

PROYECTO AGRICULTORES FAMILIARES, INNOVACIÓN Y MERCADOS  
ATN/RF-16108-RG

## Producto 2. Informe con 12 estudios de caso concluidos

Estudio de la experiencia sobre producción,  
comercialización y consumo de productos agroecológicos,  
EcoTambo, La Paz, Bolivia

Autores: Caciano Calcina Alanes, Nelson Tapia  
Coordinación: Francisco Rodríguez

2021



**FONTAGRO**



Códigos JEL: Q16

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un programa de cooperación administrado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), pero con su propia membresía, estructura de gobernabilidad y activos. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo, FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Cacio Calcina Alanes y Nelson Tapia

Coordinación: Francisco Rodríguez

Edición: Federico Miri

Copyright © 2021 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas. Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional. Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Esta publicación puede solicitarse a:

**FONTAGRO**

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)

[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)



## Resumen

El presente trabajo de investigación consistió en un estudio de la Feria EcoTambo, en el municipio la Nuestra Señora de La Paz, ubicado en la provincia Murillo, del Departamento de La Paz, dentro del Estado Plurinacional de Bolivia, durante el período 2020-2021. El objetivo del presente estudio es describir las estrategias de innovación en la producción, comercialización, consumo y organización que han desplegado productores/as hortícolas familiares que participan en la Feria EcoTambo. Para ello se aplicó la Investigación Participativa Revalorizadora, con participación de productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es que están articulados a la Feria EcoTambo.

Entre los principales resultados encontrados, se destaca que: las/los productoras/es que abastecen la Feria son de áreas periurbanas de la ciudad de El Alto, principalmente mujeres, quienes cultivan una diversidad de hortalizas, fundamentalmente de hojas; segundo, muchos de las/los comercializadores son también productoras/es, o guardan estrecha relación de parentesco, amistad y confianza con ellos; tercero, las y los consumidores que asisten a la Feria son familias que reconocen en EcoTambo la posibilidad de acceder a alimentos sanos a precios accesibles. En definitiva, EcoTambo es un espacio de convivencia social, donde se recrean saberes, se intercambian tecnologías y sentimientos, se ponen de manifiesto redes de parentesco familiar y espiritual, con un alto potencial para expandirse como modelo y con ello generar conciencia social en productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es a nivel nacional.

**Palabras Clave:** Comercialización de alimentos, Interacciones Sociales, Innovación, Mercados

## Introducción

La globalización de los intercambios comerciales, y su intensificación a partir de las tecnologías de información y comunicación (TIC), están influenciadas por empresas transnacionales que impulsan la integración vertical de la producción, el desarrollo de tecnologías agrícolas uniformes y la innovación constante en las fases industriales. Esto genera un sistema alimentario con pautas de consumo homogéneas, acordes a los intereses de las grandes empresas internacionales, dejando poco espacio de regulación a los estados-nación. La presencia de multinacionales es cada vez más fuerte en todas las etapas de la trama productiva, desde la oferta de insumos, hasta la distribución logística y comercial.

A pesar de estas tendencias hacia la concentración y la uniformización en la manera de producir, distribuir y consumir alimentos, algunos estudios muestran las heterogéneas respuestas generadas en diferentes localidades, frente a las exigencias de calidad y logística de los actores globales.

A partir del análisis de las prácticas sociales locales, este trabajo muestra cómo las tendencias de globalización son transformadas y recreadas por sujetos sociales involucrados, quienes buscan superar dualismos tales como local/global; público/privado; conocimiento tácito/científico, convencional/alternativo, etc. Esto confirma la co-presencia de sistemas alimentarios que van más allá de la representación de un mundo de uniformidades o estilos de vida homogéneos (Villarroel & Mariscal, 2010).

Las redes alternativas (comercio justo, alimentación consciente, denominación de origen, agroecología) no están aisladas del sector convencional y pueden ser absorbidas por éste en determinadas circunstancias. De allí la importancia de pensar en políticas públicas participativas que involucren a los sujetos interesados en contribuir a la sostenibilidad de canales productivos y comerciales a largo plazo, teniendo en cuenta la multiplicidad de realidades. En ese sentido, la agricultura familiar (AF) puede ser un soporte de sustentabilidad social, ambiental y económica, por ser proveedora histórica de alimentos variados, entrelazados con costumbres locales y con alto potencial de generación de mano de obra. A pesar de todas estas potencialidades, la AF requiere mejorar las prácticas en relación a producción, logística y comercialización, buscando al mismo tiempo sensibilizar y concientizar a las/los consumidores en relación a la compra de alimentos locales, producidos por productoras/es cercanos, que hacen de la agricultura una forma de vida.

El presente estudio de caso se inscribe en el marco de la ejecución del Proyecto FONTAGRO “*Agricultores Familiares, Innovación y Mercados*” (ATN/RF-16108-RG), cuyo propósito y objetivo principal es comprender y visibilizar las innovaciones productivas y de comercialización de agricultores familiares y consumidores con el objeto de potenciarlas y aportar a la discusión y diseño de políticas públicas apropiadas para su multiplicación.

El objetivo de este informe es contribuir al análisis de estrategias de innovación en la producción,

comercialización y organización que han desplegado productoras/es hortícolas familiares que participan en la Feria EcoTambo en la ciudad de La Paz. Este informe hace parte del Componente I del Proyecto: *Caracterización y análisis de los procesos de innovación de la Agricultura Familiar para el agregado de valor, la diferenciación de sus productos y el acceso al mercado.*

Las experiencias de innovación a estudiar se insertan en las interacciones sociales que despliegan productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es con instituciones, organizaciones y asociaciones tanto públicas como privadas. Las nociones de gobernanza, innovación y mercado –propuestas por el proyecto FONTAGRO- nos valen de guía, tanto para analizar las estrategias de innovación, como para evidenciar la coexistencia de múltiples prácticas construidas en el espacio social en estudio. Asimismo, desde la propia perspectiva de los actores de este entramado (productores, intermediarios, consumidores, técnicos, funcionarios públicos, movimientos sociales, entre otros), se pretende interpelar las nociones de sustentabilidad y modelos productivos y alimentarios.

El abordaje de la heterogeneidad y coexistencia de prácticas de producción, comercialización y consumo implicó un proceso de selección entre experiencias insertas en modelos de huertos urbanos y periurbanos en transición hacia la agroecología, relacionadas con la Feria EcoTambo de La Paz. En ese sentido el presente estudio tiene como finalidad describir las características principales de producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos en la EcoTambo.

## Marco teórico

En este acápite se desarrollan categorías teóricas que guían y sustentan los análisis incluidos en la presente investigación: agroecología, mercados, comercialización y consumo.

La noción de agroecología ha dado lugar a múltiples conceptualizaciones que, por lo general, involucran dimensiones técnicas, agronómicas, socioeconómicas y culturales, y destacan el papel de los movimientos sociales en el impulso y fortalecimiento de estas estrategias de producción. En esta línea, Sicard (2014) concibe a la agroecología como una disciplina científica basada en un conjunto de conocimientos, saberes y modos de vida que, además, se organizan dinámicamente en torno a los sistemas agrícolas o agroecosistemas, donde se establece una red de vínculos entre biodiversidad, agricultura, prácticas socioculturales y ecosistemas.

En el mismo sentido Caporal y Costabeber (2004) definen a la agroecología como un enfoque amplio que va más allá de lo exclusivamente técnico, integrando la agricultura y el ambiente global a partir de las dimensiones sociales, económicas, políticas, éticas y culturales.

Dentro el marco de la concepción de agroecología como disciplina científica, la producción agroecológica está guiada por un conjunto de principios articulados entre sí:

- i. promueve el dialogo de saberes, que implica una relación horizontal entre productores, comercializadores y consumidores,
- ii. prioriza los circuitos cortos de comercialización, ello quiere decir que los productos alimentarios se distribuyen en forma directa del productor al consumidor, prescindiendo de intermediarios y,
- iii. valora el potencial social, donde la participación de los actores sociales (productores, comercializadores y consumidores) es clave y ellos asumen la responsabilidad de velar su propio desarrollo integral (Palomeque, 2009).

Este trabajo toma en cuenta estas nociones sobre agroecología, recalcando la importancia de generar instancias de interacción saludables entre sociedad y naturaleza. En este sentido, la Feria EcoTambo muestra altas potencialidades para generar un espacio agroecológico.

Otra noción de importancia para analizar la Feria son los mercados y la comercialización como estrategia de distribución de alimentos y procedimientos para vender eficazmente los productos. Para ello, se requiere planear y organizar las actividades necesarias para posicionar una mercancía o servicio, logrando que los consumidores lo conozcan y lo consuman. Ello comprende una sucesión de actividades interconectadas que van desde la planificación de la producción, la implementación del cultivo y cosecha, embalaje, transporte, almacenamiento, en algunos casos la elaboración de productos agrícolas y de alimentos transformados, la distribución y venta o intercambio de los mismos (Grahame, 2006).

Estas funciones son llevadas a cabo por diferentes actores de la trama económica, algunos especializados en el eslabón comercial y en la intermediación. Este proceso que va desde la producción hasta el consumo, se puede organizar como un circuito corto o como circuitos largos de comercialización. Los circuitos cortos vinculan más estrechamente a productores con consumidores. En este trabajo se entiende por circuito corto aquellos que cuentan hasta con un intermediario, pero que permite que los y las consumidoras conozcan el lugar de origen y quienes producen ese alimento. Los circuitos pueden ser mercados locales y/o regionales. Los “circuitos de proximidad” de productos frescos se caracterizan por el valor artesanal de la producción, aunque den cuenta de volúmenes menores en comparación con el total del abastecimiento alimentario (Lizarazu, 2014).

Una característica importante de los circuitos cortos es que la transformación y la distribución generalmente están en manos de las productoras y productores y se apoya por lo general, en normas implícitas, como usos y costumbres de las comunidades y, sobre todo, en relaciones de confianza.

El intercambio y venta de productos alimentarios en circuitos cortos abarca mercados de proximidad cultural y/o geográfica: consumidores locales o turistas que llegan a la zona son clientes potenciales de la venta directa. Productoras/es utilizan su red social para estimar su percepción de la demanda. Es una forma de venta de fácil acceso, al menos en sus primeras

etapas de desarrollo y busca mejorar los ingresos percibidos por las familias productoras (Craviotti & Soleno Wilches, 2015).

Actualmente, los circuitos cortos de comercialización están en proceso de transformación y adaptación a nuevos escenarios económicos y a cambios en los contextos socioculturales, donde la relación directa entre productores y consumidores facilita el intercambio de productos agroecológicos. Uno de las estrategias más frecuentes es la entrega de alimentos por las/los productoras a micromercados o tiendas de barrio, que no son los consumidores finales. Los que sí venden directamente al consumidor usan diferentes estrategias de entrega, desde venta de puerta en puerta, hasta correo o telemercadeo (vía aplicaciones del celular). Los intermediarios históricos van quedando fuera de este sistema (Craviotti & Soleno Wilches, 2015).

