



Gobernanza en mercados alimentarios digitales. Caso Sembrando Confianza, Colombia.

Adriana María Chaparro Africano

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO – Bogotá – Colombia

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9124-3005>

Resumen

Desde hace algún tiempo se reconoce la necesidad de comprender mejor la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios, especialmente en el marco del cambio climático y de contingencias como la pandemia por Covid 19. El objetivo de esta investigación fue analizar la gobernanza como dinámica o proceso social de Sembrando Confianza SC, un mercado digital agroecológico para la Agricultura Campesina, Familiar, y Comunitaria, ubicado en Bogotá, Colombia. Durante 2023 se realizaron entrevistas al coordinador del mercado, a 11 consumidores y a cinco productores. SC es un proyecto de una Organización No Gubernamental colombo francesa, que emplea la agroecología como herramienta de transformación social. La Fundación fue creada en 2007 y el mercado digital en 2012 con el fin de absorber los excedentes de su primer proyecto. En 2018 SC pasó a tener su sitio web de comercio electrónico que va por su segunda versión, apoyando mensualmente a más de 65 productores y 109 consumidores. La gobernanza es una de las características innovadoras de SC porque es una heterarquía tímida con rasgos de anarquía y jerarquía, mientras los mercados alimentarios convencionales son sobre todo anárquicos o jerárquicos. También es un reto, pues mientras algunos productores y consumidores se han desentendido, otros desean participar más activamente. Se considera importante que SC estructure un marco de gobernanza que implique quien participa, cómo y para qué, apoyándose en las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Palabras clave: Participación. Gobernanza y Tecnologías de la Información y la Comunicación. Mercado agroecológico. Agroecología. Sostenibilidad.

Governança em mercados alimentares digitais. Caso Sembrando Confianza, Colombia

Resumo

Há já algum tempo que se reconhece a necessidade de compreender melhor a sustentabilidade dos sistemas agroalimentares, especialmente no contexto das alterações climáticas e de contingências como a pandemia de Covid 19. O objetivo desta investigação foi analisar a governação como uma dinâmica ou processo social do Sembrando Confianza SC, mercado digital agroecológico para Agricultura Camponesa, Familiar e Comunitária,

localizado em Bogotá, Colômbia. Durante 2023 foram realizadas entrevistas com o coordenador de mercado, 11 consumidores e cinco produtores. SC é um projeto de uma Organização Não Governamental Franco-Colômbia, que utiliza a agroecologia como ferramenta de transformação social. A Fundação foi criada em 2007 e o mercado digital em 2012 para absorver os excedentes do seu primeiro projeto. Em 2018, SC passou a ter seu site de e-commerce que está em sua segunda versão, atendendo mensalmente mais de 65 produtores e 109 consumidores. A governação é uma das características inovadoras da SC porque é uma heterarquia tímida com características de anarquia e hierarquia, enquanto os mercados alimentares convencionais são maioritariamente anárquicos ou hierárquicos. É também um desafio, porque embora alguns produtores e consumidores se tenham desvinculado, outros querem participar mais activamente. Considera-se importante que a SC estructure um quadro de governação que envolva quem participa, como e para quê, apoiando-se nas Tecnologias da Informação e Comunicação.

Palavras-chave: Participação. Governança e Tecnologia da informação e comunicação. Mercado agroecológico. Agroecologia. Sustentabilidade.

Governance in digital food markets. Case Sembrando Confianza, Colombia.

Abstract

For some time now, the need to better understand the sustainability of agri-food systems has been recognized, especially in the context of climate change and contingencies such as the Covid 19 pandemic. The objective of this research was to analyze governance as a dynamic or social process of Sembrando Confianza SC, an agroecological digital market for Peasant, Family, and Community Agriculture, located in Bogotá, Colombia. During 2023, interviews were carried out with the market coordinator, 11 consumers and five producers. SC is a project of a French Colombian Non-Governmental Organization, which uses agroecology as a tool for social transformation. The Foundation was created in 2007 and the digital market in 2012 in order to absorb the surpluses from its first project. In 2018, SC started to have its e-commerce website that is in its second version, supporting more than 65 producers and 109 consumers monthly. Governance is one of the innovative features of SC because it is a timid heterarchy with features of anarchy and hierarchy, while conventional food markets are mostly anarchic or hierarchical. It is also a challenge, because while some producers and consumers have become disengaged, others want to participate more actively. It is considered important that SC structures a governance framework that involves who participates, how and for what, relying on Technology of the Information and Communication.

Keywords: Participation. Governance and Technology of the information and communication. Agroecological market. Agroecology. Sustainability.

1 Introdução

Algunos estudios previos ya han concluido y propuesto la promoción de la transición agroecológica y el desarrollo de sistemas agroalimentarios locales y de mercados alternativos, como mecanismos para hacer sostenible la producción y el consumo de alimentos, incluyendo la mejora de la calidad de vida de los productores de alimentos y la salud de los consumidores, y priorizando perspectivas de gestión territorial y sostenibilidad fuerte (Chaparro & Calle, 2017; Chaparro, 2018).

Estas acciones se proponen como políticas públicas e iniciativas de resistencia, cooperación y movilización social, pero es claro que hay vacíos en las políticas públicas y que la iniciativa ciudadana suele ser más dinámica y anticiparse a ellas, lo que determina la necesidad de identificar estas iniciativas, estudiarlas y aprender de ellas. Este es el caso de los mercados para productos agroecológicos, que abreviadamente se han denominado mercados agroecológicos.

Los mercados agroecológicos han sido definidos como organizaciones formales o informales que promueven la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios mediante la distribución de productos agroecológicos en cadenas de suministro cortas, en términos de distancia y de intermediarios, con diversidad de participantes (promotores, productores, y consumidores), y de interrelaciones (Chaparro-Africano, 2019). La principal característica de estos mercados es su racionalidad alternativa frente a los mercados convencionales en términos sociales, ambientales, y económicos, ya que su propósito no es el lucro sino el desarrollo de mecanismos solidarios de intercambio, que a su vez promueven la producción agroecológica, el consumo sostenible, y el bienestar de productores y consumidores.

Estos mercados se concentran en productos agroecológicos, principalmente alimentos, y son promovidos por actores que incluyen productores, consumidores, organizaciones no gubernamentales, y universidades, entre otros. Un segundo aspecto de gran relevancia es que estos mercados no se limitan a la inclusión de campesinos, sino que, se amplían a productores diversos como agricultores familiares, indígenas, neorrurales, apicultores y procesadores urbanos, entre otros, incluso los mismos promotores y consumidores de estos mercados suelen ser productores. Respecto a los consumidores, conjugan un variado conjunto de motivaciones para participar de estos mercados, que incluyen aspectos sociales como su salud, pero también aspectos ambientales como la protección y conservación de la naturaleza, y económico-solidarios como la generación de ingresos para los productores y para las organizaciones que lideran los mercados, lo que supera el mero enfoque mercantilista y de abastecimiento de los mercados convencionales (Chaparro-Africano, 2019).

Gradualmente, estos mercados han inclursionado en la digitalización. Según Niederle, Schneider y Cassol (2021), los medios digitales se expandieron y consolidaron en diferentes dimensiones, imposibilitando el trabajo, la producción y el consumo sin tecnologías, y sin que de esta realidad se margine a la agricultura y la alimentación, que, apesar de estar permeada de contradicciones y desigualdades entre grupos sociales y actividades productivas, a su vez, es objeto de nuevas oportunidades y exclusiones. De hecho, con la crisis sanitaria del Covid-19 se produjo una aceleración del desarrollo de los mercados de alimentos digitales, tanto para grandes grupos económicos y corporativos (Kenny, Serhan, & Trystram, 2020), como para sectores sociales de pequeña escala como los agricultores agroecológicos (Da Costa, 2020).

Estos mercados digitales para o de agricultores familiares tienen retos como: barreras de entrada y competencia; escala, alcance y estabilidad de oferta y demanda; logística; disposición organizacional y gobernanza; y gestión de la información (Niederle, y otros, 2021). Respecto a la gobernanza es un reto importante por ser un indicador de participación social e inclusión (Cavalcanti, y otros, 2014). Esta gobernanza, que se pretende sea participativa (BLAY-PALMER, 2020) ocurre en estos

mercados digitales de diferentes modos, según las dinámicas sociales de sus actores, incluyendo más o menos participación de productores, consumidores, y/o terceros (Niederle, y otros, 2021).

Para que estos mercados agroecológicos, ahora apoyados en procesos digitales, sean sostenibles, su gobernanza es determinante, a pesar de lo cual ha sido poco estudiada, especialmente en experiencias locales. Novoa (2020) realizó un análisis de gobernanza en un mercado de productores con lógicas de transición agroecológica de Colombia, desde el foco de la gobernanza heterárquica, identificando cuales son sus problemas (necesidad de viabilizar mecanismos de producción y consumo alternativos), normas, actores (compañeros, informantes interlocutores y cooperantes), espacios nodales y procesos, y resaltando que las relaciones van más allá de las transacciones comerciales, así como su autonomía, coherencia y cohesión, pero no la eficiencia ni la resiliencia de los procesos.

