

# LEISA

junio 2018  
volumen 34,  
número 2



revista de **AGROECOLOGÍA** edición especial



Imbabura, Ecuador



Salcedo, Cotopaxi, Ecuador



Ambato, Huancavelica, Perú



Cusco, Perú



Cochabamba, Bolivia



Cochabamba, Bolivia

## Sistemas alimentarios locales en los Andes

Edición especial  
volumen 34 nº 2, junio de 2018

Una publicación trimestral de la  
**Asociación Ecología, Tecnología y  
Cultura en los Andes.**

**Direcciones**

**Asociación ETC Andes**  
Av. 6 de Agosto 589, dpto. 306.  
Jesús María, Lima 11, Perú.  
Apartado Postal 18-0745  
Lima 18, Perú.  
Teléfono: +51 1 4233463  
www.leisa-al.org

**Equipo editor de LEISA-América Latina:**

Teresa Gianella, Teobaldo Pinzás  
leisa-al@etcandes.com.pe

**Aportes a la edición especial:**

Comunidad de Práctica del Programa  
Colaborativo de Investigación sobre  
Cultivos de la Fundación McKnight.

**Colaborador editorial:** Carlos Maza

**Apoyo documental y página web:**

Doris Romero

**Diagramación:** Carlos Maza

**Diseño de portada:** Andrea Ocampo

**Suscripciones y relaciones públicas:**

Cecilia Jurado

ISSN: 1729-7419

La edición de **LEISA revista de agroecología 34-2** ha sido posible gracias a tres instituciones: **MISEREOR**, obra episcopal de la Iglesia católica alemana para la cooperación al desarrollo; **Fundación McKnight**, fundación familiar con sede en Minnesota, EUA, de ayuda a las organizaciones sin fines de lucro y organismos públicos para mejorar la calidad de vida de todas las personas, especialmente de los necesitados, y **Asociación ETC Andes**, Lima, Perú.

Los editores han sido muy cuidadosos en editar rigurosamente los artículos publicados en la revista. Sin embargo, las ideas y opiniones contenidas en dichos artículos son de entera responsabilidad de los autores.

Invitamos a los lectores a que compartan los artículos de la revista. Si es necesaria la reproducción total o parcial de algunos de estos artículos, no olviden mencionar como fuente a **LEISA revista de agroecología** y enviarnos una copia.

**LEISA revista de agroecología** es miembro de la **Red AgriCulturas**, (**The AgriCultures Network**) integrada por cinco organizaciones responsables de la edición de revistas regionales sobre agricultura sostenible de pequeña escala en todo el mundo:

- **LEISA revista de agroecología** (América Latina, en español)
- **LEISA India** (en inglés, canarés, tamil, hindi, telugu y oriya)
- **AGRIDAPE** (África Occidental, en francés)
- **AGRICULTURAS Experiencias en agroecología** (Brasil, en portugués)
- **WEGEL** (Etiopía, África Oriental, en inglés)

**El ambiente alimentario y el potencial de acción de los consumidores. Desarrollo de redes alternativas para productos agroecológicos. Experiencia en Salcedo, Cotopaxi, Sierra Centro del Ecuador**

ROSS MARY BORJA, CLAIRE NICKLIN, CARLOS BARAHONA, SAMUEL VERMEULEN, PEDRO OYARZUN

*Producción y comercialización local de alimentos con énfasis en la relación productor-consumidor. Identifica los vínculos entre consumidores y productores fuera de los circuitos de la producción industrial y comercialización mayorista de alimentos, y analiza las posibilidades de establecer relaciones justas para la producción sostenible y una alimentación sana.*

**Vinculación de pequeños productores con mercados alternativos institucionales. El caso de Imbabura, Ecuador**

LUIS FERNÁNDEZ, PATRICIA NATIVIDAD

*Describe cómo la organización de los pequeños productores impacta en la dieta y alimentación de la población, y presenta como resultado del estudio la comprobación de que los agricultores de pequeña escala productiva, organizados y con personería jurídica, pueden asegurar su participación en mercados que buscan productos locales, sanos y frescos, lo que contribuye a mejorar sus ingresos.*

**Productores y consumidores ecológicos: dos caminos por encontrarse**

MARIANA ALEM, HERNÁN NARANJO, ANNE PIEPENSTOCK, ROXANA CASTELLÓN, ALBERTO CÁRDENAS

*Diagnóstico de la producción de los productos ecológicos frescos para entender su vinculación con los mercados y el comportamiento de la demanda. El objetivo del estudio es comprender los factores que afectan los espacios de comercialización de productos ecológicos frescos en el departamento de Cochabamba para aportar a su fortalecimiento y favorecer a productores y consumidores.*

**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

*Para lograr que los productos agroecológicos lleguen a los consumidores es necesario estudiar los elementos y actores que participan en el proceso, de modo que sea posible no solo llevar los productos agroecológicos a los consumidores sino, al mismo tiempo, mejorar las condiciones de vida de los productores, especialmente en cuanto a nutrición y salud.*

**Centros infantiles y nutrición de los niños, ¿hay relación? Estudio de caso en el cono sur del departamento de Cochabamba, Bolivia**

YESMINA CRUZ AGUDO, MARÍA CRISTINA OMONTE FERRUFINO

*Estudio de caso en el cono sur del departamento de Cochabamba, Bolivia. Ningún desarrollo es posible si no se garantiza la alimentación en las etapas tempranas de la vida. Este artículo presenta los resultados de la investigación de la situación nutricional de los niños en comunidades altoandinas y de valle.*

**De productores a consumidores. Sistema alimentario de las familias altoandinas en Ambato, Huancavelica**

RAÚL CCANTO, CLAIRE LAGUNES, MARÍA SCURRAH, ALFREDO TITO

*Este artículo presenta los resultados de la intervención de un proyecto que ha optado por estrategias para mejorar la nutrición infantil y diversificar la dieta de la población de una comunidad altoandina, a partir del aprovechamiento de la agrobiodiversidad local, los conocimientos tradicionales y la capacitación a las familias de la comunidad sobre alimentación nutritiva y saludable.*

Como lo anunciamos en el último número del año pasado, **LEISA volumen 34, número 2** es una edición especial dedicada a difundir los resultados de los estudios realizados sobre sistemas alimentarios locales en los Andes, en Bolivia, Ecuador y Perú. Consideramos que hemos tenido esta importante oportunidad de dar a conocer situaciones específicas de la alimentación –muchas veces crítica por el grado de desnutrición infantil– en espacios rurales y urbanos ubicados en la sierra andina, donde sus habitantes viven y producen en los valles interandinos o en zonas de mucha altitud (sobre los 3800 m s.n.m.).

El enfoque sobre alimentación en ecosistemas de montaña lo hemos tratado anteriormente, pero en este número difundimos los resultados de estudios que constituyen una contribución a un mejor entendimiento del problema de la actual situación nutricional de la población andina, que involucra no solamente la relación entre productores y consumidores, de por sí compleja, sino también las características de los medios de vida y la cultura de las familias.

La próxima edición: **LEISA 34-3** (septiembre 2018), cuya convocatoria ya ha sido difundida, se enfocará en otro problema crucial para la agricultura familiar: el manejo del agua y la organización y conocimientos para su gestión, en todos los agroecosistemas de la región latinoamericana (ver convocatoria en **LEISA 33-4** y en **LEISA 34-1**).

*Los editores*

## Contenido

4. **EDITORIAL. Sistemas alimentarios locales en los Andes**  
Trent Blare y Ross Mary Borja
5. **INTRODUCCIÓN. Vínculos entre la producción agroecológica y los sistemas alimentarios en los Andes**  
Jason Donovan
8. **El ambiente alimentario y el potencial de acción de los consumidores. Desarrollo de redes alternativas para productos agroecológicos. Experiencia en Salcedo, Cotopaxi, Sierra Centro del Ecuador**  
Ross Mary Borja, Claire Nicklin, Carlos Barahona, Samuel Vermeulen, Pedro Oyarzun
16. **Vinculación de pequeños productores con mercados alternativos institucionales. El caso de Imbabura, Ecuador**  
Luis Fernández, Patricia Natividad
24. **Productores y consumidores ecológicos: dos caminos por encontrarse**  
Mariana Alem, Hernán Naranjo, Anne Piepenstock, Roxana Castellón, Alberto Cárdenas
31. **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
38. **Centros infantiles y nutrición de los niños, ¿hay relación? Estudio de caso en el cono sur del departamento de Cochabamba, Bolivia**  
Yesmina Cruz Agudo, María Cristina Omonte Ferrufino
42. **De productores a consumidores. Sistema alimentario de las familias altoandinas en Ambato, Huancavelica**  
Raúl Ccanto, Claire Lagunes, María Scurrah, Alfredo Tito
46. **FUENTES**
47. **TRABAJANDO EN RED**
48. **CONVOCATORIA**

# Sistemas alimentarios locales en los Andes



Vivero de un miembro de la red de productores Qorichacra en la comunidad de Huillcapata, Cusco, Perú. Trent Blare

Los sistemas agroecológicos no solo proporcionan beneficios ambientales –mejora de la calidad de los suelos, reducción de la contaminación ambiental, incremento de la biodiversidad, mitigación y adaptación al cambio climático– sino que también, como producto de una mayor diversificación de cultivos, dan posibilidad a las familias de tener una dieta más variada y con beneficios nutricionales. Investigaciones en nutrición han demostrado la importancia de la diversidad de la dieta y sus beneficios en la salud, particularmente al completar la ingesta de vitaminas y otros nutrientes necesarios para mantener una vida saludable (OMS, 2015).

El fomento de una “dieta moderna”, que incluye cambios en los hábitos de consumo, muchos productos procesados con bajo valor nutricional y la dependencia de productos de unas pocas especies de plantas, como trigo, maíz, papa y arroz, ha impactado la salud y el estilo de vida de los consumidores, tanto mujeres como varones, no solo en los países del Norte, donde la promoción de un sistema de agricultura comercial y comida industrial es de larga data, sino también en el Sur, particularmente en América Latina, donde las altas tasas de sobrepeso, hipertensión y diabetes son cada vez más preocupantes (FAO, 2017).

Por otra parte, muchos de los agricultores que cultivan agroecológicamente son de muy pequeña escala productiva, con poca capacidad de entender o satisfacer las reglas del juego para el acceso a los mercados convencionales y a los minoristas (*retail*), así como para promocionar su producción. Mientras

tanto, los consumidores urbanos que demandan alimentos orgánicos y locales carecen de la información necesaria para encontrar y vincularse con canales proveedores de este tipo de productos (FAO, 2013).

Actualmente existe una brecha en los mercados de productos agroecológicos que limita los beneficios tanto para el productor como para el consumidor. Si esta brecha se supera, los agricultores familiares tendrán acceso a mayores ingresos y los consumidores a una dieta más diversa y saludable.

En esta edición especial de **LEISA revista de agroecología** presentamos algunos esfuerzos en marcha, en los Andes de Bolivia, Ecuador y Perú, que buscan fortalecer mercados más justos, conectando directamente a los productores con los consumidores a través de una producción local amigable con el medio ambiente y que, entre otros propósitos, aspira a recuperar la cultura y los conocimientos, prácticas y consumo tradicionales.

Los seis artículos sobre experiencias de la Comunidad de Práctica del Programa Colaborativo de Investigación sobre Cultivos de la Fundación McKnight en Bolivia, Ecuador y Perú, incluidos en esta edición, abordan distintos aspectos del sistema local de alimentos y muestran cómo la promoción de sistemas agroecológicos podría estimular el consumo de estos productos, no solo por las comunidades rurales, sino también en los centros urbanos cercanos. Los artículos de Ecuador: EkoRural en la ciudad de Salcedo,

Cotopaxi, y el Programa Mundial de Alimentos (PMA) en la provincia de Imbabura, y el de Agrecol en la ciudad de Cochabamba, Bolivia, presentan experiencias y lecciones en la creación de vínculos directos entre consumidores y agricultores agroecológicos.

El artículo de la Asociación Andes - Centro Internacional de Investigación Agroforestal (ICRAF) en Cusco, Perú, ofrece un análisis de las acciones que se deben tomar para que los productos agroecológicos lleguen a los consumidores.

Finalmente, los artículos que se enfocan en aspectos nutricionales han sido realizados en Bolivia y Perú. Vecinos Mundiales ha estudiado principalmente la dieta infantil en comunidades altoandinas y de valle en el departamento de Cochabamba, Bolivia. El Grupo Yanapai presenta los resultados de un proyecto para el uso de la agrobiodiversidad para la mejora de la nutrición infantil en Ambato, Huanavelica, una comunidad de la sierra central del Perú.

Esperamos que estas experiencias estimulen un debate sobre cómo la producción agroecológica podría crear una dieta más diversa y saludable, mejorar la comercialización de los productos de las familias agricultoras, y sobre cuáles son las acciones necesarias para llegar a esa realidad. ●

**Trent Blare y Ross Mary Borja**

Comunidad de Práctica

Programa Colaborativo de Investigación sobre Cultivos

## Referencias

- Organización Mundial de Salud (OMS) (2015). **Alimentación sana**. <http://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/healthy-diet>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) (2013). **Pobreza rural y políticas públicas en América Latina y el Caribe**. <http://www.fao.org/docrep/018/i3069s/i3069s.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO) (2017). **Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe**. <http://www.fao.org/3/a-i7914s.pdf>

# Vínculos entre la producción agroecológica y los sistemas alimentarios en los Andes

JASON DONOVAN

A lo largo de los últimos 20 años, la agroecología ha logrado encontrar un lugar en las agendas de gobiernos, productores y organizaciones comunales, ONG y organizaciones internacionales. Por ejemplo, la FAO, en su esfuerzo por promover la alimentación y la agricultura sostenible, en años recientes se ha acercado a la agroecología de manera particularmente notoria y ha publicado varios resúmenes de conferencias, manuales y notas de política sobre el tema. Dada la diversidad de perspectivas y prioridades de quienes proponen esta práctica, todavía no existe una definición universalmente aceptada del término. Algunas definiciones han destacado las dimensiones ecológicas de la producción agrícola sostenible, el reciclaje de biomasa, los suelos más saludables, la conservación de recursos, la diversificación genética y de especies y las interacciones biológicas beneficiosas. Otras han resaltado los aspectos sociales y económicos de la agroecología, incluyendo el fortalecimiento de los vínculos entre productores y consumidores y el incremento en la capacidad organizativa de los primeros. En conjunto, las definiciones presentan una crítica de la agricultura industrializada y un marco para apoyar sistemas agrícolas más sostenibles. Con el tiempo, las discusiones acerca de la agroecología han probado la aplicación de los principios en el campo y han rastreado el origen y las implicaciones de los movimientos sociales relacionados a ella.

El papel que desempeñan los sistemas alimentarios al conectar la producción agroecológica con distintos tipos de consumidores, incluyendo a los hogares urbanos que no pertenecen a la élite socioeconómica y a los compradores institucionales, amerita una reflexión más profunda entre investigadores, representantes de agencias de desarrollo y líderes del sector privado. El ritmo acelerado de urbanización, los cambios en el sector minorista y el crecimiento económico en muchas regiones del mundo han conducido a modificaciones considerables en la calidad de los alimentos que consumen las personas y, con ello, a un interés creciente en los sistemas alimentarios. Los investigadores han revelado los diversos retos que enfrentan dichos sistemas; sin embargo, pocos han abordado temas relacionados con la ubicación y los intereses de los consumidores urbanos que buscan alimentos de calidad. La evidencia que existe en torno a las preferencias alimenticias de los consumidores de los países en desarrollo es bastante escasa a pesar de que desde hace ya casi dos décadas el 80% de América Latina se encuentra urbanizado y que el África subsahariana presenta las tasas de expansión urbana y de la clase media más rápidas del mundo.

El potencial fortalecimiento de las conexiones urbano-rurales de los países en desarrollo en torno a los alimentos podría

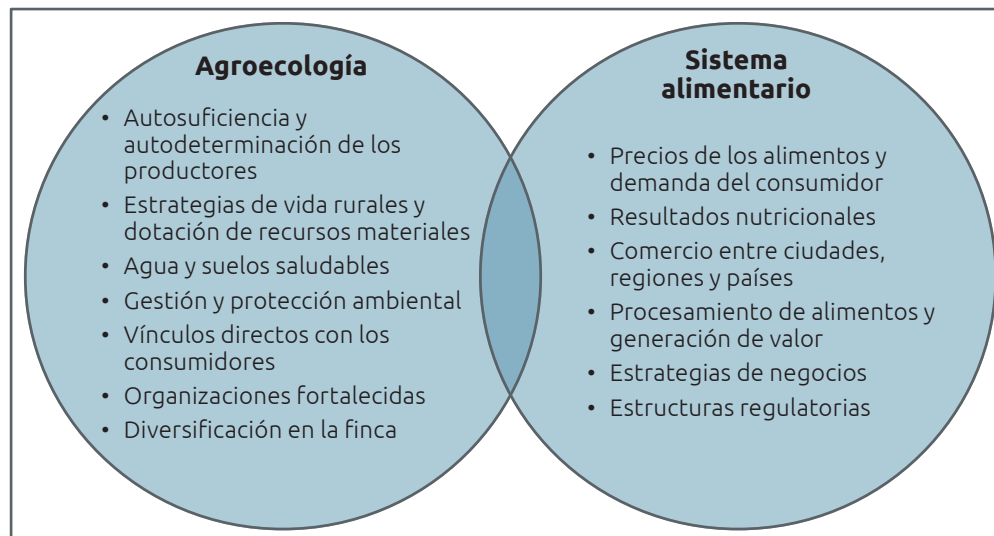
apoyar la consecución de objetivos relacionados con la salud y la nutrición, así como el desarrollo económico local. En los Andes, al igual que en el resto del mundo, estos vínculos siguen siendo relativamente fuertes: la alimentación tradicional desempeña un papel importante en la dieta y muchos residentes urbanos mantienen una relación directa con la producción agrícola. El reto consiste en reforzar y expandir estas conexiones en un contexto económico y cultural cambiante. La problemática es compleja y las iniciativas externas desarticuladas de las realidades y necesidades locales corren el riesgo de ejercer un impacto de escala limitada (Friedberg y Goldstein, 2011).

Esta edición especial de **LEISA** explora opciones basadas en experiencias de la región andina para incentivar la producción agroecológica en un contexto de sistemas alimentarios locales. Reconoce los retos que pueden emerger cuando se busca incentivar dicha producción en un entorno caracterizado por la comida barata y altamente procesada, por la necesidad del sector privado de alcanzar determinados volúmenes y cumplir plazos de entrega, y por la falta de regulaciones que fomenten los vínculos locales basados en la alimentación (fig. 1). Desde esta perspectiva, el tema central radica en comprender mejor el potencial de los actores del sistema alimentario para establecer vínculos duraderos con la producción, procesamiento y mercadeo de los alimentos agrarios producidos según los principios agroecológicos. En la mayoría de las instancias, esto implicará cambios en las actitudes y comportamientos tanto de los productores y sus asociaciones (como mejorar sus habilidades empresariales y su orientación hacia el mercado, reducir los costos de transacción y expandir las redes productivas) como de las empresas de procesamiento subsiguiente y los consumidores (por ejemplo: la preferencia por alimentos agroecológicos o la voluntad de interactuar con productores y procesadores).

## Las contribuciones a esta edición

Ross Borja y sus colegas (pp. 8-15) evalúan las actitudes y los intereses de los hogares urbanos y los compradores institucionales en Salcedo, Ecuador, en relación con la producción agroecológica. El sistema alimentario local ha cambiado de varias maneras importantes (por ejemplo, con la emergencia de supermercados) y, al mismo tiempo, se ha resistido al cambio (como muestra la tendencia de los consumidores a comprar alimentos frescos en mercados al aire libre y a depender de varios niveles de intermediación para conseguirlos en tiendas locales). Su investigación encontró niveles moderados de interés por los alimentos seguros provenientes de la agricultura local entre la sociedad civil y organizaciones religiosas,

Figura 1. **Temas por abordar al vincular la producción agroecológica y los sistemas alimentarios urbanos**



Fuente: elaboración propia.

así como en los hogares urbanos. Sugiere que con el tiempo las tendencias actuales son potencialmente propicias para incrementar la demanda. En la mayoría de los hogares urbanos persiste la confusión acerca de qué significa la agroecología exactamente y dónde encontrar sus productos, dado que estos –aparentemente– no difieren de los productos convencionales. Resulta interesante que los hospitales y los centros de salud hayan mostrado un cierto interés en la agroecología o en los alimentos de la agricultura local, lo cual indica que serán otros actores quienes motiven un cambio en el sistema, al menos en el futuro cercano. En general, el estudio señala que cambiar el sistema alimentario requerirá de paciencia y de la colaboración multisectorial para enfrentar el conjunto complejo de factores culturales, regulatorios y económicos que dan forma a las opciones para dotar de alimentos de mayor calidad, producidos por la agricultura local, a la población urbana que no pertenece a las élites socioeconómicas.

Regresando a Ecuador, Fernández y Natividad (pp. 16-23) detallan las experiencias del Programa Mundial de Alimentos (PMA) en su trabajo con cerca de 100 familias productoras, organizadas en tres asociaciones para la venta de alimentos (cereales, frutas, verduras y tubérculos, entre otros) directamente a compradores locales, incluyendo instituciones escolares. En este caso, durante unos 15 meses las asociaciones y sus miembros recibieron asistencia técnica y capacitación para mejorar sus capacidades organizativas y productivas. El estudio muestra las posibilidades de dinamizar a las asociaciones de productores y a sus miembros cuando existe una relación comercial confiable para la venta de alimentos a compradores institucionales. Durante el periodo de intervención, los ingresos de las familias productoras aumentaron significativamente (entre 155 y 400 USD mensuales). Las asociaciones han logrado mantener sus clientes al tener capacidad para responder sus exigencias y, a su vez, despertar el interés de las agencias locales del gobierno sobre la importancia de los sistemas locales de alimentos.

Mariana Alem y colaboradores (pp. 24-30) caracterizan el mercado para productos ecológicos en Cochabamba, Bolivia. Identificaron unos 6200 productores agroecológicos en la región, que cultivan cerca de 9800 hectáreas, en su mayoría de papas y cereales. Los hogares productores tenían varias opciones para mercadear sus productos, incluyendo la venta directa, una opción empleada por cerca de la mitad de la muestra. Sin

embargo, quienes venden directamente en ferias agrícolas urbanas reportaron una fuerte competencia con los vendedores de productos convencionales y dificultades para garantizar un espacio en la feria para todo el año, dada la estacionalidad de la producción, lo cual motiva a algunos de ellos a convertirse en intermediarios ocasionales de productos convencionales. De manera similar a los estudios de Ecuador y Perú, este trabajo muestra que queda una amplia labor por hacer para informar a los consumidores urbanos de los beneficios potenciales del consumo de productos agroecológicos. La apariencia

externa y el bajo precio siguen siendo criterios importantes para la compra de alimentos por parte de los hogares urbanos que no pertenecen a la élite socioeconómica. Los resultados también sugieren la necesidad de una mayor cooperación entre los gobiernos locales, los productores y los consumidores para promover el conocimiento y el acceso a una producción agroalimentaria más localizada y más segura.

A partir de experiencias en Cusco, Perú –ciudad que experimenta un boom turístico y culinario–, Trent Blare y sus coautores (pp. 31-37) arrojan una luz sobre el potencial y los retos que enfrenta la creación de vínculos entre los productores agroecológicos y los consumidores urbanos (hogares, restaurantes y supermercados). Por el lado de la oferta, los productores agrarios se han organizado en asociaciones para proveer uno o dos productos alimentarios directamente a los compradores de Cusco, con un fuerte apoyo de ONG (por ejemplo, papas nativas, flores, frutas). Sin embargo, las asociaciones han afrontado altos costos para transportar un volumen pequeño de productos, así como la dificultad para satisfacer las demandas de los compradores urbanos, que buscan variedad y calidad, y también para el cumplimiento de las normas y la entrega de los productos. Por el lado de la demanda, los consumidores urbanos no conocen lo que significa la agroecología y, cuando sí están informados, no tienen la capacidad de distinguir claramente entre productos agroecológicos y convencionales. Los supermercados y restaurantes manifiestan algún interés por los alimentos cultivados localmente, tanto tradicionales (como papas nativas, quinua y alpaca) y no tradicionales (como lechuga y fresas). Estos alimentos se consideran relativamente seguros y su demanda va en aumento. Sin embargo, por las razones arriba mencionadas, su interés y capacidad de relacionarse directamente con las asociaciones de productores ha sido limitada. Dicho lo anterior, algunos restaurantes con reconocido prestigio en la ciudad de Cusco han iniciado la compra directa de alimentos producidos agroecológicamente y prometen liderar los procesos de cambio en el consumo de la región.

