

Fundación
AGRECOL
Andes

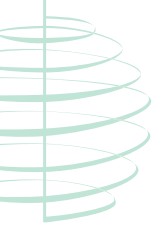
20 Años

COMERCIALIZACIÓN DE **PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS EN LA REGIÓN METROPOLITANA DE COCHABAMBA**

SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS



Elaborado por:
Julio Espinoza M.



20 Años

COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS
AGROECOLÓGICOS EN LA REGIÓN
METROPOLITANA DE COCHABAMBA:
SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS

1ra. Edición
Fundación AGRECOL Andes
500 ejemplares
2021

Elaborado por:
Lic. M.Sc. Julio Espinoza M.
Consultor
julioemer6@gmail.com

Revisado por:
German Jarro
Alberto Cárdenas
Tito Villarroel
Mariana Alem

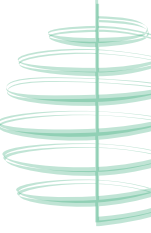
Fotografías
Fundación AGRECOL Andes

Cochabamba - Bolivia



Contenido

Presentación	3
Introducción	4
1. La producción ecológica	5
1.1 Los productores	5
1.2 Producción de Productores Agroecológicos – PAE en Cochabamba	6
1.3 Principales productos (cultivos) agroecológicos	7
1.4 Superficie de las unidades productivas agroecológicas	8
1.5 Productores agroecológicos y género	8
2. La comercialización.....	11
2.1 Ferias de comercialización	11
2.2 Canales de comercialización	13
2.3 Otras experiencias de venta.....	14
2.4 Precios	15
3. El consumo.....	17
3.1 Tipología de consumidores.....	17
3.2 Razones para la compra de los productos agroecológicos.....	19
4. Conclusiones y recomendaciones	21
Referencias bibliográficas	25



Presentación

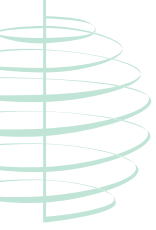
Los productos y/o alimentos ecológicos son producidos y/o elaborados de manera respetuosa con el medio ambiente, con tecnología tradicional y sostenible, utilizando insumos propios y naturales que no dañan los ecosistemas, los recursos naturales, ni la salud de los productores; por tanto, son saludables e inclusive más nutritivos que los alimentos producidos de manera convencional, lo que favorece la construcción de la seguridad alimentaria saludable y nutricional.

Pese a esto, la comercialización de este tipo de alimentos y/o productos es aún poco significativo en ferias y mercados a nivel periurbano y urbano del área metropolitana del departamento de Cochabamba, llegando a constituir menos del 2%, respecto a los provenientes de la producción convencional.

Una de las principales preocupaciones de la Fundación AGRECOL Andes es promover e impulsar el incremento de los volúmenes de comercialización y de consumo de este tipo de alimentos como una estrategia para la transición gradual hacia la construcción e implementación de sistemas alimentarios saludables, solidarios y sostenibles, en favor de las familias urbanas y rurales, tanto de productores como de consumidores de Cochabamba y del país, y en beneficio del medioambiente.

En este contexto, el presente documento constituye una aproximación al estado actual de la producción y comercialización de productos y/o alimentos ecológicos en la región periurbana y urbana del departamento de Cochabamba, de los actores, de las ferias y prácticas de intercambio, en la perspectiva de su potenciamiento con un enfoque de circuitos cortos de comercialización que vinculen directamente al productor con el consumidor estableciendo relaciones de confianza y precios justos.

Fundación AGRECOL Andes.



Introducción

El presente documento constituye una aproximación para poder entender la dinámica, los actores y los sitios periurbanos y urbanos que tienen que ver con las relaciones de compra y venta en torno a productos ecológicamente producidos y así poder encontrar elementos para diseñar una estrategia integral de fortalecimiento y potenciamiento de la comercialización ecológica, con un enfoque de circuitos cortos¹.

Este estudio analiza la situación actual de la producción, comercialización y consumo de productos ecológicos en áreas periurbanas y urbanas de Cochabamba, analizando las características productivas, las diferencias económicas entre pequeños y medianos productores y su acceso diferenciado al mercado. Hace una breve tipología del consumidor y las razones por las que compra este tipo de productos/alimentos.

Una de los principales objetivos de la presente investigación ha sido determinar si los precios de los productos ecológicos son más baratos que los convencionales, para esto se analizaron tres escenarios diferentes:

- La adquisición de productos ecológicos en ferias convencionales y diferenciadas donde asisten consumidores de sectores residenciales o populares, con diferentes niveles de ingresos económicos.
- El acceso de productos ecológicos a ferias convencionales en un contexto en que la mayoría de la población desconoce sus bondades y ventajas de consumo.
- El fortalecimiento de los circuitos cortos de comercialización ya que a través de estos, el consumidor puede adquirir productos frescos y de mejor calidad, a precios justos, fortaleciendo además las relaciones de confianza y alianza entre productores y consumidores, además generar mayores y mejores espacios de desarrollo integral de la mujer y la familia, no solo en términos económicos sino, principalmente, humanos y sociales.

¹ Los circuitos cortos son formas de comercio basados en la venta directa de productos frescos o de temporada sin intermediarios o reduciendo al mínimo la intermediación entre productores y consumidores.



1. La producción ecológica

1.1 Los productores

En Bolivia se pueden distinguir cuatro formas de producción ecológica (MDRyT y AGRECOL, 2018: 20):

- Producción ecológica con certificación de tercera parte (mayormente para exportación).
- Producción ecológica reconocida en los Sistemas Alternativos de Garantía, como el Sistema Participativo de Garantía - SPG, una acreditación para la comercialización en mercados a nivel nacional.
- Producción ecológica familiar sin certificación para la seguridad alimentaria local.
- Producción tradicional de subsistencia sin insumos externos y venta de excedentes.

Para el presente estudio, principalmente se tomaron en cuenta las unidades de análisis de la segunda y tercera forma de producción, es decir, por un lado, la producción ecológica con SPG y por otra, la producción ecológica sin esta acreditación, pero que se **oferta o visibiliza en puestos fijos en las ferias seleccionadas.**

No se ha tomado en cuenta la primera forma de producción porque no se la observa en el mercado regional debido a que es orientada a la exportación. Tampoco se tomó en cuenta la cuarta forma de producción.

En la segunda y tercera forma de producción ecológica, existen dos grupos de productores. El primer grupo, que corresponde a la categoría de pequeñas unidades familiares (Cuadro N° 1), utiliza predominantemente mano de obra familiar y dispone de pequeños terrenos. Una característica de este grupo es que la actividad agrícola es un complemento a sus diversas actividades productivas², ya que la magnitud de su producción no les permite vivir solo de ello. Las mujeres intercalan sus actividades domésticas con las productivas y el producto es dirigido al autoconsumo y a la venta. La producción ecológica es más tarea de la mujer que del hombre, por lo que esta actividad es más de soberanía alimentaria.

