

Experiencias en la creación de vínculos entre productores y compradores

de productos agroecológicos en Cusco

TRENT BLARE, HÉLÈNE BOTREAU, CAROLINA NEU, SARA ARGUMEDO GÓMEZ, MICHELLE JACKSON

Una tarea pendiente de gran importancia en el ámbito de la agroecología es el tendido de lazos entre los agricultores de pequeña escala y los consumidores interesados en su producción. Para ello es indispensable estudiar los elementos y actores que participan entre uno y otro extremos de la relación –intermediarios, mercados, restaurantes, agencias–, de modo que sea posible no solo llevar los productos agroecológicos a la mesa de los consumidores sino, al mismo tiempo, incidir en el mejoramiento de las condiciones de vida de los productores, especialmente en cuanto a nutrición y salud.

Mercado de San Pedro, Cusco.  Asociacion ANDES



En el ámbito de la producción agroecológica, el fortalecimiento de vínculos entre los productores de pequeña escala y los consumidores es complejo debido a que son muchos los factores que deben coordinarse y muchos los actores que tienen que trabajar en conjunto para que la vinculación sea eficiente. Sin embargo, en Cusco se ha dedicado poco esfuerzo para mejorar estos vínculos. Las intervenciones han estado enfocadas principalmente en los aspectos de la producción agroecológica, pero poca atención se ha puesto en las formas en que esos productos llegan al plato de los consumidores. Entre el productor y el consumidor existen varios actores que forman parte de los canales de distribución de los productos ecológicos: intermediarios, mercados, supermercados, restaurantes, además de las agencias que apoyan y norman los aspectos sanitarios, regulatorios y tributarios. Nuestro estudio examina la perspectiva de esos diferentes actores en el sistema local de alimentos en Cusco (figura 1).

Lugar del estudio

En Cusco es necesario que la economía de las familias campesinas y la dieta de la población mejoren y, mediante el fortalecimiento de los vínculos entre productores agroecológicos y consumidores, pueden surgir muchas oportunidades para lograrlo. La región Cusco está ubicada en una zona de biodiversidad muy alta, donde la agricultura familiar representa el 99% del total de la producción agrícola de la región (MINAGRI, 2016). Además, es una zona de alta actividad turística, la cual representa el 11,61% del total de la economía de la región (Observatorio Turístico del Perú, 2012). En los últimos años, el mejoramiento de las condiciones económicas de la población, especialmente de la clase media (el ingreso *per capita* creció 11% entre 2008 y 2013 según información de INEI, 2015), ha hecho posible que los consumidores puedan gastar más en su alimentación, así como consumir productos de mejor calidad. Lo que se quiere saber es si los productores agroecológicos más cercanos a los centros urbanos están