Los dos últimos estudios publicados en esta edición exploran los vínculos entre nutrición infantil y las implicancias del sistema alimentario para el diseño de intervenciones. El artículo de Cruz y Omonte (pp. 38-41) evalúa el estatus nutricional de los menores que acuden a centros de alimentación infantil y las motivaciones y retos que enfrentan los hogares

rurales para participar en dichos establecimientos del cono sur del departamento de Cochabamba. Los resultados mostraron un potencial claro para que estos centros contribuyan a los objetivos de desarrollo, pues el 20% de los 351 niños de la muestra presentaron signos de desnutrición crónica. Los padres contribuyen en efectivo y en especies (excedente agrícola) al funcionamiento de los comedores; sin embargo, su motivación primaria reside más en el interés de brindar a sus hijos un apoyo académico como preparación previa a la educación primaria y ofrecerles un espacio seguro mientras trabajan durante la tarde, y no en mejorar su salud y nutrición. La mayoría de los padres consideraron que los niños recibían una alimentación de mejor calidad en el hogar que en los centros infantiles, cuya lejanía presenta obstáculos para su funcionamiento (dificultades para hacer llegar los alimentos al lugar) y para la participación de los niños (algunos menores caminan hasta dos horas para llegar al centro).

El otro estudio con un enfoque nutricional ha sido realizado por Ccanto y sus colegas (pp. 42-45); examina el consumo de alimentos por los niños en hogares rurales de Ambato, Huancavelica, Perú; una región donde las opciones para la producción agrícola y la comercialización deben conciliarse con condiciones agroclimáticas difíciles, mano de obra cada vez más escasa y aislamiento. Su investigación reveló cambios en la dieta, especialmente en términos de un mayor consumo de carne y alimentos procesados, en respuesta a las intervenciones de un proyecto (capacitaciones, campañas promocionales); cambios en las preferencias alimentarias, y una mayor disponibilidad de alimentos, especialmente procesados, en las áreas rurales. Si bien algunos elementos del sistema alimentario han cambiado, otros se han mantenido igual; las variedades mejoradas y las variedades nativas de papa y otros alimentos producidos localmente continúan siendo un elemento crítico del consumo en el hogar y para la generación de ingresos de las familias. La expansión de los llamados “mercados de abastos”, que comercializan alimentos producidos fuera de la región a precios más bajos, tiene como resultado que algunos agricultores consideren que comprar papas en estos mercados es más barato que producirlas localmente. Lo mismo opinan en relación a los alimentos procesados industrialmente, que son baratos y abundantes, y complementan las dietas tradicionales con pastas, dulces, azúcar y arroz. Las intervenciones de los proyectos podrían beneficiarse de una cuidadosa consideración del entorno alimentario cambiante y sus implicaciones para la intensificación de la producción en las fincas y la composición de las dietas de los hogares.

## Conclusiones

Los casos anteriores muestran el potencial de hacer avanzar la agroecología en el contexto de los sistemas alimentarios urbanos de la región andina, pero también el largo camino por recorrer. Hacen eco de la necesidad de brindar una mayor atención en varios niveles para garantizar una oferta alimentaria más segura y diversa. En este sentido, la agroecología puede desempeñar un papel importante. A menudo, las acciones emprendidas para apoyar una mejor alimentación se llevan a cabo en pequeña escala, aisladas del sector privado y los gobiernos. Saber cómo ir más allá de las intervenciones piloto sigue siendo un reto considerable. Tomará tiempo identificar las soluciones viables y avanzar, pues hará falta la colaboración del sector privado, de los gobiernos y de la sociedad civil. Lograr mejores alimentos a través de conexiones rurales-urbanas más fuertes requerirá de acciones especiales que formen parte de las agendas de los gobiernos nacionales y locales y de las ONG, así como estrategias integrales para apoyar a los actores clave del sistema, desde los productores y sus



Productor de papas nativas de la Asociación Aprocultivo en la comunidad de Huama, provincia de Calca, Cusco, Perú. ■ Trent Blare

organizaciones hasta los procesadores y puntos de venta al por menor en áreas urbanas. Esto implica que miremos más allá de la orientación exportadora para incentivar la producción primaria y que tengamos mayor comprensión de las opciones para mejorar la calidad de la dieta tanto en las áreas rurales como en las urbanas. La investigación crítica es importante para dicho proceso. En particular se requieren estudios que exploren soluciones para a) reducir los costos y el riesgo para las ventas locales directas; b) eliminar barreras en el ámbito empresarial; c) comprender las variaciones en la demanda de los consumidores por alimentos agrícolas de mayor calidad; y d) proponer opciones para la colaboración multisectorial en apoyo de mejores sistemas alimentarios. ●

**Jason Donovan**

Economista Principal, Mercados y Cadenas de Valor. Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo (CIMMYT), Texcoco, México.  
[j.donovan@cgiar.org](mailto:j.donovan@cgiar.org)

## Agradecimientos

Un agradecimiento especial para Claire Nicklin y Ross Borja, cuyas sugerencias mejoraron esta introducción.

## Referencia

- Friedberg, S. y Goldstein, L. (2011). **Alternative Food in the Global South: Reflections on a direct marketing initiative in Kenya.** *Journal of Rural Studies* 27(1), 24-34.

# El ambiente alimentario y el potencial de acción de los consumidores

Desarrollo de **redes alternativas** para productos agroecológicos. Experiencia en **Salcedo, Cotopaxi**, Sierra Centro del Ecuador

ROSS MARY BORJA, CLAIRE NICKLIN, CARLOS BARAHONA,  
SAMUEL VERMEULEN, PEDRO OYARZUN



Mercado Eloy Alfaro, Salcedo  
Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017



En el contexto de hegemonía de sistemas agroalimentarios industriales transnacionales y su creciente imposición de alimentos ultraprocesados, que acarrea problemas de salud pública como la malnutrición y la obesidad, los autores del presente artículo plantean la ventaja relativa que tienen los países del Sur global, donde sistemas agroalimentarios locales aún tienden vínculos entre consumidores y productores fuera de los circuitos industriales y con la posibilidad de establecer relaciones justas, producción sostenible y alimentación sana. Sin embargo, estos sistemas locales alternativos están bajo amenaza, por lo que se necesita promoverlos, empoderarlos y fortalecerlos, como sucede en las experiencias de la ciudad de Salcedo, Ecuador, que se describen a continuación.

**D**urante los últimos años se han promovido varios marcos de acción a nivel global con el fin de lograr sistemas alimentarios locales más sostenibles. El Pacto de Milán en 2015 ([www.milanurbanfoodpolicypact.org](http://www.milanurbanfoodpolicypact.org)), los Objetivos de Desarrollo Sostenible en 2015 ([sustainabledevelopment.un.org/sdgs](http://sustainabledevelopment.un.org/sdgs)) y, en 2016, la Nueva Agenda Urbana, reconocen el importante rol que juegan las ciudades para lograr sistemas de producción y consumo de alimentos nutritivos producidos por una agricultura sostenible. El repensar el espacio urbano-rural y las múltiples conexiones entre lo urbano, lo periurbano y el paisaje rural, también conocido como “cuenca alimentaria”, puede permitirnos una mirada integral sobre cómo los sistemas alimentarios impactan la nutrición, la biodiversidad, el agua, el desarrollo económico y comunitario y la cultura (Foster y Escudero, 2014; IPES-Food, 2017).

El concepto de Sistemas Alimentarios Locales (SAL) surgió del reconocimiento de las externalidades negativas de los sistemas alimentarios mundiales sobre el medio ambiente, las comunidades, los consumidores y los productores (Feenstra, 1997). Los Sistemas Alimentarios Alternativos van un paso más allá al definirse como opuestos a los sistemas alimentarios “de producción masiva” o “industrializados”, caracterizados por la incursión de los supermercados y las grandes empresas agrícolas globales en muchas ciudades y países de Estados Unidos y Europa (Murdoch y otros, 2000). Se ha documentado que en los países de ingresos medios y bajos las ventas de alimentos con alto contenido de azúcar, grasa, sal o carbohidratos procesados, conocidos como alimentos ultraprocesados, tienen mayores tasas de crecimiento que en los países de altos ingresos, donde estas tasas son en su mayoría estáticas. En los países de ingresos medios y bajos, los alimentos ultraprocesados son causa del fuerte aumento de los niveles de obesidad y enfermedades relacionadas (Monteiro y otros, 2013).

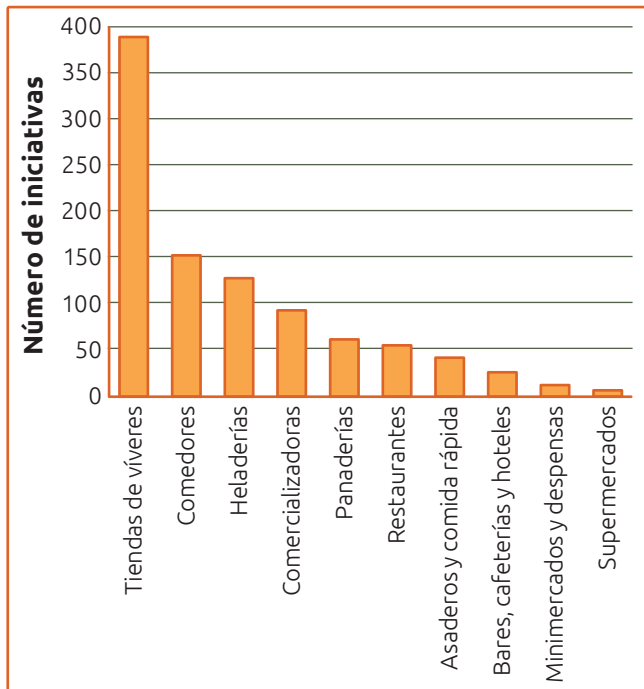
Un reciente estudio de CEPAL y el Programa Mundial de Alimentos (PMA) (CEPAL & PMA, 2017) describe la dimensión de la “doble carga de la malnutrición”: malnutrición y obesidad en algunos países de la región latinoamericana, entre ellos Ecuador. Al Estado ecuatoriano le cuesta 4344 millones de dólares anuales lidiar con los efectos del sobrepeso, la obesidad y la desnutrición, expresados en enfermedades crónicas no transmisibles. Es por eso que los alimentos y su calidad son un tema cada vez más candente. Organizaciones de la ONU como la FAO, el PNUMA y la OMS han propuesto recientemente priorizar la producción y el consumo sostenible, de conformidad con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, particularmente con las políticas relacionados con la “Producción y consumo responsables, Ciudades y comunidades sostenibles, Buena salud y bienestar”, que están dirigidas principalmente al fomento de la producción y consumo de alimentos integrales y mínimamente procesados. Al mismo tiempo, en Ecuador están vigentes algunas políticas orientadas a reducir la afluencia de alimentos ultraprocesados, como son el etiquetado de los productos procesados y ultraprocesados, el impuesto a las

bebidas azucaradas y la prohibición de vender en las escuelas productos con etiqueta roja, y otras que expresan la preocupación oficial por el proceso.

El hecho de que la comida sana y nutritiva esté siendo desplazada por alimentos ultraprocesados no debe confundirse con la falta de disponibilidad de alimentos locales en muchos países de ingresos medios y bajos. Se ha documentado en lugares como Vietnam y Sudáfrica que el “auge del supermercado” (Reardon, 2003) no se ha generalizado por completo debido a las historias, culturas y prácticas únicas del Sur global, donde los mercados mayoristas y los mercados informales son altamente desarrollados y apreciados, especialmente entre los pobres (Abrahams, 2006; Wertheim-Heck, 2014). En Ecuador, por ejemplo, parece que a pesar de la existencia de un poderoso sector de supermercados, los mercados al aire libre/mayoristas representan aproximadamente el 31% de todas las ventas de productos frescos (Zamora, 2004). En 2009, aproximadamente el 46% de todas las ventas (incluyendo productos básicos como el aceite y productos no alimenticios, así como productos frescos) fueron realizadas en supermercados, 41% en mercados al aire libre/mayoristas y 10% en tiendas de barrio (Ortiz y otros, 2008). Además, en el Sur global, a diferencia de los pobres urbanos en los Estados Unidos, la mayoría de los consumidores pobres y de clase media están separados de los medios de subsistencia rurales por una o dos generaciones a lo sumo, y son en realidad parte de un ingreso mixto urbano-rural más fluido y de ingresos provenientes de varias fuentes. Como describen Bill Vorley y sus colegas en su informe de 2012 titulado *Agencia de pequeños productores en el mercado globalizado: cómo tomar decisiones en un mundo cambiante*:

Los mercados informales de alimentos aún predominan en la mayor parte de África, Asia y América Latina. Los canales informales flexibles conectan a los productores pobres con los consumidores pobres [...] Este crecimiento se debe en parte a factores demográficos: a nivel mundial hay una gran cohorte de jóvenes rurales que a menudo aspiran a abandonar la agricultura, pero que posiblemente no encuentren muchos empleos formales. Al mismo tiempo, en muchos países en desarrollo el tamaño de las fincas se ha fragmentado. Todo esto ha reforzado una de las estrategias más básicas de los pobres rurales: los medios de vida multifacéticos que utilizan la diversidad de actividades económicas para protegerse de los riesgos y aprovechar al máximo lo poco que tienen en tierra, dinero y otros recursos. Los agricultores pueden alquilar varias parcelas y sembrar múltiples cultivos, pueden entrar y salir de diferentes mercados informales (a veces formales), y pueden combinar los ingresos agrícolas con los ingresos por labores no agrícolas y con las remesas enviadas por miembros de la familia que emigraron. Con más población rural, especialmente jóvenes, yendo y viniendo de la finca a la ciudad, hay fronteras fluidas entre los mercados urbanos y rurales, lo que impulsa la vitalidad de las economías locales.

Figura 1. **Distribución de establecimientos de acuerdo a su número que ofrecen alimentos o productos alimentarios en la ciudad de Salcedo, provincia de Cotopaxi, 2017**



Fuente: datos tomados del catastro municipal.

Nuestra investigación explora algunas de estas dinámicas, con la hipótesis de que en países como Ecuador la necesidad de volver a familiarizar al consumidor con la agricultura local no es tan apremiante como en los desiertos alimentarios del Norte (Story y otros, 2008). En Ecuador y en otros países de ingresos medios y bajos la lucha es más bien por aumentar el porcentaje de consumo de alimentos integrales, mínimamente procesados, y disminuir la intermediación.

Lo que es común a todos los sistemas alimentarios alternativos, ya se trate de una alternativa a los sistemas alimentarios industrializados o de los excesos en intermediación, es el deseo de conectar a los consumidores directamente con los pequeños productores. La intermediación es un problema importante en la cuenca alimentaria andina. Por ejemplo, en otro estudio realizado en el Ecuador central se encontró que la legumbre nativa chocho o tarwi (*Lupinus mutabilis*) pasó por cinco intermediarios para viajar menos de 100 km (Nicklin y otros, 2006). El alto grado de intermediación conduce a la falta de información entre el consumidor y el productor acerca de la calidad y la demanda de los productos (Renting y otros, 2003).

Este documento es un caso de estudio detallado en Salcedo, Ecuador, una ciudad pequeña ubicada cerca de la capital del país y de otras ciudades más grandes. Observar una ciudad más pequeña permite entender mejor la dinámica de todo el sistema, en lugar de centrarse solo en algunos casos sueltos de éxito o fracaso. El estudio destaca las percepciones de los consumidores sobre la calidad de los alimentos que consumen y qué tan saludable es su dieta. Es esencial comprender la percepción de los consumidores y el flujo de los alimentos al interior de una ciudad y de una cuenca alimentaria, a fin de proveer información para la acción estratégica y las políticas.

Además es importante entender el sistema alimentario predominante para poder posicionar mejor un sistema alimentario alternativo que pueda convertirse en la forma predominante de consumo. Algunas de las preguntas que guían este estudio son: ¿qué podemos aprender de los ambientes con un creciente grado de urbanización?, ¿cómo se están

moldeando los gustos, preferencias y cultura alimentaria de las poblaciones urbanas y rurales?, ¿cómo desarticular y entender las lógicas del funcionamiento de las organizaciones de los consumidores a nivel urbano?

### La experiencia en el ambiente alimentario de Salcedo

Salcedo es una ciudad pequeña, de unos 20 000 habitantes, en la Sierra Central, provincia de Cotacachi. Por su ubicación, rodeada de parroquias rurales, presenta aún muchas de las características de una ciudad de encuentro de las culturas campesinas, donde se acopian y venden productos frescos de las localidades aledañas. Eso le confiere, durante el día, una gran movilidad de personas que no necesariamente residen en la urbe.

Salcedo se caracteriza por el número de establecimientos que acopian, procesan u ofertan alimentos en la ciudad. Tiene más de 1000 establecimientos que, sin contar el comercio informal de venta de alimentos, indican una densidad de un local por cada 40 a 50 habitantes, cifra muy superior a la media nacional presentada una década atrás. Muchas iniciativas de oferta de comida, tradicional y rápida, conviven como propuestas formales e informales. Tiendas de víveres y comedores dominan la distribución. La figura 1 muestra la distribución de establecimientos vinculados con alimentos. La alta frecuencia de heladerías se debe a la “tradición” de la ciudad como proveedora de helados artesanales.

Aunque el número de supermercados es bajo, estos son importantes centros de influencia en los hábitos de compra de la población de Salcedo y están también presentes en ciudades vecinas. Los cuatro mercados representan puntos importantes para el comercio de bienes agrícolas y de venta de productos campesinos.

### Desde la producción agroecológica (AE)

Por más de un quinquenio, EkoRural, impulsa la transición agroecológica y ha estado trabajando en el fortalecimiento de organizaciones de productoras, principalmente hortícolas, en las inmediaciones de la ciudad de Salcedo (FEMICAM, Chakras Comunitarias, y Asociación de Mujeres Agroecológicas Semilla y Vida), basadas en una propuesta productiva en pequeñas parcelas, con arreglos espaciales y de manejo ajustados a los principales principios de la AE: alta biodiversidad, uso diversificado de los espacios y del tiempo, fertilización con base en insumos orgánicos principalmente obtenidos por flujos internos en la finca, manejo de preparados simples para el control de plagas y enfermedades y corrección de pequeñas deficiencias, entre otras. Las organizaciones han explorado diversas iniciativas de mercado entre las que se incluyen ventas directas a pie de finca, salidas a ferias oficiales, puestos en mercados ofrecidos por el municipio, ventas en puntos de ventas campesinos, ventas por pedidos y, en caso necesario, venta puerta a puerta, etc.

En un afán por diferenciar sus productos y sus organizaciones como agroecológicas en el mercado de la ciudad, las productoras han recurrido al uso de uniformes, de espacios con distintivos y a sellos de calidad, lo que las ha hecho ser referentes en la discusión sobre los Sistemas Participativos de Garantía (SPG) en la localidad. Estas productoras tienen ahora mayor comprensión de los mecanismos para operar e insertarse de modo más efectivo en el ambiente de alimentos en la localidad.

### Características del ambiente alimentario en Salcedo

Acceder al mercado y generar innovaciones agroecológicas implica una buena comprensión de cómo los habitantes, sometidos a las presiones de la transición alimentaria, están



Mercado Augusto Dávalos, Salcedo. ■ Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017

evolucionando y cómo los temas alimentarios –que cada vez aparecen más relevantes– impactan en las preocupaciones por la economía, el bienestar y la salud de los hogares. Por otra parte, se necesitan nuevas categorías de análisis para entender cómo la demanda de alimentos –desempacar el concepto “consumidor”– puede influenciar positivamente a la pequeña agricultura familiar agroecológica y mejorar las interacciones entre consumidores y productores. Así convenimos que no solo el consumidor individual, sino también las organizaciones e instituciones pueden considerarse “clientes” o aliadas al ser enfocadas como redes alternativas de alimentos. En principio todos se alimentan y por ello son corresponsables del resultado general de este proceso en sus territorios.

A principios de 2015, en un intento por conocer mejor la demanda y el ambiente alimentario en Salcedo, realizamos un mapeo de actores cuyo objetivo inmediato fue identificar a los individuos y grupos clave: instituciones públicas como gobiernos locales, hospitales, escuelas, centros de salud; organizaciones de desarrollo (ONG) y organizaciones sociales; directivas de barrios; centros de capacitación; empresas privadas como restaurantes, hoteles, etc., en función de su poder de influencia para la toma de decisiones en “alimentos”, su capacidad de trabajo interinstitucional o su potencial para involucrarse con organizaciones de productores agroecológicos y promover el consumo de alimentos locales. Para este efecto se entrevistó a una treintena de organizaciones. Como resultado, varias oportunidades de relacionamiento fueron identificadas y probadas en periodos posteriores.

Más tarde, en 2017, realizamos una pequeña encuesta en hogares en 20 de los 40 barrios con que cuenta la ciudad. En total visitamos 10 hogares por cada barrio, buscando entender las conductas de compra, sus lugares de preferencia, el estado de conocimientos en alimentos y su disposición para

el consumo de alimentos sanos y para participar en iniciativas que promuevan una relación directa entre consumidores y productores en sus barrios. La figura 2 presenta una idea de la distribución de los puntos de encuesta en el ambiente de la ciudad.

### Algunos resultados

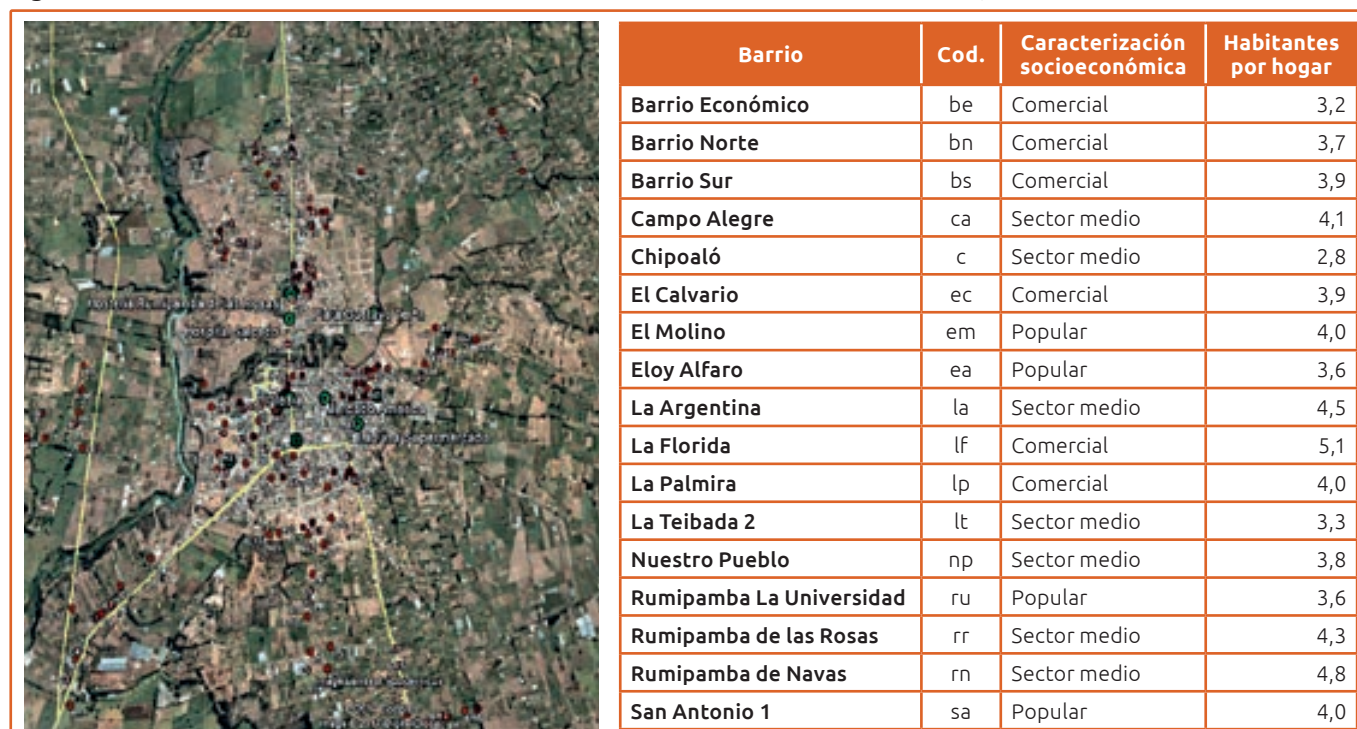
#### *Del mapeo: aliados y clientes*

Muchos de los actores entrevistados, particularmente en el ámbito oficial, mostraron empatía con la necesidad de promover alimentos locales y una propuesta sostenible en lo productivo. Lo mismo ocurrió con varias organizaciones de desarrollo, civiles y religiosas. El ambiente barrial y sus organizaciones, fuertes en el pasado, no aparecen con preocupaciones notables en el tema y en los centros de salud y hospitales –que por su relación con las enfermedades no transmisibles (ENT) parecían promisorios–, no hubo mayor interés por el tema alimentario. La figura 3 ilustra parte de los resultados. Allí, el nivel de poder de los actores para influenciar opciones políticas a favor de los SAL es comparado con su nivel de interés en apoyar iniciativas locales de alimentos sanos.

