mejor manera para obtener la seguridad y la soberanía alimentaria era terminar las cadenas de intermediarios y comprar sus productos directamente de los productores.

Los objetivos de las Canastas Solidarias ahora:

“No somos nada sin los productores”, dijo Roberto Gortaire, el representante de la Canasta de Riobamba, en la segunda conferencia nacional: El Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta (2008). Los varios productores y miembros de las Canastas que habían venido de casi todas partes del país para asistir a esta conferencia inclinaron las cabezas y ofrecieron asentimientos vocales. Estas palabras y la aprobación que estas palabras recibieron demostraron el apoyo para un movimiento fuerte que ya existe para fortalecer las vinculaciones entre los productores y los consumidores para incorporar la comida más sana y segura. Sin embargo, la mayoría de las Canastas todavía no tiene acceso a los productos que vienen directamente de los productores. “Es difícil crear un mercado nuevo,” dijo Byron Sosa, un representante de unos productores de Chimborazo y Tungurahua, durante de un encuentro. “Es difícil y caro” (Sosa 2008, Entrevista).

Las palabras que Gortaire compartió con la gente de la conferencia nacional fueron fuertes, y las Canastas sí pueden ser parte del movimiento para la seguridad y la soberanía alimentaria. Sin embargo, estas palabras inspiran unas preguntas y dudas importantes también: ¿Pueden vincular a los productores pequeños todas las Canastas? Y ¿Cómo pueden lograrlo? La mayoría de la Red de Canastas de Quito piensa que sí es

posible, pero involucrará mucho trabajo. Ahora, la Red está trabajando para formular y concretar sus estrategias para cumplir esta vinculación.

Propósito:

Este estudio analiza las estrategias usadas por las Canastas Solidarias para obtener los productos más sanos y seguros, con un enfoque en los métodos usados para fortalecer las relaciones entre los productores y los consumidores y para concretar la comercialización. Incluye un análisis sobre los esfuerzos particulares para incluir los productos agro ecológicos, los cuales todavía no son definidos concretamente por la Red. También, este estudio trata de contestar la pregunta: ¿Es posible para todas las Canastas la comercialización directa con los productores?

Además, durante del trabajo con las Canastas en la comercialización, yo empecé un manual para la gente que quería empezar una Canasta pero no sabía ni dónde ni cómo comenzar. Acumulé unos consejos, experiencias, y dificultades de las Canastas que ya existen e hice un análisis para determinar unas sugerencias generales para la gente que está empezando el trabajo de vincularse con los productores. Este documento también incluye una descripción del manual y un análisis sobre la información ya acumulada.

Métodos:

Durante de la mayor parte mi investigación independiente, yo trabajé con la Red de Canastas de Quito, la campaña “Come Sano, Seguro, y Soberano”, y la ONG COMUNIDEC (Sistemas de Investigación y Desarrollo Local), la cual está trabajando ahora con la Red de Quito.

Los métodos consistieron en:

1. La Observación y Participación:

Para estudiar las estrategias de las Canastas Solidarias que ya existen, yo asistí a una conferencia en Jambelí para la Red Nacional de Canastas Solidarias y unos productores (Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta) para observar las lecturas y discusiones, participar en el taller, y hacer unas entrevistas informales con los representantes de las Canastas Solidarias y los productores que estaban participando. También yo usé la observación de dos encuentros para la campaña nacional “Come Sano, Seguro, y Soberano” y del Tercer Encuentro: Campo-Ciudad en Quito para un taller con unos productores y la Red de Canastas de Quito.

2. La Entrevista Formal:

Para el manual que yo empecé, entrevisté a unos representantes de diferentes Canastas Solidarias. Hice una lista de preguntas para obtener respuestas que ayudarían a la gente que quería empezar una Canasta. Hice cinco entrevistas personales en español y una por teléfono en inglés. La última la envié por correo electrónico y fue contestada como una encuesta, porque el entrevistado estaba muy ocupado y no vivía cerca. (Anexo B).

3. La Entrevista Informal:

En varios eventos, yo hablé con la gente sin preguntas específicas pero hablamos sobre asuntos muy importantes y relevantes a mi tema. Por eso, yo incluí la información aunque no había una lista de preguntas uniformes para cada uno. Hice doce entrevistas informales, pero algunas de estas entrevistas fueron con la misma persona; entrevisté a seis personas en total de una manera informal.

4. La Encuesta:

Para COMUNIDEC, creé una encuesta para facilitar la comercialización entre la Red de Canastas Solidarias de Quito y los productores que tenían interés en vender sus productos a estos consumidores. Con esta encuesta, yo pregunté a ocho personas (uno o dos representantes de cada una de las siete Canastas de la Red). Seis de los encuestados fueron entrevistados en persona y dos fueron entrevistados por teléfono.

5. La Tabulación y Organización de Datos:

Unos datos sobre los productos de agricultores que tenían interés en vincularse con la Red de Quito ya fueron recopilados. COMUNIDEC necesitaba que esta información fuera tabulada y organizada de una manera que facilitara y concretara la comercialización. Por eso, yo organicé los datos y creé unas matrices con esta información. Yo hice lo mismo con los datos que yo adquirí para la encuesta de los consumidores.

Resultados y Discusión:

Los métodos principales de la Red de Quito:

- Participación en la campaña nacional “Come Sano, Seguro, y Soberano”, la cual cuenta con la participación de las Canastas, el Jardín Botánico del Parque La Carolina de Quito, Acción Ecológica, Michelle Fried (nutricionista), y el apoyo de unas organizaciones como Progressio y la Red de Guardianes de Semillas.
- Una serie de conferencias que se llama Encuentro: Campo-Ciudad, organizada por COMUNIDEC. Tiene un énfasis en la comercialización y la sensibilización. Ya han pasado tres encuentros de esta serie. Incluye visitas a las fincas, unas encuestas para concretar la comercialización, y unos talleres.

- Participación en la Red Nacional de Canastas Solidarias, incluyendo participación en una conferencia nacional y anual que se llama Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta.

Observaciones y análisis de estos métodos:

En los dos encuentros de las Canastas y los encuentros de la campaña nacional, las estrategias básicas son las mismas: definir los objetivos generales y concretarlos. Según Katuska Aguilar, al principio la campaña solamente consistió de las reuniones y discusiones; no concretaron nada (Aguilar 2008). Obviamente, la campaña ha cambiado. Por ejemplo, el participante el Jardín Botánico tiene muchos métodos didácticos para lograr la sensibilización de los visitantes. Unos de estos son su horno para demostraciones de cocinar, su jardín de cosechas tradicionales y orgánicas, y una feria de productos agro ecológicos. También, en el encuentro del 17 de abril de la campaña demostró que su objetivo, de lograr el derecho a la comida sana, segura, y soberana, podía ser concretado. Como en el Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta y en el Tercer Encuentro: Campo-Ciudad, los objetivos fueron definidos primero. En el caso de la campaña, querían una feria en el 14-17 de mayo para sensibilizar y capacitar a la gente. Se concretó la planificación de esta feria con la división de trabajos y el arreglo de fechas para cumplir estos trabajos (Anexo A).

En un grupo grande, las discusiones y planificaciones sobre la sensibilización y la capacitación pueden funcionar bien cuando el objetivo es dividir los trabajos. Por ejemplo, este método tenía mucho éxito en la planificación para la feria de la campaña. También funcionó para definir los objetivos de los participantes del Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta. Sin embargo, las Canastas usan unos métodos más efectivos para concretar estas ideas y realizar sus objetivos. Por ejemplo, las ideas y decisiones más

concretas del Encuentro Nacional y del Tercer Encuentro: Campo-Ciudad fueron formuladas durante de los talleres de estos encuentros (Anexo A). En el Encuentro Nacional, había tres mesas diferentes con no más de 10 o 15 personas en cada mesa. Este número era mucho más manejable. Un líder o una líder fue escogido en cada mesa para facilitar la discusión, pero cada persona podía expresar sus ideas, algo que es enfatizado por las Canastas. En el Tercer Encuentro: Campo-Ciudad, no había más de 10 personas en cada mesa. Con estos grupos más pequeños, los participantes podían conocerse; esto era otro objetivo de las Canastas, porque las conexiones y las relaciones entre diferentes consumidores, diferentes productores, y entre el consumidor y el productor, son importantes para realizar una economía alternativa y una comercialización fiable.

La importancia de la sensibilización en el proceso de la comercialización:

La sensibilización y la capacitación de la gente pueden parecer, al principio, como métodos menos útiles en el proceso de concretar la comercialización. Sin embargo, son críticos porque forman las raíces de la comercialización. Sin las lecturas sobre si los productos tienen tales elementos o nutrientes y las lecturas sobre el mejoramiento de la salud, mucha gente no pensaría en su importancia, y sin las demostraciones sobre la diferencia en la calidad de un producto agro ecológico versus un producto convencional, la gente no compraría estos productos por sus precios altos. Las recetas y las demostraciones que la nutricionista Michelle Fried va a dar en la feria de esta campaña son muy importantes también porque aunque la gente comprara los productos más nutritivos después de unas lecturas sobre sus valores, mucha la gente no sabría cómo preparar estos productos. Por ejemplo, la formación de la Canasta del barrio Alcantarilla de Quito empezó por un objetivo del proyecto INNOVEG: mejorar la

nutrición y la seguridad alimentaria. Para realizar este objetivo, el proyecto decidió formar una Canasta para incorporar productos con elementos críticos que la gente no estaba recibiendo en su dieta. Sin embargo, después de las primeras compras, la gente no sabía cómo preparar estos nuevos productos, y el proyecto se notó rápidamente que la gente estaba alimentando a sus animales con estos productos y no a sus familias (Pozo 2008, Entrevista). Aunque tenía el acceso a unos productos más sanos, sin la sensibilización y la capacitación, la gente todavía no estaba recibiendo los nutrientes necesarios. Este problema también afecta la comercialización. Si la gente no entiende por qué debe comprar los productos agro ecológicos directamente de los productores a pesar de sus precios más altos, no lo hará. Para la mayoría de las familias sin mucho dinero, este tipo de comida simplemente no parece accesible. Ya que los términos “orgánico” y “agro ecológico” parecen términos relacionados con la gente rica (Gortaire 4). Por eso, es importante que las familias aprendan la importancia y el valor de este tipo de alimentos, a pesar de sus precios.

Resultas y análisis de la encuesta:

Un método de la Red de Quito que dio resultados más concretos para la comercialización era la Encuesta. Este método fue usado para obtener información sobre los productores y los consumidores para crear una base de datos sobre las ofertas y las demandas. Esta base de datos puede facilitar la comercialización entre los dos.

Aunque los métodos de los talleres y los encuentros eran importantes y necesarios antes de concretar la comercialización, unas resultados tangibles eran críticas también para iniciar las ventas con los productores que tenían interés en vincularse con la Red de Quito. Un método para realizarlo consistió en la creación de esta base de datos sobre las ofertas y las demandas. Yo ayudaba mucho con estos trabajos.

1. La Encuesta para los Productores:

Cuando empecé trabajando con las Canastas, COMUNIDEC ya había acumulado los datos de 50 agricultores que vinieron al Segundo Encuentro: Campo-Ciudad. Durante la primera semana, yo tabulé y organicé esta información. COMUNIDEC había usado una encuesta que se hizo sobre el número de productos, los tipos de productos, la cantidad de cada producto, el precio de cada producto, y la disponibilidad de cada producto (Anexo B). Yo reorganicé una matriz que COMUNIDEC había creado para esta información. Ordené la información por productor para facilitar la organización entre los productores y también ordené la información en una segunda matriz por producto (Anexo B). Preparé la segunda matriz para que los consumidores pudieran buscar un producto que quisieran y para que pudieran encontrar un productor que lo vendiera. Para las dos matrices, yo creé un código para cada productor. Por eso, un consumidor podrá buscar un producto, saber cuando está disponible, saber su precio, y buscar el código en la matriz organizada por productor y mirar los otros productos que se vendía.

También yo corregí una tabla con cada productor y su información de contacto que fue hecho por COMUNIDEC e hice un código para cada productor para facilitar la búsqueda de un productor o producto en las matrices. Con esta información, el consumidor también podrá buscar el código y encontrar la información de contacto para organizar la comercialización con este productor. Aunque esta información fue muy útil para ambos los consumidores y los productores para el proceso de comercialización, la encuesta tenía un objetivo adicional: obtener más información sobre cómo se hizo cada cosecha. Sin embargo, la única pregunta en la encuesta que ayudó a obtener esta información fue la pregunta “¿Su granja es 100% agro ecológico?”

