



## MUJERES, ESTRATEGIAS Y DINÁMICAS EN LA FERIA AGROECOLÓGICA DE LA PACAT - ECUADOR<sup>1</sup>

PETIT, Bérénice; SOLER-MONTIEL, Marta

<sup>2</sup> Master en Agroecología, Universidad de Córdoba, Licenciada en Historia, Universidad de Lille III, Francia [petitbere@gmail.com](mailto:petitbere@gmail.com)

<sup>3</sup> Doctora en Economía, Departamento de Economía Aplicada II, Universidad de Sevilla, España, [msoler@us.es](mailto:msoler@us.es)

### RESUMEN

La feria agroecológica de la Unión de Organizaciones de Agricultores Agroecológicos de la Provincia de Tungurahua (PACAT) es un importante canal corto de comercialización para 130 familias campesinas con un fuerte protagonismo de las mujeres. Esta feria sufre la competencia de los supermercados y de otras ferias locales con menores exigencias agroecológicas. La investigación evidencia, a través del análisis cualitativo, cómo la feria aporta recursos económicos estables que generan autonomía y estabilidad para las mujeres que destinan estos ingresos a las necesidades de alimentación y cuidado de la familia de las que son responsables. La feria genera mucho más que dinero ya que aporta alimentos a través del trueque a la vez que crea vínculos y relaciones comunitarias que fortalecen la autoestima de las mujeres e impulsa su empoderamiento. La participación de las mujeres en la feria forma parte de la división sexual del trabajo convencional; sin embargo, la dinámica comunitaria genera el empoderamiento de las mujeres y fortalece la soberanía alimentaria.

**Palabras claves:** Mercados agroecológicos, agroecología feminista, soberanía alimentaria, empoderamiento

### Introducción

Este trabajo analiza la experiencia de la feria agroecológica de la Unión de Organizaciones de Agricultores Agroecológicos de la Provincia de Tungurahua (conocida como PACAT), en la ciudad de Ambato, capital de la provincia en Ecuador. La feria tiene 13 años de vida, y en ella participan una mayoría de mujeres. Las siglas PACAT responden al nombre inicial de la organización: Productores Agroecológicos y de Comercialización Asociativa de Tungurahua. En 2015 la organización cambia su nombre oficial, pero continúa siendo conocida localmente por las siglas del nombre original. La PACAT es una organización de segundo grado en la que están integrados diferentes grupos de productores y productoras y que nace de una serie de espacios de encuentros y de reflexiones impulsados en la provincia de Tungurahua. En total incluye 34 organizaciones de primer grado y 451 personas asociadas ubicadas en tres zonas geográficas distintas de la provincia. Del total de las personas asociadas en nómina el 68% son mujeres y el 32% son hombres. Este predominio de las mujeres se refuerza en el grupo de socias activas en el que el 77% son mujeres y el 23% hombres. Por otra parte, el 40% de los productores se reconocen como indígenas y los restantes tienen origen campesino e indígena. Por tanto, PACAT es, en la práctica, una organización campesina indígena fuertemente feminizada en su base, aunque la

---

<sup>1</sup> Trabajo Fin de Master en Agroecología: un enfoque para la sostenibilidad rural- UNIA-UCO-UPO.



dirección y la estructura formal se mantiene muy masculinizada. Las fincas asociadas se ubican en los 9 cantones que constituyen la provincia. Están repartidas en tres zonas geográficas identificadas de la manera siguiente: la zona alta entre 3278- 3675 m.s.n.m, la zona media entre 2559-3160 m.s.n.m y la zona baja 2346- 2415 m.s.n.m. Estas zonas presentan tres agroecosistemas y culturales diferentes.

