



La feria de Aija: aprendizajes sobre

su rol para promover la agroecología

YOMER OSORIO TORRE, DIANA SANTOS
SHUPINGAHUA, SANDRA SORIA ALBINACORTA

La feria de Aija se celebra actualmente en la plaza de Armas del distrito de Aija, conocido como “la perla de las vertientes”, capital de la provincia homónima en el departamento de Áncash, Perú. Iniciada como una ecoferia en 2011 con la llegada de la Asociación Nacional de Productores Ecológicos de Perú (ANPE-Perú) en la primera fase del proyecto Tierra Sana y Soberana (TSS), ha experimentado diversos cambios a lo largo del tiempo. El último de ellos fue su integración a una feria itinerante durante la pandemia para satisfacer la demanda de alimentos generada en ese contexto. Esta

evolución la ha transformado en lo que hoy conocemos como Feria Agropecuaria y Gastronómica Aijina.

La feria atrae a la población del distrito de Aija y de distritos cercanos como La Merced y Coris, que buscan acceder a una variedad de productos para su alimentación. Según el informe de evaluación final del proyecto TSS (ADG, 2017), la feria contribuía significativamente a la alimentación de las familias y, al mismo tiempo, a los ingresos de las familias productoras que participaban, la mayoría de las cuales practicaban la agroecología.

Productoras agroecológicas mostrando sus productos frescos y transformados.  DIACONÍA.



En la actualidad, el proyecto Sistemas Alimentarios, Mercados y Agua (SAMA), ejecutado por Eclósio, DIACONÍA y Slow Food en Perú, acompaña la feria, explorando enfoques estratégicos para garantizar su sostenibilidad y superar desafíos como el transporte y la capacidad de autogestión. La información recopilada en proyectos anteriores y por el proyecto SAMA se discutirá en este artículo, que tiene como objetivo analizar la experiencia de la feria de Aija y su papel en la promoción de la agroecología.

La comercialización en Aija

Según una reciente consultoría realizada por el proyecto SAMA (2023a), los productos comercializados en Aija dependen de su estacionalidad y a menudo son vendidos a acopiadores o intermediarios. En función de su duración, suelen ser de venta anual o semestral, como la papa; y de venta semanal o mensual, como las hortalizas o los animales menores.

La cebada es el producto de mayor producción en Aija, seguido por la papa. No obstante, es esta última la que experimenta una mayor comercialización, gracias a la alta valoración de los consumidores por su origen aijino. El 89% de los productores y las productoras indica que destina el 50% de su producción a la comercialización local, lo que significa que la producción está más orientada al autoconsumo. La proporción de lo vendido abarca productos frescos (hortalizas, frutas, plantas medicinales, plantas aromáticas, granos, variedades de papa, oca, olluco, carne de cuy, huevos y tocosh), productos transformados (harinas de trigo, de tarwi y de habas, moldes de queso y yogurt) y productos gastronómicos (picante de cuy, lechón, etc.). Asimismo, la comercialización está influenciada por a quién o dónde se realiza. Según el proyecto SAMA, el principal mercado para los productores y las productoras son los y las familiares o residentes en la misma localidad o en las cercanías. En segundo lugar, están los acopiadores y acopiadoras o intermediarios e

El presidente coordina directamente con los funcionarios de la Municipalidad. Los/as productores/as provienen de distintos distritos, desde los más cercanos como La Merced hasta los más lejanos como Coris.

intermediarias a quienes destinan su cosecha principal. En tercer lugar, venden sus productos en ferias locales o en otras ciudades con mayor población.

