



Avances Proyecto Eco-Consumo



THE MCKNIGHT FOUNDATION

Objetivo del Proyecto

- Objetivo General:

“Aprender del proceso de fortalecimiento de los espacios de circulación de alimentos ecológicos frescos de Cochabamba, al implementar una campaña para que crezcan y se sostengan para favorecer a productores de la pequeña agricultura familiar y a consumidores de escasos recursos”

Objetivos Específicos

- Diagnosticar los espacios y Cochabamba en gral: definiendo las fortalezas y debilidades
- Conformar un grupo impulsor y construir y aplicar una estrategia de fortalecimiento participativamente
- Extraer lecciones aprendidas de las fortalezas y debilidades del grupo impulsor y el proceso

Fases

Pregunta de investigación 1:

¿Cuáles son los factores que afectan a los espacios de circulación de alimentos ecológicos frescos en Cochabamba?

Fase	Método	Qué actor/dónde?
Fase 1: Localización y mapeo de la producción ecológica y su flujo hasta los espacios de circulación	Entrevista semi-estructurada	Informantes y actores claves: instituciones públicas o privadas (ONGs y Fundaciones, cooperación, empresas, etc.), organizaciones o asociaciones
	Revisión de fuentes secundarias de información y análisis de bases de datos y censos oficiales	Instituciones públicas y fuentes oficiales (Instituto Nacional de Estadística)
Fase 2: Análisis detallado de los casos de estudio seleccionados	Sondeo rápido de mercados (encuestas, entrevistas semi-estructuradas, etc.)	Productores, consumidores y otros actores de los espacios de circulación
	Entrevistas a profundidad con la posibilidad de extraer historias de vida	Actores claves (dirigentes o representantes, o técnicos públicos o privados)
	Análisis de factores de éxito o fracaso	Los 10 puntos verdes de la EcoFeria

Resultados de la Fase 1

CIRCULACIÓN DE ALIMENTOS FRESCOS EN COCHABAMBA



Radiografía del Productor

El siguiente mapa muestra donde están localizados los productores ecológicos de Cochabamba y bajo qué estructura están organizados.



ASOCIACIÓN



EDUCATIVOS
TECNOLÓGICOS, ESCUELAS,
UNIVERSIDADES, INSTITUTOS



FAMILIAR
INICIATIVAS COMUNALES
CON FAMILIAS



ONG
FUNDACIONES,
ONG, PARROQUIAS



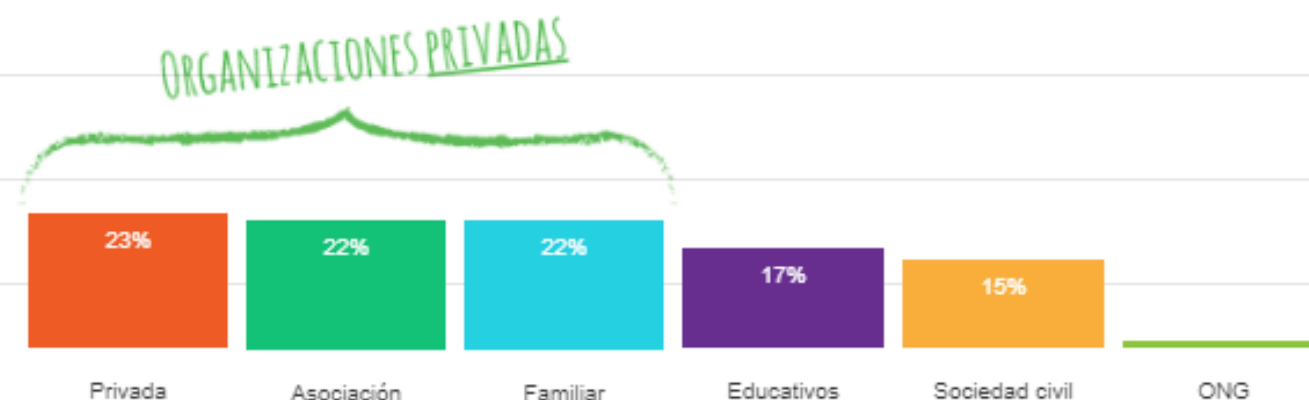
PRIVADA
EMPRESAS, GRUPO
DE PERSONAS



SOCIEDAD CIVIL
SPG, OTBS, COLECTIVOS



La información fue recopilada de **instituciones y actores** que han trabajado o trabajan con **producción ecológica** y que por su experiencia han sido **informantes clave** para **comprender la realidad de esta producción y su comercialización**.



Tipo de productor

La mayoría de instituciones entrevistadas que han estado relacionadas con la producción ecológica han sido **organizaciones privadas** (como empresas y grupos de personas), asociaciones e iniciativas familiares de áreas urbana, periurbana y rural.

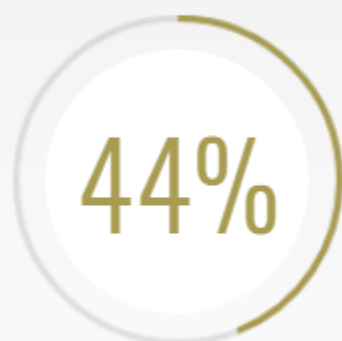
Del total de nuestros productores, ¿cuántos producen...