Esta pregunta fue inútil para el objetivo de esta encuesta por un sinnúmero de razones. Primero, había mucha confusión generalmente sobre el término “agro ecológico”. En el Segundo Encuentro: Campo-Ciudad, los productores hablamos sobre el término, pero este tipo de práctica no fue definida para ellos. Entonces, si no sabían el término, no pudieron ser precisos. Sin embargo, el segundo problema con esta pregunta era que: si sabían el término pero no cultivaban sus cosechas en una manera 100% agro ecológica -- lo cual es muy difícil hacer -- no pudieron escribir nada. Por eso, la pregunta no dio mucha información sobre la manera como cultivaron los productos. También, después de tabular todos estos datos, me di cuenta de la cantidad de errores de ortografía que había en las encuestas. Probablemente los errores de ortografía no indican problemas también con la lectura, pero es algo para tomar en cuenta. Tal vez en el futuro sería mejor usar una encuesta oral, aunque ésta involucrara mucho más tiempo.

Porque la pregunta sobre la agro ecología solamente demostró que la mayoría de los productores no realizaban esta práctica, los datos solamente significaban que la mayoría de los productos no eran completamente agro ecológicos. Por eso, una encuesta nueva con unas preguntas más específicas sería muy útil. Unos ejemplos de preguntas que darían mucha información importante sobre los productos serían las siguientes: ¿Usa químicos en las cosechas?, ¿Cuáles químicos y en cuáles productos?, y ¿Usa monoculturas en su granja? También, ayudaría mucho tener un taller solamente sobre la agro ecología. Sería importante, al principio de este taller, definir este término. En el Tercer Encuentro Campo-Ciudad, hablamos sobre esta definición un poco, pero los 50 productores del segundo Encuentro no asistieron a este taller. Solamente unos representantes de los productores asistieron y todavía no había definiciones completamente concretas. Para crear una comercialización con los productores agro ecológicos y para crear un programa de certificación informal para los productos agro

ecológicos, la Red de Quito necesitaría los resultados concretos sobre estos temas para sus encuestas.

Sin embargo, la encuesta que ya fue usada dio un principio para la comercialización concreta entre los productores y las Canastas. Aunque parece que no hubo muchos productores agro ecológicos en el grupo, sería un gran paso solamente incorporar más productos en las Canastas que venían directamente de los productores, inclusive si no eran completamente agro ecológicos. Además, aunque muy pocos productores contestaron “sí” para la pregunta sobre la agro ecología, unos productores llenaron un porcentaje diferente (Tabla 1).

Tabla 1.

Las Respuestas de 50 Productores para Contestar la Pregunta “¿Su granja es 100% agro ecológico?”									
100%	90%	85%	80%	70%	60%	50%	Utilizar químicos en poco	No contestaron	No
13	1	1	3	4	4	2	1	26	1

Por lo menos, hubo unos esfuerzos para usar menos químicos, mono culturas, etc., pero con estos datos no se podía decir definitivamente cómo estos agricultores producían la mayoría de sus productos. Para concretar la comercialización e incorporar los principios de la campaña “Come Sano, Seguro, y Soberano”, esta información sería necesario, particularmente para cada producto. Tuvimos que eliminar la columna sobre la manera de producción de cada producto en los datos finales porque esta información solamente era conocida por los productos de los agricultores que contestaron “Sí, mi granja definitivamente es 100% agro ecológica”.

2. La Encuesta para los Consumidores:

Además de estas matrices de información sobre los productores, yo hice una encuesta breve sobre las demandas de los consumidores de la Red de Quito (Anexo B). Con esta información hice una matriz organizada por Canasta con las demandas de cada una y otra por producto con el total de las cantidades de cada uno que fueron compradas por toda la Red. Ya que la mayoría de las Canastas son quincenales, yo sumaré estos datos por cada quince días.

Esta base de datos es importante, porque si los productores saben las demandas de estos consumidores, podrán producir suficiente productos. Es importante que los productores sepan estas demandas, porque no hay muchos productos agro ecológicos ahora por falta de demanda, pero esta falta de demanda muchas veces viene de la suposición que los alimentos orgánicos o agro ecológicos son demasiado caros y por eso son de elite y no accesibles (Gortaire 4). “No tenemos mucho dinero para comprar solamente productos agro ecológicos”, dijo Pablo Clavijo en su entrevista sobre la Canasta de San José de Chilibulo, lo cual empezó en 2006. “Todo depende de la capacidad económica de cada canasta” (2008). Con la falta de demandas y la falta de producción, los precios crecen y es difícil obtener estos productos (Aguilar 2008). Sin embargo, si los productores tienen más acceso a la información de las demandas de la Red de Quito, sabrán que si producen esta cantidad, habrá suficiente consumidores para comprar todos los productos.

La comercialización con los productores agro ecológicos:

De la Red de Canastas de Quito, solamente Zapallo Verde y Nina Pacha han tenido éxito en comprar todos sus productos de fincas agro ecológicas y orgánicas, “y eso es por una razón” dijo Oscar Betancourt de Nina Pacha. Es que “tenemos pocas familias y por eso, pocas demandas” que los productores pueden suplir. También “los consumidores [de Zapallo Verde y Nina Pacha] tienen la opción de elegir cuáles productos van a pedir de acuerdo a su capacidad económica”, porque estas dos Canastas están conformadas por familias que vienen de las clases media y media-alta (Betancourt 2008, Entrevista). No obstante, sobre esta idea que la comida agro ecológica no puede ser accesible a todos Betancourt dice, “hay una confusión en realidad. Me parece que las Canastas grandes solamente necesitan llegar a acuerdos con los productores. Necesitan los productos en grandes cantidades, y la producción orgánica no es una producción muy grande. Entonces, hay una descoordinación entre la cantidad del consumo y la cantidad de la producción, de las ofertas y las demandas, y por eso, el propósito es llegar a esta coordinación. Con una producción organizada, sí pueden hacerlo” (Betancourt 2008, Entrevista).

No obstante, Betancourt no niega que para realizar la comercialización con unos productores agro ecológicos puede ser más difícil para unas Canastas. “Es posible hacerlo, pero deben tener la capacidad interna dentro de su organización para tomar decisiones”. Necesitan “decidir en ese momento que no van a comprar en el Mercado Mayorista, que van a buscar los productos por otro lado. Esto es posible hacer” (Betancourt 2008, Entrevista). Para esto es necesario la organización y la comercialización concreta y entendida. Los datos tabulados de las encuestas pueden ayudar con esta organización interna y por eso, pueden ayudar a la comercialización con estos productores eventualmente.

Sin embargo, para unas Canastas como La Merced del barrio Alcantarilla, esta organización y comercialización todavía falta, y por eso los miembros de estas Canastas siguen comprando y comiendo productos del mercado convencional. “Queremos que la gente sepa cómo hacerlo, cómo es el proceso de la Canasta”, dijo Alexandra Pozo sobre la Canasta de Alcantarilla, pero no hay mucha participación de la gente. El proyecto INNOVEG trata de inspirar la participación y la autogestión de la gente de esta Canasta, pero todavía las mujeres de esta Canasta no pueden votar cuando necesitan tomar unas decisiones sobre la Canasta y los productos que quieren comprar (Pozo 2008, Entrevista).

Sin embargo, hay otro problema que viene de la capacidad económica. A veces, la gente de esta Canasta no puede organizarse o no tiene suficiente dinero para el día de la Canasta y decide solamente unos días antes del evento que no puede hacerlo. Por eso, es muy difícil comercializar con los productores, con una matriz de ofertas y demandas o sin esta matriz, porque los productores no tienen un grupo de consumidores fiables. No obstante, esta Canasta es un poco atípica y cultiva la mayoría de sus productos en una manera agro ecológica. Por eso, solamente compra del mercado lo que no puede sembrar. Entonces, la flexibilidad de decidir de última hora si va a tener una Canasta o no, porque no hay suficiente dinero, es importante para la dinámica de este grupo, debido a que ellos cultivan sus propios productos, y no dependen en los productos de la Canasta. Estos productos solamente complementan los que ya tienen. Por eso, la matriz de ofertas y demandas es más útil para la comercialización entre los productores agro ecológicos y las Canastas que no tienen acceso a los productos que no constan en la Canasta Solidaria pero que tienen buena organización interna.

Una descripción y explicación del Manual:

Para tratar de entender los problemas comunes y universales de las Canastas Solidarias, yo empecé un manual que incluye las experiencias, dificultades, y éxitos de las Canastas que ya existen (Anexo E). También incluye los consejos que estas canastas compartieron para la gente que quiere empezar una Canasta Solidaria y vincularse con los productores para mejorar la calidad de su comida.

El manual consiste en una matriz sumaria de la información que yo adquirí después de mis entrevistas con los representantes de siete Canastas Solidarias. Esta matriz demuestra la variedad de Canastas que existen y las adaptaciones que cada una debió usar para desarrollarse de una manera que funcionara con su propia dinámica. Hay más información en las entrevistas sobre sus adaptaciones, los problemas con los que tropezaron y cómo los fijaron o cómo están tratando de fijarlos. Estas entrevistas y una matriz sumaria para cada Canasta también están incluidas en el Manual.

Un impedimento actual del Manual es que por los límites del tiempo, cinco de las siete Canastas que fueron entrevistadas eran de Quito. Por eso, no hay mucha variedad en las localidades. Espero que alguien pueda terminar el proyecto e incluir más ejemplos de otras ciudades. No obstante, hay muchas diferencias entre las cinco Canastas Solidarias que son de la misma ciudad, y la información de cada una es muy informativa. Unas de estas Canastas son pequeñas, con no más de diez familias, pero unas son grandes, como El Carmen con más de 190 familias (Aguilar 2008, Entrevista). También unas compran solamente productos orgánicos y otras solamente compran sus productos en el Mercado Mayorista. Además de la información de las Canastas Solidarias de Quito que yo adquirí, hay información de la Canasta que ya está empezando en Muisne y también de la primera Canasta Solidaria del país que empezó en Riobamba. Los consejos de la Canasta de Riobamba y la Canasta El Carmen de

Quito son particularmente importantes, porque estas Canastas fueron las primeras en organizarse. Por eso, los miembros de estas Canastas Solidarias tienen muchos años de experiencia, y los representantes han trabajado con la formación de otras Canastas también.

Al final del Manual, hay una sección de mis observaciones, conclusiones, análisis y consejos. Además, hay una lista de contactos de unos representantes de las Canastas y las organizaciones que han trabajado con las Canastas Solidarias. Por eso, si alguien quiere más información o ayuda para empezar una Canasta, tiene acceso a estos contactos También hay una lista de contactos para unos productores y unos representantes de productores que tengan interés en empezar una comercialización con unas Canastas nuevas. Esta lista, particularmente de los productores, necesita mucho trabajo porque todavía hay mucha gente que probablemente tiene interés en ayudar a formar unas Canastas nuevas o trabajar con esta gente pero por los límites del tiempo, solamente pude hablar con unos Por eso, en el manual yo incluí también una lista de trabajos que todavía no se han cumplido, pero si alguien puede hacerlos, ayudará a finalizar este Manual.

Áreas para trabajos futuros:

1. Aunque ya existe la base de datos de las demandas y las ofertas, las ofertas no han sido sumadas. Esto es importante para que la Red de Quito sepa la cantidad total de cada producto que es producido por los 50 productores que fueron encuestados.
2. Se podría crear y realizar un taller y una encuesta nueva con unas preguntas más específicas sobre la agro ecología si fuera necesario.

3. Si se concreta la comercialización, se puede crear un programa de certificación informal para los productos agro ecológicos, porque todavía no existe un programa como este para la Red de Quito pero si existe para otras Canastas.
4. El Manual para la gente que quiera empezar una Canasta Solidaria todavía no está completo. Los detalles específicos para cumplirlo son incluidos al fin del Manual (Anexo E).

Conclusiones:

La vinculación directa con los productores es una posibilidad para cada Canasta Solidaria, pero es importante recordar que cada Canasta sí tiene su propia dinámica. Por eso, cada Canasta necesita enfocarse en diferentes maneras para cumplir este objetivo. La gente de unas Canastas tiene los recursos financieros para empezar inmediatamente solamente con productos agro ecológicos u orgánicos. Pueden decidir desde el principio comprar solamente estos productos porque la formación de su Canasta no depende mucho ni de la rebaja de los precios ni de la incorporación de ciertos productos, como chochos o zanahoria para la Canasta Solidaria de Alcantarilla, para obtener unos alimentos básicos que antes faltaban en las dietas de la gente (Pozo 2008, Entrevista).