Diferentes definiciones para las ferias

En el Perú, existen diversas definiciones de ferias: feria campesina, agroferia, ecoferia, bioferia, etc. Aunque todas comparten el mismo objetivo de movilizar a pequeños productores y acercarlos a los consumidores, la diferencia fundamental radica en el tipo de producción que realizan las agricultoras y los agricultores, y en si desarrollan o no procesos de certificación (por ejemplo, el Sistema de Garantías Participativas o SGP). Según Le Velly y otros (2023), las ferias basadas en la agroecología no solo tienen impactos económicos al generar ingresos, sino que también facilitan la práctica de la producción agroecológica, que conlleva múltiples cambios definidos por los principios agroecológicos (por ejemplo, diversificación de cultivos y asociatividad, entre otros). Para estos autores, la presencia de actores como los gobiernos y la organización de las y los productores, en movimientos con objetivos claros y conocimiento de las complejidades del mercado, son clave para abordar los problemas presentes.

Las ferias, como espacios para la comercialización de productos de la pequeña agricultura en contraposición a los mercados convencionales, que imponen requisitos casi imposibles de cumplir para las y los productores, constituyen formas de organización social y se establecen como medios accesibles para la comercialización. Estos espacios, generalmente locales, forman sistemas de comercialización e intercambio que involucran precios justos, alimentos saludables y conservación del medio ambiente, a la par que generan conexiones entre productores, productoras, consumidores y consumidoras.

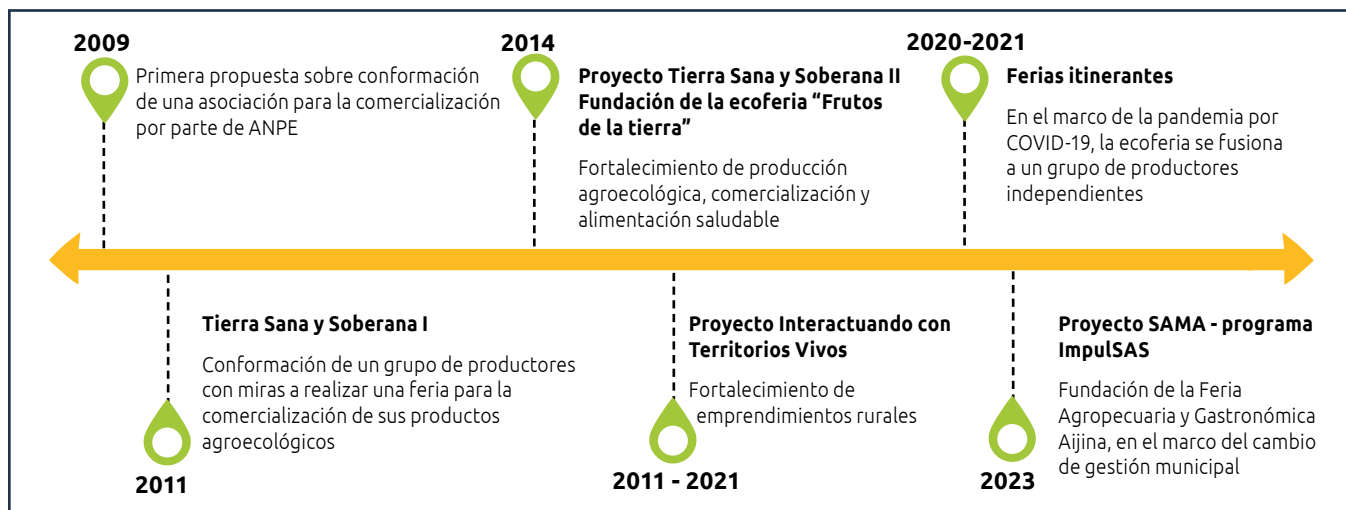
Por otro lado, se habla mucho de cadenas cortas de comercialización, que son formas alternativas y socialmente sostenibles de comercialización en ámbitos locales y para las cuales las ferias son clave. Según Binimelis y Descombes (citados en Contreras Díaz y otros, 2017), los criterios que definen los circuitos cortos de comercialización son: proximidad, relación, información, participación, inclusión y sostenibilidad social. En otras palabras, como circuitos cortos, las ferias se caracterizan por establecer relaciones directas entre productores y compradores, bajo interacciones horizontales y equitativas, donde el productor tiene suficiente poder de negociación para establecer algunas reglas en su proceso de comercialización.