El segundo grupo de productores corresponde a medianas unidades familiares (Cuadro N° 2) que tienen una mayor referencia al mercado y por

² Aunque existen familias que se dedican exclusivamente a la actividad agrícola como las de Taquiña y 1ro. de Mayo.

ello contratan de forma permanente a personal externo por lo que generan o deberían generar excedentes para pagar a sus trabajadores. Su actividad principal es la agrícola, por ello se han posicionado en mercados y/o ferias diferenciadas y en nichos de mercado.

Como se aprecia en el Cuadro N° 2, en este segundo grupo existen dos huertas que alquilan terreno, porque, invertir en uno propio resultaría muy caro, puesto que los pocos volúmenes vendidos, el alto costo de inversión y la demanda por terrenos para la urbanización imposibilitarían esta iniciativa.⁷

1.2 Producción Agroecológica – PAE en Cochabamba

Según el estudio realizado por la Fundación AGRECOL Andes el año 2018, en Cochabamba existen 6.196 familias que producen alimentos ecológicos frescos en 9.855 hectáreas de los cuales, 295 corresponden a familias productoras urbanas o periurbanas que cultivan en pequeños terrenos generalmente de traspatio, es decir, un 5%.

En términos absolutos, la producción ecológica del departamento alcanza a 26.050 toneladas y corresponde solo al 2,1% de la producción

3 Asociación de productores de hortalizas Bruno Moqo. Pertenece a la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB). Cuentan con un centro de acopio, cámara de frío y camioneta.

4 Asociación de productores Tiquipaya.

5 En este grupo participan la Granja Polen y Nopal pero se los analiza en el grupo de Medianas Unidades Familiares por que contratan mano de obra.

6 Los tres primeros productores están afiliados a la Eco feria que cuenta con 35 socios y con su respectivo SPG. La mayoría de los asociados son transformadores.

7 El costo promedio de terrenos ubicados cerca a la avenida en Apote está por los 150 \$us/m². Lo que significa que para invertir en media hectárea de producción ecológica, se requeriría de más 5 millones de bolivianos, y generar al menos 106.449 Bs. al mes para una ganancia anual del 18% anual. Esta meta es muy irreal por ello la urbanización es el negocio más lucrativo y el que más daño le hace a la producción ecológica periurbana.

Cuadro N° 1
Pequeñas unidades familiares dedicadas a la producción ecológica

Pequeñas Unidades Familiares	Nro. de afiliados	Observaciones
SPG Cercado. Taquiña	12	No pueden legalizar su derecho propietario por encontrarse encima de la cota 2750 msnm.
SPG Cercado. Tirani	12	
SPG Sacaba	16	Sin observaciones.
Productoras ecológicas Las Verdecitas. 1ro de mayo (SPG Ecoferia)	12	Se encuentran en el distrito 9, una zona caracterizada por la falta de servicios básicos.
Aprohbum ³ (AOPEB)	45	Pertenece al municipio de Tiquipaya (Sirpita) y colindante con el municipio de Cochabamba.
Apote ⁴	20	
Bio Tiqui ⁵	7	Productoras de Montecillo, Sirpita (Tiquipaya) y Apote (Quillacollo).
Independientes o autodeclarados	15	Productoras que pertenecen a Sirpita.
Asociación Nueva Semilla (Arbieto, Sipe Sipe y Tacopaya)	80	Ligados a la Asociación Agroecología y Fe.
TOTAL	224	

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas. 2020.

Cuadro N° 2.
Medianas unidades familiares dedicadas a la producción ecológica

Medianas Unidades Familiares ⁶	Unidad familiar	Nro. de empleados	Observaciones
Granja Polen SPG	2	3	--
Huerta de Camila SPG	3	2	--
Punto Verde SPG (aldeas SOS)	2	2	Se alquilan terreno
Granja Nopal SPG	2	3	Se alquilan terreno
TOTAL	9	10	

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas. 2020.



total departamental y apenas el 0.02% de dicha producción está certificada. Si el 0,6% de la superficie cultivada pertenece a los productores periurbanos, significa que solo existirían 59.1 hectáreas de terreno en el valle de Cochabamba dedicadas a la producción de productos ecológicos. (AGRECOL, UPB, 2018) Con esos datos y las 295 familias existentes, la superficie promedio que cada familia periurbana cultiva es de solo 2.000 m², con una oferta anual total de 251,8 toneladas/año, es decir, cada familia productora involucrada, apenas produce 854 kilos de producto ecológico al año.

“... el aporte de la producción ecológica sigue siendo marginal luego de más de 30 años de haber iniciado la certificación ecológica en Bolivia, sobre todo en relación a la producción. MDRyT, AGRECOL 2018: 37.”

1.3 Principales cultivos agroecológicos

Los productos ofrecidos por las y los pequeños productores son, mayormente, hortalizas, frutas y hierbas, y son destinados a la alimentación familiar tanto de consumidores como de prosumidores⁸.

Como se observa en el Cuadro N° 3, existen 82 productos agrícolas, de los cuales 48 cultivos son hortalizas, 17 frutas y 17 hierbas y medicinales. Entre las nuevas hortalizas podemos ver al kale, rábano chino, Pac Choy, rabanito cherry y zapallito de tronco; también existen distintas variedades como la lechuga acelgada, morada y señorita o la col Coby, de brucas, morada y verde. Los frutales se siembran asociados a estas hortalizas, muchas veces en sistemas agroforestales⁹.

8 Se denomina prosumidores a los productores que consumen sus propia producción.

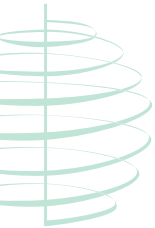
9 Cabe señalar que en el Diagnóstico de Producción y Consumo de alimentos ecológicos realizado por la Fundación AGRECOL Andes y la UPB, en 2018, se identificaron 139 productos.

Cuadro N° 3
Hortalizas, Frutas y
Plantas Medicinales /Especias

CULTIVO		
Acelga	Granada	Palta
Acelga china	Guayaba	Papa Waycha
Achicoria	Haba	Papa Morada
Albahaca	Hierba Buena	Papines gourmet
Alcachofa	Hinojo	Pepino
Aloe Vera	Kale	Pera
Apio	Lacayote	Laurel hojas
Arveja	Laurel hojas	Pimentón
Brócoli	Lavanda	Puerro
Capulí	Lechuga acelgada	Rabanito Cherry
Carote	Lechuga morada	Rábano
Cebolla blanca	Lechuga señorita	Remolacha
Cebollín	Limón arrugado	Repollo
Chirimoya	Limón real	Romero
Cilandro	Llantén	Rúcula
Ciruelo	Locoto	Ruda
Choclo	Maíz	Tomate
Col Coby	Manzana	Tomate Cherry
Col de Brucas	Membrillo	Tomate de árbol
Col Morada	Menta	Tomillo
Col Verde	Mora	Toronjil
Coliflor	Muña	Vaina
Damasco	Nabo	Wacataya
Durazno	Nabo Chino	Wira Wira
Espárrago	Naranja	Zanahoria
Espinaca ensalada	Orégano	Zapallito de tronco
Espinaca sopa	Pac Choy	
Frambuesa	Pacay	

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas y documentos SPGs. 2020.

