

A vibrant market scene in Cusco, Peru, featuring a variety of fresh produce and grains. In the foreground, there are large sacks of dried beans and potatoes, along with bags of green apples and other fruits. A scale is visible on the right, and a person's hands are shown handling some produce. The background is filled with more sacks and bags, creating a colorful and busy atmosphere.

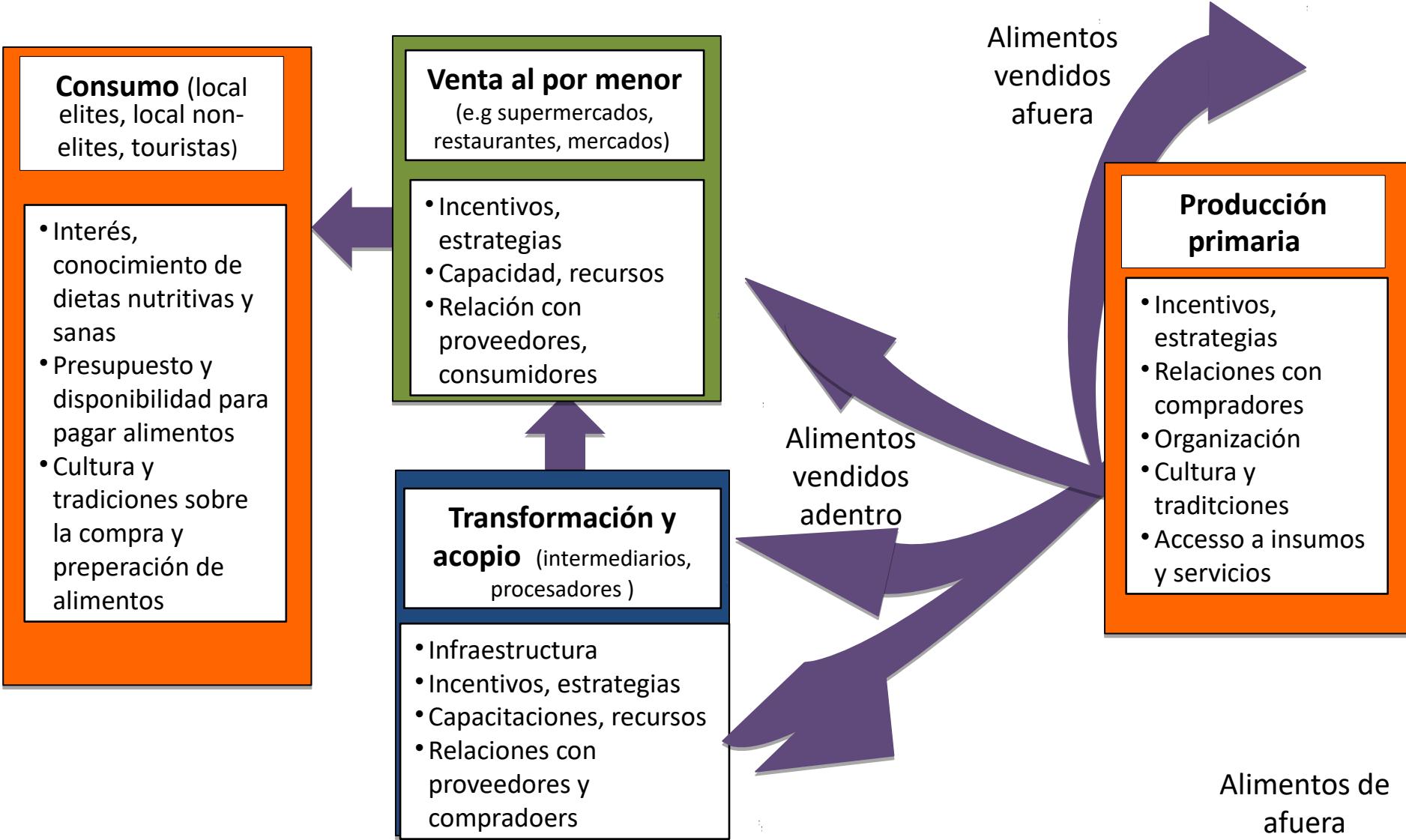
# Explorando el sistema alimentario desde diferentes perspectivas en Cusco: Impulso de cambios sistémicos

Trent Blare - ICRAF

Jason Donovan - CIMMYT

# Entorno empresarial

Regulaciones en la producción y marketing de alimentos (incluye sanidad); impuestos; políticas de compras públicas



## Provisión de servicios e insumos

Promocionar; asistencia técnica y capacitaciones; insumos de producción; investigación y facilitación de diálogo

# Características de un ambiente favorable para escalar agroecología en la región Andina

- Modelos de negocio responsables (social y medio ambiente)
- Consumidores informados y responsables
- Marco político e institucional favorable para consumidores y empresas
- Proveedores de servicios con interés y capacidad

# Nuestro reto en Cusco

- Experiencias en los EEUU y Europa son de poca relevancia: desiertos alimentarios y logística
- En los países del Sur, muchos estudios de caso de intervenciones asoladas
- No hay recetas sobre cómo diagnosticar e intervenir en los sistemas alimentarios
  - ¿Cuáles son los puntos de entrada para hacer cambios?
  - ¿Con quién trabajar?
- ICRAF intermediario neutral para la reflexión crítica y tomar acción