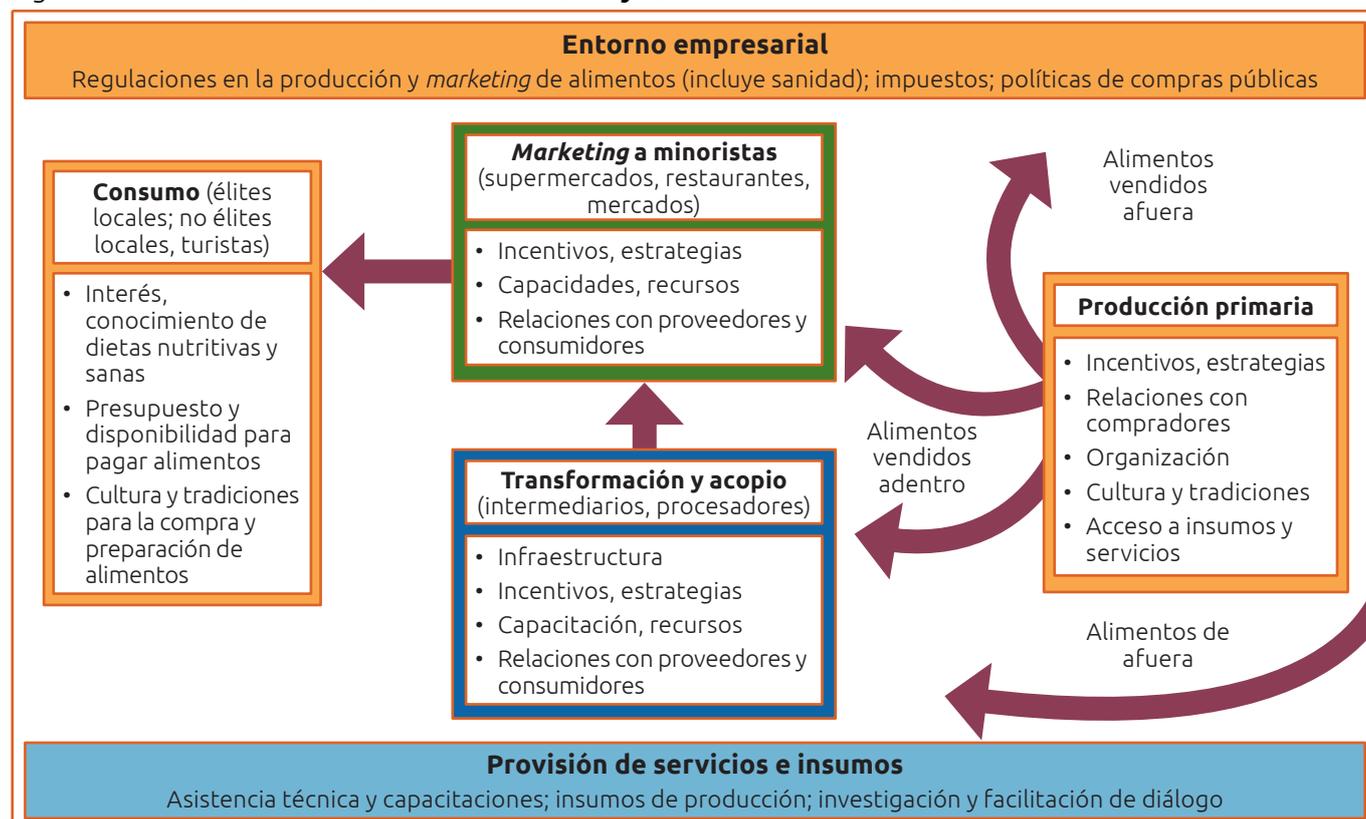
aprovechando esta oportunidad para expandir sus ventas a los mercados de las ciudades y, si no lo están haciendo, averiguar qué debe cambiar y cuáles son los cuellos de botella que impiden a los agricultores satisfacer esta demanda.

Cusco es también una región donde se encuentra la doble carga de malnutrición y aumento de enfermedades vinculadas a dietas poco saludables, como la hipertensión y la diabetes, las cuales se han vuelto más comunes por la disponibilidad de alimentos ultraprocesados (FAO, 2017). Al mismo tiempo, los niños menores de cinco años, que constituyen el 14,6% de la población, sufren de desnutrición crónica en la ciudad de Cusco (INEI, 2015), y el 46,7% de ellos, de anemia (INEI, 2014). Esto demuestra que existe una necesidad de alimentos nutritivos, pero son pocas las medidas tomadas para vincular la producción agroecológica con esta demanda. Desde el punto de vista del consumidor, existe la necesidad de que se determine cómo se podría mejorar el sistema alimentario, de qué manera se pueden fortalecer los canales existentes y cómo crear canales nuevos para que los productos lleguen a ellos. Con mucho esfuerzo, se ha logrado mejorar la producción agroecológica por medio de asistencia técnica y adopción de mejores prácticas como son, por ejemplo, el uso y producción de insumos orgánicos, manejo de ecológico de plagas, uso de invernaderos, selección de semillas y aplicación de riego tecnificado.

