



Diagnóstico para la inserción de agricultoras agroecológicas como proveedoras del canal HORECA*

Assessment for the Insertion of Agroecological Female Farmers in the Provision of Restaurants

Andrea Rengifo, Sofía Boza y María del Carmen Pérez¹

Resumen

Realizamos un diagnóstico respecto a las posibilidades de inserción de mujeres productoras agroecológicas en un circuito corto de comercialización que tenga como destino el canal HORECA. Para ello, en primer lugar, efectuamos entrevistas a dueños y administradores de restaurantes en la Región de O'Higgins, Chile, para identificar los requisitos de sus proveedores. Asimismo, se realizaron encuestas y entrevistas en profundidad a las agricultoras de la agrupación Madre Tierra Germinando, ubicada en el Secano Costero de la Región de O'Higgins, para caracterizar su situación productiva y comercial actual, junto a sus opiniones respecto a los requisitos del canal HORECA. Mediante una matriz comparativa se cruzó la información respecto a los requisitos del canal HORECA y las características y opiniones de las agricultoras entrevistadas, lo cual evidenció que la diversidad y origen natural es una ventaja de las productoras; sin embargo, garantizar volumen de producción de forma estable, así como el transporte, son los dos requisitos cuyo cumplimiento resulta más complejo. De todos modos, existe una actitud positiva para encontrar soluciones grupales. La generación de relaciones estables basadas en el conocimiento mutuo y la confianza entre las agricultoras y los restaurantes es identificada como esencial.

Palabras clave: economía rural, desarrollo agrícola, mujer, comercialización.

Abstract

The objective of this article is a diagnosis regarding the possibilities of insertion of agroecological female farmers in a short supply chain destined for restaurants. To do this, first, interviews were conducted with restaurant owners and managers in the O'Higgins Region, Chile, to identify the requirements they pose to their suppliers. Likewise, surveys and in-depth interviews were conducted with female farmers in the Madre Tierra Germinando group (Mother Earth Germinating, in English), located in the Coastal Dryland of the O'Higgins Region. This, is to characterize their current productive and commercial situation, as well as their opinions. Through a chart, the information regarding the requirements of the restaurants and the characteristics and opinions of the female farmers were compared. The diversity and natural origin are an advantage of the female farmers; however, guaranteeing volume in a stable way, as well as transport, are the two requirements whose fulfillment is more complex. However, there is a positive attitude toward collaborative solutions; stable relationships based on mutual knowledge and trust between farmers and restaurants are essential.

Keywords: rural economy, agricultural development, women, marketing.

RECIBIDO: 15/10/2021 · ACEPTADO: 01/04/2022 · PUBLICADO: 30/05/2022

¹ Andrea Rengifo: Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile, ORCID 0000-0002-5715-5148, arengifo@uchile.cl; Sofía Boza: Universidad de Chile, Santiago de Chile, Chile, ORCID 0000-0001-5824-0515, sofiaboza@uchile.cl; María del Carmen Pérez: Universidad de Cádiz, España, ORCID 0000-0002-3028-5268, maricarmen.perez@uca.es

Introducción

La agroecología propone un modelo de agricultura sustentable o de “ecologización” de la agricultura (Altieri, 1995; Bergez *et al.*, 2019). Al respecto, la práctica agroecológica reconoce y pone en valor el conocimiento local, la cultura y los principios del territorio en el cual se desarrolla (Bezner Kerr *et al.*, 2019). Una transición agroecológica real es un proceso sistémico que considera no solo el ecosistema natural, sino que también las necesidades de los agricultores y de la sociedad, convocando a múltiples actores como productores, consumidores y sector público (Ollivier *et al.*, 2018; Bergez *et al.*, 2019; Köhler *et al.*, 2019). La transición agroecológica requiere de fuerzas sustentadas en la proximidad entre los actores señalados, siendo un ejemplo relevante la cercanía geográfica entre consumidores y productores para la provisión de alimentos (Boza y Kanter, 2020); el desarrollo de sistemas territoriales de abastecimiento alimentario es coherente con ese acortamiento de los circuitos comerciales, teniendo a la agricultura familiar campesina (AFC) como actor clave (FAO, 2018).

En contraste, en el caso de las cadenas de valor convencionales en las que participa la AFC chilena, los intermediarios tienen una presencia muy relevante en la comercialización, incluso en productos destinados al mercado local, como son las hortalizas. Los intermediarios disfrutan de una posición ventajosa en estas relaciones, dada su capacidad de analizar distintas opciones de compra y de almacenar productos. La cooperación es en general baja tanto en términos verticales —a lo largo— como horizontales —entre productores— en la cadena, así como la falta de confianza entre actores es muy frecuente (Rossing *et al.*, 2020).

Por tanto, para el auge de la agroecología resulta necesario proponer modelos territoriales de abastecimiento que permitan una adecuada inclusión de la AFC chilena, a la vez que promuevan los productos locales y la sustentabilidad a lo largo de la cadena. Los “circuitos cortos de comercialización” de alimentos se basan en la reducción de los intermediarios, permitiendo incrementar la proporción del valor que es capturado por los productores primarios. Asimismo, los circuitos cortos acercan a productores y consumidores, de manera tal que estos reciben señales claras sobre el origen de los alimentos (Marsden *et al.*, 2000). El canal conformado por hoteles, restaurantes y cafeterías (canal HORECA) es un destino de interés para los circuitos cortos. En Chile, una nueva generación de cocineros valora el origen cercano de las materias primas, en el contexto de una extensión general en cobertura y diversificación de la oferta culinaria (FAVET, 2015). Los consumidores chilenos y las consumidoras también muestran una alta valoración de los productos provenientes de la AFC, asociándoles atributos positivos como ser artesanales, naturales, saludables y con identidad (Köbrich *et al.*, 2019).

Por otro lado, en el proceso de puesta en valor del conocimiento local, el cual se efectúa bajo una lógica participativa, la agroecología empodera a colectivos que han sido excluidos de los sistemas agrícolas convencionales, como es el caso de las mujeres agricultoras, cuya labor en la producción de alimentos es frecuentemente minorizada o invisibilizada (Benítez *et al.*, 2020). En Chile, las mujeres que habitan en zonas rurales están postergadas en términos de asunción de la jefatura del hogar y afectadas por un mayor nivel de pobreza que en las zonas urbanas (Cid *et al.*, 2017). En el caso específico de las mujeres

en la AFC ellas se encuentran en una situación de especial vulnerabilidad, dificultad en acceso a recursos productivos y falta de inserción comercial. Las agricultoras en la AFC chilena, sobre todo en los casos que no generen el ingreso principal de sus hogares, ven la actividad productiva como algo secundario que atender una vez que hayan cumplido con los cuidados del hogar (Boza *et al.*, 2018). Las pequeñas productoras tienen otras limitantes relacionadas con la mayor dedicación relativa a las mencionadas labores de cuidados, la baja autoestima, el escaso apoyo desde las familias y las dificultades para movilizarse (Cortés *et al.*, 2017). Sin embargo, las productoras parecen tener una actitud especialmente favorable hacia el trabajo en conjunto; de hecho, casi la mitad de los socios de cooperativas agrícolas en Chile son mujeres (Collazos, 2019). Las relaciones de confianza entre agricultores son un pilar esencial para el éxito de los circuitos cortos (Rimisp, 2015); por otro lado, las mujeres campesinas tienen una relación distinta con los recursos naturales respecto de sus pares masculinos, manifestada en una mayor voluntad de conservación (CEPAL, 2021).