Algunos hallazgos

a. Establecimiento y evolución de la feria

En 2009, ANPE exploró la posibilidad de establecer una organización de agricultores y agricultoras en Aija. En 2011, como parte de la fase I del proyecto TSS, algunos productores y productoras formaron la Ecoferia de Aija. En 2014, durante la fase II del proyecto

Figura 1. Línea de tiempo del establecimiento de la feria de Aija



Elaboración propia.

TSS, la ecoferia adoptó el nombre “Frutos de la Tierra” como parte de una estrategia nacional liderada por la ANPE. La creación de la ecoferia fue acordada por representantes de APEA, el alcalde, regidores de la Municipalidad de Aija (2014-2017) y el equipo técnico del proyecto. TSS contribuyó con carpas, mientras que la Municipalidad proporcionó espacio para guardar equipos y facilitó el uso de la plaza de Armas. Los ecoferiantes cubrieron los gastos logísticos restantes.

Entre 2014 y 2017 el proyecto TSS II se enfocó en fortalecer la ecoferia mediante talleres de agroecología, comercialización y alimentación saludable. Se promovió el fortalecimiento organizacional de las asociaciones y comités de agricultores para la autogestión de recursos y el acceso a créditos e insumos (por ejemplo, la creación de RUC). Posteriormente, el proyecto Interactuando con Territorios Vivos (ITV) continuó apoyando emprendimientos dentro de la ecoferia hasta finales de 2021.

En 2020, la pandemia de COVID-19 llevó a suspender la ecoferia hasta principios de 2021. La Municipalidad Provincial de Aija, en colaboración con AGRORURAL y DIACONÍA (bajo el proyecto ITV), organizó la feria itinerante “De la chacra a la olla” cada 15 días durante todo el año. Los ecoferiantes se unieron a productores y productoras independientes¹, resultando en la creación de la Feria Agropecuaria y Gastronómica Aijina, que continúa hasta hoy. Desde septiembre de 2021, los proyectos SAMA y el programa ImpulSAS han asumido la responsabilidad de dar seguimiento y fortalecer la feria.

b. Desarrollo de la feria

La feria involucra a 22 productores y productoras agroecológicas en diversos niveles de transición, con 15 provenientes del proyecto TSS, según la Ficha de

Planificación y Recolección de Información de Experimentación Campesina e Investigación Participativa. La junta directiva, compuesta por tres hombres y tres mujeres, toma decisiones sobre la realización de la feria y la distribución de tareas. El presidente coordina directamente con los funcionarios de la Municipalidad. Los productores y las productoras, a su vez, provienen de distintos distritos, desde los más cercanos, como La Merced, hasta los más lejanos, como Coris. Los hay agroecológicos y agroecológicas, y también hay los y las que están en transición y emplean técnicas agroecológicas. Además, 17 de ellos y ellas poseen el certificado SGP (Sistema de Garantía Participativa), y algunos/as llevan a cabo acciones para incrementar la biodiversidad agropecuaria, como la siembra y cosecha de agua en su microcuenca.

La feria se realiza mensualmente, aunque al inicio se acordó llevarla a cabo cada 15 días, lo cual no se cumple por motivos presupuestales de la Municipalidad. Los y las feriantes reciben apoyo directo de la Municipalidad Provincial de Aija, que facilita la logística, especialmente la movilidad para el traslado de participantes. Los consumidores y las consumidoras, en su mayoría locales y residentes de lugares como Huaraz, Lima y Huacho que ocasionalmente están en Aija, suelen trabajar para instituciones del sector público.

c. Implicancias de la feria de Aija

Aumento de la oferta de productos alimenticios agroecológicos saludables

El distrito de Aija cuenta con un mercado reducido en el centro de la ciudad, donde los productos a menudo se obtenían directamente de las chacras o se traían desde la ciudad de Huaraz. Debido a la distancia, solo

1 Considerados no agroecológicos *per se*, aunque se consideran en algún nivel de transición.



Desarrollo de la Feria Agropecuaria y Gastronómica Aijina en la plaza de Armas de la provincia de Aija.  DIACONÍA.