● Hortalizas ● Frutas ● Plantas medicinales/ Especies



Si bien el cuadro refleja ausencia de la producción y comercialización de productos agroecológicos extensivos tales como el maíz, trigo, papa, amaranto, etc., importantes no solo para la alimentación familiar, sino, también para el mercado y la transformación. Productores de estas áreas prefieren dedicarse a cultivar hortalizas porque al tener ciclos cortos o medianos maximizan el aprovechamiento de la tierra.

1.4 Superficie de las unidades productivas agroecológicas

Las superficies de las unidades económicas se encuentran desde los 20 m² hasta las 3,5 hectáreas; las de menor cuantía corresponden a las pequeñas productoras de la zona de Arbieto y Villa 1ro de Mayo, y las de mayor tamaño, a los medianos productores, tal como se aprecia en el Cuadro N°4.

No se han podido obtener datos más precisos acerca de las superficies cultivada de las unidades familiares, debido a la rotación constante de cultivos (producción intensiva), la dinámica de las siembras y principalmente a que las superficies cultivadas son reducidas, como ya se dijo, una característica de la producción ecológica es el uso intensivo de mano de obra. Por su costo no puede abarcar superficies extensas, además cuando el cultivo es extensivo, su orientación es la especialización en monocultivos y ahí aparecen plagas y enfermedades y la forma más económica y

rápida de combatir las es usando productos químicos¹³.

A nivel de huertos, la superficie sembrada con un cultivo es de aproximadamente 10 m² ¹⁴ . Por ejemplo, la huerta de una pequeña productora de Sacaba solo representa el 7.5% de una huerta mediana, lo que denota las enormes diferencias de superficie entre los pequeños y medianos productores, entre quienes se han posicionado en el mercado y quienes están sobreviviendo en sus espacios marginales.

- 13 Los cultivos orgánicos tampoco representan grandes superficies y si las hay, tiene que existir un precio internacional lo suficientemente elevado para pagar el costo de la mano de obra. Un ejemplo es la quinua orgánica cuyo precio el año 2013 era de 2.050 Bs el quintal, ahora su precio se ha reducido a 500 Bs/quintal.
- 14 A estas pequeñas superficies las llaman eras.

Cuadro N° 4.
Superficie total cultivada por unidad familiar

Unidad Económica	Superficie total m ²	Superficie cultivada m ²
Las Verdecitas. 1ro de mayo (SPG Ecoferia)	De 100 a 300	--
SPG Cercado. Taquiña	De 400 a 3.000	--
SPG Sacaba ¹⁰	De 50 a 1.500	--
Aprohbum	De 300 a 3.000	--
Apetí ¹¹	De 500 a 3.000	--
Agroecología y Fe ¹²	20	Hasta los 100
Granja Polen	35.000	3.500
Huerta de Camila	--	3.000
Granja Nopal	--	4.000

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas. 2020.

10 En Sacaba existen dos emprendimientos medianos, Munay y Quinta Estación, pero las superficies destinadas a hortalizas son pequeñas.

11 La Huerta de Apetí alcanza los 2.000 m²

12 También denominado Grupo de productoras Nueva Semilla.



Oferta de productos ecológicos del SPG Cercado.

1.5 Productores agroecológicos y género

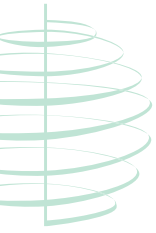
La actividad agroecológica o el cuidado de los huertos familiares es un trabajo principalmente realizado por las mujeres junto a las actividades domésticas como el cuidado de los niños, la alimentación, el cuidado de animales menores y la venta de sus productos. El preparado de terreno y el cargado de bultos es una actividad más de varones que es considerada como secundaria, pues muchos tienen otras actividades económicas más importantes.

El trabajo femenino no es reconocido y es muchas veces visto como una extensión de su

papel reproductivo y doméstico, invisibilizado y/o subvalorado.

“La desconsideración del aporte y papel de las mujeres como productoras es consecuencia del aislamiento y la escasa interacción social, la diversidad y fragmentación del trabajo productivo – el cual tiene que ser alternado con el trabajo doméstico–, la falta de remuneración, y el poco valor social que es asignado a su trabajo, incluso por ellas mismas. (Dorrego. 2014:240).”

Son principalmente las mujeres las que acuden a ferias y mercados a ofertar los productos generados por la familia y son ellas las que participan directamente en circuitos cortos.



Las mujeres relacionan la producción ecológica con una alimentación saludable y una vida sana para ellas y su familia, ya que lo que se produce en su parcela se lleva a la boca y también consideran que es una forma de ahorro de dinero, pues ya no se necesita comprar alimentos de origen agrícola.

“Lo que sale de la huerta es para el consumo de la familia, y tantas capacitaciones hemos recibido de que los químicos son dañinos para la salud, la primera cosecha es para la familia y luego para el mercado.”
Hercilia Gonzales. APROHBUM.”

La venta de productos ecológicos de pequeños productores representa ingresos adicionales a otras actividades como el comercio y el transporte, realizadas principalmente por los varones.

A decir de ellas, asistir a las ferias constituye un espacio de realización personal bastante importante, pues les permite encontrar ámbitos de socialización, capacitación y empoderamiento. Las ferias y/o mercados se constituyen en una forma eficaz de dar mayor visibilidad a las iniciativas productivas de las mujeres (Dorrego. 2014:261).



Puesto de venta de cultivos ecológicos sin certificación realizado por mujeres.



2. La comercialización

La comercialización es el conjunto de funciones que se establecen desde la producción hasta el consumo de un determinado producto, consistente en la cosecha, selección, limpieza, lavado, pesado, empaçado, transporte, promoción, asunción de riesgos y venta. A diferencia de los circuitos largos de comercialización, donde intervienen múltiples actores con funciones específicas, en los circuitos cortos el productor es el que controla todas las funciones físicas, económicas y auxiliares de la comercialización¹⁵.

En los circuitos cortos de comercialización se superan las relaciones asimétricas sociales y económicas debido a que no existen intermediarios ni mayoristas o cadenas de supermercados, produciéndose un encuentro directo entre el productor y el consumidor¹⁶.