Un ejemplo paradigmático de mercados de proximidad cultural y/o geográfica rurales, son las ferias. Las ferias de la agricultura familiar son espacios que funcionan articulando las dinámicas de producción, con una oferta local que se ajusta a la temporalidad de los diversos productos comercializados. Estos mercados se sostienen a partir de estrechos vínculos entre productoras/es y compradoras/es, sin límites espacio-temporales. La integración entre las relaciones socioculturales y comerciales en las dinámicas de las ferias hace insuficiente cualquier análisis que se restrinja solamente a lo económico y monetario, dado que los intercambios sociales y culturales son numerosos, complejos para ser evaluados solo a través de dimensiones y valores económicos (Elías & Devisscher, 2014).

Los intercambios que se producen en las ferias también se vinculan con relaciones compadrazgo y reciprocidad (Lagos, 1997). Las relaciones en las ferias tienen una dinámica propia, están en permanente proceso de reproducción y transformación ante un contexto social, político o económico dinámico y cambiante (Sullcata, 2014).

Productoras/es y comercializadoras/es combinan la venta en circuitos cortos y con otras formas de comercialización, que generan numerosas articulaciones con diferentes actores, tanto comerciales como los que agregan valor (transformación artesanal o industrial de los alimentos). En los circuitos largos difícilmente existe contacto entre los y las productoras y el último actor de la cadena que son las y los consumidores (Elías & Devisscher, 2014).

Como los y las productoras usan distintos canales, estos espacios comerciales no deberían analizarse por separado, sino más bien comprender la forma en que intervienen en la reproducción social de las familias campesinas. Se podría asumir que, en poblaciones locales donde prima el autoconsumo y los principios de reciprocidad, esta relación es mucho más cercana. En cambio, en sociedades con mayor dependencia de canales largos, la brecha entre el espacio de la producción y del consumo se amplía y se observa una mayor complejidad, tanto en las características de la demanda como en las de la producción

La otra dimensión analítica importante de esta investigación es la del consumo de productos agroecológicos. Actualmente se observa que hay cada vez más consumidoras/es preocupadas/os por el origen y la forma en que han sido producidos los alimentos que consumen, ya sea por

razones de salud, proteger al medio ambiente, establecer formas de comercio justo, o por la valoración de las comunidades rurales y su cultura. Por ende, prefieren alimentos más sanos, naturales y amigables con el ambiente, y producidos por pequeños productores (Fundación AGRECOL Andes, 2018).

Generalmente los consumidores que asisten a las eco-ferias lo hacen por varias razones: cuidar la salud integral personal y familiar, así como prevenir enfermedades de base, y son estas las que definen su comportamiento y preferencias de compra de alimentos en los espacios de venta de ecológicos (Casas Castro, 2016).

## **Contexto geográfico y social donde se inserta la Feria EcoTambo**

El presente estudio se realizó en el municipio Nuestra Señora de La Paz, ubicado en la provincia Murillo, del Departamento de La Paz, dentro del Estado Plurinacional de Bolivia, en el centro del continente Sud Americano. El municipio de Nuestra Señora de La Paz tiene una superficie total de 3.020 Km<sup>2</sup>, el área urbana es sede del Gobierno Nacional, ocupa una extensión territorial de 149 Km<sup>2</sup> y su población se constituye en el asentamiento humano más importante de la región altiplánica del país. El área rural tiene una superficie de 2.871 km<sup>2</sup> y concentra la mayor riqueza natural, fauna, biodiversidad y de preservación del Municipio (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2016). El territorio del Municipio de La Paz está ubicado en el borde noreste del Altiplano, al pie de la Cordillera Oriental, ofreciendo un perfil estratigráfico completo del Plio-Cuaternario. Abarca dos importantes cuencas hidrográficas, una al Sur y otra al Norte, separadas por la Cordillera Real; sus características diferentes incidieron en la forma de apropiación del territorio (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2016).

En el departamento de La Paz se concentra el 33% del total de la población boliviana, mientras que la ciudad capital alcanza a contar con cerca de 900.000 habitantes (9% del total).

El municipio de La Paz presenta una alta dependencia alimentaria a nivel regional, nacional e internacional. El acceso a los alimentos locales es cada vez más restringido y limitado. De acuerdo a informes del gobierno local (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2016), la alimentación de la población es a base de cereales (arroz, trigo, pan, etc.) y tubérculos (papa, cebolla, etc.), con acceso insuficiente a alimentos ricos en proteínas, vitaminas y minerales.

Según la percepción de revendedoras de otros mercados de la ciudad de El Alto, se revenden algunos alimentos producidos con agua contaminada, porque la población más vulnerable, según ellas, prioriza precio a calidad.

Frente a esa situación, surge en la Ciudad de La Paz la Feria EcoTambo de agricultura comunitaria y agroecológica que se realiza todos los sábados, desde marzo del 2015. La Feria es un proyecto



autogestionado que surge a partir de la iniciativa de productoras y productores periurbanos, de áreas rurales cercanas a la ciudad y emprendimientos con fines sociales en alianza con consumidores de la ciudad de El Alto.

La Feria EcoTambo se desarrolla en Parque Rotari, Calle Abdón Saavedra final, ubicado entre las coordenadas 16°30'51,52" Sud y 68°07'52,01" Oeste, a una altitud de 3.615 msnm. distrito Cotahuma, zona Sopocachi Alto, uno de los 7 macro distritos del Municipio de La Paz (Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, 2016).

**Figura 1.** Mapa de ubicación de la zona de estudio



**Fuente:** Elaboración propia en base a Instituto Nacional de Estadística (2012)

La Feria surge ante la necesidad de facilitar el acceso a alimentos sanos, producidos sin agroquímicos y libres de contaminación a la población urbana. Pretende recrear un espacio de venta e intercambio de productos agroecológicos en el mercado local. De allí que los integrantes de la Feria consideran dos principales factores:

- 1) Ofrecer alimentos a precios justos, establecido por ellos mismos, tanto para los productores agroecológicos de la zona, como para la población popular. Así se busca evitar la distorsión de precios causada por intermediarios;
- 2) Fomentar la producción agroecológica rescatando saberes y semillas tradicionales, a través de la implementación de circuitos de comercialización de proximidad. Así se promueve a agricultoras/es como agentes imprescindibles en el proceso de transición del actual modelo agrario hegemónico, hacia modelos de producción y distribución más armónicos socio, económico y ambientalmente.

Otra forma utilizada en el EcoTambo es la promoción de los productos identificándolos con los productores que los venden, así como con el ambiente de producción, a través de medios de comunicación y redes sociales.

## Metodología

La metodología de investigación combina herramientas cuantitativas y cualitativas que permiten describir las características en la producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos en la Feria EcoTambo. Esta metodología busca dar voz a participantes del estudio y al mismo tiempo hacer una triangulación de datos para contrastar diversas visiones (Trujillo, Naranjo, Lomas, & Merlo, 2019).

Además, el uso de más de un método potenció la posibilidad de comprensión de los fenómenos sociales en estudio, especialmente, cuando se involucraron a productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es, permitiendo conocer experiencias y dar cuenta de las perspectivas de diversos actores sociales involucrados.

La investigación cualitativa se guió por el Enfoque Histórico, Cultural Lógico (HCL), y la Investigación Participativa (IP). Este enfoque permitió comprender la vida de la comunidad de la Feria EcoTambo en su quehacer cotidiano, interpretando las alternativas y el porqué de las actividades cotidianas que les permiten asegurar la reproducción de la vida. Este enfoque permitió interpretar hechos de la vida cotidiana de productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es, en tres ámbitos: la vida material, la vida social y la vida espiritual (Delgado, 2009).

La metodología de la Investigación Participativa Revalorizadora (IPR) tiene su fundamento filosófico-teórico y de praxis en el diálogo de saberes y el enfoque histórico cultural lógico (HCL), que busca dar una valoración adecuada a todas las características culturales y formas de vida cotidianas de las comunidades campesinas y pueblos indígenas, considerando su proceso histórico y sus cosmovisiones, en la perspectiva de aportar a la sustentabilidad alimentaria y el desarrollo sustentable en el marco de la seguridad y soberanía alimentaria (Delgado & Rist, 2016).

En este caso la IPR se aplicó como método para dialogar y generar información y conocimiento nuevo, de manera activa con productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es que acuden a la Feria EcoTambo, revalorizando sus prácticas cotidianas de producción y formas de comercialización de productos agroecológicos, de tal forma que el conocimiento generado sirva para fortalecer esta institución.

Para dar confiabilidad a la investigación se implementaron las siguientes estrategias metodológicas:

- Utilización de categorías descriptivas o variables identificadas en base al dialogo con los actores sociales.
- Registro riguroso y sistemático de los datos.
- Análisis de los resultados de investigación con el equipo de investigadores del proyecto.
- Uso de distintos recursos metodológicos en la recolección e interpretación de datos (triangulación).

De nuestro objeto de estudio: la Feria y sus interacciones humanas se han derivado tres muestras que derivaron del muestreo no probabilístico por cuotas, en tres grupos de personas: 1) productoras/es, 2) comercializadoras/es y 3) consumidoras/es

## Investigación documental

En un primer momento el análisis de las fuentes secundarias se centró en la lectura y análisis de documentos relacionados directamente con el caso y el contexto de investigación, tales como: el PTDI de Municipio La Paz, estudios realizados sobre la Feria y otros.

En un segundo momento, se realizó una búsqueda de publicaciones (libros y artículos) e informes o relatorías no publicadas de investigaciones científicas relacionados con producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos.

Por último, se sistematizó la información encontrada a través de cuadros, matrices y fichas temáticas y de contenido.

## Entrevistas y Observación Participante

Las entrevistas en profundidad y semi-estructuradas se aplicaron a 60 personas. Cerca de 20 entrevistas por cada grupo: productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es. Las preguntas buscan conocer opiniones y visiones de los propios protagonistas sobre la Feria, respecto a la conformación, organización, cambios innovadores y funcionamiento.

La observación participante se utilizó una vez establecido contacto con productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es en coordinación con la presidenta de EcoTambo, lo cual permitió tener una comprensión de las relaciones e interacciones que ocurren en la Feria. Consistió en hacer un acompañamiento en los lugares de producción y en las actividades desarrolladas en el espacio ferial. La observación con participación se combinó con la técnica de las entrevistas semi-estructuradas que fueron grabadas.