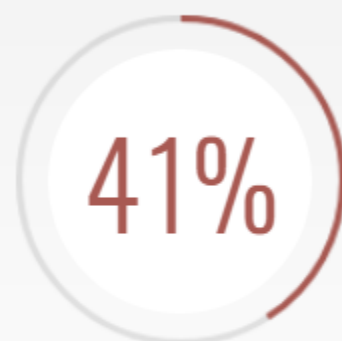
Hortalizas



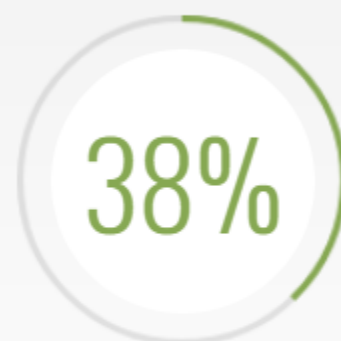
Especies



Tubérculos



Frutas



Cereales

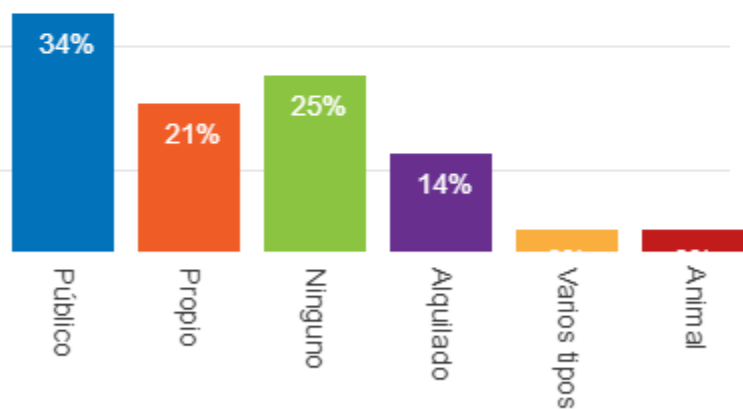
La producción ecológica se concentra principalmente en Hortalizas y Especies. Es importante mencionar que un mismo productor puede producir más de un tipo de producto a la vez.



Existencia de dificultades en la comercialización

Entre las principales dificultades identificadas para la comercialización de la producción ecológica se tiene: **Escasa demanda, intermediarios que pagan precios bajos, malas condiciones en el transporte del producto y poca valoración y conocimiento de los consumidores.**

Además de éstas, hay otras dificultades directamente relacionadas con el acceso de los productores a mercados y a espacios diferenciados dentro de ellos, sumado a mucha competencia por parte de productores convencionales y ecológicos en ciertas épocas del año.

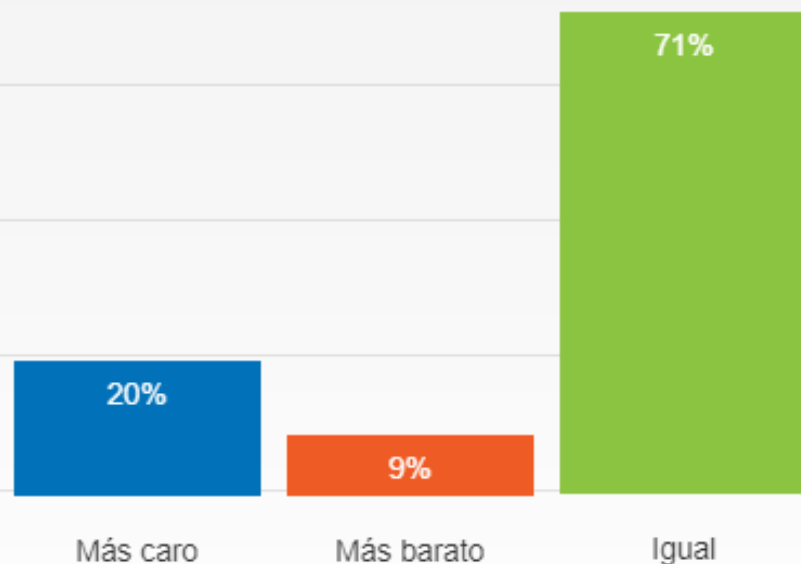


Tipo de transporte utilizado

Para transportar la producción ecológica hacia los distintos destinos para su comercialización, se utiliza primordialmente **transporte público**. Como vimos en las dificultades para la comercialización, el transporte público **daña el producto**, **genera dependencia** y **no es flexible** a las necesidades de los productores.

Un **25%** de los productores mencionan que **no necesitan un medio de transporte para movilizar el producto ecológico que producen**, ya que lo venden directamente en sus parcelas a consumidores o a los intermediarios recibiendo precios bajos.





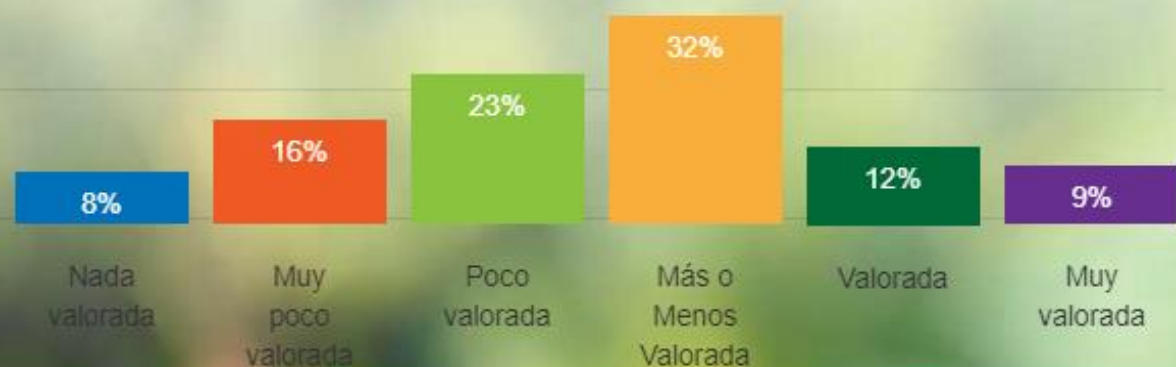
La producción ecológica es sólo para ricos ¿Mito o Realidad?

De acuerdo al **71% de los productores**, la producción ecológica se vende al mismo precio que la producción convencional.