2.1 Ferias de comercialización

Las ferias donde se comercializan productos ecológicos en la región metropolitana de

Cochabamba, se dividen en convencional y diferenciada¹⁷, a su vez, éstas se subclasifican en residenciales y populares¹⁸, lo que da lugar a que existan 4 tipos de ferias:

- Feria residencial convencional
- Feria popular convencional
- Feria residencial diferenciada
- Feria popular diferenciada

Por ejemplo, en las ferias residenciales convencionales como las ferias francas¹⁹ de la Villarroel y de San Pedro se pueden encontrar sitios o puestos de productos ecológicos, con y sin acreditación SPG. También existen ferias populares convencionales, como la feria de la Barrientos, ubicada en la zona sur; la Feria del Triángulo, ubicada en el centro y la feria Modelo que se encuentra en la zona norte de la ciudad de Cochabamba, donde se pueden encontrar productos ecológicos sin acreditación SPG y principalmente productos convencionales.

15 En el caso de los canales largos, es el comerciante el que asume varias de esas funciones y por tanto aparecen el margen bruto o neto a la comercialización.

16 El etiquetado "del productor al consumidor" tiene una serie de condiciones, ya que el productor tiene que asumir nuevas funciones, principalmente físicas, que se traducen en tiempo y costo.

17 Se incluye el denominativo "diferenciada" porque es un espacio donde se venden productos ecológicos, orgánicos, además productos dentro la línea de la economía social y solidaria.

18 Se han diferenciado las ferias por su ubicación y acceso de personas: residenciales y populares. Las residenciales se caracterizan porque se encuentran en espacios donde los consumidores tienen una mayor cantidad de ingresos económicos y las populares con personas de menores ingresos.

19 Las ferias francas que funcionan una vez a la semana y están bajo coordinación de las subalcaldías y el municipio.

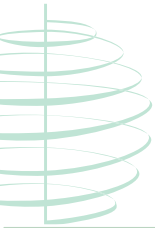
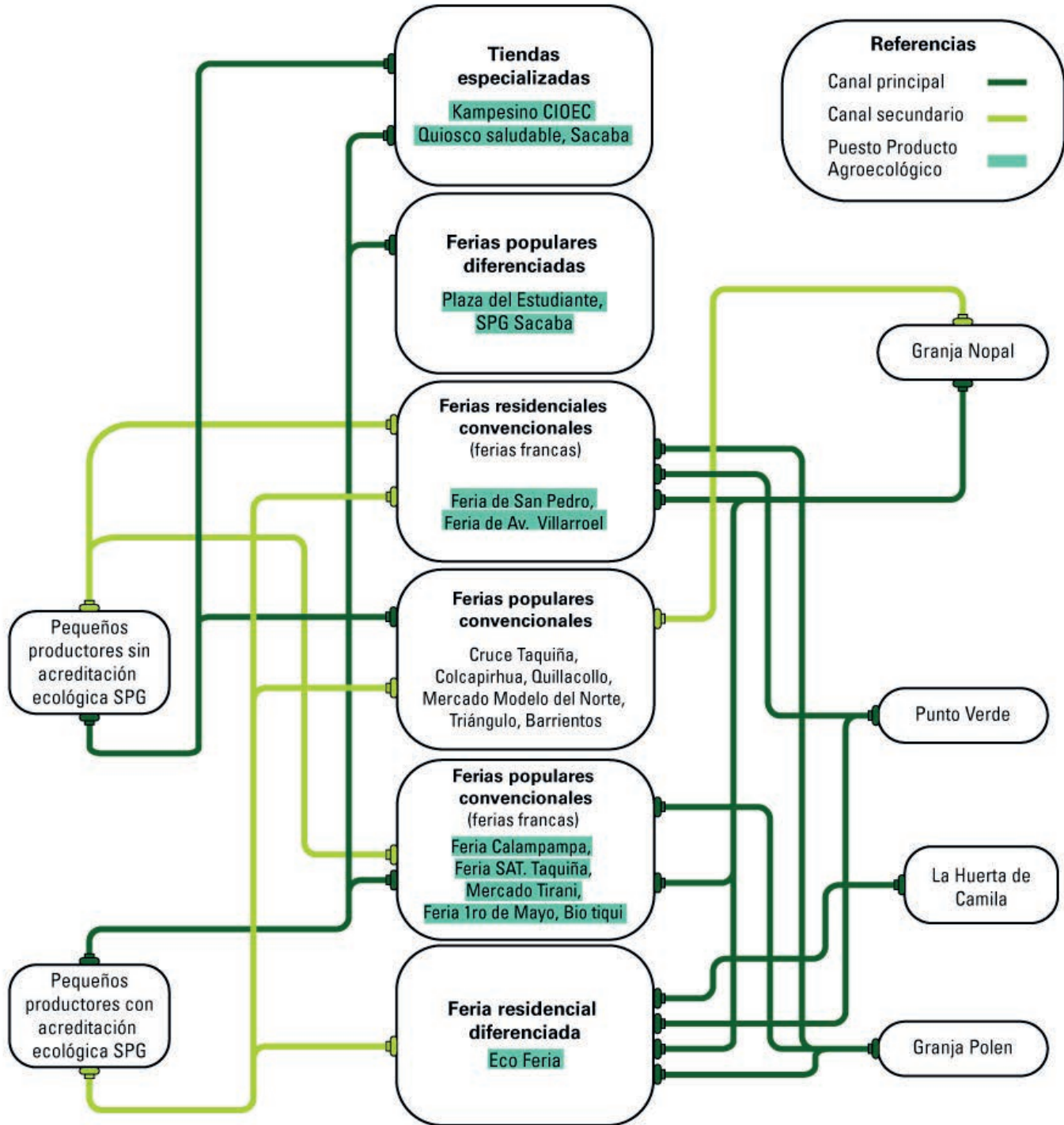


Figura Nro. 1
Canales de comercialización



Fuente: Elaboración propia. 2020.



La Ecoferia, ubicada en el parque la Torre, es una feria residencial diferenciada. En cambio, la feria PAS (Productores Agroecológicos Sacaba), es una feria popular diferenciada que funciona los días viernes de cada semana. En estos dos tipos de ferias venden productos ecológicos con certificación SPG.

Por otra parte, las ferias populares convencionales son las ferias francas de Calampampa, y del Sindicato Agrario Taquiña - SAT y la Feria 1ro. de Mayo donde se venden productos convencionales y ecológicos con SPG.

Igualmente, existen tiendas especializadas de productos ecológicos como la tienda Kampesino, de la CIOEC Cochabamba - Coordinadora de Integración de Organizaciones Económicas Campesinas, y el Quiosco Saludable del PAS, que venden principalmente productos con certificación SPG.

