



# Caracterizando el potencial de acción de los consumidores por productos Agro-ecológicos en Salcedo, Provincia de Cotopaxi, Ecuador

Lima, Febrero 19 de 2018

# Estructura



- **Introducción**
- **Teoría de Cambio:** Elementos estratégicos y centrales, contexto, actores, cómo se relacionan en el SAL, cuáles son las hipótesis que se derivan de lo que quiere lograr el proyecto
- **Contando la experiencia:** Estudio de Consumidores en Salcedo
- Reflexiones y aprendizajes hacia la Teoría de Cambio

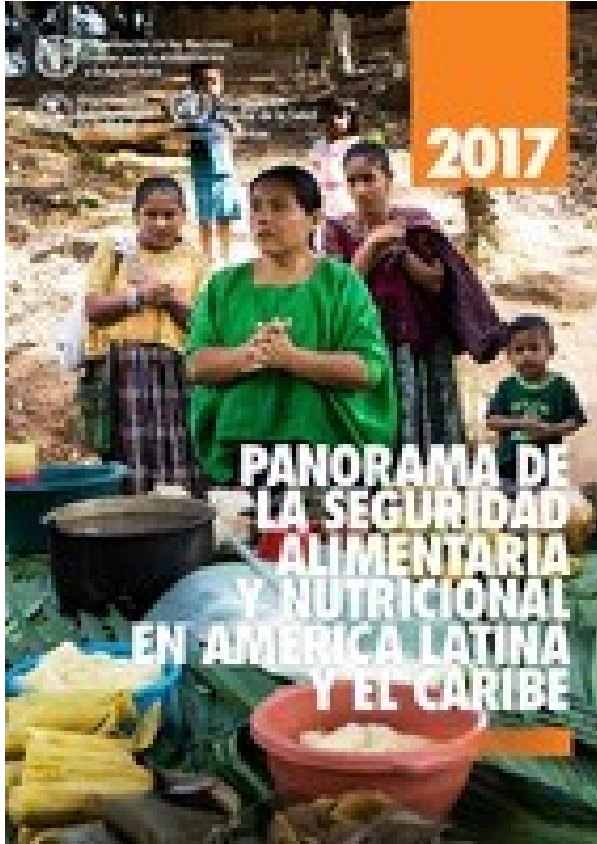


# Introducción: Qué hemos estado haciendo?



- Facilitamos y documentamos iniciativas productivas y acceso directo a mercados con pequeños productores de comunidades indígenas y mestizas en la Sierra Centro de Ecuador → asociaciones de productores (as) dominadas por la presencia de mujeres en Cotopaxi y Chimborazo. Como producto de demandas en los grupos comunitarios de no solo realizar innovaciones a nivel de lo productivo, sino también mirar oportunidades de mercado y la alta intermediación
- **Redes Alternativas de Alimentos (RAA): Marco de análisis**
- **Enfoque Investigación – Acción** : Caracterizamos el ambiente alimentario en los territorios. A través de un mapeo de actores ampliamos el concepto consumidor y el portafolio de “clientes”; caracterizamos a nivel de hogares conocimientos, actitudes y prácticas en consumo, documentamos las dinámicas y agencias desplegadas en la creación de vínculos y relaciones. Un conjunto de métodos cuantitativos – prospecciones a campo, seguimiento a precios, encuestas, etc., y cualitativos (entrevistas a actores claves, grupos focales, etnografías) sirvieron para el análisis de resultados, de los discursos y el grado de satisfacción y adhesión de los participantes con las iniciativas
- **Preguntas:** ¿cuáles son las particularidades de la producción AE y sus consecuencias para la salida a mercado?, ¿Cómo y a través de qué mecanismos pueden los pequeños productores biodiversos/ AE lograr acceso a mercado en condiciones más favorables que la que ofrecen los mercados convencionales?

# Contexto (cont.)



- **Sistema Alimentario:** Avances de la producción agroindustrial y de las dietas modernas. Nuevos patrones de consumo.
- **Ecuador:** Los sistemas alimentarios han sufrido profundas transformaciones desde los 80. Ecuador se encuentra en una transformación progresiva de los hábitos alimentarios marcada por el reemplazo de los alimentos tradicionales por productos procesados de menor valor nutritivo (Waters, 2006).
- Transición o acumulación epidemiológica caracterizada por la doble carga de la malnutrición → al retardo de talla y deficiencia de micronutrientes se suma crecientes el incremento de las prevalencias de sobrepeso y obesidad en todos los grupos de edad. (PAHO, OMS, FAO)