El ambiente institucional se muestra interesante y propiciador. Frecuentemente se hizo alusión a la existencia de una ordenanza provincial en apoyo a la agroecología. El Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) argumenta que el 30% de la materia prima de las empresas de *catering* debe venir de pequeños productores, mientras que lo mismo debe ocurrir con el 25% de ella en el conjunto de tiendas y supermercados.

El ambiente organizacional mostró un importante potencial para apoyos y negocios. Varias organizaciones no tenían proveedores fijos, lo que representa espacios importantes por concretar. Pero incluso aquellas organizaciones y negocios que ya tienen sus proveedores están abiertas a probar relaciones con

Figura 2. **Distribución de los encuestados en los barrios de la ciudad de Salcedo, 2017**



Fuente: Datos tomados del catastro municipal.

las organizaciones de productoras agroecológicas. Notamos el potencial de relacionamiento, por ejemplo, entre proveedores de *catering* con Centros Infantiles de Buen Vivir (CIBV), Escuelas del Milenio vía el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IPES), Patronato Municipal, Juntas Parroquiales, y también el interés para establecer condiciones para trabajar. Muchos actores con nivel medio de interés en apoyar iniciativas locales de alimentos sanos mencionan que les hace falta información sobre agroecología y los beneficios de los Sistemas Alimentarios Locales Sanos, y también sobre dónde encontrar los productos, a qué precios están disponibles y cuáles son los canales de negociación con las productoras. Una importante parte de las argumentaciones, tanto en el sector público como en organizaciones privadas, se relacionó con las exigencias del “mercado” (calidad, cantidad, oportunidad, continuidad, formalidad del

negocio, etc.). Muchas de estas exigencias han sido barreras importantes que han limitado el acceso de la pequeña agricultura al mercado.

Las organizaciones de productoras demandantes de este estudio, mostraron gran interés en los resultados y su presentación convocó a las autoridades y a otros actores del ambiente de negocios y desarrollo.

#### Encuesta a consumidores

Fue interesante notar el buen ánimo de los moradores por participar en la encuesta. Con un promedio de aproximadamente cuatro personas por hogar, los gastos en alimentos representan un 25% o más de los ingresos familiares. Un aspecto a destacar es la diferencia entre las conductas de compra: una es al adquirir productos en general y otra muy distinta cuando se trata de alimentos frescos. Los primeros son adquiridos predominantemente en los supermercados, mientras que los segundos en mercados locales, ferias o en otros espacios de comercialización (figura 4).

**Prácticas:** La gran mayoría consume tres comidas principales al día (desayuno, almuerzo y cena) en su hogar, y casi un tercio de los involucrados dice recibir productos frescos de sus relaciones o familiares en el campo. Si a estos dos elementos le agregamos la conducta de compra de alimentos frescos o procesados en supermercados, mercados y tiendas de barrio, podemos construir un Índice de Práctica (IPRAC) que permita caracterizar a la población según la compra. Las medias de este índice aplicado al conjunto de la muestra de los 20 barrios (0% adquiere solo en supermercados, come solo fuera de casa, etc.) presenta un IPRAC donde el índice en los barrios es de moderado a bajo (30-60%).

**Conocimiento:** Varios aspectos del conocimiento sobre el consumo de alimentos que toma en cuenta y asocia a la calidad, el origen, la composición –ingredientes, aditivos, frescor, etc.–, así como a la relación de estos con los impactos en el medio ambiente o la salud, sirvieron para la construcción del Índice de Conocimientos (0, bajo; 100, muy alto). En general, las personas no diferencian el concepto de lo agroecológico como origen o calidad, pero sí lo relacionan casi unánimemente con

Supermercado Mega, Salcedo.  
Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017



Figura 3. **Análisis de actores sociales e institucionales en la ciudad de Salcedo de acuerdo a su relevancia relativa e interés en apoyar iniciativas locales en alimentos, 2015**



Actores ordenados según su grado de influencia sobre actividades y políticas en el ambiente cantonal. Fuente: EkoRural.

un producto natural, libre de químicos de síntesis, y valoran positivamente como “sana” esa condición.

En ese sentido, más de dos tercios de las personas dicen buscar o consumir productos agroecológicos. Sin embargo, hay que notar que no existe una toma de datos oficiales sobre contaminación por agroquímicos u otros contaminantes en los alimentos frescos, ni en la ciudad ni en el resto del país. Tampoco hay mecanismos masivos que diferencien la producción de origen agroecológico de la agricultura convencional.

Por último, la actitud: Examinamos varios aspectos relacionados con la disposición a consumir productos agroecológicos en el futuro, pagar en forma diferenciada por esta calidad, participar en eventos de capacitación, establecimiento de huertos, fomentar iniciativas en sus barrios como charlas, foros y talleres en el barrio. La disposición a emprender en forma individual una iniciativa para fortalecer una relación directa con productores fue menor. Sin embargo, dado el rango de promedio barrial (38 a 84%) para el Índice de Actitud, se puede decir que existe bastante simpatía y expectativa por la promoción de iniciativas relacionadas con los alimentos y con el carácter agroecológico de los mismos. Claramente hay una mayor disposición a recibir información y participar en eventos, pero es menor a la hora de emprender iniciativas por cuenta propia en sus sectores.

En la encuesta, para una fracción grande de mujeres fue importante una mayor difusión de los productos agroecológicos en talleres, radio u otros medios y contar con productos agroecológicos garantizados. Por esta última razón varias personas manifestaron que no compran productos agroecológicos, pues prefieren comprar en lugares rurales donde confían en el origen.

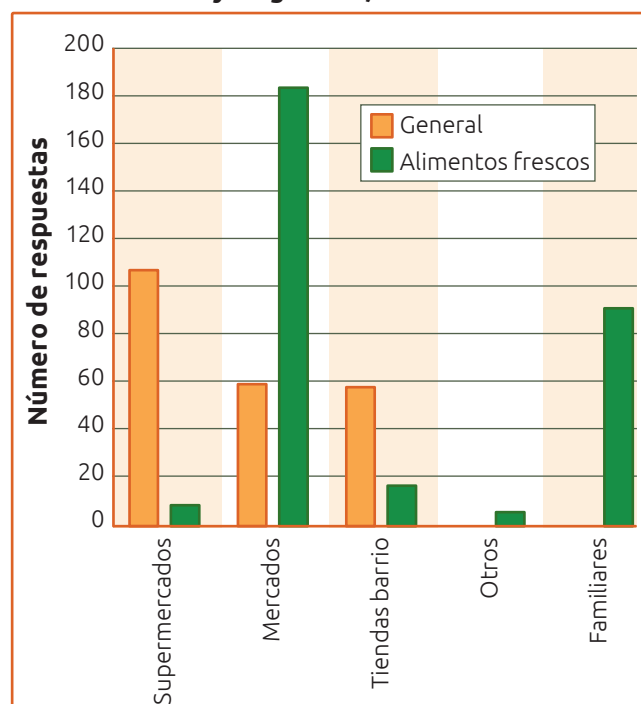
### Discusión

Mientras que Salcedo se muestra pródiga en la oferta de todo tipo de productos, especialmente por sus renombrados helados y puestos de alimentos preparados, no se percibe una atención especial a la calidad, el origen o las formas en que los productos han sido producidos. En los mercados no hay esfuerzos significativos para diferenciar los productos,

excepto algunas pocas iniciativas. Es importante promover la educación y las acciones que generen valores y conductas críticas en la población con relación a su alimentación.

Producto de la prospección de actores, a la fecha varias de las iniciativas identificadas se concretaron en negocios. Fue notorio que, a diferencia de las ventas en ferias, puestos de mercados, canastas, etc., en el ambiente informal de la

Figura 4. **Conducta de compra de consumidores en Salcedo, expresada en conteos en distintos espacios de comercialización y desagregada entre productos alimentarios frescos y en general, 2017**



Fuente: EkoRural.

## Citas de criterios propuestos por los encuestados

“Me gustaría encontrar los productos orgánicos en el mercado donde compro”.

“Traten de llegar al mercado con productos de calidad y precios más bajos”.

“Que exista variedad de productos”, “Los productos deberían estar en todos los mercados”.

“Que busquen tiendas o locales para que se expandan y que vendan de lunes a viernes”.

“Incrementar la producción ecológica sin químicos”.

ciudad, la relación con actores institucionales en el mercado demanda a los productores un alto grado de formalidad, organizaciones legales, facturas, normas de trazabilidad y varios criterios de garantía. Ciertamente, a la luz de la voluntad de promover la AE y de proveer espacios a la pequeña agricultura, muchos de estos criterios deben ser revisados críticamente. Han transcurrido varias décadas con tales demandas, pero los avances son nulos o mínimos.

Por los hábitos de consumo en el hogar, la provisión de alimentos a través de familiares o parientes en el campo y la dualidad en su adquisición, se puede decir que Salcedo representa todavía un característico ambiente de ciudad rural en el inicio de una transición epidemiológica y nutricional. Es decir, presenta un aumento en las tasas de obesidad y enfermedades crónicas no transmisibles y cambios en la dieta y en la actividad física (dietas dominadas por el sobreconsumo de productos altos en grasas, azúcares y sodio, y bajos en fibra además de niveles bajos de actividad física).

Los índices aparecen como criterios interesantes para caracterizar a los consumidores en los barrios y permiten una buena diferenciación con fines de intervención. La distribución de los barrios obtenida del cruce de índices

permite separar barrios con distintas prácticas, actitudes y conocimientos importantes para iniciativas urbano-rurales. La actitud hacia iniciativas agroecológicas presenta una variabilidad interesante y es particularmente alta en aquellos barrios donde el Índice de Alimentación Saludable es bajo. La distribución global indica que la práctica y la actitud son menores que lo reflejado por los índices de alimentación saludable y conocimiento.

Hay mucho trabajo que hacer en Ecuador para promover una mejor alimentación y el consumo de alimentos sanos. Sin embargo, un pequeño porcentaje de la población ya ha empezado a cambiar sus prácticas y es más consciente y está preocupado por cómo afecta su consumo a la sociedad. Si este grupo de familias e individuos sigue creciendo, tendrá el poder de hacer cambios más grandes, de enfrentar la situación política y las normas económicas.

Es importante informar al público sobre las campañas que se realizan por el consumo responsable y construir solidaridad alrededor de la idea de que a través de nuestra práctica individual podemos hacer un gran cambio.

También sería interesante realizar una encuesta tomando en cuenta los barrios no considerados en este primer estudio y ajustar la muestra a la variabilidad encontrada en él. Es recomendable que el gobierno local finalice la caracterización socioeconómica de los barrios de la ciudad. Hay buenas oportunidades para implementar políticas de información sobre alimentos y para la preservación y mejora de los hábitos y conductas relativas a la alimentación encontrados.

## Reflexiones finales

Un mercado para productores y consumidores de productos agroecológicos es una construcción social que involucra la creación de vínculos múltiples y cercanos, revitalizándolo, recreándolo y reorganizándolo; es una red de relaciones generadora de espacios que representan ventajas para todos sus actores (productores, consumidores, organizaciones de la sociedad civil, organizaciones gubernamentales, entre otros). La oportunidad de crear vínculos entre organizaciones de productores y consumidores agroecológicos presentada en

Mercado Central, Salcedo. ■ Guadalupe Padilla, Fundación EkoRural, 2017



esta experiencia, surge como producto de la concordancia de argumentaciones y la confluencia de múltiples intereses. Representa también un espacio de aprendizaje institucional sobre el potencial para redefinir las relaciones urbano-rurales.

Las Redes Alternativas de Alimentos son mecanismos que se desarrollan –o están inmersos– en Sistemas Locales de Alimentos y han sido concebidas como una manera de crear caminos más naturales para promover flujos de productos y relaciones entre los ambientes urbanos y rurales. El concepto de redes alternativas de alimentos en el contexto estudiado, aduce a las formas en que el alimento es producido y entregado en el lugar de consumo. A diferencia de los conceptos de cadenas de producción o el de circuitos cortos (baja intermediación), que no contribuyen al esclarecimiento del significado y los alcances de las formas diversificadas de la pequeña producción, el concepto de redes alternativas de alimentos sí lo logra, pues permite entender cómo un conjunto de relaciones de confianza y reciprocidad se ubican en la base de los negocios de alimentos y cómo estos dan cohesión social y cultural a los espacios de alimentos locales.

Nuestra experiencia apunta a que los mecanismos directos son exitosos pero, como muchos otros modelos de interacción, demandan de espacios institucionales protegidos, al menos por un tiempo suficiente para que las relaciones personales, de trazabilidad, negociación e intercambio, surtan efectos. Esto es válido especialmente en el empeño por crear condiciones de intensificación agroecológica para la pequeña producción andina.

A diferencia del concepto clásico de cadenas de comercialización de pequeños productores, la agroecología propone la multiplicidad de vínculos y territorialmente una vinculación más estrecha entre quien produce y quien consume para crear corresponsabilidad económica, ambiental y social (IAASTD, 2009; De Schutter, 2010; De Schutter, 2014; FAO, 2015; IPES-Food, 2016). Pasar de una realidad de autoconsumo de alimentos naturales y locales hacia un mercado alimentario global dominado por las corporaciones del sector agroalimentario ha generado un creciente distanciamiento entre los productores y los consumidores (Lacroix, 2013, p. 63). ●

**Ross Mary Borja**

Directora, Fundación EkoRural.  
rborja@ekorural.org

**Claire Nicklin**

Representante Regional CCRP Andes, Fundación McKnight.  
cnicklin@andescdp.org

**Carlos Barahona**

Director general, Estadísticas para el Desarrollo Sostenible.  
c.e.barahona@stats4sd.org - www.stats4sd.org

**Samuel Vermeulen**

Asociado EkoRural.  
sam.verm25@gmail.com

**Pedro Oyarzun**

Asesor en agricultura sostenible y medios de vida, EkoRural.  
poyarzun@ekorural.org

## Referencias

- Abrahams, Caryn N. 2006. **Globally Useful Conceptions of Alternative Food Networks in the Developing South: the case of Johannesburg's urban food supply system.** Universidad de Edimburgo: Instituto de Geografía. Online Paper Series: GEO-031.

- Andrade Ortiz, Diego, y Flores, Miguel. 2008. **Consumo de productos orgánicos/agroecológicos en los hogares ecuatorianos.** Quito: VECO.
- CEPAL/PMA. 2017. **El costo de la doble carga de la malnutrición: Impacto social y económico.** Síntesis del estudio piloto en Chile, Ecuador y México.
- De Schutter, O. 2010. **Report of the Special Rapporteur on the right to food. El potencial transformador del derecho a la alimentación.** Informe final. Asamblea General de la ONU.
- De Schutter, O. 2014. **Report of the Special Rapporteur on the right to food. Final Report: The transformative potential of the right to food.** Consejo de Derechos Humanos, Naciones Unidas. 24 de enero de 2014.
- FAO. 2015. **Final Report for the International Symposium on Agroecology for Food Security and Nutrition.** 18-19 de septiembre de 2014. Roma.
- Feenstra, Gail. 1997. **Local food systems and sustainable communities.** *American Journal of Alternative Agriculture*, 1997-1, vol. 12.
- Foster, Thomas, y Getz Escudero, Arthur. 2014. **City Regions as Landscapes for People, Food and Nature.** Washington, DC: Landscapes for People, Food and Nature Initiative.
- International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development (IAASTD). 2009. **Agriculture at a Crossroads. Executive Summary of the Synthesis Report.** Washington, DC: Island Press.
- IPES-Food. 2016. **From uniformity to diversity: a paradigm shift from industrial agriculture to diversified agroecological systems.** International Panel on Sustainable Food Systems, junio de 2016. [www.ipes-food.org/images/Reports/UniformityToDiversity\\_FullReport.pdf](http://www.ipes-food.org/images/Reports/UniformityToDiversity_FullReport.pdf)
- IPES-Food. 2017. **Unravelling the Food-Health Nexus: Addressing practices, political economy, and power relations to build healthier food systems.** The Global Alliance for the Future of Food / IPES-Food.
- Lacroix. 2013. **Soberanía alimentaria y comercialización campesina en Ecuador.** En: Hidalgo, Francisco. *Comercialización y soberanía alimentaria*: 63-68. SIPAE y Agronomes e Veterinarios sans Frontieres.
- Monteiro, Carlos A., y otros. 2013. **Ultra-processed products are becoming dominant in the global food system.** *Obesity reviews* 14. S2: 21-28.
- Murdoch, Jonathan; Marsden, Terry, y Banks, Jo. 2000. **Quality, nature, and embeddedness: Some theoretical considerations in the context of the food sector.** *Economic geography* 76.2 (2000): 107-125.
- Nicklin, Claire; Rivera, Marco, y Nelson, Rebecca. 2006. **Realizing the potential of an Andean legume: roles of marketed and research-led innovations.** *International Journal of Agricultural Sustainability* 4.1 (2006): 61-78.
- Reardon, Thomas, y otros. 2003. **The rise of supermarkets in Africa, Asia, and Latin America.** *American journal of agricultural economics* 85.5 (2003): 1140-1146.
- Renting, Henk; Marsden, Terry K., y Banks, Jo. 2003. **Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development.** *Environment and Planning A*.-2003, Vol. 35.: 393-411.
- Story, Mary, y otros. 2008. **Creating healthy food and eating environments: policy and environmental approaches.** *Annu. Rev. Public Health* 29 (2008): 253-272.
- Vorley B., del Pozo-Vergnes, E., Barnett, A. **Small producer agency in the globalised market: Making choices in the changing world.** Informe IIED. La Haya: HIVOS.
- Wertheim-Heck S., C. O.; Spaargaren, G., y Vellema, S. 2014. **Food safety in every day life: Shopping for vegetables in a rural city in Vietnam.** *Journal of Rural Studies* Vol. 35: 37-48.
- Zamora, Miguel. 2004. **La rápida expansión de los supermercados en Ecuador y sus efectos sobre las cadenas de lácteos y papas.** Report for the Regoverning Markets Project, sept., 2004.



Productora, Imbabura, Ecuador.  Patricia Natividad

# Vinculación de pequeños productores con mercados alternativos institucionales

## El caso de **Imbabura, Ecuador**

LUIS FERNÁNDEZ, PATRICIA NATIVIDAD

Este estudio describe cómo la organización de los pequeños productores tiene un impacto en ámbitos tan específicos como la dieta y la alimentación. Organizados y con personería jurídica, los agricultores pueden asegurar su participación en mercados que buscan productos locales, sanos y frescos, mejorando así sus ingresos incluso en un contexto económico adverso. El papel de instituciones públicas y civiles en el apoyo a los productores también demuestra su relevancia, como se puede ver en la experiencia de Imbabura, Ecuador.



## La investigación

Los circuitos cortos son una manera de vincular directamente a los productores con los consumidores. En los últimos años esta relación ha sido cada vez más fuerte y demandada por los consumidores que buscan productos locales, frescos, de temporada, agroecológicos, limpios y a costos razonables.

El plan estratégico del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas (PMA) en el Ecuador busca sinergias entre su acción y la del gobierno. El plan contribuye a las prioridades de desarrollo del Gobierno de Ecuador y está alineado con la Agenda 2030 para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2 (Hambre cero) y 17 (Alianzas para alcanzar los objetivos), mediante la implementación de actividades orientadas a reducir y prevenir la malnutrición y la inseguridad alimentaria de la población más vulnerable.

Las actividades que el PMA desarrolla promueven la transferencia de conocimientos centrándose en cuatro efectos estratégicos: a) las personas vulnerables que se encuentran en situación de movilidad humana (OIM, 2012) pueden acceder a alimentos para satisfacer sus necesidades nutricionales básicas; b) los pequeños productores, en especial las mujeres, aumentan sus ingresos de forma duradera y mejoran su productividad; c) las comunidades y las personas con inseguridad alimentaria que viven en zonas muy vulnerables al cambio climático, así como las instituciones gubernamentales, cuentan con una capacidad fortalecida de adaptación al cambio climático, y d) las instituciones y los programas nacionales en el Ecuador, entre ellos los programas de protección social, reciben apoyo para reducir la inseguridad alimentaria y la malnutrición.

En este marco, el PMA basa su experiencia en el diseño de programas, estudios, investigaciones operativas y evaluaciones a fin de contribuir con los países para enfrentar el reto de reducir la desnutrición.

A finales de 2016 e inicios de 2017, el PMA, conjuntamente con el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social

## Canastas de alimentos

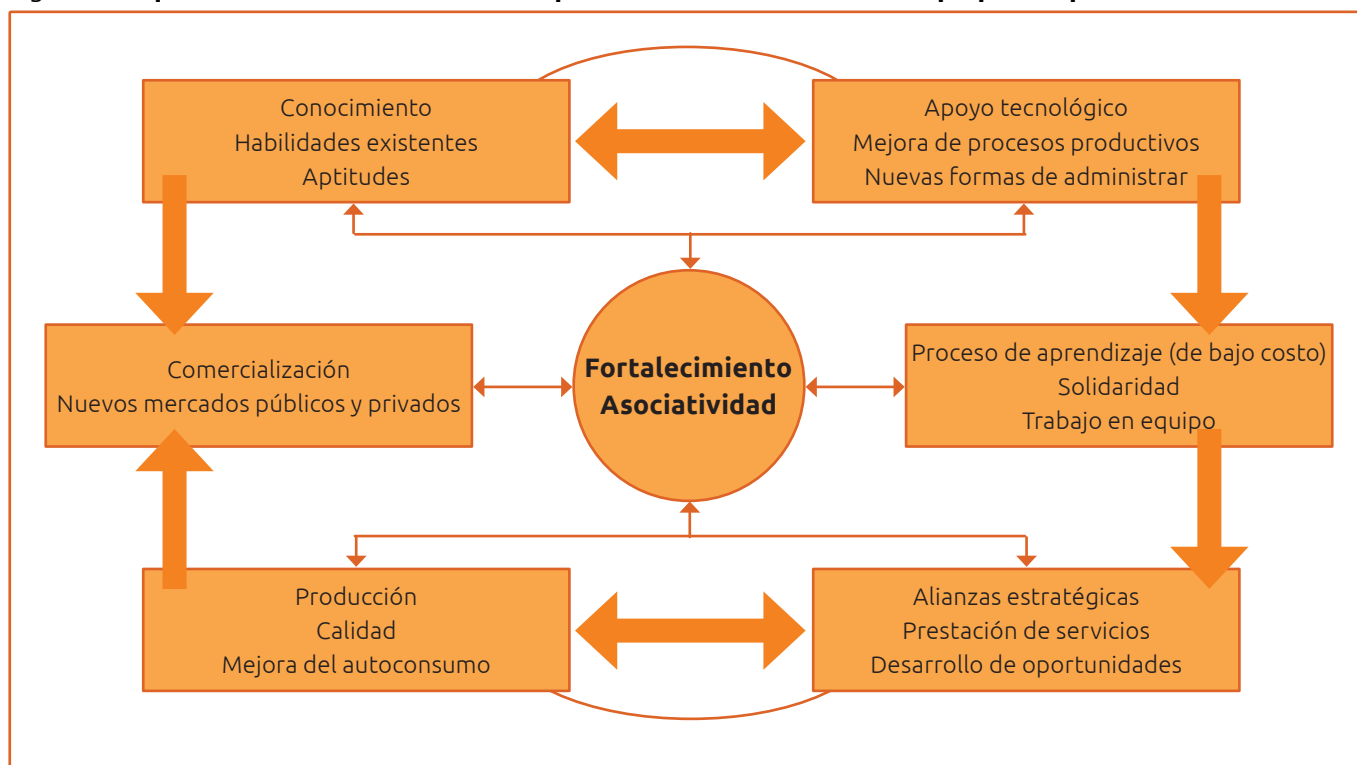
La estrategia considera la entrega de “canastas de alimentos” valoradas en USD 40, elaboradas por las Asociaciones de Pequeños Productores (APP) y entregadas a las madres participantes en la actividad denominada “1000 días”, y la capacitación y asesoría técnica a las APP por el Ministerio de Agricultura y el Gobierno Provincial a través del área de Fomento Productivo. Esta acción se enmarca en la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria.