La organización se creó en respuesta a los problemas a los que se enfrentaban las y los pequeños productores: políticas del gobierno en favor de los grandes productores de la agroexportación que excluyen a /as campesinos/as; problemas de contaminación y destrucción del páramo ocasionados por el crecimiento de minifundios; uso de químicos en la producción agropecuaria introducido con la Revolución Verde provocando el crecimiento de cáncer del estómago y la erosión de la tierra. La PACAT se conformó como una estrategia de supervivencia para responder a las necesidades básicas de sus socios/as a través la producción agroecológica y a la venta directa en una feria en donde las socias pueden vender los excedentes de la producción. Nos pareció interesante el estudio del análisis de este sistema de comercialización corto porque la feria se definió desde el inicio de la PACAT como una estrategia central para promover la agroecología y permitir mejorar la economía familiar de las socias y socios. Es por tanto el corazón de la PACAT. A lo largo de los años la feria ha permanecido gracias al proceso organizativo de las personas asociadas que conforman la PACAT. Sin embargo, este sistema de comercialización está amenazado por algunos factores que pueden debilitar su mantenimiento, como la falta de consumo, la competencia de los mercados y de las ferias convencionales de la provincia y las compras en los supermercados que están mostrando tendencias crecientes a nivel nacional. La agroecología hace ya algunos años que ha identificado la comercialización en canales cortos como una cuestión estratégica para la transición en finca, por lo que el foco de atención tanto de análisis como de práctica se ha ampliado desde la finca al sistema agroalimentario local (Gliessman, 2002, Sevilla y Soler, 2010). En este contexto, comprender cómo funcionan y cómo fortalecer los mercados locales agroecológicos es una cuestión que requiere de análisis y trabajo práctico de fortalecimiento. Esta tarea de investigación ha cobrado importancia en los últimos años; sin embargo, frecuentemente se olvida e invisibiliza el papel de las mujeres pese a que en muchos casos son protagonistas en la comercialización agroecológica.

Este trabajo tiene como objetivo general comprender la feria de la PACAT dándole centralidad a las mujeres, ya que ellas conforman la mayoría de las personas socias de la organización y además son las encargadas de la venta. Si bien existen actividades tales como talleres destinados solamente a las mujeres en temas productivos en la propia asociación, su rol tiende a ser invisibilizado por una falta de reflexión que incorpore el enfoque feminista. Siendo las



principales agentes activas en el proceso, creemos que el papel de las mujeres de la PACAT debe ser visibilizado, discutido e incorporado en las prácticas de estrategias agroecológicas. Por otra parte, sin las mujeres, sus estrategias, actividades, motivaciones y vivencias, creemos que no es posible comprender la existencia, funcionamiento y supervivencia del mercado agroecológico de la PACAT en Ambato. En concreto, esta investigación tiene como objetivos específicos: 1. Analizar el funcionamiento y organización de la feria agroecológica de Ambato, es decir su dinámica, prestando especial atención a los trabajos de las mujeres. 2. Identificar y comprender las estrategias de las mujeres que participan en la feria. 3. Identificar qué aporta la feria a las mujeres y las motivaciones de éstas para seguir participando en la feria.

## Metodología

El trabajo es un estudio de caso que analiza una experiencia local que es la feria agroecológica de la plaza Pachano de la unión de Productores agroecológicos de la Provincia de Tungurahua (PACAT). La investigación ha seguido una metodología cualitativa con trabajo de campo durante 18 meses entre agosto 2017 y noviembre 2018 combinando observación participante en el mercado y en las fincas y entrevistas a mujeres y técnicos. El trabajo que se presenta se basa en 18 entrevistas individuales y semiestructuradas a hombres y mujeres de la PACAT, así como a técnicos de la PACAT. El grupo de agricultores y agriculturas entrevistadas según zonas geográficas se resume en la siguiente tabla:

	Mujeres	Hombres	Total
Zona Alta	4	2	6
Zona Media	9	3	12
Total	13	5	18

*Fuente: elaboración propia*

La muestra es distributiva y trata de respetar la proporción de mujeres y hombres que constituyen la PACAT. La PACAT cuenta con 26 organizaciones de base que son activas y un total de 302 personas socias activas repartidas en varios pisos ecológicos, 11 organizaciones ubicadas en la zona alta (113 personas socias), 13 organizaciones están en la zona media (181 socias), y 2 en la zona baja (8 personas socias). Las personas socias activas están integradas entre 70 varones (23%) y 232 mujeres (el 77%). En la feria participan 130 socias de las 26 organizaciones de base, con la misma proporción hombres/ mujeres. La muestra está compuesta

de 18 entrevistas a personas socias de la PACAT, 13 personas (70%) son mujeres y 5 varones (30%). De esas personas 12 personas en la zona media y 6 en la zona alta, no tenemos en la zona baja, sin embargo, se ha podido visitar 3 veces la experiencia de una organización en esta zona.