2.2 Canales de comercialización

En la Figura N° 1, se observa que los principales canales de comercialización, es decir, los caminos que recorren los productos ecológicos para llegar a las pequeñas unidades familiares de productores ecológicos que cuentan con acreditación SPG de zonas periurbanas de Cochabamba, son las ferias populares convencionales de Calampampa, del Sindicato Agrario Taquiña - SAT y de Villa 1ro. de Mayo, donde los precios de los productos ecológicos no son elevados y asisten consumidores de ingresos medios y bajos.

Las ferias populares convencionales funcionan una vez a la semana, se asientan en las calles, por tanto, no cuentan con infraestructura; asisten pequeñas unidades familiares de productores ecológicos con y sin acreditación SPG. En estas ferias, los productos ecológicos



Feria de la Agricultura Urbana y Periurbana. Plazuela de las Banderas. Organizada una vez al año por el GAM Cercado y la Fundación AGRECOL Andes en Cochabamba.

compiten con el precio, cantidad y presentación de los convencionales.

Como se aprecia, los pequeños productores tienen a las ferias populares convencionales como canales principales, a excepción de la feria popular diferenciada PAS que a pesar de que ocupa un lugar preferencial, tiene que competir con la producción convencional debido a la poca demanda existente en esa localidad.

En cambio, las medianas unidades familiares tienen como circuitos principales a las ferias residenciales convencionales y diferenciadas, sin ningún grado de competencia y por eso adquieren mejores precios para sus productos.

Hoy por hoy, en la región metropolitana los productos ecológicos encuentran barreras para participar en estas ferias, expresadas en las restricciones de acceso controladas por los comerciantes, y hasta por los mismos productores, para evitar que participen otros.

El otro problema es la sobreproducción en algunas épocas del año y la falta de demanda que ocasiona que los pequeños productores no logren vender su producto como ecológico, de forma diferenciada, por lo que se ven obligados a venderlos o “rematarlos” a precios bajos a comerciantes detallistas o intermediarios de las ferias Modelo, Triángulo y/o Barrientos y es ahí que **este producto de calidad es mezclado con el convencional, desapareciendo o invisibilizando su carácter y calidad ecológica.**

Estos aspectos analizados nos llevan a la conclusión de que la pequeña producción ecológica, ya sea que tenga o no acreditación SPG, requiere espacios, donde la producción ecológica sea diferenciada y reconocida por las y los consumidores.

2.3 Otras experiencias de venta

Esta modalidad está ligada a la venta por catálogo, ya que los productos se ofertan por redes sociales o whatsapp, y cuyo pedido se entrega determinados días a la semana.

Quienes aplican esta modalidad generalmente son las huertas medianas que han desarrollado un buen sistema de distribución. Por ejemplo, la Granja Nopal que está en el mercado ecológico desde hace 17 años.



Entrega de pedido de Bolsaludable “Lazos de Bienestar”.

Otra iniciativa en curso en Cochabamba, es BOLSALUDABLE “Lazos de Bienestar”, conformado por un grupo aproximado de 50 consumidores, quienes realizan sus pedidos de forma semanal por un grupo de whatsapp, y se les entrega el pedido a domicilio o se les pide que lo recojan en el punto de venta.

Por otra parte, existe la experiencia de la Canasta Solidaria, impulsada por la Asociación Agroecología y Fe, que apoya a productores periurbanos de Arbieta. Consiste en ofertar semanalmente, por redes sociales, una canasta de productos ecológicos sin certificación SPG, provenientes de lo que ellos llaman “los patios productivos”, y de productos transformados, como yogurt, carne de llama, quesillo y moqonchinchí, por el precio fijo de 100 Bs. La asociación además apoya a pequeños productores con asistencia técnica en la producción y comercialización de productos



Productos ecológicos acreditados con SPG.



ecológicos, que se realiza cada último sábado de mes en el plazuela San Luis.

2.4 Precios

¿Los precios de los productos ecológicos son más caros o baratos que los convencionales? Esta es una pregunta que siempre se realizan los consumidores.

Siguiendo el Cuadro N° 5, analicemos los precios de productos agrícolas ecológicos y convencionales en 4 tipos de ferias: feria residencial diferenciada (Ecoferia), feria popular (Calampampa); feria popular diferenciada (PAS) y, por último, en una feria popular convencional (la Pampa). Para este análisis se han comparado los precios de nueve productos básicos en la alimentación diaria²².

Como se observa en el Cuadro N° 5, los precios de los productos ecológicos son mucho más caros que los convencionales en la feria residencial diferenciada (Ecoferia), a excepción de la lechuga y la papa gourmet, cuyos precios están uniformes debido a que existe una exagerada competencia entre pequeños productores y empresas²³.

En caso de las ferias de Calampampa y de PAS, se observa que los precios de los productos

Cuadro N° 5
Comparación de precios de la Ecoferia y de ferias convencionales

Producto	Unidad	Eco FERIA ²⁰ Bs.	Calampampa Bs.	PAS Bs.	Feria la Pampa Bs. ²¹
Tomate	Kilo	10,00	7,00	5,00	3,00
Lechuga	Bolsa	5,00	5,00	--	5,00
Rabanito	Amarro	5,00	4,00	4,00	4,00
Papa gourmet	Malla	5,00	5,00	--	5,00
Carote	2 unid	5,00	4,00	--	3,50
Zanahoria	Amarro	3,00	2,50	--	2,50
Cebolla c cola	Amarro	5,00	4,00	2,00	3,00
Huevo	Unidad	1,00	1,00	--	0,80
Coliflor	Unidad	5,00	3,00	--	2,50
Papa	Arroba	--	35	35,00	35,00
Choclo	Unidad	--	1,00	1,00	1,25
Espinaca	Unidad	--	--	4,00	--
Repollo	Unidad	--	--	3,00	2,50

Fuente: Elaboración propia en visitas a los mercados (febrero 2021) y en base a entrevistas y documentos SPG 2020.

ecológicos, son iguales o levemente más caros que los precios de los productos producidos de forma convencional. Incluso, en el caso del choclo, es mucho más barato²⁴.

Esta comparación refleja que los precios de los productos ecológicos son variables y están en función a la feria en la que se venden, bajo la siguiente lógica: en zona residencial, es más caro; en zona popular, más barato.

Veamos otra comparación referida al precio de los productos agrícolas convencionales.

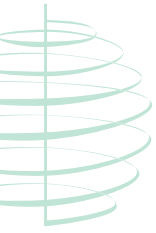
20 Los precios establecidos por los productores de la EcoFeria son "justos", es decir, no solo cubren el costo de producción, sino que incorpora aspectos sociales y ecológicos.

21 El precio de esta feria obedece a las señales del mercado, es decir que habrá momentos en que estará por encima de los costos de producción, u otros en que estará por debajo. Aquí el pequeño productor no recupera sus costos de trabajo, yunta, semillas y mano de obra, y transfiere valor al resto de la sociedad, principalmente a los consumidores del área urbana.

