

Más allá de pilotos:

**Esfuerzos en Cusco para promover la venta
directa de alimentos por productores al
sector turístico**

**Trent Blare
Jason Donovan
ICRAF
Lima, Perú**

Reunión de la Comunidad de Práctica de la Fundación McKnight
Sucre, Bolivia
9-15 de julio, 2017

Contenido

- Contexto
- Trabajo en Cusco
- Resultados
- Implicaciones

Entorno cambiante, con implicaciones para sistemas de alimentación

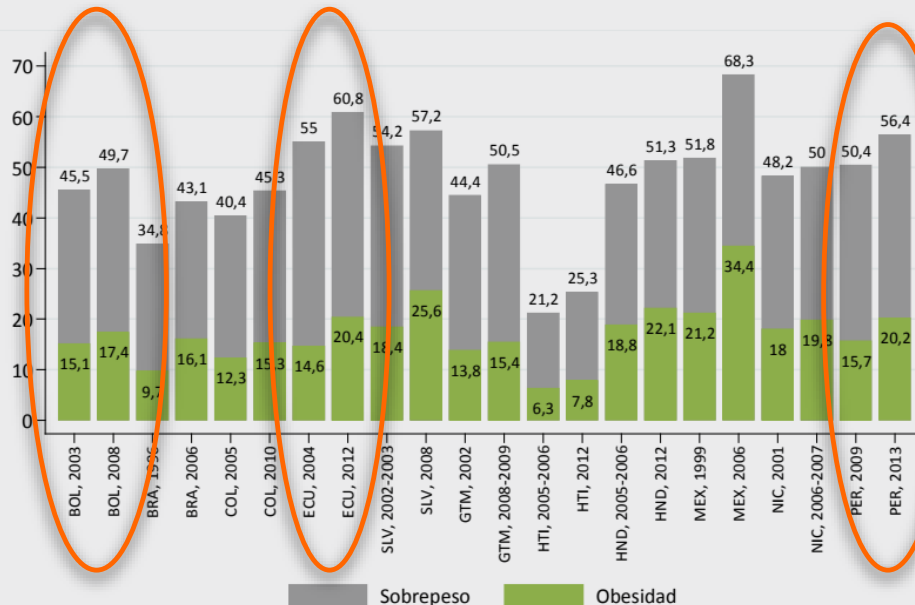
- Expansión de la clase media (\$10-50/día/persona): 50% aumento (2003-2013), 30% de la población
- Cada vez más urbanizada: 1990: 70% urbanizada, 2014: 80%; 2050: 90% (UN-Habitat)
- Crecimiento en turismo: más seguro, mejor conectividad – 50% aumento en gastos en últimos 10 años
- Cambios estructurales en los mercados: crecimiento de supermercados, más exigente en términos de calidad

Entorno cambiante, con implicaciones para sistemas de alimentación

- Expansión de la clase media (\$10-50/día/persona): 50% aumento (2003-2013), 30% de la población
- Cada vez más urbanizada: 1990: 70% urbanizada, 2014: 80%; 2050: 90% (UN-Habitat)
- Crecimiento en turismo: más seguro, mejor conectividad – 50% aumento en gastos en últimos 10 años
- Cambios estructurales en los mercados: crecimiento de supermercados, más exigente en términos de calidad

Y algunas tendencias preocupantes – la sobrealimentación

PREVALENCIA DE SOBREPESO Y OBESIDAD EN MUJERES EN EDAD FÉRTIL REPRODUCTIVA EN ALGUNOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE. DISTINTOS AÑOS, EN PORCENTAJE



- 58% de la población de AL es sobrepeso y 23% es obeso
- Más consumo de productos procesados
- IIN e ICRAF (2016): Poco consumo de verduras (117 g) y frutas (204 g) en periurbano Lima

Nuestra visión de cambio en SAL en la región Andina

Dos o más tipos de actores dentro de un SAL tengan el interés y la capacidad de colaborar, la cual conlleva a cambios positivos a escala para consumidores y/o productores

- Pequeños productores agro-ecológicos tengan la capacidad de vender volúmenes significativos a empresas locales
- Empresas locales enfrenen menos riesgo y costos para establecer relaciones de confianza con pequeños productores
- Agencias públicas y ONG tengan mayor capacidad de facilitar cambios en el sistema con empresas, consumidores y productores
- Consumidores urbanos buscan apoyar a empresas y productores locales comprometidos a la oferta de alimentos de calidad

Entorno de alimentos

(cultura, acceso a alimentos,
infraestructura, regulaciones)

Entorno empresarial

(provisión de servicios y insumos,
regulaciones, condiciones de mercado)

Consumidores finales
no élites
(principalmente local)

Consumidores
finales élites
(locales y no
locales)