Asimismo, se realizaron dos entrevistas con el personal técnico y una entrevista con el presidente de la asociación, además de las charlas informales en las distintas actividades. Las entrevistas se realizaron al final del tiempo de terreno para completar las informaciones faltantes que no logramos obtener después de la observación participante, de lecturas y de conversaciones con los técnicos y el presidente.

Para el análisis de los resultados de las entrevistas se ha usado como técnica el análisis de contenido. Se ha buscado resaltar lo que es fundamental en un dicho, entender de qué nos habla el texto, cuales son los temas abordados.

### **Marco teórico**

Dentro del sistema agroalimentario alternativo tenemos que considerar que: “el cuestionamiento de la producción y comercialización de los alimentos, implica también el cuestionamiento de las actitudes, los roles, el reparto de poder, así como la división generizada del trabajo de aquell\*s que participan en las iniciativas agroecológicas” (Pérez, Calle y Valcuende, 2011, p. 54). La agroecología brinda acceso a canales de comercialización en los que las mujeres tienen un rol protagonista y los cuales influyen favorablemente en sus ingresos (Zuluaga et al., 2018). La economía feminista nos permite mirar la economía con una mirada integral con el objetivo de visibilizar lo ignorado e incluir lo excluido en las actividades productivas y reproductivas de las mujeres, esenciales para lograr la sustentabilidad de la vida (Llanque et al., 2018). La economía feminista ubica en el centro la economía del cuidado, es decir, las interrelaciones entre los distintos sectores – monetarios y no monetarios- de la economía dinamizada por el trabajo productivo y reproductivo realizado por las mujeres, ofreciendo una postura para repensar los procesos sociales (Carrasco, 2012, citado por Llanque et al. 2018). La economía del cuidado apunta “como factor limitante fundamental el mandato cultural que asigna a la mujer la carga laboral no remunerada asociada a la reproducción y el sostén de la vida humana, porque limita las posibilidades de la mujer de participar en el mercado laboral y de generar ingresos propios que permitan la obtención de activos a nombre propio” (León, 2013, p. 9). Marta Chiappe (2018) argumenta que diversas autoras consideran que el modelo agroecológico puede mejorar la condición de las mujeres, siempre y cuando las cuestiones de género sean tenidas en cuenta.



Pacheco (2002) reivindica la necesidad de empoderar a las mujeres como productoras de bienes y gestores del medio ambiente, además de considerar su papel fundamental en la construcción de conocimientos. Para enfrentar la estructura de poder, hay que ofrecerles un apoyo organizativo y posibilitar el acceso a los recursos productivos (tierra, crédito, formación, técnica) (Siliprandi y García, 2012). Magdalena León (2013) analiza las cuestiones de poder y empoderamiento y discute la inclusión y exclusión de las mujeres en lo público- político, afirmando que es fundamental la participación de ellas en el poder público, y en el conjunto de la vida social y económica, espacios donde la mujer es marginada, tanto en el plano formal institucional, como en lo cultural y simbólico.