22 Los precios de los productos convencionales son altamente erráticos y obedecen a señales del mercado. En cambio, los productos ecológicos mantienen su precio a pesar de esas diferencias (precio justo).

23 Aquí ya estamos hablando de empresas que facturan y tienen registro Senasag.

24 Los consumidores de Sacaba han encontrado en la ciudad de Cochabamba el lugar donde comprar productos de calidad y no así en su propio lugar. De la misma forma, hay consumidores de la ciudad de Cochabamba que se trasladan a Sacaba a comprar productos ecológicos.



El repollo y las vainitas, que tienen un precio mucho menor al de los productos ecológicos. Por ejemplo, el montón de las vainitas tendría un valor de unos 50 centavos, muchísimo menor a un producto ecológico cuyo precio es de 5 Bs²⁵.

Este fenómeno obedece a que los productos convencionales se someten a las reglas del mercado, ya que cuando existe mucha oferta los precios bajan y cuando existe poca producción o poca oferta, los precios se disparan. En cambio, el precio de los productos ecológicos se rige por precios más estables, rayando en lo justo, ajenos totalmente a la lógica mercantil.

25 Los productos producidos con agroquímicos son mucho más baratos (en la mayor parte de las épocas) que los productos ecológicos en ferias populares convencionales, ya que no incluyen en sus costos las externalidades de los efectos negativos en el medio ambiente.



Preparación de productos ecológicos para su comercialización.



3. El consumo

Es probablemente el componente más importante del complejo producción-consumo de alimentos ecológicos, pero paradójicamente, es de menor interés y apoyo desde el Estado, ya que a pesar de contar con la ley de protección al consumidor, su aplicación es nula.

Los mayores consumidores de productos ecológicos son aquellos que están mejor informados y tienen la capacidad de pagar precios más altos por estos, en general, pertenecen a estratos medio y alto. En cambio, las familias de estrato humilde dan prioridad al precio sobre los beneficios de estos productos para la salud.

3.1 Tipología de consumidores

Según un estudio realizado por María Espejo, citado por Prudencio (2017: 26)²⁶ en la ciudad de El Alto, las familias de ingresos bajos gastan entre el 51% y 75% de sus ingresos totales en la alimentación, las de ingresos medios entre

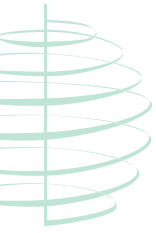
el 25% y 50%, mientras que las familias de ingresos altos gastan menos del 25% de sus ingresos (Prudencio. 2017:43).

Resulta claro entonces que **las familias de ingresos bajos y particularmente las familias pobres, difícilmente podrán comprar alimentos caros y menos participar en los mercados diferenciados de productos ecológicos.**

También el nivel educacional está relacionado con la demanda de productos ecológicos, es decir, que los sectores sociales de mayores ingresos tienen el conocimiento de la existencia de los productos ecológicos y de sus beneficios en términos de salud, ya que tienen un alto nivel de formación. (Lopez Wendy. En AVSF 2014:167).

En Cochabamba, afortunadamente existen grupos de consumidores que están asumiendo una actitud más responsable frente al consumo de alimentos, tomando mejores decisiones de compra, pensando en su salud y el medio ambiente, dando lugar a lo que se llama consumo responsable, saludable, sostenible o ecológico.

26 Investigación de Tesis apoyada por la Fundación AGRECOL Andes, en el marco del proyecto Ecoconsumo.



“...El consumo ético se basa en una visión personal de tomar decisiones en función de lo que uno considera que es ético y que es correcto; por ejemplo, comprar o dejar de comprar productos o servicios. También es un consumo que considera impactos medioambientales y sociales, y que quiere lograr cambios. Por ejemplo, mediante el comercio justo (Cepal. 2013:59).”

Según la investigación realizada por Alejandra Buitrago, el 30,6% de los consumidores que asisten a la Feria Villarroel (feria residencial convencional) tiene ingresos de más de 10.001 Bs., en tanto que el 26,8% tiene ingresos entre 6.001 y 10.000 Bs, el 20,5% entre 4.001 a 6.000 Bs y el 22,0% reporta ingresos entre los 2.001 a 4.000 Bs/mes. Por otra parte, en la feria de

Calampampa²⁷ (feria popular convencional) la mayor proporción de personas (63,6%), que asiste tiene un ingreso menor a 2.500 Bs/mes y solo el 9,1% tienen ingresos mayores a los 10.001 Bs. En la feria PAS el 50% gana 2.500 Bs. al mes, y solo el 16,7% entre 5.001 Bs. y 7.500 Bs. mes.

De manera general, se aprecia que existe una diferencia abismal entre los consumidores que asisten a las ferias populares convencionales y residenciales. A la Feria Villarroel acceden consumidores con mayores ingresos, y a las

27 Para entender el consumo de productos ecológicos se han realizado encuestas en las ferias de Calampampa, Bio Tiqui, Plaza de las Banderas y PAS. Algunos cuadros han sido comparados con el estudio realizado por BUITRAGO (2019).



Venta de productos ecológicos en la feria popular convencional de Calampampa.



ferias de Calampampa y PAS los de menores ingresos.