Posteriormente, Novoa, Camacho, Aranda, Acevedo-Osorio, & Velasquez (2021) analizaron un caso colombiano de gobernanza para la transición agroecológica y el acceso a mercados, desde el prisma de la gobernanza territorial, que resalta la legitimidad del proceso, pero no su efectividad, participación o sostenibilidad. En este contexto, se requiere analizar más casos para ampliar la perspectiva, lo que permitirá comprender mejor la innovación, aportes y retos de la gobernanza a la construcción de sistemas agroalimentarios sostenibles, particularmente en mercados digitales agroecológicos.

Los resultados presentados en este documento hacen parte de una investigación denominada “Mercados digitales de alimentos en Brasil: dinámicas, innovaciones y desafíos de la comercialización en la agricultura familiar”, que esta evaluando diversos mercados agroalimentarios para la agricultura familiar en Latinoamérica¹. En este caso se analizó un mercado digital para productos agroecológicos denominado Sembrando Confianza SC, durante el año 2023, concentrándose en la gobernanza como dinámica o proceso social, que es a su vez una innovación social y un reto, también se discute como puede apoyarse en las Tecnologías de la Información y la Comunicación TIC.

2 Sobre mercados digitales para la ACFC y gobernanza

Se estima que el 80 % de las personas en áreas urbanas usaba internet, frente al 51 % en áreas rurales (rango de 17 – 88 % entre países de bajos a altos ingresos) a nivel global en 2023, siendo estas proporciones del 90 % y 74 % respectivamente, en América, mientras un 78 % de las personas tiene un teléfono móvil (89 % en América) (International Telecommunication Union ITU, 2023). Este acceso a las TIC seguirá aumentando con rapidez, incluyendo a las zonas rurales.

Complementariamente, y debido al dinamismo de la Industria 4.0, en los próximos 10 años habrá cambios significativos en muchos sectores incluyendo el

¹ Este artículo forma parte de los resultados de las actividades de investigación previstas en el proyecto “Mercados digitales de alimentos en Brasil: dinámicas, innovaciones y desafíos de la comercialización en la agricultura familiar” financiado por el Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPq), Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovaciones (MCTI), a través de la Convocatoria 40/2022 (Proceso n° 409231/2022-3).

sistema agroalimentario, impulsados por avances tecnológicos e innovaciones digitales como blockchain, Internet de las Cosas (IoT), Inteligencia Artificial (IA), Inmersión en la realidad, entre otros, cambiando las preferencias y demandas de los consumidores, la participación del comercio electrónico en el sistema agroalimentario, y el cambio climático, entre otros aspectos. El reto es que este contexto no sea un problema o genere mayor inequidad, sino que sea la oportunidad de apoyarse en las tecnologías para lograr un sistema agroalimentario más productivo, eficiente, sostenible, inclusivo, transparente y resiliente (Food and Agriculture Organization FAO, 2017).

La digitalización se refiere a los procesos sociotécnicos que incluyen el uso de tecnologías digitales, y es diferente del término digitación, que se refiere a la mera conversión de información analógica a formato digital (Niederle, y otros, 2021). Esta digitalización de la agricultura y el medio rural ya es una prioridad política a nivel global pues se considera la solución a muchos de sus retos (Trendov, y otros, 2019), pero debe ser un proceso reflexivo y planificado, pues revoluciones tecnológicas anteriores no han sido necesariamente positivas y/o neutras (Bronson, y otros, 2019), y hay diferentes enfoques de desarrollo, cada uno con ganadores y perdedores (Klerkx, y otros, 2020), por lo que se ha propuesto hacer investigación e innovación responsable (Lajoie-O'Malleya, y otros, 2020), lo cual puede ser difícil, en parte, porque las tecnologías digitales actuales pueden tener varios impactos indeseables, no observados y desconocidos o emergentes, que sólo se hacen evidentes cuando las tecnologías se ponen en práctica (Klerkx, y otros, 2020), incluso, ya se ha establecido que las tecnologías digitales pueden reforzar la insostenibilidad económica, social, entre otras razones, al favorecer a los grandes actores (Clapp, y otros, 2020).

Precisamente, el concepto de tecnología apropiada, o tecnología adecuada a la situación ambiental, cultural y económica a la que está destinada, determina que requiera una menor cantidad de recursos, menores costos e impactos ambientales (CSIR Built Environment Unit , 2008). Estas tecnologías deben además contemplar aspectos sociales como la cultura de la población a la que va a ser destinada, y una participación diversa. Algunos autores han sugerido un enfoque más sistemático para mapear las innovaciones asociadas con la agricultura digital, incluir una diversidad de participantes; y hacer pruebas prácticas de innovaciones para estimar si los procesos pueden ser más socialmente responsables (Rose, y otros, 2018).

De otro lado, la gobernanza ha sido definida como las relaciones políticas entre diversos actores que deciden, ejecutan y evalúan asuntos de interés público, en procesos donde la competencia y la cooperación coexisten (Whittingham, 2010), y, aplicada a procesos sociales, determina en gran medida su sostenibilidad, siendo a su vez, un gran reto (Chaparro-Africano, y otros, 2022).

Anteriormente, la gobernanza constituía un aspecto de relevancia principalmente para los gobiernos, pero cada vez más ha sido de relevancia en procesos sociales y desde múltiples disciplinas para lograr la coordinación de actores. Hay diferentes clasificaciones de gobernanza y en cada una de ellas se consignan diferentes tipos, este es un aspecto determinante en su gestión. Por un lado está la gobernanza centralizada en el Estado y la distribuida en otros actores del sistema, denominada policéntrica (Whittingham, 2010); esta la gobernanza territorial, que incorpora el enfoque de proximidad (Ramírez, 2023); están la gobernanza anárquica,

jerárquica y heterárquica (Jessop, 1998); está la interacción entre gobernanzas denominada metagobernanza (Unterhitzberger, y otros, 2023), entre otras clasificaciones y tipos.

La clasificación que agrupa las gobernanzas anárquica, jerárquica y heterárquica es de gran interés en este caso. La gobernanza jerárquica o de comando implica relaciones verticales, un ejemplo son los Estados. La gobernanza anárquica o de intercambio se basa en el interés individual y en la no coordinación entre actores, un ejemplo es el mercado convencional. La gobernanza heterárquica o de diálogo implica dinámicas relacionales complejas (múltiples y dinámicas), y su horizontalidad, es común en las redes de trabajo (Jessop, 2003).

En términos operativos, las variables principales que pueden determinar la operatividad de la gobernanza incluyen la participación, la equidad, la rendición de cuentas, y la eficiencia; mientras las variables secundarias incluyen la capacidad de respuesta, la innovación administrativa y/o gerencial, las asociaciones público-privadas, la interacción estado – ciudadanos – Organizaciones No Gubernamentales ONG, la administración descentralizada, la creación de redes y el desarrollo del recurso humano (Whittingham, 2010). Hufty (2007) propone un marco analítico de gobernanza que incluye el problema, las normas, los actores, los puntos nodales y los procesos. Jessop (2003) propone cuatro condiciones para una autoorganización reflexiva eficaz a niveles interpersonal e interorganizacional: (a) modelos y prácticas que reducen la complejidad del mundo pero congruentes y relevantes para los actores; (b) capacidad de aprendizaje social dinámico e interactivo entre agencias autónomas pero interdependientes sobre procesos causales, responsabilidad, capacidad de acción, y posibilidades de coordinación en entornos complejos; (c) métodos para coordinar acciones entre actores con diferentes identidades, intereses, y horizontes espacio-temporales; y (d) una visión común para la acción individual y un sistema de metagobernanza para estabilizar orientaciones, expectativas y reglas de conducta de los actores. Finalmente, Chaparro-Adriana & Páramo, 2022, proponen un marco de análisis para la participación, que aplica para la gobernanza, e incluye: quién participa (diversidad y equidad), cómo (capacidad, motivación, confianza, eficiencia, continuidad, comunicación y procedimientos) y por qué (efectividad), y sugieren gestionar estas variables con “equilibrio dinámico”.

Jessop (2003) advierte, en todo caso, que todo tipo de gobernanza implica dilemas, contradicciones, paradojas y fracasos, lo que determina que no siempre generará beneficios para todos los actores, en todos los momentos y en todas las expectativas, por lo que es, implícitamente, reflexiva, dinámica y compleja. Aquí es dónde surge la metagobernanza, que busca gestionar la complejidad de los modos de coordinación y propone una combinación juiciosa de mercado, jerarquía y redes para lograr los mejores resultados posibles desde el punto de vista de quienes participan.