También se aplicaron encuestas, técnica que nos permitió registrar de manera detallada información acerca de la producción, comercialización y consumo, de los actores que dinamizan la Feria. Se administró un cuestionario con preguntas cerradas, a una muestra representativa.

## Análisis y síntesis de la información

El proceso de análisis y síntesis de datos se realizó siguiendo la siguiente ruta:

- Diseño de la base datos
- Control de calidad de las entrevistas y registro de las entrevistas en la base de datos
- Estimación de estadísticos descriptivos
- Elaboración de reportes en gráficos, interpretación de gráficos y cuadros

El análisis de la información condujo al alcance de los objetivos establecidos en la investigación.

## Resultados y discusión

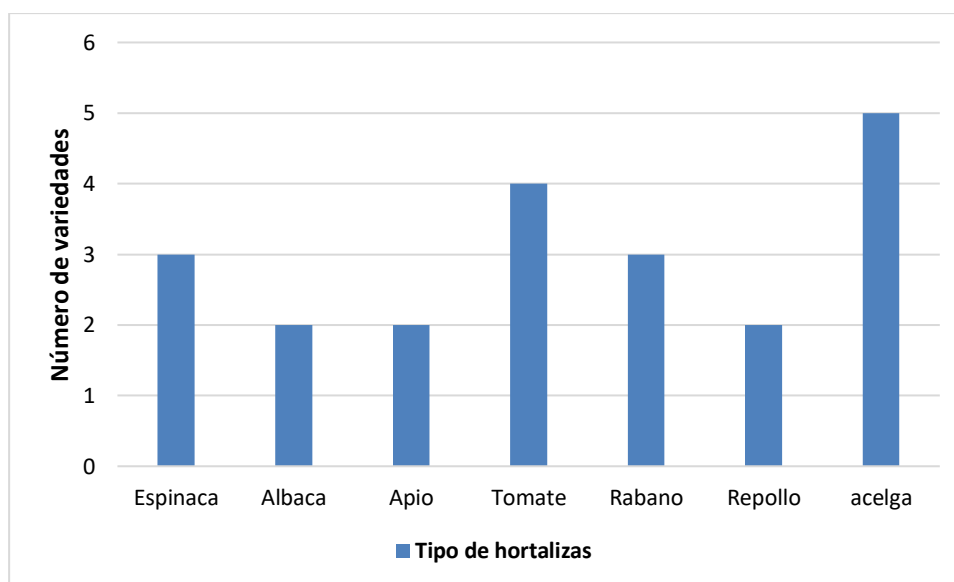
### Sistema de producción agroecológico para la Feria EcoTambo

Los resultados muestran que los sistemas de producción articulados a la Feria EcoTambo son de dos tipos: familiar rural y familiar periurbano. El familiar rural se caracteriza por la producción a campo abierto de productos de temporada tales como el durazno (*Prunus persica*), manzana (*Malus domestica*), maíz choclo (*Zea mays*), tuna (*Opuntia ficus-indica*), pera (*Pyrus*), chirimoyo (*Annona cherimola*), granadilla (*Passiflora ligularis*), quinua (*Chenopodium quinoa*), cañahua (*Chenopodium pallidicaule*), haba (*Vicia faba*), papa (*Solanum tuberosum*), arroz (*Oryza sativa*), naranja (*Citrus X sinensis*), papaya (*Carica papaya*), coco (*Cocos nucifera*), banana (*Musa × paradisiaca*), yaca (*Artocarpus heterophyllus*), copoazú (*Theobroma grandiflorum*), chima

(*Bactris gasipaes*) entre otros. También existen sistemas de producción de coca ecológica (*Erythroxylum coca*), que abastecen a EcoTambo de manera permanente.

Por su parte, el familiar periurbano se caracteriza por la producción a pequeña escala bajo invernaderos, donde se cultiva una diversidad de hortalizas. El sistema de producción familiar bajo invernadero tiene una superficie que varía de 100 a 200 m<sup>2</sup>. El promedio de invernaderos está entre dos a tres por familia. Están contruidos con agrofilm y maderas recibidos a través de distintas ONGs y también adquiridos con recursos propios, donde se producen una diversidad de hortalizas: lechuga (*Lactuca sativa*), espinaca (*Spinacia oleracea*), apio (*Apium graveolens*), perejil (*Petroselinum crispum*), cebollín (*Allium schoenoprasum*), tomate (*Solanum lycopersicum*), zanahoria (*Daucus carota*), rábano (*Raphanus sativus*), repollo (*Brassica oleracea var. capitata*), acelga (*Beta vulgaris var. cicla*), betarraga (*Beta vulgaris*), cilantro (*Coriandrum sativum*), menta (*Mentha x piperita*); orégano (*Origanum vulgare*); tomillo (*Thymus vulgaris*) y col rizada (*Brassica oleracea var. sabellica*).

**Figura 2.** Variedad de hortalizas en invernaderos de El Alto cultivada por la AF



Como muestra el gráfico, se cultivan 5 variedades diferentes de acelgas: rojo, amarillo, rosado, naranja, violeta. La col rizada también varía entre crespa, verde, morada y azulada. Verduras de hoja cultivadas a campo como la lechuga, presentan 5 variedades (crespa, repollada, mantecosa, morada y escarola).

Este sistema de producción, basado principalmente en diversidad de hortalizas de hojas, así como en más de un producto hortícola, se debe a las características de la producción agroecológica, y busca responder a las necesidades de las y los consumidores:

...Las hortalizas producidas a campo abierto tienen una textura dura, mientras que las

*producidos en invernaderos presentan una textura suave y su cocción es más rápida, por eso se prefiere cultivar hortalizas en invernadero y preferentemente de hojas...* (Testimonio de Petrona Mamani, 2021).

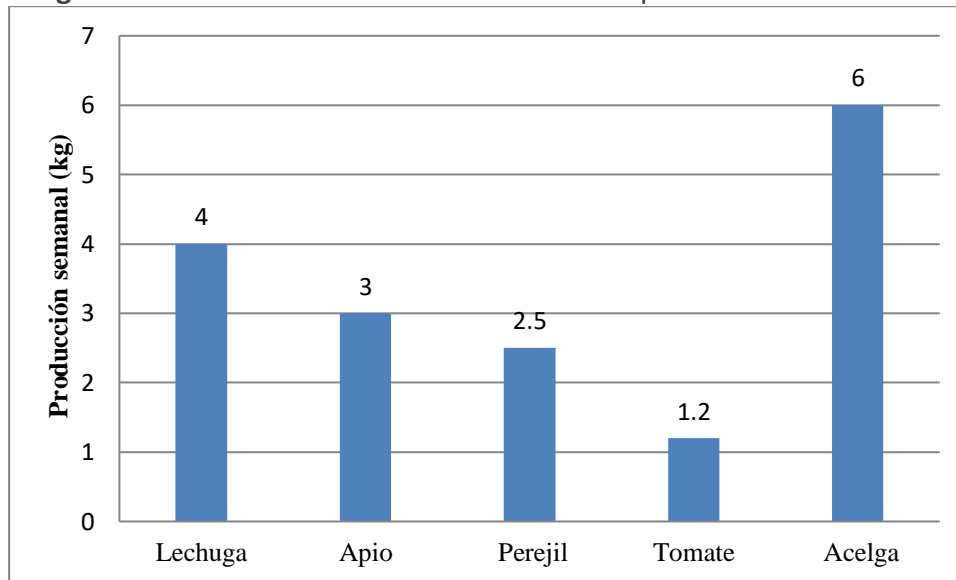
El espacio de la Feria Eco-Tambo se enfoca en sistemas agro-biodiversos, pero no necesariamente con cultivos autóctonos o nativos, sino también, incorporando especies de otras latitudes, como hortalizas exóticas, demandadas por los consumidores. Asimismo, se cuenta con bancos de semilla in situ, en las parcelas de los productores, como una estrategia de control local del material genético y de la alimentación de la familia. Esto se acompaña con investigaciones participativas, a partir de las cuales se recrean y retroalimentan los conocimientos locales de productoras y productores.

La producción periurbana bajo el enfoque agroecológico en Bolivia tuvo un fuerte apoyo de instituciones externas, principalmente de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que trabajan con cooperaciones belgas. Instituciones externas que han acompañado a la Feria son: la Fundación PRODIASUR (comprometida con la transformación social, económica, ecológica y productiva de las familias rurales, urbanas y periurbanas que viven en condiciones de vulnerabilidad, promoviendo redes de solidaridad, justicia y resiliencia climática), el Centro de Formación y Capacitación para la Participación Ciudadana FOCAPACI (cuya misión es apoyar procesos sociales de desarrollo desde propuestas de organizaciones sociales para que sean contempladas en las políticas, planes y proyectos del ámbito municipal), y la Fundación UÑATATAWI (que promueve iniciativas de producción para el consumo propio y venta de excedentes en mercados locales y de generación de ingresos en las zonas rurales) (Uscamayta y Veiga, 2018).

Entre los aspectos innovadores más significativos en el sistema de producción se destacan la introducción de nuevas hortalizas, la construcción de invernaderos familiares, la diversificación de especies, el ajuste del calendario productivo en función del requerimiento de los consumidores y la construcción de conocimientos a partir de investigaciones participativas.

La producción de las hortalizas varía según la época: en el tiempo seco, la producción se reduce con respecto a la época de lluvias. La producción promedio que obtienen semanalmente de sus invernaderos las familias de la AF que participan en EcoTambo no supera los 10 kilogramos semanales.

**Figura 3.** Producción semanal de las hortalizas para la Feria EcoTambo



Fuente: Elaboración propia en base a observación

Los resultados nos muestran que las hortalizas de hoja son las que se producen en mayor cantidad, siendo las más demandadas por los consumidores. La cantidad producida por parte de las familias está en función a la expectativa de venta y/o consumo que se da en la semana. Las familias planifican que hortalizas sembrar y cada cuanto tiempo desde la siembra de almácigos, trasplante en las platabandas, hasta la cosecha, para abastecer semanalmente a la Feria con una variedad de hortalizas, lo que implica un uso más eficiente del espacio.

Se puede decir que existe una alta sincronización entre el tiempo de producción, la capacidad en términos de infraestructura y conocimientos del productor o productora y el abastecimiento a la Feria. Es una estrategia que han aprendido del relacionamiento con otras instituciones, del dialogo con otros productores/as y del intercambio de experiencias.

El sistema de producción de hortalizas bajo invernadero es una opción viable y se puede promover esta experiencia en otros barrios periurbanos de la ciudad de La Paz o el Alto.