(MCDS), desarrolló su estrategia de intervención en nutrición, focalizándose en grupos vulnerables como familias con mujeres embarazadas, madres en periodo de lactancia y niñas y niños menores de un año, mediante un modelo integral enfocado en procesos dinámicos de nutrición, higiene y género, y que asegura la corresponsabilidad de los participantes. En este proceso se identificaron asociaciones de pequeños productores (APP) –tanto mujeres como varones– para vincularlos al proyecto como proveedores de “canastas de alimentos”.

Esta iniciativa articula los esfuerzos de instituciones como el Gobierno Provincial de Imbabura (GPI), Direcciones Provinciales de Salud, Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES), Ministerio de Agricultura (MAG), juntas parroquiales a través de sus dirigentes comunitarios y APP.

La capacitación y el asesoramiento técnico se convierten en un aspecto importante para el fortalecimiento de las capacidades de las APP (figura 1). El proceso parte del reconocimiento de las habilidades locales, el apoyo tecnológico (“no son grandes inversiones”) que se combina con un proceso de aprendizaje y alianzas estratégicas para mejorar la producción y el consumo de las familias productoras y consumidoras.

Figura 1. Esquema de fortalecimiento de capacidades de asociaciones de pequeños productores



Fuente: entrevista a pequeño productor. Elaboración: Luis Fernández.



Agricultor en su jornada diaria, Imbabura, Ecuador. ■ Patricia Natividad

El fortalecimiento organizacional de las APP es el pilar para la vinculación con nuevos mercados. En el caso estudiado se vinculó a cerca de 100 pequeños agricultores pertenecientes a tres asociaciones, como proveedores de canastas de alimentos para la población vulnerable, focalizada en las localidades de intervención de la actividad “1000 días” y proveedores de productos como frutas, verduras, granos y cereales a instituciones educativas para la preparación del almuerzo escolar.

El estudio considera dos puntos: análisis del contexto local a través de la teoría del cambio y seguimiento formativo “reflexión-acción” (Scriven, 1967) para entender “qué ha sucedido, cómo mejorar y qué hacer en el futuro”. El análisis incorpora una evaluación del proceso en todo su desarrollo.

Las preguntas de investigación se enmarcan en validar si la vinculación de las APP con mercados alternativos logra: a) incrementar los ingresos económicos; b) los ingresos se destinan al bienestar familiar; c) la capacitación y el apoyo técnico recibido fortalecen a las APP, y d) las capacitaciones en seguridad alimentaria y nutrición mejoran el consumo y la diversidad de la dieta de los pequeños productores. Al mismo tiempo, se incorpora el enfoque de género a través de preguntas concretas sobre el empoderamiento económico de la mujer y su participación en la toma de las decisiones familiares o de la APP.

### Características de las Asociaciones de Pequeños Productores

La mayoría de los hogares de las APP están encabezadas por varones de 35 a 64 años de edad, con educación primaria y autoidentificados como mestizos. De los miembros de las tres asociaciones que participan (en el segundo levantamiento de información cuantitativa se supo de una tercera asociación

de pequeños productores, Tierra del Sol, como referencia en la evaluación de proceso desarrollada), la mayoría tiene hogares nucleares (padres e hijos). La estructura etaria refleja una población mayoritariamente joven (menor de 35 años). Se presentan casos de migración de las personas jóvenes, vinculados a la educación y a la capacidad económica: “salen a educarse y pueden no regresar”, lo que se reflejará en el envejecimiento de la población.

Como se esperaría en grupos que se han asociado entre sí pero que no comparten una misma comunidad de origen, las APP son diferentes en su estructura demográfica. La asociación Yo Prefiero tiene una membresía de varones y mujeres por igual; Frutos de la Pachamama está constituida principalmente por mujeres.

En el caso de las APP, ocho de cada 10 socios pertenecen al sexo femenino. En la APP, Yo Prefiero, las mujeres son casi la mitad (45%). La mayoría de los socios de las tres asociaciones tienen entre 35 a 49 años de edad.

La distribución de hogares según la capacidad socioeconómica es también diferente entre las asociaciones. Yo Prefiero es claramente el grupo con mayor disponibilidad de recursos. La mayoría tiene ingresos por debajo del promedio nacional rural (USD 599 por hogar por mes en marzo de 2017). La media de las familias de los socios indica que necesitan USD 640 mensuales en Yo Prefiero y USD 388 en Frutos de la Pachamama para mantener a sus familias (el salario básico unificado en Ecuador asciende a USD 386).

La educación formal es un objetivo de las familias. La gran mayoría de quienes tienen más de cinco años de edad estudia en el nivel que le corresponde (educación básica y bachillerato). En Frutos de la Pachamama y en la asociación Tierra del Sol –esta última es un referente del proceso de vinculación a mercados alternativos y trabajo con el PMA

en 2015– encontramos casos de niños y niñas de cinco a 14 años, y adolescentes de 15 a 17 años que trabajan y no estudian. Esto puede explicarse por la situación socioeconómica de los hogares y la prioridad que asignan a la generación de ingresos. Las familias de los socios de Yo Prefiero tienen una media de 4,4 miembros, de los cuales 1,6 son perceptores de ingresos, mientras que en Frutos de la Pachamama la composición familiar es de 4,7 miembros; en este caso, el número de perceptores de ingresos es solo de 1,5 personas.

Si consideramos el número de personas del hogar que participa en actividades de la finca, este es elevado y se aproxima al total de integrantes de cada hogar (Yo Prefiero: 2,3; Frutos de la Pachamama: 3,5). En Frutos de la Pachamama se aprecia que los miembros del hogar tienen una alta tasa de colaboración en el desarrollo de las actividades agrícolas, lo que limita el uso del tiempo para otras actividades. Yo Prefiero cuenta con socios que tienen estudios superiores; sin embargo, este nivel educativo preocupa a los hogares porque puede desencadenar la emigración de los jóvenes hacia

localidades con mayor población y presencia de centros educativos de niveles superiores. Se abre una brecha entre los jóvenes que se quedan en las comunidades sin dar continuidad a sus estudios y aquellos que, gracias al incremento de los ingresos familiares, salen a estudiar.

Los niños y adolescentes ayudan en el trabajo agropecuario. Una proporción importante (del 25 al 100%) de los integrantes del hogar de cinco a 17 años participa en las tareas agropecuarias. Esta participación no supone un abandono escolar a temprana edad, sino una participación en las labores productivas familiares.

Los productos entregados por las APP permiten la elaboración de canastas nutricionales de alimentos frescos que aportan 2100 kilocalorías. Durante 15 meses se entregó un promedio de 350 canastas mensuales, (cuadro 1), lo que equivale a la inserción de USD 210 000 en la economía local durante el periodo citado.

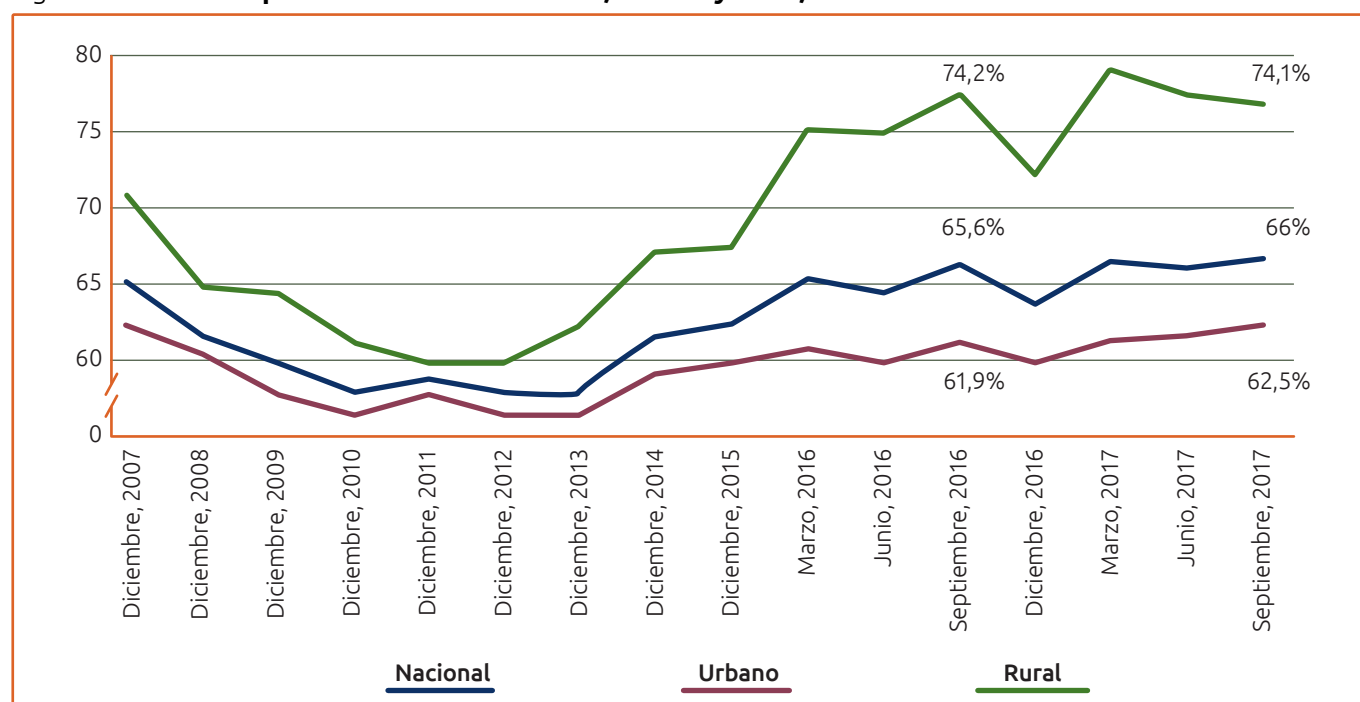
Según el Reporte de Economía Laboral del INEC (2017), la tasa de participación global (TPG) a nivel nacional fue de

**Cuadro 1. Alimentos frescos (por grupo de alimentos) de las canastas entregadas mensualmente por las APP a las familias focalizadas**

Cereales y granos andinos	Tubérculos y raíces	Leguminosas	Frutas	Verduras	Lácteos
Choclo (maíz tierno)	Papa	Arveja tierna	Plátano guineo	Pimiento ( <i>Capsicum annum</i> )	Queso
Harina de maíz	Yuca ( <i>Manihot esculenta</i> Crantz)	Frijol rosado	Plátano verde	Tomate riñón ( <i>Solanum lycopersicum</i> )	
Maíz morocho seco		Chocho ( <i>Lupinus mutabilis</i> )	Papaya	Cebolla blanca	
Quinua ( <i>Chenopodium quinoa</i> )			Aguacate	Zanahoria	
Pan de quinua			Naranja		
			Granadilla		
			Tomate de árbol ( <i>Solanum betaceum</i> )		

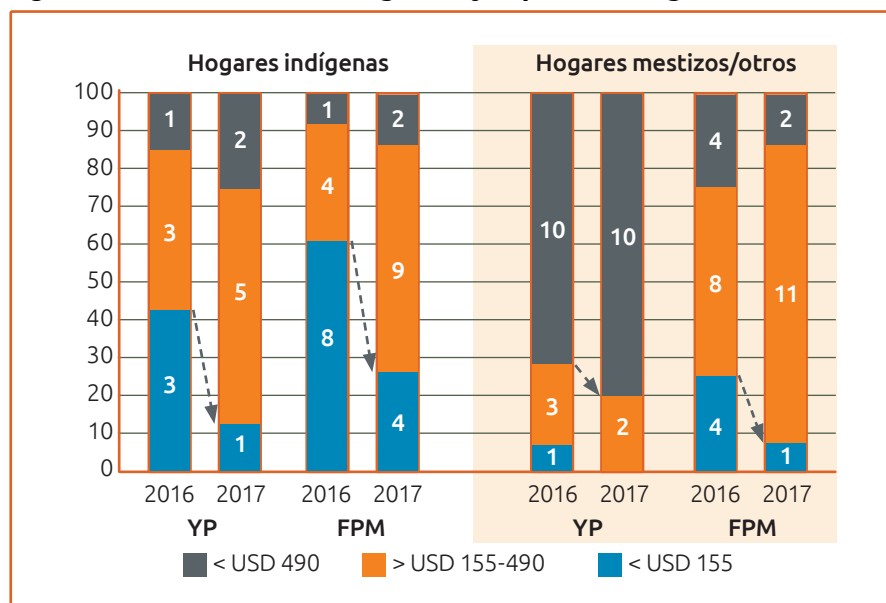
Los nombres científicos solo se han colocado para información de nombres locales o para evitar confusión de la especie a la que se refiere el nombre común. Fuente: PMA. Elaboración: Luis Fernández.

**Figura 2. Tasa de empleo bruto a nivel nacional, urbano y rural, 2007-2017**



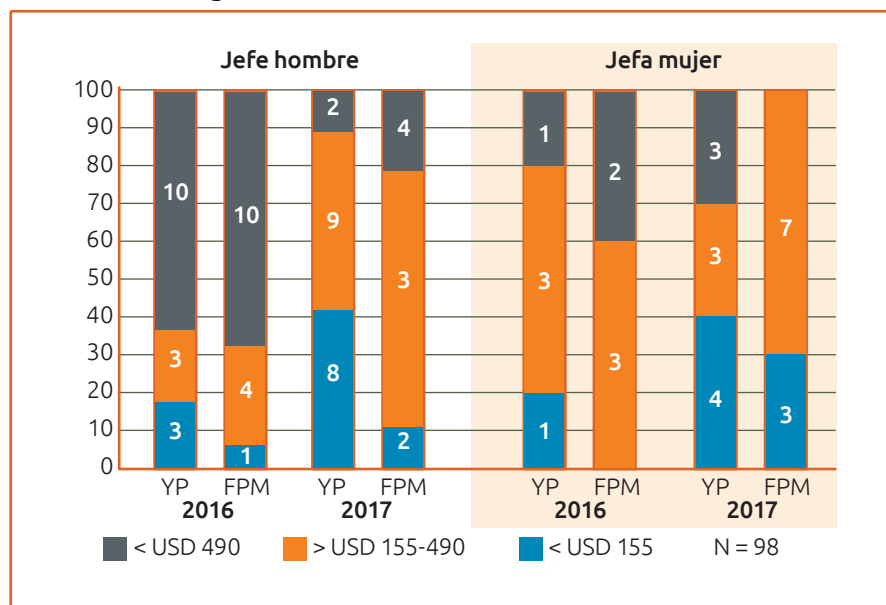
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENMDU).

Figura 3. Incremento de los ingresos y capacidad de gasto



Fuente: encuestas a hogares de las APP. Elaboración: empresa consultora Observatorio Social.

Figura 4. Cantidad gastada en el mes de referencia en las necesidades del hogar



Fuente: encuestas a hogares de las APP. Elaboración: empresa consultora Observatorio Social.

68,9%, siendo más elevada en el ámbito rural con un 75,4%. La tasa de desempleo en ese mes a nivel nacional para las mujeres fue de un 5,4% de la PEA (3,2% para hombres). La tasa a nivel nacional de empleo bruto se ubicó en 66%, siendo en el ámbito rural de un 74,1%.

El involucramiento en negocios familiares es igual entre mujeres y varones. Además es notable que una proporción igual de mujeres y de varones participe en tareas agropecuarias. En el periodo 2016-2017 no se dieron cambios significativos entre mediciones, con una excepción: el descenso del porcentaje de mujeres de Yo Prefiero que ayudan en las tareas de la finca (de 81% a 69%). Sin embargo, los varones indican haber trabajado en mayor proporción a tiempo completo (Yo Prefiero: 75% de varones y 51% de mujeres; Frutos de la Pachamama: 79% de varones y 55% de mujeres). A su vez, el involucramiento

de los varones en otros negocios “no agropecuarios” también es mayor que el de las mujeres en Frutos de la Pachamama (18% varones y 9% mujeres). Las mujeres indican carga horaria también para el desarrollo de los “quehaceres del hogar” (13% en ambas APP), mientras que los varones no reportan carga horaria en esta actividad.

Una parte de las mujeres ha cambiado de trabajo productivo a “tiempo completo” a “tiempo parcial”. Este cambio sugiere que las mujeres tienen actualmente un papel más activo en la comercialización de los productos de la finca ya que su carga horaria no se ha reducido.

### Proceso de evaluación

La evaluación permitió determinar los efectos de la actividad en dos niveles: el estado nutricional y la diversidad de la dieta de las familias con madres embarazadas o niños menores de un año que recibieron las canastas (consumidor), y también los cambios en los ingresos de los pequeños productores locales, en particular de las mujeres, así como la toma de decisiones al interior del hogar y en la asociación.

Durante los 15 meses de operación de la actividad, el PMA, conjuntamente con los socios locales, realizó el levantamiento de información (dos tomas cuantitativas al inicio y al final del proyecto) y varias acciones de monitoreo como: control de la salud de las madres y de los niños, asistencia a las capacitaciones-aprendizajes y verificación de calidad, empaque y presentación de los productos entregados por las APP en las parroquias donde se focalizaron familias (Angochagua, La Esperanza y Lita, del cantón Ibarra, e Imantag y otras parroquias próximas al cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, centro-norte de Ecuador).

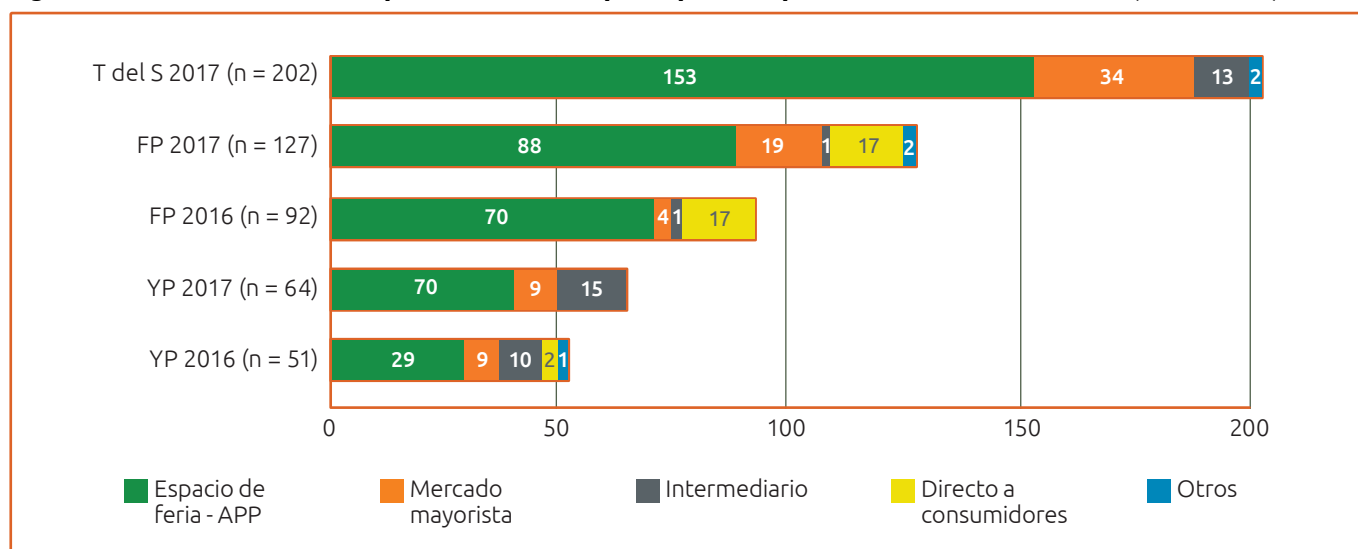
### Los resultados de la investigación

Los resultados de la investigación arrojan que la principal fuente de ingresos de los socios de las APP es la agricultura, que se incrementó en el periodo de estudio (2016-2017). Desde 2016, la finca ha aumentado su importancia en Yo Prefiero, lo que ha disminuido el trabajo de sus socios dedicado a negocios no agropecuarios (los cambios no son estadísticamente significativos).

Considerando el número de socios por APP y las entregas realizadas mensualmente por los productores, el incremento de sus ganancias durante los 15 meses de implementación de la actividad fue de entre USD 115 y 400 mensuales. Este incremento de ingresos se plasma en la capacidad de gasto mensual que muestran las familias (figuras 3 y 4).

La capacidad de gasto de los hogares de Yo Prefiero y Frutos de la Pachamama subió en los últimos 12 meses. Desde 2016, el gasto mensual promedio parecería haber aumentado

Figura 5. **Venta de número de productos en los principales espacios de comercialización (2016-2017)**



Fuente: encuestas a hogares de las APP. Elaboración: Patricia Natividad.

en Yo Prefiero en un 10%. También se ha producido un crecimiento de la capacidad de gasto en los hogares encabezados por mujeres, pero menos significativo. En cifras de 2016, es destacable que el número de hogares en el tercil más bajo de gasto de los hogares autoidentificados como “indígenas” se redujo a la mitad (de 3 a 1% en Yo Prefiero y de 8 a 4% en Frutos de la Pachamama).

Mediante los nuevos espacios de comercialización se logra la vinculación directa del productor rural con el mercado local y con el consumidor urbano (figura 5).

Destaca la mejora de los ingresos de los productores al relacionarse con mercados estables. El mercado, las ferias y los consumidores se convierten en los principales canales de comercialización de las APP. Se ha apoyado la generación de espacios de comercialización o ferias de las APP y su vinculación con el mercado local del PMA, que se ha convertido en el primer espacio de comercialización de sus productos.

La frecuencia con la que entregan alimentos para vender a través de la APP es mensual o semanal. El acceso a los espacios de las ferias es semanal.

Las asociaciones, a pesar de su corta trayectoria, muestran un creciente papel en la comercialización de productos aunque parte de la producción la siguen vendiendo sin el apoyo de la APP. La asistencia brindada por la APP a Yo Prefiero para la comercialización de productos agrícolas subió de 24 a 30%. En el caso de Frutos de la Pachamama, de 30 a 47%. La percepción de mejoras en distintos aspectos de la producción de alimentos es generalizada entre los socios de las APP. Al menos el 50% de ellos reconoce mejoras desarrolladas a lo largo del proceso de vinculación al mercado del PMA en los siguientes aspectos: volumen de venta, selección y empaqueo de alimentos, manipulación de alimentos y conocimiento sobre procesos productivos (figura 6).

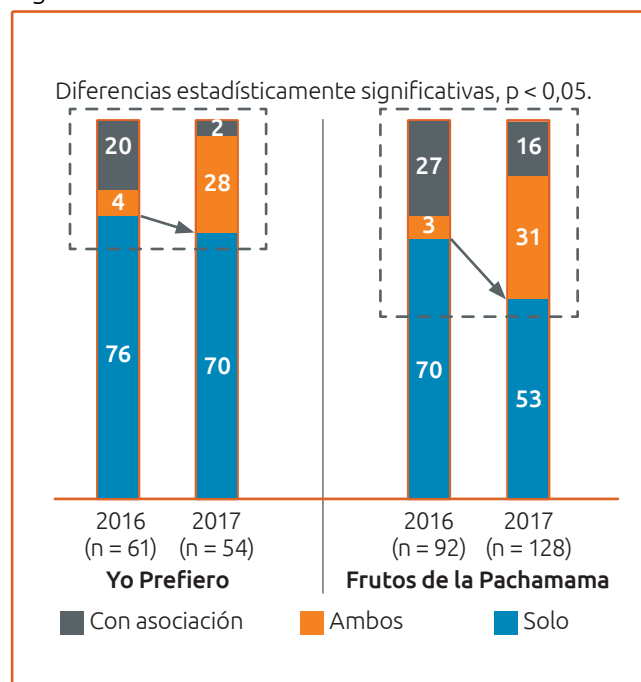
El PMA trabajó con sus socios locales en el fortalecimiento de capacidades “en cascada” en seguridad alimentaria y nutrición, temas administrativos-financieros y género. El apoyo del MAG –en el anterior gobierno llamado Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca– destaca como la principal asistencia técnica recibida en todas las asociaciones. En Yo Prefiero llega incluso al 76% en 2016, disminuyendo al 70% en 2017. Este apoyo en el caso de Frutos de la Pachamama, llegó al 38% y se mantuvo inalterable en el siguiente año.

A pesar del contexto macroeconómico desfavorable por la recesión económica del país, el nivel de vida de los hogares de las APP del estudio se mantuvo estable o mejoró desde 2016.

**Yo Prefiero** recibió su personería jurídica el 21 de abril del 2016, su conformación se había dado un año antes.

**Frutos de la Pachamama** tiene personería jurídica desde 19 de abril de 2016 aunque su trayectoria, ligada a una red de productores y productoras, data de cinco años previos a su organización legal.