# Contexto (cont.)



- **Situación actual:** Cambio en la matriz productiva y políticas de incentivo.
- El sobrepeso/obesidad afecta al 30% de niños en edad escolar y supera el 60% en los adultos de 19 a 60 años. Los costos para el sistema de salud en 2014 alcanzaron 1.487 millones de dólares (PAHO/WFP 2017).
- Avances de la provisión de alimentos en tiendas al retail, crecimiento de los supermercados a 4 % o más por año - y de cadenas de comidas rápidas. En el país existen 396 supermercados y autoservicios (INEC 2017).
- Distanciamiento generalizado entre quien produce y consume entre otros por los procesos de urbanización, migración, marketing, alta intermediación.
- Necesidad de una transformación del sistema alimentario (FAO, PAHO, etc.)





Nuestra experiencia

# Entendiendo la demanda: Desempacando el concepto de consumidor


Poder para influenciar a consumidores / políticas a favor de SLAS

Alto	Municipio de Salcedo (Dirección Ambiental) Municipio de Salcedo (Dirección de Género y Turismo) Prefectura de Cotopaxi (Prefecto) Prefectura de Cotopaxi (Dirección de Fomento Productivo) IEPS Cotopaxi Iglesia Bíblica Jesús de Nazaret Escuela Militar Eloy Alfaro Mega Supermercado	FEDEBAS (Presidente) - Barrio Rumipamba de Las Rosas FEDEBAS (Representante ante Consejo de Participación Ciudadana) - Tebaida II Etapa Madison High School	Iglesia San Miguel de Salcedo
Medio	Junta Parroquial de Cusubamba FEPP Hostería Los Molinos de Yanayacu Hostería El Imperio Real	Patronato Municipal de Salcedo Heifer Hermanas Marianitas	Hostería Rumipamba de las Rosas
Bajo	Monasterio Cisterciense Santa María del Paraíso Bar Escuela San Francisco de Asís	Centro de Encuentros Rivotorto - Hermanas Franciscanas de la Juventud Hospital Básico Salcedo (ex Clínica Salcedo) Restaurante El Marquez Catering Ermela Guerrero Cooperativa Futuro Salcedense	Hospital de Salcedo Yerovi Mackuart Clubes Deportivos Helados de Salcedo Familia Jijón Franco

Interés en apoyar iniciativas locales de alimentos sanos

- Mapeo de actores, instituciones y organizaciones locales en relación con los temas alimentarios (educación, política, actividad comercial o por sus preocupaciones por nutrición o salud de la población local, entre otras)
- Organizaciones de primer o segundo grado y las OEC en las comunidades. FEMICAM, Chakras comunitarias, mujeres agroecológicas Semilla y Vida. En Salcedo: treinta organizaciones, entre: Organizaciones públicas; Organizaciones no gubernamentales; Organizaciones sociales, Organizaciones privadas.
- Riobamba 160 de las cuales 80 fueron aproximadas y 40 respondieron.
- Tal información compartida con organizaciones de productoras permitió extender las redes de relaciones y carteras de clientes.

# Entendiendo la demanda: Por qué un estudio de consumidores?

 ¿Cómo dar oxígeno a productos de la pequeña economía campesina y lograr mayores oportunidades dentro del sistema local de alimentos para el acceso a mercado a pequeños campesinos?

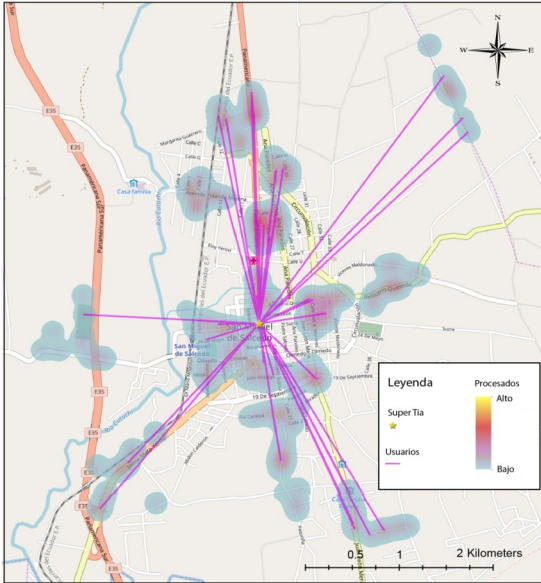
- Los consumidores son vistos como actores cada vez más importantes en la dinamización del sistema alimentario y para la IAE.
- Lograr una mayor comprensión de los conocimientos, prácticas y actitudes de los consumidores urbanos hacia productos locales, frescos y de origen agroecológico, en la esperanza de lograr mayores oportunidades dentro del sistema local de alimentos para el acceso a mercado a pequeños campesinos.