## Resultados y Discusión

- **Breve presentación de la feria**

Desde su formación como organización, la feria forma parte de la estrategia de agroecología de la PACAT. En la actualidad participan 120 productoras/es, de los cuales 90 % son mujeres. Según un estudio realizado hace un par de años, se estima que en hora pico, entre las 7 am y 9 am, hay entre 600 a 700 consumidores. Se trata de un circuito corto de comercialización de “productoras a consumidoras” con productos exclusivamente agroecológicos. Desde el principio de la PACAT, la idea de instaurar un espacio de comercialización directa para las y los productores ha ido de la mano con el impulso de la producción agroecológica: se tenía claro que no se podía desarrollar el uno sin el otro. PACAT nace con la idea de poder comercializar los excedentes de la producción agroecológica de la finca y privilegiar el autoconsumo. En total, son 40 estanterías en las cuales pueden entrar hasta 6 productoras de la misma organización, aunque hay una persona representante legal a quien se le adjudica el puesto de venta. A esas estanterías se suman las 10 mesas de los cárnicos y harinas, puestos de comida que cobran 4 dólares por la bodega. En la feria de productores a consumidores se pueden encontrar más de 90 productos, de hortalizas, tubérculos, legumbres, frutas, hierbas aromáticas y medicinales, cereales, cárnicos (cuyes, pollos, conejos), pescado (trucha), huevos, flores, lácteos y sus derivados y otros productos con valor agregado (como variedades de panes, empanadas, harinas). La feria cuenta también con algunos puestos de comida (faenado de cuy, agua de horchata). Dentro de la feria no existe competencia ya que la feria está sometida a la competencia en el mercado alimentario local y no puede marcar precios diferentes, pero en la feria hay una dinámica no competitiva, de acuerdo y de solidaridad. Se trata de una búsqueda de estabilidad económica y de encontrar el equilibrio para la conveniencia de las consumidoras y productoras, ya que es cierto que no hay una valorización de los productos

cuando son cultivados de manera ecológica y viniendo directamente del productor sin pasar por los intermediarios.

- **Presentación de los grupos domésticos**

De las 18 entrevistas realizadas, 7 socias afirman dedicarse en solitario a la producción agropecuaria. Los esposos tienen trabajos a tiempo completo fuera de la comunidad. Las 11 otras personas entrevistadas afirman que la pareja realiza trabajos de producción en la finca, aunque en algunos casos las tierras de cultivo se diferencian para hombres y mujeres. En todas las entrevistas se mencionaron que los/as hijos/as, ya que sean mayores o menores ayudan en los trabajos de la finca cuando pueden. Todas las mujeres especificaron que tienen una producción diversificada agropecuaria con pequeños animales, que tienen varias estrategias de comercialización, no solamente la feria Pachano, pero que van a otros mercados.

La crisis de rentabilidad de la agricultura familiar, la emigración de los varones y la agricultura a tiempo parcial son el contexto en el que se debe entender tanto la feria de la PACAT en sí misma como el protagonismo creciente de las mujeres tanto en el cultivo en la finca como en la feria. Son las mujeres quienes se quedan en la casa, por el rol sexo-género asignado, ya que son ellas quienes “deben” cumplir con las tareas domésticas y cuidar a la familia y en particular a los niños/as. Las mujeres son las responsables de la agricultura cuando los hombres emigran y en este proceso se han hecho protagonistas de la producción y la comercialización.

- **Recursos estables y un pago semanal**

La feria es un canal corto de comercialización, es decir, no hay intermediarios; las productoras venden directamente a familias de la ciudad. Pero, además, es un canal de comercialización cualitativamente distinto, centrado en las necesidades familiares. Esta forma de comercialización aporta una mayor renta y una mayor estabilidad:

*“Esas ferias nos ayudan económicamente para nuestras familias y todo eso y los productos que nosotros traemos, vendemos a un precio que ayuda a comprar otros productos, porque allí al mercado mayorista, las cargas que llevamos como cilantro, brócoli al mayorista, nos explotan, en cambio si salimos a vender aquí, es un producto limpio, si nos ayuda económicamente, la gente nos valoriza que venimos como somos agricultores, de la mata a la olla como decimos aquí en la plaza mismo” (entrevista a una socia el 23/08/2018).*



La feria implica un canal alternativo a los intermediarios que dominan los mercados convencionales, imponiendo precios bajos por grandes volúmenes y, por lo tanto, un cambio en las relaciones de poder dentro de la cadena agroalimentaria:

*“vendo más de todo en la feria, en el mayorista llevo más y cojo menos dinero. Al mayorista lo que más tenemos, las acelgas, cargas llevamos, pero sale más baratos, aquí un poquito por 0.25 ctv. pero una carga en el mayorista no cobra un dólar” (entrevista a una socia el 23/08/2018).*

Otra socia hablando de los ingresos de su esposo mensuales menciona que: *“hay que esperar um mes para tener un pago, eso no me sirve”* (entrevista a una socia el 17/08/2018), y así puede invertir en lo que necesita para su finca. Tenemos que tener en cuenta que la feria aporta esta estabilidad de los precios para las mujeres, lo cual les permite tener su propio recurso económico semanal.