Este análisis de la gobernanza de mercados agroecológicos se torna importante también en el marco de la Agenda 2030 y sus Objetivos de Desarrollo Sostenible ODS. Particularmente, una mejor comprensión de la gobernanza de los mercados agroecológicos digitales para la ACFC haría grandes aportes para su fortalecimiento, y por lo tanto para el cumplimiento de ODS como el fin de la pobreza; hambre cero; salud y bienestar; igualdad de género; agua limpia y saneamiento; energía asequible y no contaminante; trabajo decente; innovación; reducción de las

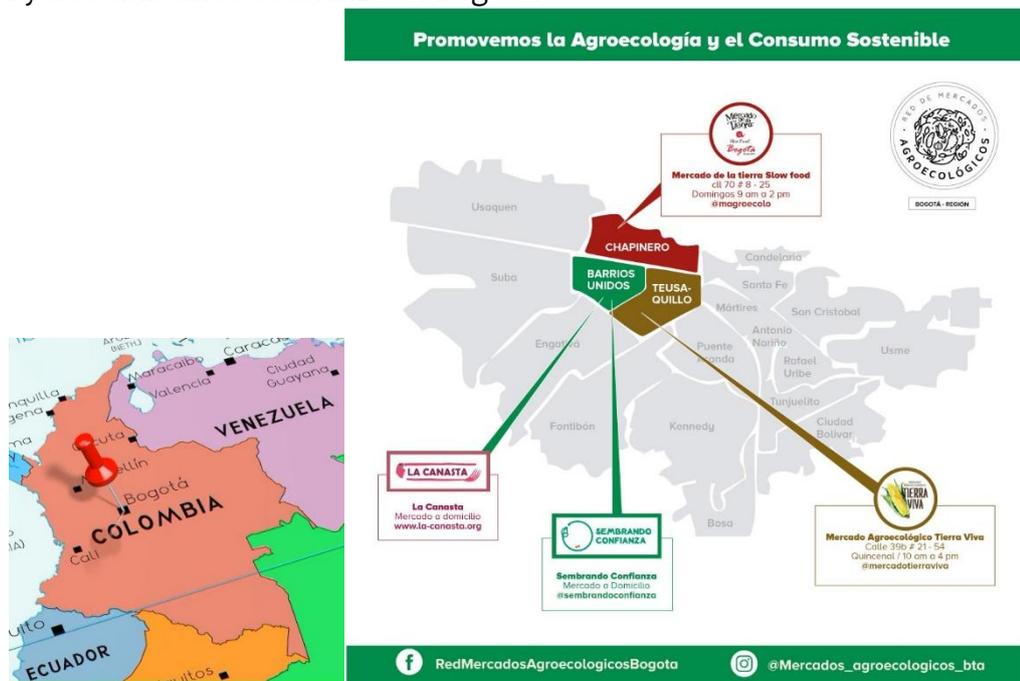
desigualdades; ciudades y comunidades sostenibles; producción y consumo responsables; acción por el clima; vida submarina y de ecosistemas terrestres; paz y justicia; alianzas; debido a todas las aristas que impactan.

3 Metodología

Durante el segundo semestre del año 2023 se acordó la participación de SC en esta investigación. SC es un mercado agroecológico de la Fundación Proyectar Sin Fronteras FPSF, colombo francesa, integrante de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región RMABR, muy comprometido con la promoción de la agroecología, el consumo sostenible y la economía solidaria, desde su creación en el año 2012.

Sembrando Confianza esta ubicado en Bogotá, distrito capital de Colombia (Figura 1), su sitio web es <https://sembrandoconfianza.com/> y su red social más usada es Instagram <https://www.instagram.com/sembrandoconfianza/>

Figura 1. Ubicación de la Red de Mercados Agroecológicos de Bogotá Región en Colombia y de Sembrando Confianza en Bogotá.



Fuente: Freepick y RMABR, 2024.

La recolección de información incluyó una entrevista al coordinador del mercado, así como a 11 consumidores y a cinco productores seleccionados por el mercado, con la intención de determinar sus dinámicas y procesos sociales, innovaciones y retos respecto al mercado digital. En el caso de los productores, se incluyeron de alimentos frescos y procesados, en el caso de los consumidores no se solicitó ningún criterio para su selección. En todos los casos es claro que los referidos son algunos de los productores y consumidores más asequibles en términos de tiempo o disponibilidad de colaboración.

Los consumidores incluyeron a un restaurante y 10 familias, el rango de integrantes de las familias es de una a cuatro personas siendo las modas dos y tres personas. La entrevista fue respondida por el chef en el caso del restaurante, y en el

caso de los hogares, por quienes hacen el pedido en SC que corresponden a mujeres en siete casos, a hombres en dos casos y a una pareja en un caso. Siete consumidores son colombianos y cuatro son europeos residentes en Colombia. Tres consumidores son flexitarianos, tres tienen dietas con restricciones, una persona es flexitariana y tiene dieta con restricciones, tres personas no tienen una dieta en particular y en el restaurante ofrecen menús con carne y sin carne. Todos están ubicados en Bogotá.

Los cuestionarios fueron administrados mediante la aplicación de investigación digital Alimentário, desarrollada por el proyecto mencionado en la nota al pie, para facilitar las fases de recolección, procesamiento y análisis de datos estadísticos².

Respecto a los productores, son dos campesinos y tres neorurales; dos mujeres, un hombre y dos familias; los hogares van de dos a cinco integrantes; las edades de los productores van de 34 a 66 años, estando la mayoría alrededor y por encima de los 50 años. Todos están ubicados en municipios de Cundinamarca, el departamento de Colombia en donde se ubica su distrito capital, salvo una productora que se ubica en el área rural de Bogotá, distrito capital de Colombia. El coordinador del mercado SC para el momento de la investigación, era un joven tunesino de nacionalidad francesa, de 28 años de edad.

La entrevista realizada al coordinador del mercado agroecológico incluyó aspectos relacionados a la identificación y el perfil de SC y FPSF, a la gobernanza de SC, a la infraestructura digital de SC, así como a los mercados físicos y digitales de SC. A los consumidores se consultó por sus datos personales, su perfil socioeconómico y uso de internet, por sus hábitos de consumo y por la satisfacción con el servicio ofrecido por SC. A los productores se consultó por datos demográficos, por la infraestructura digital disponible, por sus mercados y canales de comercialización físicos y digitales y por su participación en SC. En todos los casos se consultó por las innovaciones identificadas y por los retos de SC. Las entrevistas del coordinador de SC y los productores se hicieron presencialmente, así como la mayoría de las de los consumidores.

Este documento se concentra en analizar la gobernanza del mercado digital evaluado, su relación con el acceso y uso de TIC por parte de productores y consumidores y las implicaciones en su sostenibilidad.

4 Descripción del mercado agroecológico y sus procesos de gobernanza

SC es uno de los programas de la FPSF, que fue creada en 2007 con el objetivo de apoyar la construcción y la consolidación del tejido social y económico en comunidades marginalizadas. SC nació en el año 2012, con el objetivo de reducir la vulnerabilidad económica y mejorar la sostenibilidad medioambiental de sus participantes, utilizando la agroecología como herramienta de transformación social. La tienda virtual de SC fue creada seis años después, en 2018. SC trabaja en tres líneas estratégicas a través de proyectos (Sembrando Confianza, 2022):

1. Apoyo al pequeño productor en la adopción de prácticas agroecológicas y creación de equipamientos para la producción limpia.

² Disponible en:

<https://pb.utfpr.edu.br/geppadem/alimentario/index.php/admin/authentication/sa/login>

2. Consolidación de cadenas de suministro para conectar consumidores conscientes con una red de productores certificados en agroecología.

3. Ayuda alimentaria y sensibilización en prácticas sostenibles para las poblaciones más afectadas por la crisis derivada del COVID-19.

SC le apuesta a la agroecología, que para la FPSF “... es una solución poderosa, tanto científica como social, que busca la sostenibilidad y la justicia de los sistemas alimentarios, al impulsar procesos ecológicos de la naturaleza para mejorar la productividad y evitar problemas agrícolas,... para guiarnos hacia sistemas alimentarios sostenibles, apoyados en la diversidad, la co-creación e intercambio de conocimiento, las sinergias, la eficiencia, el reciclaje, la resiliencia, los valores humanos y sociales, la cultura y tradiciones gastronómicas, la gobernanza responsable, la economía circular y solidaria”. FPSF desmarca la agroecología de la agricultura orgánica, pues aunque se asemejan en lograr una producción libre de sustancias químicas haciendo uso responsable de los recursos, se diferencian en el tipo de certificación, en el tipo de productor que las realiza, y en la multidimensionalidad de la agroecología (Sembrando Confianza, 2022).

Los principios que rigen a Sembrando Confianza incluyen (Sembrando Confianza, 2022):

Comercio justo: circuitos cortos de comercialización, 60% de lo pagado por los consumidores llega a los productores, trato justo y responsable a los productores y consumidores.

Protección de los ecosistemas y promoción de la agrobiodiversidad: se promueven prácticas como asociación y rotación de cultivos, abonos naturales y bio insumos autogestionados.

Producción y consumo sostenible: alimentos locales, 100% libres de químicos, saludables y que reducen la huella de carbono.

Apoyo a los agricultores: certificación del Sistema Participativo de Garantías - SPG, proyectos de fortalecimiento y visibilización de la labor campesina.

Seguridad alimentaria: priorización del autoabastecimiento y reconocimiento de las prácticas ancestrales y tradicionales.

Economía solidaria: espíritu de solidaridad, cooperación, participación y ayuda mutua, administración autogestionaria y emprendedora.

Resiliencia ambiental: promoción de prácticas de adaptación al cambio climático y al cambio global.

Igualdad de género: reconocimiento del papel de la mujer en la producción agrícola.