Las prácticas agroecológicas que se implementan en los invernaderos están orientadas a mejorar la salud del suelo y la regulación de plagas y enfermedades. Para la salud de suelos las mujeres incorporan nutrientes al suelo a través de:

- Estiércoles
- Composta
- Abono Bocashi
- Lombri-composta

Estas prácticas son utilizadas como estrategias para aumentar la diversidad microbiológica del suelo e incrementar los rendimientos de las hortalizas. Es importante mencionar que uno de los principales problemas en la producción de hortalizas es el ataque de pulgones y babosas, para ello las mujeres hacen:

- Asociación de hortalizas en base a criterios de repelencia
- Uso de ceniza
- Aplicación de macerados de ajo (*Allium sativum*) y cebolla (*Allium cepa*)
- Recolección manual de babosas

La implementación de estas prácticas surgió con el apoyo técnico de organizaciones no gubernamentales, como FOCAPACI, y el intercambio de experiencias entre productores/as.

Según Kleinfeld Avila (2017) la aplicación de una diversidad de prácticas agroecológicas en huertos urbanos es una alternativa viable para la “crianza de los cultivos agrícolas”, pues no daña el medio ambiente, es económicamente accesible a pequeños/as productores, tecnológicamente de fácil obtención y aplicación, y culturalmente aceptable, puesto que recrea saberes ancestrales.

La producción de hortalizas en unidades familiares de producción del ámbito periurbano está en manos de mujeres, quienes reciben ayuda de sus hijas/os, mientras que los hombres se dedican al comercio y transporte. La producción hortícola periurbana es una actividad en pequeña escala, con poco volumen de producción, sin embargo, requiere un manejo cuidadoso y delicado, principalmente en la cosecha y selección de los alimentos para distribución en la Feria, tareas desarrolladas por mujeres y sus hijas/os. Son procesos liderados por mujeres donde recrean saberes, producen sus propios alimentos y se convierten en protagonistas de una importante actividad económica.

Estos resultados son similares a los reportados por Chambilla (2014) en su trabajo “*Ferías ecológicas en Bolivia: dinamizando la agricultura sustentable*”, donde menciona que en el caso de EcoTambo de La Paz la mayor parte de los sistemas productivos urbanos están liderados por mujeres. En Bolivia se ha expandido la agricultura urbana y periurbana, que además de permitir la autosuficiencia alimentaria de las familias está ligada al proceso de empoderamiento de las mujeres (Bozo, 2019).

En cambio, en el sistema familiar rural la producción de alimentos se comparte entre todos los integrantes del núcleo familiar, donde participan el hombre, la mujer y las/los hijas/os. En el marco de las convenciones sociales relativas a la distribución de las tareas productivas, los hombres son los responsables de las actividades que requieren mayor esfuerzo físico tales como la preparación del terreno, y las mujeres son las encargadas de las actividades vinculadas a la reproducción de la vida: siembra y cosecha.

Estos resultados coinciden con los que menciona el estudio de Dorrego (2015) donde sostiene que las mujeres son con frecuencia las principales responsables de la actividad agrícola y pecuaria, puesto que los hombres suelen tener otro empleo. Sin embargo, desconocen el



importante rol que cumplen las mujeres en las actividades agropecuarias, a no ser que generen algún ingreso.

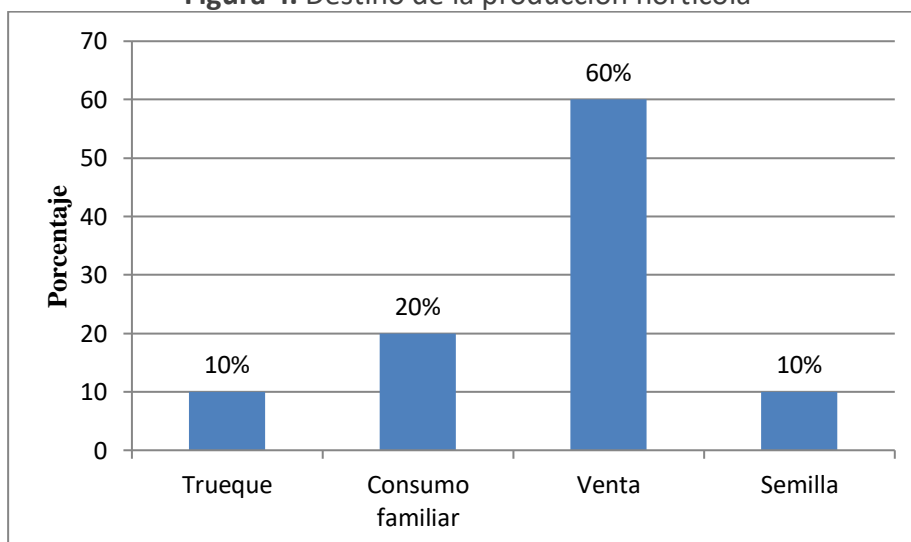
Las mujeres relacionadas a Eco-tambo cumplen un rol fundamental en la actividad agrícola y están presente en todas las labores: preparación de abonos orgánicos y abonado, carpido o deshierbe, aporque, y solo las labores que demandan mayor esfuerzo físico como el riego, la preparación de la tierra y la cosecha suelen ser responsabilidad de los hombres. En ese sentido, las mujeres productoras tienen un rol fundamental en el suministro de alimentos nutritivos a través de sistemas agroalimentarios sostenibles, aunque los datos estadísticos oficiales subestiman el valor del trabajo de las mujeres como productoras agrícolas (Bozo, 2019).

Es importante mencionar también que la agricultura periurbana es una posibilidad viable para la generación de ingresos y la seguridad alimentaria, y representa una alternativa de fortalecimiento de la identidad cultural de productoras y productores. En efecto, para quienes llegan a la ciudad de La Paz la agricultura les permite ser reconocidos y reconocerse como productores campesinos/as y posicionar a las mujeres como productoras de alimentos, en un contexto que pugna por invisibilizarlos como sujetos (Méndez, Ramírez, & Alzate, 2005).

#### **Destino de la producción agroecológica de las Familias Productoras de EcoTambo**

La producción de hortalizas se destina principalmente a la comercialización directa en la Feria (60%). Para autoconsumo se destina un 20%, un 10% es trueque con otros productores y el 10% restante se utiliza como semilla de la próxima campaña agrícola.

**Figura 4. Destino de la producción hortícola**



El hecho de producir sus propias hortalizas tiene, además, implicancias políticas, sociales y culturales. Desde el punto de vista político, sienta soberanía para la elección de consumir sus propios alimentos y tener el control de sus semillas. Desde lo social, esta producción circula a

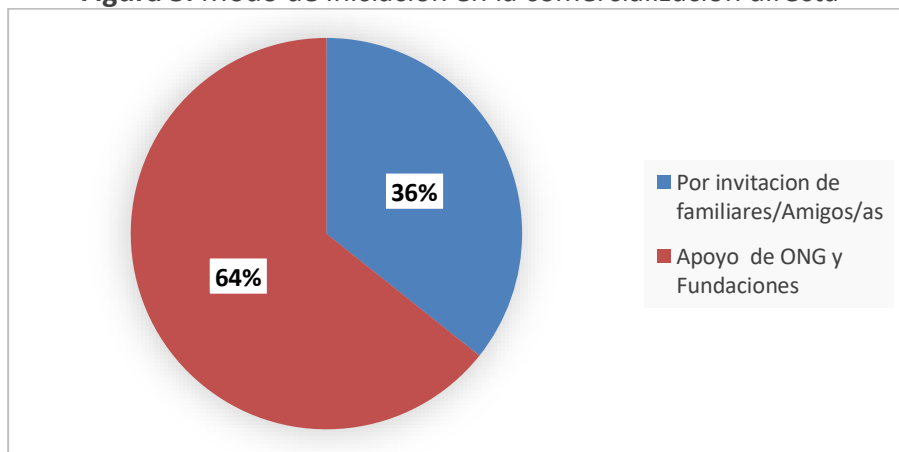
través de las relaciones de reciprocidad y el trueque de alimentos entre productores/as, consolidando y reproduciendo relaciones entre parientes, vecinos, compadres. Culturalmente, circulan conocimientos y saberes técnicos que se comparten en prácticas de intercambio de semillas. En este sentido, coincidimos con Baudach (2005) que esta es una actividad que promueve la soberanía alimentaria y la difusión de prácticas agroecológicas, por la diversidad de destinos que adquiere la producción hortícola: autoconsumo, intercambio de semillas, trueque y comercialización.

## Comercialización de alimentos

### Inicio en la comercialización

A partir de las encuestas realizadas a los productores de EcoTambo, se observa que alrededor del 64% de ellos manifiestan que iniciaron la comercialización de sus productos con el apoyo de organizaciones no gubernamentales. Por otra parte, el 36% de las familias declaran haber iniciado la comercialización de sus productos a partir de la experiencia familiar o la invitación de un amigo.

Figura 5. Modo de iniciación en la comercialización directa



Las productoras se empoderaron a partir de asumir la comercialización con estrategias que ponen el acento en la ética, la reciprocidad, el tejido de redes de parentesco y solidaridad. Cada familia fue ampliando sus redes a otros productores/as y comercializadores/as para que ofrezcan sus productos y formen parte de un espacio de diálogo y aprendizaje en torno a una alimentación saludable, con justicia social e igualdad de género.

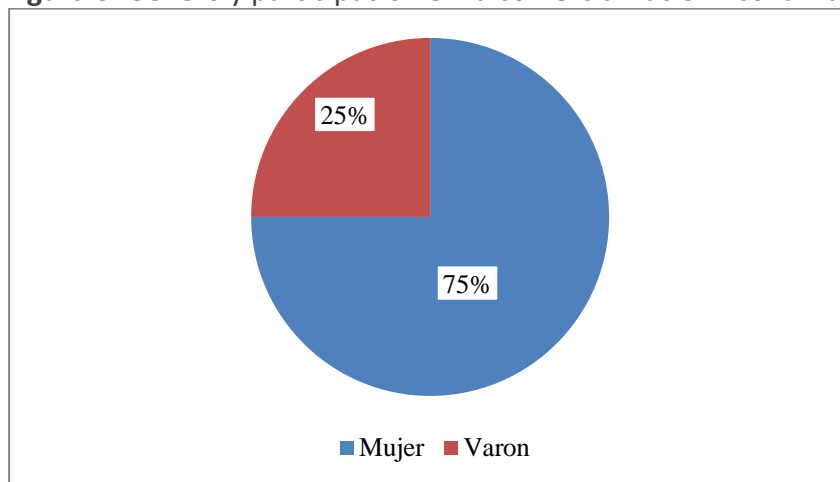
Cabe remarcar la importancia que tiene la EcoTambo en la construcción de redes de comercializadoras/es, con apoyo de instituciones y por vínculos familiares. No hemos relevado apoyos por parte de los gobiernos locales, departamentales y nacionales. Pueden existir diversos factores tales como las debilidades de la organización para gestionarlo o, también la falta de políticas nacionales que fomenten este tipo de mercados. Existen numerosos desafíos, uno de ellos es la articulación con las políticas públicas para avanzar hacia la sostenibilidad del espacio

ferial.