Figura 6. **Ventas de APP**



Fuente: encuestas a hogares de las APP. Elaboración: empresa consultora Observatorio Social.

Cuadro 2. **Cifras macroeconómicas de Ecuador (diciembre, 2017)**

Tasa de variación PIB trimestral (CVE) (t/t-1)	2017. II (%)	2017. III (%)
<b>PIB total a precios constantes (base 2007)</b>	<b>1,7</b>	<b>0,9</b>
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,6	-0,9
Explotación de minas y canteras	0,3	0,3
Industria manufacturera y refinación de petróleo	1,6	-2,2
Construcción	-1,6	-2,2
Comercio al por mayor y menor	1,1	1,0
Administración pública	2,5	0,8
Resto de servicios	2,2	1,8

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2017.

En cuanto al equipamiento de los hogares, los socios de las APP invirtieron parte de los ingresos en mejorar la producción y sus hogares. En Yo Prefiero aumentó el número de hogares que tienen computador (uno de cada 10 socios), teléfono celular (cuatro de cada 10 socios) y vehículos (dos de cada 10 socios); en Frutos de la Pachamama, más hogares tienen cocina con horno (actualmente el 45%) y motocicletas. Además, los hogares han logrado mantener su nivel de vida a pesar de haber dejado de recibir subsidios gubernamentales.

El acceso al crédito también creció desde 2016. La proporción de hogares con préstamos vigentes para consumo o producción (sin incluir crédito para vivienda) subió; en Yo Prefiero pasó de 52 a 80% de los hogares asociados; en Frutos de la Pachamama el crecimiento fue menor (de 34 a 48%). Los montos de los préstamos adquiridos también crecieron.

Existe una alta participación de los hogares de la muestra en la administración de las asociaciones: el 55% de Yo Prefiero y el 45% de Frutos de la Pachamama tiene miembros que ocupan cargos en sus agrupaciones.

Las APP, tras el proceso de capacitación, manejan el proceso de comercialización con criterio técnico, administrativo y financiero. En la asociación Yo Prefiero, 20 de 27 socios entregan productos mensualmente, mientras que en Frutos de la Pachamama, 22 de 58 socios lo hacen semanalmente de forma rotativa. Las entregas requieren facturación, un proceso que los socios actualmente manejan como resultado del fortalecimiento administrativo.

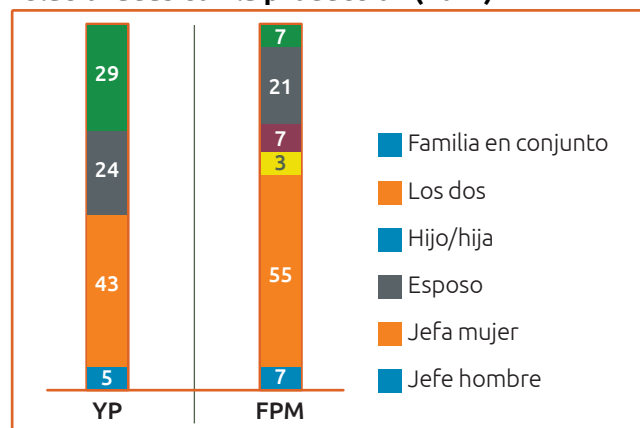
Las decisiones productivas son tomadas por la pareja, como se puede apreciar en la figura 7. Es importante destacar que el 90% de los informantes de las APP participa en las decisiones productivas de la finca.

### Diversidad de la dieta

En promedio los hogares de los socios de las APP tienen un consumo alimentario semanal aceptable según la tipología de consumo del PMA, que considera el consumo semanal de una familia con base en 15 grupos de alimentos. Los pocos hogares que tenían un consumo alimentario al límite de la deficiencia han mejorado su dieta desde 2016.

Por los datos obtenidos se aprecia que desde 2016 la tendencia, tanto en Yo Prefiero como en Frutos de la Pachamama, es la reducción del número de hogares que consume azúcar y bebidas azucaradas y la disminución de la frecuencia semanal (número de días) de consumo de azúcar. La disminución en el consumo de bebidas solo se aprecia en Yo Prefiero.

Figura 7. **Responsables de la toma de decisiones relacionadas con la producción (2017)**



Fuente: encuestas a hogares de las APP. Elaboración: empresa consultora Observatorio Social.

### Conclusiones

La vinculación directa del productor y el consumidor dinamiza la economía local, incrementa los ingresos de los pequeños productores y productoras, y constituye una puerta de acceso a otros mercados locales institucionales. Asimismo, empodera a las mujeres para la toma de decisiones.

El trabajo coordinado intersectorial e integralmente (MAG, GPI, APP y PMA) propicia la generación y el fortalecimiento de espacios directos de comercialización. Se espera que estos espacios, “ferias solidarias”, “ferias locales” o “mercados alternativos”, puedan generar relaciones y vínculos permanentes de confianza entre productores y consumidores que trasciendan el acceso a mercados institucionales, lo que obliga a trabajar en una mayor coordinación y capacitación.

Las articulaciones y vínculos rural-urbano y rural-rural permiten presentar relaciones bajo las cuales operan los circuitos cortos de comercialización y otras formas innovadoras en las que los consumidores y los productores se relacionan sin intermediarios en espacios establecidos, reconocidos y con capacidad de permanecer en el tiempo. Los alimentos se convierten en la forma de entender el territorio, su cultura y sus limitantes: nutrición, salud, convivencia, economía, ambiente y sostenibilidad de los recursos, entre otros.

El esfuerzo del PMA por trabajar con asociaciones de pequeños productores bajo la idea de construir un espacio de “compras para el progreso”, en el que sean capaces de convertirse en proveedores que respondan a las exigencias del consumo saludable, así como la asunción de la responsabilidad de las instituciones locales de esta población vulnerable, es el marco de trabajo que se viene desarrollando con los gobiernos locales. Otra de las iniciativas llevadas a cabo es la articulación de las instituciones locales en pos de alcanzar una producción rural más sostenible.

La suma de esfuerzos ha sido y es importante para garantizar los objetivos del proyecto. El trabajo conjunto en educación alimentaria y nutricional, seguimiento, monitoreo, apoyo presupuestario y toma de decisiones son los factores que deben ser considerados antes, durante y después de cada intervención.

Este tipo de proyectos o estudios ha sido elaborado y coordinado desde y hacia el territorio con el enfoque de la práctica. Se ha incidido en las actividades y políticas de los gobiernos locales, las cuales requieren ser replicadas y apoyadas a través de políticas innovadoras que se enmarquen en las necesidades o los requerimientos de las instituciones, pero sin perder de vista el contexto y la cultura local.

Los resultados que se han presentado sirven como punto de referencia para los tomadores de decisiones y para la generación de nueva evidencia. ●

**Luis Fernández**

Responsable de la Unidad de Monitoreo y Evaluación del Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en el Ecuador.

[luis.fernandez@wfp.org](mailto:luis.fernandez@wfp.org)

**Patricia Natividad**

Monitora de campo y asistente de investigación, Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas en Ecuador, Suboficina Imbabura.

[patricia.natividad@wfp.org](mailto:patricia.natividad@wfp.org)

*Este documento es una recopilación de los resultados del estudio de caso “Vinculación de Pequeños Productores como Proveedores de Alimentos a Mercados Alternativos”. La investigación se realizó con el apoyo del equipo de consultores de la región andina de McKnight, un consultor de apoyo, Pablo Vidueira (Universidad Politécnica de Madrid, España) y una empresa privada (Observatorio Social, responsable del levantamiento de datos cuantitativos y análisis de datos).*

**Referencias**

- Banco Central de Ecuador (2017). **Cifras económicas de Ecuador**. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie201712.pdf>
- CEPAL (2013). **Agricultura familiar y circuitos cortos. Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición**. Memoria del seminario sobre circuitos cortos, 2 y 3 de septiembre de 2013. Santiago de Chile 2014.
- INEC (2017). **Reporte de economía laboral**. Septiembre de 2017. [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/Informe\\_Economia\\_laboral-sep17.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/Informe_Economia_laboral-sep17.pdf)

**Grupos de alimentos en la tipología de consumo del PMA**

1. Condimentos, especias y bebidas dulces.
2. Azúcar o endulzantes.
3. Aceite, grasas y mantequilla.
4. Frutas de color naranja.
5. Frutas.
6. Vegetales de hoja verde.
7. Vegetales anaranjados.
8. Vegetales y hojas.
9. Huevos.
10. Pescado y mariscos.
11. Vísceras de color rojo.
12. Carnes frescas.
13. Leche y otros productos lácteos.
14. Legumbres, nueces y semillas secas.
15. Cereales, granos, raíces y tubérculos.

- Organización Internacional para las Migraciones (2012). **Movilidad humana. Gestión fronteriza integral en la subregión andina** (Módulo II). Lima: OIM.
- PMA (2017). **Informe de vinculación de pequeños productores a circuitos de comercialización**. Programa Mundial de Alimentos.
- PMA (s. f.). **P4P Compras para el Progreso**. Programa Mundial de Alimentos, Oficina Regional para América Latina y El Caribe. [wfp.org/purchase-progress](http://wfp.org/purchase-progress)
- Scriven, M. (1967). **The Methodology of Evaluation**. En Stake, R. E., *Curriculum Evaluation*. Chicago: Rand McNally. American Educational Research Association.

Productora, Otavalo. 📷 Patricia Natividad



# Productores y consumidores ecológicos: dos caminos por encontrarse

MARIANA ALEM, HERNÁN NARANJO, ANNE PIEPENSTOCK, ROXANA CASTELLÓN, ALBERTO CÁRDENAS

Establecer vínculos permanentes entre la producción sostenible de pequeña escala y el consumidor ecológico no depende solo de buena voluntad. Es necesario estudiar con precisión ambos elementos de la relación para contribuir en el establecimiento de condiciones que lo hagan posible. El presente estudio, realizado en Cochabamba, Bolivia, es un ejemplo en la búsqueda por conocer mejor nuestras realidades.

Productoras y vendedoras en la reinauguración de Agroecológica en Cochabamba, Bolivia.  
📷 Archivo proyecto EcoConsumo/Fundación AGRECOL Andes





**E**n la ciudad de Cochabamba, Bolivia, se realizó un diagnóstico de la producción de los productos ecológicos frescos para entender su vinculación con los mercados y el comportamiento de la demanda. Se realizaron 115 entrevistas semiestructuradas a las instituciones que apoyan la producción ecológica, a los productores y a los comercializadores de alimentos ecológicos. Adicionalmente se realizaron 182 entrevistas a profundidad a seis grupos focales y también observaciones participantes en cuatro ferias de la ciudad de Cochabamba. Los resultados muestran que los productos identificados como ecológicos alcanzan el 2,1% de la producción departamental, de los cuales solo el 0,02% está certificado. Los agricultores ecológicos tienen gran variedad de productos, pero los volúmenes de producción están concentrados principalmente en cuatro. De la misma manera, sus puntos de venta son diversos pues tienen dificultades para el acceso directo a las ferias y mercados. Por otro lado, casi el 80% de los entrevistados no conoce lo que es un producto ecológico, ni los demanda explícitamente. Ambas tendencias se refuerzan mutuamente ya que la baja demanda diferenciada no motiva al productor y la poca oferta, junto con la falta de información, tampoco generan mayor interés a los consumidores.

## Introducción

Bolivia muestra una coyuntura favorable para el desarrollo de la agricultura ecológica, como se puede ver en el caso de la promulgación de la Ley 3525, "Ley de regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica" (Ministerio de la Presidencia, 2016), que define como "ecológico" a todo producto orgánico, biológico o ecológico que es saludable, nutritivo y seguro para la salud humana y ambiental (MDRyT, 2006).

El marco legal apoya también el trabajo de instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y movimientos sociales que promueven una alimentación saludable y un consumo responsable. Asimismo, la coyuntura económica en Bolivia, al igual que en otros países de la región, muestra un crecimiento del mercado interno que, desafortunadamente para los pequeños productores bolivianos, se refleja en el incremento de las importaciones de alimentos en detrimento de la soberanía alimentaria. Por ejemplo, entre 2005 y 2013, las importaciones de legumbres y frutas crecieron de 10,2 a 45,9 millones de dólares, mientras que para los cereales el incremento fue de 89 a 335 millones de dólares en el mismo periodo (INE, 2016). Esta tendencia ha llevado a la disminución de la participación de la agricultura familiar en la seguridad y soberanía alimentarias.

No se cuenta con información oficial de los volúmenes y el valor de la producción ecológica comercializada en Bolivia (Barreda, Cárdenas y Zelada, 2009; Deconinck, 2008) para saber qué porcentaje de esta demanda podría ser abastecida por los productores familiares ecológicos, ya que las fuentes oficiales como la Encuesta Nacional Agropecuaria 2015 o el Censo Agropecuario 2013, no mencionan específicamente este aspecto.

Adicionalmente, cuando los productores intentan acceder a los mercados y llegar a los consumidores, enfrentan una barrera importante en la comercialización pues no cuentan con acceso a los puntos de venta o a los mercados convencionales, los cuales están manejados principalmente por intermediarios y revendedores (Salazar, 2016).

Para enfrentar esta problemática se ha ido gestando la consolidación, aunque todavía de manera incipiente, de redes de pequeños productores ecológicos que buscan distintas alternativas de comercialización en ferias y mercados diferenciados. Por ejemplo, la Fundación AGRECOL Andes ha apoyado el desarrollo de espacios caracterizados por ser circuitos cortos de comercialización de la producción local a través del sistema de EcoFerias y ferias de promoción, bajo el

lema de la "Ecoagricultura, cultura y salud", donde se privilegia una relación directa entre productores y consumidores locales (Chambilla y Lizarazu, 2013).

Si bien algunos espacios diferenciados se han consolidado, su participación en el comercio de productos frescos sigue siendo reducida y atraen a consumidores de estratos de mayor poder adquisitivo que buscan principalmente una alimentación más natural, basada en granos enteros como la chía, el amaranto, la quinua y otros. Sin embargo, estos consumidores todavía se refieren a lo natural, orgánico o ecológico sin diferenciación (Catacora, 2004; Chambilla y Lizarazu, 2013). En los últimos años hay más consumidores que acuden a espacios donde se comercializan productos ecológicos y participan de iniciativas por una alimentación saludable (Cárdenas, 2015). Sin embargo, no se conoce con certeza qué los motiva para acudir a estos espacios ni si tienen una demanda explícita por productos ecológicos y si esta podría crecer en un futuro.

Para gestionar cambios en el desarrollo de la comercialización a favor de productores y consumidores es necesario entender las barreras que limitan el acceso de los productores a los mercados y también las razones que movilizan a productores y consumidores hacia una producción y consumo más saludables y responsables, no solo desde el punto de vista de la investigación, sino por la fortaleza que dicho conocimiento puede brindar al momento de gestionar cambios sociales significativos.

En respuesta a esta necesidad de generar conocimiento y acción nace el Proyecto EcoConsumo, ejecutado por la Fundación AGRECOL Andes y la Universidad Privada Boliviana (UPB) con financiamiento de la Fundación McKnight. Su objetivo es comprender los factores que afectan los espacios de comercialización de productos ecológicos frescos en el departamento de Cochabamba para aportar a su fortalecimiento y favorecer a productores y consumidores. El presente artículo muestra los avances de la primera fase de investigación de este proyecto de 2017.

## Metodología

El diagnóstico elaborado por el proyecto EcoConsumo se concentró en la identificación de productores ecológicos, los lugares de venta de sus productos y la determinación de los factores que facilitan o dificultan la comercialización de sus productos en cuatro ferias en el departamento de Cochabamba. A continuación se detalla brevemente la metodología utilizada para la obtención de la información.

### *Ubicación de la zona de estudio*

El departamento de Cochabamba se encuentra en el centro de Bolivia. Cochabamba es una ciudad con cerca de un millón de habitantes. Por su clima y topografía de valle interandino, su vocación productiva es agropecuaria (INE, 2017).

### *Recolección de datos a nivel departamental*

La primera recolección de datos se realizó durante el primer semestre de 2017 sobre la ubicación de la producción ecológica, la variedad de productos, los volúmenes de producción y los espacios de comercialización de dichos productos.

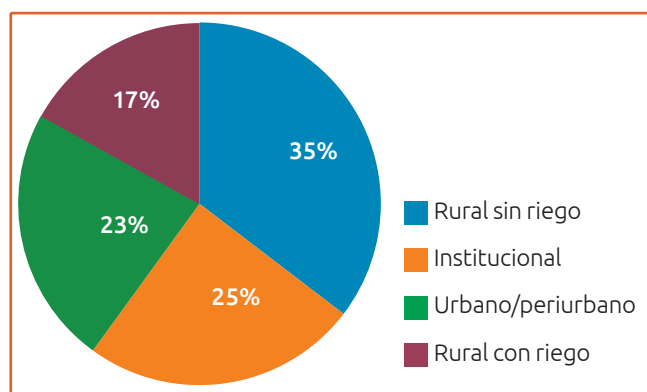
Los datos se levantaron a través de 115 entrevistas semiestructuradas (De Vaux, 2006), y por medio de un muestreo de bola de nieve (Green y Thorogood, 2009), enfocadas a tres distintas fuentes:

1. Ferias productivas y promocionales donde se buscaron productores ecológicos para entrevistarlos.
2. 50 tiendas de venta de productos saludables (EcoPuntos de venta registrados en *La EcoGuía AGRECOL* [Alem y Castellón, 2016]), donde se buscó a los proveedores de alimentos ecológicos frescos para entrevistarlos.

- Una lista inicial de 30 instituciones reconocidas y con vínculos con la Fundación AGRECOL Andes. Estas instituciones trabajan impulsando la producción ecológica; por ello se entrevistaron técnicos y directores para recopilar información de los proyectos y de las familias beneficiarias con las que trabajan.

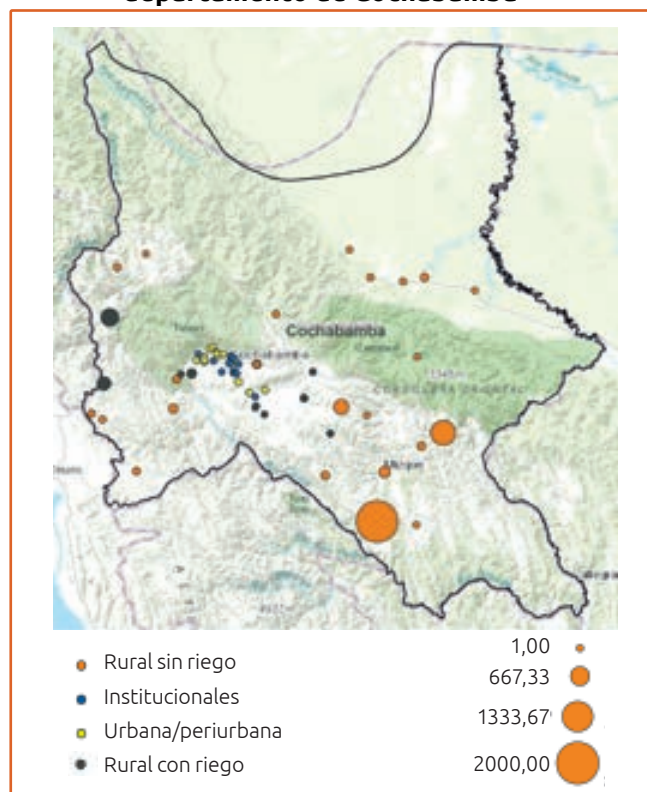
Es importante resaltar que la metodología de bola de nieve permitió encontrar toda la producción ecológica rastreable. Sin embargo, las limitaciones de esta metodología dejan un porcentaje desconocido de producción ecológica tradicional que no se puede identificar debido a que, por la forma de comercialización que utiliza, se pierde la información necesaria para cualquier trazabilidad al mezclarse con la producción convencional.

Figura 1. **Tipos de productores ecológicos identificados en Cochabamba, Bolivia**



Los colores de las secciones representan el tipo de productor y su tamaño es una aproximación a la cantidad de productores identificados existente. Fuente: elaboración propia.

Figura 2. **Localización de los productores ecológicos identificados en el departamento de Cochabamba**



Abril de 2018. Fuente: elaboración propia con base en los resultados del proyecto EcoConsumo, utilizando la plataforma ArcGIS Online Toolkit Geographic Platform of the Andes Community.

### Tipología de productores ecológicos

Las familias productoras fueron clasificadas de acuerdo a tres categorías:

- Si como unidad productiva se considera a la familia campesina (Van der Ploeg, 2016) o es una institución que contrata la mano de obra para la producción.
- Ubicación geográfica de la unidad productiva, ya sea en la zona urbana-periurbana o rural.
- Presencia de agua de riego en la unidad productiva.

### Recolección de información de fuentes secundarias

Se realizó una revisión de la información publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2017), como el Censo Agropecuario (2013) y la Encuesta Nacional Agropecuaria (2015), en busca de datos productivos para aproximar la proporción de producción ecológica con el total reportado.

### Recolección de información en casos de estudio (puntos de venta)

Para seleccionar los puntos de venta que serían casos de estudio para el proyecto, los criterios fueron:

- Ubicación geográfica dentro de la zona metropolitana de Cochabamba.
- Localización en una zona con población de bajos recursos económicos.
- Punto de venta con presencia de productores que venden productos ecológicos frescos directamente al consumidor.
- Cuatro puntos de venta de tamaños diversos que fueran representativos de una feria provincial grande hasta una feria barrial pequeña.

En los cuatro casos de estudio se levantó información cualitativa a través de 182 entrevistas abiertas y etnográficas a profundidad con una amplia diversidad de actores, seis grupos focales (de consumidores) y observaciones participantes (Green y Thorogood, 2009). En la presentación de testimonios, los nombres de los entrevistados han sido modificados para mantener el anonimato de las fuentes.

## Resultados

Los temas presentados a continuación incluyen la oferta y la demanda de productos ecológicos frescos con una mirada hacia el crecimiento de los espacios para su comercialización.

### Producción ecológica departamental

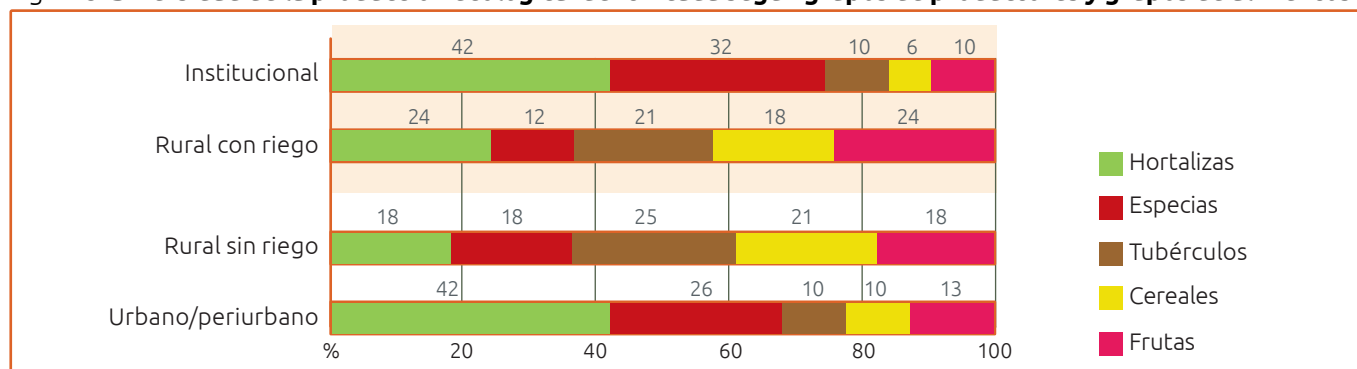
En el departamento de Cochabamba se identificaron cerca de 6200 familias productoras de alimentos ecológicos frescos, que alcanzan anualmente una producción aproximada de 26 050 toneladas métricas en 9855 hectáreas.

Existe una diversidad de agricultores (figura 1) que enfoca sus esfuerzos en la producción ecológica. Estos productores están localizados tanto en áreas urbanas como rurales del departamento de Cochabamba. El 52% de los agricultores ecológicos identificados lleva a cabo sus actividades en las zonas rurales; dos tercios de ellos (35%) sin ningún tipo de sistema de riego y, por tanto, con elevada vulnerabilidad ante las condiciones climáticas adversas, especialmente en periodos de persistente sequía.