La percepción de “*precio bajo*” de un productor se da en referencia a lo que se está pagando en el mercado por ese producto. El productor ecológico busca recibir un precio más alto que el de mercado, sin embargo, esto parece ocurrir sólo en un 20% de los casos a la hora de la comercialización.

Valoración de la producción ecológica

Para el 79% de los productores la producción ecológica está siendo nada a más o menos valorada. Sólo el 21% la percibe valorada o muy valorada.



PROYECTO ECO-CONSUMO
AGRECOLANDES 2017

¿Dónde venden su producción?

La producción ecológica se comercializa en distintos lugares, teniendo los productores muchas veces más de un punto de venta para la misma. El gráfico muestra los principales puntos de venta identificados para la producción ecológica, donde un 58% de los productores mencionan tener venta directa de sus productos a los consumidores.

Destacan también la venta en ferias locales y ferias barriales donde los productores venden su producción. Las ferias locales son ferias cercanas a las comunidades y las ferias barriales son ferias en barrios u OTBs que funcionan una vez por semana.

VENTA DIRECTA

58%

FERIA LOCAL

38%

FERIA BARRIAL

28%

FERIA PROVINCIAL

26%

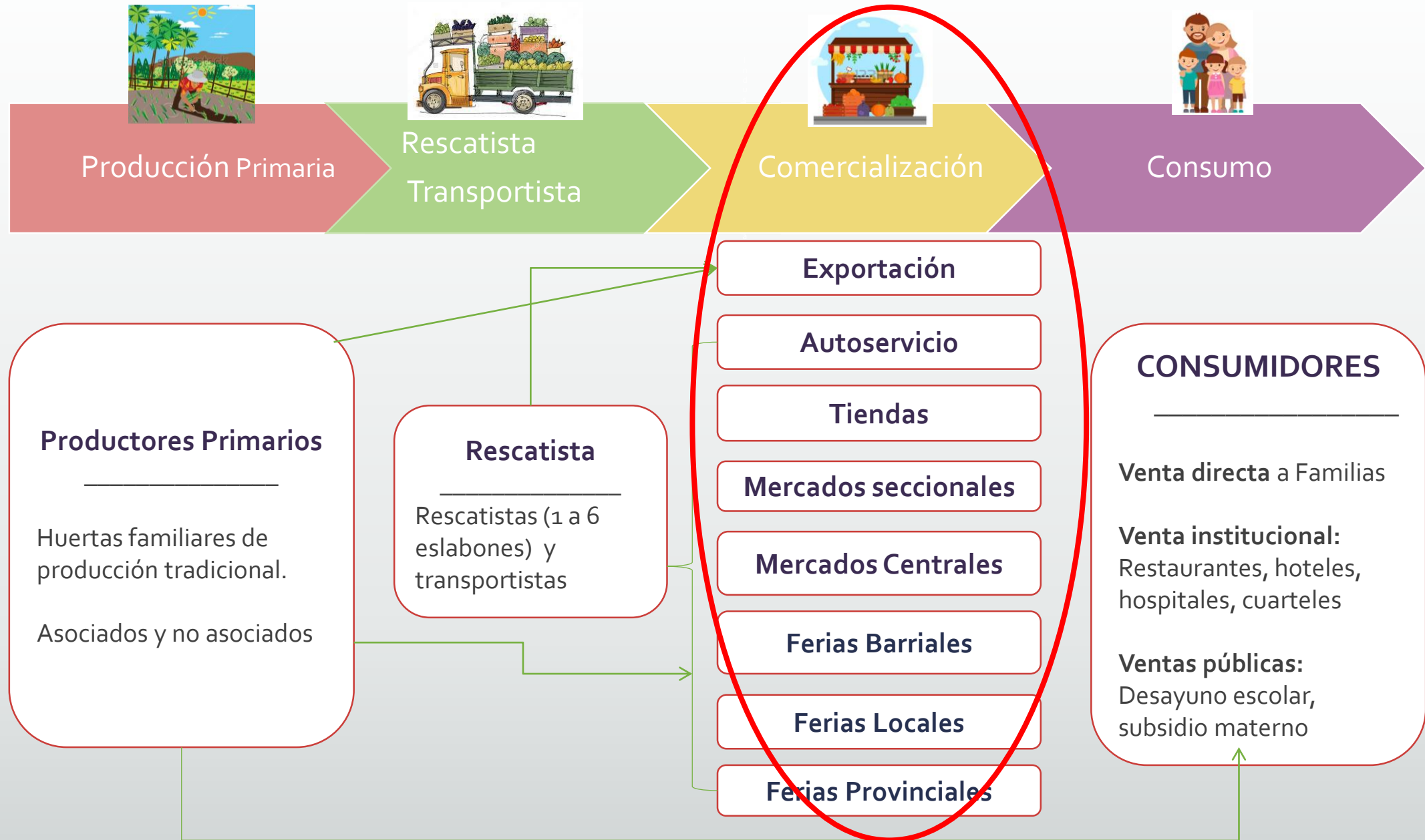
Es importante mencionar que un 94% de los informantes declara que parte de su producción ecológica la usa para fines de autoconsumo

94%

Autoconsumo



CIRCULACIÓN DE ALIMENTOS FRESCOS EN COCHABAMBA



Tipología de espacios de comercialización



Comercialización

Mercados Seccionales (24)

Mercados Centrales (11)

Ferías Francas (23)

D.M. CITE N° 126/2017 Secretaría de Desarrollo Sustentable
José Zurita, Jefe 1 DPTO de Mercados y Sitios
Gobierno de la Ciudad de Cochabamba