### Empoderamiento de las mujeres en la comercialización

La comercialización de productos en la Feria EcoTambo es una actividad de las mujeres, en su mayoría (75%). Las “caseritas”, que participan de la venta dan un trato amable a consumidores, ofrecen sus productos con cariño y tienen mayor delicadeza en el trato de los alimentos.

**Figura 6.** Género y participación en la comercialización EcoTambo



Por otra parte, el hecho de ser un espacio donde existe mayor presencia de mujeres se asocia, en la perspectiva de los entrevistados, a la existencia de dispositivos de control de la calidad: peso, higiene de los productos, aseo del espacio, se atribuyen al trabajo de las mujeres. Asimismo, de acuerdo con los entrevistados, la participación de mujeres fomentaría el apoyo solidario entre comercializadoras: *“se ayudan en la venta de sus productos, si alguna de ellas tiene algunos inconvenientes deja sus productos a otra para que esta se los pueda vender”*.

Estos resultados coinciden con lo encontrado por Dorrego (2015) en su trabajo sobre la construcción de sostenibilidad en Bolivia, donde menciona que la comercialización de los productos agrícolas en el mercado es un rol preponderante de las mujeres, a no ser que sean ventas de grandes volúmenes, lo que les dificultaría el manejo. Una justificación para que los hombres no salgan a vender es el miedo que ellos tienen a la *“humillación por otros hombres”*. Según este trabajo, un hombre estaría dispuesto a rematar sus productos a cualquier precio por acabar rápido la venta, son poco pacientes para vender de poco en poco, o de gramo en gramo. No obstante, en las Eco Ferias los hombres venden, sobre todo, productos transformados.

Por otra parte, Dorrego (2015) menciona que la comercialización es una alternativa para visibilizar a las mujeres en la esfera pública, ya que es la única forma de que se las reconozca como generadoras de ingresos en el área rural.

Las mujeres que atienden en esta Feria se destacan por el buen trato a consumidores, la paciencia en la venta. Estos elementos cualitativos que manifiestan las mujeres son poco visibles y en muchos casos infravalorados por los hombres y la sociedad en general, pero son aspectos claves que dan vida al espacio ferial.

### **Certificación de confianza**

En la EcoTambo la certificación tiene una connotación basada en la confianza, los valores, la conciencia social y la información. En una primera etapa, durante el 2015, la ONG Centro de Formación y Capacitación para la Participación Ciudadana (FOCAPACI) se encargaba de la revisión de calidad de los alimentos al momento de realizar el acopio de la producción.

En la actualidad, la valoración de la calidad, en términos ecológicos, de los productos alimentarios que se ofrecen en la Feria, se basa en la confianza entre productor/a - comercializador/a y consumidoras/es. Esta confianza radica en el establecimiento de lazos de amistad, donde prevalece el valor de “hermandad”. Por otra parte, la certificación está basada en atributos o cualidades de los alimentos, donde cada comercializador/a explica las propiedades de su producto y la forma en la que ha sido producido. Esto se pone de manifiesto en el siguiente testimonio.

*...Primero consumimos nosotros y después lo explicamos a las caseritas... por medio de la confianza mutua y visitas a los productores (Testimonio Nora Ramos, 2021).*

La certificación se fortalece también con un monitoreo o visitas a los sistemas productivos y se apoya, en el caso de productores/as de Alto Beni, en una certificación internacional de tercera parte de cacao (*Theobroma cacao*) una fruta tropical con la que se elabora el chocolate, pero lo que se certifica es el sistema agroforestal.

Asimismo, observamos un consenso entre entrevistados/as que la base de la certificación participativa agroecológica de la EcoTambo es la confianza, que se logra contrayendo vínculos cercanos entre productores/as, comercializadores/as y consumidores/as. Tiene como base la conciencia de cada familia productora de querer producir sin destruir los bienes comunes naturales, y sin afectar la convivencia o el *Vivir Bien*. Conciencia que se fortalece y se profundiza con la participación activa y crítica de consumidores a lo largo de toda la cadena productiva, y el acompañamiento del Consejo Asesor.

Lizarazu (2014), en su estudio sobre circuitos cortos de comercialización, afirma que la forma más sencilla y práctica de cultivar la confianza y credibilidad es por medio de la experiencia contada de productor/a - comercializador/a hacia el/la consumidor/a. Confianza que ha sido consolidada de diferentes maneras en cada una de las ferias. En el caso de la Bio-feria Achocalla, los/las productores/as cuentan sus vivencias y las ventajas que ofrece el municipio de Achocalla como, por ejemplo, en lo relativo al agua utilizada para el riego de sus parcelas, siendo esta conservada, limpia, proveniente de vertientes y la comparan con la de otros municipios que abastecen de alimentos a la ciudad de La Paz, en los cuales se utiliza agua de ríos que pueden estar

contaminados.

Sin embargo, las/los comercializadores de la EcoTambo consideran que se debe contar con un Sistema Participativo de Garantía (SPG) propio, no aquel promovido por el Consejo Nacional de Producción Ecológica (CNAPE). Pues el SPG, más que cumplir ciertas normas de control del proceso de producción, debe fortalecer los lazos de confianza, estableciendo otras formas de persuadir a las/los consumidores, contando y mostrando, por ejemplo, la experiencia de todo el proceso productivo a través de audiovisuales cortos.

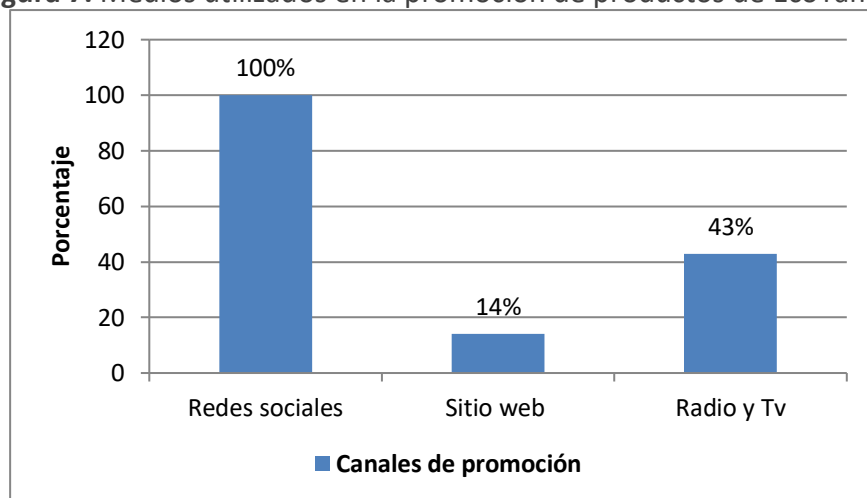
El análisis de los resultados, muestra que los SPG para la comercialización de productos agroecológicos en las Eco Ferias están poco desarrollados y difundidos entre productores/as, comercializadores/as y consumidores/as, a pesar de que existe la Ley 3.525 de producción agroecológica que estipula la regulación y promoción de la producción ecológica y la implementación de los Sistemas Participativos de Garantía. Este se presenta como uno de los desafíos que deben asumir los socios del espacio ferial, en la perspectiva de seguir creciendo como Eco Ferias.

Para Sánchez, Álvarez, y Coto (2006) la “certificación participativa” en base a los principios de la producción agroecológica, garantiza la calidad de los productos, disminuye significativamente los costos de la certificación comercial con requisitos exigidos por las certificadoras de los mercados de los países desarrollados. Este nuevo paradigma de comercialización de productos alimentarios agroecológicos, basado en la certificación participativa, resulta más justo, contribuye a la independencia y soberanía de la agricultura de los países en desarrollo.

### **Promoción y comercialización de productos alimentarios**

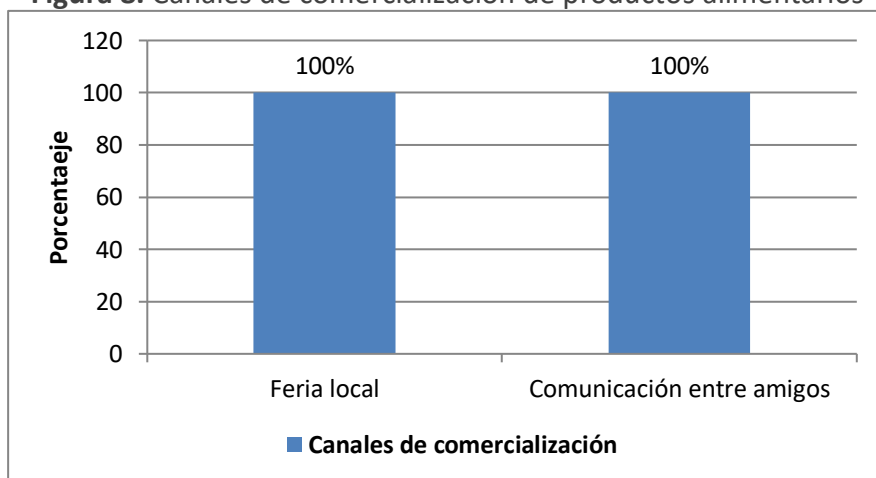
Los principales canales de promoción que utiliza la EcoTambo son las redes sociales y medios de comunicación masivos (Facebook, WhatsApp, Sitio web, radio y Tv). También se apoya en las relaciones sociales cara a cara con consumidores/as que asisten a la Feria.

**Figura 7.** Medios utilizados en la promoción de productos de EcoTambo



El principal canal que utilizan los comercializadores es la venta directa del productor al consumidor en la Feria EcoTambo. Durante la pandemia creció la cantidad de pedidos realizados a través de las redes sociales, principalmente Facebook y WhatsApp. En estos casos se tomaban los pedidos previamente y los/las consumidores/as retiraban en la Feria. En la ampliación de la red, tuvieron una fuerte incidencia las relaciones de amistad y conocimiento mutuo que permitieron incorporar nuevas/os consumidoras/es, sostienen las/los entrevistadas/os. Observamos también que las/los comercializadores prefieren los vínculos “cara a cara” con las/los consumidores, los espacios en los que pueden explicar las características de su producto. Las interacciones de este tipo se apoyan en la existencia previa de relaciones de confianza, al mismo tiempo que alientan la construcción de nuevas relaciones y su multiplicación.