La motivación que dio origen a Sembrando Confianza fue crear un nuevo mercado para la Agricultura Campesina, Familiar, y Comunitaria ACFC, con el fin de absorber los excedentes del primer proyecto de la Fundación (huerta San Cristóbal Sur), que se orientaba al autoabastecimiento (Gueribi, 2023). Esto coincide con los principales retos registrados para la ACFC y Étnica, en donde uno de los más importantes es la comercialización (Food And Agriculture Organization FAO, Onda Rural, 2021).

SC es un mercado digital que en la actualidad recibe pedidos cada semana hasta los martes a las 5 pm y hace entregas los viernes de cada semana. SC apoya a 65 productores que están a un promedio de 42 Km de su centro de acopio, y a 109 consumidores que realizan 209 compras al mes y que están en un rango de 5-10 Km

del centro de acopio. Se venden unas 1.700 unidades de alimentos frescos por mes, más unas 446 unidades de procesados. El 72 % de las ventas en pesos y el 86 % en unidades, son alimentos frescos (agrícolas y pecuarios). Entre 2012 a 2018, SC vendía mediante formularios de Excel, luego crearon el sitio web con comercio electrónico y lo actualizaron hace unos tres años para mejorarlo.

SC se encarga de la promoción a los consumidores, hace las ventas, mayormente desde el sitio web y en algunos casos por aplicación de mensajería (WhatsApp WA), hace los pedidos a los productores, transporta los productos a su centro de acopio en una parte del trayecto que se negocia con cada productor o grupo de productores, alista los pedidos de los consumidores y los entrega (una pequeña proporción de consumidores recoge su pedido en el centro de acopio). SC ofrece 12 categorías de producto (anchetas y mercados completos; hortalizas y tubérculos; frutas; huevos y lácteos; condimentos, especias y aromáticas; productos para el hogar; salsas y hamburguesas vegetales; champiñones y setas; granos, harinas y semillas; mermeladas, mieles y endulzantes; snacks y desayunos saludables), para un total de 495 productos, incluyendo todas sus presentaciones y sabores (Gueribi, 2023).

Los actores relacionados a la gobernanza de SC incluyen principalmente a los integrantes de la Fundación que trabajan en el mercado. Los consumidores y productores no hacen parte de la gobernanza directa sino indirecta mediante su participación en grupos focales para retroalimentación, que tienen lugar desde el año 2022, con cuyos resultados se construye el plan de trabajo de SC. En 2022 invitaron a 12 productores de los que participaron cuatro, además de seis consumidores, aunque querían participar muchos más; la baja participación de productores se debe posiblemente a que suelen ser muy demandados para asistir a diversas actividades extraproductivas de mercados o proyectos en los que están vinculados (Gheribi, 2023), aunque también pueden sumarse factores de difícil movilidad en Bogotá (RTVC Noticias, 2023), poco tiempo disponible por lo demandante de la producción y la escasa mano de obra disponible (Chaparro-Africano, y otros, 2022), entre otras razones. Otros actores incluyen asesores, investigadores, y financiadores, entre otros, de ellos no se recolectó información.

Los productores son muy diversos. En los casos entrevistados, hay dos familias campesinas, conformadas por dos integrantes, el productor 1 es una mujer, adulta mayor, campesina que tiene la compañía de su hijo, un adulto, quien no trabaja en el sistema productivo; el productor 4 es un hombre, adulto, campesino, que tiene la compañía de su mamá, adulta mayor, que ya tampoco trabaja en el sistema productivo; estos son los casos en donde hay mayor limitación en cuanto a acceso y uso de TIC, en los que no se usan exclusivamente para los sistemas productivos, lo que se debe a un escaso interés y deficiente desarrollo de capacidades tecnológicas relacionadas a la edad de los productores, así como a su bajo poder adquisitivo y ubicación rural, que limitan la cobertura y calidad del internet. Estos productores viven de sus sistemas productivos.

Los productores 2 y 3 corresponden a familias neorurales. El productor 2 es una familia de esposos adultos y tres hijos adultos jóvenes, los esposos viven y cuentan con el apoyo permanente de la hija menor, esta familia vive del sistema productivo. El productor 3 es similar, aunque el padre murió recientemente, la madre es adulta mayor y las hijas adultas son quienes lideran el sistema productivo, pero

solo estan intermitentemente allí para cuidar a su mamá y a la finca, y no viven del sistema productivo. En estos casos hay más acceso y uso de TIC frente a las familias campesinas, debido a la edad de quienes se dedican a los sistemas productivos, a un mayor interés y desarrollo de capacidades, a un mejor poder adquisitivo (aunque inestable), y a una ubicación más cercana a los cascos urbanos de los municipios, lo que mejora la cobertura y calidad del internet.

Finalmente, el productor 5 corresponde a una emprendedora, adulta joven, profesional y neorural (del área rural de Bogotá), su esposo tiene una empresa diferente en otro sector económico, ella dedica medio tiempo a su sistema productivo, debido a que sus hijos aún son pequeños y dedica la otra mitad del tiempo a cuidarlos. Esta productora es la de mejor acceso a TIC y junto con el productor 2 son quienes tienen mayor uso de TIC, especialmente enfocado en su sistema productivo, aunque es aún incipiente. Los productores 2 y 5, especialmente el productor 2, son también quienes más interés manifestaron en retroalimentar y en trabajar más colaborativamente con SC.

Cuatro de cinco productores venden un 99 % o más en mercados digitales, especialmente en SC, para lo cual ha sido fundamental el acceso a internet, a un teléfono móvil inteligente y a aplicaciones de mensajería. Los productores y algunas de sus características se resumen en la tabla 1.

Tabla 1. Productores de Sembrando Confianza entrevistados en 2023

Productor	1	2	3	4	5
Ubicación	Municipio de Chipaque	Municipio de Cachipay	Municipio de San Francisco	Municipio de La Calera	Bogotá
Familia	Ana 66 a, primaria, Campesina Hijo 46 años, tecnólogo	Esposo, 58 a, secundaria Esposa, 51 a, secundaria 2 hijas, 31 a Trabajadora social, Ana 24 a, bachiller, vive y trabaja en la finca, 1 hijo 25 a, técnico en panadería Neorurales	Mamá Alicia 79 a trabajadora social Hija Martha 48 a, diseño de modas Hija Ana 48 a joyería artística Hijo adulto joven no participa Neorurales	Jairo 50 a, primaria completa María Claudina 76 a, primaria incompleta Campesinos	Lorena 34 a ingeniera química Esposo 50 a ingeniera química, maestría administración Dos hijos 7 y 4 a Neorurales
Internet y otras TIC	Internet propio, wifi, red comunitaria, inestable, poca oferta, tiene teléfono inteligente y WA	Internet propio, wifi y móvil en un teléfono, inestable, tiene teléfono inteligente, computador, WA, redes sociales (Instagram Ig Gaia), correo electrónico	Internet propio, móvil, buena calidad, tiene teléfono inteligente, WA, redes sociales (Ig Galicia), correo electrónico	Internet propio, móvil, buena calidad, tiene teléfono inteligente, redes sociales (facebook Fb e Ig personal) WA	Internet propio, wifi, satelital buena calidad, buen servicio, tiene PC escritorio y portátil, teléfono inteligente, redes sociales (WA), correo electrónico
Conocimientos, habilidades y usos TIC	No navega, usa otras TIC Oportunidades de mejora en digitalización Hijo es quien más las usa Ocio y entretenimiento	Navega y usa otras TIC Oportunidades de mejora en digitalización Hija es quien más las usa Comunicación consumidores y compradores	Navega y usa otras TIC Hijas son quienes más las usan Informativos y formación Comunicación consumidores y compradores	No navega, sabe manejar algunas otras TIC Él es quien más las usa Información e formación Comunicación consumidores y compradores	Navega y usa otras TIC Oportunidades de mejora en digitalización Ella es quien más las usa Informativos y formación

	Comunicación consumidores y compradores Ventas digitales 100 % especialmente SC	Información y formación promocional Gestión y planificación Temas tecnológicos y productivos (App) Ventas digitales 99 % especialmente SC	Gestión y planificación Temas tecnológicos y productivos Ocio y entretenimiento Ventas digitales 99 % especialmente SC	Ocio y entretenimiento Ventas digitales 99 % especialmente SC	Comunicación consumidores y compradores Gestión y planificación Temas tecnológicos y productivos Ventas digitales 50-70 % especialmente a familia y amigos
--	--	--	---	---	---

La gobernanza del mercado se considera colaborativa entre SC y ellos, por parte de tres productores entrevistados: 1, 2 y 3, mientras el productor 5 considera que es de SC y el productor 4 no lo tiene claro. Es muy probable que esta pregunta solo se haya entendido parcialmente, pues el término gobernanza no es del todo familiar para las personas. En todo caso se asume que todos tienen la razón, por un lado, quienes consideran que la gobernanza es colaborativa, es porque se sienten tenidos en cuenta, no en todas las decisiones, pero si en algunas particularmente importantes para ellos como los precios al productor, los cuales se concertan. Este concepto de la gobernanza colaborativa se relaciona al concepto de construcción social de los mercados, que resulta de la coordinación de grupos sociales que comparten visiones comunes y buscan fortalecer las economías locales, como una contratendencia a los mercados hegemónicos (Rover, y otros, 2013). Por otro lado, quien considera que la gobernanza es de SC, tampoco se equivoca, pues en el esfuerzo de restar tareas al productor y por la dificultad de las comunicaciones, SC ha optado por tomar la mayoría de las decisiones, aunque más recientemente se ha abierto un poco más a los aportes de los productores y consumidores. Finalmente, quien manifiesta no saber de quien es la gobernanza, también tiene razón, y se debe a que no suele ser el aspecto central del proceso para los productores, dado que el día a día absorbe e incluso supera a cada productor.