# Caracterizando el potencial de acción de los consumidores por productos Agro-ecológicos en Salcedo (Cont. )

- Estudio de consumidores en Salcedo: definiendo tipologías de consumidores y su distribución geográfica.
- **Comportamiento y hábitos de consumo** (de productores y consumidores, elementos importantes para influenciar hábitos)
- **Objetivo:** Conocer las percepciones, motivaciones e interés por productos agroecológicos. ¿Cuáles son las tendencias, percepciones, de la gente de la ciudad relacionado con alimentación, con énfasis en una disposición hacia una alimentación con productos agroecológicos?
- **Metodología:** Muestra de 20 barrios; encuestas en 10 hogares. El análisis de los datos enfocó en el comportamiento, en términos de hábitos alimentarios, el conocimiento en el tema, la práctica como consumidor y la actitud hacia iniciativas en mercados AE.
- **Análisis:** Exploración de ciertas relaciones, construcción de índices: sintetizando aspectos del comer saludable, ICS, practicas, IPRACT, conocimientos, ICON, y actitudes, IACT, en los barrios, lo cual permite ordenarlos y obtener una clasificación más informada con fines de mejorar nuestras acciones en desarrollo.

# Caracterizando el potencial de acción de los consumidores por productos Agro-ecológicos en Salcedo (Cont. )



- **Conocimiento sobre los productos AE** y sus beneficios es relativamente baja. Las personas dicen valorar el consumo de productos naturales y, una buena fracción habla sobre el origen de los alimentos, frescor y presencia de conservantes, entre otros.
- Lugares de compra: La presencia de supermercados y mercados detallistas ha aumentado considerablemente en la zona y es el lugar preferido de compras de productos en general. Son los mercados locales y ferias y en menor medida las tiendas de barrios, los espacios donde se adquieren productos frescos. **Solo 8 personas compran AF en supermercados.**
- El consumo de alimentos aparece con un alto componente vegetariano, alto en cereales y bajo en consumo de carnes.
- **Cálculo de Índices:** Actitud, Práctica y Conocimiento. Índice de Comer Sano, son las personas en los barrios fuera de la ciudad que al parecer practican una alimentación más saludable.

# Teoría de Cambio: Elementos centrales

Elementos estratégicos y centrales de su Teoría de Cambio (contexto, actores, relaciones, cómo se relacionan en el SAL, cuál es su discurso, hipótesis, cambios que quiere lograr el proyecto)



# Teoría de Cambio

## Instituciones - Gobierno

GADs (parroquial, provincial), MAG, MSP, MAE, universidades

## Consumidores

MESSE, Colectivo, Tribuna del Consumidor, CUM, ONGs organización es feriantes

## Productores

Asociaciones productores I y II grado, OEC cooperativas

### Contexto

FAO, OPS, PAHO

Contexto Global Agricultura y AE

Hay un desconocimiento y desinformación sobre los costos reales de los alimentos y producción agrícola

Sello YO PREFIERO y AFC que reciben cursos del MAG

Inconsistencia en la normativa entre autoridades de diferentes niveles (local, provincial, nacional)

Inestabilidad de los funcionarios de alto (y medio) nivel

Instituciones gubernamentales están más conscientes de AE

Las instituciones trabajan más con los productores que los consumidores

Marco legal municipal alrededor de espacios para ver si cumplen la norma

Organizaciones barriales están muy desorganizadas (ej. Chile)

Hay mucha intermediación

Hay tipos de consumidores que si están muy consientes de AE

Certificación, sellos, confianza en acceso a mercado promovidos y demandas por productores y consumidores

Las asociaciones con las que trabaja el proyecto están incidiendo en el GAD parroquial y municipal

Asentar la política y coherencia AE en la práctica

Pocas/débiles organizaciones de consumo

Hay demanda no satisfecha por más información y acceso a productos AE

Confusión entre AE y orgánico

Hay plataformas y campañas e investigaciones para educar al consumidor

CUM y otros bastante organizados en el movimiento de alimentos hasta cierta medida

Relaciones directas de confianza

### Hipótesis / Alcances

TCA cambia/influencia debate sobre externalidades/co herencia

Los GAD locales utilizan productos de investigaciones en toma de decisiones

Sellos son alternativas válidas y promueven relaciones sostenibles en comercialización AE

Los espacios de interacción directa cambian las percepciones o estrategias de los consumidores