“Yo traigo mis hortalizas, que son ecológicas y nutritivas. Preparo mi tocosh así, al natural y en harina, porque sé que no solo es nutritivo, sino también que sirve para curar la gastritis y el sobrepeso. A mí la gente me compra por eso, porque sabe que mis productos le van a hacer bien”.

Rosalía Leyva

Productora agroecológica y feriante de Aija

algunas familias podían acceder a una mejor oferta de alimentos. La feria se estableció precisamente para aumentar la oferta de productos frescos y saludables, de manera más accesible y a precios razonables para los consumidores, mejorando significativamente la alimentación de las familias locales. Según una encuesta realizada por SAMA a principios de 2023 (Proyecto SAMA, 2023b), se descubrió que gran parte de las frutas y verduras consumidas por las familias provenían de la producción agroecológica ofrecida en la feria de Aija. El personal de la Municipalidad de Aija también ha señalado que la feria ha aumentado la compra de frutas procedentes de las partes bajas de la provincia, que son especialmente atractivas para las y los consumidores.

Existe una valoración positiva de los productos agroecológicos como saludables, percepción compartida no solo por la Municipalidad y las consumidoras y los consumidores de la feria, sino también profundamente arraigada entre los productores y las productoras. Muchos de ellos y ellas están familiarizados/as con las propiedades nutricionales de sus productos y

las comunican a las consumidoras y los consumidores, siendo plenamente conscientes del significativo aporte que aquellos representan para la alimentación.

Promoción de la conservación y de la agrobiodiversidad

Los clientes y las clientas demandan biodiversidad en su alimentación, lo que requiere una producción escalonada a lo largo del año. Para aumentar la oferta de productos saludables y satisfacer las demandas de los consumidores y las consumidoras, los productores y las productoras han adoptado como estrategia principal la diversificación de sus cultivos. Comenzaron a cultivar diversas variedades de hortalizas, tubérculos y granos, realizando intercambios de semillas y participando en otros espacios de trueque más allá de su localidad con el respaldo de instituciones estatales como la Dirección Regional de Agricultura de Áncash (DRAA) y entidades privadas como DIACONÍA.

Sin embargo, a pesar de las estrategias mencionadas anteriormente, la escasez de agua en la zona dificulta la producción, especialmente de cultivos que demandan grandes cantidades de agua. Mejorar la agrobiodiversidad se convierte así en un desafío considerable en la región. En respuesta a este problema, con el respaldo del proyecto SAMA y el programa ImpulSAS, las y los agricultores implementan estrategias de sistemas de siembra y cosecha de agua para incrementar la disponibilidad de este recurso, destinándolo principalmente a la producción agrícola. Por lo tanto, el objetivo de mejorar la agrobiodiversidad moviliza varios aspectos de la agroecología, estimulando indirectamente a las productoras y los productores a practicarla a través de la feria.

Aporte a la economía familiar

La ecoferia sirve como una plataforma de mercado que contribuye a aumentar los ingresos de los productores y las productoras que venden sus productos agroecológicos. Gracias a esto, logran cubrir los gastos de producción y satisfacer otras necesidades básicas del hogar. En el contexto de una economía centrada en la agricultura familiar, las transformaciones en el ámbito de la comercialización proporcionan un alivio significativo para las familias productoras.