Recolección de datos

Nuestro análisis del sistema local de alimentos se basa en varios estudios realizados en Cusco con diferentes actores entre 2015 y 2017 (cuadro 1). Nuestras investigaciones no solo analizaron las preferencias de los consumidores, también evaluaron si los productos llegaron a los consumidores, y cuáles eran los factores que limitaron o propiciaron su acceso a estos alimentos en la región. Los estudios incluyeron las dificultades y oportunidades que los distintos actores clave encontraron en el sistema, como son los consumidores, productores, vendedores

Figura 1. El sistema local de alimentos en Cusco y la interacción entre los actores clave



Elaboración: Jason Donovan.

Cuadro 1. Características de los actores entrevistados

	Consumidores	Restaurantes	Instituciones compradoras	Canales de distribución	Organizaciones de productores	Instituciones reguladoras
Fecha de las entrevistas	Junio a agosto, 2015	Noviembre, 2015	Junio-julio, 2017	Diciembre, 2015; junio-agosto, 2017 (supermercados); septiembre, 2017 (intermediarios)	Agosto y noviembre, 2017	Julio y noviembre, 2017
Tamaño de muestra	300 consumidores	43 jefes de compras	4 instituciones	40 vendedores de mercado 2 intermediarios 5 supermercados	2 productores	9 instituciones
Temas principales	Gastos en diferentes categorías de alimentos, dónde compran sus alimentos (supermercados o mercados), percepciones y preferencias de productos locales, disponibilidad para pagar más por alimentos producidos localmente, relaciones con los agricultores que venden sus productos directamente en el mercado.	Preferencias por productos locales y agroecológicos, sus experiencias para conseguir estos productos y los obstáculos que enfrentan para obtener los productos preferidos.	Tipo de compras, selección de productos y procedencia, reglas y directivas, relación con proveedores, abastecimiento de productos locales.	Relación con los productores, con otros distribuidores y con consumidores, estrategias de marketing, cambio de preferencias de consumidores, demanda de productos locales, problemas encontrados en abastecimiento.	Compradores tradicionales y nuevos, requisitos para la venta, dificultades para la venta y estrategias, cambio de preferencias de los consumidores y demanda de productos locales.	Regulaciones para abastecimiento local, rol de la organización en el desarrollo de normas, rol de la organización en la vinculación productor-consumidor y en la promoción del abastecimiento de alimentos locales, calidad de alimentos locales.
Métodos	Grupos focales y entrevistas	Entrevistas	Entrevistas semidirigidas	Entrevistas semidirigidas	Entrevistas semidirigidas	Entrevistas semidirigidas

Fuente: elaboración propia.

en los mercados, los intermediarios, los jefes de compras en supermercados y restaurantes, y representantes de ONG, instituciones de desarrollo y las reguladoras.

Resultados: producción y venta directa

Desafíos

Los agricultores agroecológicos enfrentan muchas dificultades para vender sus productos directamente a los consumidores. Una de las más importantes es que los productores no cuentan con las certificaciones sanitarias y no están formalizados porque los costos son altos. Las regulaciones HAACP (siglas en inglés de Análisis de Riesgos y Puntos Críticos de Control) en particular no son accesibles para la mayoría de los productores por falta de comunicación, información y capacitación sobre los procesos para adquirir las certificaciones. También los consumidores no tienen conocimiento sobre los beneficios del consumo de alimentos ecológicos, lo que influye negativamente en la venta de estos productos.

Otra dificultad que enfrentan los productores es la falta de contactos que les faciliten el acceso a canales de venta y a los consumidores. Un representante de un distrito municipal de Cusco notó que “No hay muchas opciones para que los pequeños productores rompan las relaciones con los intermediarios porque no hay fuentes para logísticas, ni existen mercados mayoristas”. Tampoco existe trazabilidad para algunos productos, lo que dificulta aún más su venta. Los productores también carecen de equipamiento adecuado para el transporte de los alimentos que les permita alcanzar el estándar regulatorio exigido; un problema que surge a raíz de la falta de recursos financieros.