Comercialización

Autoservicio

Especializado

Tradicional Vertical

Ferías Francas

Estudio de la Cadena, ARTMEDIA S.R.L. 2016

Comercialización

Autoservicio

Tiendas

Mercados seccionales

Mercados Centrales

Ferias Barriales

Ferias Locales

Ferias Provinciales

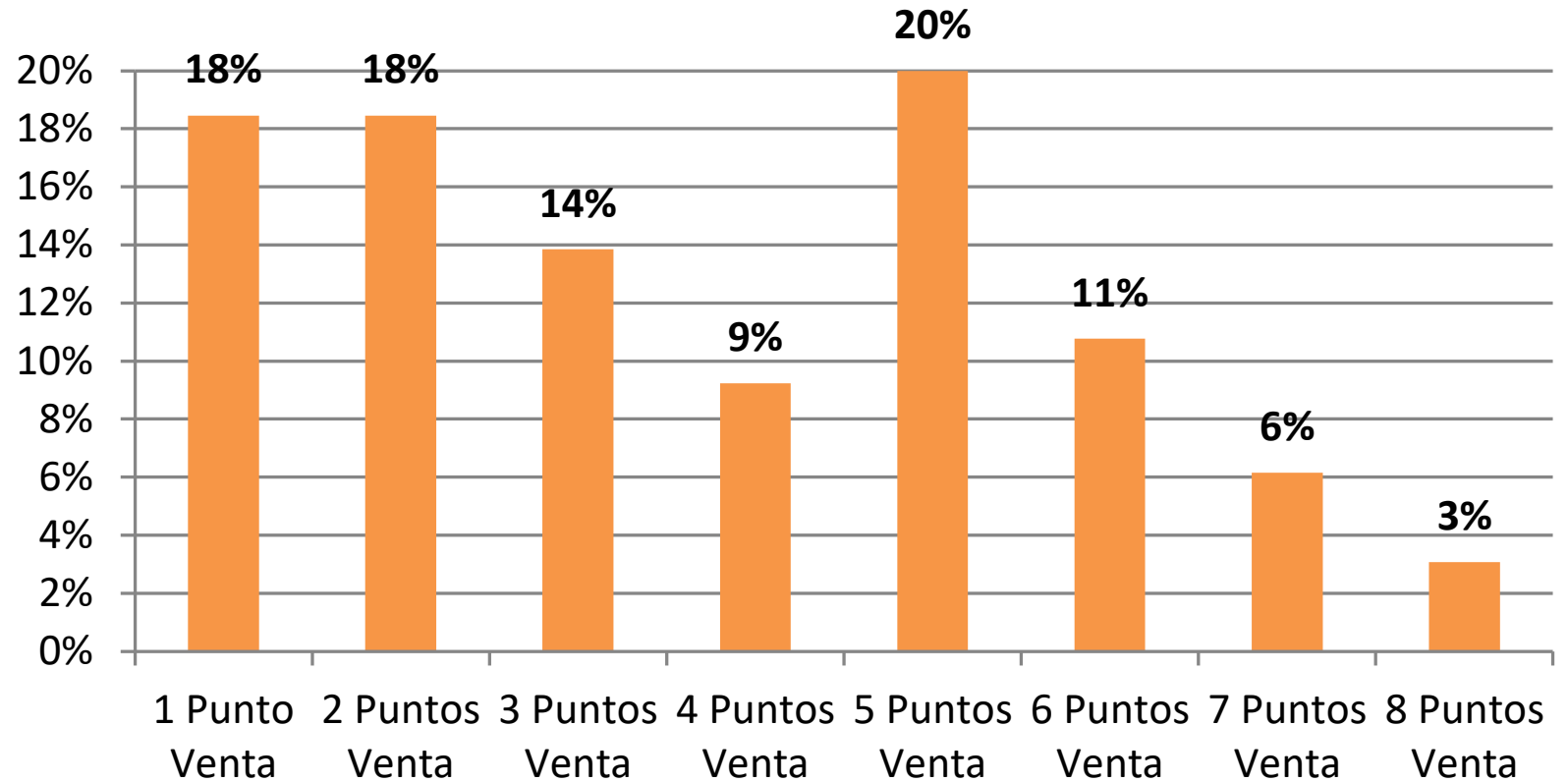
Ventas Públicas

Gastronomía

Venta Directa

Rescatistas

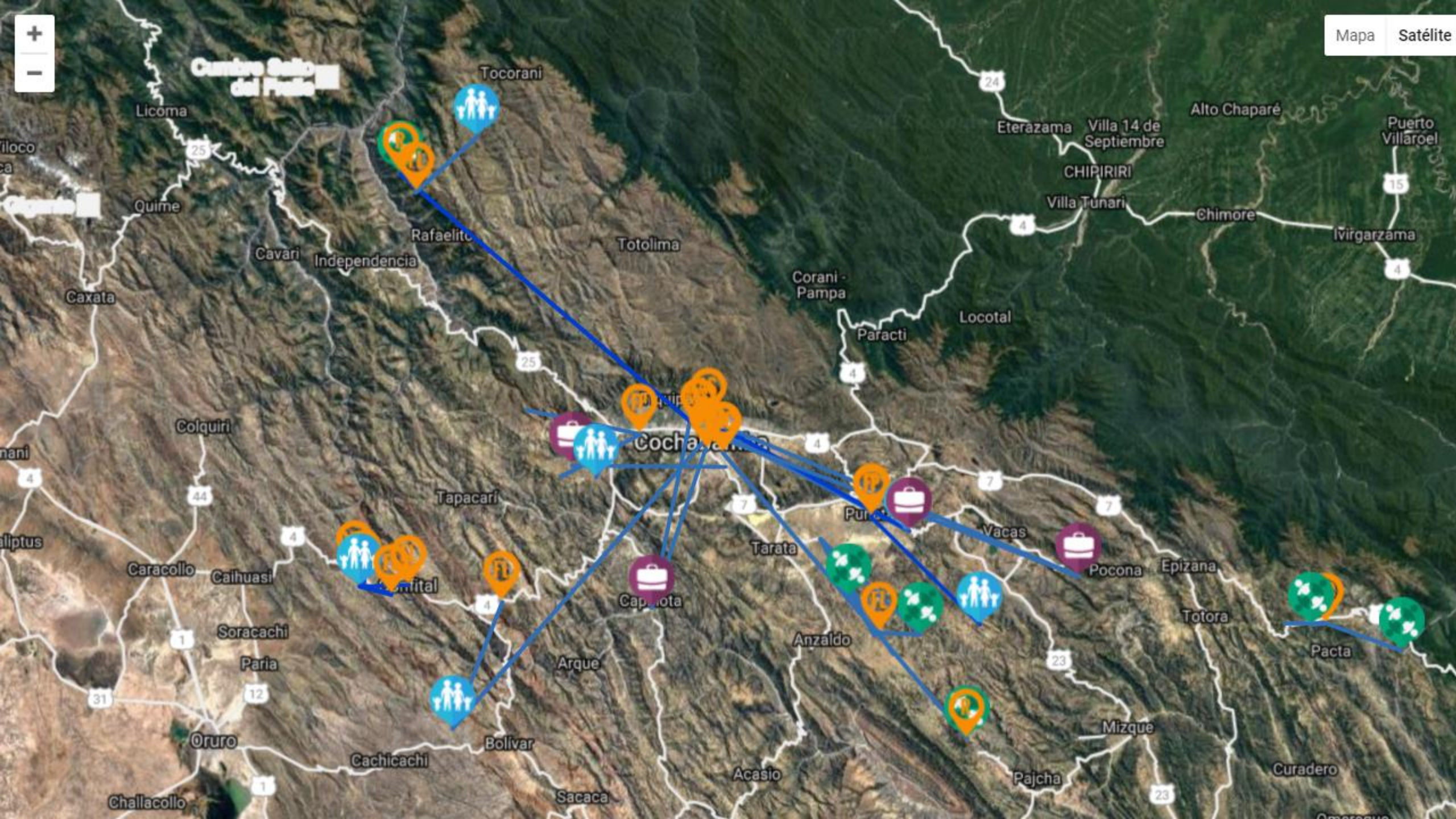
Porcentaje de productores según el número de puntos de venta





Circuitos de los alimentos ecológicos frescos de Cochabamba

El mapa muestra dónde se producen los alimentos ecológicos frescos, quién los produce y si cuenta con certificación ecológica. Además señala la ruta por la que recorre el alimento hasta su lugar de comercialización.