En talleres participativos diseñados para explorar las historias de los y las feriantes, se destacó que la feria constituye una oportunidad singular para que los productores y las productoras generen ingresos en un entorno donde tienen influencia en la toma de decisiones acerca de los precios de sus productos. Desde su perspectiva, se establece un modelo de comercialización justo, beneficiando tanto al consumidor y la consumidora con una oferta de alimentos saludables como al productor y la productora con las ventas.

Fortalecimiento de la participación de las mujeres

Existe una presencia predominante de mujeres en la comercialización de productos, ya que se dedican a diversas actividades, desde la recolección de productos hasta la venta, incluyendo la transformación. La feria ha proporcionado un espacio vital para que mujeres solteras, viudas y comprometidas puedan comercializar sus productos, mientras que los hombres se centran en trabajar la tierra y brindar apoyo en el traslado a la feria. A pesar de los desafíos y los avances necesarios en cuestiones de género, la participación femenina es fundamental en la feria y algunas de las participantes han asumido roles dentro de la junta directiva.

“La feria nos da la oportunidad de llevar nuestros productos de manera diversificada y saludable para los consumidores. La feria es un espacio para que el productor siga incrementando la biodiversidad de variedades de cultivos en sus parcelas”.

Guido Maldonado Zaragoza
Dirigente de la Feria Agropecuaria
y Gastronómica Aijina

“Lo que vendemos aquí ya nos da un ingreso para comprar productos de primera necesidad para la casa, ya comemos con eso. Ese ingreso no solo nos ayuda a sostenernos, sino también nos da alegría de ver los frutos de nuestro trabajo”.

Gumercindo Rondan
Presidente de la Feria Agropecuaria
y Gastronómica Aijina

Mujeres como Macaria, Miriam, Rosalía y Eulogia han participado desde los inicios de la feria y han crecido junto a ella. Hoy en día, siguen siendo participantes activas y desempeñan un papel fundamental en la continuidad y el éxito de este espacio.

d. Retos

La organización de feriantes

La feria se sustenta en una organización comunitaria que surge de esfuerzos previos realizados por proyectos como TSS e ITV. Sin embargo, las y los feriantes enfrentan dificultades para organizarse y no han logrado consolidarse como una organización social de base a pesar de los esfuerzos de entidades como DIACONÍA.

Esto puede atribuirse a diversos factores, incluidas las complejas dinámicas sociales, como el éxodo rural y los conflictos sociales latentes, principalmente relacionados con la actividad minera en la zona. También se observa que, en comparación con otras comunidades andinas, en Aija no está tan arraigada la práctica de valores como la reciprocidad o el trabajo colectivo, posiblemente debido a la fuerte influencia histórica de la hacienda y la presencia de las mineras. El trabajo en este tipo de empresas es una

opción inmediata e individual para generar recursos en el corto plazo, sobre todo para los más jóvenes del lugar, lo que no hace necesaria la organización desde esa perspectiva. Además, se percibe una débil comprensión de lo colectivo. En talleres sobre organización, algunos/as participantes expresaron motivaciones e intereses personales que a menudo difieren de los objetivos colectivos de sus organizaciones.

Estas dificultades para la organización resultan en una capacidad limitada para gestionar procesos, como los logísticos, y superar obstáculos, como la deficiente infraestructura de transporte en la zona. En resumen, estas condiciones propician la aparición de conflictos internos debido a la falta de confianza y comunicación, que no son manejados y que socavan progresivamente las relaciones y, por ende, a la organización.

La participación de los gobiernos locales para su gestión y sostenibilidad

La débil organización social de las productoras y los productores, junto con sus limitados recursos, hace que el respaldo de actores externos, como la Municipalidad Provincial, sea esencial. Sin embargo, las relaciones establecidas con este aliado no siempre son positivas. La voluntad política y las decisiones de las autoridades municipales influyen significativamente en

Comercialización de diversidad de hortalizas y plantas medicinales en el stand de la productora agroecológica Macaria Gómez Mena. ■■ DIACONÍA.