Estas limitaciones hacen que los pequeños productores sean dependientes de los intermediarios para poder vender sus productos; estos últimos son quienes establecen las condiciones de venta. Un representante del Gobierno regional de Cusco subrayó que la fuerte intermediación que existe crea un problema en las ventas, pues da lugar a una gran diferencia entre el precio de venta del productor y el precio en el mercado.

Los productores locales no se acercan a vender directamente a los supermercados, restaurantes e intermediarios porque, cuando tratan de hacerlo, no tienen suficientes productos para satisfacer la demanda de estos clientes. Se observa también que esta dificultad se presenta especialmente para los nuevos proveedores, quienes no gozan todavía de una reputación como productores ecológicos. Los compradores de los restaurantes también mencionaron que tienen dificultad para encontrar la diversidad de productos deseados. Uno de ellos comentó: “el mercado de Cusco es pequeño para conseguir productos orgánicos; no hay productos todo el año, sino por temporadas, y se tiene que acceder a otros proveedores”.

Oportunidades

En Cusco hay una gran variedad de productos con diversos precios, y especialmente se encuentra una buena oferta de productos agropecuarios. También existe la garantía participativa, que asegura la calidad ecológica de los productos, y cuya certificación es otorgada por varias instituciones, como son la ONG Arariwa, el Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI), y la Asociación de Productores Ecológicos-Perú (ANPE-Perú), y permite vender en algunos mercados. Sin embargo, su obtención requiere mucho tiempo. Además de la garantía participativa (SGP), la autoridad tributaria del Perú ha facilitado el cumplimiento de las reglas tributarias de los pequeños productores con el establecimiento de un Nuevo Registro Único Simplificado (NRUS). Si un productor tiene ingresos anuales menores a 60 000 soles (18 500 USD), no paga impuestos y ya no tendrá que llevar libros de contabilidad ni declarar sus ventas individuales con facturas, sino cumplir con mostrar un valor total mensual (una liquidación de compras) y hacer un pago de 20 soles (6,25 USD) mensuales. A esta categoría del NRUS solo se pueden acoger los contribuyentes que se dediquen “Únicamente a la venta de frutas, hortalizas, legumbres, tubérculos, raíces, semillas y demás bienes especificados en el Apéndice I de la Ley del IGV

e ISC, realizada en mercados de abastos; o, exclusivamente al cultivo de productos agrícolas y que vendan sus productos en su estado natural” (Sistema Nacional de Administración Tributaria SUNAT, 2016).

Aunque existen desafíos para la comercialización de productos agroecológicos, existen también varias oportunidades para realizarla. Un productor de papas nativas señala: “siempre vendo mis productos en la ciudad y se acaban todos”. Además, hay algunas asociaciones que al usar nuevas tecnologías han logrado aumentar sus ventas; por ejemplo, una asociación de productores de flores ha comenzado a vender sus productos en línea. Además de usar tecnologías nuevas, varias asociaciones de productores agroecológicos de papas nativas, fresas, flores, lechugas, trucha, cuy y carne de alpaca logran vender sus productos gracias a su buena reputación local y por mantener una relación de confianza de varios años con los compradores (supermercados, restaurantes y otras instituciones). Al mismo tiempo, existe un entendimiento general de parte de los intermediarios y otros compradores, sobre las frutas de Cusco, que al ser producidas con menos tratamientos químicos son más “naturales” que las de la costa del Perú, lo cual es lo que buscan los consumidores. Además de esto, los jefes de compras –especialmente de los restaurantes– han mostrado su preferencia en adquirir productos frescos directamente de los productores, porque no confían en los intermediarios debido a que no tienen sistemas de trazabilidad.

Se hicieron también viajes a las chacras donde se demostraron los procesos de producción orgánica, lo que generó confianza entre las empresas y los productores, creando más oportunidades de venta para los agricultores ecológicos.

