

Consumidores siendo productores: Sikimira, Bolivia

María Omonte

Vecinos Mundiales Bolivia

Lima, Perú - febrero 2018



Quiénes somos?

- Vecinos Mundiales (World Neighbors), es una ong internacional, trabaja en 13 países del mundo.
- En Bolivia desde inicios de los 70.
- Hasta 2015, trabajó en el Norte de Potosí en: liderazgo, conservación de suelos, agricultura, planificación familiar y otros.
- Desde 2015: Vila Vila, Cochabamba

Qué hemos estado haciendo?

2009-2014:

Cambios de los hábitos alimentarios de las familias, menores de 5 años, en Norte Potosí, Bolivia.

- LM, AC, DD y AF
- Evaluación alimentaria
- Mejoras importantes
- Aprendizajes: varón, métodos visuales, confianza, reflexión-acción.



2015-2018:

(i) cambios en los hábitos alimentarios, menores de 5 años.

(ii) agricultura familiar ecológica consumo (maíz, camote, maní), venta: limón y papaya.

(iii) fortalecimiento organizacional: planificación y legalidad.

• Evaluación: encuestas, entrevistas, anemia, antropometría, R24Hrs.



- Niveles de desnutrición infantil: 23% en 2015 y 28% en 2016, mayor 2 a 5 años.
-
- Deficiencia en los requerimientos de energía 92% y de proteína 59% de la población.
- Deficiencia de vitaminas y minerales: 6 a 18 años, excepto Ca, deficiencia general.
- No hay incidencia de anemia en la zona, en muestras de madres ni de niños.

Teoría de Cambio



Nuestra experiencia:

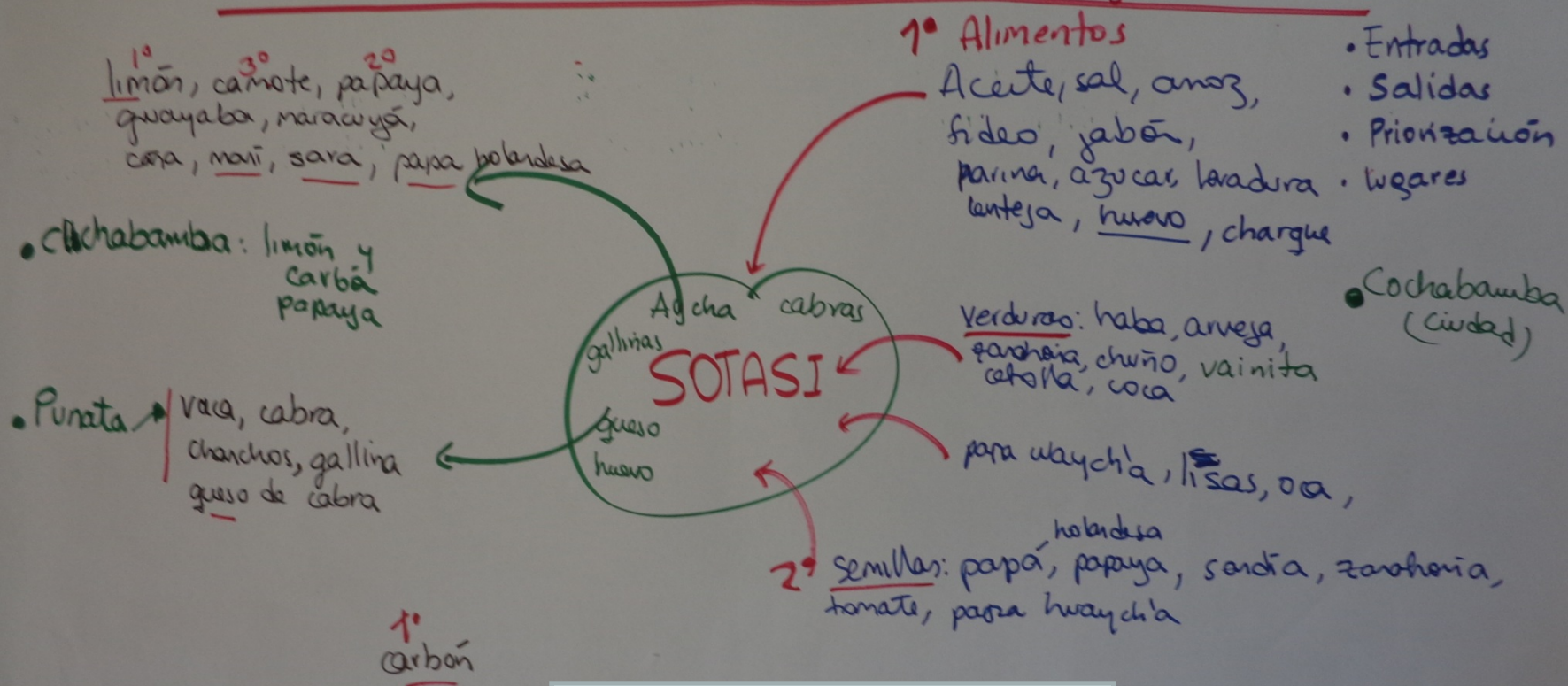
- Producción ecológica
- Hábitos de consumo

1. Producción ecológica

- Producción mayoritariamente ecológica (consumo y venta).
- Problemas con plagas y enfermedades, controles sin agroquímicos.
- Asociación de Regantes –APROCAISI, no tiene un rol definido en producción ni comercialización, al momento.
- Tienen un espacio físico en Cochabamba, “Mercado del Cono Sur”. Cada quien vende lo que tiene, los sábados.