Proveedores de alimentos
a consumidores

Supermercados

Restaurantes

Vendedores en
mercados informales

Comedores

Hoteles

Tiendas

Comida rápida

Organiza-
ciones
locales

Inter-
medi-
arios

Agro-
indus-
tria

Producción
agropecuaria
dentro del
sistema

Producción
agropecuaria fuera
del sistema

Sistema local de alimentos

Cusco: el contexto

- Lugar más visitado en Perú: recibe el 88% de turistas
- Últimos 10 años: 2.5x expansión en número de turistas – sobre todo el turismo de lujo
- Platos típicos parte de la experiencia turística
- Expansión de supermercados
- Relaciones tradicionales de comercialización para el abasto de mercados informales, supermercados y restaurantes

Producción agrícola en Cusco

- Más de 65% de las familias tienen menos de 1 ha
- Pobreza rural: $\approx 50\%$ calificado como pobre - mucho encima la cifra de la región de 26%
- Productos emblemáticos de alta demanda: quinoa, kiwicha, maca, papas nativas
- Pero mucho otros: hortalizas, frutas nativas y exóticas, cacao y café
- Organizaciones de productores débiles en la comercialización de productos a escala local
- Varios pilotos por parte de ONG y empresas privadas para crear vínculos con el sector rural con consumidores en ciudad de Cusco

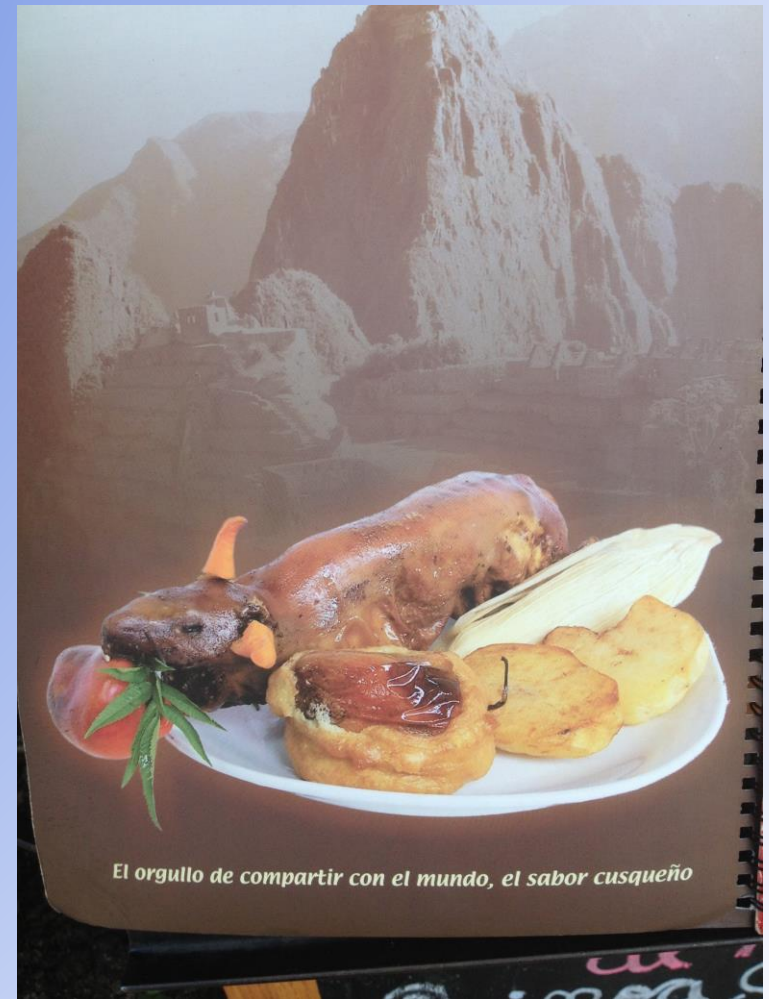
Nuestra investigación en Cusco

- Qué tan interesados son los restaurantes en crear vínculos directos con productores?
- Cuáles son las capacidades de los productores para responder a las exigencias de los compradores?
- Cuáles son los factores del entorno que facilitan la creación de vínculos entre el sector rural y urbano?



Métodos: Demanda de los restaurantes por productos locales

- Entrevistas con 53 administradores y dueños de restaurantes en la ciudad de Cusco
- Encuesta estructura, con elementos interactivos
- Equipo de 3 personas, con 1 semana de ensayos
- Cada entrevista con dos investigadores para crear diálogo y capturar todos los datos



% insumos comprados por tipo de proveedor

	Intermediarios	Directo de productores individuales (productores con capacidad de abastecer el volumen necesario)	Directo de asociaciones de productores	Producción por la empresa misma	Distribuidora especializada
Tubérculos /raíces	76.4	12.4	6.5	0.8	3.9
Verduras	64.4	15.6	3.6	2.2	14.2
Frutas	81.7	5.2	4.1	0.0	8.9
Pescados	60.6	0.2	18.4	0.7	20.1
Carnes	69.1	1.1	7.8	0.0	22.0
Granos	58.6	1.1	5.9	1.8	32.5
Lácteos	37.5	2.7	4.5	0.0	55.2