De otro lado, se entrevistó a 11 consumidores de los cuales diez son hogares y uno es un restaurante, la entrevista fue respondida por siete mujeres, tres hombres y una pareja, todos adultos jóvenes o adultos, siendo de 8-15 smmlv los ingresos del hogar más frecuentes, todos trabajan, la pareja estudia. Todos los consumidores tienen mayor acceso y uso de TIC que los productores. Seis consumidores compran un 50% o menos de su mercado en SC y los demás compran más del 50%, siete están plenamente satisfechos con la accesibilidad a la plataforma y ocho con la forma de pago, los demás reportan dificultades para seleccionar productos, realizar algunas operaciones y quisieran tener más opciones de pago, aunque manifiestan se han adaptado, al punto de que ocho consumidores han recomendado constantemente al mercado. Ocho consumidores quieren más información de los productores en los medios de comunicación de SC, más interacción con ellos o incluso, visitarlos, algunos ya lo han hecho y han asistido a reuniones de SC. Los consumidores y algunas de sus características se resumen en la tabla 2.

Tabla 2. Consumidores de Sembrando Confianza entrevistados en 2023

Consumidor	Mujer 1	Mujer 2	Hombre 1	Hombre 2	Pareja 1	Mujer 3	Hombre 3	Mujer 4	Mujer 5	Mujer 6	Mujer 7

Edad e ingresos simmlv	34 a 8-12	31 a 8-12	24 a Lo desconoc e	26 a 3-5	22 y 21 a 4	51 a 12-15	41 a 9-14	45-50 a No informa	42 a No informa	45-50 a 8-12	18-25 a 8-12
TIC	CP escritori o, wifi, TIC para todo, no compra muchas cosas, Ig, Fb y WA	Celular, sitio web SC, wifi, TIC para todo, Fb y WA	Celular, wifi mala calidad, no usa mucho TIC, TIC para todo menos comprar, La Trocha: Ig, WA, Fb	Celular, wifi e internet móvil, Ig, Fb y WA	CP, wifi, Ig y WA, uso trabajo, educaci ón, contact os, compra s	CP, wifi. uso trabajo, celular amigos, cursos, Ig, Fb, WA	CP y wifi, usa mucho CP para trabajo y trámites, capacitars e, investigar, Ig, WA	CP, wifi e internet móvil, usa para todo, WA	Celular, wifi e internet móvil, uso para todo, WA	CP, wifi e internet móvil, uso para todo, WA	Celular, wifi, Ig, Fb, WA, uso para todo
% compras SC	70%	20%	40-50% alimentos	50% Mercado familiar \$75.000	70%	50% \$500.00 0 - \$550.00 0	60% \$90-130.000	26-50%	76 - 100 % \$350.00 0	26-50%	76-100% \$500.00 0
Accesibilidad plataforma	PS	PS	PS	PrS	PS	PS	PS	PrS, dificultad seleccionar productos	PrS, dificultad algunas operaciones	PS	PrS, dificultad seleccionar productos
Forma de pago	PrS	PS	PS	PS	PS	PS	PS	PS	PrS	PS	PrS, quiere más opciones, logra adaptarse

Notas: Computador personal: CP, Tecnologías de la Información y La Comunicación: TIC, Facebook: Fb, Instagram: Ig, WhatsApp: WA, Plenamente satisfecho: PS, Parcialmente satisfecho: PrS. El Hombre 1 respondió la entrevista como chef del restaurante.

No se hizo la pregunta explícita a los consumidores sobre la gobernanza, pero no es común su participación en las decisiones de SC, aunque, como a los productores, desde 2022 se les ha invitado a grupos focales para tener en cuenta sus aportes. Adicionalmente, algunos consumidores manifiestan que, autónoma e individualmente, suelen retroalimentar a SC. Particularmente, una de las consumidoras se vinculó a SC luego de comenzar a asesorarlos en mercadeo (Mujer 3).

A partir de esta información se puede determinar que SC no tiene estructurado un modelo de gobernanza, y que, sin una planeación del todo estructurada experimenta una transición tardía (quince años entre 2012, su creación, y 2022, el inicio de las reuniones con productores y consumidores) de SC hacia una heterarquía (Jessop, 1998) tímida, en donde productores y consumidores retroalimentan pero no participan directamente de la toma de decisiones, lo que es una dinámica particular dentro de los mercados agroecológicos de la RMABR, ya que otros han evolucionado de manera inversa, de mayor heterarquía a mayor jerarquía y anarquía, dada la dificultad de participación continua de todos los integrantes (Chaparro-Africano, 2019; Chaparro-Africano, 2020). Se establece una heterarquía tímida ya que persisten otros tipos de gobernanza entrelazados en SC, como la anarquía y la jerarquía, que se discutirán más adelante.

Este modo de gobernanza de SC es una construcción social, no es algo espontáneo ni planeado, es una mezcla. Este proceso se explica porque los individuos

son productores y a su vez productos de la sociedad (Berger, y otros, 1991), o porque los mercados son producto de sus integrantes y a su vez los moldean (Storr, 2010), por lo que la sociedad y los mercados serían un discurso social (por ejemplo, el modo de gobernanza comunica quienes son los actores), un proceso dialéctico dinámico, con una compleja mezcla de subjetividad y objetividad que se procesan en bucle (Berger, y otros, 1991). Y en este caso, aunque el ideal en todo proceso agroecológico sería la gobernanza heterárquica, y parece evidente que el productor puede cambiar el producto, no resulta ser un proceso tan simple, por lo menos, no a gran escala, solo de manera incremental y marginal (Berger, y otros, 1991), lo que determina que lograr heterarquías puras es improbable aún cuando se desee, a pesar de lo cual no es un fracaso, en el caso de SC, su modo de gobernanza es un logro y una innovación social, porque aunque no ha tenido el escalamiento esperado, así como la mayoría de mercados agroecológicos en Colombia, persiste como una alternativa, ha logrado sostenerse en el tiempo.

Esta transición tímida a una heterarquía se puede movilizar a su vez hacia una mayor o menor heterarquía, dependiendo del contexto, la participación, y la temática. Respecto al contexto, si la situación económica afecta o favorece el poder adquisitivo de la población, o si la normatividad determina más o menos restricciones, se requerirá menor o mayor heterarquía en SC para identificar soluciones y tomar decisiones. La participación también es determinante, por ejemplo, si los actores tienen una mayor o menor disposición para la participación, por su edad, salud, educación, trabajo, por la movilidad o el acceso a TIC, por la presencia o no de relevo generacional, emergerán más o menos espacios de participación, o la implementación de decisiones será más o menos eficaz. También tienen que ver las temáticas de gobernanza, por ejemplo, el establecimiento de precios de venta y las formas de pago al productor son decisiones más participativas que los mecanismos de promoción al consumidor, venta, pago y distribución.

Además del contexto, la participación y la temática, el tipo de gobernanza también es determinado por la urgencia en la toma de decisiones, por ejemplo, el incremento en los costos operativos del mercado, requerirá de una decisión urgente para no afectar su sostenibilidad financiera: mientras que otras decisiones, como la implementación de un Sistema Participativo de Garantías SPG, no determinan la misma urgencia.

Esta dinámica de los tipos de gobernanza que van y vienen (Jessop, 1998) también ha sido resaltada por Crumley (1995), quien acuerda en que las relaciones de poder son dinámicas, y por Cumming (2016), quien comparte que la participación de diversos actores implica que se requirieran mayores esfuerzos de coordinación, por lo que se puede afectar la oportunidad de las decisiones y acciones, especialmente porque en agroecología, muchos actores no desean participar pasivamente, lo que determinan la necesidad de mantener ciertos rasgos de anarquía y jerarquía para la sostenibilidad de este tipo de constructos sociales.

La heterarquía tímida de SC también es una innovación, pues tradicionalmente los mercados funcionan con modos de gobernanza que combinan anarquía (libre mercado) y jerarquía (control estatal del mercado) (Stark, 2001), aunque con más precisión podría decirse que hay rasgos de anarquía, jerarquía y heterarquía en SC, ya que es una Organización No Gubernamental ONG de la cual los productores y consumidores no son miembros estatutarios, por lo que las decisiones recaen en los

integrantes de la FPSF, particularmente en el coordinador del mercado (jerarquía); aunque también responden a cierta anarquía (cada productor y consumidor tiene sus propios intereses y expectativas, y gestiona su sistema productivo y abastecimiento como más le conviene); y porque, conscientes de la pérdida de la perspectiva de productores y consumidores, desde 2022 SC ha tenido en cuenta sus aportes más metódicamente, incluyendo con esto, características de la heterarquía.