☒ Papa

☐ Maíz

☐ Lechuga

☐ Trigo

☐ Plátano

☐ Naranja

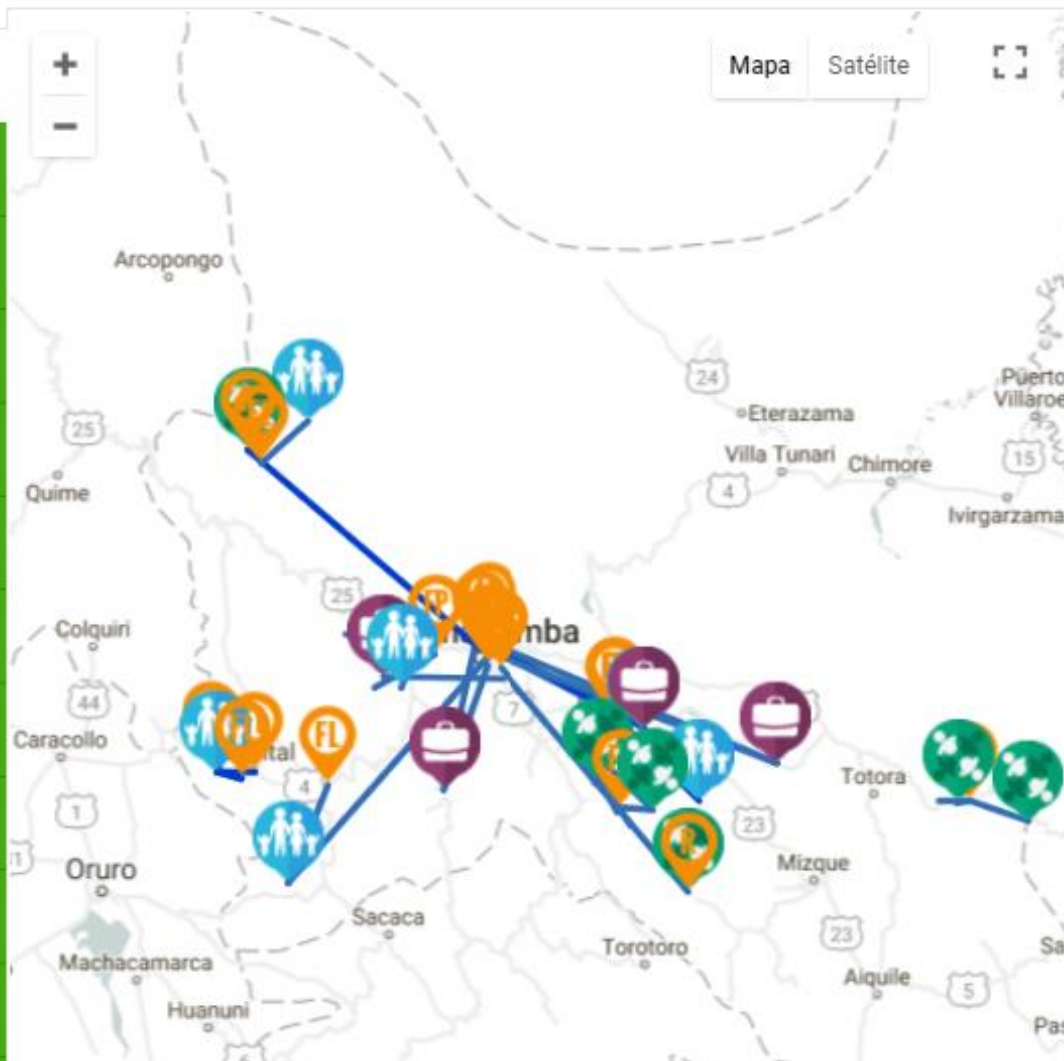
☐ Banano

☐ Tomate

☐ Mandarina

☐ Arroz

☐ Zanahoria



Los datos que se presentan a continuación son una comparación de los datos de la Encuesta Nacional Agropecuaria (ENA, 2015) y los datos obtenidos de 65 instituciones y actores que han trabajado o trabajan con producción ecológica, que representan a 6184 Familias. La comparación muestra la cantidad de producción de Cochabamba (convencional o ecológica sin diferenciación) frente a la cantidad de producción ecológica identificada por el proyecto con y sin certificación.