- **Autonomía económica**

Cuando la pareja tiene actividades remuneradas diferentes, la esposa maneja su dinero: *“Yo trabajo entonces los recursos económicos míos, los manejo yo, y el los suyos. Si uno trabaja para que depender de él, como yo trabajo, manejo mi plata yo misma”* (entrevista a una socia el 11/08/2018). Las mujeres que participan en la feria reciben su propio ingreso económico y ganan en autonomía económica. Sin embargo, lo “suyo” es para los/as hijos/as, para la casa y el “yo” se funde con el nosotros (de la familia), siguen cumpliendo su rol de cuidadoras y de abastecedoras del hogar, solo que lo hacen con más autonomía, lo que les aporta más autoestima y satisfacción.

A pesar de que la feria como espacio de venta y productivo está tradicionalmente adscrita a la esfera masculina, es una responsabilidad llevada por la mujer. Un varón socio de la PACAT dice que *“las mujeres saben vender mejor que los hombres”* que *“tienen más este don de vender más que nosotros”*, las mujeres tienen más facilidades que los hombres para acercarse y hablar con las consumidoras. Además, la venta en la plaza Pachano implica llevar una gorra y un delantal, elementos asociados *“a algo de mujer”*, les dan *“vergüenza”* a los hombres.

Como la feria representa un espacio donde se satisfacen las necesidades alimentarias, desde la visión masculina, la mujer tiene más facilidad para ocupar este rol. Es una construcción sexo-género, por la que se naturaliza tanto de parte de los hombres como de las mujeres, que la mujer tenga este “don”, lo que explica por qué son ellas las encargadas de la alimentación en casa, de las compras y se mantienen informadas de los precios. En definitiva, las mujeres cumplen la

misma responsabilidad en el espacio público que es la feria.

- **Manejo de los recursos económicos**

Los ingresos económicos sirven por una parte para invertir de nuevo para la producción agrícola y, por la otra, para la reproducción de la unidad familiar. Tanto la producción de las mujeres como la de los hombres tienen salida en el mercado, pero existen diferencias de uso de los ingresos según el género. Existe una diferencia entre el uso del dinero cuando el esposo tiene otra actividad asalariada, la cual generalmente se usa para pagar las deudas o gastos más importantes. Varias mujeres mencionaron esta diferencia de uso del sueldo del esposo:

*“De mi esposo es solo para pagar algunas deudas que tenemos y para el pasaje de él, porque gana unos 500 dólares mensuales, en cambio vuelta de las cosas del terreno que tenemos comemos, y lo que se vende a la plaza le doy para el estudio de mi hijo. Yo manejo mi plata”.* (entrevista a una socia el 23/08/2018).

Las ganancias que tienen las mujeres las dedican para las necesidades de la familia. También vemos que, si la producción agropecuaria se divide entre la pareja, cada quien maneja sus ingresos de la comercialización de los productos de su trabajo. De manera general, observamos que las ganancias que vienen de la producción agropecuaria sirven para la alimentación familiar, la educación de los hijos y cuando hay suficiente, algo para la salud. Las mujeres son reconocidas como agente importante en la PACAT como productoras y vendedoras, el trabajo en lo público ha sido valorizado; sin embargo, aún el trabajo en la esfera privada para la reproducción como trabajo esencial para la producción queda invisibilizado y las marcas de la división sexual del trabajo persisten.

Este sistema de canal corto de comercialización les asegura una autonomía de la lógica del mercado, más cerca de la lógica campesina y sus ciclos para los cuidados en la finca. Es importante señalar que la feria permite un aumento sustancial de la renta familiar, de manera continua y semanal, con precios estables que beneficia a las mujeres. No solamente es una lógica campesina, es una lógica de cuidado, de mujeres responsables en atender las necesidades de su familia, en especial a los/as hijos/as y en concreto de alimentación.