El otro 48% produce alimentos ecológicos frescos en las zonas urbanas y periurbanas de Cochabamba con algún sistema de riego, lo que les permite hacerlo en diversas épocas del año. El 23% pertenece a familias productoras urbanas o periurbanas que cultivan en terrenos pequeños, generalmente de traspatio, pero que aun así logran generar algunos excedentes para el mercado.

El otro 25% corresponde a instituciones, especialmente unidades educativas, ONG, colectivos y otras que, a través de sus

Figura 3. **Diversidad de la producción ecológica identificada según grupos de productores y grupos de alimentos**



Fuente: elaboración propia.

Cuadro 1. **Alimentos frescos (por grupo de alimentos) de las canastas entregadas mensualmente por las APP a las familias focalizadas**

Tipo de productor	Hortalizas	Especies	Tubérculos	Cereales	Frutas	Total	%
Urbano / Periurbano	117,9	4,7	46,0	44,7	38,4	251,8	1,0
Rural sin Riego	645,9	30,1	14 874,8	8783,3	1104,5	25 438,6	97,7
Rural con Riego	44,5	0,0	132,4	109,1	57,7	343,8	1,3
Institucional	7,3	0,2	0,6	6,8	1,0	15,9	0,1
Total	815,6	35,1	15 053,9	8943,9	1201,6	26 050,1	100,0

Producción en toneladas métricas. Fuente: elaboración propia.

programas de enseñanza, producen alimentos ecológicos para su propio consumo, los cuales no suelen llegar a los mercados.

Como puede observarse en la figura 2, las familias dedicadas a la producción ecológica en las zonas rurales sin riego conforman iniciativas más grandes –hasta 2000 familias por iniciativa– que en el departamento de Cochabamba presentan mucha dispersión. Los productores urbanos, periurbanos e institucionales están concentrados en la zona metropolitana del departamento, especialmente en la provincia de Cercado. Como se verá más adelante, la posición geográfica y el acceso al agua tienen gran influencia en el tipo de producción y comercialización.

Los alimentos producidos por los diversos grupos de productores concuerdan con lo esperado de la producción ecológica: una alta diversidad que registra 139 productos ecológicos frescos. Estos productos han sido clasificados en cinco grandes grupos, como lo muestra la figura 3.

A pesar de que todos los grupos de productores producen alimentos pertenecientes a los cinco grupos alimentarios identificados, se observa que los productores en la zona urbana y periurbana que cuentan con sistemas de riego (familias productoras urbanas/periurbanas y productores institucionales) se dedican más a la producción de hortalizas y especias, mientras que no existe en los productores familiares rurales (con o sin riego) un grupo alimentario preponderante en términos de diversidad.

Si bien la figura 3 muestra una diversidad amplia, es importante mencionar que el volumen de la producción es marginal para muchos de los productos identificados y no siempre se destina a la venta. La diversificación de la producción también tiene otros fines: equilibrar los ecosistemas para mantener la salud del suelo con la rotación de cultivos, combatir las plagas al albergar insectos benéficos y parásitos depredadores; lograr que la dieta familiar tenga mayor variedad, así como contar con mayor diversidad de productos para ofrecer a los consumidores, etc. Sin embargo, cuando se mide la producción total, esta diversidad se diluye pues muestra una concentración en ciertos cultivos típicos de secano: los tubérculos y los cereales.

Esto se observa al analizar la diversidad producida con los volúmenes de producción de cada tipo de productor (cuadro 1).

En primer lugar resalta que casi el 98% del volumen de la producción es de familias agricultoras rurales que no tienen riego. Además se observa que la mayor parte de la producción pertenece a dos grupos de alimentos: tubérculos (57,8%) y cereales (34,3%). La producción de hortalizas, frutas y especias no llega siquiera al 8% del total.

En el caso de los tubérculos, la producción de papa es la más relevante; representa aproximadamente el 97% del total. Por otro lado, entre los cereales, el trigo y el maíz representan el 38 y 39% respectivamente. Destacan también, pero en menor medida, el maíz choclo y la cebada (alrededor de 6% cada uno).

En cuanto a las frutas, el cultivo más representativo es la papaya (62% del total de la producción), seguido de maní (10%), manzana (6%), naranja (6%) y durazno (3,5%). Otros cultivos, como aguacate (palta), frutilla, tumbo y plátano, son importantes aunque su participación individual alcanza apenas entre el 1 y 2%.

Asimismo, en el conjunto de la producción identificada de hortalizas ecológicas, los principales cultivos son arveja (30%) y alfalfa (28%), que representan más de la mitad del total de la producción, en tanto que existen otros cultivos, como haba (13%), cebolla (8,5%), col (repollo) (4%), tomate (2,5%), lechuga (2,5%), espinaca (2%) y zanahoria (1%), entre otros, que son alimentos muy frecuentes en la dieta regular de los consumidores cochabambinos.

Las especias son el grupo menos relevante; representan menos del 1% del total de la producción ecológica identificada. En este grupo destacan el locoto (*Capsicum pubescens*, 44%), té (*Camellia sinensis*, 17%), anís (*Pimpinella anisum*, 13%), jengibre (*Zingiber officinale*, 5%), cúrcuma (*Curcuma longa*, 4%), tomillo (*Thymus*, 3,7%), entre otros.

De los datos recopilados en la Encuesta Nacional Agropecuaria 2015 (ENA 2015), para 19 productos que abarcan el 90% de la superficie producida en el departamento de Cochabamba (INE, 2017), se encontró que la producción ecológica representa una proporción del 2,1% de la producción departamental, de la que solamente el 0,02% está certificado. Al realizar una comparación de los volúmenes de producción ecológica con los reportados por la ENA 2015, se encuentra

“Me voy tempranito, entre cuatro y cinco de la mañana, al mercado del triángulo (mercado mayorista) y me compro unas arrobitas de verduras, surtidito... Eso me traigo y revendo, si no a mis vecinos, si tienen, también primero les compro para traer, con eso mantengo mi puesto hasta que vuelva a producir.”

Doña Filomena

“Sé que lo que compro está con químicos. Nunca necesito preguntar si los productos que compro son fumigados o no porque no creo que haya producto que no se fumigue; mi hijo es agrónomo y dice que hasta los pollos se fumigan ahora.”

Doña Teresa

—¿Usted sabe de algunos beneficios que tiene comer productos frescos?

—Sí, son sanos y duran más, aquí dicen que son productos sin jampis (pesticidas)

Doña Marcia

—¿Sabe qué es un producto ecológico?

—Claro... Son los producidos sin pesticidas ni ningún agente sintético.

—¿Conoce a alguien que comercialice productos ecológicos en este mercado?

—No, no hay nadie

Don Víctor

—¿Cómo es para usted un producto de calidad?

—Son, pues, los más grandecitos; por ejemplo, estos tomates que se ven bien bonitos, brillando, bien rojitos, que no tienen ni ajados ni podridos ni negritos

Doña Juana

variedad y los volúmenes de producción suficientes no podría alcanzar el crecimiento esperado.

#### Primer destino de la producción ecológica

Para comercializar su producción los agricultores ecológicos recurren a una gran diversidad de puntos de venta, empezando por la venta directa al consumidor al pie de la parcela hasta llegar a las ferias provinciales, que reúnen la producción de varios municipios rurales para luego distribuirla en los centros urbanos.

El primer punto de venta, al pie de la parcela, fue clasificado bajo el criterio de cercanía entre productor y consumidor. Se establecieron tres grados de cercanía. En el primer grado la relación es directa: el productor se encuentra con el consumidor final directamente en su parcela, en las ferias locales, barriales, promocionales o en las ferias especializadas de productos ecológicos. El segundo grado abarca un solo intermediario entre el productor y el consumidor final; esto ocurre en tiendas especializadas, tiendas de barrio o tiendas de instituciones que apoyan la comercialización de productos ecológicos, supermercados o micromercados, restaurantes y ventas públicas para programas de desayuno escolar o lactancia materna.

El primer y segundo grado de cercanía se consideran cadenas o circuitos cortos de comercialización (Eliás y Devisscher, 2014).

Finalmente, en el tercer grado puede haber un número indeterminado de intermediarios entre el productor y el consumidor final, con una cercanía muy baja ya que el productor vende a un intermediario que, a su vez revende a un número desconocido de escalones antes de que el consumidor final compre el producto.

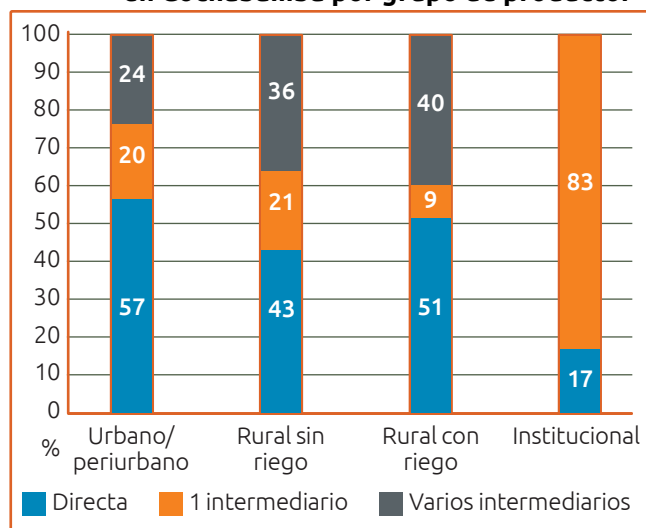
Como puede observarse en la figura 4, un alto porcentaje de productores ecológicos comercializa en un circuito corto. En el 77% de los puntos de venta utilizados por los productores ecológicos urbanos y periurbanos de la zona metropolitana de Cochabamba existe una relación muy cercana del productor con el consumidor (relación directa o con máximo un intermediario), lo cual se explica por las facilidades que encuentran para acceder a ferias o contactarse con clientes como, por ejemplo, los restaurantes. Los productores institucionales, también ubicados en la zona urbana y con solo un intermediario, tienen una situación similar en términos de cercanía al consumidor final.

Sin embargo, a pesar de este alto porcentaje, los productores ecológicos entrevistados en las ferias seleccionadas resaltaron que les fue muy difícil conseguir el acceso a los espacios de feria ya que continuamente tienen la presión de los comerciantes revendedores (intermediarios) que quieren adueñarse de sus puestos. Adicionalmente, les es muy difícil mantener abastecidos sus puestos durante todo el año porque, por la estacionalidad de la producción y las fuertes sequías, durante algunos meses del año no tienen productos para cosechar. Para subsanar este problema y mantener sus puestos en las ferias, los productores suelen pasar a ser comerciantes revendedores temporalmente.

En estos casos, los productores ecológicos no pueden garantizar la forma de producción de los alimentos que revenden y muchas veces reconocen que no son productos ecológicos. Muy pocos productores venden productos ecológicos todo el año y, si lo hacen, es porque tienen agua de riego y han logrado una producción escalonada planificada que les permite contar con productos a lo largo de todo el año.

El otro componente que se observa en la figura 4 para los productores rurales muestra que entre 60 y 64% de los puntos de venta a los que acceden les permite tener una cercanía con el consumidor final. No obstante, en ellos es más significativa la relación con los puntos de venta donde

Figura 4. **Grado de cercanía de la relación entre productores ecológicos y consumidores en Cochabamba por grupo de productor**



Fuente: elaboración propia.

que la producción ecológica concentra casi el 98% en cuatro productos: papa, maíz, choclo y trigo, típicos alimentos de la vocación productiva de secano en Cochabamba, lo que no ocurre en su producción convencional, en la que esos productos solo representan el 45% de la producción departamental. Esta proporción muestra que un mercado ecológico sin la



Oferta de hortalizas en la feria dominical de Quillacollo, Bolivia.  Archivo proyecto EcoConsumo/Fundación AGRECOL Andes



Venta de tubérculos en el mercado provincial de Quillacollo, Bolivia.  Archivo proyecto EcoConsumo/Fundación AGRECOL Andes

la intermediación es muy alta, y a esto se le puede llamar la cadena o circuito largo de comercialización (Elías y Devisscher, 2014). Se observa que aproximadamente un 40% de los puntos de venta a los que llega la producción ecológica de los productores rurales tiene una alta dependencia de las cadenas de intermediarios, lo que hace también más vulnerable al productor rural en lo que respecta a la comercialización porque participa menos en la determinación del precio final del producto y, por ende, los comerciantes pueden pagarle lo que quieren.

#### *Características de los consumidores*

En el levantamiento de información en las ferias seleccionadas como casos de estudio se han recogido las razones que motivan a los consumidores a comprar sus alimentos. Estas razones son principalmente: precio, frescura y apariencia física del producto. Otras razones se mencionan con menor frecuencia (figura 5).

Llama la atención observar que la salud y la nutrición no aparecen como razones relevantes para decidir qué comprar. Esto podría indicar que las características sanas y nutritivas de los productos ecológicos no son relevantes para los consumidores o no las conocen. Un 79% de las personas entrevistadas afirmaron desconocer lo que es un producto ecológico, lo que confirma el supuesto anterior. Por lo tanto, la oferta explícitamente ecológica interesa a una minoría de los consumidores y su condición de no contener residuos que afecten a la salud no influye en la decisión de compra en más del 95% de los entrevistados.

En concordancia con el desconocimiento de los productos ecológicos, no se encontraron consumidores que declaren explícitamente comprar sus alimentos porque son ecológicos, aunque en algunos casos el producto ecológico se confunde con el producto fresco.

Por otro lado, personas entrevistadas que mencionaron que sí conocían los productos ecológicos no explicitaron demandarlos ni sabían que la feria donde fueron entrevistados ofrecía productos ecológicos.

Incluso cuando se habla de la calidad de los alimentos, cuando los consumidores explican que demandan un producto por su calidad, asocian este concepto solamente a características de apariencia: tamaño grande, colores fuertes, sin partes dañadas, etc.

Esto plantea un escenario desafiante pues los resultados de las entrevistas indican claramente que, para promocionar los productos ecológicos como parte del consumo de los habitantes de Cochabamba, se debe trabajar en asociar las características de los productos ecológicos con las principales razones de compra de los consumidores, resaltando que el

producto ecológico tiene un precio accesible, es fresco y de calidad. Esto debe combinarse con una mayor visibilidad y diferenciación de los productos ecológicos en las ferias.

### **Conclusiones**

Los resultados de la investigación sobre la producción ecológica en Cochabamba presentan un escenario todavía precario respecto a las oportunidades de acceso de los productores a los mercados y muestran dificultad para identificar a todos los productores ecológicos por la baja tasa de certificación y por los mecanismos de comercialización, que invisibilizan la forma de producción.

Además, a pesar de encontrar la alta diversidad típica de la producción ecológica, hallamos una oferta concentrada en cuatro productos de tubérculos y cereales, lo que muestra que los volúmenes de producción ecológica dentro de los otros grupos de alimentos deben seguir ampliándose para poder abastecer la canasta familiar completa.

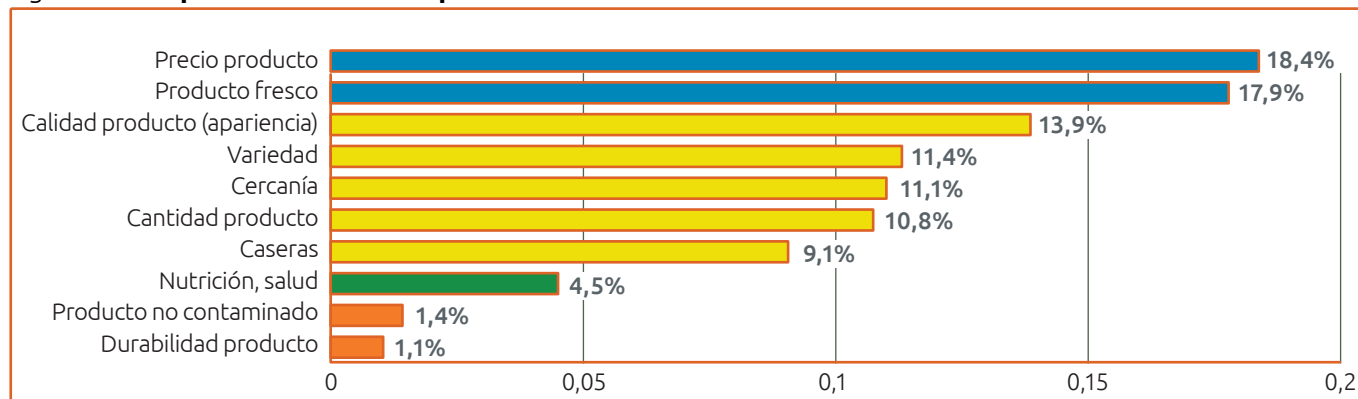
Entre las estrategias de venta se observa la diversificación de los puntos de venta por cada productor. Queda por investigar la cantidad de producción ecológica que fluye en cada punto de venta para conocer cuánto se comercializa en una relación cercana o circuito corto y cuánto sigue dependiendo de los intermediarios.

La diversificación del punto de venta se puede deber a muchas razones: es posible que el productor no pueda vender toda su producción en un solo punto de venta; que en ese punto de venta el precio no sea el óptimo; que distribuir en muchos lugares sea una estrategia de diversificación del riesgo; que al vender en varios lugares, si en algún momento alguno de los destinos no recibe el producto, los productores pueden entregarlos en otros puntos de venta; también puede ser una estrategia oportunista: el productor vende lo que puede en los lugares que mejor precio le ofrecen en cada oportunidad que tiene para vender, etc. De esta manera, para ampliar espacios de venta de productos ecológicos es importante contemplar condiciones óptimas para los productores buscando garantizar estabilidad en el abastecimiento.

Por otro lado, los resultados de consumo muestran que no hay una demanda amplia explícita por productos ecológicos en los mercados. La baja demanda diferenciada desmotiva al productor a certificar sus productos o a esforzarse en publicitar que sus alimentos sean ecológicos, y la poca oferta, junto con la falta de información, tampoco generan mayor interés entre los consumidores.

Es aquí donde la acción colectiva puede jugar un rol importante: diferenciar espacios para productos ecológicos en los mercados; productores ecológicos informando explícitamente la forma de producción de sus alimentos (inteligentemente

Figura 5. Principales razones de compra de los consumidores en cuatro ferias de Cochabamba



Fuente: elaboración propia.

asociada a las principales razones de compra del consumidor: barato, fresco y de calidad); interesar a instituciones, colectivos, autoridades locales y de los mercados para ayudar a hacer crecer la demanda de productos ecológicos; proporcionar garantías de productos ecológicos; incrementar su visibilidad; informar a los consumidores sobre los beneficios de consumir productos ecológicos, y posicionar el tema en la opinión pública como relevante para la vida de las personas. ●

#### Mariana Alem

Licenciada en Biología con maestría en Desarrollo Rural e Innovación Rural. Actualmente es coordinadora del proyecto EcoConsumo en la Fundación Agrecol Andes, Bolivia  
[marianaaz@gmail.com](mailto:marianaaz@gmail.com)

#### Hernán Naranjo

Economista con maestría en Economía Agrícola. Actualmente es docente e investigador en el Centro de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Privada Boliviana, Bolivia  
[hnananjomejia@gmail.com](mailto:hnananjomejia@gmail.com)

#### Anne Piepenstock

Ingeniera agrónoma con maestría en Desarrollo Rural. Más de 20 años de experiencia en desarrollo rural sostenible, agricultura ecológica y extensión rural. Actualmente es consultora independiente y agricultora urbana ecológica.  
[annpi@gmx.de](mailto:annpi@gmx.de)

#### Roxana Castellón

Licenciada en Ciencias Jurídicas y Políticas con maestría en Derechos Humanos. Actualmente es investigadora del proyecto EcoConsumo en la Fundación Agrecol Andes, Bolivia.  
[roxanacastellont@gmail.com](mailto:roxanacastellont@gmail.com)

#### Alberto Cárdenas

Ingeniero agrónomo con 15 años de experiencia en producción agroecológica, conformación de mercados ecológicos locales y Sistemas Participativos de Garantía. Actualmente es investigador del proyecto EcoConsumo de la Fundación Agrecol Andes, Bolivia.  
[alberto.cardenas@agrecolandes.org](mailto:alberto.cardenas@agrecolandes.org)

Agradecemos a la Fundación McKnight, a la Fundación Agrecol Andes y al Centro de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Privada Boliviana por todas las contribuciones al proyecto EcoConsumo. De la misma manera, expresamos nuestro reconocimiento y agradecimiento a todas las instituciones, productores y personas que aportaron datos productivos y de comercialización con total apertura.

#### Referencias

- Alem, M., y Castellón, R. (2016). **La EcoGuía**. Cochabamba: AGRECOL-Andes.

- Barreda, C., Cárdenas, L., y Zelada, F. (2009). **La demanda de productos ecológicos en Bolivia: estructura y retos para su desarrollo**. La Paz: Fomem, AOPEB, Mercadeando S.A., CORDAID.
- Cárdenas, A. (2015). **Informe anual 2015 Proyecto Pequeñas Semillas Grandes Oportunidades**. Cochabamba: Fundación AGRECOL Andes.
- Catacora, G. (2004). **Promoción de la producción, certificación y comercialización de los productos ecológicos en el departamento de Cochabamba. Diagnóstico para la implementación de una feria ecológica**. Cochabamba: Fundación AGRECOL Andes.
- Chambilla, H., & Lizarazu, R. (2013). **Caracterización de la producción, comercialización y consumo en el comercio alternativo: el caso de las ferias ecológicas de La Paz y Cochabamba en Bolivia**. (E. T. S. de I. A. ETSIA, Ed.). Madrid: Universidad Politécnica de Madrid UPM.
- De Vaux, D. (2006). **Research Design in Social Research**. Londres: SAGE Publications.
- Deconinck, L. (2008). **Comercialización de productos ecológicos en Bolivia: Análisis breve de la situación actual y recomendaciones para impulsarla**. Cochabamba: GALCI/AOPEB/AGRECOL Andes.
- Elías, B., y Devisscher, M. (2014). **Prescindir del intermediario: un sueño campesino**. en: Elías, B., y Devisscher, M. (eds.), *Del productor al consumidor. Una alternativa para la agricultura familiar*. La Paz: Agrónomos y Veterinarios sin Fronteras, pp. 17-31.
- Gobierno Municipal Autónomo de Cochabamba (2016). **Market Study: For promoting urban orchards and floriculture**. Cochabamba.
- Green, J., y Thorogood, N. (2009). **Qualitative Methods for Health Research**. Londres: SAGE Publications.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2016). **Producto interno bruto por tipo de gasto**. <http://www.ine.gob.bo/index.php/prod-interno-bruto-anual/introduccion-3>
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2017). **Instituto Nacional de Estadística**. <http://www.ine.gob.bo/index.php>
- Ministerio de Desarrollo Rural y Tierra. (2006). **Reglamento de la Ley 3225/06. Norma Técnica Nacional para la Producción Ecológica**. (A. y M. A. Ministerio de Desarrollo Rural, Ed.).
- Ministerio de la Presidencia (2016). **Gaceta oficial de Bolivia**. <http://www.gacetaoficialdebolivia.gob.bo/>
- Salazar, H. (2016). **No tenemos lugar: dinámica de los mercados campesinos en la ciudad de Cochabamba**. Cochabamba: CIPCA.
- Van der Ploeg, J. D. (2016). **El campesinado y el arte de la agricultura. Un manifiesto chayanoviano**. *Cambios agrarios y estudios del campesinado* (vol. 2). La Paz: Fundación Tierra.