3.2 Razones para la compra de los productos agroecológicos

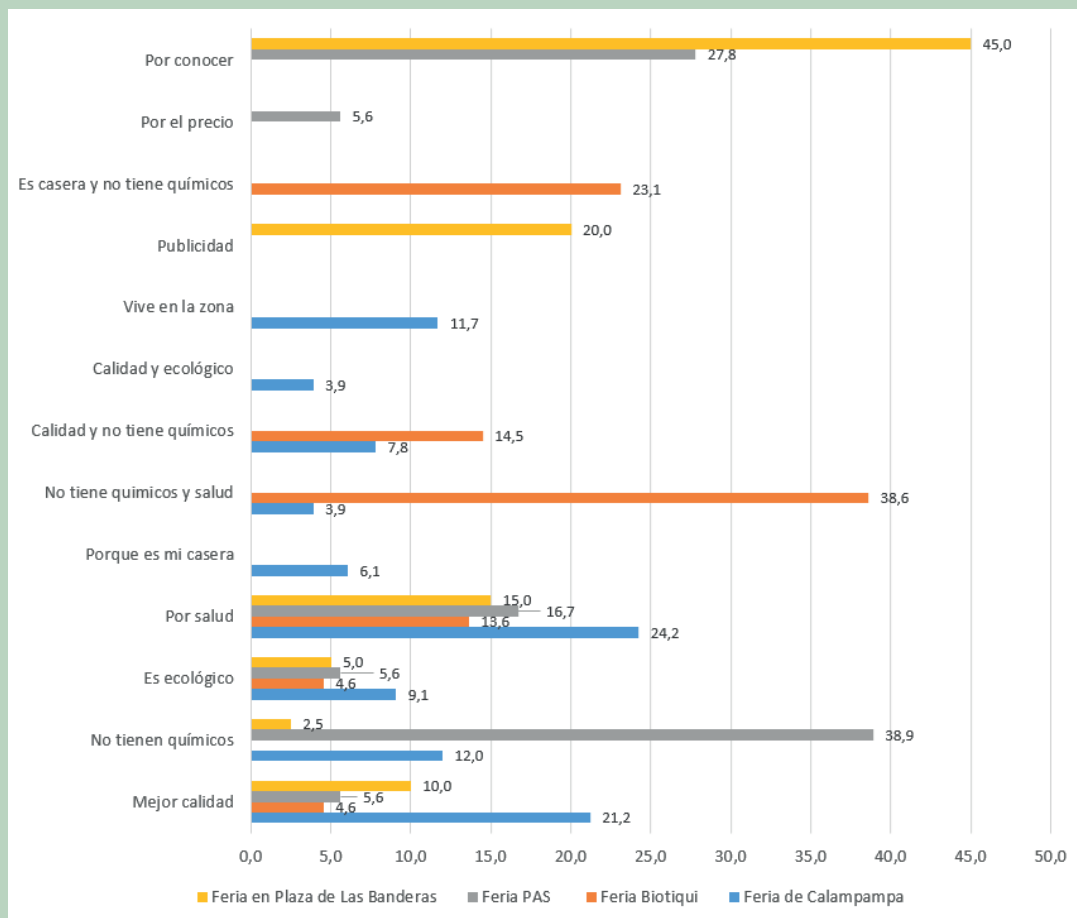
En el estudio realizado por BUITRAGO (2019: 15), se menciona que el 72,2% de las personas prefiere alimentos ecológicos porque son naturales; el 66,4% porque en su producción no se usan agroquímicos; el 54,4% porque son frescos; y el 52,1% porque son sanos. Estas respuestas han sido expresadas por

consumidores que tienen un nivel educativo elevado: el 55,9% ha cursado la universidad completa, el 6,9% tiene una maestría, e incluso, el 0,4% posee un doctorado.

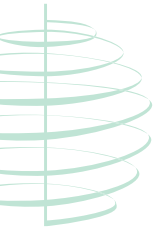
Por otra parte, en la Figura N° 2 se aprecia que en la Feria de Calampampa, el principal motivo de compra es por su salud (24,2%), un 21,2% por mejor calidad y, en menor proporción, por que no tiene químicos y son ecológicos (9,1%).

En la feria de Sacaba la mayor proporción de respuestas también se refiere a que los productos que compran no tienen químicos,

Figura N° 2
Motivo de compra de consumidores



Fuente: Elaboración propia. 2020.



un 38,9%; y, como segunda respuesta, que se acercaron a la feria para conocerla (27,8%).

Los consumidores no compran solo porque es ecológico, ni siquiera mencionan el cuidado del medio ambiente, sino que su razón fundamental es que los productos no tengan químicos, es decir que sean saludables, tal como se aprecia también en los consumidores de la Biotiqui (38,6%)²⁸.

En la feria de la plaza de las Banderas, la principal razón de asistencia es para conocer la feria con un 45%, y por salud, en el 15% de los consumidores. En conclusión, la mayor parte de los consumidores no se orienta a comprar productos porque sean “ecológicos”, sino porque prefieren productos saludables.

28 Los motivadores para el consumo de alimentos en las ferias convencionales de Quillacollo, Las Rieles, Villa 1ro de Mayo y Villa Obrajes son la sensación de “frescura”, la apariencia y el precio de los alimentos, es decir lo bueno, bonito y barato (AGRECOL, UPB 2018: 9).



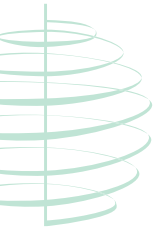
Venta de productos convencionales en inmediaciones de ferias populares.



20 Años

4. Conclusiones y recomendaciones

- La producción ecológica es intensiva, a pequeña escala y establecida en pequeños huertos de la zona periurbana de la región metropolitana. Se trata también de una producción diversificada, donde existe una buena oferta de frutas, hierbas y principalmente hortalizas (82 productos).
- El producto ecológico es distinto al convencional y aunque se trate de productos agrícolas de consumo masivo, se diferencian porque no emplean agroquímicos en su producción u organismos genéticamente modificados, sino que es el resultado de una producción agrícola autónoma basada en la utilización óptima de los recursos naturales que conserva la fertilidad de la tierra y respeta y conserva el medio ambiente.
- La producción ecológica se enfrenta a dos escenarios de elevado riesgo. El primero, se refiere a la **naturaleza** por la presencia de plagas, las extremas variaciones del clima, la falta de agua, entre otros; y, el segundo, al **mercado**, por la falta de espacios y la competencia de productos convencionales.
- Hay 2 tipos de productores ecológicos en la zona periurbana de Cochabamba: los medianos y pequeños. Estos últimos se subdividen en 2, los que tienen SPG y los que no. Las medianas unidades familiares tienen un mercado asegurado con precios diferenciados. De las pequeñas unidades familiares, las que tienen acreditación ecológica SPG venden sus productos en ferias populares a precios levemente superiores a los convencionales; y los pequeños productores sin SPG, denominados “auto declarados” no reciben precios diferenciales ni el apoyo de instituciones de desarrollo.
- Existen diferencias entre los productores ecológicos en cuanto al acceso a recursos (alquiler de terreno y contratación de mano de obra), donde los productores medianos



cuentan con mejores condiciones de producción y venta.

- La producción ecológica cumple con los requisitos de un desarrollo rural sostenible y equitativo ya que, por una parte, promueve grandes beneficios sociales al requerir poco capital y mucha mano de obra familiar y, por otra, produce grandes beneficios sociales y medioambientales.
- Los precios de los productos ecológicos se rigen por precios justos y estables, en cambio los precios de los productos convencionales, por las fluctuaciones de la oferta y la demanda, son extremadamente caros o baratos al inicio y al final de su temporada.
- Una de las mayores limitantes para la actividad ecológica es el acceso a pocas ferias diferenciadas, sean populares o residenciales, porque están copadas

por otros productores organizados en gremios, quienes impiden el ingreso para no incrementar la oferta ante la poca demanda existente.