Sobre todo, la feria permite a las mujeres salir de la esfera privada hacia la pública, a la vez que la feria contribuye a que pudieran sostener la familia, es decir, la reproducción de la unidad familiar. Además, los recursos económicos que provienen de la producción agropecuaria no son





solamente destinados al consumo familiar, sino también para el funcionamiento de la unidad agrícola, lo que les da control sobre la producción, rol generalmente atribuido al varón. Las mujeres mejoran la base de los recursos de la finca, amplían su autonomía y disminuyen su dependencia al sistema mercantil.

- **Valorizadas en la feria**

Para las socias que tienen frutales, las ventas en el mercado mayorista son más importantes que en la feria: *“A la semana en la Pachano gano unos 50 o 60 dolaritos a la semana. Vendo los tomates de árbol en el mercado mayorista y allí se coge por unos 200- 600 dólares, ahora está a 4 dólares, cuando está a 7-8 dólares se coge más de 1000 dólares”* (entrevista a una socia el 16/08/2018). Vemos que pueden ganar hasta 5 veces más al por mayor. Es ahí cuando nos preguntamos por qué siguen yendo a la feria si obtienen ganancias mayores en un mercado convencional por algunos rubros. Esta misma socia contestó que *“Quiero seguir en la plaza porque se me mantiene, me gusta seguir manteniendo a los clientes, no quiero perder a los clientes, tengo mis clientes semanales”* (entrevista a una socia el 16/08/2018). En este caso se han desarrollado vínculos y confianza con los consumidores y aparece la cuestión de un pago semanal que asegura una estabilidad de ingresos. Una socia confirma esta idea de sensación de no ser valorizadas en el mercado mayorista *“no queríamos ir al mayorista porque nos explotan los agricultores”* (entrevista a una socia el 23/08/2018).

- **Rescate de prácticas tradicionales en la comercialización para la soberanía alimentaria**

Gracias a la producción diversificada y la asociación entre varios pisos ecológicos se puede realizar un trueque de los productos durante la feria entre las socias de las diferentes zonas. La lógica de vender el exceso de la producción y, ante todo, de consumir su propia producción, combinado a la práctica del trueque, busca garantizar una alimentación variada y de calidad. Son estrategias que permiten asegurar la soberanía alimentaria de la unidad familia doméstica.

La salida de las mujeres para vender en la feria supone una visibilización y valorización de la producción de las mujeres, es decir que su trabajo pasa de la esfera privada a la pública, de la casa en el campo, hasta la plaza en la ciudad. Se rompe el aislamiento de las mujeres en la finca, y se activan en la feria las redes de mujeres de solidaridad, redes entre las mujeres rurales-campesinas-productoras. En la feria, las mujeres asumen las vinculaciones con las consumidoras



en donde se crean lazos de confianza y de fidelización con las consumidoras *"Me llevo bien con las consumidoras, nos conocemos, los días sábados venimos a despejar la mente, a conversar con las caseritas"* (entrevista con una socia em 14/08/2018). Todas las mujeres entrevistadas mencionaron que tenían una clientela que es acostumbrada, para algunas ya tienen los productos reservados y perpetúan con la práctica tradicional de *"dar yapa"* (dar un extra por agradecer de la vendedora a la consumidora de quien vende a quien compra).

Además, la feria es un lugar en donde no solamente se intercambian bienes, sino también conocimientos sobre prácticas de agroecología. Es además un lugar de convivencia, de compartir tiempo entre las socias, de diálogo. Es un espacio donde se intensifican los lazos de parentesco, vecindad, donde interactúan las estrategias individuales con los intereses de la organización o del grupo y con las instituciones que forman la red que gravita alrededor del funcionamiento de la feria. Es una red de solidaridad amplia, un lugar alto de conexiones, de redes sociales, en el cual circula una variedad de flujos económicos, de información y de lucha. En este espacio se cruzan costumbres y vínculos entre ciudad y campo. La feria, como espacio que corresponde a las lógicas de sus socias, ha desarrollado el sentimiento de pertenencia a la organización y de ser valoradas socialmente. Por tanto, la feria agroecológica de productoras a consumidoras funciona como un ejemplo de cuenca de soberanía alimentaria para 120 familias campesinas y para las familias consumidoras de la feria de la plaza Pachano.