PRODUCCIÓN TOTAL DE PAPA

298.070.320 KG

4,90% 14.615.300 KG (PRODUCCIÓN ECOLÓGICA)

0,32% (PRODUCCIÓN ECOLÓGICA CERTIFICADA)

Datos ENA y Producción Ecológica (solo productos seleccionados)

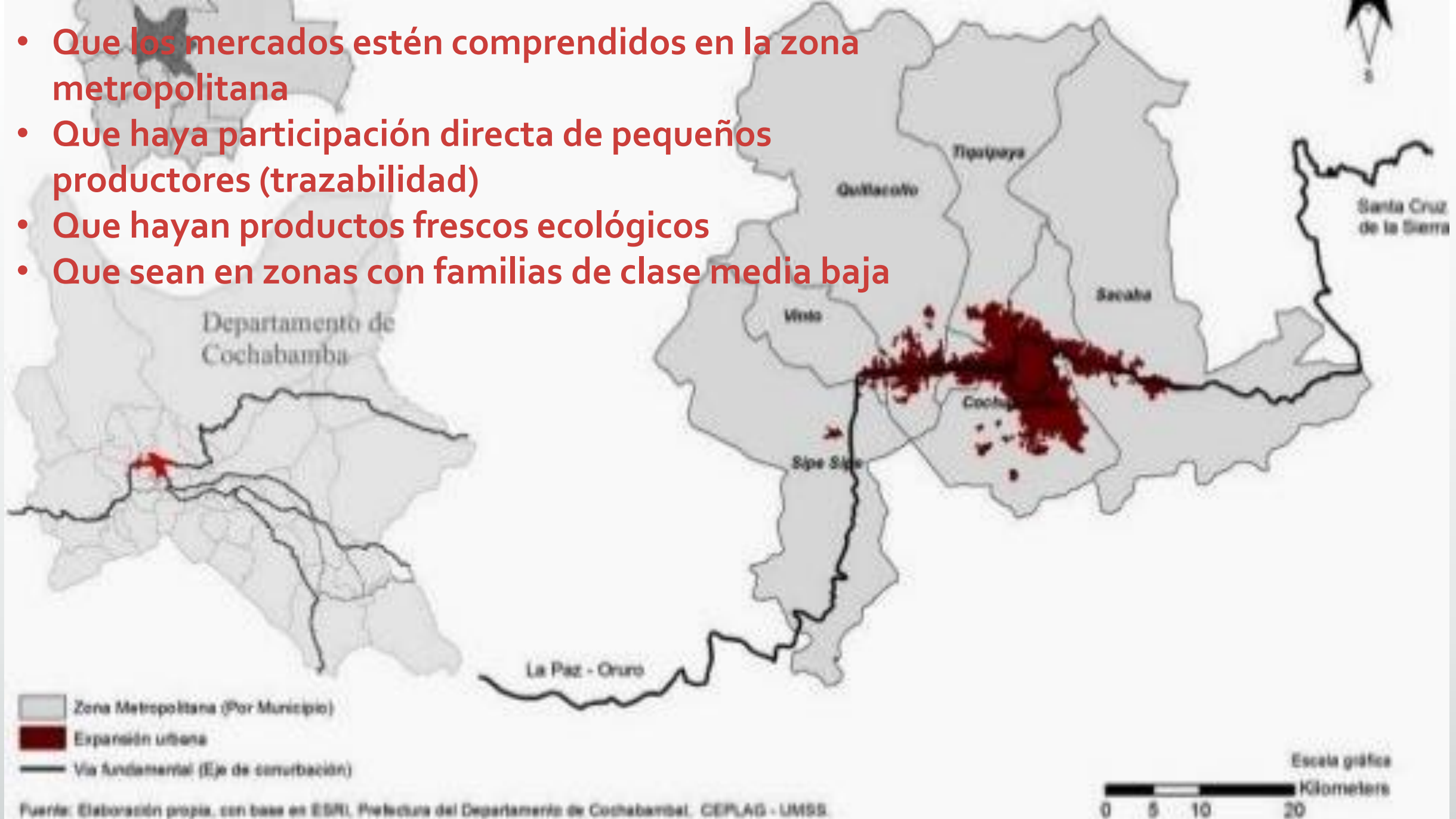
De la superficie total producida en Cochabamba (ENA, 2015) 155626.47 hectáreas, solo el 4.6% de la superficie fue identificada como ecológica con el proyecto (7137 hectáreas), de las cuales solamente el 1.54% correspondientes a 113.07 hectáreas tienen algún tipo de certificación ecológica.

De la producción total reportada en Cochabamba (ENA, 2015) 1 081 293 910 Kg, solo el 2.11% correspondería a producción ecológica identificada con el proyecto (22 764 031 Kg). Al dividir ésta cantidad de producción ecológica entre el promedio de habitantes de Cochabamba encontramos que cada habitante consume 22.7 kilos de productos ecológicos al año, es decir, 62 gramos al día.