- Como no existen muchas ferias para la producción ecológica, ya sean convencionales o diferenciadas, los pequeños productores venden o rematan sus productos a precios bajos por parte de los comerciantes y/o intermediarios y donde los productos ecológicos pierden su diferenciación pues son mezclados con productos convencionales.
- La mayor parte de las instituciones de apoyo a la producción ecológica, si bien brindan asistencia técnica en la producción, el mayor cuello de botella y el desafío sigue siendo el mercado, puesto que la demanda se encuentra estancada, no crece, debido a la ausencia de sitios de venta específicos y también



Comercialización de productos convencionales en ferias populares.



al desconocimiento de los productos ecológicos.

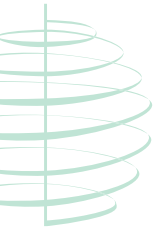
- Existen también nuevas formas de oferta de productos ecológicos con SPG, entre las que se resaltan la BOLSALUDABLE “Lazos de Bienestar” apoyada por la Fundación AGRECOL, cuya entrega se realiza semanalmente a domicilio o en un punto de venta.
- En las ferias populares convencionales, como la Feria de Calampampa y Feria PAS los pequeños productores ecológicos están demostrando que es posible competir en precio con algunos productos convencionales.
- La producción agroecológica es realizada en familia, prioritariamente liderada

por mujeres, desde la siembra hasta la cosecha y comercialización.

- La participación de las mujeres en los circuitos cortos, es decir de productor a consumidor, les permite contactarse con personas y grupos sociales, donde tienen la oportunidad de adquirir nuevos conocimientos y habilidades, ser reconocidas por su trabajo, lo que redonda una mayor autoestima.
- Los productos ecológicos no se observan en mercados de gran concurrencia, ya que no se muestran como tales, y **cuando los productores los venden a los comerciantes y/o intermediarios, pierden su naturaleza de producto ecológico y se comercializan como productos convencionales.**



Venta de productos ecológicos en la Feria de la Plaza de Las Banderas, organizada por GAM Cercado y la Fundación AGRECOL Andes.



- Los consumidores que asisten a ferias ecológicas no compran productos o alimentos ecológicos solo por su “calidad ecológica” de cuidado del medio ambiente, sino porque se trata de alimentos sanos, producidos sin químicos y de alta calidad nutricional, por tanto, una estrategia de promoción debería estar enfocada y enfatizada en esta característica de saludable, asociándolo con lo ecológico.
- Se deben desarrollar mercados y estimular el consumo de alimentos de base ecológica, promoviendo la implementación de circuitos cortos de comercialización donde se encuentren directamente productores con consumidores, como una alternativa frente a un sistema económico que cada vez deshumaniza más los procesos productivos, de transformación e inclusive de consumo de los alimentos.
- La producción ecológica no es un simple acto de producción de mercancías, sino un proceso de saberes y haceres, una forma y filosofía de vida, que contribuyen al cuidado de la salud y al medio ambiente.
- El futuro de la producción ecológica dependerá del reconocimiento y la afirmación de los beneficios saludables, nutricionales, ambientales y económicos de los cultivos.
- Es preciso **dinamizar e incrementar la demanda, creando nuevos espacios de comercialización, utilizando las diferentes herramientas del marketing**, eventos de sensibilización y promoción de la alimentación saludable, para que los actuales consumidores incrementen la frecuencia y el volumen de consumo y para incorporar a nuevos consumidores, haciéndoles conocer los atributos de los productos ecológicos, dentro de un enfoque de economía social y solidaria.



Comercialización de productos con Acreditación ecológica del Sistema Participativo de garantía.



Bibliografía

2002. PINTO Rafael. Estudio de mercado de productos orgánicos bolivianos. ALADI. Montevideo. Uruguay.
2004. SNV. CICDA. Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas. Quito - Ecuador.
2008. AZEVEDO Clecio. La configuración de los circuitos de proximidad en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. Santa Catarina - Brasil.
2009. ESCALONA Miguel. Los Tianguis y mercados locales de alimentos ecológicos en México: su papel en el consumo, la producción y la conservación de la biodiversidad y cultura. Tesis Doctoral. Córdoba - España.
2012. ESPINOZA Julio. Guía para la identificación de problemas en la comercialización de productos agrícolas. Cochabamba - Bolivia.
2012. AVSF. Circuitos alternativos de comercialización. Quito - Ecuador.
2013. CEPAL. Agricultura familiar y circuitos cortos. CEPAL. Santiago de Chile.
2014. AGRECOL ANDES. La eco guía. Guía de productos ecológicos y naturales de Cochabamba. Cochabamba – Bolivia.
2014. AVSF. Del productor al consumidor. Una alternativa comercial para la agricultura familiar. La Paz – Bolivia.
2015. CATAORA, PIEPENSTOCK, CUENTAS, CRUZ, DELGADO. Breve reseña histórica de la agroecología en Bolivia. La Paz – Bolivia.
2015. CIDES, UMSA. Teoría y praxis de la soberanía alimentaria en Bolivia. La Paz – Bolivia.
2016. CEPAL. Encadenamientos productivos y circuitos cortos: innovaciones en esquemas de producción y comercialización para la agricultura familiar. Santiago de Chile.
2017. FAO. Los 10 elementos de la agroecología. FAO.
2017. CEPAL, FAO, IICA. Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. Santiago de Chile.
2017. ALBARRACIN Jorge. Influencias e impactos de los procesos de urbanización en los sistemas de producción agropecuaria. FAADR. La Paz – Bolivia.
2017. CONTRERAS Jackeline, PAREDES MYRYAN, TURBAY Sandra. Circuitos cortos de comercialización agroecológica en el Ecuador. IDESIA. Santiago de Chile.
2017. PRUDENCIO Julio. El sistema agroalimentario en Bolivia y su impacto en la alimentación y nutrición. La Paz – Bolivia.
2018. AGRECOL Andes, UPB. Diagnóstico de producción y consumo de productos ecológicos de Cochabamba, Bolivia. Cochabamba – Bolivia.
2018. MDRyT, AGRECOL ANDES. Diagnóstico de producción ecológica en Bolivia e identificación de necesidades de capacitación. Cochabamba – Bolivia.
2019. BUITRAGO, Mayra Alejandra. Características de los Consumidores Ecológicos. Cochabamba – Bolivia. Investigación de tesis para obtener el título de Lic. en Economía de la Universidad Privada Boliviana, elaborado en el marco del Proyecto Ecoconsumo de la Fundación AGRECOL Andes con financiamiento de la Fundación McKnight.



Fundación
AGRECOL
Andes

20 Años

Urbanización El Profesional, Pasaje F. N° 2958
Telefax: 0591 - 4423838 • Celular: 71721995

Email: info@agrecolandes.org
Cochabamba - Bolivia
2021

Comunícate  71721995

Síguenos en nuestras RRSS

@AGRECOLAndes



Visita nuestra página web:
www.agrecolandes.org

MISEREOR
IHR HILFSWERK



Bélgica
socio para el desarrollo



Brot
für die Welt

THE MCKNIGHT FOUNDATION



comundo 