Cumming también defiente la idea de que en la heterarquía confluye la jerarquía (Cumming, 2016). De hecho, no hay heterarquía pura, ella puede ser el resultado de una perspectiva romántica o deseable, especialmente al analizar procesos sociales en agroecología. En general, en los sistemas agroalimentarios locales y globales, hay diversidad de los tipos de gobernanza, como ya se ha demostrado, aunque en diferentes proporciones, y los mismos pueden cambiar a través del tiempo y dependiendo del contexto, la participación de los actores y la temática en cuestión.

Esta combinación de tipos de gobernanza es una estrategia de adaptación y por tanto, de resiliencia y sostenibilidad. Por un lado, la jerarquía determina mayor claridad y practicidad en el quien, el cómo, y el para qué, pues el análisis, las decisiones y acciones ocurren entre menos personas, que usualmente tienen conocimientos y expectativas comunes, mediante procesos simples y de bajo costo que son facilitados por la cercanía geográfica, y el acceso y uso a TIC, y que son determinantes en casos de urgencia, por lo que la jerarquía no es algo negativo empleándola en su justa medida, con oportunidad, según el contexto, la temática y cuando hay poca disposición de participación de otros actores, pero si hay un propósito claro y compartido.

La anarquía tampoco es indeseable, pues ocuparse de los problemas y expectativas propias, con los recursos propios, y hacerlo con oportunidad y autonomía, es algo necesario en SC y en cualquier mercado, ya que del bienestar de los actores individuales depende el bienestar colectivo, cada productor debe autogobernar su propio sistema productivo, cada consumidor debe autogobernar su propio abastecimiento, el mercado debe autogobernarse a sí mismo, para luego poder gobernarse colectivamente como sistema agroalimentario agroecológico. De otro lado, en cuanto a cobertura y costos, la anarquía tiene claras ventajas frente a la jerarquía y la heterarquía, pues llevar la autoridad o asegurar la participación, especialmente en grupos grandes, distanciados geográficamente y con dificultades de movilidad y comunicación, implica mayores tiempos y por tanto, costos. En tercer lugar, la anarquía es apropiada en la agroecología, dada la gran diversidad de productores y consumidores que la practican, entre los productores hay unos más empresariales, mientras otros son permacultores, cada uno tiene un discurso político diferente, cada uno con más o menos dependencias y diferentes estilos de producción, haciendo compleja su coordinación en formas heterárquicas o jerárquicas de gobernanza; así mismo, entre los consumidores hay quienes son más o menos militantes.

Otros autores también han registrado que la combinación de tipos de gobernanza, por ejemplo, anarquía y jerarquía en el mercado, derivan del aprendizaje de los gobiernos, por ejemplo, por las fallas que tienen cuando son en exceso jerárquicos; de hecho, diversas clases de anarquía existen por esta misma razón: la conclusión de que la anarquía tiene aspectos positivos, pero la anarquía absoluta es

inviabile (Riofrio, y otros, 2020). Es claro que no se encuentran formas puras de estos tres tipos de gobernanza en la realidad, aunque una normalmente puede ser más dominante que las demás.

Como ventaja adicional, mientras la jerarquía implica relaciones de dependencia y los mercados relaciones de independencia, la heterarquía promueve relaciones de interdependencia (Stark, 2001) que no coarten la autonomía de ningún actor y que aseguren que cada actor es lo suficientemente fuerte para que la participación sea en equidad.

Chaparro-Africano & Páramo (2022) y Jessop (2003) también comparten que la gobernanza implica dilemas, contradicciones, paradojas y fracasos, es un proceso social, por tanto no es perfectible. Por esto también, los modos de gobernanza van y vienen según las necesidades de los participantes y los contextos cambiantes (Jessop, 2003), como en SC.

De otro lado, y dado que la organización social es un ensayo permanente de prueba – éxito/fracaso – aprendizaje – prueba..., SC podría estar entrando en una fase de mayor heterarquía, si así lo decide y si logra desarrollar un método apropiado, lo que representa un gran reto pues los actores no están necesariamente preparados para participar más y mejor (Chaparro-Africano, y otros, 2022), porque como Stark (2001) manifiesta, la heterarquía es la organización de la diversidad, similar a como la definen Dekker & Kuchař (2017): coexistencia de múltiples órdenes, principios o sistemas de gobierno sin una jerarquía clara, lo que agrega complejidad porque hay múltiples perspectivas, expectativas, formas de comunicación, de decisión, de acción y aprendizaje; y también agrega mayores costos y tiempos, por lo que se requiere por lo menos un grado mínimo de planeación de la gobernanza para preparar a los actores.

Hasta aquí, lo más apropiado, sería establecer un marco propio de gobernanza, determinando ¿quién? (diversidad y equidad), ¿cómo? (capacidad, motivación, confianza, eficiencia, continuidad, comunicación, procedimientos) y ¿para qué? (efectividad) (Chaparro-Adriana, y otros, 2022), o como plantea Jessop (2003) para que la gobernanza sea eficaz (autoorganización reflexiva efectiva), se deben establecer: 1- modelos y prácticas simples; 2- capacidad de aprendizaje social dinámico e interactivo entre actores autónomos pero interdependientes, con responsabilidad, y capacidad de acción; 3- métodos para coordinar acciones entre actores con diferentes identidades, intereses y sistemas de significado, en diferentes horizontes espacio-temporales y en diferentes dominios de acción, en un entorno complejo y turbulento; y 4- una visión del mundo común para la acción individual y un sistema de metagobernanza para estabilizar las orientaciones de los actores clave, expectativas y reglas de conducta.

Este marco propio de gobernanza de SC debe combinar aspectos de la anarquía, la jerarquía y la heterarquía, según los contextos, la disposición a participar de los actores, y las temáticas de SC, de manera que se logre una participación asertiva de productores y consumidores, incluso de otros actores, además de SC, sin afectar la oportunidad en las decisiones, acciones y aprendizajes, logrando complementariedad y un equilibrio dinámico entre estos tipos de gobernanza, y asegurando unos mínimos en sostenibilidad ambiental (agroecología, mercados para la agroecología, consumo sostenible), social (participación), y económica (finanzas) de SC. A esto se suma que se requiere preparar a los actores para participar en ese

marco de gobernanza, pues este no es un proceso necesariamente espontáneo (Chaparro-Africano, y otros, 2022; Bossard, 2020).

Adicionalmente, y ya que la contradicción, la paradoja y el fracaso están implícitos en la gobernanza, esta debe ser dinámica (Kooiman, 1993), lo que pone de manifiesto las metaestructuras de la metagobernanza, o sea, la gobernanza de la gobernanza o la organización de las condiciones para la gobernanza, fundamentales para su gestión, especialmente cuando se identifican problemas, hay tres tipos: 1 - Metaintercambio, una reordenación reflexiva de las relaciones en su funcionamiento y articulación. 2 - Metaorganización, un rediseño reflexivo de las organizaciones, la creación de organizaciones intermediarias, el reordenamiento de las relaciones interorganizacionales y la gestión de las ecologías organizacionales, donde estas existen, compiten y cooperan. 3 - Metaheterarquía, la organización de las condiciones de la autoorganización, redefiniendo el marco de la autoorganización reflexiva, incluye la creación de redes y la negociación. 4- Metagobernanza, la rearticulación y calibración de diferentes tipos de gobernanza, gestionando la complejidad, pluralidad y jerarquías (Jessop, 2003).

Por otro lado, en el caso de SC, la digitalización ha sido un apoyo para su labor de venta y distribución, así como para facilitar la generación de ingresos para los productores y el abastecimiento de alimentos y otros productos agroecológicos para los consumidores, mejorando la eficiencia de los procesos, pero podría potenciarse con otros fines.

Las deficiencias que se identifican en SC, relacionadas a la escasa participación de productores y consumidores, expresadas por ellos mismos, y las particularidades en su gobernanza identificadas en este estudio, podrían superarse apoyándose en las TIC, para darles un uso innovador y apropiado respecto a los usos que tradicionalmente ha hecho SC: comunicación, promoción, venta, pago, diseño de rutas de distribución, registro y análisis de información (Gueribi, 2023).

Precisamente, algunos autores postulan que la sociedad civil tuvo parte en el nacimiento del internet, a diferencia de otras tecnologías de las que han sido excluidas, o contra las que se han manifestado en contra, y, en la actualidad, son las organizaciones sociales de base, algunas de las que más y mejor están aprovechando las TIC, incluso para promover una gobernanza heterárquica y policéntrica (León, y otros, 2021). En todo caso hay un conflicto persistente, pues dependiendo del manejo de las TIC, están podrán afianzar la gobernanza heterárquica y la agroecología, o aportar a la reproducción del sistema agroalimentario insostenible (Ajena, y otros, 2020).

Por tanto, aunque hay un mayor acceso, calidad y un uso más amplio de las TIC por parte de consumidores que de productores, especialmente de productores campesinos, finalmente todos tienen acceso, por lo menos a internet, a un teléfono inteligente y a WhatsApp. Ahora hay que promover la apropiación de estas tecnologías por parte de ellos en torno a la gobernanza de SC, lo que nuevamente, no va a ser espontáneo, por lo menos no para todos ni en todos los casos. Pero aún falta mucha comprensión sobre cómo aprovechar el potencial de la digitalización para fortalecer la gobernanza de procesos sociales como los mercados agroecológicos, en este caso, SC. Lo que sí es claro es que el uso de TIC en la promoción de una gobernanza que aporte sostenibilidad a SC debe ser inclusivo,

responsable y efectivo, y asegurar el acceso democrático a la información (Tisselli, y otros, 2020; Food and Agriculture Organization FAO, 2018).