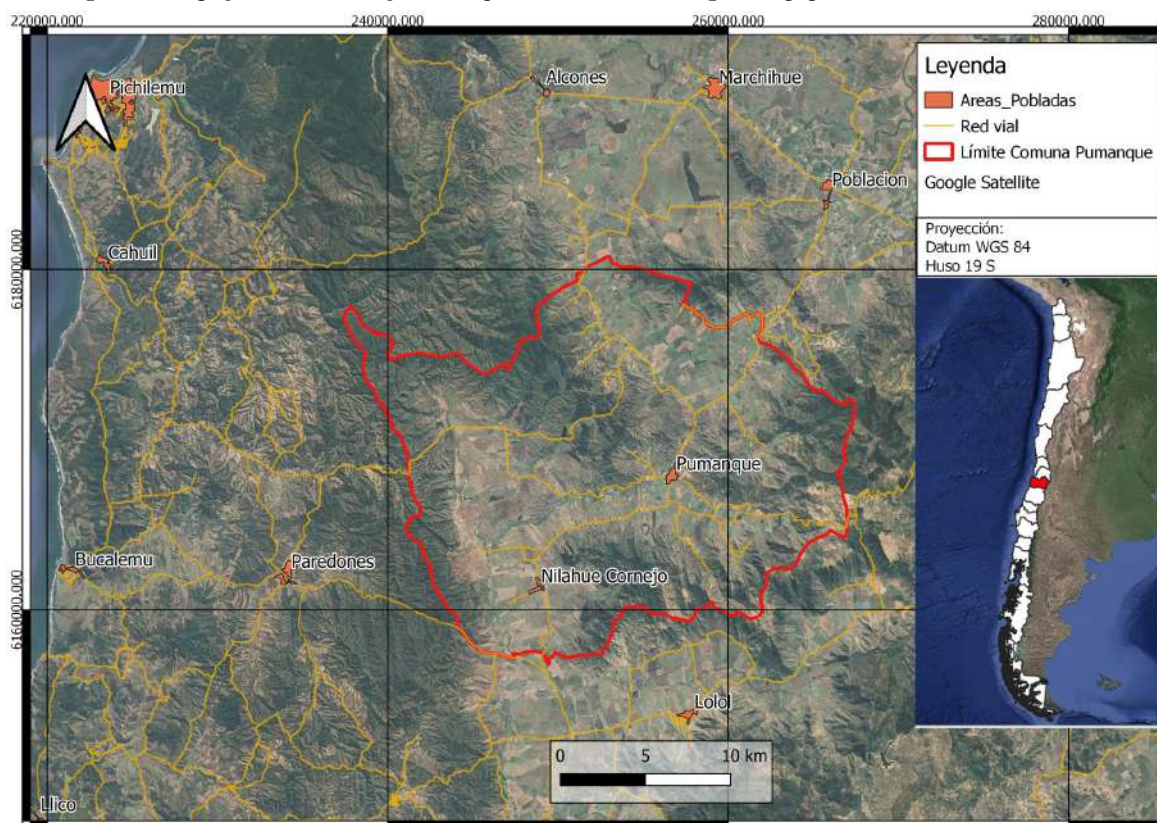
El presente artículo se basa en el estudio del caso de la agrupación de agricultoras Madre Tierra Germinando, ubicada en el Secano Costero de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, Chile. Sus socias, pertenecientes a la AFC, practican la agroecología en un territorio de especial vulnerabilidad, especialmente frente a la actual mega sequía que enfrenta el país. La consideración de este caso, además de en las características de las agricultoras y su territorio, se basa en que el grupo actualmente participa en un proyecto de innovación y fomento productivo y comercial que busca precisamente su inserción en circuitos cortos. Lo anterior, por un lado, facilita el acceso a la información, pero, sobre todo, permitirá en el corto y mediano plazo implementar acciones concretas. A través de nuestra investigación proponemos por tanto ofrecer un diagnóstico respecto de las posibilidades de inserción de mujeres productoras agroecológicas en un circuito corto de comercialización que tenga como destino el canal HORECA. Ello nos permitirá mostrar, además de resultados para nuestro caso específico, problemáticas y oportunidades que consideramos son compartidas.

Materiales y métodos

a. Caracterización general del área de estudio

La Región del Libertador Bernardo O'Higgins se encuentra en la zona central de Chile y su economía destaca por la relevancia del sector agrícola, con una especial vocación exportadora (BCN, 2020; GORE, 2009). No obstante, las transformaciones del sector, a partir de los años 90, por la incorporación activa de Chile en la internacionalización de los mercados agrícolas, han generado desigualdades intrarregionales, con territorios al margen de los procesos de modernización productiva y del desarrollo de infraestructuras e inversiones que sí se dieron en zonas marcadamente agroexportadoras (FUSUPO, 2019). El secano costero de la Región de O'Higgins y, en específico la comuna de Pumanque, lugar donde se realiza esta investigación, constituye un ejemplo de estos territorios rezagados (Figura 1 y 2).

Figura 1. Mapa de la comuna de Pumanque y sus alrededores con áreas pobladas y red vial
Figure 1. Map of the commune of Pumanque and its surroundings with populated areas and road network



Fuente: elaboración propia en colaboración con el ingeniero agrónomo Orlando Macari.
Source: own elaboration in collaboration with the agronomist Orlando Macari.

La comuna de Pumanque pertenece a la provincia de Colchagua, al sur poniente de la Región de O'Higgins, con una superficie de 400,9 km² y 16 localidades de las que Pumanque es la de mayor tamaño. La población total, según el Censo de 2017, es de 3.421, personas de las cuales 1.670 (48,8%) son mujeres y 1.751 (51,2%) son hombres. Sobre su distribución etaria se evidencia un envejecimiento poblacional, con un Índice de Adulto Mayor (número de personas con 60 años o más por cada 100 personas con 15 años o menos) del 133,26%, muy superior al 57,4% regional. En cuanto a su densidad, es la segunda comuna menos poblada de la región con 7,75 Hab/km² y posee la tasa de ruralidad (población que habita en localidades rurales respecto al total) más alta, con el 100%. Esta ruralidad se asocia con rezago en infraestructuras básicas y conectividad; ejemplo de ello es que la comuna no tiene liceo para educación secundaria, solo existen tres establecimientos de salud (todos de baja complejidad) y un 24% de los habitantes no cuenta con cobertura de agua domiciliaria (Ilustre Municipalidad de Pumanque, 2019). Según datos de la encuesta CASEN del Ministerio de Desarrollo Social (2017), tanto en pobreza según ingresos (10,7%) como en pobreza multidimensional (24,7%), Pumanque supera los datos a nivel regional (10,1% en ingresos y 18,5% en multidimensional) y nacional (8,6% y 20,7% respectivamente).