Productos saludables agroecológicos de la chacra mostrados por un productor, el alcalde provincial, el representante de DIACONÍA y otros actores de la zona. ■ DIACONÍA.

el desarrollo de la feria. Los feriantes dependen directamente de un permiso otorgado por la Municipalidad para su funcionamiento, así como de apoyo logístico, principalmente para el transporte². Por lo tanto, en ausencia de apoyo municipal, los propios productores tendrían dificultades para mantener la feria.

Este problema se ha vuelto más evidente en los últimos tiempos, ya que el cambio de administración ha alterado la frecuencia de la feria y ha complicado la obtención de apoyo logístico en comparación con años anteriores. Desde la perspectiva de algunos funcionarios municipales, si la Municipalidad no lleva a cabo actividades para la feria (por ejemplo, el armado de carpas y la difusión radial), las y los feriantes no asumen esas responsabilidades y, en consecuencia, ha habido casos en los que la feria no se ha realizado.

Reflexiones finales

La feria de Aija desempeña un papel crucial en la promoción de la agroecología, con impactos sociales positivos al servir como espacio de encuentro para productores, productoras, consumidores y consumidoras de diversas zonas. Contribuye a la seguridad y soberanía alimentaria de las familias de la provincia al proporcionar el acceso a productos para mejorar su alimentación, fortaleciendo la agroecología, impulsando la economía de las familias productoras y reforzando la participación de las mujeres.

Las difíciles condiciones climáticas en la zona llevan a estas familias a implementar estrategias, como los sistemas de siembra y cosecha de agua, y el intercambio de semillas para aumentar y preservar la biodiversidad, con el respaldo de instituciones público-privadas que operan en el territorio. La realización de la feria enfrenta numerosas dificultades organizativas y logísticas, como el transporte. También es crucial reconocer la influencia de la minería en las formas de organización y la generación de conflictos. Por lo tanto, el trabajo colaborativo y continuo junto con otros actores, como la Municipalidad y organizaciones como DIACONÍA, resulta vital para el éxito de la feria.

Es imperativo fortalecer la organización de las y los feriantes y mejorar las relaciones con sus aliados, consolidando su liderazgo y proporcionándoles herramientas para gestionar conflictos. También es esencial buscar la sostenibilidad de la feria, buscando que sea resiliente ante transiciones como los cambios de gobierno, que podrían afectar su continuidad. En este sentido, la participación activa de jóvenes puede contribuir a este propósito. Además, es importante mejorar la participación de la Municipalidad a través de compromisos, incluso durante las campañas electorales, involucrando a los postulantes a la alcaldía provincial de Aija para impulsar el desarrollo continuo de la feria. ●

Yomer Osorio Torre

Ingeniero agrónomo, egresado de la Universidad Nacional
Santiago Antúnez de Mayolo.

yomer.osorio@diaconiaperu.org

Referencias

- ADG. (2017). Sistematización de la experiencia del proyecto Tierra Sana y Soberana Fase II (2014-2016) en la región Ancash: Lecciones y perspectivas. Lima, Perú.
- Contreras Díaz, J., Paredes Chauca, M., y Turbay Ceballos, S. (2017). Circuitos cortos de comercialización agroecológica en el Ecuador. *Idesia (Arica)* 35(3), pp. 71-80.
- Le Velly, R., Goulet, F., Dufeu, I., Loconto, A., y Niederle, P. (2023). When Markets Make Agroecologies: Empirical Evidence from Downstream and Upstream Markets in Argentina, Brazil and France. *Journal of Innovation Economics & Management* (42), pp. 21-42.
- Proyecto SAMA (2023a). Informe de consultoría sobre mercados. Lima, Perú.
- Proyecto SAMA (2023b). Informe anual de resultados y progresos del proyecto. Lima, Perú.

² La municipalidad destinó un presupuesto de sus fondos para solventar el combustible del vehículo que transporta a los productores, las productoras y sus productos.