Sin embargo, ni la clase ni la prioridad de una Canasta es el único factor en el éxito de vincularse con este tipo de productor. La autogestión es absolutamente necesaria para la comercialización con los productores y la supervivencia general de una Canasta Solidaria. Para decidir las prioridades, los tipos de productos, etc., una Canasta vocal es necesaria. Para hacer vinculaciones con unos productores, tanto la organización interna como la dedicación es necesaria. Si unos productores van a viajar con sus productos a un sitio y pagar los costos del transporte, los cuales pueden ser muy caros para los productores, los consumidores tienen que estar listos con su dinero para

comprar lo que dijeron que comprarían. Por eso, es mucho trabajo formar una comercialización directa con los productores y es un proceso muy específico para cada Canasta. Sin embargo, es posible hacerlo y las ventajas son numerosas.

Reflexiones Personales:

Este proyecto me dio la oportunidad mirar cómo un movimiento al nivel local forma y cómo puede tener impactos al nivel nacional. Por eso, yo aprendí muchos métodos para empezar y difundir los movimientos locales y exitosos. Sin embargo, lo que más me impresionó sobre las Canastas fue cómo las Canastas son en realidad unos movimientos que incorporan una variedad de temas políticas. Por ejemplo, incorporan el feminismo por las Canastas que empezaron por los movimientos de mujeres que querían demostrar que una mujer puede tener un papel fuerte en la economía. Lo que aprendí con mi trabajo en este proyecto es que cada elemento político es interconectado y por eso, no es suficiente crear unos grupos locales solamente para ahorrar el dinero o comprar más productos. Las Canastas piensan firmemente que la comida sana y segura es un derecho de todos, no solamente para sus propias familias. Por eso, hay una responsabilidad de difundir los métodos que funcionan bien al público general y hay una responsabilidad trabajar a todos niveles que afectan la calidad de la comida.

Agradecimientos:

Muchas gracias a Michelle Fried, Oscar Betancourt, Katuska Aguilar, Emma Kirwan, Alexandra Pozo, Roberto Gortaire, Max Ochoa, y a todos los entrevistados.

Bibliografía:

- Aguilar, Katiuska (representante de la Canasta Solidaria de El Carmen y COMUNIDEC). Entrevista personal por la autora. Quito, Ecuador. 16 abril 2008.
- Betancourt, Oscar (representante de la Canasta Solidaria Nina Pacha). Entrevista personal por la autora. Quito, Ecuador. 22 de abril 2008.
- Clavijo, Pablo (representante de la Canasta Solidaria de San José de Chilibulo). Entrevista personal por la autora. Quito, Ecuador. 18 de abril 2008.
- Community Supported Agriculture. Alternative Farming Systems Information Center. United States Department of Agriculture: National Agriculture Library. Abril 2008. < <http://www.nal.usda.gov>>
- “Food Security: Policy Brief”. Issue 2. Junio 2006. FAO Agriculture and Economical Division (ESA).
- “Food Sovereignty: A Right for All Political Statement of the NGO/CSO Forum for Food Sovereignty”. NGO/CSO Forum for Food Sovereignty. 14 Junio 2002. Food First: Institute for Food & Development Policy. 11 Abril 2008
<http://www.foodfirst.org>
- Gortaire, Roberto. Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta. Jambelí, Ecuador. 05 de abril, 2008.
- Gortaire, Roberto (representante de la Canasta Solidaria de Riobamba). Encuesta por correo electrónico. Abril 2008.
- Gortaire, Roberto. “Sistemas de Canasta Comunitaria Construyendo Organizaciones de Consumo Agroecológico”. No Publicado. Escrito para el Encuentro Nacional de Agroecología. 2006.
- Lappé, Frances Moore and Anna Lappé. *Hope's Edge*. New York: Jeremy P. Tarcher/Putnam, 2002.
- Pozo, Alexandra (trabaja con el proyecto INNOVEG y estudia las Canastas Solidarias para su tesis a la Universidad Central de Quito). Entrevista personal por la autora. Quito, Ecuador. 20 abril 2008.
- Sosa, Byron (representante del Consorcio de Hortalizas). Entrevista informal por la autora. Tercer Encuentro: Campo-Ciudad. Quito, Ecuador. 13 de abril 2008.

Ejemplos de las planificaciones de los encuentros

Tabla 2. Las Comisiones de la Campaña “Come Sano, Seguro, y Soberano” y las Divisiones de sus Trabajos

Comisión	Actividades	Miembros
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación en Medios de toda la campaña y feria -Informar al grupo de todas las acciones que se realizan -Envío de documentos de base para todos los miembros -Elaboración de material promocional -Crear la imagen comunicacional de la feria -Elaborar un presupuesto 	El Colectivo (responsables)
Feria	<ul style="list-style-type: none"> -Diseño conceptual -Lista de los feriantes -Convocatoria y coordinación -Gestión de recursos para stands, afiches, y hojas volantes -Montaje -Actividades -Plan cronograma 	JBQ PROBIO Colectivo (coordinación)
Reflexión/Educación	<ul style="list-style-type: none"> -Definir temas prioritarios de acuerdo a las bases filosóficas de la campaña -Agenda de responsables del ciclo de la conferencia -Coordinación logística de las conferencias -Diseño de la propuesta educativa para los visitantes a la feria (énfasis en niños, niñas, jóvenes, y público adulto) 	CEA Red de Guardianes de Semillas PAE RELACC JBQ VECO

Encuentro Nacional Red Tierra y Canasta – Jambelí

Taller. Mis apuntes del plan de mi mesa:

Plan Hacia Adentro

- Capacitar a la gente en nutrición
- Plan comunicación sobre la alimentación sana y segura
- Pasantillas para ver la realidad del productor
- Recuperar el protagonismo intercambio de saberes
- Establecer espacios para fortalecer los saberes ancestrales
- Fortalecer las relaciones entre organizaciones
- Posicionamiento político
- Giras entre canastas/taleguitas con los productores
- Intercambio de saberes con recetas
- Acceso recurso financiero publico
- Crear un lenguaje entendible en el sistema financiero
- Establecer una política de ahorro comunitario
- Trabajar con jóvenes y niños a la agro ecología
- Recuperar el proceso de consumo
- Tema de contaminación

Fortalecimiento de la Red

- Tener reconocimiento
- Plantear una normativa jurídica
- Fortalecer las alianzas de la red
- Establecer una línea comunicativa interna
- Estrategias para involucrar los jóvenes
- Crear un boletín informativo
- Estrategias de crecimiento de la Red
- Abrir espacios radiales para difundir
- Impulsar campaña Reciclar – Reducir – Reutilizar

Frente el Gobierno (Plan hacia fuera)

- Elaborar proyectos para fortalecer el tema de la agro ecología (incluyendo visitas a las fincas)
- Exigencia sobre la política agrícola
- Reordenamiento del uso de la tierra
- Tener una posición frente los temas: agua, suelo, bosque, y manglar

Para facilitar la formación del plan, escogimos una lidera del grupo (una mujer de la MMO de Machala

Aunque la lidera dirigió el encuentro pequeño, había mucha discusión entre todos de los participantes del grupo y también, la lidera preguntaría las opiniones de cada persona del grupo para asegurar que toda de la gente expresaría sus ideas.

Ideas diferentes de otros grupos: reuniones de coordinación para elaborar el código de ética, convenios entre productores y consumidores, capacitaciones a los agricultores (talleres, giros) sobre la Poscosecha, mejoramiento de la calidad, encuentros para socializar el manejo de los cultivos (entre productores), difusión local (ej. ferias, casas abiertas).

Encuesta para los productores del Segundo Encuentro: Campo-Ciudad*

Nombre del Productor: **Telefono:** ¿Cómo se le puede contactar?
Dirección del Productor: **Correo electrónico:** ¿Su granja es 100% agro ecológico?
Persona de contacto: ¿Es parte de algún grupo o red de productores?

(*Por favor, enumere los productos que produce y luego maque con una "X" los meses en que los productos están de temporada o tiene disponibilidad para entregarlos)

		PRECIO (\$)	Unidad de medida	ene	feb	mar	abril	mayo	junio	julio	ago	sept	oct	nov	
	PRODUCTO														
1	Ejemplo: Papa	\$10	Quintal / Kilo / libra	x	x	x	x								1
2															2
3															3
4															4
5															5
6															6
7															7
8															8
9															9
10															10
11															11
12															12
13															13
14															14
15															15

¿Le gustaría ser parte de la Red y tener un mercado directo y justo con los consumidores de las Canastas?

*Esta encuesta fue formada y usada por COMUNIDEC y la Red de Quito antes de empezar mi proyecto independiente

Tabla 3. Hoja ejemplar de la matriz con los datos de los productores, organizada por producto *

PRODUCTO	Practicas 100% AE AE	LOCALIDAD	REGION	CODIGO PRODUCTOR	PRECIO (\$)	UNIDAD DE MEDIDA	MES(S) DISPONIBLE												CANTIDAD
							ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
ej. Lechuga			Otavalo	P.01.O	0,15	unidad													20 unidades Podemos sembrar de acuerdo a pedidos
Acelga	Si	Eugenio Espejo	Otavalo	P.05.M	0	atado	X	X	X	X	X	X			X	X	X		
Acelga			Otavalo	P.04.MM	1	atado								X					
Acelga	Si		Latacunga	P.01.P	0														
Acelga			Otavalo	P.01.S	0	unidad												70	
Acelga	Si	San Pablo	Otavalo	P.03.MM	0	atado	X				X						X		
Aguacate		Ambuquí	Ibarra	P.02.A		ciento	X					X	X	X					
Aguacate	Si	Chota	Ibarra	P.01.E	10 a 25	ciento		X	X										
Aguacate		Ambuquí	Ibarra	P.03.E	15	ciento													
Aguacate	85%	Juncal	Ibarra	P.05.E	12	ciento	X	X	X	X									
Aguacate	85%	Juncal	Ibarra	P.05.E	22	ciento							X	X	X	X			

*La matriz completa representa 50 productores, 97 diferentes tipos de productos, y con los 50 productores, un total de 264 opciones de productos. Solamente los códigos son estipulados aquí para mantener el derecho a la intimidad de cada agricultor.

Tabla 4. Hoja ejemplar de la matriz con los datos de los productores, organizada por productor*

PRODUCTO	Practicas 100% AE AE	LOCALIDAD	REGION	CODIGO PRODUCTOR	PRECIO (\$)	UNIDAD DE MEDIDA	MES(S) DISPONIBLE												CANTIDAD
							ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
ej. Lechuga			Otavaló	P.01.O	0,15	unidad													20 unidades
Yuca		El Ambuí	Juncal	P.01.A	12	quintal							X						
Yuca		El Ambuí	Juncal	P.02.A	10	quintal	X											X	
Tomate		El Ambuí	Juncal	P.02.A	5 a 10													X	
Aguacate		El Ambuí	Juncal	P.02.A		ciento	X					X	X	X					
Frejol		El Amuí	Juncal	P.02.A	40 a 50	quintal					X								
Aji		El Ambuí	Juncal	P.02.A	5 a 20					X						X			

*La matriz completa representa 50 productores, 97 diferentes tipos de productos, y con los 50 productores, un total de 264 opciones de productos. Solamente los códigos son estipulados aquí para mantener el derecho a la intimidad de cada agricultor.

Tabla 5. Hoja ejemplar de la matriz con los datos de los consumidores, organizada por producto*

Producto	Demandas Total de la Red/Quincenal	Unidad de Medida
Espinaca	276,2	kilo
Frejol	450	libra
Frejol Seco	5915	gramos
Frejol Tierno	6500	gramos
Frutilla	285	libra
Grano Seco	30	libra
Grano Tierno	15	libra
Habas	60	libra
Hierbas	174,7	kilo
Lechuga	31,2	libra
Lechuga especial	20	unidad
Lechuga criolla	46	unidad
Lechuga mixta	20	unidad
Lechuga romana	13	unidad

*La matriz completa representa las demandas de aproximadamente 800 familias de todas las Canastas de la Red de Quito que compra un total de 68 productos diferentes.