Consumo

Desafíos

Todas las instituciones notan que hay una falta de conocimiento y educación en los consumidores sobre la importancia de comer productos agroecológicos, de distinguir cuáles son los productos locales, y cómo preparar productos tradicionales, como quinua (*Chenopodium quinoa*), kiwicha (*Amaranthus caudatus*) y tarwi (*Lupinus mutabilis*). Un dirigente de una asociación de agricultores destacó que “se requiere sensibilizar más a las personas para que sepan –entre otras cosas– que la producción orgánica de pequeña escala es diferente de la producción en masa”. Un intermediario observó que “la demanda del cliente está enfocada en el precio y la vista de la fruta; la gente ve que la fruta es linda y quieren comprar”. Además, las agencias de salud pública están preocupadas por el hecho de que la población ha cambiado sus dietas tradicionales por unas basadas en alimentos ultraprocesados, lo cual puede tener efectos negativos en la salud, y quieren fomentar el regreso a una dieta diversa con alimentos más frescos y locales.

Oportunidades

Los turistas, nacionales y extranjeros, son los que se muestran más interesados en productos locales y orgánicos, pero se puede ver que ahora la tendencia se extiende a la población cusqueña. Las entrevistas con consumidores del mercado de Wanchaq muestran que el 75% de ellos está dispuesto a pagar 5% más para obtener frutas de procedencia local. Esto se puede ver especialmente en los consumidores más jóvenes, más educados, con mayores ingresos, y en los que tienen hijos menores de 15 años (Blare y otros. 2017). El Gobierno regional también ha notado que cada vez hay más interés de los consumidores en comprar orgánico y local. Esta demanda puede seguir incrementándose ya que, si hay crecimiento económico, el consumidor puede destinar más recursos a la compra de alimentos, incluyendo los producidos agroecológicamente.

Canales de distribución

Desafíos

Todos los gerentes de supermercados indicaron que ni los alimentos locales, ni los alimentos orgánicos están señalados o marcados claramente como tales. Un gerente de supermercado indicó que “los clientes, supuestamente, a la vista del alimento, saben si es orgánico”. Ellos lamentan que muchos productos frescos vengan de Lima y Arequipa, y subrayaron las pocas posibilidades que tienen para abastecerse localmente. También el entrevistado de un supermercado grande relató que había intentado ayudar a unos productores locales con los requisitos y los procesos para registrarse como proveedores, pero la capacidad para cumplir con los requisitos de sanidad y tributarios, así como la actual infraestructura (internet, teléfonos celulares, carreteras, camiones, almacenes, refrigeración) de Cusco, les impidió llegar a un acuerdo.

Pocos productores locales se acercan a los supermercados y pocos cumplen con los requisitos sanitarios. El sistema de compras de los supermercados nacionales grandes está centralizado en Lima, y es complicado para los proveedores y productores locales aprender cómo registrarse y viajar a Lima para inscribir a sus empresas. El ambiente de la intermediación de alimentos en Cusco es controlado por los comerciantes más grandes y poderosos, que impiden la entrada de nuevos proveedores y sistemáticamente evaden las normas legales y los nuevos requerimientos sanitarios y tributarios oficiales. Es de gran preocupación para los consumidores el poco interés de esos distribuidores en los temas de inocuidad alimentaria. Desde 2003 se impulsó una ley sobre inocuidad alimentaria (Resolución Administrativa de SENASA N° 019/2003), pero no se aplicó en la venta porque no hay capacitación ni interés.

La mayoría de los contratos los obtienen los grandes mayoristas, los cuales no se abastecen localmente porque los proveedores de Cusco carecen de registro sanitario, y los pequeños productores no pueden competir con ellos como nuevos proveedores. Pocos proveedores locales tienen certificación sanitaria para la carne roja y las hortalizas. Las regulaciones, los límites de abastecimiento y los escasos presupuestos que tienen las instituciones públicas hacen muy difícil la implementación de programas basados en productos locales y “naturales”.