Figura 2. Paisaje agrícola de la comuna de Pumanque
Figure 2. Agricultural landscape of the commune of Pumanque



Fuente: fotografía de las autoras (17/06/2021). Source: authors photography (06/17/2021).

La economía comunal depende de la agricultura, con 44.555 hectáreas silvoagropecuarias, de las cuales el 50% corresponde a superficie agrícola (CIREN, 2016). La agricultura es a escala familiar (principalmente producción de hortalizas y frutales) y la ganadería es ovina, donde destaca el “cordero del secano”. En cuanto al empleo, el sector agropecuario ocupa el 41% del total de la fuerza laboral (población de quince años y más), seguido por la administración pública con un 29,3% (Ilustre Municipalidad de Pumanque, 2019). Es relevante el empleo asalariado temporal y estacional en empresas frutícolas, vitivinícolas y olivareras, del cual en muchos casos participa la mayoría del grupo familiar y que implica un desplazamiento diario hacia otras comunas (FUSUPO, 2019).

b. Levantamiento y análisis de la información

El levantamiento de la información se realizó de manera presencial en terreno y mediante videollamada en modalidad virtual durante los meses de mayo y junio de 2021, en el marco de las actividades de diagnóstico del proyecto en el que se encuadra la presente investigación. Para ello se utilizaron dos instrumentos:

Encuestas. Se realizaron encuestas de caracterización productiva y comercial a diez productoras de las quince activas en la agrupación Madre Tierra Germinando. El criterio de selección fue que estuvieran en ese momento o haber estado la temporada anterior con producción en sus explotaciones. El cuestionario estuvo compuesto por preguntas en torno a cuatro dimensiones: social (edad, cohabitación, años en la comuna, relación con la agricultura); productiva (cultivos, superficie, prácticas, infraestructura, limitantes); comercial (canales de venta, autoconsumo, proyección, limitantes) y condicionantes de género (rol de cuidado y laboral). La información se recogió en terreno mediante un cuestionario estructurado con preguntas principalmente cerradas y fue analizada mediante estadística descriptiva.

Entrevistas. Se realizaron entrevistas semiestructuradas por vía telefónica (videollamada) tanto a las diez productoras encuestadas como a tres actores del canal HORECA. Los tres restaurantes se seleccionaron por la diversidad de sus perfiles y por pertenecer a la Asociación de Emprendedores Gastronómicos Móviles e Itinerantes de la Región de O'Higgins, la cual impulsa una propuesta gastronómica con el propósito de destacar la identidad local. Se optó por la realización de entrevistas semiestructuradas ya que dan mayor flexibilidad que las estructuradas (como la encuesta), debido a que pueden ajustarse a los entrevistados, pudiendo motivar al interlocutor, aclarar términos, etc. (Díaz-Bracco *et al.*, 2013). En el caso de los representantes del canal HORECA, se preguntó sobre los requisitos que tienen para sus proveedores, para con ello, consultar a las productoras entrevistadas acerca de su disponibilidad y capacidad de cumplir con dichos requisitos.

Todas las entrevistas fueron transcritas y posteriormente codificadas mediante el software Atlas.ti. La realización de la codificación se basó, en el caso del canal HORECA, en identificar cuáles eran los principales criterios en la relación con sus proveedores y con ello poder sistematizar las declaraciones en las entrevistas. Una vez teniendo lo anterior, la codificación de las entrevistas a las agricultoras en Madre Tierra Germinando utilizó los mismos criterios identificados para el caso del canal HORECA. Todo ello se realiza a fin de poder facilitar la comparación entre requisitos, situación actual y percepciones. A partir de la comparación señalada, efectuamos una evaluación cualitativa del nivel de cumplimiento por parte de las productoras en Madre Tierra Germinando de los requisitos del canal HORECA priorizados. Dicha evaluación se resumió en una matriz que destaca los principales elementos de exigencia de cada criterio o requisito (ordenados de mayor a menor relevancia desde la perspectiva del HORECA), las condiciones y nivel de cumplimiento y la valoración de este en tres diferentes niveles (alto, medio, bajo), a través de un código tipo semáforo. La asignación de los distintos niveles de cumplimiento fue realizada por las investigadoras, considerando los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas. A partir de ellas se observa la factibilidad para hacer cambios significativos por parte de las agricultoras en Madre Tierra Germinando, en un corto o mediano plazo (Tabla 1).

Tabla 1. Modelo de matriz de síntesis de cumplimiento de requisitos del canal HORECA
Table 1. Model of summary matrix of compliance of requirements of the HORECA channel

Requisitos	Exigencia de HORECA	Cumplimiento de las productoras	Nivel de cumplimiento		
Criterio 1	Prioridad 1	Cumplimiento de XXX			
Criterio 2	Prioridad 2	Cumplimiento de XXX			
Criterio 3	Prioridad 3	Cumplimiento de XXX			
Criterio 4	Prioridad 4	Cumplimiento de XXX			
Criterio 5	Prioridad 5	Cumplimiento de XXX			

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

A partir de la evaluación realizada, identificamos brechas y potencialidades en vista de los puntos críticos (debilidades) y fortalezas —tanto objetivas como subjetivas— que evidencian las productoras, para participar de un modelo de comercialización directa con el HORECA.

Resultados y discusión

a. Antecedentes generales de la agrupación Madre Tierra Germinando y caracterización de sus miembros

La agrupación Madre Tierra Germinando surge en 2018 como iniciativa de un grupo de 22 mujeres en la junta de vecinos de la localidad de Ranquihue, Pumanque, con objeto de participar del proyecto “Comunidades Mediterráneas Sostenibles”. Dicho proyecto, financiado por Naciones Unidas, tuvo como objetivo apoyar a organizaciones comunitarias para la conservación de la biodiversidad e implementación de prácticas agroecológicas, mediante infraestructura (por ejemplo estanques, invernaderos) y capacitaciones (Rimisp, 2021). En la actualidad (julio 2021) la agrupación cuenta con alrededor de quince participantes activas (Figura 3).

Figura 3. Reunión de grupo de Madre Tierra Germinando

Figure 3. Group meeting of Madre Tierra Germinando



Fuente: fotografía de las autoras (08/07/2021). Source: authors photography (07/08/2021).