Por ejemplo, hay una intención solidaria de SC al promover que los productores se concentren en su sistema productivo, mientras SC se concentra en la promoción, venta, y distribución, lo que es lógico porque para eso fue creado SC, pero resulta ser una intención un tanto paternalista, ya que SC termina superado por el volumen de trabajo, mientras el productor se desentiende de labores que debería apoyar, para que su alimento sea mejor promocionado, vendido y distribuido, restando a su vez una posibilidad de aprendizaje para el productor, que podría otorgarle mayor resiliencia y sostenibilidad en caso de que el mercado digital deje de operar, o para hacer más efectiva la participación del productor en este y otros mercados de los que se beneficia, y por tanto sea más resiliente.

El paternalismo se entiende como la extrapolación de la relación paternofamiliar a otras relaciones sociales, comprende intervenciones (actos u omisiones) que interfieren con la libertad o autonomía de una persona, sin su consentimiento explícito o implícito (Dworkin, 2020), y tiene diferentes intencionalidades. Por ejemplo, para Ronan & Alexander (2016), en el campo Bielorruso se han adoptado medidas paternalistas para reformar el comportamiento a cambio de la distribución de bienes simbólicos (reconocimiento y reputación), se ha adoptado el paternalismo socialista en el que los sujetos están agradecidos por los beneficios que sus gobernantes decidieron por ellos; estas prácticas se enmascaran como “protección de las poblaciones rurales”, pero son más bien una domesticación política, para mantener la estabilidad.

Lo contrario al paternalismo sería la autonomía, que se entiende como la capacidad de ser propia de cada persona, de vivir la propia vida según razones y motivos que se toman como propios y no producto de fuerzas externas manipuladoras (Christman, 2020). La autonomía es uno de los aspectos característicos de la propuesta educativa de Freire (Freire, 2004) y hace parte de la anarquía como “libertades individuales”, pero también debe hacer parte de la jerarquía y la heterarquía, porque cada actor debe fortalecerse con autonomía, para que SC pueda fortalecerse como un todo. En este sentido hay que evitar acciones paternalistas con los productores, y más bien promover que desarrollen las capacidades necesarias para ser autónomos, y que, gracias a su autonomía, puedan aportar asertivamente al fortalecimiento de este sistema agroalimentario agroecológico.

Un ejemplo en donde el productor y el consumidor deberían tener mayor participación para la toma de decisiones es el producto. Aunque el productor tiene autonomía en la determinación de las características de su producto, si sus ventas son demasiado variables o bajan, no suele interrogar asertivamente a SC, para determinar si su apariencia, olor, sabor, textura, presentación, empaque, etiqueta, precio, etc., son los más apropiados, y SC no suele interrogar a los consumidores en estos mismos aspectos. Solo los productores 2 y 5, indagaron con SC sobre su producto y gracias a esto, gestionaron nuevos mercados, han mejorado la postcosecha de sus productos o han desarrollado nuevos productos y han mejorado sus ingresos. Usualmente es SC quien toma la iniciativa de orientar al productor, pero sería muy difícil que esta actividad sea desarrollada por SC, pues 495 referencias de producto lo hacen imposible, aquí, los productores y consumidores podrían tener un

mayor protagonismo e iniciativa apoyándose en las TIC, y esto es viable si se mantiene el enfoque de SC como una construcción social.

En el caso de la “promoción, venta y distribución”, es más complejo, pues el productor y muchas veces el consumidor, se desentienden por completo, lo cual puede ser práctico para las partes, ya que las responsabilidades están claras, y las decisiones y acciones fluyen con rapidez, pero se desperdician grandes opciones de mejora que a veces no son identificadas por SC, por ejemplo: la fotografía y datos del productor no siempre están publicados en el sitio web, el producto no está enlazado al productor, el productor no hace campañas promocionales, etc. Esto se evidencia en que ningún productor entrevistado ha visitado el sitio web del mercado para analizar cómo están siendo promocionados y vendidos sus productos, y no compran su mercado en estas plataformas.

Respecto a los consumidores, es interesante que ellos mismos han manifestado que nunca se les había consultado por los aspectos de esta investigación, y están deseosos de que se les tenga en cuenta, además es evidente, en la tabla 2, que su satisfacción con SC señala oportunidades de mejora.

Establecer un marco de gobernanza para SC, construido participativamente y mediado por TIC, ampliaría la apropiación por SC y abriría la puerta para mejorar su sostenibilidad, aportando a la construcción de una gobernanza alimentaria, para que el poder se redistribuya y se democratizen las decisiones en torno a los sistemas agroalimentarios, demanda propia de la agroecología. La FAO la denomina gobernanza para la seguridad alimentaria (Food and Agriculture Organization FAO, 2024).

La FAO (Food and Agriculture Organization FAO, 2024) también ha reconocido la importancia de la gobernanza responsable y eficaz, a escalas local y global, para lograr sistemas agroalimentarios sostenibles. Se ha propuesto para esto una gobernanza de diálogo cuya racionalidad es reflexiva y procesal, en donde el criterio de éxito es el consentimiento negociado, cuyo ejemplo típico es una red, como SC, de productores, consumidores y promotores, cuyo horizonte espacio temporal es el reescalado y la configuración de caminos (Jessop, 2003), o sea que debe estar en reconfiguración permanente.

El reto entonces está en mantener la visión de sistema agroalimentario, potenciando los actores y las interacciones entre actores del sistema: productores, consumidores, SC, otros, aprovechando las coincidencias de intereses o expectativas y los recursos interdependientes, sin perder la autonomía de cada uno de estos actores, pero superando los funcionamientos en exceso jerárquicos o anárquicos, así como las asimetrías, injusticias y la falta de compromiso y responsabilidad, entre otras deficiencias que se han acuñado en los sistemas agroalimentarios convencionales a través del tiempo, sea por falta de participación asertiva, ya sea estatal, de productores, consumidores o de la sociedad civil en general. Alcanzar este equilibrio dinámico es complejo, requiere de prueba y error, el fracaso es ineludible y se debe aprender a gestionar, con una mezcla, también equilibrada, de realidad y optimismo. Pero es indudable que se debe potenciar al máximo la gobernanza en estos procesos agroecológicos, entre otras razones porque desde la agroecología política, parte de ecología política, se considera determinante para el escalamiento de la agroecología (Petersen, 2022), y por tanto de la sostenibilidad de los sistemas agroalimentarios, a escalas globales.

4 Conclusiones

Sembrando Confianza es un proyecto de una Organización No Gubernamental colombo francesa, que decidió apoyarse en la agroecología para reducir la vulnerabilidad económica y mejorar la sostenibilidad medioambiental de sus participantes, utilizando la agroecología como herramienta de transformación social. La Fundación fue creada en 2007 y el mercado digital fue creado cinco años después, con el fin de absorber los excedentes del primer proyecto de la Fundación. Luego de funcionar mediante formularios de Excel, en 2018 SC pasó a tener su sitio web de comercio electrónico que va por su segunda versión. En la actualidad, SC no tiene estructurado un marco de gobernanza que determine quien, cómo y para qué participa.

La gobernanza no estructurada de SC resulta ser una de sus características innovadoras porque es una heterarquía tímida con rastros de anarquía y especialmente de jerarquía, mientras los mercados alimentarios convencionales suelen ser sobre todo anárquicos, o en caso de estar dominados por el Estado, son jerárquicos.

La gobernanza de SC también es un reto, pues aunque productores y consumidores no son miembros estatutarios de la Fundación, SC se ha interesado recientemente por vincularlos metódicamente en procesos de retroalimentación, sin que participen directamente en sus decisiones; de otro lado, mientras algunos productores y consumidores se han desentendido, otros participan o desean participar más activamente en la configuración de SC.

Dada la diversidad de participantes, y con ello de intereses, recursos y formas de hacer; dado lo ambicioso del propósito de SC; y dado lo retador del contexto económico, ambiental y social para la agroecología, la gobernanza no puede ser solo un ejercicio espontáneo, debe ser estructurado de manera metódica y reflexiva.

5 Limitaciones de la investigación y recomendaciones

La investigación no buscaba ahondar en los aspectos de gobernanza de los mercados digitales de alimentos para la ACFC, a pesar de lo cual emergió como un hallazgo notable y digno de análisis. Se sugiere desarrollar investigaciones específicas en esta temática, dirigidas a profundizar los modos de gobernanza de estas construcciones sociales, sus impactos, limitaciones y contradicciones, así como profundizar en cómo las TIC pueden apoyar el fortalecimiento de modos de gobernanza más participativos.

Se sugiere a SC hacer un acuerdo y plan de gobernanza, determinando quién participa (diversidad y equidad), cómo (capacidad, motivación, confianza, eficiencia, continuidad, comunicación y procedimientos) y por qué (efectividad), y se sugiere que dicho acuerdo y plan tengan un “equilibrio dinámico” para que generen aprendizajes individuales y organizacionales, y para que puedan ser ajustados en la medida en que SC y su contexto cambien.