Fase 2

Criterios de selección de casos

- Que los mercados estén comprendidos en la zona metropolitana
- Que haya participación directa de pequeños productores (trazabilidad)
- Que hayan productos frescos ecológicos
- Que sean en zonas con familias de clase media baja



Comercialización

Autoservicio

Tiendas

Mercados seccionales

Mercados Centrales

Ferias Barriales

Ferias Locales

Ferias Provinciales

Ventas Públicas

Gastronomía

Venta Directa

Rescatistas

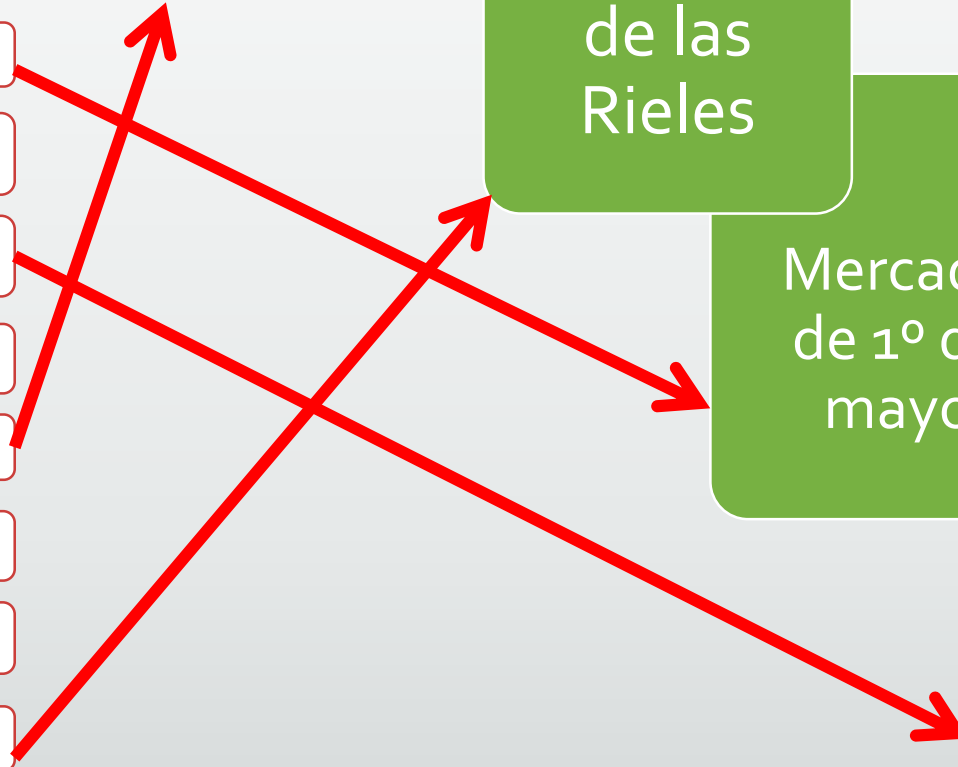
Mercado
Quillacollo
– Plaza de
Granos

Mercado
de las
Rieles

Mercado
de 1º de
mayo

Mercado
Sacaba –
Villa
Obrajes

Puntos
Verdes



Fases

Pregunta de investigación 1: ¿Cuáles son los factores que afectan a los espacios de circulación de alimentos ecológicos frescos en Cochabamba?		
Fase	Método	Qué actor/dónde?
Fase 1: Localización y mapeo de la producción ecológica y su flujo hasta los espacios de circulación	Entrevista semi-estructurada	Informantes y actores claves: instituciones públicas o privadas (ONGs y Fundaciones, cooperación, empresas, etc.), organizaciones o asociaciones
	Revisión de fuentes secundarias de información y análisis de bases de datos y censos oficiales	Instituciones públicas y fuentes oficiales (Instituto Nacional de Estadística)
Fase 2: Análisis detallado de los casos de estudio seleccionados	Sondeo rápido de mercados (encuestas, entrevistas semi-estructuradas, etc.)	Productores, consumidores y otros actores de los espacios de circulación
	Entrevistas a profundidad con la posibilidad de extraer historias de vida	Actores claves (dirigentes o representantes, o técnicos públicos o privados)
	Análisis de factores de éxito o fracaso	Los 10 puntos verdes de la EcoFeria