A su vez la sostenibilidad de la feria depende de los esfuerzos de las socias que han mostrado que este espacio de comercialización puede seguir existiendo sin grandes apoyos externos para su funcionamiento, gracias al proceso organizativo que se mantiene desde las organizaciones de base, por lo que viene de un movimiento „desde abajo“ basado en tecnologías relacionadas con prácticas tradicionales.

La lógica de la feria busca responder a las necesidades básicas de las productoras tanto culturales, sociales como materiales, dando prioridad a la reproducción social y a la producción agropecuaria. La feria, como espacio público de articulación entre la producción y el consumo, permite a las mujeres ser consideradas como participantes activas de esos procesos y visibilizar sus prácticas y actividades agropecuarias. Este espacio permite a las mujeres hacer valer su rol en lo referente a la actividad económica y productiva en el espacio público. Hay por tanto una valorización social y económica que aportan en el plano individual, confianza y autoestima a las mujeres fortaleciendo su autonomía y empoderándolas, aunque sea desde tareas y roles tradicionales femeninos. El participar en un espacio público, el acceso al dinero y la integración en un grupo y una acción colectiva que visibiliza y valora los trabajos de las mujeres impulsa cambios individuales y colectivos de empoderamiento. La feria activa una red de solidaridad y de pertenencia



para las mujeres. De esta red las mujeres se presentan con las mayores defensoras por lo que les aporta de estabilidad y autonomía económica, autonomía alimentaria, autoestima y seguridad personal.

Sin embargo, en los 13 años de existencia no hubo una mujer presidente en la PACAT. Actualmente son 13 mujeres y 2 hombres los que sustentan los cargos directivos. Sin embargo, los cargos más altos de la PACAT (presidente y vicepresidente), que implican más responsabilidades y más tiempo están dirigidos por dos hombres. Los siguientes factores lo explican:

*“Tal vez las mujeres no nos atrevemos a hacer, porque no hay quien organiza en la finca, porque la mujer organizada, más en el hogar, la finca, entonces, y es que para ser de presidente aquí demanda más tiempo, se trata de organizar porque hay eventos, charlas, la gestión, tratar con otras organizaciones y tenemos más miedo de hablar las mujeres, los hombres tienen más facultades... Más que todo para hablar me da miedo”* (entrevista con una socia el 08/09/2018).

Vemos que las mujeres tienen una carga de trabajo mayor, se acumulan las tareas domésticas, del cuidado de la familia, del trabajo productivo y de comercialización, lo que les resta tiempo para asumir cargos como la presidencia de la PACAT, lo cual *“implica por lo menos un 40% del tiempo”* (entrevista con el presidente de la PACAT el 05/10/2018) de movilización para participar en los encuentros, foros, charlas, a los cuales PACAT acude, como invitada a nivel nacional. Además, en las palabras de la socia, vemos que aún le falta de confianza para hablar en público, lo que se puede vincular al hecho de que están aún confinadas en la esfera de lo privado y no tiene los incentivos suficientes para darles espacio a lo público. Es cierto que la feria es una apertura para que tomen confianza, pero aún está reducida.

### **Consideraciones finales**

La feria, como motor de la acción colectiva de la PACAT, ha permitido no sólo mejorar los recursos económicos y materiales disponibles para las familias asociadas, sino también crear un mayor bienestar social y personal para sus socias. Ante todo, podemos afirmar que la feria se ha mantenido a lo largo de los años por la actividad de las mujeres campesinas. La feria aporta una salida segura y adaptada a los excedentes producidos de las personas asociadas que genera unos recursos económicos estables y así responde a las necesidades vitales de las unidades domésticas familiares. La reproducción de la unidad familiar es responsabilidad de las mujeres, son ellas quienes se preocupan del bienestar y necesidades de la familia (la educación, salud y alimentación),



tareas adscritas a las mujeres en la construcción histórica del sistema sexo-género. Para las mujeres, participar en la feria influye favorablemente en sus recursos y les da mayor autonomía económica, lo que repercute sobre la reproducción de la unidad familiar y de la producción agropecuaria. Asimismo, la disponibilidad de alimentos en la feria, permite a las mujeres hacer trueque con otras mujeres, para complementar con alimentos que no disponen en su finca, aumentando así su autonomía alimentaria. La feria da salida estable a una diversidad de alimentos orientados a atender necesidades alimentarias de las familias urbanas y de la propia PACAT que tendrían difícil salida en otros mercados y genera ingresos que son gestionados por las mujeres. Por otra parte, la feria es una extensión del rol femenino de proveedora de la alimentación familiar.