# Nuestros objetivos

- Diagnosticar las oportunidades y desafíos en el sistema
- Identificar socios interesados y capaces de fortalecer el sistema local de alimentos
- Elaborar estrategias tomando en cuenta los cuellos de botella y las necesidades y oportunidades de actores clave
- Desarrollar herramientas, métodos y lecciones con enfoque en mujeres y jóvenes para la construcción de un SAL resistente y sostenible

# Contexto Cusco: Consumo

- Turismo 12% de la economía: “boom” gastronómico en platos tradicionales
- Ingresos *per cápita* creció un 11% entre 2008 y 2013: Gastar más en productos de mejor calidad
- 15% de niños menores de cinco años sufren de desnutrición crónica
- 39% de los residentes en el 2014 tenían sobrepeso
- 6% consumieron 5 porciones de F&V en un día

Demanda emergente de alimentos saludables y tradicionales

# Producción Agrícola

- Diversificados sistemas de producción: muy sofisticados (i.e. sistemas de riego, viveros) a tradicionales (i.e. pocos insumos)
- Informalidad en la intermediación (i.e. intermediarios, ventas directas a mercados locales)
- 99% de la producción es agricultura familiar
- 65% de las familias tienen menos de 1 ha
- Pobreza rural 50% (región 26%)

Oportunidades para mejorar la economía de familias productores?

# Situación similar en los Andes y AL

- Migración: 80% de la población de América Latina vive en ciudades
- Alta taza de pobreza y pocas oportunidades para jóvenes en áreas rurales
- Crecimiento de la clase media
- Cambios en demanda final, intermediación y transformación (i.e. grandes empresas, tecnologías de comunicación)
- 58% de la población de AL tiene sobrepeso
- Preocupación por impactos ambientales (cadenas largas y uso de agro químicos)

# Líneas principales de investigación

- **Consumo:** 300 compradores y 40 vendedores en el mercado
- **Transformadores y detallistas:** 58 jefes de compra de restaurantes, supermercados y compradores públicos
- **Servicios y regulación:** 3 estudios de caso de producción, 4 ONG, 12 agencias de gobierno



# RESULTADOS SOBRESALIENTES



# Consumidores en mercados tradicionales: ¿importa lo local?

- Percepción de que los productos locales son más naturales y más sabrosos pero hay preocupación sobre la higiene
- Creciente demanda de productos nativos
- No hay diferenciación ni promoción de productos locales

¿Qué sigue? Experimentos económicos para determinar la influencia de información y promoción (etiquetas y marcos)

# Transformadores y detallistas

- Intención e interés en compras directas
- Proveedores locales no ofrecen un producto de confianza con precios razonables
- Alto riesgo y costo de invertir en ventas directas
- Coordinación complicada para canasta de productos distintos
- Preocupación por higiene, informalidad y trazabilidad

¿Qué sigue? Explorar opciones para reducir costos de transacción e incentivar abastecimiento local, responsable

# Servicios y regulación

- Muchos pilotos han mejorado la producción
- Iniciativas dispersas para vincular la producción con la demanda sin una visión clara para lograr escala
- No está en la agenda del gobierno: poca infraestructura (carreteras, refrigeración, comunicación) y servicios (crédito)
- Ambiente regulatorio engorroso para PyME rurales (tributarios y sanitarios)

¿Qué sigue? Continuar despertando el interés y aumentando las capacidades de ONG y gobiernos locales para trabajar en SAL

# Nuestro trabajo en el contexto del grupo SAL y la CdP

- Nuestro valor agregado es una perspectiva sistémica: clave para buscar soluciones a escala
- No hay un consenso de la definición de agroecología: ¿Cómo se distinguen esos productos en el mercado?
- Tema desconocido por tomadores de decisiones: conversación sobre lo nativo, local y orgánico, pero no significa sea agroecológico

# Productos de investigación

- En desarrollo (artículos científicos)
  - Compras directas de restaurantes
  - Tres estudios de caso de empresas con ventas directas
  - Análisis del sistema y las oportunidades hacer cambios

*Renewable Agriculture and Food Systems: Page 1 of 12*

doi:10.1017/S1742170517000333

## Estimates of the willingness to pay for locally grown tree fruits in Cusco, Peru

Trent Blare<sup>1\*</sup>, Jason Donovan<sup>1</sup> and Cesar del Pozo<sup>2</sup>

<sup>1</sup>World Agroforestry Centre (ICRAF), Lima, Peru.

<sup>2</sup>Centro Bartolomé de las Casas (CBC), Cusco, Peru.

\*Corresponding author: [t.blare@cgiar.org](mailto:t.blare@cgiar.org)

Accepted 17 May 2017

Research Paper

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

JASON DONOVAN

## 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

# Conclusiones

- Fortalecer y escalar lo que funciona
  - Mayoría de F&V comprado en mercados tradicionales
  - Casos exitosos ventas directas
- Hay grandes oportunidades:
  - Rápidos cambios en transformadores y detallistas (i.e. crecimiento de supermercados y tiendas especialistas, nuevos productos y formas de intermediación y transformación)
  - Nuevos tecnologías de comunicación
- Influir el sistema alimentario requiere múltiple puntos de entrada, paciencia y flexibilidad

# GRACIAS