**Figura 8.** Canales de comercialización de productos alimentarios



Los resultados del presente estudio son concordantes a los que presentan Paz, Jara, y Nazar (2013) en su estudio sobre circuitos cortos de comercialización, donde concluyen que los canales de comercialización más utilizados y preferidos por las/los agricultores son los canales de venta directa (feria, predio y bolsones) recurriendo a alternativas de cadena corta, como reparto con

intermediarios, negocios o restaurantes, cuando no se logra realizar la venta de la totalidad de los volúmenes disponibles.

La EcoTambo, en la venta de sus productos privilegia siempre la relación cara a cara con el consumidor en la Feria local y promueve los canales cortos de comercialización. Durante la pandemia los consumidores priorizaron la distribución a domicilio de los alimentos, evitando los encuentros presenciales en los espacios de ferias y mercados.

## **Regulación de precios**

Un aspecto importante a considerar en el análisis tiene relación con la procedencia del producto y está referido a los precios de los alimentos y al manejo de éstos por parte de la entidad operativa de la EcoTambo, lo que motiva a la población a continuar acudiendo a este espacio para abastecerse de sus alimentos.

El concepto de precio que se maneja en la Feria está referido a “precios justos”, tanto para el consumidor como para el productor. Según los mentores de la Feria, los precios son fijos o estables, no se modifican.

Una de las premisas fundamentales es que no se puede caer en una comercialización de productos ecológicos elitista *“de que lo ecológico, lo orgánico siempre sea caro, si es caro es un privilegio, para unos cuantos”*. Es tarea de este espacio demostrar que los alimentos agroecológicos deben ser accesibles para toda la gente, principalmente aquella población vulnerable: niños, mujeres y adultos mayores.

La oferta de productos alimentarios en la Feria se reduce en la época de invierno. Ello está asociado a la reducción del rendimiento de los cultivos, puesto que la mayoría de los productos provienen de la ciudad de El Alto, donde las condiciones climáticas son extremas *“un frío duro y crudo”*. Sin embargo, la oferta de alimentos en la época de lluvias aumenta en función del incremento en el rendimiento de los cultivos. Ante esta variación de la oferta según la época y por tanto la posibilidad de variar los precios de venta, los comercializadores han implementado una estrategia innovadora para mantener los precios estables durante el año. En la época de invierno, la cantidad de producto vendido se reduce en peso, pero se mantiene el precio establecido.

Después de un análisis y valoración de la mano de obra utilizada, el tiempo que tarda el producto en crecer, si es de fácil manejo o no, se analizan todos los factores mencionados en una reunión o asamblea grande y a partir de ello se establece un precio. La reunión de fijación de precios se realiza al inicio de la temporada de cosechas, ya sea en invierno o verano. Una vez establecidos los precios, estos se mantienen para las dos temporadas, lo que varía es el peso o cantidad de producto vendido. Por ejemplo, la bolsa de lechuga de 450 g tiene un costo de 4 bolivianos para la época lluviosa, o época de abundancia. En cambio, en la época de invierno la bolsa de lechuga se reduce en peso de 450 g a 400 g, pero con el mismo precio de 4 bolivianos. Esta estrategia

innovadora de mantener el precio basado en la fluctuación del peso ha construido un lazo de confianza entre el consumidor y comercializador.

*...En el momento de la crisis aquí estaba súper bajo, la gente se sorprendía porque en el mercado convencional por la especulación el precio sube de 3 a 5 veces, por ejemplo la papa llegó a 120 bolivianos la arroba y aquí siempre los mantuvimos en 60 bolivianos, eso genera que el consumidor tenga un vínculo de confianza de que esto no es un mercado, si no es un punto de encuentro entre consumidores y productores y entre personas que trabajamos en un sistema alimentario saludable (Testimonio Fabricio Uscamayta, 2020).*

Estos resultados dan evidencia que los precios de los productos alimentarios en la EcoTambo se han mantenido estables en todas las épocas del año. Esto se debe a que productoras/es y comercializadoras/es han diseñado una estrategia basada en la variabilidad del peso de los productos en el momento de la venta al mismo precio. Es así, que han generado una certidumbre de “precio fijo” de los productos, con ello el consumidor tiene la seguridad de que comprara sus alimentos al mismo precio. En ese sentido, las Eco Ferias deben buscar estrategias creativas que garanticen la estabilidad de los precios durante el año.

### **Limitaciones de la venta de productos ecológicos**

La Feria EcoTambo se inició hace aproximadamente cinco años. En el transcurso de su vida como espacio comercial, ha enfrentado algunas dificultades. Estas limitaciones tienen que ver con la tradición paternalista que las ONGs han promovido, directa o indirectamente, en los productores. Esta fue la principal dificultad que atravesó la Feria EcoTambo, en la medida en que la relación de dependencia hacia las ONG y la cooperación internacional afectó la capacidad de las y los productores para auto organizarse, llevando a la subvaloración de los saberes locales, que son la fuente principal de la innovación y la construcción de un futuro acorde a la cosmovisión de la vida comunitaria. Esto puede observarse en relación al siguiente testimonio.

*...Sin ser nosotros de ser ONG, y sin ser ellos dependientes de la ONG hemos podido sostener una feria durante cinco años, solamente paramos un fin de semana, es el compromiso de cada una de las productoras. Hay señoras como Doña Bertha que está desde la primera feria, casi son como 250 ferias que hemos hecho, creo que la Eco Feria ¿cuántos años tendrá?, pero autogestionariamente creo que es la única feria a nivel de Bolivia, que se está manteniendo tanto tiempo y que tiene perspectivas de crecer, es un tema de enfoque de autogestión que es un tema clave para la sostenibilidad (Testimonio Fabricio Uscamayta, 2020).*

Otra dificultad que se observó en la Feria EcoTambo, se relaciona con los conocimientos de las/los consumidores en relación a los temas nutricionales y a la calidad de los productos saludables. Todavía la mayoría están influenciados por patrones de consumo controlados por las industrias y empresas transnacionales del sistema agroalimentario convencional. La EcoTambo como estrategia tiene el objetivo de cambiar el patrón de consumo, ampliando el espacio para el



consumo de productos agroecológicos. Para ello, se proponen la diversificación de la producción y con ello la ampliación de la oferta de una diversidad de productos para el intercambio.

*...Cuando diversificas algo como el eneldo, los productores nunca habían escuchado eso, yo he traído semilla desde Rusia, porque yo quería y me gustaba mucho, y ellos no saben cómo cocinar y no saben cómo vender. Porque si le pregunta a la casera le dice “¿cómo hago esto?” o “¿cómo se cocina?”. En el momento que dices que no sabes, pierdes la oportunidad de vender, entonces tú tienes que incorporar en tu dieta (Testimonio Fabricio Uscamayta, 2020).*

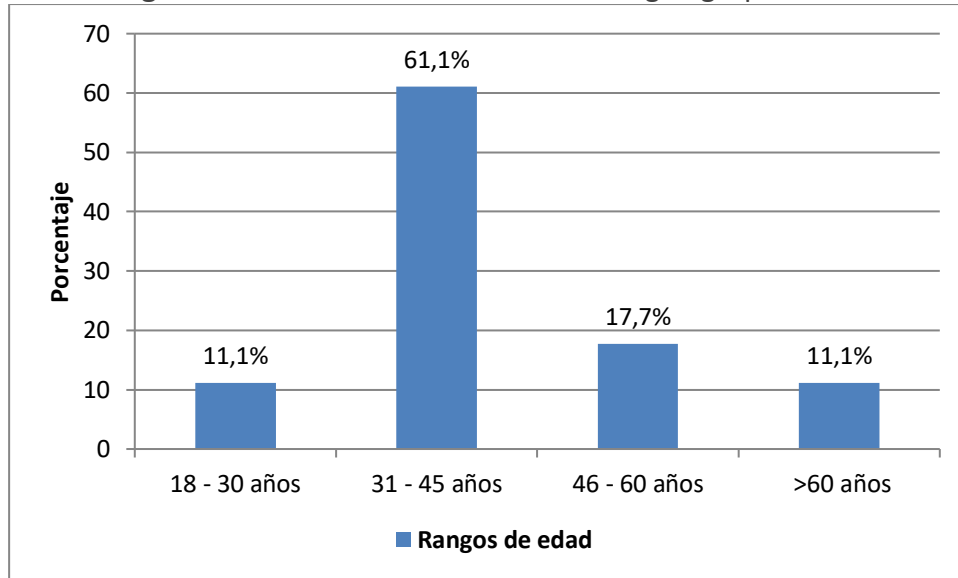
Otra dificultad que atraviesa la Feria EcoTambo, es la lógica patriarcal que se reproduce en las familias productoras, en las cuales es posible observar una serie de prejuicios acerca de que las mujeres deben hacerse cargo solo de la casa y los hombres son responsables de llevar el dinero a la familia. Sin embargo, se avanzó en el empoderamiento del rol de la mujer en la economía familiar, a partir de iniciativas sostenibles como es el caso de la producción hortícola en la casa, aumentando la participación de mujeres.

*...El patriarcado es un tema bien complicado dentro las familias, ha sido duro, ha habido familias que se han separado, desde el momento en que las mujeres han empezado a llevar algo de dinero a sus casas, se rompe la lógica patriarcal del sometimiento y la violencia económica. Entonces hay casos bien fuertes aquí que hemos tenido con algunas compañeras. Eso es una lógica, en síntesis, el patriarcado es el problema, el núcleo de todo, las derivaciones y las formas de ejercer eso, el tema de poderes (Testimonio Sabino Apata, 2021).*

### **Caracterización de consumidoras/es**

Según los datos obtenidos de la encuesta realizada, el grupo de consumidoras/es con edades entre 31 y 45 años es el más numeroso (61% del total).

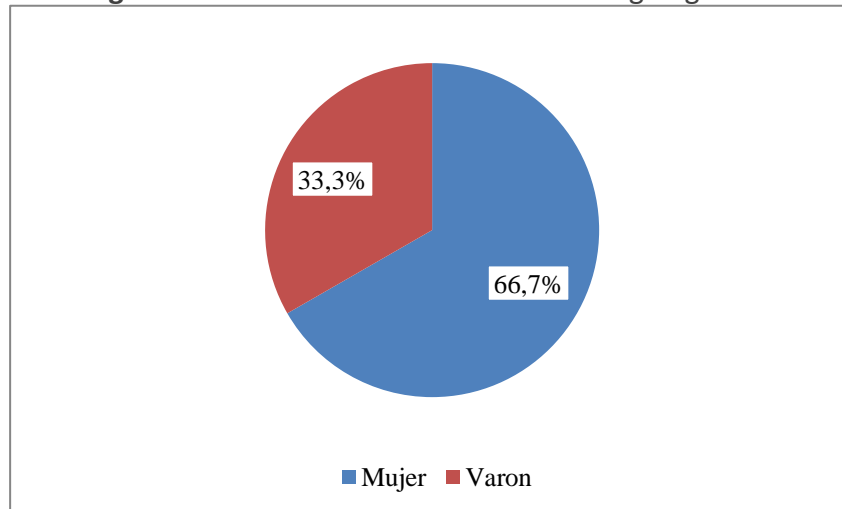
**Figura 9.** Consumidores en EcoTambo según grupo etario



Los consumidores en la EcoTambo tienen coincidencias sobre el tipo de dieta que supone una alimentación saludable. Comparten un conjunto de valores, conocimientos y experiencias culturales que aprendieron en su cotidiano vivir. Pero según edades, acude a la Feria un grupo de personas entre 31 y 45 años que tienen preferencias por productos agroecológicos, esto podría deberse a que tienen mayor conciencia y valoración por la agroecología.