Tabla 6. Una Lista de las Canastas de la Red de Quito:

Canasta
La Merced
(Alcantarilla)
El Carmen
Mercado Mayorista
Nina Pacha
San Carlos
San José de
Chilibulo
Zapallo Verde

Tabla 7. Los entrevistados para la encuesta de demandas

Entrevistado	Canasta que representa	Fecha de Encuesta	Manera
Katuska Aguilar Oscar	El Carmen	16/04/2008	en persona
Betancourt	Nina Pacha	22/04/2008	en persona
Pablo Clavijo Alexandra	San José de Chilibulo	18/04/2008	en persona
Maigua	Mercado Mayorista	22/04/2008	por telefono
María Mariño	San Carlos	22/04/2008	por telefono
Emma Kirwan*	Zapallo Verde	18/04/2008	en persona
Sara Latorre*	Zapallo Verde	18/04/2008	en persona
Alexandra Pozo	La Merced (Alcantarilla)	20/04/2008	en persona

*Dieron la información para esta encuesta juntas

Preguntas de la Encuesta de las Demandas de las Canastas:

1. ¿Cuántas canastas son?
2. ¿Cuáles productos compra?
3. ¿Cuál es la cantidad de cada uno?
4. ¿Es quincenal, semanal, u otro?
5. ¿Cuál es el precio de la canasta?

Tabla 8. Los entrevistados para el manual

Entrevistado	Canastas que representa	Fecha	Manera
Katuska Aguilar Oscar	El Carmen	16/04/2008	en persona
Betancourt	Nina Pacha	22/04/2008	en persona
Pablo Clavijo Roberto	San José de Chilibulo	18/04/2008	en persona por correo
Gortaire	Riobamba	Abr-08	electrónico
Emma Kirwan	Zapallo Verde	18/04/2008	en persona
Sara Latorre	Zapallo Verde	18/04/2008	en persona
Alexandra Pozo	La Merced (Alcantarilla)	20/04/2008	en persona
Emily Stout	Muisne	15/04/2008	por teléfono

Preguntas para el Manual (Entrevista Formal):

1. ¿Cuándo empezó?
2. ¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó?
3. ¿Cuáles estrategias tenían éxito o funcionaron bien en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora?
4. ¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Dónde es? Que tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro?
5. ¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es)? ¿Es semanal o quincenal u otro?
6. ¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio?
7. ¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este numero?
8. ¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región?
9. ¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar?
10. ¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?
11. ¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?
12. ¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agroecológicos y cómo trata de hacerlo?

Manual: ¿Cómo empezar una Canasta Solidaria?
Unas experiencias y consejos sobre los principios de una Canasta

Índice

Introducción.....	33
Lista de Canastas Incluidas en Este Manual.....	33
Resumen de Información.....	34
Matrices (Resúmenes de Cada Canasta) con Entrevistas.....	35-56
El Carmen (Katuska Aguilar).....	35-37
La Merced – Alcantarilla (Alexandra Pozo).....	38-40
Muisne (Emily Stout).....	41-44
Nina Pacha (Oscar Betancourt).....	45-47
Riobamba – (Roberto Gortaire).....	48-50
San José de Chilibulo (Pablo Clavijo).....	51-53
Zapallo Verde (Emma Kirwan y Sara Latorre).....	54-56
Matrices (Resúmenes de Cada Canasta) sin Entrevistas.....	57-58
Billivaro (Información de INNOVEG).....	57
Guangal (Información de INNOVEG).....	58
Conclusiones/Sugerencias.....	59-60
“Empezando una Canasta” (provisto por INNOVEG).....	61
Lista de Contactos.....	62
Áreas para trabajo futuro.....	62
Recursos Recomendados.....	62

Introducción:

Las canastas solidarias están trabajando mucho en la difusión, la comercialización, y la implementación de programas informales de certificación para las cosechas agro ecológicas. Estas tres cosas pueden sensibilizar la gente sobre la comida más sana y segura y pueden promover las comidas menos procesadas. También, estos objetivos pueden facilitar las vinculaciones entre los productores y las canastas. Sin embargo, ¿Cómo puede capacitarse y vincularse la gente que todavía no tiene una canasta? Este manual incluye las experiencias, los consejos, y los métodos y estrategias de unas canastas que ya existen para ayudar la gente que querría empezar una canasta pero no sabe ni cómo ni dónde empezar este trabajo.

Lista de Canastas Incluidas en este Manual:

Billivaro - Información de INNOVEG

El Carmen (un barrio de Quito y parte de la Red de Quito) – Información de Katiuska Aguilar

Guangal - Información de INNOVEG

La Merced – Alcantarilla (un barrio de Quito y parte de la Red de Quito) – Información de Alexandra Pozo

Muisne (Muisne, Ecuador. Una canasta atípica porque ahora consiste solamente de productores) – Información de Emily Stout

Nina Pacha (una escuela en Quito y parte de la Red de Quito) – Información de Oscar Betancourt

Riobamba (en el barrio Primera Constituyente de Riobamba) – Información de Roberto Gortaire

San Jose de Chilibulo (un barrio de Quito y parte de la Red de Quito) – Información de Pablo Clavijo

Zapallo Verde (en Quito y parte de la Red de Quito) – Información de Emma Kirwan y Sara Latorre

Un Resumen de la información de 8 canastas (de 6 entrevistas personales, 1 encuesta, y 2 documentos del proyecto INNOVEG)*:

# de Familias	Localidad	Frecuencia de la canasta	Día de canasta	Escala de precios (\$)	# de Productos	Tipo de área	Clases económicas de la gente	Composición de la gente	La escala de apoyo	Productos vienen de
10 a 190	-Riobamba -Muisne - Varios barrios de Quito	-Semanal -Quincenal -Mensual	-Miérc. -Viernes -Sábado	5 a 10	10 a 20	-Urbana -Rural -Intersección (ni completamente urbana ni completamente rural)	-Baja -Media -Media-Alta	-Consumidores buscando productores -Consumidores con relaciones directas con los productores - Consumidores que son productores pero complementan lo que cultiva con productos del mercado -Solamente productores buscando consumidores	-Red de Canastas -Experiencia de otra Canasta -Org./ proyecto -Nadie	-Solamente del mercado -De sus mismos y también del mercado -Solamente de productores agro ecológicos/ orgánicos -Una mezcla de productos orgánicos/ agro ecológicos y del mercado.

*Margen de Tiempo (de empezar): La primera empezó en 2002 y la última todavía no ha empezado

Canasta: El Carmen (Quito) – Información de Katuska Aguilar

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: El Cabildo de Mujeres fue preocupado con la desnutrición de la ciudad. El municipio dio dinero (\$27,000) a la ONG La Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios para ayudar con la formación de una canasta. Dirigió talleres sobre la nutrición y el proceso de la canasta. Vecinos Mundiales también ayudó con este proyecto, pero las dos solamente ayudaron por el primer año. Empezó con 25 familias. Dos fines de semanas fueron dedicados a la difusión. Había mucha difusión por “boca a boca”, después de un año tenía un programa de radio, había 2-3 entrevistas en los periódicos.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afiliado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
22/10/02	Compras: Mercado Mayorista Distribución : La Casa Barrial	Sábado (Quince nal)	\$6,50 (empezó con \$5).	15 (7 son fijos)	No hay productores muy cerca y porque es una canasta completamente urbana, los consumidores necesitan comprar todo.	No (es la segunda del país y la primera de Quito)	Es más fácil tener las relaciones directas con los productores.	Apoyo de COMUNID EC para la sensibilización.	Ahora, los productos no son agroecológicos. Está trabajando con la campaña Come Sano, Seguro, y Soberano. (Esperan que eventualmente ayudará formar y fortalecer las relaciones con productores agroecológicos, pero a hora es muy caro. No hay suficiente productores agroecológicos).

1. ¿Cuándo empezó? 22 de octubre, 2002

2. ¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó? En Quito, el Cabildo de Mujeres (una organización apoyada por el municipio de Quito) pensaba que un gran problema de la ciudad era la desnutrición. La Comisión de Equidad de Género (una comisión del municipio) conoció un poco sobre la Canasta de Riobamba. Llamaron un concurso de organizaciones que trabajaban en la nutrición y los derechos de consumidores. Además, el municipio dio dinero (\$27,000) a la ONG La Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios para ayudar con este proyecto. Dirigió unos talleres sobre la nutrición y el proceso de la canasta. También habían unos cursos de la capacitación y tenía unos recursos (ej. gavetas y una computadora). Un objetivo para La Tribuna había sido la sistematización de este proyecto y la canasta, pero no la hizo. Vecinos Mundiales también ayudó con este proyecto (pero las dos organizaciones solamente ayudaron por el primer año). Cinco barrios fueron invitados, pero solamente El Carmen continuaba con la formación de una canasta. Empezó con 25 familias. Dos fines de semanas fueron dedicados a la difusión. En 2003, el número de familias ha crecido a 80 (la mayoría de la difusión era “boca a boca”). Después de este año, tenía un programa de radio sobre la canasta y había 2-3 entrevistas en los periódicos y el número de familias creció. En 2004, había 650 familias. Ahora, hay 190 familias, porque de las 650 familias, había muchas personas que venían de muy lejos para asistir a las canastas, pero eventualmente formaron unas canastas en sus propios barrios (o por lo menos en barrios más cerca a sus casas).

3. ¿Cuáles estrategias tenían éxito en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora? En el primer día de la canasta, estaban en la casa barrial desde las 14.00 hasta que 22.00 porque no sabían cómo hacer una canasta. También la gente se peleaba mucho. También había un día cuando empezaron a las 3.00 y terminaron a las 17.00, porque había una cadena muy larga de intermedios. Ahora, la canasta paga 8 días antes del día de la canasta y durante del día de canasta, la gente puede recibir la comida. También cuando empezaron, había muchas equivocaciones en las canastas (porque una persona pondría todos los productos en cada canasta). Ahora, cada persona tiene su propia canasta y hay una persona para dar un tipo de producto a cada persona con una canasta para evitar estas equivocaciones. Consejo: Compra más por una vez (porque el transporte cuesta menos por un viaje grande de productos). También, la sensibilización sobre la calidad de comida es importante. Dificultades: 1. “No puedes concretar las relaciones con los productores”, porque el transporte es difícil (puede ser lejos y caro), los productores no son organizados y no tienen la producción planificada. 2. El Mercado, porque hay mucha variedad en los precios (por especulación, un precio puede cambiar solamente durante de un día) pero el precio de la canasta es fijo. También la calidad de los productos puede ser muy mala (por el uso de agroquímicos y porque muchos son importados y los que no son importados son muy caros porque no hay muchos productos nacionales ahora).

4. ¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Qué tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro? La canasta usa la casa barrial de El Carmen. Es la casa barrial del comité de este barrio, y este comité ayudó en la formación de esta canasta. Por eso, puede usar este edificio cada quincenal.

5. ¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es)? ¿Es semanal o quincenal u otro? Los miembros decidieron en el sábado, porque las ferias son los martes y viernes (y querían los productos frescos y la gente no trabaja en los sábados). Es quincenal porque es mucho trabajo para organizarla cada semana.

6. ¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio? \$6,50 (pero empezó con un precio de \$5). Decidió en \$5 originalmente porque La Tribuna hizo un estudio del mercado. Determinó cuales productos eran necesarios cada semana (ej. la papa y la zanahoria) y

cuánto dinero era necesario para comprar estas cosas. Sin embargo, con los crecimientos de los precios en el mercado, ha crecido el precio de la canasta también.

7.¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este numero? Hay 15 productos. 7 son fijos: 10 lb. papas, 1 lb. limón, 1 atado cebolla blanca, 2,5 lb. tomate riñon, 1 lb. chochos, 1,5 lb. paitaña, 1,5 lb. zanahoria) y 8 cambian cada quincenal (dependen en el precio temporada del producto y siempre son agrícolas).

8.¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región? No hay productores muy cerca de Quito (como en Riobamba, la cual tiene muchos productores en Chimborazo). Por eso, es más difícil encontrar productores. También la vida es más cara, porque toda la gente de la canasta es urbana y necesita comprar toda de su comida.

9.¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar? No y era la segunda canasta del país y la primera de Quito.

10.¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente? Ser parte de la red ayuda mucho. 15 canastas fueron invitadas para hacer una red originalmente, pero solamente 8 aceptaron estas invitaciones. Las 7 que no querían ser parte de la red tenían el apoyo del municipio, lo cual hizo todas las compras para las canastas. Cuando el municipio terminó su apoyo, las canastas independientes no sabían cómo hacer todo en el mercado solas y no sobrevivían. Las canastas deben ser iniciativas soberanas pero comunitarias. Además, es mucho más fácil formar las relaciones directas con los productores cuando una canasta se junta con otras canastas.

11.¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento? Tiene el apoyo de COMUNIDEC ahora. Ayuda con la capacitación para mejorar la calidad de la comida y valorar la producción nacional. Coordina visitas a las fincas y organiza los talleres. También ayuda con la conformación de la red.