# 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

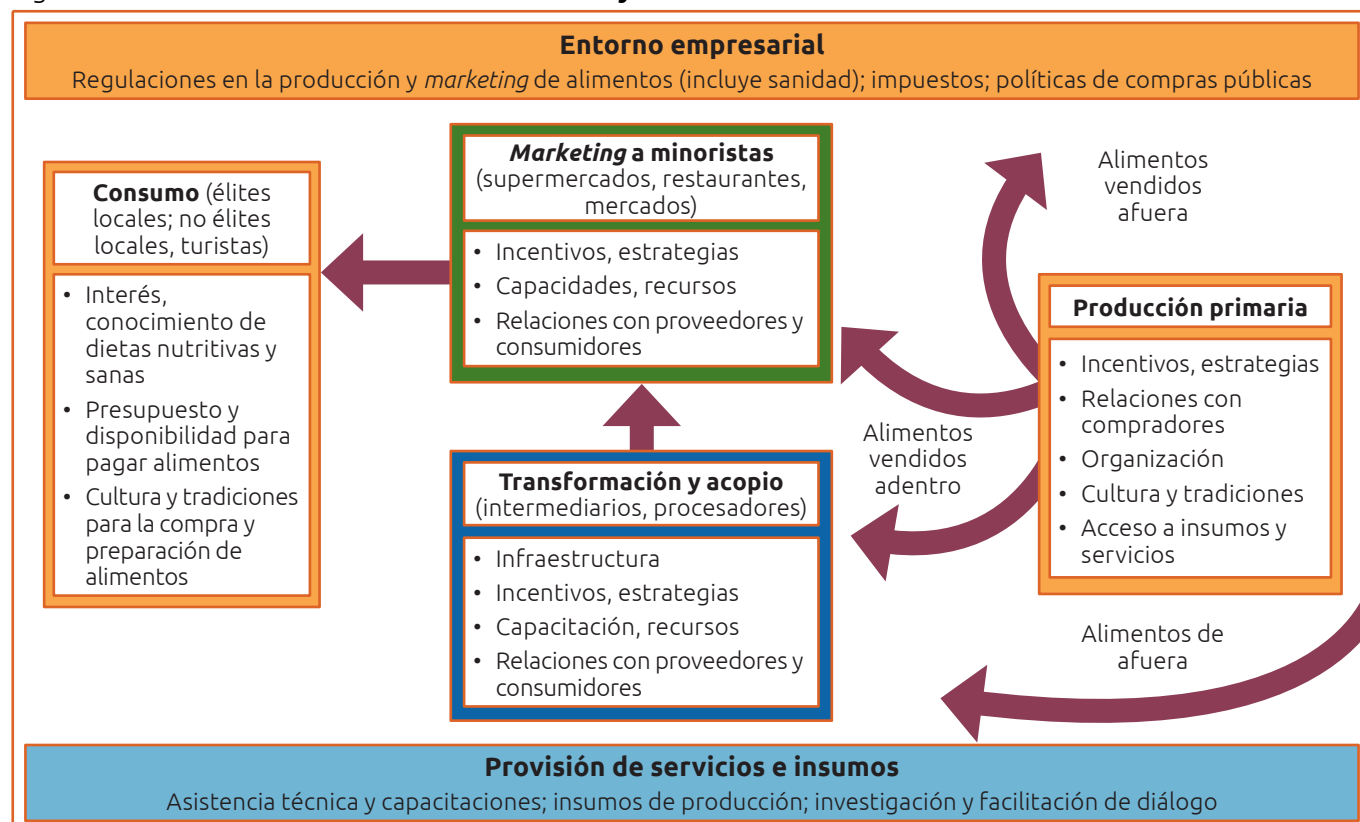
aprovechando esta oportunidad para expandir sus ventas a los mercados de las ciudades y, si no lo están haciendo, averiguar qué debe cambiar y cuáles son los cuellos de botella que impiden a los agricultores satisfacer esta demanda.

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
<b>Fecha de las entrevistas</b>	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
<b>Tamaño de muestra</b>	300 consumidores	43 jefes de compras	4 instituciones	40 vendedores de mercado 2 intermediarios 5 supermercados	2 productores	9 instituciones
<b>Temas principales</b>	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.
<b>Métodos</b>	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



Maíz "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](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>



Niños en Centro de salud de Panti Pampa. ■ Yesmina Cruz

# Centros infantiles y nutrición de los niños, ¿hay relación?

**Estudio de caso** en el cono sur del departamento de Cochabamba, Bolivia

YESMINA CRUZ AGUDO, MARÍA CRISTINA OMONTE FERRUFINO

La importancia de asegurar una buena nutrición durante la infancia no puede ser soslayada; ningún desarrollo es posible si no se garantiza la alimentación en las etapas tempranas de la vida. El presente artículo describe las experiencias que en este ámbito se han desarrollado en Bolivia, a través del caso del departamento de Cochabamba. Como dicen las autoras: “invertir en los niños en sus primeros años de vida es una necesidad crítica”.



Niños almorzando en el centro infantil de Aiquile. ■ Yesmina Cruz

Los gobiernos de varios países de América Latina han establecido diferentes programas y políticas para mejorar la atención durante la primera infancia. La evidencia de la necesidad de invertir en los niños en sus primeros años de vida es cada vez mayor (Araujo y otros, 2013). La capacidad de los seres humanos para aprender durante la primera infancia (cero a cinco años) es mucho mayor que en las otras etapas de la vida (Bernal, 2014).

La oferta institucional para la primera infancia en Bolivia consiste en dos programas, uno de nutrición y otro de estimulación temprana. Por ejemplo, tenemos el programa PAN Manitos (El Alto, Gobernación de La Paz), que consiste en el servicio de cuidado a la infancia. De igual forma, el programa Kallpa Wawa, iniciado con financiamiento de UNICEF, funciona en el Municipio de Tapacarí para brindar atención a la primera infancia. El programa Desnutrición Cero es parte de una de las principales políticas sociales de Bolivia y tiene como objetivo contribuir a la erradicación de la desnutrición crónica en el país (Araujo y otros, 2013). En muchos otros departamentos de Bolivia, bajo el marco de la Ley 070 Avelino Siñani-Elizardo Pérez, que determina que los niños menores de tres años deberían ser beneficiados con educación obligatoria, la Dirección Departamental de Gestión Social (SEDEGES), los Gobiernos Autónomos Municipales (GAM), ONG e instituciones privadas unen sus esfuerzos para apoyar el buen desarrollo de la primera infancia de niños en estado de vulnerabilidad y de zonas pobres.

En un estudio antropométrico realizado por la ONG Vecinos Mundiales en un municipio rural de Cochabamba, se encontró que los niños que asisten a los centros infantiles tenían un perfil nutricional más bajo que los que no asistían. Debido a ello, se hizo un estudio en comunidades de zonas aledañas para ver si existía la misma tendencia. En países como Perú y Ecuador, el estado y manejo de los centros infantiles condiciona la calidad del aporte (Araujo y otros, 2015). El principal hallazgo del estudio es que los centros infantiles en Cochabamba enfrentan diferentes desafíos en la calidad de atención. En este artículo analizamos las dificultades que se les

presentan para ofrecer una buena atención y si esto influye o no en la nutrición de los niños, además de presentar las percepciones de los padres respecto de los centros.

El presente estudio, realizado de agosto a diciembre de 2017, fue aprobado por el Ministerio de Salud de Bolivia, el SEDEGES de Cochabamba, los centros de salud de cada municipio y por los padres y madres de cada comunidad.

## Métodos

Se seleccionaron 25 centros infantiles ubicados en 25 comunidades de siete municipios del cono sur del departamento de Cochabamba. En estos 25 centros, se pesó y midió a todos los niños y niñas menores de cinco años, un total de 351. Esto fue complementado con entrevistas sobre percepciones del funcionamiento de los centros infantiles. Entrevistamos a tres facilitadores municipales (un varón y dos mujeres), 17 cuidadores de los centros (dos varones y 15 mujeres) y a 53 padres y madres (26 padres y 27 madres); 34 tenían hijos en el centro y 19 no tenían. En cuatro comunidades condujimos una discusión en grupos focales.

Los datos antropométricos (peso y talla) fueron recogidos de los niños menores de cinco años que asistían o no al centro. Se usaron métodos estándar (Tapia y otros, 2009) para la toma de estos datos. A los niños menores de dos años se les tomó la talla recostados. En la medición se utilizó un equipo portátil (una balanza calibrada y un tallímetro). Las madres o los encargados de los centros nos proporcionaron las fechas de nacimiento de cada niño, verificada en el 90% de los casos por una tarjeta de salud infantil.

Todos los datos fueron manejados con Microsoft Excel y los análisis fueron hechos en WHO Anthro, un software gratuito de la Organización Mundial de la Salud (OMS).

## Resultados: barreras a las que se enfrentan los centros infantiles

### Acceso a los centros

Del total de centros visitados, 21 se encuentran en comunidades rurales. En 11 de ellos el acceso es difícil pues el camino es de tierra, se encuentra en mal estado y no hay transporte frecuente; en los otros 10 el acceso no es muy difícil pues hay un camino afirmado, aunque no hay transporte (cuadro 3). Las condiciones de acceso a estos centros dificultan el ingreso de los alimentos y también el del personal que realiza el seguimiento. Los otros cuatro centros se encuentran en zonas semiurbanas y urbanas, donde los caminos son buenos y hay disponibilidad de transporte.

### Tiempo de caminata de los niños de sus casas al centro

En 23 comunidades los niños deben ir caminando desde sus casas al centro, llevados por las madres o los hermanos mayores. En 19 comunidades la caminata dura de 10 a 30 minutos, pero en cuatro de ellas dura de una a dos horas.

### Dotación de alimentos y materiales educativos

El funcionamiento de los centros depende de dos entidades públicas, el SEDEGES y el GAM. El 80% de los centros mostró deficiencias en la dotación de alimentos y materiales educativos. En siete de ellos la dotación de alimentos era crítica y otros tres centros informaron que no habían recibido material educativo en 2017; el resto informó que fue muy poco.

### Percepción de los padres y madres y su apoyo a los centros infantiles

En 23 centros los padres señalan que los apoyan de acuerdo a sus posibilidades, por ejemplo, con aporte monetario o con alimentos que producen en mayor cantidad; solo en dos comunidades los padres no brindan ningún tipo de apoyo. En uno de los centros los padres pagan por cada niño hasta 250 bolivianos (equivalentes a USD 36); en cinco centros

Cuadro 1. **Porcentajes de desnutrición (peso y talla bajos) en niños del cono sur de Cochabamba**

Grupos de edad (meses)	N	Peso para la edad % < -2 PEZ	Talla para la edad % < -2 TEZ
Total (6-60)	351	1,7	20,2
6-11	16	0	6,3
12-23	66	1,5	21,2
24-35	93	2,2	19,4
36-47	64	0	28,1
48-60	112	2,7	17,9

TEZ: talla por edad Z-score; PEZ: peso por edad Z-score (las líneas de referencia de las curvas de crecimiento se basan en puntuación Z, también conocida como puntuación de desviación estándar que se usa para describir la distancia entre una medición y la mediana; OMS, 2008). Fuente: Vecinos Mundiales.

Cuadro 2. **Comparación de los porcentajes de desnutrición de los niños que van y los niños que no van a los centros**

	N	Peso para la edad % < -2 PEZ	Talla para la edad % < -2 TEZ
Total	351	1,7	20,2
No asisten	87	1,1	17,2
Asisten	264	1,9	21,2

TEZ: talla por edad Z-score; PEZ: peso por edad Z-score. Fuente: Vecinos Mundiales.

los padres aportan entre 5 a 30 bolivianos, dependiendo de su disponibilidad de recursos, y en el resto de los centros las familias apoyan con algún alimento, por lo general papas. Cerca del 100% de los responsables de los centros mencionó que los padres son un elemento clave para el buen funcionamiento porque son ellos quienes pueden exigir apoyo de las entidades gubernamentales. El 57% de los padres mencionó que la mayor motivación para enviar a sus hijos al centro es la educación inicial; un 24% porque quieren que sus hijos se alimenten mejor, y un 19% porque necesitaba que alguien los cuide mientras ellos trabajan.

La mayoría (n=32) dijo conocer el tipo de alimentos que el centro provee a sus hijos y 10 consideraban que sus hijos se alimentaban mejor en sus casas. Los demás (n=19), que no saben qué comen sus hijos en los centros, indicaron que se alimentan mejor en la casa. Esta opinión se debía a que los niños llegaban a casa con hambre.

### Influencia de los centros en la nutrición infantil

#### Desnutrición en el cono sur

De los 351 niños, solo uno mostró bajo peso; sin embargo, el 20% (n=70) tiene altos retrasos en la talla. Esta situación empeora a medida que los niños crecen (cuadro 1). Entonces, los niños no están bajos de peso, pero sí tienen baja estatura para su edad. Por esta razón podemos afirmar que la desnutrición en estas zonas es crónica pero no aguda (desnutrición crónica es baja talla para la edad y desnutrición aguda es bajo peso para la edad).

Como se observa en el cuadro 2, para la desnutrición, reflejada en el perfil de talla para la edad, existe una diferencia de 1,1 a 1,9 entre niños que no van y los que van a los centros, respectivamente. Esto muestra que, aparentemente, los niños están mejor nutridos en sus casas.

#### Desnutrición según el contexto de cada centro

En el cuadro 3 podemos ver los perfiles de desnutrición de los 25 centros. Vemos que en los centros con difícil acceso y más alejados, los niños están en peor estado nutricional y, en



Toma de medidas antropométricas en el centro infantil de Molle Pucara. Ingrid Miranda

cinco de ellos, más del 30% tiene talla baja. En comunidades con buen acceso como Aiquile, San Isidro, Totora y Tin Tin, la desnutrición crónica es menor al 10%.

### Discusión y conclusiones

Invertir en los niños en sus primeros años de vida es una necesidad crítica. En el cono sur de Cochabamba, los centros infantiles influyen en el estado nutricional de los niños, pero esta influencia puede ser positiva o negativa, de acuerdo a la calidad de atención que reciben; una cuestión fuertemente influenciada por el contexto.

Los niños empiezan a asistir a los centros infantiles por lo general a partir de un año de edad, habiendo muy pocos casos de menores de un año. Para las familias, los centros infantiles juegan un rol importante en el desarrollo de sus hijos ya que los preparan desde muy pequeños para que ingresen a la escuela y son una ayuda a las madres en su cuidado, lo que les permite dedicarse a otras actividades. Es también un apoyo para las familias pobres con muchos hijos, cuyos hogares enfrentan insuficiencia alimentaria.

Descubrimos que hay varias razones por las cuales los centros infantiles no brindan el apoyo óptimo. La más importante tuvo que ver con el acceso a ellos. En general, los centros que tienen buenas condiciones de acceso presentan menores niveles de desnutrición crónica. Sin embargo, también se puede ver que la desnutrición crónica, independientemente del centro infantil, es mayor en comunidades de difícil acceso, aspecto que puede ser mejorado con una mejor planificación del uso de vehículos por los GAM y el SEDEGES.

Otro aspecto a tomar en cuenta es el tiempo de caminata de los niños a los centros infantiles. Casi en la totalidad de las comunidades los niños deben caminar para llegar al centro; en algunas caminan más de dos horas. En la mayoría de los casos el desgaste energético que realizan los niños no es compensado por la cantidad de alimentos que se les proporciona en los centros, todo esto sin contar el retorno a sus hogares. Por ello, la dotación de alimentos debería definirse no solo de acuerdo a la cantidad de niños sino según



Cuadro 3. Comparación de los porcentajes de desnutrición de los niños en los 25 centros del cono sur de Cochabamba

Centros infantiles	N	Peso para la edad % < -2PEZ	Talla para la edad % < -2TEZ	Acceso disponibilidad de transporte	Acceso estado de los caminos	Tiempo de viaje en auto (horas)
<b>Total</b>	<b>351</b>	<b>1,7</b>	<b>20,2</b>			
Pucara Kása	6	0	66,7	Regular	Regular	2
Molle Pucara	7	0	28,6	Regular	Regular	2
Tabla Mayu	10	0	10	Malo	Malo	2
San Isidro	13	7,7	7,7	Bueno	Bueno	0,5
Tin Tin	21	4,8	4,8	Bueno	Bueno	0,5
Aiquile	36	0	0	Bueno	Bueno	0,1
Totora	21	0	9,5	Bueno	Bueno	0,1
Mayra	15	0	13,3	Bueno	Bueno	0,1
Damirancho	22	0	22,7	Regular	Bueno	0,5
Santiago	12	0	33,3	Malo	Regular	2
Qochini	7	0	14,3	Malo	Malo	2
Salto Pampa	9	0	44,4	Malo	Regular	2
Panti Pampa	5	0	40	Malo	Malo	2,5
Huañuma	13	0	38,5	Malo	Malo	1,5
Sik'imira	14	7,1	28,6	Malo	Malo	5
K'aspi Corral	9	0	22,2	Malo	Malo	4,5
Zapallar	11	0	18,2	Malo	Malo	6
Sivingani Sud	14	0	7,1	Malo	Malo	5
Ayapampa	10	0	10	Malo	Regular	1
Muyurina	11	0	45,5	Malo	Malo	2
Vacas	57	1,8	24,6	Bueno	Bueno	2
Pocotaica	6	0	16,7	Malo	Malo	3
Taqo Kasa	6	0	33,3	Malo	Malo	2
K'uchu Arrumani	6	16,7	50	Malo	Malo	2
Cañacota	10	10	20	Regular	Bueno	0,5

Fuente: Vecinos Mundiales.

el contexto de cada comunidad, aspecto que en el momento no es considerado.

Vimos que la desnutrición crónica de los niños que asisten a los centros es más elevada en relación con los que no asisten. Hay varios factores que influyen, uno de los cuales es el tipo y la cantidad de alimentos que consumen los niños tanto en las casas como en el centro. La preocupación de los padres estaba relacionada con el hecho de que sus hijos llegaban con hambre a los hogares.

Es claro que la mayor responsabilidad de la crianza de los niños es de los padres y madres, por lo que su rol en el buen funcionamiento de los centros es crucial. Sin embargo, para la mayoría de los padres la mayor motivación es que sus hijos aprendan a leer y escribir, y no necesariamente que se alimenten mejor. Si las familias ven como prioridad la alimentación de sus hijos y sus implicancias en el futuro, esto puede contribuir a mejorar la calidad de atención de los centros, dando un mayor apoyo ya sea en la gestión o aportando con alimentos que ellos producen.

Con este estudio no hemos logrado determinar con exactitud la influencia de los centros infantiles en la nutrición de los niños; sin embargo, se han identificado barreras que condicionan el aporte positivo o negativo de los centros, las cuales deben ser tomadas en cuenta por los actores involucrados.

Los 25 centros son solo una parte de los cientos de centros que existen en Bolivia. Los descubrimientos obtenidos por el estudio son una pequeña imagen de lo que hay, por lo que

se debe seguir profundizando en ellos y su influencia en el desarrollo de los niños. ●


**Yesmina Cruz Agudo**  
Vecinos Mundiales Bolivia.  
[ycruzagudo@gmail.com](mailto:ycruzagudo@gmail.com)

**María Cristina Omonte Ferrufino**  
Vecinos Mundiales Bolivia.  
[mariaomontef@yahoo.es](mailto:mariaomontef@yahoo.es)

### Referencias

- Araujo, M. y otros (2013). **Panorama sobre los servicios de desarrollo infantil en América Latina y el Caribe**. Ecuador: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Araujo, M. y otros (2015). **La calidad de los Centros Infantiles del Buen Vivir en Ecuador**. Ecuador: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bernal, R. (2014). **Diagnóstico y recomendaciones para la atención de calidad a la primera infancia en Colombia**. Colombia: Fedesarrollo.
- Organización Mundial de la Salud (OMS) (2008). **Interpretando los indicadores económicos**. Washington.
- Tapia, R. y otros (2009). **Estandarización en antropometría en niños y niñas menores de cinco años de edad y toma de muestra en sangre capilar**. La Paz: Ministerio de Salud y Deportes de Bolivia.



Niños cuidando gallinas, comunidad Tacsana.  Edgar Olivera

# De productores a consumidores

## Sistema alimentario de las familias altoandinas en Ambato, Huancavelica

RAÚL CCANTO, CLAIRE LAGUNES, MARÍA SCURRAH, ALFREDO TITO

La región Huancavelica, Perú, ha sufrido históricamente altos niveles de pobreza que en la actualidad se manifiestan a través de consecuencias como la desnutrición crónica de más del 30% de niños y niñas menores de cinco años y la presencia de anemia en más de la mitad de los que tienen entre seis y 35 meses de edad. Los autores de este artículo, miembros del Grupo Yanapai, presentan estrategias para mejorar la nutrición infantil.

**E**l Perú es un país con poblaciones heterogéneas debido a una combinación de factores socioeconómicos y culturales que establecen diferencias en el acceso a los alimentos, tanto en términos económicos de producción, distribución y adquisición, como en lo cultural. Bertrán Vilá (2010) plantea que los grupos humanos dan a los alimentos atributos o significados para clasificarlos de manera que guíen su elección según la ocasión, condición socioeconómica, edad, sexo, estado fisiológico, imagen corporal, prestigio, entre otros. También señala que los significados pueden ser externos e internos; los primeros se refieren a todas aquellas condiciones que no pertenecen al ámbito doméstico pero que pueden

intervenir sobre decisiones, como la disponibilidad y accesibilidad de los alimentos, horarios de trabajo, organización del tiempo, cuidado de los hijos, exposición a alimentos nuevos, por mencionar algunos; mientras que los significados internos constituyen lo que quieren decir las cosas para quien las usa, volviendo familiares e íntimas las condiciones del contexto.

### Contexto regional

Huancavelica es una región con un clima variable que se caracteriza por sus bajas temperaturas, que pueden llegar a extremos de  $-8^{\circ}\text{C}$  en algunas noches y madrugadas durante los meses de junio a agosto. La población conserva costumbres y

tradiciones sociales transmitidas de generación en generación que se expresan en su vestimenta, lengua, mitos y folclor. La población estimada en 2017 es de 502 100 habitantes, de los cuales el 49,3% son mujeres y el 50,3% varones (CPI, 2017), con 76,5% de población rural y tan solo 23,5% de población urbana. A diferencia de otras regiones del Perú, la tasa de crecimiento poblacional de Huancavelica ha aumentado de forma constante en las últimas tres décadas (CPI, 2017). En los últimos 20 años, la población rural se ha reducido de manera drástica. En 2007, un equivalente a la mitad de su población vivía fuera de su territorio: 48,5% residía en Lima, 31,9% en Junín, 11,3% 3% en Ica y 2,3% en Ayacucho (INEI, 2007). El terrorismo que asoló la región en la década de 1980 fue una de las principales causas de emigración. Después del periodo de violencia política, las razones de migración fueron más económicas: escasez de oportunidades de trabajo, riesgo agrícola y crecimiento poblacional, lo que ha obligado –especialmente a los jóvenes– a buscar oportunidades en otras regiones más productivas.

### Alimentación y nutrición local

En Huancavelica la alimentación depende en buena medida de los recursos monetarios o de la producción del campo y de las posibilidades que la población tenga para acceder a ella. La desnutrición y la anemia, si bien son provocadas por múltiples factores, tienen entre los principales a la alimentación (ENDES, 2017): el 31,2% de niños y niñas menores de cinco años en Huancavelica sufre de desnutrición crónica y el 54,7% de niños y niñas de seis a 35 meses de edad presenta anemia. La población es pobre (31,9%) y el 68,2% de ella está en situación de pobreza extrema y no puede cubrir ni siquiera sus requerimientos nutricionales básicos.

### Estudio de caso

El proyecto “Sembrando la dieta andina: escalando el uso de la agrobiodiversidad para una mejor nutrición infantil en las comunidades de Huancavelica”, financiado por la fundación McKnight, ha buscado mejorar la diversidad de la dieta en niños y niñas menores de 24 meses mediante el fortalecimiento de la producción y consumo de alimentos más nutritivos,

principalmente de origen animal, y una mejor adquisición de los alimentos escasos en la comunidad. En este marco se establecieron estrategias productivas dirigidas a la incorporación de papas nativas con alto contenido de micronutrientes, papas biofortificadas y crianza de gallinas con doble propósito (huevo y carne), y al fortalecimiento de capacidades para la lactancia materna exclusiva mediante capacitaciones lúdicas en alimentación complementaria, alimentos ricos en hierro y consistencia de los alimentos. Para fortalecer este aprendizaje se realizaron visitas domiciliarias de consejería y campañas de sensibilización y promoción de la mejor compra de alimentos en ferias y mercados locales.

El estudio fue realizado en la comunidad Ambato, distrito de Yauli. Se trata de una comunidad con varios pisos ecológicos, y altitudes que varían entre los 3600 y 4500 m.s.n.m., donde los eventos climáticos propios de su ubicación geográfica son frecuentes (sequías, granizadas, heladas y otros). La agricultura es la base de la economía rural; se caracteriza por ser estacional y de autoconsumo, de baja producción, con una deficiente estructura de comercialización y vulnerable ante las condiciones del clima, que agravan la crisis en el área rural. Cabe resaltar que la mano de obra disponible en el campo es utilizada solo en forma estacional, observándose elevadas tasas de subempleo y desempleo. La agricultura produce principalmente papa mejorada, papa nativa, cebada, habas, avena y otros tubérculos y cereales andinos; además se practica la ganadería extensiva. Los cultivos, en su mayoría, necesitan poca agua. Las mujeres se dedican a la artesanía como fuente adicional de ingresos.

A fin de determinar la relación de alimentos que se consumen en la comunidad de Ambato, se realizó un censo a las madres con niños y niñas entre seis y 24 meses. Se encontraron 126 niños y niñas en este rango de edad. Antes de aplicar la encuesta, se obtuvo el consentimiento informado de todas las madres y padres. El recojo de los datos sobre la frecuencia de consumo de alimentos (FCA) se hizo durante septiembre y octubre de 2017, en las visitas domiciliarias coordinadas previamente con las promotoras locales. La revisión, la depuración de datos y el análisis descriptivo fueron realizados con el programa estadístico SPSS v.20.