REFERÊNCIAS

AJENA, Francesco; CLÉMENT, Chantal. Agroecology and digitalisation: opportunities and pitfalls for food system transformation. In: FRANCESCO, Ajena [et al.]. *Agroecology y digitalisation. Traps and opportunities to transform the food system*. Brussels: IFOAM Organics Europe, 2020.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *The social construction of reality*. London: Penguin Books, 1991.

BLAY-PALMER, Alisson et al. Validação da perspectiva de sistema alimentar cidade-região: promovendo sistemas alimentares cidade-região inclusivos e transformativos. In: SCHNEIDER, Sergio (Ed.). *Sistemas alimentares no século XXI: debates contemporâneos*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. p. 366.

BOSSARD, Nicola. Preparedness of the organic farming community to enter the discourse on digitalization of organic farming - Exploratory survey among swiss organic farmers. In: FRANCESCO, Ajena [et al.]. *Agroecology y digitalisation. Traps and opportunities to transform the food system*. Brussels: IFOAM Organics Europe, 2020.

BRONSON, Kelly; KNEZEVICK, Irena. The digital divide and how it matters for Canadian food system equity. *Canadian Journal of Communication*, v. 44, n. 2, p. 63-68, 2019. DOI: 10.22230/cjc.2019v44n2a3489.

CAVALCANTI, Josefa Salete B.; WANDERLEY, Maria de Nazaré Baudel; NIEDERLE, Paulo. *Participação, território e cidadania: um olhar sobre a política de desenvolvimento territorial no Brasil*. Recife: UFPE, 2014.

CHAPARRO-AFRICANO, Adriana-María; PÁRAMO, Miguel. Challenges of the Participatory Guarantee System of the network of agroecological markets of Bogota-Region, as a strategy for certification and promotion of agroecology. *International Journal of Agricultural Sustainability*, v. 20, n. 7, p. 1307-1321, 2022. DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/14735903.2022.2106657>.

CHAPARRO-AFRICANO, Adriana-María. Mercados Agroecológicos UNIMINUTO. Ambiente de aprendizaje, pesquisa e projeção social. In: PÉREZ, C.; HERNÁNDEZ, I. (Ed.). *Economía social y solidaria en la educación superior: un espacio para la innovación*. Tomo 1. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia, 2020.

CHRISTMAN, John. Autonomy in moral and political philosophy. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2020. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/autonomy-moral/>. Acesso em: 19 dez. 2024.

CLAPP, Jennifer; RUDER, Sarah-Louise. Precision technologies for agriculture: digital farming, gene-edited crops, and the politics of sustainability. *Global Environmental Politics*, v. 20, n. 3, p. 49-69, 2020. DOI: https://doi.org/10.1162/glep_a_00566.

CRUMLEY, Carole. Heterarchy and the analysis of complex societies. *Archeological Papers of the American Anthropological Association*, v. 6, n. 1, p. 1-5, 1995.

CSIR Built Environment Unit. *Appropriate technologies in the water sector in South Africa. Position paper DRAFT (version 4)*. Pretoria: CSIR Built Environment Unit, 2008.

CUMMING, Graeme. Heterarchies: Reconciling Networks and Hierarchies. *Trends in Ecology and Evolution*, v. 31, n. 8, p. 622-632, 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tree.2016.04.009>.

DEKKER, Erwin; KUCHARŇ, Pavel. Heterarchy. In: MARCIANO, A.; RAMELLO, G. (Ed.). *Encyclopedia of Law and Economics*. New York: Springer, 2017.

DWORKIN, Gerald. Paternalism. *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, 2020. Disponível em: <https://plato.stanford.edu/entries/paternalism/>. Acesso em: 19 dez. 2024.

EASTWOOD, Callum et al. Making sense in the cloud: Farm advisory services in a smart farming future. *NJAS - Wageningen Journal of Life Sciences*, v. 90-91, p. 1-10, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.njas.2019.04.004>.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). *Information and Communication Technology (ICT) in Agriculture: A Report to the G20 Agricultural Deputies*. Roma: FAO, 2017.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). Centro de conhecimentos sobre agroecologia. Disponível em: <https://www.fao.org/agroecology/knowledge/10-elements/land-natural-resources-governance/es/>. Acesso em: 19 dez. 2024.

FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION (FAO). *The 10 elements of agroecology. Guiding the transition to sustainable food and agricultural systems*. Roma: FAO, 2018.

FREIRE, Paulo. *A pedagogia da autonomia*. São Paulo: Paz e Terra, 2004.

GUERIBI, Ramzi. Entrevista: Mercados Digitais. 18 jul. 2023.

HUFTY, Marc. *The Governance Analytical Framework*. NCCR North South, 2007. Disponível em: <https://www.nccr-north-south.ch/Upload/GovernanceFrameworkE.pdf>.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION (ITU). *Measuring digital development: Facts and Figures 2023*. Geneva: ITU Publications, 2023.

JESSOP, Bob. Governance and Metagovernance: On Reflexivity, Requisite Variety, and Requisite Irony. In: BANG, H. P. (Ed.). Governance as social and political communication. Manchester: Manchester University Press, 2003.

KLERKX, Laurens; ROSE, David. Dealing with the game-changing technologies of Agriculture 4.0: how do we manage diversity and responsibility in food system transition pathways? *Global Food Security*, n. 24, p. 1-7, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.gfs.2019.100347>.

KOOIMAN, Jan. Governance and Governability: Using Complexity, Dynamics and Diversity. In: KOOIMAN, Jan (Ed.). *Modern Governance: New Government-Society Interactions*. London: Sage Publications, 1993.

LAJOIE-O'MALLEY, Alana et al. The future(s) of digital agriculture and sustainable food systems: An analysis of high-level policy documents. *Ecosystem Services*, v. 45, p. 1-12, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101183>.

LEÓN, Osvaldo; BURCH, Sally; TAMAYO, Eduardo. *Movimientos sociales en la red*. Quito: Agencia Latinoamericana de Información (ALAI), 2021.

NIEDERLE, Paulo; SCHNEIDER, Sergio; CASSOL, Abel. *Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021.

NOVOA, Jennifer. *Gobernanza de redes agroalimentarias alternativas: análisis de los mercados de productores con lógicas de transición agroecológica de la red Salsa*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2020.

PETERSEN, Paulo. Agroecología política: crítica de la ecología política al capitalismo agroalimentario. *Agrociencia Uruguay*, v. 26, n. NE3, 2022. DOI: [10.31285/AGRO.26.972](https://doi.org/10.31285/AGRO.26.972).

RAMÍREZ, Lizeth. *Gobernanza territorial y ordenamiento territorial en la Mancomunidad del Chocó Andino de Pichincha*. *Entorno Geográfico*, n. 25, p. 1-31, 2023. DOI: [10.25100/eg.v0i25.12700](https://doi.org/10.25100/eg.v0i25.12700).

STARK, David. Heterarchy: Exploiting ambiguity and organizing diversity. *Brazilian Journal of Political Economy*, v. 21, n. 1, p. 21-39, 2001. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/0101-31572001-1248>.

STILGOE, Jack; OWEN, Richard; MACNAGHTEN, Phil. Developing a framework for responsible innovation. *Research Policy*, v. 42, n. 9, p. 1568-1580, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.05.008>.

TRENDDOV, Nicola; VARAS, Samuel; ZENG, Meng. *Tecnologías digitales en la agricultura y las zonas rurales*. Roma: FAO, 2019.

UNTERHITZENBERGER, Christine et al. A Multilevel Governance Model for Interorganizational Project Networks. *Project Management Journal*, v. 54, n. 1, p. 88-105, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/87569728221131254>.

WHITTINGHAM, María. ¿Qué es la gobernanza y para qué sirve? *Revista Análisis Internacional*, n. 2, p. 219–236, 2010.

Adriana María Chaparro Africano. Doctora en Agroecología. Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO – Bogotá – Colombia. Profesora Titular. Calle 94 72A-87 Apto 8-404, Bogotá, Colombia. achaparro@uniminuto.edu

Submetido em: 26/03/2024

Aprovado em: 26/07/2024

CONTRIBUIÇÃO DE CADA AUTOR

Conceituação (Conceptualization): Adriana María Chaparro Africano

Curadoria de Dados (Data curation): Adriana María Chaparro Africano

Análise Formal (Formal analysis): Adriana María Chaparro Africano

Obtenção de Financiamento (Funding acquisition): Adriana María Chaparro Africano

Investigação/Pesquisa (Investigation): Adriana María Chaparro Africano

Metodologia (Methodology): Adriana María Chaparro Africano

Administração do Projeto (Project administration): Adriana María Chaparro Africano

Recursos (Resources): Adriana María Chaparro Africano

Escrita – Primeira Redação (Writing – original draft): Adriana María Chaparro Africano

Escrita – Revisão e Edição (Writing – review & editing): Adriana María Chaparro Africano

Fontes de financiamento: recursos do autor e de outra pessoa que apoiou a coleta de informações: Diego Molina.