12.¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agroecológicos y cómo trata de hacerlo? La agro ecología es un concepto nuevo y por eso es un concepto nuevo para la canasta también, pero decidió tratar de incorporar más productos agro ecológicos para mejorar la salud y el medio ambiente. Sin embargo, es difícil porque los productos son más caros y hay pocos productores agro ecológicos. La introducción de estos tipos de productos empezó con el contacto con la familia de René Vela y Soraya Lozano. También participa en la campaña Come Sano, Seguro, y Soberano (Riobamba, ya un participante, invitó El Carmen). La canasta espera que haya más conexiones con los productores eventualmente por su trabajo con la campaña.

Canasta: La Merced (El Barrio Alcantarilla)

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Con la ayuda del proyecto INNOVEG (comenzó en marzo 2007). Uno de los objetivos de este proyecto era: mejorar la nutrición y por eso decidieron empezar unas canastas. Elaboraron un cuestionario sobre lo que consumaba la gente de esta área y determinaron las deficiencias nutricionales. Hicieron una lista de cosas que toda la gente compraba decidieron en los productos para la canasta. La coordinadora tenía contactos con la Canasta El Carmen y por eso, fueron invitados a un encuentro para la formación de la Red de Quito. Allí hizo contacto con Katuska Aguilar de El Carmen. Ella ayudó la canasta con su primera compra.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afiliado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
28/08/07	<u>Compras:</u> Mercado Mayorista <u>Distribución</u> : La Casa Barrial	Viernes (Mensual)	\$10,00 (incluyendo \$2,00 para el transporte al mercado)	Aprox. 17	La gente es de una zona de intersección (rural y urbana) y por eso pueden cultivar unas cosas pero necesitan comprar el resto en el mercado.	El Carmen (para organizarse, hacer las primeras compras, y tener acceso al Mercado Mayorista)	Ayuda mucha (con los contactos)	Sí, el Proyecto INNOUEC (para empezar). Provee el financiamiento para la primera canasta y la organización.	No compran productos agroecológicos, pero cada familia cultiva unos productos agroecológicos para su propia familia.

1. ¿Cuándo empezó? 28 de agosto 2007

2. ¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó? Empezó con la ayuda del proyecto INNOVEG (comenzó en marzo 2007). Tenía tres objetivos para fortalecer la seguridad alimentaria: 1. Cosechar de agua 2. Mejorar la nutrición 3. Conservar la zona agroforestería. Por el objetivo de la nutrición, decidieron empezar unas canastas. Elaboraron un cuestionario sobre lo que consumaba la gente de esta área, las cantidades, etc. y determinaron las deficiencias nutricionales. Hicieron una lista de cosas que toda la gente compraban y la tabularon (ej. toda la gente compraba el tomate riñon y por eso decidieron incluir el tomate en la canasta). La coordinadora tenía contactos con la canasta El Carmen y por eso representantes fueron invitados a un encuentro para la formación de la Red de Canastas de Quito. Allí el proyecto hizo contacto con Katuska Aguilar de El Carmen, y ella ayudó el proyecto (enseñó cómo empezar y ayudó la canasta con su primera compra). También el proyecto preguntó a ella si podían comprar sus productos al Mercado Mayorista.

3. ¿Cuáles estrategias tenían éxito o funcionaron bien en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora? Es necesario tener un grupo familiar, de amigos, etc. que tiene una visión de compartir. Es más fácil cuando toda la gente participa (es necesario una gente vocal).

4. ¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Dónde es? Que tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro? Usa la casa barrial (necesitan caminar 30 a 40 minutos para llegar pero es central para la gente) y compran en el Mercado Mayorista (más barato y más fácil porque ya otras canastas compran allí). Otra canasta en la área usa la casa de un miembro.

5. ¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es?); ¿Es semanal o quincenal u otro? Viernes (porque por el sábado, los productos son más maltratados) y los productores vienen los viernes. Entonces, los productos son frescos y hay más cantidad y son menos costosos. Es mensual.

6. ¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio? \$10 (incluyendo \$2,00 para el transporte al mercado, cubierto por el proyecto para la primera canasta). Ellos decidieron en este precio. Habían querido \$8,50 con el transporte, pero no podían comprar las frutas con este precio y querían las frutas.

7. ¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este número? Usualmente compran aproximadamente 17 productos (y decidieron en el precio de la canasta que nunca cambia no en la cantidad de productos. El número de productos solamente depende en este precio).

8. ¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región? Es una zona de intersección (entre rural y urbana). Por eso, pueden cultivar unas de sus cosechas y no necesitan comprar todo en el mercado (entonces, cuando los precios del mercado son demasiados altos no dependen en el mercado, pueden comer lo que cultivan por este periodo). También, en sus propios cultivos, no usan químicos y usan los animales para fertilizar los suelos. Por eso, aunque no pueden comprar los cultivos agroecológicos en los mercados por los precios la dificultad de encontrar productores, pueden comer la comida agroecológica de sus tierras. Solamente necesitan comprar las cosas que no pueden cultivar y que necesitan para tener acceso a todos los elementos y minerales necesarios (por ejemplo, no tienen acceso a las hortalizas, los cereales, trigo, harinas, cebada).

9. **¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar?** Sí, El Carmen ayudó con la organización, las primeras compras, y con el acceso al Mercado Mayorista.
10. **¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?** Bien importante para establecer los contactos (es particularmente importante para los productores).
11. **¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?** Para empezar, tiene la ayuda del proyecto INNOVEG para la organización y un poco de financiamiento. Piensa que el financiamiento es importante como un empuje para la gente (pero no es completamente necesario, porque la mayoría del dinero, 80%, viene de la gente). La ayuda para la organización es crítica. Se puede formar una canasta sin la ayuda de una organización, pero más al nivel familiar y no una canasta de \$10 dólares, pero si una canasta de menos dinero.
12. **¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agroecológicos y cómo trata de hacerlo?** Todavía solamente compran sus productos en el mercado, pero Alexandra dijo que ella quiere que los productos agroecológicos sean prioridades en el futuro. Sin embargo, es difícil porque las mujeres de la canasta no tienen mucho tiempo para salir sus hijos y la casa para hablar con los productores ni tienen mucho dinero para comprar los productos agroecológicos. Ahora, el foco del proyecto es incluir los productos que ayuda con el mejoramiento de la nutrición (ej. la zanahoria y los chochos que estos consumidores no cultivan) y que llenan el estomago y dan energía para un día de trabajo. Aprendan cultivar sus productos en maneras agroecológicas pero todavía no compran nada agroecológica (con la excepción de los aguacates, provistos por una representante de la canasta, Yolanda Moposita, que cultivan unos pocos productos no para el mercado). Ahora, no pueden comprar directamente de los productores porque no es una canasta muy fija ni sería. A veces, no hay suficiente dinero para comprar solamente en el mercado y la gente dice dos días antes del día de la canasta que no pueden pagar. Por eso, no pueden llamar los productores con las demandas de productos y deciden el día de canasta (cuando los productores ya han llegado y han pagado dinero para el transporte) que no pueden pagarlos. Sin embargo, hay mas flexibilidad en este tipo de canasta y por eso, es posible que no cambiaran este estilo porque quizás funciona mejor para este grupo de consumidores.

Canasta: Muisne – Información de Emily Stout

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: La Fundación de Defensa Ecológica (FUNDECOL) está organizando esta canasta. FUNDECOL estaba trabajando en la conservación de los ecosistemas de Muisne (particularmente los mangles) pero también empezó trabajando en las estrategias del desarrollo alternativo (las que no explotarían los recursos naturales del área) con un foco en la agricultura orgánica. Desarrollaron conexiones entre la organización y los productores. Por eso, el desarrollo de esta canasta empezó con los productores y no con los consumidores. FUNDECOL proporciona apoyo organizacional, pero ahora también proporciona el dinero para los costos iniciales para la canasta. Sin embargo, esperan que eventualmente la canasta sea sostenible y que FUNDECOL no tenga un papel en la canasta. Ahora, FUNDECOL busca los consumidores.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afiliado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
Todavía no hay una canasta. Organización empezó hace un mes y la difusión el 12 Abril, 2008	<u>El Plan:</u> Usar la casa de FUNDECOL	No han decidido	\$5,00	No han decidido	Solamente hay productores porque empezó como una esfuerzo de conservación.	Invitaciones a los encuentros (particularmente de la de Riobamba)	No relevante a este grupo ahora	FUNDECOL (pero solamente para ayudar)	Están tratando de promocionar la agroecológica (y FUNDECOL ha trabajado en esto por diez años con estos productores)

Canasta: Muisne

1. When did it begin?

(It has not officially begun yet. It is currently being developed now). Plans for the canasta began one month ago, but it was officially launched on April 12th (though no canasta has actually taken place yet). On April 12th they began “socializing” and publicizing the canasta (what a canasta is, the produce that they had, agroecological fairs, etc.). They have had three agroecological fairs (but only one was officially to promote the canasta).

1. ¿Cuándo empezó? Todavía, no ha empezado oficialmente. Ahora, está desarrollando. Los planes para la canasta empezaron hace un mes, pero la canasta fue iniciada oficialmente el 12 de abril (aunque todavía no ha sido una canasta). En el 12 de abril, empezaron “socializar” y promocionar la canasta (qué es, los productos que tenían, las ferias agroecológicas, etc.). Habían tres ferias agroecológicas (pero solamente una era para promocionar la canasta).

2. How did it begin? How was it organized? It is currently being organized by la Fundación de Defensa Ecológica (FUNDECOL), which is trying to protect/conservate the area of Muisne (particularly the mangroves threatened by shrimp farming and the tropical forest of the area). However, through these conservation attempts, they also began working on alternate development strategies (those that would not exploit the natural resources of the area). They particularly focused on organic agriculture. Through this work, they developed many connections with the producers of the area, so the development of the canasta is actually beginning with the producers rather than the consumers. FUNDECOL is mostly organizational support, but right now they are providing money for the initial costs for this canasta. However, they hope for the canasta to be eventually self-sustaining and to have no role at all. They are currently looking for consumers. They have encountered a lot of interest from both consumers and producers in developing this canasta, but their biggest current issue is that the farmers do not entirely understand the concept of a Canasta and they want to continue with their farmers markets. However, canastas have a huge economic advantage over these farmers markets or agroecological fairs, because while they require a lot of organization, once they get going they require less effort, they are less expensive, and they don't involve the time and money needed to publicize and organize every time.

2. ¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? Ahora, la Fundación de Defensa Ecológica (FUNDECOL) está organizando esta canasta. Esta fundación estaba trabajando en la protección/conservación del área de Muisne (particularmente los mangles, amenazados por la industria camarón, y el bosque tropical). Sin embargo, por los esfuerzos de conservación, empezó trabajar en las estrategias del desarrollo alternativo (las que no explotarían los recursos naturales del área). Particularmente, su foco era la agricultura orgánica. Por este trabajo, desarrollaron conexiones entre la organización y los productores. Por eso, el desarrollo de esta canasta empezó con los productores y no con los consumidores. FUNDECOL proporciona apoyo organizacional, pero ahora también proporciona el dinero para los costos iniciales para la canasta. Sin embargo, esperan que eventualmente la canasta sea sostenible y que FUNDECOL no tenga un papel en la canasta. Ahora, FUNDECOL busca los consumidores. Hay mucha interés (de ambos los consumidores y los productores) en la creación de una canasta, pero su problema más grande ahora es que los productores no entienden completamente el concepto de una canasta, quieren continuar con sus ferias. Sin embargo, las canastas tienen una ventaja económica más grande, porque las ferias requieren mucha más organización (continuamente) y mucho dinero para promocionar y organizar para cada feria. También, una canasta garantiza un grupo de consumidores constante.

3. In the formation of this Canasta, which strategies have been successful and which have not been successful? Or, advise for those trying to start a Canasta now? Because the formation of this canasta is still in progress and because it is not being formed traditionally (from the consumer side) there were not a lot of strategies that she could share. However, she did say that finding consumers was facilitated by invitations to canasta events through FUNDECOL. It is easier to publicize with the help and backing of a well known organization. It is a lot of work to publicize, but it is not difficult to find people who are interested (because the majority of people are in the same situation...there is not enough food at affordable prices). Strategies they have used to publicize include: brochures which describe what a canasta is because many don't know and also outline its benefits, radio bulletins, megaphone announcers. This is not in place, but she thinks that a sponsor system would be ideal. Canastas already set up should help out currently forming canastas. Publicity costs and transportation costs can be great. They need to start with the basics (even beginning from the producer side) because very few people are interested in agro ecology. People are just trying to get food cheaply, so they need to start with practicalities first: determining how much do people eat and how much can they afford to pay.