La mayoría de las agricultoras explota una superficie de menos de una hectárea y solo tres de ellas superan esa cantidad, aunque ninguna posee más de cinco hectáreas. Gran parte de las actividades productivas se realizan de forma manual, sin maquinaria, a excepción de los casos en los cuales las productoras incluyen entre sus rubros la siembra de grano para animales, que suele contratarse de manera externa y puntual, además de producirse en sistema de mediería con otros vecinos. No obstante, los rubros en que las productoras participan más activamente son el hortícola, tanto en invernadero como en exterior (especialmente en la época de verano por condiciones climáticas) y la producción de frutales; huevos y corderos son menos habituales y de carácter estacional. Todas suelen producir prácticamente los mismos cultivos, destacando lechuga y acelga (casi todo el año) y tomate, pimientos, ajíes y cebolla (principalmente en verano), si bien algunas se diferencian produciendo además sandías y melones, hierbas medicinales o flores.

La producción es destinada preferentemente al autoconsumo. Apenas dos productoras manejan volúmenes con objetivos comerciales para algunos cultivos; el resto vende de manera ocasional a través de sus redes familiares y dentro del grupo, aunque al coincidir los productos, muchas veces se regalan o se truecan por otros. Ninguna de las productoras vende fuera de su vivienda; lo más habitual es promocionar sus productos con cartelería exterior, o venderlos a algún intermediario, que suele ser un familiar. Sin embargo, siete de las diez productoras tendrían superficie suficiente para incrementar su producción hortícola o incluso de otros productos. Las productoras no manejan registros de volúmenes de producción en las hortalizas y ninguna hace planificación de los cultivos, ni registro de manejos. Las dos productoras con mayor volumen para la venta llevan registro económico.

Figura 4. Invernadero de productora de Madre Tierra Germinando

Figure 4. Greenhouse of producer of Madre Tierra Germinando



Fuente: fotografía de las autoras (14/05/2021). Source: authors photography (05/14/2021).

En cuanto al manejo, todas ellas aplican la agroecología, incluyendo rotación de cultivos, uso de pesticidas naturales (purines de ortiga, de ajo), fertilización con guanos y compost, etc. De manera puntual alguna de ellas ha usado productos químicos convencionales, pero en general todas tienen una postura de rechazo al uso de fitosanitarios comerciales. Sobre las infraestructuras, casi la totalidad de las productoras cuenta con invernaderos operativos. Asimismo, tienen sistemas de riego por goteo y estanques de almacenamiento de agua (Figura 4 y 5).

Figura 5. Estanque para agua en predio de productora de Madre Tierra Germinando
Figure 5. Pond of water on the farm of the producer of Madre Tierra Germinando



Fuente: fotografía de las autoras (17/06/2021). Source: authors photography (06/17/2021).

Todas las encuestadas son de edad madura, superando los 50 años, encontrándose la mitad entre los 60 y los 65 años. Aunque todas son autovalentes y trabajan sus huertos, las tres mayores (sobre los 70 años) reconocen su edad como la principal limitante para desarrollar su quehacer productivo. El envejecimiento es una realidad del mundo rural en Chile: la edad promedio de las jefaturas de explotación era de 58 años, según datos del último Censo Agropecuario de 2007 (INDAP, 2015). A ello se suma la falta de relevo generacional, pues salvo para dos productoras, los hijos e hijas no tienen intención de continuar en la producción familiar, a pesar de que algunos trabajan en el rubro agrícola como asalariados.

Todas las mujeres tienen hijos e hijas, la mayoría ya adultos y con familias propias. De ellas, cuatro viven solas sin sus hijos y no tienen responsabilidades familiares, tres de las cuales son las de mayor edad. Las demás tienen responsabilidades de cuidado en diferentes grados; dos productoras viven con hijos dependientes, mientras que cuatro comparten su casa con sus hijos y tres de ellas además con su nueva familia, aunque solo en un caso hay trabajo conjunto en la explotación. En efecto, tales tipologías de hogar son coherentes con lo observado por Ullmann *et al.* (2014) a nivel latinoamericano. Por un lado, el envejecimiento poblacional conlleva un aumento de los hogares “generacionales” compuestos solamente por personas mayores a 65 años, pero al mismo tiempo la existencia de arreglos de co-residencia entre núcleos familiares sigue cumpliendo un rol importante, en especial en los estratos socioeconómicos más vulnerables. En el caso de existir una situación de cuidado extendido, que incluso llega a otros hijos que no viven con ellas, tiene un efecto sobre las decisiones que se toman en la producción. Por un lado, lo que se produce se reparte entre más personas, priorizándose el autoconsumo familiar por sobre la comercialización; y, por otro, impacta en la elección de los cultivos, ya que se prefieren los de consumo habitual (lechuga, acelga, tomate, cebolla) que otros con vocación más comercial (como por ejemplo frutales).

En cuanto a su condición laboral, encontramos dos grupos diferenciados: las productoras que aún trabajan de manera asalariada y las que no, lo que a su vez está relacionado con las razones de vivir en Pumanque. Seis de las mujeres son originarias de Santiago y llegaron a Pumanque hace menos de diez años con motivo de su jubilación o la de su marido. En la actualidad no desarrollan una actividad laboral remunerada fuera del hogar y mantienen una dedicación importante a sus huertos, lo que complementan con artesanías u otras labores (la mayoría sin objetivo comercial) y el trabajo de dueña de casa (cuidados del hogar). Por su parte, las otras cuatro productoras son originarias de la zona; la mayoría proviene de familias relacionadas al trabajo del campo (ya sea como asalariado o producción propia). Como es habitual en sectores rurales, realizan múltiples trabajos, tanto agrícolas (temporeras en la viña y otros frutales) como otros vinculados habitualmente a labores domésticas. Incluso aquellas que están en edad de jubilar siguen trabajando y no está en sus planes dejar de hacerlo debido a su necesidad de contar con ingresos. En estos dichos, las productoras señalan que no siempre cuentan con la posibilidad de dedicarle más tiempo a sus predios porque tienen la necesidad de cumplir con otras responsabilidades laborales.