Con relación al género declarado por encuestadas/os, se aprecia un porcentaje mayoritario de mujeres 67%, frente a un 33% de varones.

**Figura 10.** Consumidores en EcoTambo según género



En el contexto boliviano, muchas familias comparten la idea arraigada de que la mujer debe ser la responsable de la compra de alimentos para la familia. Según la encuesta de compradoras/es en la Feria EcoTambo, siguen siendo las mujeres en mayoría las que deciden que se debe comprar

y que comer en la casa, por tanto, los datos reportados en el estudio responden a esta lógica. Sin embargo, en los últimos años esto fue cambiando, ahora también los hombres participan en la compra de alimentos.

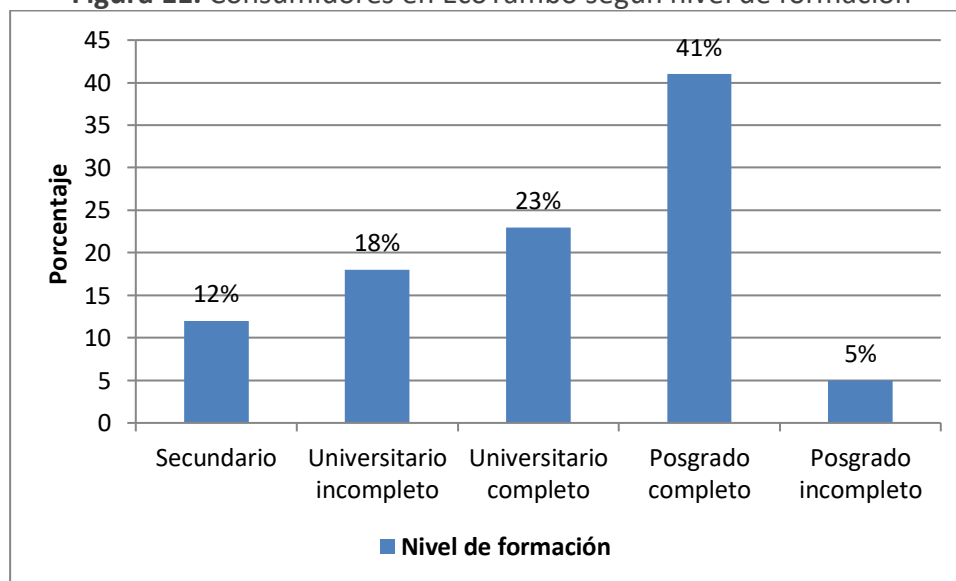
Estos resultados, son similares a los encontrados por Elías y Loritz (2015) quienes reportan que las mujeres son las principales actrices en los mercados de alimentos de circuitos cortos. Algunas de las observaciones de estos autores, son: en el caso de las productoras se considera que tienen mayor poder de negociación que los varones; en el caso de las intermediarias porque es una alternativa laboral que permite la reproducción familiar; y para las consumidoras, porque suelen ser las mujeres quienes mayoritariamente se hacen cargo del abastecimiento y preparación de los alimentos. Asimismo, Elías y Devisscher (2014), concluyen que suelen ser mayormente mujeres las ocupadas en labores de la casa y/o como trabajadoras por cuenta propia.

El estudio permite afirmar que las mujeres tienen un rol crucial en lo que respecta a la seguridad alimentaria de la unidad familiar, puesto que son las encargadas de abastecer con los alimentos necesarios a la canasta familiar, velando siempre por la calidad y cantidad de los productos y cuidando la economía de la familia.

### Características de consumidores según el nivel de formación

Con respecto a estudios, la mayoría de las/los consumidores ha alcanzado nivel universitario.

**Figura 11.** Consumidores en EcoTambo según nivel de formación



Esto muestra que la mayor parte de los clientes de la Feria tienen un grado de formación superior. Es probable que este nivel de formación contribuya a tener un mejor acceso a información, acerca de las propiedades y ventajas de los alimentos sanos, lo que explica la decisión de acudir a espacios donde se comercializan este tipo de productos. El alto nivel de formación nos lleva a

suponer que existe respeto por las normas de conservación, precauciones en relación a productos convencionales y una fuerte inclinación por el consumo responsable.

Ello también puede estar influenciado por la ubicación de la Feria, en una zona residencial de la ciudad de La Paz. También puede existir una presunción de las familias con nivel de formación básica de que en este tipo de espacios se ofertan productos con alto precio, y que solo está orientado a consumidores adinerados.

Elías y Devisscher (2014), afirman que las consumidoras en éstos mercados suelen ser mayormente mujeres con un nivel educativo de primaria o secundaria. Sin embargo, las consumidoras en la Feria EcoTambo, son mujeres profesionales, con niveles de formación altos (profesional y postgraduado) y con conocimientos nutricionales significativos.

Es necesario replantear los procesos de comunicación, difusión y comercialización de productos saludables hacia el conjunto de la población, de tal manera de que comer sano no sea visto como un privilegio de unos cuantos, sino un derecho a la alimentación.

También cabe mencionar que en la encuesta no se relevó a las productoras como consumidoras, aunque de hecho éstas familias son consumidoras consuetudinarias, donde pueden encontrarse personas con niveles de formación básica hasta con niveles de formación de posgrado.

El análisis descriptivo del número de miembros que integran el hogar de consumidores de alimentos en EcoTambo, revela que la mayoría de los hogares están compuestos por dos a tres integrantes. En la Feria, las/los consumidores compran pequeñas cantidades de productos, en función del número de integrantes de la familia. Al parecer todavía el alcance de la Feria está limitado a un pequeño grupo de habitantes de la ciudad de La Paz. Son familias que tienen pocos hijos o no los tienen, cuentan con mayor liquidez económica y cierta estabilidad laboral. Es un desafío ampliar el alcance de la EcoTambo a otros pobladores de la ciudad de La Paz.

### **Hábitos y canales de compra**

En esta sección se analizan las variables relativas al conocimiento de la Feria, la calidad de los productos, el tiempo de compra, la frecuencia y la preferencia.

Con respecto la pregunta sobre cómo conoció la Feria, la mayoría de los consumidores (89%) tomó conocimiento de la Feria a partir de la información que le transmitió un familiar o amigo. Lejos en orden de importancia, sólo un 5% del total de consumidores la conoció por medio Facebook y WhatsApp, y otro 5% por medio de la radio y televisión <http://www.ecotambo.org/>

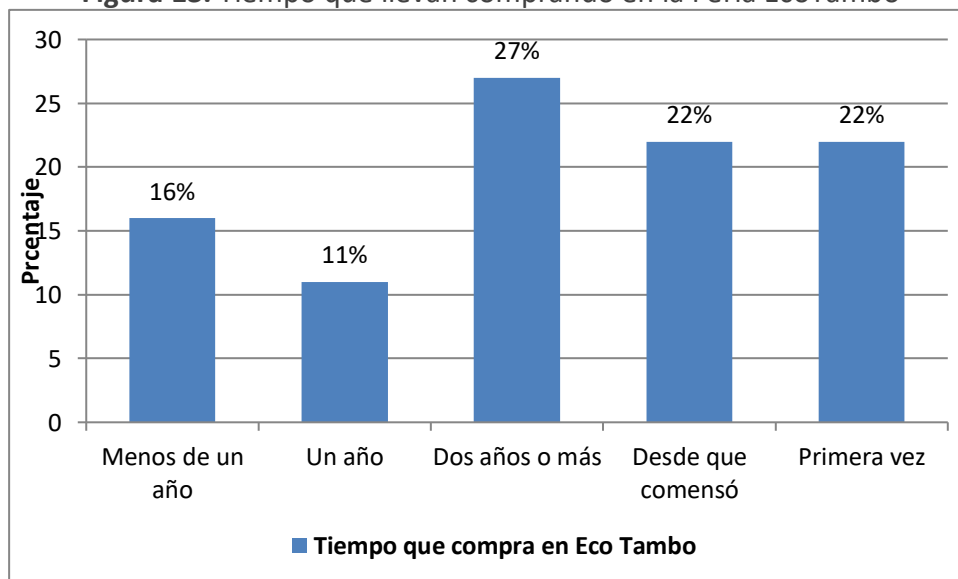
**Figura 12.** Cómo conocieron las/los consumidores la Feria EcoTambo



La Feria EcoTambo muestra una tendencia a ampliar el número de clientes a partir de las redes de familiares y amigos cercanos de aquellos que la frecuentan. Al parecer existe una comunicación permanente entre estos actores que visitan la Feria sobre la disponibilidad de alimentos, las bondades de los productos y la diversidad de los mismos. Al apoyarse en redes de familias y amigos se transmite confianza en relación a la calidad de los productos alimentarios y las condiciones de comercialización.

En cuanto al tiempo que llevan comprando en la Feria, la mayoría de los consumidores lo viene haciendo desde hace dos años (el 27% de los consultados), mientras que un 22% realizan sus compras desde el inicio de la Feria.

**Figura 13.** Tiempo que llevan comprando en la Feria EcoTambo



La Feria como espacio de intercambio de productos se fue consolidando en los dos últimos años, un buen porcentaje de consumidores ya conocen la dinámica de funcionamiento; saben que días funciona la Feria, cuáles son los precios, cuales son las bondades de los productos, entre otros. También se observa un cierto crecimiento del número de consumidores, debido a que la Feria cambió de localización, se trasladó de la Plaza Lira al Parque Rotari, donde las familias de esta nueva área están comenzando a visitar y adquirir los productos. Este nuevo espacio puede ser una oportunidad para llegar a nuevos consumidores y seguir tejiendo redes entre productores/as - comercializadoras/es y consumidoras/es en el marco de la EcoTambo.