3. ¿Cuales estrategias han tenido éxito o han funcionado bien en el desarrollo de la canasta y cuales no? O, consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora? Porque la formación de esta canasta no ha terminado y porque no fue formado tradicionalmente (por los consumidores). No habían muchas estrategias que ella podía compartir conmigo. Sin embargo, me dijo que las invitaciones a los eventos de las canastas (por FUNDECOL) ayudaron en la búsqueda de los consumidores. Es más fácil promocionar con la ayuda y el apoyo de una organización bien conocida. Es mucho trabajo promocionar, pero no es difícil encontrar la gente interesada (porque la mayoría de la gente comparte la misma situación: no hay suficiente comida con los precios justos). Estrategias que han usado para promocionar incluyen: folletos, los cuales describen qué es una canasta porque muchas personas no saben, el radio, y anuncios por megáfono en las calles. Aunque todavía no existe, ella piensa que un sistema de patrocinador sería ideal (canastas que ya existen ayudarían las canastas que tratan de organizarse). Los costos de la promoción y de transporte pueden ser muy grandes. Necesitan empezar con lo fundamental, porque la mayoría de la gente no tiene interés en la agro ecología. La gente está tratando de obtener la comida barata. Por eso, necesitan empezar con lo fundamental: determinar cuanta comida comen y cuanto dinero pueden pagar para la comida.

4. How did members decide where to have the canasta or how did they obtain the place where they have it? Since they are just beginning, they have not gotten this far. However, FUNDECOL does have a house that could be used for the canasta (even after this project is finished), so all products could be brought here and collected here on canasta days.

4. ¿Cómo decidieron donde tener la canasta? ¿O cómo obtuvo el lugar y dónde es? Porque todavía están empezando, no lo han decidido. Sin embargo, FUNDECOL tiene una casa que la canasta puede usar (también después de la terminación del proyecto). Pueden llevar todos los productos a la casa.

5. How did they decide on which day to have the canasta? It is weekly or every 15 days or does it take place over a different time frame? Ideally, it would be most practical to have the canasta every 15 days. However, it might be too difficult to organize with all of their other current responsibilities, so it looks like it will probably be monthly.

5. ¿Cómo decidieron en el día de la canasta? Es semanal o quincenal u otro? Sería lo más práctico tener una canasta quincenal. Sin embargo, podría ser demasiado difícil organizar un quincenal porque FUNDECOL tiene muchas responsabilidades. Por eso, probablemente sería una canasta de cada mes.

6. How did they decide on the price of the canasta and what is it? The price is set at 5 dollars by FUNDECOL (though it is still being discussed and can be since nothing has actually begun). This price was chosen by looking at price ranges of canastas (usually 5 to 10 dollars, though rarely as high as 10 dollars), but the people simply “do not just have 8 dollars on them” that they can use to pay for food. 5 dollars was what they decided the people in the area could afford.

6. ¿Cómo decidieron en el precio y qué es? El precio fue determinado por FUNDECOL (\$5,00), pero todavía hay unas discusiones sobre el precio, porque todavía no ha sido una canasta. El precio fue escogido porque la escala de precios es usualmente entre 5 a 10 dólares, aunque no es común tener una canasta de 10 dólares. Pero, la gente simplemente no tiene 8 dólares para pagar para la comida., pero decidieron que la gente puede pagar 5 dólares cada 15 días (o mes).

7. Are there specific adaptations that this canasta has needed to develop based on the particular group that organized it or the region where it developed? Transportation is a particularly great issue. Transportation is very expensive (there are a wide range of areas that need to be reached in Muisne) and currently the costs are being covered by FUNDECOL, but they will need to be transferred to the consumers eventually. Producers came first, so what they need to try to organize now are interested consumers.

7. ¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región? El transporte de los productos es un tema muy problemática. Es muy caro (hay muchas áreas en Muisne) y ahora los costos son pagados por FUNDECOL, pero eventualmente sería necesario transferir los costos a los consumidores. Porque los productores ya están, lo que necesitan hacer es encontrar y organizar los consumidores.

8. Is it agro ecological or trying to be? How has it accomplished this or how is it trying to accomplish this? Since it began with a group of (more or less) agro ecological farmers, it generally is. There has been some chemical use in the past, but they are trying to make it be agro ecological (and FUNDECOL has been working on this for at least the past ten years) However, they are trying very hard to promote the idea of agro ecological food, because right now no one really cares about it. The consumers are just trying to get food cheaply, so really this canasta is just starting with the basics: determining how much people eat and how much they can afford to pay.

8. ¿Es agro ecológica o esta tratando de ser agroecológica? Como ha tenido éxito o como está tratando de hacerlo? Porque empezó con un grupo de productores (más o menos agroecológico), generalmente sería una canasta agroecológica. Ha sido un poco del uso de los químicos en el pasado, pero están tratando de promocionar la agroecológica (y FUNDECOL ha trabajado en esto por diez años). Necesitan empezar con lo fundamental, porque la mayoría de la gente no tiene interés en la agro ecología. La gente está tratando de obtener la comida barata. Por eso, necesitan empezar con lo fundamental: determinar cuanta comida comen y cuanto dinero pueden pagar para la comida.

Canasta: Nina Pacha (información de Oscar Betancourt)

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Empezó cuando la escuela Nina Pacha comenzó. Los hijos de Oscar asisten a esta escuela y porque ha trabajado con las canastas y sabe mucho sobre el proceso de la canasta, decidió empezar una canasta con unas familias de la escuela. Hay un grupo coordinador (unos padres de las familias que participan) y ellos envían las demandas de cada familia a los productores, pero los productores traen todos los productos directamente a la escuela y los niños ayudan con la asamblea de las canastas.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afilado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
Sep. 2007	La Escuela Nina Pacha con un productor de Latacunga	El Martes (la mañana)	Varia (pero usualmente entre 6 y 8 dólares)	Varia con cada familia cada semana (pero escogen de 30 productos)	Solamente compra los productos orgánicos/agroecológicos, los consumidores son de la clase media, usa una escuela para sus canastas.	No	No, pero ayuda con los contactos y la difusión	No	Si. Solamente compra productos orgánicos y agroecológicos de un productor.

1. **¿Cuándo empezó?** Septiembre 2007
2. **¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó?** Empezó cuando la escuela Nina Pacha comenzó. Los hijos de Oscar asisten a esta escuela y porque ha trabajado con las canastas y sabe mucho sobre el proceso de la canasta, decidió empezar una canasta con unas familias de la escuela. Hay un grupo coordinador (unos padres de las familias que participan) y ellos envían las demandas de cada familia a los productores, pero los productores traen todos los productos directamente a la escuela y los niños ayudan con la asamblea de las canastas.
3. **¿Cuáles estrategias tenían éxito o funcionaron bien en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora?** Un problema grande es crear los horarios de entrega con los productores. Es importante, desde el principio, firmar un convenio entre los consumidores y los productores para establecer la comercialización. También, el grupo coordinador debe tener miembros de una variedad de familias, no solamente uno, porque la canasta necesita ser solidaria del grupo, no solo de una familia. Además, es importante que haya mucha participación. Por eso, los productores traen los productos a Nina Pacha para que los niños de cada familia participen. Es importante tener varias alternativas de productores, porque si se pierda el único productor, la canasta terminará.
4. **¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Dónde es? Que tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro?** Los productores traen los productos a la escuela Nina Pacha. No es inconveniente para los productores porque la escuela también compra estos productos porque los niños de la escuela comen el almuerzo a la escuela y la escuela se sirven estos productos cada día. También los productores venden sus productos a unos restaurantes en Quito. Porque los productos llegan directamente a la escuela, los niños pueden ayudar con la asamblea de la canasta de su propia familia. Después, pueden llevar las canastas a sus casas por el transporte de la escuela. Por eso, no hay costos adicionales para el transporte.
5. **¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es)? ¿Es semanal o quincenal u otro?** Decidieron en los martes porque en los martes ya vienen estos productores para vender sus productos a la escuela y a los restaurantes en otras partes de Quito. Es una canasta semanal (pero las familias deciden cada semana si necesitan comprar cosas o no entonces no cada familia compra una canasta cada semana pero siempre hay alguien que compra una canasta cada semana).
6. **¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio?** Varía, porque cada familia escribe cada semana (2-3 días antes de la canastas) lo que quiere. Sin embargo, usualmente el precio es entre 6 y 8 dólares.
7. **¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este numero?** Este número cambia con cada familia cada semana. El grupo coordinador colecta toda la información de cada familia antes de la canasta y envía esta información a los productores. Porque es una canasta bien pequeña, el cambio en demandas cada semana no afecta las ofertas de los productores.
8. **¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región?** Involucra una escuela primaria, solamente compra productos orgánicos y agroecológicos, los consumidores son de la clase media/media-alta. Porque son pocas familias, tienen pedidas pequeñas y exclusivas.

9. **¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar?** No, porque Oscar ya sabía mucho sobre las canastas.
10. **¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?** Ayuda mucho (con los contactos y para la difusión) pero no es necesario. Una canasta puede ser independiente pero en una escala más pequeña.
11. **¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?** Independiente pero parte de la Red de Canastas.
12. **¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agroecológicos y cómo trata de hacerlo?** Desde el principio. Porque es una clase media, puede pagar para estos productos que son un poco más caros, pero realmente no son mucho más caros que los del mercado convencional (y la calidad es mucho mejor). Porque son pocas familias, sus pedidos son pequeñas. Por eso, era más fácil comercializar con los productores (y porque era parte de la Red, encontró un productor fácilmente).

Canasta: Riobamba (de Utopía y la primera del barrio Primera constituyente) - información de Roberto Gortaire

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Utopía: la gente respondió a la crisis económica que generó la dolarización. “Se trataba de resolver una necesidad concreta (alimentos) y mediante un mecanismo que abarate el costo.”

Primera constituyente: una comunidad eclesial de base (grupo de reflexión católica) se reunía semanalmente para su reflexión y sus niños “jugaban a la “comidita”, compartiendo cosas que traían de sus casas.” Decidieron usar el juego de los niños para obtener más comida por la organización y la cooperación de la gente. Para sus primeras compras, “lograron conseguir 3 veces más comida que la que podían conseguir individualmente.”

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afiliado con una Institución?	¿Tiene productos/ objetivos agroecológicos?
Canasta Comunitaria “Utopía”- 2000 Primera constituyente de Riobamba – 1987 (ya no existe)	Una calle (el municipio nos autorizó) pero al principio usaban un garaje	El sábado (quincenal) porque es el día de feria	\$7,50 (por decisiones compartidas en asamblea por la organización)	20 (antes tenía hasta 28.) Prefiere la variedad, otros grupos prefieren reducir el número y aumentar la cantidad	“Cada grupo tiene su particularidad, lo cual en términos de red es una gran ventaja porque todos nos beneficiamos de experiencias diferentes.”	No (era la primera)	“Cada grupo es autónomo y funciona independientemente, pero al estar en la red se siente una fuerza nacional importante y hay ventajas concretas”	No. “Para que una canasta exista y sea parte de la red tiene que ser autónoma y autocentrada, tiene que ser independiente absoluta en términos financieros”	Sí.

1. ¿Cuándo empezó?

Bueno, hablemos primero de la Canasta Comunitaria de Riobamba, o Canasta Comunitaria “Utopía” como nos conoce mucha gente. Se trata de una organización de consumidores que iniciamos nuestra práctica en el año 2000 e inicialmente fue conformada por 7 familias que estaban vinculadas a la fundación Utopía (de ahí el nombre)

También es necesario hablar del origen de las canastas que se remonta 21 años atrás: Esto fue en el barrio 1º constituyente de Riobamba cuando un grupo de 25 familias del barrio iniciaron la 1º experiencia de canastas que conocemos y que en su momento denominaron Solidaridad, lastimosamente este grupo dejó de funcionar luego de 12 años, pero nuestra Canasta de Utopía retomo esa experiencia con una dimensión mayor y con una organización más estructurada.

2. ¿Como empezó? (¿Como fue organizado?)

Entre los compañeros de Utopía surgió la iniciativa debido a la crisis económica que generó la dolarización implementada en el país. Se trataba entonces de resolver una necesidad concreta (alimentos) y mediante un mecanismo que abarate el costo, es decir, en principio se trataba de ahorrar, sin embargo, al poco tiempo se vio la fuerza de la organización popular, se vio que esta podía ser una gran alternativa para ampliar a la ciudadanía y fortalecer las organizaciones urbanas, entonces se multiplicó llegando en algún momento a integrar a 300 familias.