Igualmente, es relevante considerar que el grupo de Madre Tierra Germinando está sumamente cohesionado y, a pesar de que cuentan con desiguales recursos para desarrollar un proyecto productivo, se apoyan entre sí y manifiestan que tienen mucho interés en seguir implementando actividades colectivas. De hecho, la mayoría tiene disposición para buscar nuevas estrategias de comercialización que fortalezcan lo colectivo. En ese sentido, incluso dos de las productoras manifestaron explícitamente el deseo de vender de forma colectiva y de hacerlo a través de la agrupación, con objeto de que todas puedan beneficiarse.

b. Requisitos del canal HORECA para su aprovisionamiento

Los actores del canal HORECA entrevistados fueron dueños y administradores de restaurantes independientes de pequeño tamaño, en las localidades de Rancagua, Santa Cruz y Bucalemu, todas ellas de la Región del Libertador Bernardo O'Higgins. La primera es la capital regional y las otras dos se caracterizan por su vocación turística, siendo Santa Cruz referencia para el enoturismo nacional y Bucalemu un balneario de mar en el mismo sector del Secano Costero que Pumanque. Respecto al restaurante en Rancagua, destacan en su propuesta gastronómica productos tradicionales de la Región, como el cordero, la quinua o la chicha, siendo su principal proveedora la pequeña agricultura. De hecho, sus dueños incluso se desplazan a terreno a conocer a los productores. El restaurante de Santa Cruz pone el foco en su carta de vinos y se provee parcialmente de productos de la zona. Finalmente, el restaurante en Bucalemu apunta a productos del mar de la zona y en el caso de las frutas y hortalizas se abastece con intermediarios que entregan directamente en el local, sin un gran conocimiento o referencia de la procedencia.

A pesar de que los restaurantes cuyos dueños/administradores fueron entrevistados presentan situaciones diferentes en cuanto a sus estrategias de aprovisionamiento, frente a la consulta sobre el interés en contar con suministro por parte de productores de pequeña agricultura de la zona, comentan que sí lo tienen y que es un tema importante para ellos. Incluso dos de ellos indican que la elección de proveedores de agricultura familiar campesina ya es parte de su propuesta gastronómica basada en resaltar los productos de la región.

Sin embargo, a pesar de la buena disposición para contar con la agricultura familiar como proveedora, existen ciertos requisitos señalados por los entrevistados. A continuación describimos los cinco en los que hubo mayor acuerdo y énfasis.

Transporte y cercanía

La proximidad geográfica con los proveedores es de gran relevancia para los entrevistados. Por un lado, referido a apostar por productos de la zona, que favorezcan el desarrollo de producciones sostenibles con menor impacto en traslado; y por otro, para disminuir los costos que implica el abastecimiento. En el caso de que esa cercanía no existiese, como podría ser con las productoras de Pumanque, sí se valora contar con reparto a cargo de los proveedores y que este tenga una periodicidad adecuada a las necesidades del restaurante.

Variabilidad

Respecto a la variabilidad en la oferta, destacan dos conceptos. Por un lado, la necesidad de contar con productos diversos, con una gama importante de alternativas que permita tener productos diferenciados, aunque no sea en grandes cantidades; y por otro, poder participar en la toma de decisiones de producción, es decir que exista la posibilidad de que el productor siembre sobre demanda del HORECA, al menos en alguna proporción. Relacionado también con la variabilidad surge el concepto de temporalidad, es decir que, si bien se espera que haya una oferta importante de productos, estos deben respetar las temporadas; por tanto, no se espera que los agricultores dispongan todo tipo de productos siempre, sino tener una diversidad ajustada a cada temporada.

Volumen y estabilidad

Los entrevistados distinguen la necesidad de contar con volúmenes estables que permitan operar con seguridad y no tener que buscar y cambiar de proveedores por falta de *stock*. Por otro lado, especifican la importancia de establecer una relación a largo plazo con un proveedor que permita, como en el caso de la diversidad de productos, acceder a ciertos volúmenes, definidos de manera conjunta entre el productor y el canal HORECA.

Inocuidad y calidad

En la inocuidad, los entrevistados asumen que es más crítica en el propio restaurante, en el manejo que se tenga de la higiene en las cocinas, que en el campo. Al enfocarlo en la calidad, los entrevistados tienen consenso en que las materias primas sean producidas de manera sostenible ambientalmente. Allí surge nuevamente la idea de establecer un contacto directo con los productores que permita lograr una certificación participativa, en la cual el comprador final, en este caso el HORECA, sea quien verifica directamente en campo cómo se produce, en qué condiciones sanitarias, ambientales y laborales se da esa producción.

Precio

Es destacable que el precio, que suele ser un requerimiento de primer orden, en este caso no surge de manera espontánea; frente a la consulta específica, todos los entrevistados indican que no es el criterio más relevante. Lo explican debido a que la oferta de proveedores que cumplen sus requisitos es aún restringida en la zona, por lo que tienen disponibilidad a ser flexibles en el precio, aunque en ciertos casos pueda ser mayor al

del mercado convencional. Se plantea que es fundamental entender que para tener productos de calidad hay que pagar su valor, aseveración en la que todos los entrevistados coinciden.

Finalmente, es notable subrayar que, en la identificación de estos criterios por parte del canal HORECA, surge con mucha fuerza y de manera transversal la importancia de la construcción de una relación de mediano o largo plazo con los productores. Se considera como una relación que permita acuerdos comerciales, ya sea de compromisos de venta, de elección de variedades u otros, y a la vez de conocimiento por parte del HORECA del territorio y sus productos, de las condiciones de producción y vida de sus proveedores.

c. Visión de las agricultoras sobre los requisitos del canal HORECA

A continuación detallamos, para cada uno de los cinco requisitos relevados en las entrevistas al canal HORECA, la visión de las productoras de Madre Tierra Germinando sobre su disponibilidad, intereses y capacidades de cara a cumplirlos.

Transporte

Las productoras manifiestan mayoritariamente (ocho de diez) que no cuentan con vehículo para asumir el transporte de sus productos a los restaurantes de manera individual, pero sí tienen interés y están dispuestas a resolverlo de manera grupal, con objeto de abaratar costos y generar una participación colectiva. De hecho, todas ellas, incluso quienes tienen posibilidad de hacerlo de manera individual, preferirían hacerlo en conjunto.

No falta alguna u otra que ponga vehículo y podemos juntar las cosas y que vaya una un día y otra que pueda ir a dejar las cosas otro día, recolectarlas y todo eso. (Agricultora, 56 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Yo no tengo vehículo, no podría llevarlo, pero si nos juntamos yo creo que ahí sí, nos arreglamos. (Agricultora, 63 años, miembro Madre Tierra Germinando)

El grupo cuenta con una productora que trabajó como comerciante, con experiencia en transportar alimentos. Además, una de las entrevistadas manifestó la posibilidad de gestionar el transporte grupal como una ayuda desde la municipalidad a la junta de vecinos a la cual pertenece la agrupación, lo que también es un recurso a considerar.

Variabilidad

Frente a la disponibilidad de contar variedades diferentes, solo una productora manifestó no estar interesada en ampliar su oferta, mientras las nueve productoras restantes están interesadas; de hecho cinco de ellas ya cuentan con una importante variedad de hortalizas más habituales (lechuga, tomate, pimiento y ají). Siete productoras manifiestan disposición a poner otras variedades que puedan ser propuestas por los restaurantes, en la idea de sembrar a demanda y ofrecer un producto a gusto del cliente, independientemente de que sigan además produciendo sus variedades habituales.