La estabilidad de la feria está pues conectada con la división sexual del trabajo tradicional en la que las mujeres son responsables de los trabajos domésticos y de cuidado y, dentro de ellos, de alimentación de la familia. La feria permite a las mujeres fortalecer su capacidad para cumplir estas tareas sin romper ni cuestionar las adscripciones tradicionales de género.

Sin embargo, pese a los cambios generados para la autonomía y empoderamiento de las mujeres y a su protagonismo central para la permanencia de la feria, también se constatan resistencias y límites al empoderamiento. Aunque su papel central para la permanencia de la feria, ninguna mujer ha asumido el rol de presidenta en la asociación o puestos de responsabilidad visibles públicamente. Esta falta de participación también está relacionada a la división sexual del trabajo que permanece sin cambios, en donde ellas asumen la responsabilidad de las tareas domésticas, y el hecho de ocuparse de la finca y de la comercialización aumenta su carga laboral.

## REFERENCIAS

CHIAPPE, Marta. Contribuciones y desafíos al empoderamiento de las mujeres en la agroecología en Uruguay. En. G. Zuluaga Sánchez, G. Catacora-Vargas y E. Siliprandi (Coords.), **Agroecología en femenino. Reflexiones a partir de nuestras experiencias** (pp. 123-139). La Paz: Socla, Clacso. 2018.

GLIESSMAN, Stephen. **Agroecología. Procesos ecológicos en Agricultura Sostenible**. Turrialba. Catie, 2002

LEÓN, Magdalena. **Poder y empoderamiento de las mujeres**. Bogotá: UN Facultad de Ciencias Humanas. 2013.

LLANQUE, A.; DORREGO, A.; COSTANZO, G.; ELÍAS, B. y CATACORA-VARGAS, G. Mujeres, trabajo de cuidado y agroecología; hacia la sustentabilidad de la vida a partir de experiencias en diferentes eco-regiones de Bolivia. En. G. Zuluaga Sánchez, G. Catacora-Vargas y E. Siliprandi (Coords.), **Agroecología en femenino. Reflexiones a partir de nuestras experiencias** (pp. 123-139). La Paz: Socla, Clacso. 2018.



**III CIFA**  
COLÓQUIO INTERNACIONAL  
FEMINISMO E AGROECOLOGIA:  
"TRABALHO, CIDADANIA E SUSTENTABILIDADE"

PÉREZ, D.; CALLE, A.; y VALCUENDE DEL RIO, J.M. ¿Y los hombres qué? Reflexiones feministas en torno a la masculinidad y la agroecología. En E. Siliprandi y G. Zuluaga (Coord.) **Género, agroecología y soberanía alimentaria** (pp. 41-65), Barcelona: Icaria Editorial s.a. 2014.

SEVILLA, G. y SOLER, M. Agroecología y soberanía alimentaria: alternativas a la globalización agroalimentaria. En M. Soler Montiel y C. Guerrero Quintero (Coords.), Patrimonio cultural en la nueva ruralidad andaluza (pp. 192-213). Sevilla: Junta de Andalucía. Consejería de Cultura. 2010.

SILIPRANDI, E. y GARCÍA E., Enfoque de género y ecofeminismo [Material de clase]. Curso de Especialización en Soberanía Alimentaria y Agroecología Emergente, UNIA, España, 2012.

ZULUAGA, G.; MAZO, C.; GÓMEZ, L. Mujeres protagonistas de la agroecología en Colombia. En G. Zuluaga Sánchez, G. Catacora-Vargas y E. Siliprandi (Coord.), **Agroecología en femenino. Reflexiones a partir de nuestras experiencias**, (pp. 35-60). La Paz: Socla, Clacso, 2018.