En el caso del grupo Solidaridad: se trataba de una comunidad eclesial de base (grupo de reflexión católica) que estaba animada en ese entonces por la fuerza de Proaño². Mientras el grupo se reunía semanalmente para su reflexión, sus niños jugaban a la “comidita”, compartiendo cosas que traían de sus casas. En algún momento, mientras la reflexión trataba de la famosa “multiplicación de los panes y los peces”, se ocurrió a los adultos hacer el ejercicio imitando al juego de los niños para ver si el “milagro” se replicaba; es así que ocurrió, “el milagro de la solidaridad”. La primera vez lo hicieron aportando 250 sucres cada familia, y cuentan que en aquella ocasión lograron conseguir 3 veces más comida que la que podían conseguir individualmente. Así inicia toda esta historia.

3. ¿Cuales estrategias tenían éxito en el desarrollo de la canasta y cuales no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora?

Después de tantos años nos dimos cuenta que el objetivo nuestro no es ahorrar, esa es una consecuencia del trabajo comunitario, de la organización, esto quiere decir que el objetivo de una canasta es formar comunidad, generar una organización. Hacer una canasta no tiene ninguna complejidad (juntarse entre vecinos y amigos, hacer una colecta de dinero e ir juntos a la plaza para comprar al por mayor), el reto es darse cuenta de que lo que estamos haciendo es un acto político, un acto que puede ser hasta “subversivo”. Consejos:

1. Desde el principio hay que marcar que todos trabajen, todos decidan y todos participen. Nadie da haciendo nada, tiene que estructurarse el trabajo desde el principio para que nadie se sobrecargue de tareas. Los turnos de trabajo deben ser rigurosos.
2. Cada jornada de encuentro ha de ser una fiesta, no un “sacrificio” o un “castigo” que toca hacer para llevar la canasta a la casa. Es importante enriquecer el ambiente de trabajo con música, promover otras actividades en el grupo como fraternizar, fiestas, giras, paseos, talleres, festivales de comida, etc.
3. Transparencia en el manejo de dinero. Debe manejarse con total apertura, todos deben conocer con precisión cuando dinero se mueve en cada jornada, y esta tarea debería ser rotativo y obligatoria para todos.

² Monseñor Leonidas Proaño, obispo de Riobamba, muy reconocido por su labor profética, popular en el marco de la Teología de la Liberación

4. Es clave vincularse a las otras canastas, ser parte de la red, integrarse para no morirse. Hay muchos grupos de canastas que andan solos por ahí, se ahorra un poco de plata, pero después de un tiempo se aburren y se cansan, por eso es importante estar articulados al proceso de red.

4. ¿Como decidieron donde tener la canasta? O, ¿Como obtuvieron el lugar y cual tipo de lugar es...una casa, una casa barrial, otro?

En nuestro caso es una calle, en algún momento fue un garage que luego nos quedó chico, usamos la calle porque las condiciones se dieron favorables, el municipio nos autorizó. Otros casos ocupan un garage, un colegio, un parque. En realidad depende de cada caso, pero resulta interesante recuperar el espacio público para una actividad comunitaria.

5. ¿Cual dia es la canasta? y ¿Como decidieron en este dia?

Es el sábado cada quince días, otros grupos lo hace cada semana pero la mayoría es quincenal. En nuestro caso es el sábado por que es el día de feria en la ciudad, casi todos operan de la misma manera.

6. ¿Es una canasta quincenal o semanal u otro?

Ya conteste

7. ¿Cual es el precio de la canasta? y ¿Como decidieron en este precio?

En nuestro caso 7.50 USD, son decisiones compartidas en asamblea por la organización, en realidad no es tan difícil, hay que hacer la práctica directamente y ver que decide la gente según su práctica, no hay que hacerse lio.

8. ¿Cuantos productos hay en la canasta, y como decidieron en este numero?

Hoy son más o menos 20 productos, antes teníamos hasta 28. En nuestro caso preferimos la variedad, otros grupos prefieren reducir el número y aumentar la cantidad. Tampoco es necesario hacerse mucho lio, todo esto se resuelve en la práctica. Hay que ver un listado que la gente misma decida. De hecho siempre será una limitación el hecho de que la canasta es uniforme, es decir todos llevan lo mismo, les guste o no.

9. ¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o la región?

Creo que cada grupo tiene su particularidad, lo cual en términos de red es una gran ventaja porque todos nos beneficiamos de experiencias diferentes.

10. ¿Tenia la ayuda de otra canasta para empezar?

En nuestro caso no, somos los pioneros. Aunque la experiencia de la antigua canasta solidaridad fue importante, nosotros somos los iniciadores.

11. ¿Piensa que sea necesario o mas fácil ser parte de una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?

Ya contesté, pero de hecho cada grupo es autónomo y funciona independientemente, pero al estar en la red se siente una fuerza nacional importante y hay ventajas concretas.

12. ¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?

Para que una canasta exista y sea parte de la red tiene que ser autónoma y autocentrada, tiene que ser independiente absoluta en términos financieros; ahora bien pueden, y de hecho existen, apoyos extras de instituciones de apoyo que respetan nuestros principios y que además son solamente para actividades de reproducción, capacitación, o evolución de las organizaciones, no para el funcionamiento operativo y en todo caso el control tiene que estar en la organización comunitaria, si esto no es así, la canasta no se sostiene.

Canasta: San Jose de Chilibulo – Información de Pablo Clavijo

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Pablo Clavijo era el secretario de la directiva del barrio. A la asamblea general del barrio propuso la idea de la canasta comunitaria. Vinieron unos amigos de la canasta de Itchimbia para hablar sobre su canasta y también miraron un video de la coordinación de las Mujeres por la Vida (de Quito) sobre cómo realizar las canastas. Enfocaron en el oro y cómo comprar una canasta. A la iglesia, Pablo Clavijo difundió la idea de la canasta. Esta canasta empezó con 35 familias que fueron a la primera inscripción.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afilado con una Institución?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
02/12/06	Casa Barrial	Sábado (Quincenal)	\$7,00	Aprox. 15	Solamente productos del mercado por la situación económica	Sí, Itchimbia para empezar y ayuda de El Carmen ahora.	Para tener contactos con los productores, sí. También, es más fácil tener contactos con alguien con experiencia.	No	No, por la situación económica.

1. **¿Cuándo empezó?** 2 de diciembre 2006.
2. **¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó?** Pablo Clavijo era el secretario de la directiva del barrio. A la asamblea general del barrio propuso la idea de la canasta comunitaria. Vinieron unos amigos de la canasta de Itchimbia para hablar sobre su canasta y también miraron un video de la coordinación de las Mujeres por la Vida (de Quito) sobre cómo realizar las canastas. Enfocaron en el oro y cómo comprar una canasta. A la iglesia, Pablo Clavijo difundió la idea de la canasta. Esta canasta empezó con 35 familias que fueron a la primera inscripción.
3. **¿Cuáles estrategias tenían éxito o funcionaron bien en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora?** Lo más importante es reunir las personas que tienen interés en empezar una canasta y explicarles sobre el proceso y las ventajas de la canasta (“Si compramos por bulto, etc., bajarán los costos”). También, deben nombrar un representante. La gente necesita distribuir los trabajos y organizar una rotación de estos trabajos (o los representantes necesitan hacer todo el trabajo).
4. **¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Dónde es? Que tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro?** Decidieron en la Casa Barrial para la distribución, pero compran los productos en el Mercado Mayorista.
5. **¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es)? ¿Es semanal o quincenal u otro?** Tenían una reunión de participantes para decidir. Decidieron en el viernes para la inscripción para saber cuántos productos comprar en el día de la canasta. El sábado, hacen las compras en el Mercado Mayorista (porque también El Carmen hace sus compras aquí y es más conveniente hacer las compras en el mismo día y todos los productores vienen los viernes y sábados. Por eso, los productos son más frescos.) Las compras ya son realizadas a las 14.00-14.30 el sábado.
6. **¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio?** \$7,00 (estable por más que un año) (pero empezó a \$6,50 y subió un poco con los precios del mercado). Usaron la lista de productos (y sus precios) de la canasta Itchimbia para decidir lo que querían y cuánto.
7. **¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este numero?** Usualmente 15. Depende en cuántos pueden comprar con \$7,00.
8. **¿Hay unas adaptaciones particulares para este grupo o región?** “Todo depende de la capacidad económica de cada canasta.” Solamente compran productos del mercado. No tienen acceso a productos como el arroz ni la harina.
9. **¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar?** Mucha ayuda de la de Itchimbia para empezar y ayuda de El Carmen también.
10. **¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?** La red es muy importante para tener contactos con los productores. Una canasta independiente de la Red puede funcionar, pero es más fácil con la ayuda de alguien que tiene experiencia.

- 11. ¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?** Independiente.
- 12. ¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agro ecológicos y cómo trata de hacerlo?** No puede por la situación económica, pero también participa en la campaña Come Sano, Seguro, y Soberano.

Canasta: Zapallo Verde – Información de Emma Kirwan y Sara Latorre

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Con la ayuda de la Red de Guardianes de Semillas, Sara Latorre comenzó la organización de la canasta. Necesitaban decidir cual tipo de consumidor querían y cuántos. Decidieron que querían una canasta 100% orgánica/agroecológica.

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/Características	¿Apoyo de otra canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afilado con una Institución?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
Abril 2006	La Casa de Árbol (un miembro de la canasta vive aquí)	Miércoles (en la noche). Es semanal.	\$8,00	10	Solamente productos orgánicos/agroecológicos, clase media, compra cantidades más pequeñas (la mayoría de consumidores no come más que una vez en la casa cada día), venden otros productos a consumidores que no son parte de la canasta	No	No necesaria.	La Red de Guardianes de Semillas (pero no oficialmente) Ayudan con la garantía de productos orgánicos/agroecológicos	Todos son orgánicos, unos agroecológicos (compran los productos de dos productores que usan estos métodos y el productor alterna cada semana)

Entrevista Personal con Emma Kirwan y Sara Latorre de Zapallo Verde:

1. **¿Cuándo empezó?** Noviembre 2006 (planificación). Abril 2006 (la distribución de canastas)
2. **¿Cómo empezó? ¿Cómo fue organizado? ¿Cómo formó?** Con la ayuda de la Red de Guardianes de Semillas, Sara Latorre comenzó la organización de la canasta. Necesitaban decidir cual tipo de consumidor querían y cuántos. Decidieron que querían una canasta 100% orgánica/agroecológica.
3. **¿Cuáles estrategias tenían éxito o funcionaron bien en el desarrollo de la canasta y cuáles no? O, ¿Tiene consejo para la gente que querría empezar una canasta ahora?** Dificultades: Originalmente había más consumidores que productores, muchos cambios en los precios del mercado, y muchas peleas dentro de los consumidores.
4. **¿Cómo decidieron donde tener la canasta? O, ¿Cómo obtuvo el lugar? ¿Dónde es? ¿Que tipo de lugar es: una casa, un edificio, u otro?** Ahora, la canasta tiene una casa nueva para sus canastas (La Casa de Árbol). Un miembro de la canasta vive allí. Por eso, la canasta tiene acceso a este lugar y no necesita pagar mucho dinero por un sitio. Se usa la casa para talleres también, y la casa incluye una cafetería, una oficina, y un cuarto solamente para la canasta. Al principio, la canasta usaba la Casa Colectiva y después La Casa Rosa (pero necesitaban mudarse por causa de conflicto personales).
5. **¿Cómo decidieron en el día para la canasta (¿y cuál día es)? ¿Es semanal o quincenal u otro?** Decidieron en miércoles. Originalmente, tenían la canasta los viernes, pero a veces la gente no recogió sus canastas y porque el edificio no estaba abierto durante de los fines de semanas, la comida dañaría. Ahora, la canasta ocurre durante de la noche (los consumidores vienen aprox. 18.00-21.00 para recoger sus canastas) en los miércoles (después de sus trabajos). Porque muchos de los consumidores salen durante de los fines de semana, el miércoles es un día más conveniente. También, es una canasta semanal.
6. **¿Cuál es el precio de la canasta, y cómo decidieron en este precio?** \$8,00 (y es estable, pero cuando cambia, el precio siempre es menos). Solamente es basado en los productos que quieren.
7. **¿Cuántos productos hay en la canasta, y cómo decidieron en este numero?** Siempre hay 10 productos, pero estos productos cambian cada semana. Se escogen los productos de uno de dos productores cada semana (de Karina Dammer una semana y de Allpatarpuna la otra semana aunque a veces si los productos se complementan, se compran los productos de los dos productores a la misma vez). Casi siempre se compran la cebolla, la lechuga, el col, la acelga, le remolacha, y un tipo de hierba (y en atados). Compran menos productos y menos cantidad que la mayoría de las canastas porque los consumidores de esta canasta son de la clase media y trabajan en oficinas y no regresan para el almuerzo. Por eso, usualmente solamente comen la comida en la casa una vez cada día. Cuando compran más comida durante de las canastas, no la terminan.
8. **¿Hay unas adaptaciones/características particulares para este grupo o región?** Solamente compran los productos orgánicos/agroecológicos, son completamente independientes, la gente de la canasta viene de la clase media, se vende productos afuera de la canasta también (y por eso, aunque la canasta consiste de 10-15 familias, hay casi 50 consumidores) como miel, queso, leche, etc. También quieren una tienda para los productos que se venden afuera de la canasta (Miércoles a Viernes).