Un elemento interesante que surge de la reflexión de una de las productoras entrevistadas es que la mayor variedad también tiene un efecto en las ventas locales, pues pueden ofrecerse nuevos productos a la clientela habitual. En consecuencia, la producción a demanda podría tener el doble impacto de vender al HORECA y diferenciarse frente a la clientela frecuente.

Si uno no tiene esa variedad y la van a traer para acá como una novedad, pucha (sic) va a ser una novedad para la gente aquí también, porque uno acá puede vender también, es una novedad para la misma gente de acá [...] entonces por conocer la variedad, el gusto, el sabor que tiene la lechuga, yo creo que comprarían para enterarse cómo es el sabor de ese nuevo producto. (Agricultora, 59 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Volumen y estabilidad

Las productoras manejan en general volúmenes pequeños, en gran medida para el autoconsumo. En la entrevista se intentó identificar la disposición a incrementar volúmenes con objeto de destinarlos a la venta sin poner en riesgo el autoconsumo y a la vez qué capacidad existe para mantener esos volúmenes de manera constante.

Respecto a la disposición a incrementar la producción, cuatro de las productoras manifiestan que podrían hacerlo, pero no demasiado. Las razones para este escaso incremento son: no poner en riesgo el autoconsumo, ya que las infraestructuras o los espacios productivos son limitados (dos productoras) y la falta de apoyo en mano de obra porque son mujeres que viven solas y de edad avanzada (dos productoras).

Debería tener alguien que lo hiciera, no se encuentra gente para hacer el trabajo. Yo tengo un sobrino de mi marido que es de Palmilla que me podría ayudar, él sabe de todo eso del campo y tendría que hablar con él porque por aquí no hay gente que me pueda ayudar. (Agricultora, 78 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Como estrategia para aumentar el volumen, todas ellas ven como alternativa la posibilidad de vender de manera conjunta. La venta colectiva es incluso de interés para las seis productoras que sí muestran disponibilidad para incrementar sus volúmenes productivos de manera particular, aunque las motivaciones se relacionan con otros elementos, como el transporte, la estabilidad y la fijación de precios. La limitación principal para estas seis productoras es el agua, dado que si ya es un problema con la producción que tienen ahora incrementarla es un riesgo, por lo que intervenir en mejorar dicha condición es crítico.

Es lo que hemos estado esperando, todas [poder producir más], por eso necesitamos esos filtros para el agua de la lavadora [bio-filtros] [...] entre todas seguro que sí, porque todas plantan de todo un poco, según la temporada [...] tendríamos que conversar y ponernos de acuerdo para plantar lo que ellos nos pidieran. (Agricultora, 65 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Yo estaría dispuesta, pero el problema aquí es el agua. Yo tengo una noria con poca agua y no tengo cómo sacarla y sacando, sacando, no va a tener más. (Agricultora, 56 años, miembro Madre Tierra Germinando)

La estabilidad es un elemento dispar, ya que cinco productoras pueden producir todo el año y creen que podrían mantener un *stock*, aunque no fuera muy grande. Otras cuatro producen solo en verano, pero durante esa temporada también podrían asegurar un *stock* en las mismas condiciones. Sin embargo, se repite, como en el volumen, la diferencia relacionada con el destino principal de la producción: cuando esta es para autoconsumo y la venta es del excedente, hay menos interés en asegurar un *stock*, mientras que las que desean crecer para vender están dispuestas a asegurar productos durante más tiempo.

En los invernaderos aquí, es poco lo que se cosecha, pero se cosecha de todo. No produzco todo el año porque lo que nos han enseñado es que el invernadero se deja descansar para limpiarlo y prepararlo para la siguiente temporada, porque yo generalmente no hago para vender, lo tengo para el uso diario porque el invernadero es chico. (Agricultora, 69 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Sí, estaría dispuesta [a mantener stock permanente] si es algo constante y serio, no creo que haya problema [...] yo por mí encantada, el problema es que yo estoy viejita y la mano de obra es escasa acá y tendría que irme *piano, piano*. Pero bueno, todo resulta bien si uno lo hace con cariño y con la esperanza de que va a ir bien. (Agricultora, 75 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Surge aquí el elemento del compromiso, señalado por tres productoras, referido a que, al haber un compromiso de compraventa, hay que cumplir al cliente lo pactado.

Si alguien se interesa sí, pero a la vez una tiene que buscar alguien que responda porque suponga que vamos a sembrar y dice que no puede responder, que no tiene agua, que le sale muy caro y no va a seguir; si se tiene un compromiso es un compromiso, si no la dejan mal a una. (Agricultora, 64 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Sin embargo, hay una productora que señala que no podría comprometer un *stock* debido a que por la situación climática o por plagas a veces hay pérdidas, lo que implica no contar con parte de la producción. Ella es una de las que más produce para vender, por lo que su experiencia es especialmente relevante de cara a planificar en el corto plazo volúmenes.

Es difícil porque a veces les vienen enfermedades a las plantas, entonces no funciona como una quisiera, ese es el problema. Sería difícil comprometerse; mejor una planta lo que puede y se vende lo que haya. (Agricultora, 61 años, miembro Madre Tierra Germinando)

Inocuidad y calidad

Todas las productoras mantienen un manejo agroecológico de sus hortalizas, basado en abonos naturales y productos de origen vegetal preparados por ellas mismas. Han ido incorporando diferentes técnicas y cuentan con una visión productiva que coincide con lo que solicita el canal HORECA consultado. Mas el registro a través de un cuaderno de campo aún no es muy extendido; solo tres tienen, pero no para las hortalizas sino para otros productos que venden (cordero, frutales, etc.), aunque todas manifiestan interés y disponibilidad, ya sea porque saben que es importante para el manejo, como por ser una solicitud del cliente.

Frente a las visitas de personal de los restaurantes, hay total disponibilidad por parte de las productoras. La principal motivación es establecer una relación, conocer a quién les compra. De hecho, cinco productoras dicen que esto es fundamental para establecer un acuerdo de compraventa, y a las demás les parece bien para mostrar lo que hacen: “Sí, es bueno conocernos, igual conviene conocer a la persona con la que una va a tratar, a hacer negocio, porque cuando ellos ven lo que una hace, es más confiable” (agricultora, 56 años, miembro Madre Tierra Germinando).

Precio

Así como para el HORECA consultado el precio es el menos relevante de los criterios, para las productoras tampoco está muy presente. Las tres que venden productos lo fijan a partir de lo que ven en el mercado local. Por otro lado, hay dos productoras que señalan no tener ni idea de cuánto cobrarían al canal HORECA, pero les parece importante que sea justo. En cualquier caso, al menos cuatro consideran que, al vender por más volumen, puede bajarse el precio unitario; y una productora manifiesta que el precio debe mantenerse en el tiempo si hay compromiso de venta, aunque a veces sea más caro producir.