Requerimientos para proveedores de FyV

Requerimientos/Requisitos	Necesario y los abastecedores pueden cumplir regularmente	Necesario pero los abastecedores no pueden cumplir regularmente	Preferible y los abastecedores pueden cumplir regularmente	Preferible pero los abastecedores no pueden cumplir regularmente	No importa	Total
Registro sanitario	9	20	5	7	5	46
Comprobante de pago	25	15	3	3	0	46
sistema para control de calidad (p.e. HACCP)	9	15	8	12	2	46
Trazabilidad – capacidad de saber de dónde viene el producto	15	14	3	13	1	46
Diversidad de productos ofrecidos en volúmenes necesarios (“consigo lo que necesito en solo una llamada”)	25	16	2	3	0	46
Calidad especial de productos (p.e. calidad más allá de lo que se puede conseguir en el mercado de mayoreo o productos orgánicos)	20	23	2	1	0	46
Manejo, transporte, empaque higiénico	24	18	2	2	0	46

Frecuencia y gravedad de los problemas con la compra directa de asociaciones de productores (n=7)

Problemas	Frecuencia del problema 1= Muy frecuente 2= Frecuente 3= A veces 4= Raras veces 5= Nunca	Gravedad del problema 1= Muy frecuente 2= Frecuente 3= A veces 4= Raras veces 5= Nunca
Falta del producto que más necesito	2.57	2.57
Dificultad para coordinar entregas	3.29	3.71
Falta de permisos registros	2.43	3.14
Dificultad de transporte (manejo, empaque)	3.00	2.86
Insuficiente calidad o volumen	3.00	3.00
Precio elevado (mucho por encima del mercado)	3.86	3.43
Alto riesgo de incumplimiento	4.00	3.71

Cuellos de botella: Difícil conseguir productos deseados

- “El mercado de Cusco es pequeño para conseguir productos orgánicos; no hay todo el año.”
- “No hay productores especializados.”
- “Proveedores con poco stock y variedades de productos locales.”
- “Nos diferenciamos por la alta cocina con el uso de productos agroecológicos...es difícil conseguir productos nativos.”

Cuellos de botella: Cumplir estándares de calidad y tributarios

- “No hay un estándar de calidad...no cumplían con los pedidos.”
- “Es difícil encontrar productos Andinos de calidad. No hay proveedores formales que entreguen facturas.”
- “Provisión de insumos de calidad; por ello el 20% proviene de nuestros campos y el resto proveedores de Arequipa aunque estos no tienen certeza si son o no orgánicos o agroecológicos.”

Métodos: evaluación de esfuerzos crear ventas directas al restaurantes en Cusco

- Aprocultivo: Asociación de productores de papas nativas que provee a restaurantes y hoteles para comida gourmet (N=35)
- Qorichacra: Red de productores de hortalizas que usan invernaderos para proveer productos a McDonald's, otros restaurantes y mercado local (N=15)
- Orgánicas Lamay: Iniciativa privada del Grupo Gastronómico para auto-abastecerse de productos especiales (N=5)
- Otras actores clave en el sistema (N=5)

Relevancia de la venta directa a restaurantes para pequeños productores

- “Antes que participaremos vendemos nuestras papas nativas a un precio muy baja. Había pocas personas que compraron papas nativas”
- Las ventas a de hortalizas de mi invernadero “...es el único fuente de ingresos que tengo que me permita pagar la educación de mis hijos”

Desafíos para Aprocultivo

- Retos logísticos
 - Solo 2 comunidades con 30 socios (comenzaron con 10 comunidades y 200 productores hace 10 años)
 - 42% no siente informado, aunque 81% tiene celulares
 - “Había problemas con los directores. Ellos solo buscan su propia interés”
- Papas nativas: único ingreso para 41% de las familias
- Complicada intermediación y coordinación con compradores

Desafíos enfrentados por Qorichacra

- Pagos atrasados de los restaurantes
- Sin coordinación de la venta
- No cumplimiento con los requisitos tributarios
- Restaurantes que compran poco – necesidad de rotar la venta entre socios



Cuellos de botella para Organics Lamay

- Más demanda que oferta
- Sin capacidad de invertir más para expandir la empresa
- Dificultades en comunicación (poco señal de celular y internet)
- No pueden conseguir las semillas orgánicas
- Logísticas prohíbe compras de comunidades



Sistemas de alimentación: Lección clave desde Cusco

Lograr impacto a escala requiere de más colaboración, innovación y reflexión.

Tenemos que incluir múltiples actores:

ONG, consumidores, productores y gobierno,
y múltiples acciones: nuevas tecnologías,
ventas directas, nuevas formas de
intermediación, expansión de demanda y
oferta

Algunas lecciones en Cusco

- Sector privado con interés pero poca capacidad para ampliar e intensificar sus relaciones directas con productores
- Enfoque en agroecología sin responder a las necesidades y realidades del mercado no logrará el impacto deseado
- El carácter multidisciplinaria de sistemas de alimentos dificulta sostener un diálogo con las entidades del gobierno regional
- ONG: interés y capacidad en el tema, pero pocos recursos y colaboración entre ellas
- Aplicando viejas soluciones a nuevos problemas – urgencia de innovación en marcos conceptuales y metodológicos para enfrentar la complejidad en SAL

Gracias