AE no es rentable al principio, tiene que apalancar su creatividad para ser rentable

### Actividades

Análisis de las prácticas y discursos del ambiente institucional dentro de los SLA

Cuencas alimentarias – Flujos: Mapeo de oferta y demanda actual de productos AE para informar a los GADs dónde promover mercados y asociaciones (Latacunga, Salcedo y Riobamba)

Identificar, ampliar y mejorar los espacios productor-consumidor basado en DP

Promover campañas, intervenciones barriales con seguimiento continuo de los cambios

Trabajar más intensamente con consumidores organizados. Identificar casos de estudio en Quito

Seguimiento al proceso de transición AE en chacras tradicionales

Facilitar y Desarrollar competencias para el análisis organizacional y desarrollo institucional

Análisis de competencias organizacionales en asociaciones de productores (as) AE

### Productos/ Resultados

Tomadores de decisiones conocen los costos reales de sus decisiones

Estudio de SAL con enfoque en cuencas alimentarias en 3 ciudades: Latacunga, Salcedo y Riobamba

Más consumidores de productos AE

Nuevas organizaciones de consumidores identificadas y/o creadas

Organizaciones de productores (as) aumentan opciones adaptativas y creativas

Planificación comunitaria para fomentar capacidad y asociatividad de grupos de productoras (es)

### Alcances

Decisiones políticas en los GADs influenciados por los costos reales de los alimentos

Los interlocutores locales entienden SAL/e interesados en conocer, discutir las externalidades

cambios conducta oferta y demanda productos AE en el tiempo. Por qué?

Organizaciones de productores (as) AE empoderadas

### Impactos

Bien público sobre AE + TCA + IP

Otros actores (org., instituciones, etc.) no relacionados con la producción AE promueven alimentos sanos y locales

Acceso mejorado a mercado para pequeños productores

Mayor calidad de vida para agricultores / asociados AE

SLA más sostenibles

Evidencia Data

Estrategias: generar información, facilitación, comunicación y FODI

Enfoques: equidad, participación y sostenibilidad

Supuestos

# Algunos elementos estratégicos y centrales

- Relaciones directas consumidor- productor; corresponsabilidad en la salud del ambiente alimentario/ relaciones ganar ganar
- Caracterización del ambiente alimentario (Marco de Análisis: Cuencas alimentarias)
- Producción AE en manos de pequeños productores
- Políticas públicas
- Asociatividad y trazabilidad
- Cambios de hábitos y dieta sana incluyendo elementos no alimentarios

# Reflexiones y aprendizajes

- Argumentos y evidencia en favor de producción limpia y consumo local
- Nuevo set de organizaciones económicas campesinas, sociales y científicas con preocupaciones en torno a los alimentos, sus impactos y sus externalidades
- La necesidad de sacar a la agro-ecología y la agricultura orgánica de un ambiente de nicho y caro (elite)
- Un ambiente productivo tradicional andino que empata fuerte con los principios de una agricultura ecológica y comunidades que lo practican
- Procesos cada vez más importantes en la capacidad de agencia de productores y consumidores que demandan de una facilitación más pertinente; las redes permiten mayor difusión de conocimientos y percepciones; facilitan flujos de productos y recursos entre participantes.
- La necesidad de crear oportunidades de innovación; generar data y presentar evidencia.



# Senderos de cambio: Qué cambios queremos?

## I + D

- Empatar las perspectivas globales de AE con las particularidades de los ambientes locales
- Institucionalización de las prácticas y formas de pensar AE en el territorio
- Generando análisis y evidencias útiles para la toma de decisiones en el ámbito alimentario local.

Desarrollo de competencias para producir investigación entre los socios, pares, de la redes y aliados en torno a la AEI.

## AE en lo productivo

- Investigación Participativa como forma de hacer disponible información/tecnología/ conocimiento útil para mejorar la capacidad AE de los practicantes (tomadores de decisiones, investigadores, etc.).
- Fortalecer el trabajo en redes de agricultores que permita compartir beneficios y difundir conocimientos y tecnologías a través de territorios más amplios.
- Generar ambientes favorables en términos de conocimientos, actitudes, normas y prácticas hacia la producción sustentable / AE.

## Comunicación & Aprendizaje

- Fortalecer las redes colaborativas entre actores del ambiente AE y alimentario
- Generar vínculos en el ambiente de los medios públicos y privados (donde sea posible);
- Crear plataformas o nodos de innovación con Universidades, ONG's y GADs
- Seguir el desarrollo del pensamiento estratégico en torno a los marcos de análisis y senderos de impactos para comprender los cambios



Gracias por su atención!