Oportunidades

Aunque hay muchas dificultades para comprar directo de agricultores agroecológicos, ciertas instituciones y restaurantes se abastecen localmente de algunos productos frescos, como fresas, lechugas, papas nativas, carne roja, trucha, alpaca, quesos y pan. En los mercados y supermercados se encuentra gran diversidad de productos cusqueños, como pescado y frutas del Valle Sagrado. Por ejemplo, un supermercado regional tiene un área de venta solo con productos locales. Los supermercados pequeños, particularmente, cuentan con más flexibilidad para aceptar proveedores locales porque manejan sus compras desde Cusco. Algunos restaurantes y supermercados han comentado que están esperando la garantía participativa, ya que será un buen medio para asegurar la calidad de los productos que ofrecen a sus clientes.

Algunos supermercados tomaron iniciativas para promover prácticas sostenibles en sus procesos de abastecimiento y en la ayuda a los proveedores locales. Un supermercado grande, de cadena nacional, apoyó a los proveedores locales ya formalizados y les proporcionó capacitación en temas de manipulación y calidad de los alimentos, así como en el mantenimiento de la cadena de frío. Las municipalidades locales colaboraron con estas capacitaciones. Los gerentes de supermercados también recalcaron la ayuda de algunas instituciones. Cuando tienen problemas con sus proveedores, destacan



Vendedora de condimento, mercado de Quillabamba. ■ Asociación ANDES

que pueden quejarse ante el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), el cual se comunica directamente con los proveedores.

Regulación

Desafíos

No hay una política clara en Cusco sobre el tema del abastecimiento de productos agroecológicos. También se puede ver el desconocimiento del rol de las instituciones reguladoras, tal como lo manifiesta un intermediario al decir que no hay Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) en la región Cusco: “En la provincia no hay SENASA, y esto hace que los intermediarios y otras instituciones pueden aprovecharse de los agricultores; no hay control de calidad, pero si hubiese SENASA, la calidad mejoraría”. Además, un representante del Gobierno regional notó que las instituciones a cargo de los registros sanitarios “hacen un trabajo de control muy tibio en regulación y aplicación de la ley”. Las instituciones reguladoras no proporcionan facilidades a los productores para formalizarse y conseguir las certificaciones necesarias, pero estas instituciones sanitarias subrayaron que deberían ser las ONG y los municipios los que apoyen a los proveedores para que obtengan su certificación en los registros.

Para las instituciones, el problema se basa en la informalidad y la falta de calidad del sistema alimentario local. Una de ellas manifiesta: “en la región de Cusco todos los productos locales están basados en una producción muy artesanal”. Estas instituciones comparan el sistema alimentario local con los del resto del país al decir que “los productos locales todavía

no brindan calidad. Por ejemplo, el zapallo arequipeño es más dulce. Hay un mejoramiento de la calidad pero, por ejemplo, la papa cusqueña es más pequeña. También el volumen de producción es demasiado reducido y de pequeña escala. Igualmente, la fruta es importada del norte del país”.

Oportunidades

La Dirección Regional de Agricultura de Cusco (DRAC) tiene convenios con el Ministerio de la Economía y Finanzas y con el MINAGRI para obtener más certificaciones con la meta de formar nuevas cooperativas y de fortalecer las actuales. El INDECOPI ha realizado algunas capacitaciones para los distribuidores, pero el tema es desconocido por los productores que no recibieron la capacitación. En Cusco hay también una asociación de consumidores autorizada y acreditada por INDECOPI que puede intervenir para hacer denuncias. Para fomentar la relación de los productores locales con empresarios grandes, la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (DIRCETUR) de Cusco ha promovido la producción y venta de productos ecológicos en estas entidades, especialmente en un evento llamado “Entre ojotas y corbatas”. La municipalidad de Wanchaq está trabajando con los negocios locales en la promoción del uso de productos locales y saludables, además de apoyarlos en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y de las reglas sanitarias para la venta. La municipalidad provincial de Cusco y muchas municipalidades distritales, como Ccorca, San Jerónimo y Santiago, toman en serio el apoyo a los productores de pequeña escala al trabajar en el desarrollo económico local mediante capacitación técnica, financiamiento, protección económica



Maiz "Cusco Gigante" secando en el techo, Cusco. ■ Asociación ANDES

y conexión con mercados locales y supermercados, especialmente para ciertos productos (fresas, flores, lechugas, cuyes).