FLUJO DE ALIMENTOS, PRODUCTOS AGRICOLAS y PECUARIOS



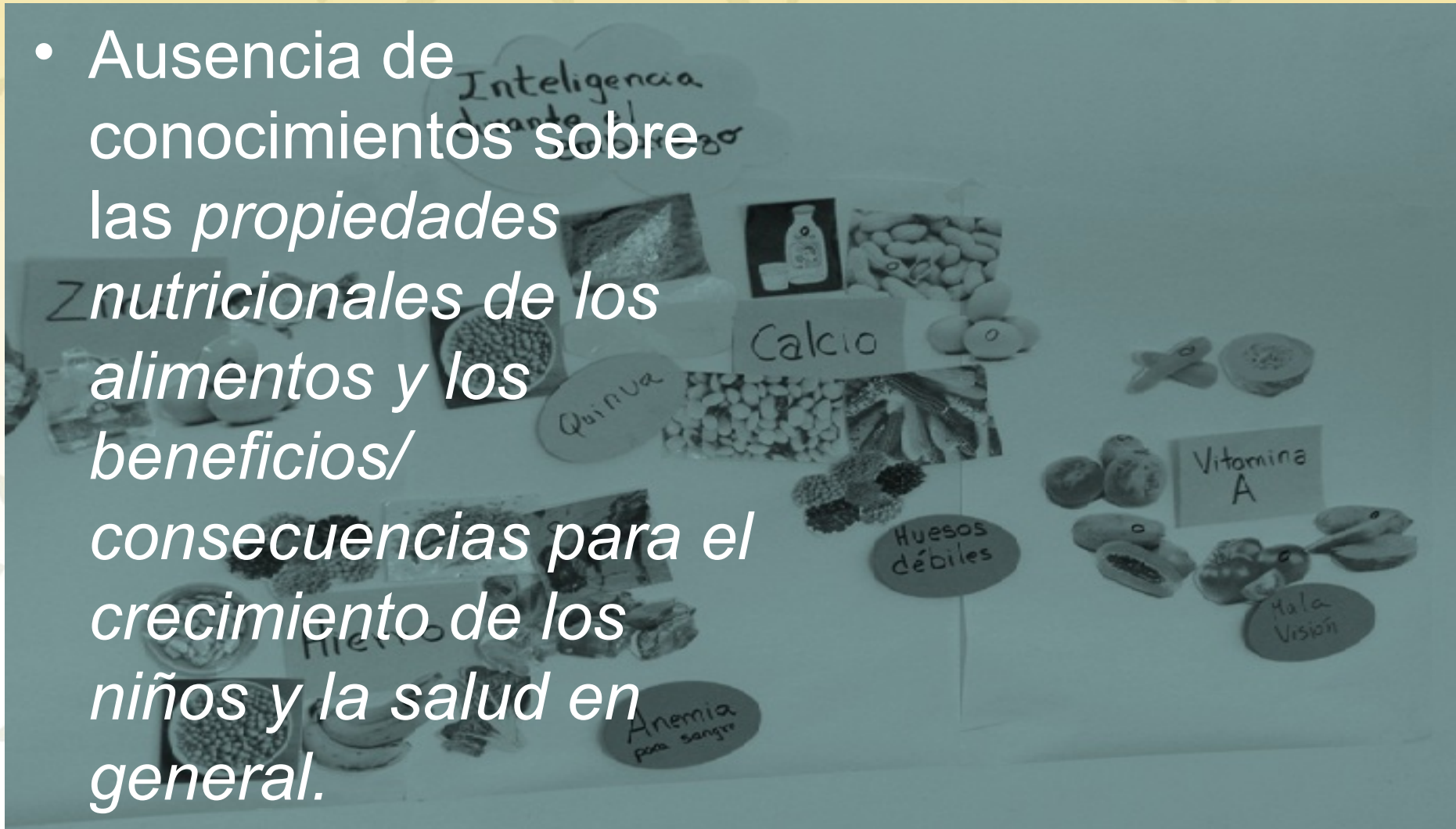
Lo que hay dentro de la comunidad: maíz, papa, camote, maní, papaya, limón

- Caminos son intransitables en los meses de lluvia: venta de papaya y limón.
- Comercialización de sus productos es una práctica cotidiana pero no tienen estrategias definidas.



Comportamiento y hábitos de consumo

- Ausencia de conocimientos sobre las *propiedades nutricionales de los alimentos y los beneficios/ consecuencias para el crecimiento de los niños y la salud en general.*



- Aún con mayor información, hay otros temas de interés para las familias: obras físicas en sus comunidades (canchas y otros), infraestructura de riego, solución a las plagas y enfermedades.
- La dirigencia tiene alto poder de convocatoria, pero su interés se centra en oportunidades inmediatas, sin mucha visión de futuro.



- Algunos criterios de las familias al momento de decidir qué consumir/comprar:
 - Gusto del esposo y los niños pesa mucho (ya involucramos a los esposos, debemos ver maneras de trabajar con los niños).
 - Tiene que ver con el dinero disponible y un mayor acceso a las tiendas locales y mercados urbanos, «conocen y se antojan» otras comidas. En días de fiesta se encuentra ventas de salchipapas y pollo en las comunidades.
 - Rapidez y facilidad en la preparación de los alimentos (arroz Vs quinua).

Conclusiones

- Hay prioridades productivas en la subcentral Sik'imira (agua, manejo de plagas y enfermedades).
- La comercialización es un área aún no trabajada en la zona.
- Hay todavía bastante que trabajar en temas alimentarios.

Gracias