9. **¿Tenía la ayuda de otra canasta para empezar?** No.
10. **¿Piensa que sea necesario o más fácil estar en una red de canastas o puede funcionar bien una canasta independiente?** Independiente funciona, pero la red puede ayudar con los contactos.
11. **¿Es independiente o afiliado con una institución u otra organización para el financiamiento?** Completamente independiente. Tenía la ayuda de la Red de Guardianes de Semillas para empezar (y todavía tiene su apoyo, particularmente con la certificación no oficial de los productos que compran), pero no es una afiliación oficial. No hay apoyo financiamiento (no es necesario).
12. **¿Cuándo decidió la canasta tratar de incluir productos agro ecológicos y cómo trata de hacerlo?** Desde el principio. La Red de Guardianes de Semillas ha ayudado para asegurar que los productos que reciban son orgánicos/agro ecológicos.

Canasta: Billivaro (información de Alexandra Pozo y INNOVEG)

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Con la ayuda de INNOVEG

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta ?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afiliado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
05/10/07	<u>Compras:</u> Mercado Mayorista <u>distribución:</u> La casa de un miembro	Viernes		16				INNOVEG	No, pero producen productos en esta manera.

*No había una entrevista para esta canasta. La información de esta matriz vino de la entrevista de Alexandra Pozo y los documentos de INNOVEG

Canasta: Guangal (información de Alexandra Pozo y el proyecto INNOVEG)

¿Cómo inició?/¿Cómo fue organizado?: Ayuda del proyecto INNOVEG

¿Cuándo empezó?	Dónde	Día	Precio	# Productos	Adaptaciones/ Características	¿Apoyo de otra Canasta?	¿Es necesario ser parte de una red?	¿Afilado con una Institución ?	¿Tiene productos/objetivos agroecológicos?
La primera canasta ocurrió: 15/02/07	<u>Compras:</u> Mercado Mayorista <u>Distribución:</u> La casa de un miembro	Viernes	\$10	Aprox. 15				INNOVEG	No, pero producen unos productos en estas maneras.

*No había una entrevista para esta matriz. Parte de la información vino de la entrevista con Alexandra Pozo (sobre Alcantarilla) y parte de los documentos de INNOVEG.

Conclusiones sobre la formación de una canasta solidaria:

Consejos/Sugerencias:

- **Antes de todo: se necesitan la capacitación y la sensibilización.** Si la gente no entiende los valores de una Canasta ni los valores de los productos que compra por la Canasta, no va a participar mucho y en unos casos no va a usar los productos que compra (ej. La gente de Alcantarilla que al principio dio los productos desconocidos a sus animales no entendía sus valores ni cómo cocinarlos).
- **Ser parte de una Red ayuda con la formación de los contactos.** Aunque ser parte de una red de Canastas no es necesario, ayuda mucho con la formación de contactos, particularmente con los productores. También, la ayuda de una canasta con mucha experiencia puede aumentar la organización y la facilidad de las primeras compras.
- **La dependencia en un apoyo financiero (u organizacional) puede ser destructivo,** porque eventualmente este apoyo va a terminar. Sin embargo, para las Canastas que no tienen la ayuda de Canastas experimentadas y que no son muy sensibilizadas sobre los valores de una canasta y la comida nutritiva, la ayuda organizacional e instructiva de una organización (solamente al principio!) puede facilitar la formación de una Canasta.
- **La participación de toda la gente** es crítica para formar una Canasta independiente y autosuficiente (y para tener éxito, necesita aprender a ser los dos). Es buena idea elegir unos representantes para facilitar la organización de cada Canasta, pero estos representantes deben cambiar cada Canasta o cada mes porque la Canasta debe ser solidaria y necesita la ayuda de cada miembro y no es justo poner todo el trabajo en unos miembros. También es importante que la gente sea participativa. Las sugerencias necesitan venir de cada miembro para que la Canasta sea solidaria, satisfactoria, y bien organizada.
- **Una Canasta puede complementar los productos que la gente de la Canasta ya cultiva.** Si la gente vive en una área más rural y cultiva unos productos, la Canasta puede servir como una manera de obtener los productos que no tienen acceso por sus propias formas de cultivo.

Consejos de Roberto Gortaire de Riobamba:

- **Desde el principio hay que marcar que todos trabajen, todos decidan y todos participen.** Nadie da haciendo nada, tiene que estructurarse el trabajo desde el principio para que nadie se sobrecargue de tareas. Los turnos de trabajo deben ser rigurosos.
- **Cada jornada de encuentro ha de ser una fiesta, no un “sacrificio” o un “castigo”** que toca hacer para llevar la Canasta a la casa. Es importante enriquecer el ambiente de trabajo con música, promover otras actividades en el grupo como fraternizar, fiestas, giras, paseos, talleres, festivales de comida, etc.
- **Transparencia en el manejo de dinero.** Debe manejarse con total apertura, todos deben conocer con precisión cuando dinero se mueve en cada jornada, y esta tarea debería ser rotativo y obligatoria para todos.
- **Es clave vincularse a las otras Canastas, ser parte de la Red, integrarse para no morirse.** Hay muchos grupos de Canastas que andan solos por ahí, se ahorra un poco de plata, pero después de un tiempo se aburren y se cansan, por eso es importante estar articulados al proceso de red.

Logística:

- **Para evitar equivocaciones en las Canastas**, cada miembro de la Canasta debe tener su propia Canasta y en el día de la Canasta, deben tener áreas diferentes con una persona diferente a cada área para distribuir un producto específico a cada miembro con su Canasta.
- **El precio del transporte baja con una compra más grande.**
- Es mejor escoger un día (por lo menos 2 o 3 días antes de la Canasta) para cobrar el dinero antes. También, si la Canasta va a concretar la comercialización con unos productores, los miembros necesitan ser dedicados y necesitan tener suficiente dinero cada vez. Si los productores necesitan viajar lejos para traer sus productos, los consumidores deben estar allí y listos para comprar los productos.
- **Lugares posibles para tener la distribución de canastas:** Escojan un lugar central, como una casa barrial. Si no hay, quizás un miembro de la Canasta puede ofrecer su casa para cada Canasta (puede ser la misma casa cada vez o quizás esta casa podría cambiar cada Canasta, o cada mes para evitar confusión). Sin embargo, los lugares de distribución pueden ser creativos también (involucren sus escuelas, empresas, etc. Esto puede difundir la idea de la Canasta también).
- **Antes de las primeras compras, se decide cuál es la más importante: De dónde vienen los productos o la capacidad económica/cuáles productos quieren/necesitan.** Si hay muchas limitaciones en la capacidad económica, quizás es mejor decidir un precio y después escoger los productos y los productores (o el mercado si es necesario al principio). Sin embargo, si los productos orgánicos/agro ecológicos son prioridades para la gente, es importante enfatizar esto desde el principio y antes que nada buscar los productores.
- **Muchas Canastas compran unos productos fijos y unos que varían.** Con este método, la Canasta puede comprar lo que es necesario y preferido cada semana, pero también éste evita el incremento de los precios (porque el precio de unos productos puede cambiar mucho a lo largo del año).

“Empezando una Canasta” (de INNOVEG)

TEMA: ORGANIZACIÓN DE LA CANASTA COMUNITARIA

OBJETIVO:

1. Establecer con las personas, cual es el proceso para realizar la compra de los productos en el mercado.

MATERIALES:

- 2 marcadores
- diagnóstico de la canasta.

HORA: 2 hora

PROCEDIMIENTO

Proceso de la canasta comunitaria

Organización de los productos

1. Dividir a los interesados de las canastas, en grupos.
2. Establecer las fechas en las que ellos quieren participar, para comprar recibir, enfundar y entregar los que van en la canasta.
3. Acordar también, con el grupo el lugar donde quieren acopiar los productos. Es importante establecer la hora de reunión para ir al mercado.
4. Elegir los productos, que se van a comprar.

Entrega de los productos

5. Quedar de acuerdo, si se va a entregar algún boleto, para retirar los productos o se va a utilizar otra forma, y quién va a estar a cargo de esta actividad.
6. Establecer la hora a la que se va a empezar a entregar los productos de la canasta.
7. Como se van a colocar los productos.
8. Que material, se va a utilizar para recibir los productos de la canasta (costal, bolso, o que cada persona traiga lo que más le conviene)

Requisitos de la Entrega de los Productos

1. ¿Para formar parte de la canasta que es necesario?
2. Cada que tiempo se va a entregar los productos y a que hora.
3. ¿Qué sucede con las personas que no van a retirar la canasta a la hora acordada, y que se hace con la canasta?
4. ¿Qué sucede, si se le pierde el comprobante de pago?
5. ¿El pago de las canastas, hasta que fecha se debe realizar?
6. ¿Las personas que ayudan en la compra deben recibir algo?
7. ¿Cómo va a ser el cobro?
8. ¿Se deben revisar los productos que lleva el/la participante?

Lista de Contactos:

Contactos para Canastas

Katuska Aguilar (“El Carmen” - Quito) cell: 09687850 o 087210763 e-mail:

canastaelcarmen@yahoo.es

Oscar Betancourt (Nina Pacha y COMUNIDEC – Quito) cell: 087210761 oficina

COMUNIDEC: 02-2546362 e-mail: proyectos.betancourt@gmail.org

Pablo Clavijo (San Jose de Chilibulo - Quito) cell: 092796297 casa: 02-2653754

Roberto Gortaire (“Utopía” - Riobamba) cell: 099869484 e-mail:

robertogortaire@yahoo.com

Contactos para Productores

*Ramón Alcivar (Ambuquí): Vende mango y limón casa: 06-2941214

*Euler Fuentala (La Libertad): Vende papa cell: 082511605

*Carlos Jaramillo (La Compañía): Vende hortalizas y choclo casa: 06-2925050

Byron Nazareno (Muisne): cell: 085307674 casa: 05-2480574

*Max Ochoa (MACRENA): e-mail: max_ochoa2002@yahoo.com

Fabian Palacios: Vende frejol y yuca cell: 085837589

***En la zona norte se pueden ofrecer papa en diferentes épocas del año, choclo en la temporada, mango en temporada, limones, frejol, ají, y yuca. Aún no existe una buena oferta de hortalizas, pero están tratando de aumentar esta oferta.**

Áreas para trabajo futuro

Unas Personas/Organizaciones para contactar y entrevistar:

Lygia de Cardenas (Nayón) – Interesada en empezar una canasta cell: 091373758 casa: 02-2884211

Michelle Fried (Nutricionista – Nayón – Para más información sobre la continuación del trabajo en este manual) cell: 085803844 Casa: 02-2884925

Alexandra Maigua (del Mercado Mayorista – Quito) cell: 085445649

María Mariño (de San Carlos – Quito) cell: 099004837

Yolanda Moposita (La Merced – Alcantarilla – Quito) casa: 02-2385258

Isabel Muñoz (de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores Usuarios – Ayudó con la formación de “El Carmen”) Oficina: 02-2500147 o 02-2528430

Susana Vasconez (de la Tribuna Ecuatoriana de Consumidores Usuarios – Ayudó con la formación de “El Carmen”) cell: 097122184 Casa: 02-2950120

Marisol Zambrano (de la Taleguita Solidaria - Machala) cell: 091565366

Recursos Recomendados:

El video sobre la formación de El Carmen (contacto para este video: Katuska Aguilar) y “Sistemas de canasta comunitaria construyendo organizaciones de consumo agro ecológico” por Roberto Gortaire.