Conclusiones

Hemos encontrado varias oportunidades y desafíos para lograr fortalecer y expandir los vínculos existentes, y construir nuevas alianzas entre productores y consumidores. Los desafíos incluyen las complicaciones logísticas, la falta de una política regional para la promoción de los productos agroecológicos, la escasa difusión de estos productos en los mercados y un apoyo limitado para que los productores puedan cumplir con los estándares sanitarios y tributarios. De manera independiente, cada uno de los actores está interesado en los productos agroecológicos; los agricultores cusqueños los producen, los consumidores los buscan y existen instituciones interesadas en promover la producción agroecológica en Cusco. Si los diversos actores encuentran una manera de trabajar coordinadamente para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades, habrá posibilidades para que los agricultores mejoren sus medios de vida a través de una comercialización más efectiva de sus productos y para que los consumidores enriquezcan su dieta gracias al consumo de alimentos sanos y nutritivos.

A través de la presente investigación se ponen en evidencia muchos puntos de convergencia en la percepción que los diferentes actores tienen del Sistema Alimenticio Local (SAL). Los resultados demuestran que, para fortalecer los vínculos entre los consumidores urbanos y los agricultores agroecológicos en Cusco, se requieren cambios en el sistema alimentario. Por un

lado, el abastecimiento de productos locales está limitado en todos los niveles del sistema:

- **Productor:** restricciones por el alto costo de la regularización y por la dificultad para cumplir con los requisitos sanitarios.
- **Agencias de desarrollo y ONG:** no brindan una capacitación que permita a los productores desarrollar sus capacidades para cumplir con las reglas sanitarias y tributarias, y promocionar sus productos.
- **Gobiernos locales:** no ofrecen la infraestructura adecuada de carreteras, ni un buen sistema de comunicación telefónica, ni internet.
- **Canales de distribución:** sometimiento a regulaciones estrictas, centralización de los sistemas de compras, falta de estrategias de marketing dirigidas a productos locales y orgánicos, imposición de precios por los intermediarios.
- **Consumidores:** falta de conocimiento y sensibilización sobre los productos agroecológicos y la alimentación saludable, poca información para poder identificar los productos locales y orgánicos fácilmente.
- **Instituciones reguladoras:** no conciertan entre ellas y la definición de sus roles es imprecisa; no informan al público sobre los servicios que proporcionan.

Por otro lado, los actores del SAL destacan que hay oportunidades para explotar el sistema. Un ejemplo es que, desde la perspectiva del consumidor, se puede ver que hay una demanda creciente por productos agroecológicos que hasta

ahora, el mercado no llega a satisfacer. Algunos consumidores han tenido buenas experiencias con la compra directa de productos agroecológicos, las cuales han creado un vínculo fuerte entre el consumidor y el productor. También se puede ver que hay bastante interés de los gobiernos locales, ONG y empresas en apoyar el desarrollo de la compra y venta de la producción agroecológica de familias campesinas.

Discusión y recomendaciones

Aunque los actores clave piensan que lo mejor es consumir local, orgánico y con menor impacto ambiental, siguen consumiendo alimentos importados de otras regiones, tratados con insumos de síntesis química y producidos por la gran industria alimentaria. En Cusco, el SAL presenta fallas desde el nivel de la producción hasta el de la distribución, pasando por la regulación y el consumo, lo que impide el establecimiento de vínculos más fuertes entre consumidores y productores. Con base en los comentarios de estos actores, se recomiendan las siguientes acciones para mejorar el SAL en Cusco:

- Legislación y normas de regulación claras y detalladas, para el abastecimiento de productos locales que incluyan la expansión de garantías participativas y certificaciones, así como un etiquetado que informe y garantice la procedencia y los métodos de producción.
- Establecimiento de una mesa de diálogo con las asociaciones de productores y consumidores, el sector privado, las ONG y el gobierno para mejorar la coordinación general y la comunicación entre estos actores clave, y para definir y conocer el papel que le toca cumplir a cada uno en la promoción de los productos agroecológicos mediante propaganda en redes sociales y puntos de venta. También es importante el compromiso de estos actores en la inversión para mejorar la infraestructura (transporte, telecomunicación, refrigeración) y la creación de plataformas para la venta en línea (internet) en el SAL de Cusco.
- Capacitación y sensibilización a los productores, desde el gobierno y las ONG para la mejora de su producción en calidad y variedad, y para el cumplimiento de las normas de sanidad y tributarias, así como para trabajar en conjunto con asociaciones o redes para la venta y promoción de sus productos.
- Promoción de la producción agroecológica por el MINAGRI y la DRAC en la provisión de asistencia técnica, y facilitación del acceso a tecnologías, abonos y semillas orgánicas para promover una producción local con menor impacto ambiental.
- Promoción de productos agroecológicos en los distintos lugares de compra (como restaurantes, supermercados, mercados, y tiendas) y campañas de educación sobre el consumo de esos productos. ●

Trent Blare

Ph.D. en economía agrícola por la Universidad de Florida, EE.UU. Especialista en cadenas de valor y mercados en la oficina de América Latina del Centro Internacional de Investigación Agroforestal (ICRAF).
T.blare@cgiar.org

Hélène Botreau

Maestría en gestión de empresas y organizaciones, Sciences Po Rennes, Francia, y seguridad alimentaria y desarrollo humano, Universidad Roma Tre, Italia. Hasta abril 2018, coordinadora e investigadora del programa Sembrando Diversidad = Cosechando Seguridad, Asociación ANDES, Cusco. (Actualmente trabaja en Oxfam, Francia)
helenebotreau@gmail.com



Diversidad de productos de la región de Cusco, Museo Quechua. © Asociación ANDES

Carolina Neu

Antropóloga con maestría en participación, poder y cambio social del Institute of Development Studies, Inglaterra. Investigadora en el programa Sembrando Diversidad = Cosechando Seguridad de la Asociación ANDES, Cusco.
carolinaneu@andes.org.pe

Sara Argumedo Gómez

Bachiller en Sociología por la Universidad de Victoria, Canadá. Asistente de coordinación de la Red Internacional de los Pueblos Indígenas de Montaña.
sara@andes.org.pe

Michelle Jackson

Bachiller en Ciencias del Medio Ambiente de Griffith University, Australia. Consultora ambiental en la oficina de América Latina del Centro Internacional de Investigación Agroforestal (ICRAF).
cunliffemich@gmail.com

Referencias

- Blare, T., Donovan, J., y del Pozo, C. (2017). **Estimates of the Willingness to Pay for Locally Grown Tree Fruits in Cusco, Peru.** *Renewable Agriculture and Food Systems.* <https://doi.org/10.1017/S1742170517000333>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2014). **Encuesta demográfica y de salud familiar ENDES, 2014.** https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1211/pdf/Libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2015). **Sistema de Información Económica.** <http://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/economia/>
- Ministerio de Agricultura y Riego (2016). **Estrategia nacional de agricultura nacional 2015-2021.** Lima: MINAGRI. <http://www.agrorural.gob.pe/wp-content/uploads/2016/02/enaf.pdf>
- Observatorio Turístico del Perú (2012). **Cuzco: participación porcentual del P.B.I. por sectores.** <http://www.observatorioturisticodelperu.com/mapas/cuscobip.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (2017). **Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe.** FAO. <http://www.fao.org/3/a-i7914s.pdf>
- Sistema Nacional de Administración Tributaria (SUNAT) (2016). **Decreto Legislativo 1270. Texto del Nuevo Régimen Único Simplificado. Decreto Legislativo 937.** <http://www.sunat.gob.pe/legislacion/rus/index.html>