Mujeres promoviendo consumo de alimentos de origen animal. ■ Raúl Ccanto



## Resultados

### Patrones alimentarios en la comunidad Ambato

El alimento de mayor consumo en la población de Ambato es la papa. Generalmente se come hervida o como ingrediente de guisos y sopas, y también transformada en chuño a través de un proceso de deshidratación. El consumo de cebada es por lo general como harina a partir del grano tostado y molido, llamada máchica (del quechua *machka*); también se consume el morón americano o morón nacional, que es el grano de cebada partido. La frecuencia diaria de consumo de alimentos es de dos a tres comidas al día: desayuno, almuerzo y, a veces, cena. Para media mañana preparan la merienda o fiambre para los adultos que irán a la chacra y la lonchera para los niños en edad escolar. El horario del desayuno se establece con frecuencia entre las seis y siete de la mañana, antes de que los niños vayan a la escuela; este horario depende de la distancia entre la casa y la escuela, la chacra o el trabajo. El desayuno consiste en una bebida caliente (mate de hierbas locales), una sopa y papa hervida, maíz tostado o chuño. El almuerzo se sirve entre las dos y tres de la tarde; consta de sopa –mayormente de morón– y un guisado de papa con verduras o menestras acompañadas de arroz, un mate de hierbas locales y papas hervidas, maíz tostado o hervido y chuño. A menudo, lo que queda del almuerzo se consume en la cena, entre las seis y siete de la noche, que con frecuencia es una sopa o mazamorra, mate o café de cebada, papa hervida o maíz tostado. Esporádicamente se consumen alimentos de origen animal. En algunas ocasiones los niños no comen alimentos espesos por costumbres y creencias locales; es decir, se considera que lo nutritivo de la sopa se encuentra en el caldo y no en los alimentos sólidos que pueda contener.

### Rol de los agricultores en la alimentación

**Agricultores productores:** los alimentos producidos por los agricultores de la comunidad son principalmente para autoconsumo: papa nativa mejorada y biofortificada, cebada, habas (*Vicia faba*), oca (*Oxalis tuberosa*), olluco (*Ullucus tuberosus*), mashua (*Tropaeolum tuberosum*). Los alimentos de origen animal que consumen las familias provienen principalmente de sus propias crianzas: cuyes, gallinas, cerdos y, en menor proporción, ovinos y vacunos. Los excedentes de los cultivos cosechados son comercializados; los animales mayores constituyen el ahorro de la familia, mientras que los animales menores son la “caja chica” de la mujer-madre, que frecuentemente destina este recurso a la seguridad alimentaria y a festividades familiares.

**Agricultores consumidores:** los alimentos procesados adquiridos por los agricultores en su rol de consumidores en las bodegas del distrito o ferias semanales realizadas en las mismas comunidades son por lo general fideos, arroz, azúcar, aceite. Otros alimentos adquiridos de consumo menos frecuente son: vísceras de llama o alpaca, cabeza y patas de llama, grasa, pescado. Estos productos los compran generalmente para ser consumidos durante la semana. El consumo de huevos y quesos se ha incrementado, y también el de algunas verduras para aderezar (cebolla, ajos, zanahoria, zapallo, orégano), como también el de frutas de estación (naranjas, plátanos, mandarinas, granadillas y otras) que igualmente son adquiridas en las ferias semanales.

### Cambios en los patrones alimentarios

El estudio recoge información de la alimentación de niños y niñas de seis a 24 meses de edad después de dos años de intervención. Se encontró que ahora su alimentación es más variada. El 81% del conjunto de niños y niñas tiene un consumo adecuado de papa y otros tubérculos, y el 87% consume cereales. Se observa que la papa y la cebada han disminuido en la dieta, pero aún existen familias pobres que tienen una

Cuadro 1. Tipo de alimentos en la dieta de los niños de Ambato

Alimento	Porcentaje de consumo en niños entre 6 y 24 meses de edad*	Tasa de cambio en el consumo
Papa	81%	-18%
Cereales	87%	-13%
Carne	57%	50%
Huevo	87%	74%
Pescado	7%	0

\* Según respuesta de la población que ha recibido capacitación en nutrición infantil. Fuente: elaboración propia.

dieta muy monótona basada en papa, cebada y alimentos producidos localmente, más algunas verduras o hierbas que recogen en el campo como el yuyo (*Brassica campestris*), ataco (*Amarantus quitensis*), hojas de olluco (*Ullucus tuberosus*), hojas de quinua (*Chenopodium quinoa*), berros (*Nasturtium officinale*), sacha col (*Brassica sp*), hoja de papa Yungay (*Solanum tuberosum*) y ocasionalmente carne u otros productos de origen animal.

Cabe destacar el incremento del consumo de carne de pollo y gallina, carne y vísceras de alpaca, llama o cordero; el 57% de los niños tiene un consumo adecuado de carne. El consumo de carne en las fiestas contrasta con el de la comida cotidiana. Las fechas festivas en las comunidades siempre están acompañadas por alimentos con carne, principalmente de alpaca o cuyes. La carne de cordero se consume en menor cantidad debido al alto precio que tiene en el mercado local, por lo que las familias prefieren venderla antes que consumirla, ya que es un ingreso que les permite comprar otros alimentos ausentes en la chacra. El 87% de los niños tiene un consumo adecuado de huevo, pero solo el 7% tiene un consumo adecuado de pescado, lo que implica la necesidad de un mayor trabajo al respecto (cuadro 1).

### Importancia de los mercados y ferias locales

La producción de agricultura en Ambato es una actividad que se reduce cada vez más y la compra de alimentos ha crecido. La producción local disminuye debido a la escasez de tierras y de mano de obra, y a la inestabilidad climática; así, en algunos casos, producir papa para consumo propio resulta más caro que comprarla. En los últimos tiempos han surgido los mercados de abasto por la nueva ruralidad, donde las comunidades son reflejo de las ciudades. Los mercados mayoristas y de abasto, ubicados generalmente en la capital de la provincia, distribuyen alimentos a las capitales de distrito y en las propias comunidades a través de intermediarios y comerciantes itinerantes que circulan de feria en feria con alimentos no perecibles y perecibles. Las verduras, frutas, pescado y pollo son distribuidos en las ferias, generalmente una vez por semana, donde se congregan los productores-consumidores a comprar alimentos que no producen en sus chacras.

### Alimentos procesados y frescos disponibles en ferias locales

Los alimentos que más se adquieren en el mercado son azúcar y arroz, que se compran por saco (50 kg) o medio saco (25 kg), cantidades que tienen una duración de tres a seis meses, dependiendo del número de miembros de la familia. El aceite es adquirido por caja (12 l) o balde (20 l) que duran aproximadamente entre ocho y 12 meses. Los fideos se adquieren en paquetes de 6 kg y se usan en la preparación de sopas, mientras que las hortalizas de hoja verde (41% de los niños tiene un consumo adecuado) y hortalizas de colores (79% de los niños tiene consumo adecuado), las frutas de estación (68% de



Madre alimentando con sangrecita. Comunidad Tacsana. ■ Edgar Olivera

los niños tiene consumo adecuado) y los alimentos de origen animal, como carne de pollo, pescado, alpaca o menudencias (vísceras), son adquiridos semanalmente por ser perecibles.

El 100% de niños de seis a 24 meses tiene un consumo adecuado de aceite porque se les agrega “una cucharadita” en las comidas, recomendación que reciben de diferentes instituciones y con la que logran cubrir sus requerimientos nutricionales.

#### Importancia de las bodegas locales

La disponibilidad de alimentos procesados y de alimentos no producidos localmente ha mejorado. Actualmente, pequeñas bodegas en los centros poblados venden alimentos considerados básicos por los pobladores del lugar, como azúcar, aceite, arroz, fideos, harina, bebidas gaseosas y jugos de fruta envasados, muchas veces de marcas sin registro sanitario. Escasamente se pueden encontrar frutas frescas como naranjas, plátanos y mandarinas. Estas bodegas solo atienden por las mañanas –porque los dueños son agricultores que deben salir a la chacra– y por las tardes, a partir de las 15 o 16 horas, cuando las hijas o hijos hayan regresado del colegio o de la chacra. Asimismo, son lugares donde los niños y jóvenes tienen disponibilidad y acceso a alimentos de alta densidad energética como las gaseosas, pasteles, galletas, caramelos, chicles o comidas al paso como salchipapas o pollo broster. Es lamentable que los alimentos ultraprocesados hayan ingresado con éxito y ahora sean una fuente de ingreso para quienes los comercializan; probablemente contribuyen al problema de obesidad especialmente entre las mujeres jóvenes. En Ambato han pasado en poco tiempo de una dieta monótona y escasa a una dieta más variada con acceso a alimentos diversos, muchos de ellos de procedencia industrial, lo que significa para el poblador un mejor estatus al interior de la comunidad.

#### Lecciones aprendidas

El estudio nos permite tener una mirada de cambio en los patrones alimentarios de los pobladores de Ambato. Se aprecia el incremento en el consumo de alimentos de origen animal, situación que permite visualizar una mejora en la diversidad de la dieta para los niños y niñas. Se debe tener presente que las comunidades son dinámicas y están vinculadas al mercado bajo distintas estrategias de disponibilidad y acceso a alimentos que no son producidos localmente. Los agricultores no solo son productores; por el contrario, son también consumidores que generan oportunidades de negocio a comerciantes foráneos y locales.

Es importante que la población de Ambato tenga mayor conocimiento de las ventajas y desventajas que tienen los alimentos industriales que llegan a su comunidad. Al mismo tiempo, es necesario continuar con las campañas de “la mejor compra”, que permitan a los agricultores-consumidores decidir la adquisición de sus alimentos de manera informada. ●

#### Raúl Ccanto

Investigador y coordinador de Agrobiodiversidad y Cultivos.  
Grupo Yanapai.  
[raulccanto@yahoo.com.pe](mailto:raulccanto@yahoo.com.pe)

#### Claire Lagunes

Investigadora nutricionista. Grupo Yanapai.  
[Claire\\_2690@hotmail.com](mailto:Claire_2690@hotmail.com)

#### María Scurrah

Directora. Grupo Yanapai.  
[scurrah@gmail.com](mailto:scurrah@gmail.com)

#### Alfredo Tito

Investigador agrónomo. Grupo Yanapai.  
[Alfreth\\_93\\_t19@hotmail.com](mailto:Alfreth_93_t19@hotmail.com)

#### Referencias

- Bertrán Vilá, Miriam (2010). **Acercamiento antropológico de la alimentación y salud en México**. *Physis-Revista de Saude Colectiva* 2010. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=400838227004>ISSN01037331>
- Compañía Peruana de Estudios de Mercados y Opinión Pública S.A.C. (CPI) (2017). **Perú: población 2017**. *Marketreport*. 07. Agosto de 2017. Lima.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2017). **Encuesta Demográfica y de Salud Familiar (ENDES 2017)**. Perú: Indicadores de Resultados de los Programas Presupuestales, 2012-2017. Lima: INEI.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) (2007). **Perfil sociodemográfico del Departamento de Huancaavelica**. <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicacionesdigitales/Est/Lib0838/Libro03/cap01.pdf>
- Ministerio de Salud del Perú (2017). **Plan nacional para la reducción y control de la anemia materno-infantil y la desnutrición crónica infantil en el Perú, 2017- 2021**. Documento técnico aprobado con Resolución Ministerial 249-2017/MINSA. Lima.

**El costo de la doble carga de malnutrición: impacto social y económico. Síntesis del estudio piloto en Chile, Ecuador y México**

Andrés Fernández A., Rodrigo Martínez, Ignacio Carrasco, y Amalia Palma, 2017. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y Programa Mundial de Alimentos (PMA).

[http://es.wfp.org/sites/default/files/es/file/espanol\\_estudiopiloto\\_abril\\_2017.pdf](http://es.wfp.org/sites/default/files/es/file/espanol_estudiopiloto_abril_2017.pdf)



En un contexto global donde se presta mayor atención a la seguridad alimentaria y nutricional y se dispone de evidencia científica contundente sobre el rol de la

malnutrición como factor relevante en la carga mundial de enfermedades, la CEPAL y el PMA han desarrollado un modelo para estimar el impacto social y económico de la malnutrición. Este modelo fue diseñado para apoyar la formulación de políticas públicas que aborden de manera integral la doble carga de la malnutrición: desnutrición y sobrepeso/obesidad. En su desarrollo se contempló la flexibilidad requerida para que sea replicable en los distintos contextos epidemiológicos y sus datos estén a disposición de los países de la región. El estudio piloto realizado en Chile, Ecuador y México permitió estimar que el costo total de la doble carga de la malnutrición equivale al 0,2%, el 4,3% y el 2,3% del PIB de cada uno de estos países, respectivamente.

**Agroecología para la seguridad alimentaria y nutrición. Actas del Simposio Internacional de la FAO**

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), 2017. Roma.

<http://www.fao.org/3/a-i4729s.pdf>



Este documento recoge las lecciones aprendidas, las investigaciones científicas y los estudios de caso sobre la práctica de la agroecología. Durante el Simposio Interna-

cional sobre Agroecología para la Seguridad Alimentaria y Nutrición, celebrado en la Sede de la FAO en Roma los días 18 y 19 de septiembre de 2014,

las partes interesadas representantes de los gobiernos, la sociedad civil, el mundo científico y académico, el sector privado y el sistema de las Naciones Unidas se reunieron para examinar la contribución de la agroecología a los sistemas alimentarios sostenibles. En muchos países de América Latina y Europa ya se han aplicado políticas agroecológicas. Los enfoques agroecológicos han sido reconocidos también por organismos internacionales como el Comité de Seguridad Alimentaria Mundial.

**From Uniformity to Diversity. A paradigm shift from industrial agriculture to diversified agroecological systems**

(De la uniformidad a la diversidad: un cambio de paradigma, de la agricultura industrial a sistemas agroecológicos diversificados)

Emile A. Frison, 2016. Panel Internacional de Expertos sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles (IPES-Food).

[http://www.ipes-food.org/images/Reports/UniformityToDiversity\\_FullReport.pdf](http://www.ipes-food.org/images/Reports/UniformityToDiversity_FullReport.pdf)



Los sistemas alimentarios y agrícolas actuales han generado resultados negativos en múltiples frentes: degradación generalizada de la tierra, el agua y los ecosistemas;

altas emisiones de gases de efecto invernadero; pérdida de biodiversidad; hambre persistente, y deficiencias de micronutrientes, junto con el rápido aumento de la obesidad y las enfermedades relacionadas con la dieta y estrés en los medios de subsistencia para los agricultores de todo el mundo. La uniformidad en el corazón de estos sistemas y su dependencia de los fertilizantes químicos conducen sistemáticamente a resultados negativos y a su vulnerabilidad. Lo que se requiere es un modelo de agricultura fundamentalmente diferente, basado en la diversificación de las fincas y paisajes agrícolas, sustitución de insumos de síntesis química, optimización de la biodiversidad y estimulación de las interacciones entre diferentes especies, como parte de estrategias integrales y multidisciplinarias para construir fertilidad a largo plazo, agroecosistemas saludables y medios de vida seguros, lo que quiere decir "sistemas agroecológicos diversificados".

**Panorama de la seguridad alimentaria y nutricional en América Latina y el Caribe**

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y Organización Panamericana de la Salud (OPS), 2017. Santiago de Chile

<http://www.fao.org/3/a-i7914s.pdf>



En esta publicación se informa por primera vez sobre los avances de los países de la región latinoamericana hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Soste-

nible (ODS). Las nuevas cifras muestran que la región ha dejado de avanzar hacia la erradicación del hambre y la malnutrición. Luego de más de una década de avances sustantivos en la reducción del hambre, la región experimentó un estancamiento en el periodo 2011-2013, después del cual se observa un aumento tanto de la prevalencia como del número total de personas subalimentadas. Si América Latina y el Caribe no recuperan pronto la tendencia positiva, no se alcanzarán los ODS 2: poner fin al hambre y a todas las formas de malnutrición para el año 2030. Sumado a lo anterior, se ha constatado un incremento continuo y alarmante del sobrepeso y la obesidad, factores de riesgo de enfermedades no transmisibles y principal causa de morbilidad y mortalidad en la región.

**Mejores mercados, mejores sistemas alimentarios**

Luiz Carlos Beduschi (ed.), 2017. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

<http://www.fao.org/3/a-i7205s.pdf>

Boletín de agricultura familiar para América Latina y el Caribe que resalta el potencial de las familias rurales en la construcción de sistemas alimentarios más inclusivos, eficientes y que favorezcan una nutrición adecuada para todos. Los mercados, entendidos como resultado de procesos de construcción social, son permeables a las fuerzas sociales, las políticas públicas y la acción colectiva. Con compromiso político y participación de todos los actores, los mercados y los sistemas alimentarios pueden funcionar de mejor manera, brindando especial atención a los sectores más vulnerables de la población.

### Comité de Seguridad Alimentaria Mundial

<http://www.fao.org/cfs/es/>



El Comité de Seguridad Alimentaria Mundial (CSA) es la principal plataforma internacional e intergubernamental inclusiva para la colaboración de todas las partes interesadas en garantizar la seguridad alimentaria y la nutrición para todos. El CSA, por medio de un enfoque inclusivo basado en la participación de múltiples interesados directos, formula y aprueba recomendaciones en materia de políticas y orientación sobre una amplia gama de temas relacionados con la seguridad alimentaria y la nutrición. A través de su sitio en internet podemos acceder a sus publicaciones, actividades y eventos, además de material multimedia.

### Grupo de alto nivel de expertos en seguridad alimentaria y nutrición

<http://www.fao.org/cfs/cfs-hlpe/es/>



El grupo de alto nivel de expertos (HLPE) en seguridad alimentaria y nutrición se estableció en 2010 como interfaz entre ciencia y política del Comité de Seguridad Alimentaria Mundial (CSA) de las Naciones Unidas. Tiene como objetivo mejorar la solidez de la formulación de políticas, proporcionando análisis y asesoramiento independientes y basados en la evidencia a petición del CSA. Su sitio en internet brinda acceso a los reportes en diferentes idiomas así como a documentos y noticias actuales.

### Programa Mundial de Alimentos

[wfp.org/purchase-progress](http://wfp.org/purchase-progress)



El Programa Mundial de Alimentos (PMA) es la organización de ayuda humanitaria más grande del mundo que lucha contra el hambre en todo el planeta. Esta entidad del Sistema de las Naciones Unidas proporciona apoyo logístico para llevar alimentos a las personas que más los necesitan, en el

momento preciso y en el lugar adecuado. Su portal en internet brinda acceso a una lista de publicaciones, todas descargables gratuitamente. También ofrece una amplia galería fotográfica y videos del trabajo que desarrollan.

### Panel Internacional de Expertos sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles

<http://www.ipes-food.org>



El Panel Internacional de Expertos sobre Sistemas Alimentarios Sostenibles (IPES-Food por sus siglas en inglés) reúne las voces de expertos de diferentes disciplinas y distintos tipos de conocimiento, guiado por las nuevas formas de pensar acerca de la investigación, la sostenibilidad y los sistemas alimentarios. Su sitio en internet ofrece información sobre su trabajo, con publicaciones en formato PDF que se pueden descargar gratuitamente.

### Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición

<http://www.fao.org/fsnforum/es>

El Foro Global sobre Seguridad Alimentaria y Nutrición (Foro FSN) es una plataforma en línea para el diálogo entre múltiples partes interesadas en seguridad alimentaria y nutrición. Es promovido por la División de Economía del Desarrollo Agrícola de la FAO. Permite a los miembros registrados y otras partes interesadas participar en el diálogo sobre políticas e intercambiar conocimientos sobre seguridad alimentaria y nutrición a nivel mundial y en áreas geográficas específicas. A través de su sitio en internet podemos acceder al resultado de los debates, noticias y otros recursos.

### Instituto para Políticas de Alimentación y Desarrollo (Food First)

<https://foodfirst.org/about-us/>



El Instituto para Políticas de Alimentación y Desarrollo, más conocido como Food First, trabaja para poner fin a las injusticias que causan el hambre a través de la investigación, la educación y la acción. Formado por una extensa red de activistas-investigadores, Food First apoya a

comunidades y movimientos sociales con información, análisis y recursos educativos. Además, proporciona herramientas para entender el sistema alimentario mundial y para construir movimientos locales y globales para la justicia y soberanía alimentaria. A través de su sitio web podemos acceder publicaciones, como informes de política, informes de desarrollo, publicaciones académicas y noticias.

### 2decológico

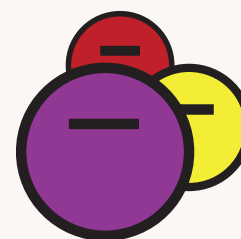
<http://2decologico.org/>



2decológico es un proyecto cooperativo que nace de la necesidad de poner en contacto a pequeños productores locales y a consumidores responsables de Madrid Centro con la intención de crear una comunidad de personas que favorezcan los circuitos cortos de comercialización de productos ecológicos de proximidad. El sitio en internet ofrece información de productos ecológicos de proximidad que provienen de pequeños productores locales. Garantizan el origen de los productos para asegurar su calidad, y cómo se producen para provocar el menor impacto medioambiental posible.

### ADICAE Consumidores Críticos, Responsables y Solidarios

<https://www.otroconsumoposible.es/>



ADICAE lleva a cabo un proyecto sobre Alimentación Crítica para sensibilizar e informar a los consumidores y consumidoras sobre los problemas que conlleva el sistema actual de producción y distribución de alimentos. Tiene el fin de promover alternativas desde la acción colectiva de los consumidores hacia un cambio del modelo alimentario actual. Su sitio web ofrece acceso a publicaciones y a un directorio que constituye una herramienta para que los consumidores puedan encontrar productores locales, grupos de consumo, mercados agroecológicos y otras iniciativas relacionadas con el consumo crítico y responsable en España.

## LEISA 34-4 (diciembre 2018)

### Tierra y territorio

*La tierra es un recurso escaso. La adquisición de tierras a gran escala por los gobiernos y empresas privadas –hecho también conocido como "usurpación de tierras"– otorga beneficios directos a los inversionistas (...). Algo que es causa de muchos conflictos sociales.*

#### LEISA volumen 27 número 4

La convocatoria a presentar artículos para nuestra edición de fines de 2011 (**LEISA 27-4**) dibujaba el complicado escenario que se estaba configurando con los procesos de adquisición de tierras a gran escala por grandes empresas y gobiernos extranjeros, tanto para la explotación agropecuaria y forestal como para la extracción de recursos del subsuelo, no solamente en América Latina y el Caribe, sino también en Asia y África. Algo característico de ese escenario era que las poblaciones que estaban viendo afectados sus derechos y sus medios de vida por el impacto de esos procesos, justificadamente calificados como usurpación y acaparamiento de tierras –es decir, sobre todo habitantes de aldeas y centros poblados rurales, y productores campesinos y poblaciones indígenas– no eran debidamente informados al respecto y no participaban en las decisiones de concesión o adquisición de tierras.

Casi siete años después, es claro que la visión de esta problemática se ha ampliado al impacto de estos procesos sobre territorios enteros, tanto por políticas nacionales como por la multiplicidad de esferas de la vida sociopolítica y económica que se ven afectadas. Los territorios son una formación histórica de urbeycampo, que comprenden circuitos

económicos, sociales y culturales; los paisajes y los ecosistemas son parte de los territorios. Los conflictos sociales en rechazo a estos impactos no han disminuido en los últimos años; más bien, se han incrementado en número y esta larga lucha tiene ya mártires, en especial en América Latina.

Ante la situación que enfrentan las poblaciones indígenas y los agricultores de pequeña escala productiva debido al acaparamiento de tierras y la depredación de los recursos naturales de sus territorios, que hacen posible la producción sostenible de alimentos y la reproducción de sus medios de vida, **LEISA 34-4** (diciembre, 2018) se enfocará en difundir reflexiones y experiencias que permitan conocer cómo las poblaciones

rurales y los gobiernos locales de países de América Latina y de otras regiones del mundo se organizan para hacer oír su voz de reclamo y defender los derechos que tienen sobre sus tierras y territorios.

Esperamos sus contribuciones de artículos y noticias sobre experiencias de valoración y defensa de la tierra productiva y los territorios, antes del 29 de octubre de 2018. Dirigirlas a Teresa Gianella: [leisa-al@etcandes.com.pe](mailto:leisa-al@etcandes.com.pe)