Frente a esta disparidad de criterios para adoptar precios, la alternativa de establecer una negociación de manera grupal aparece como la preferida por ocho de las productoras, en el entendido de que el volumen y el transporte también se gestionarían de esa manera. Aunque hay dos productoras que plantean que, a veces, la calidad entre productos es diferente y que un precio conjunto puede castigar a quienes tienen mejor producto; no se niegan a concretar precio de manera grupal, pero plantean tener eso en cuenta.

¡Si una va a vender una lechuga con cuatro hojas y cobra una barbaridad, no pues! Hay que asegurar que sea un buen producto [...] hay que fijarse en la calidad del producto, no es lo mismo una lechuga rica, bien hecha, que una apestadita (sic), por los mismos 500 pesos, yo pienso que no sería gracia. Por eso yo creo que eso va en cada una, porque un producto bueno no puede costar igual que un producto malo. (Agricultora, 59 años, miembro Madre Tierra Germinando)

d. Identificación de brechas y oportunidades

Presentamos en Tabla 2 la comparativa entre lo solicitado por el canal HORECA y la disponibilidad y capacidades de las productoras para cumplir dichos requisitos basado en la información analizada en los anteriores apartados. Los criterios se han ordenado de mayor a menor relevancia para el canal HORECA.

Tabla 2. Matriz comparativa de requisitos identificados para el canal HORECA y potencialidades para su cumplimiento por parte de las agricultoras en Madre Tierra Germinando
Table 2. Comparative matrix of requirements identified for the HORECA channel and potential for compliance by farmers in Madre Tierra Germinando

Requisitos	Exigencia del HORECA	Cumplimiento de las productoras	Nivel de cumplimiento
Transporte	<u>Prioritario</u> Si proveedores son cercanos, menor costo de transporte y se puede asumir por el HORECA. Si proveedores son más lejanos, necesidad que lo asuma el proveedor.	No hay recursos económicos para asumir de manera individual el transporte. Disponibilidad para hacerlo como grupo y tener acuerdos de entregas y asumir costos. Requiere orgánica que no tienen en la actualidad, aunque existe alguna experiencia individual previa.	AMARILLO Difícil en el corto plazo, pero factible en mediano plazo, debido a la facilidad de organizarse del grupo y al interés mostrado.
Variabilidad	<u>Muy relevante</u> Contar con oferta diversa y con productos especiales (variedades en hojas, hierbas, etc). Tener participación en la decisión de siembra (a demanda) en algún porcentaje. Que se respete la temporalidad de productos.	Ya existe variabilidad en algunos productos, pero solo en una temporada. Hay disponibilidad en aumentar variedades y que sea a demanda del HORECA. Interés en ampliar oferta para otros compradores, oportunidad de diferenciarse con otros clientes. Preferencia por desarrollar variedades locales.	VERDE Factible en el corto plazo con posibilidad de aumentar en el mediano plazo. Posible especialización en variedades locales atractivas para HORECA.
Volumen y estabilidad	<u>Relevante</u> Más que grandes volúmenes, es importante que los volúmenes se cumplan. Poder acordar entregas en el largo plazo, que se mantenga el stock.	Escaso volumen de manera individual, salvo excepciones. Priorización del autoconsumo por sobre la venta en la mayoría de las productoras. Interés en algunas de aumentar volúmenes para vender sin afectar autoconsumo. Se cuenta con superficie y disposición para aumentar volúmenes. Limitaciones para aumento de volumen: principalmente el agua, también mano de obra. Disponibilidad para compromisos en volumen si este no es muy alto. Producción en temporadas, por lo que el stock se puede comprometer en ese periodo.	ROJO Hay disponibilidad de aumento de volumen, pero los limitantes son importantes. Puede entrar en conflicto con asegurar el autoconsumo.

Inocuidad y calidad	<u>Intermedio</u> La inocuidad es vista como poco relevante, quizás porque se considera algo ya existente. Calidad relevante, asociada a producción sostenible. Interés en certificación de primer grado: directa en el campo.	Manejo agroecológico, sin agroquímicos, dado el interés en producir alimentos sanos con consumidores y medioambiente. Disponibilidad de visitas de certificación y establecer relación directa con HORECA. Actualmente no hay registros productivos ni comerciales, pero existe disposición a iniciar si se requiere para el acuerdo de compraventa.	VERDE Factible en el corto plazo para certificación de primer grado, aunque es necesario reforzar registros en el mediano plazo.
Precio	<u>Poco relevante</u> Con un importante margen para negociar; se entiende que para productos de calidad, hay que pagar su valor.	Las productoras que actualmente venden sus productos lo hacen en la localidad, establecen precios según mercado local y venden al mismo precio. No incluyen costos de producción ni recursos humanos a la hora del precio. Escasa valoración comercial de sus productos. Desconocimiento de mercado fuera de localidad y de los precios al HORECA. Disponibilidad de precio al por mayor por volumen. Preferencia por negociar de manera grupal precio con HORECA.	VERDE Factible en el corto plazo lograr acuerdos para fijar precios. Fortalecer la valoración de los productos desde el punto de vista comercial, dada su producción sostenible y el manejo agroecológico.

Fuente: elaboración propia. Source: own elaboration.

Conclusiones

Las agricultoras de la agrupación Madre Tierra Germinando se caracterizan por manejar una superficie muy reducida dedicada principalmente al cultivo de hortalizas y frutas, las cuales se destinan preferentemente al autoconsumo familiar. Gran parte de los manejos no están mecanizados y se realizan bajo principios agroecológicos adquiridos a partir de la participación de un proyecto, el cual además les llevó a asociarse. Las principales limitantes para aumentar la producción son la falta de mano de obra y de agua, siendo lo segundo, en especial, crítico dada las características de su territorio y la prolongada sequía en Chile.

En relación a los criterios exigidos por el canal HORECA destacan cinco, los cuales ordenados según la relevancia dada por los entrevistados son: (i) transporte de los productos a los restaurantes; (ii) cumplimiento de los volúmenes comprometidos y estabilidad; (iii) diversidad de la oferta; (iv) inocuidad y calidad (sobre todo ambiental), y (v) precio.

Al respecto, las agricultoras manifiestan dificultades para cumplir especialmente con los dos primeros, dado que la mayoría no cuenta con transporte propio y que, hasta ahora, el volumen de producción es bajo y estacional. Sin embargo, existe una notable voluntad de poder abordar ambos aspectos mediante el trabajo en conjunto tanto dentro del grupo como con la demanda. De hecho, la generación de relaciones estables basadas en

el conocimiento mutuo y la confianza entre las agricultoras y los restaurantes es identificada como esencial. Otro tema transversal es la necesidad de garantizar el autoconsumo antes de comercializar, dado que para las productoras es sumamente importante ser capaces de proveer la alimentación de sus familias con los productos que obtienen, lo que constituye una extensión de su rol en el cuidado.