Desarrollo de instrumentos para vendedores/productores y para consumidores

Estudios de caso



Mercado de
1º de mayo



Mercado
Sacaba –
Villa
Obrajes



Mercado
Quillacollo –
Plaza de
Granos



Mercado de
las Rieles

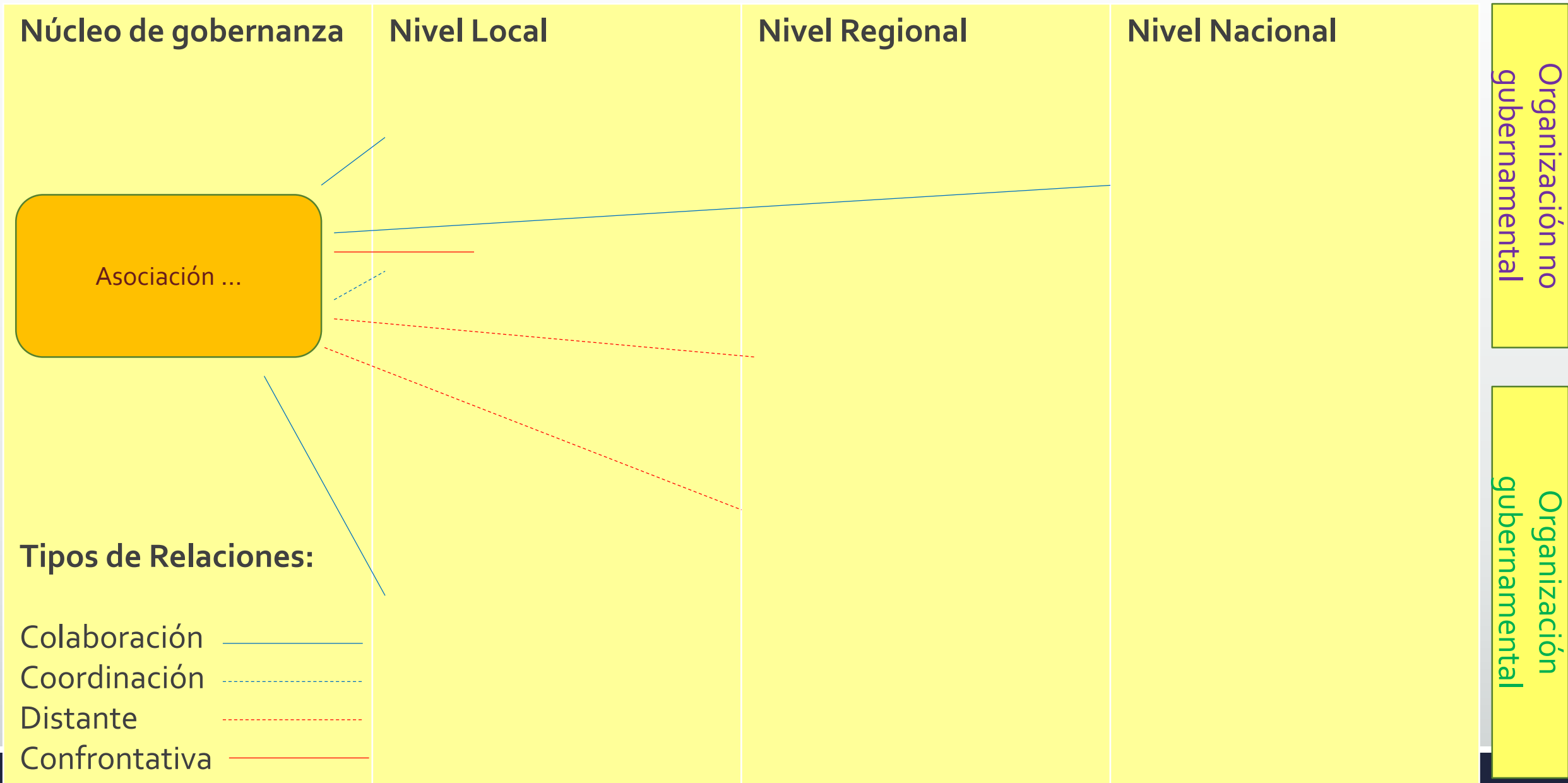


Puntos
Verdes

Censo de puestos de venta, conteo de consumidores (c/ 15 min.), observaciones
participantes, entrevistas a directivas de los mercados

Mercado	Hortalizas	Frutas	Tubérculos	Granos	Mixto	Total	Flujo de consumidores cada 15 minutos
Mercado Sacaba -Villa Obrajes	15	3	2	3	0	45	5
Mercado de las Rieles	85	16	7	0	10	138	150
Mercado Bartolina Sisa - 1ro de Mayo	18	8	16	16	3	281	139
Mercado Quillacollo - Plaza de Granos	509	21	148	37	-	715	Entrada: 253 Plaza de papa 287 Plaza de hortalizas 367

Relación de Actores



Relación de Actores

CASO DE ESTUDIO Nº 1: FERIA DEL PRECIO JUSTO - SACABA

Núcleo de gobernanza

Niv

CE

Asociación sin personería jurídica con Directiva

Gob
Mur

Tipos de Relaciones:

Colaboración —
Coordinación - - -
Distante - - - -
Confrontativa - - - -

Sub
Obr

CASO DE ESTUDIO Nº 2: FERIA 1º DE MAYO – DISTRITO 9 CBBA.

Núcleo de gobernanza

Ni

O

Ce

Igl

Asociación sin personería jurídica con Directiva

Tipos de Relaciones:

Colaboración —
Coordinación - - -
Distante - - - -
Confrontativa - - - -

St

CASO DE ESTUDIO Nº 3: FERIA DE LAS RIELES – AV. PETROLERA CBBA.

Núcleo de gobernanza

Nivel Local

Nivel Regional

Nivel Nacional

Asociación sin personería jurídica con Directiva

OTB

CODECOSUR

Gobernación Cochabamba

INRA

Zona Metropolitana CANATA

Ministerios

Gobierno Autónomo Municipal de Cochabamba

Gobierno Autónomo Municipal de Omereque

Gobierno Autónomo Municipal de Pojo

Gobierno Autónomo Municipal de Totora

Tipos de Relaciones:

Colaboración —
Coordinación - - -
Distante - - - -
Confrontativa - - - -

Organización no gubernamental

Organización gubernamental



<http://ecoconsumo.agrecolandes.org>

<http://ecoconsumo.agrecolandes.org/circuitos-alimentos-ecologico-cochabamba/>

Saludos y ...
muchas gracias por sus
preguntas y retroalimentación

Siguientes Pasos

Próximos pasos (Parte A Fase Incepción)

- Aplicación de las encuestas y entrevistas;
- Sistematización y Análisis de la información recolectada;
- Describir las tipologías de consumidores y sus características para clasificar los diferentes estratos;
- Describir las tipologías de productores y su potencial de participación en los espacios de circulación;
- Establecimiento la línea base y parámetros de seguimiento;

Próximos pasos (Inicio Fase Implementación)

- Identificar a los actores de los espacios de circulación de los alimentos frescos ecológicos, entrevistarlos y desarrollar un “mapa de relaciones”.
- Impulsar un encuentro entre actores y líderes para socializar los resultados del proyecto.
- Facilitar la conformación de un grupo impulsor para que identifique una estrategia de acción conjunta hacia el desarrollo de los espacios de circulación de los alimentos frescos ecológicos y la transformación de los hábitos alimenticios de la población.