A pesar de estos limitantes, la venta al canal HORECA es una alternativa vista como de interés por ambas partes. Desde los restaurantes se aprecia la diversidad y el sistema de cultivo más ambientalmente responsable de las productoras, y ellas muestran una actitud positiva a poder ampliar su mercado, sobre todo con una alternativa que les dé estabilidad.

*Investigación en base a información colectada en el proyecto “Transferencia Agroecológica con Gestión Hídrica en Secano” (IDI 40027296-0) financiado por el Fondo de Innovación para la Competitividad del Gobierno Regional de la Región del Libertador Bernardo O’Higgins.

Bibliografía

- Altieri, MA. (1995). *Agroecology: The Science of Sustainable Agriculture*. Segunda edición. Colorado, Westview Press.
- Benítez, B. *et al.* (2020). “Empowering Women and Building Sustainable Food Systems: A Case Study of Cuba’s Local Agricultural Innovation Project”. *Frontiers for Sustainable Food Systems* 5: 554414.
- Bergez, JE.; Audouin, E. y Therond, O. (2019). *Agroecological Transitions: From Theory to Practice in Local Participatory Design*. Nueva York, Springer.
- Bezner Kerr, R.; Rahmanian, M.; Owoputi, I. y Batello, C. (2019). “Agroecology and Nutrition: Transformative Possibilities and Challenges”. En Burlingame, B. y Dernini, S. (eds.). *Sustainable Diets Linking Nutrition and Food Systems*. Wallingford, CABI: 53-63.
- BCN (2020). *Informe territorial: Región del Libertador Bernardo O’Higgins*. Valparaíso, Biblioteca del Congreso Nacional de Chile.
- Boza, S.; Cortés, M.; Muñoz, T.; Rico, M. y Muñoz, J. (2018). “Development Programs for Female Farmers: Identifying Clusters for the Case of Chile’s ‘Education and Training Program for Rural Women’”. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias – UN Cuyo* 50(1): 141-155.
- Boza, S. y Kanter, R. (2020). “Local Sustainable Diets as a Driver for Transition to Agroecological Food Systems”. *Journal of Sustainable and Organic Agricultural Systems – Landbauforschung* 70(2): 5-8.
- CEPAL (2021). “Implicancias de los roles de género en la gobernanza de los recursos naturales en América Latina y el Caribe”. *Recursos Naturales América Latina y el Caribe* 2. Santiago de Chile, CEPAL.

- Cid, P.; Larenas, E.; Echeverría, C. y Rojas, MA. (2017). *Mujeres rurales en Chile: sistematización de algunos elementos*. Santiago de Chile, MinMujeryEG.
- CIREN (2017). *Diagnóstico territorial de la situación hortícola de la región del Libertador Bernardo O'Higgins*. Santiago de Chile, CIREN.
- Collazos, C. (2019). "El rol de las mujeres en el mundo cooperativo agrícola". *El Mostrador*, 17 de octubre de 2019. En <https://www.elmostrador.cl/braga/2019/10/17/el-rol-de-las-mujeres-en-el-mundo-cooperativo-agricola/> (consultado 30/05/2022).
- Cortés, M.; Montenegro, I.; Boza, S.; Henríquez, JL. y Araya, T. (2017). "La recolección de productos forestales no madereros por mujeres campesinas del sur de Chile: reconfigurando la tensión entre lo local y lo global". *Revista RIVAR* 4(12): 22-45.
- Díaz-Braco, L.; Torruco-García, U.; Martínez-Hernández, M. y Varela-Ruiz, M. (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. Ciudad de México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- FAO (2018). *Sistemas territoriales de abastecimiento alimentario: propuesta metodológica*. Santiago de Chile, FAO.
- FAVET (2015). "Diseño y evaluación ex-ante de modelos de negocios en circuitos cortos en Chile". *Serie Estudios y Documentos de Trabajo INDAP N° 4*. Santiago de Chile, FAVET.
- FUSUPO (2019). *Arando la tierra, sembrando cambios. Percepciones y transformaciones socioproductivas del secano costero de la Región de O'Higgins*. Santiago de Chile, FUSUPO.
- GORE (2011). *Estrategia Regional de Desarrollo 2011-2020. Región del Libertador Bernardo O'Higgins*. Puerto Montt, Servicio Administrativo del Gobierno Regional de Los Lagos.
- Ilustre Municipalidad Pumanque (2019). *Plan de desarrollo comunal de Paredones (PLADECO) 2019-2025*. Pumanque, Ilustre Municipalidad de Pumanque.
- INDAP (2015). *Línea base de los usuarios de INDAP. Informe final*. Santiago de Chile, INDAP.
- Köbrich, C.; Bravo-Peña, F. y Boza, S. (2019). "Percepción y actitudes de consumidores chilenos respecto a productos de origen campesino: un estudio exploratorio". *Revista RIVAR* 6(18): 59-78. DOI <https://doi.org/10.35588/rivar.v6i18.4175>
- Köhler, J. *et al.* (2019). "An Agenda for Sustainability Transitions Research: State of the Art and Future Directions". *Environmental Innovation and Societal Transitions* 31: 1-32.
- Marsden, T.; Banks, J. y Bristow, G. (2000). "Food Supply Chains Approaches: Exploring their Role in Rural Development". *Sociologia Ruralis* 40: 424-438
DOI <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00158>
- Ministerio de Desarrollo Social (2017). *Encuesta de caracterización socioeconómica nacional*. Santiago de Chile, Observatorio Social.

- Ollivier, G.; Magda, D.; Mazé, A.; Plumecocq, G. y Lamine, C. (2018). “Agroecological Transitions: What Can Sustainability Transition Frameworks Teach Us? An Ontological and Empirical Analysis”. *Ecology and Society* 23(2): 5.
DOI <https://doi.org/10.5751/es-09952-230205>
- Rimisp (2021). “Sistematización de lecciones aprendidas del proceso de desarrollo de Iniciativas a Escala Territorial (IET) en las regiones de O’Higgins, Maule y Biobío-Ñuble”. *Documento de trabajo del Proyecto MMA/GEF-PNUD Comunidades Mediterráneas Sostenibles*. Santiago de Chile, Rimisp.
- _____. (2015). *Agricultura familiar y circuitos cortos en Chile: situación actual, restricciones y potencialidades*. Santiago de Chile, ODEPA.
- Rossing, W. *et al.* (2020). “Transitioning to the Safe and Just Space Inside ‘the Doughnut’ by Means of Agroecological Niche Food Systems: Insights from Chile and Uruguay”. *International Journal of Agriculture and Natural Resources* 47(3): 295-311.
DOI <https://doi.org/10.7764/ijanr.v47i3.2258>
- Ullmann, H.; Maldonado Valera, C. y Rico, MN. (2014). *La evolución de las estructuras familiares en América Latina, 1990-2010 Los retos de la pobreza, la vulnerabilidad y el cuidado*. Santiago de Chile, CEPAL y UNICEF.