Con respecto la frecuencia de adquisición de productos de alimentación, un tercio acude una vez a la semana, otro tercio lo hace cada 15 día y el tercio restante una vez al mes. Estos datos demuestran que la Feria todavía está en proceso de consolidación, pues existen consumidores permanentes, es decir aquellos que concurren cada sábado a la Feria, otros que asisten con frecuencia, y otro grupo que son ocasionales. Estos dos últimos grupos están mostrando algunas debilidades de la Feria; una de ellas es que no existe una provisión de alimentos suficientes respecto a cantidad y diversidad o también puede ser que no se estén transmitiendo adecuadamente los beneficios de consumir alimentos agroecológicos en la salud, o las ventajas económicas de acudir a este espacio ferial. Estos resultados muestran que las/los comercializadores están en relación permanente con diferentes tipos de consumidoras/es y que adaptan sus estrategias de venta en función del tipo de demandas. Esta capacidad de respuesta que tienen las/los comercializadores ha hecho más resiliente el funcionamiento de EcoTambo.

De acuerdo a las entrevistas realizadas a las/los consumidores, no existen estrategias efectivas de promoción y fomento al consumo de productos de las ferias agroecológicas.

El Consejo Asesor de la Feria EcoTambo, tiene la idea de empezar una próxima gestión con más actores (600 consumidores/as identificados y 45 productoras/es) y con el mismo principio, involucrando además la cadena de transformación de productos, pero manteniendo la preeminencia de los sistemas productivos diversificados.

*También, estamos implementado un huerto en Alto Pampajasi, para adultos mayores, que será el primer huerto en La Paz, en predios del municipio, en el marco de la Ley de Agricultura Urbana que fue promulgado en el municipio de La Paz. Las productoras son líderes de cambio y pueden inspirar a otras personas o asumir otro rol, no solamente son productoras o vendedoras, ahora van a ser agentes de cambio, entonces cambias el rol social de una agricultora hacia un rol mucho más importante con un enfoque de resiliencia urbana. Se está pensando mucho más allá, porque la idea es trabajar una propuesta real de un sistema alimentario agroecológico, pero la idea es tener 30 ferias como estas en diferentes lugares (Testimonio de Fabricio Uscamayta, 2020).*

La perspectiva de ampliar a futuro la Feria EcoTambo se propone como estrategia para salir de los pequeños espacios asignados actualmente (áreas verdes), y consolidar un mercado con la misma modalidad de EcoTambo, en el cual se pueda intercambiar conocimientos, sabiduría,

sentimientos y, por supuesto, alimentos sanos, pero a una escala mayor. Para ello, es importante trabajar con varias instituciones formales e informales, por ejemplo: centros culturales, activistas y otros actores claves que comparte este mismo enfoque. El testimonio que reproducimos a continuación da cuenta de este objetivo.

*Que sea un verdadero punto de encuentro, como en los tiempos antiguos de los Tambos, para hacer puntos de encuentro muy potentes (Testimonio de Fabricio Uscamayta, 2020)*

Los desafíos para la EcoTambo son grandes, existen muchas iniciativas y sueños de sus socios/as y sus representantes, sin embargo, se tendrá que trabajar primero una estrategia de fortalecimiento del espacio ferial. Ello implica construir un horizonte colectivo que integre la visión de productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es, que debe ser materializado en resultados, metas y acciones de corto, mediano y largo plazo.

## Conclusiones

La Feria EcoTambo puede analizarse como una red socio técnica donde se tejen acuerdos, se ponen de manifiesto sentimientos y valores bajo una cosmovisión comunitaria de relación armónica entre sociedad-naturaleza. No solo se desarrollan interacciones entre productoras/es, comercializadoras/es y consumidoras/es, sino también entran en juego los alimentos sanos y con alto valor nutritivo y cultural. Este espacio comercial opera en el marco de un campo social amplio que valoriza el desarrollo de un bien común que es la construcción de un mercado que respeta a la madre naturaleza y a todos los seres humanos con derecho a alimentarse sanamente.

Este trabajo muestra que la Feria EcoTambo es resultado de la búsqueda por ofrecer alimentos de calidad, desentendiéndose de los parámetros de eficiencia exclusivamente económica, donde prevalece la cantidad sobre la calidad. Se entiende por calidad, un alimento que no solo ofrece nutrientes adecuados, libres de agrotóxicos, sino que construye comunidad al permitir la interacción y el intercambio de conocimientos e ideas entre las y los productores y entre ellas/os y las/los consumidores que compran en la Feria. Las familias organizan su producción semanalmente, estimando la cantidad suficiente requerida por sus clientes y así se evitan excedentes o pérdidas por desperdicios, buscando un equilibrio entre cantidad producida y demandada.

La Feria desarrolla la comercialización por fuera de los parámetros de la convencionalidad, y construye una posición dentro del campo social con una fuerte inversión en el capital simbólico, no visible socialmente y que pasa desapercibido para quienes no la conocen en profundidad.

Desde el punto de vista económico, la Feria EcoTambo es un espacio innovador estratégico donde se ofrecen y se intercambian una diversidad de productos agroecológicos que provienen de las huertas o parcelas ubicadas en las zonas periurbanas y rurales. Con ello, se asegura la llegada de una diversidad de productos sanos de forma permanente, es decir, la oferta continua y directa

de productos a consumidores, de dos maneras: unos son adquiridos en la Feria y otros son entregados a domicilio “la canasta ecológica”. La venta de productos agroecológicos es una de las fuentes de ingresos económicos más importante de las familias que son parte de la EcoTambo.

Para la certificación de calidad agroecológica la Feria se basa en un sistema de confianza participativo que avala todo el proceso productivo y de distribución de alimentos, que guardan respeto por la Pachamama.

Desde el punto de vista cultural, EcoTambo utiliza estrategias implícitas en la dinámica interna de la Feria, rescatando los saberes ancestrales, la transmisión del “saber alimentarse” y la alimentación responsable. Pues, la Feria vincula directamente al/a productor/a con el/la consumidor/a, teniendo en cuenta que la mayoría de las/los productoras/es son al mismo tiempo comercializadoras/es, desplazando la figura de los intermediarios.

Desde la perspectiva social, la Feria EcoTambo se ha convertido en referente en la ciudad de La Paz. Este espacio se ha conformado por medio de la acción colectiva (productores/as, comercializadores/as y Consejo Asesor), inspirados en los principios de economía solidaria: la búsqueda del Vivir Bien, el comercio justo y consumo ético, con responsabilidad social y ambiental. Asimismo, EcoTambo como punto de encuentro ha permitido generar aprendizajes conjuntos basados en círculos de diálogo entre las múltiples visiones que tienen los actores de la Feria, buscando siempre la reconstrucción del tejido social en el tiempo y espacio. En ese sentido, son las mujeres las principales protagonistas de esta red de intercambio de conocimiento y sabiduría. No sólo son las más activas en todas las tareas que implica la producción agroecológica, sino que son las que más se ocupan de la venta en la Feria, ayudadas por sus hijas/os. Mientras, los hombres, se ocupan más de las producciones y canales comerciales convencionales.

El 75% de los puestos de la Feria EcoTambo están a cargo de mujeres, “caseritas” (que se caracterizan por su trato amable hacia las y los consumidores, cuidando en especial los productos más perecederos. En general, la Feria EcoTambo contribuye a las familias productoras en diferentes temas:

- i. posiciona un producto alimentario con identidad en el mercado urbano,
- ii. diversifica la economía familiar,
- iii. contribuye a la seguridad y soberanía alimentaria y a “saber alimentarse” y
- iv. fortalece las relaciones sociales basadas en el respeto a los valores de convivencia comunitaria.

No obstante, el aporte más importante de la Feria tiene que ver con la consolidación de la producción agropecuaria con enfoque agroecológico, orientada a la soberanía alimentaria, teniendo como prioridad la salud de pobladores que consuman alimentos sanos y libres de agrotóxicos.



Esta experiencia muestra la importancia de generar políticas públicas que permitan el desarrollo de estos espacios, buscando sostener, por un lado, las economías de la agricultura familiar y campesina rural y periurbana, y por el otro, acercar alimentos locales o regionales de alta calidad a los hogares urbanos de la ciudad de La Paz. La capacidad de las familias campesinas en emprender actividades innovadoras desde la producción hasta la distribución y consumo de alimentos es acompañada en esta experiencia por otras redes, como son los organismos no gubernamentales (ONG) con apoyo de países externos. La experiencia EcoTambo prioriza el mercado local, tomando externalidades del contexto globalizado de la alimentación a partir de la obtención de ayuda financiera y organizacional de actores extra locales.

## Bibliografía

- Baudach, K. (2005). *Agroecología y gestión ambiental*: Editorial red cántaro.
- Bozo, Á. R. (2019). Evaluación del nivel de empoderamiento y grado de satisfacción de la mujer responsable de la huerta familiar para el autoconsumo dentro del municipio de El Alto, 2019, un estudio de caso. *CONOCIENDO LA AGRICULTURA URBANA Y PERIURBANA EN BOLIVIA II: 7 estudios de casos en La Paz, Cochabamba y Sucre*. Disponible en: [https://www.uco.es/vidauniversitaria/cooperacion/images/documentos/investigacion/AF\\_REV\\_BOLIVIA\\_II\\_web.pdf](https://www.uco.es/vidauniversitaria/cooperacion/images/documentos/investigacion/AF_REV_BOLIVIA_II_web.pdf), 5-10.
- Caporal, Francisco R., y Costabeber, J. A. (2004). *Agroecología: alguns conceitos e princípios*. Brasília D.F., Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário – Secretaria da Agricultura Familiar – DATER: IICA.
- Casas Castro, L. G. (2016). Oportunidades comerciales para el mercadeo de productos agroecológicos y procesados de la asociación APECY en ferias ecológicas de Lima Metropolitana.
- Chambilla, H. (2014). “Ferias ecológicas en Bolivia: dinamizando la agricultura sustentable”. *PRODUCTOR*, 34.
- Craviotti, C., & Soleno Wilches, R. (2015). “Circuitos cortos de comercialización agroalimentaria: un acercamiento desde la agricultura familiar diversificada en Argentina”. *Mundo agrario*, 16(33).
- Da Silva, C. A. (2009). “La configuración de los circuitos «de proximidad» en el sistema alimentario: tendencias evolutivas”. *Documents d'anàlisi geogràfica*(54), 11-32.
- Delgado, F. (2009). “Interculturalidad: un nuevo desafío para las ciencias sociales”. *Revista del Centro de Investigaciones CISO FACSO-UMSS*, N° 1.
- Delgado, F., & Rist, S. (2016). *Ciencias, diálogo de saberes y transdisciplinariedad. Aportes teórico metodológicos para la sustentabilidad alimentaria y del desarrollo*: AGRUCO-UMSS-CDE.
- Dorrego, A. (2015). “Construcción de la sostenibilidad en Bolivia. Las mujeres en la agricultura familiar”, 13.
- Elías Argandoña, B., & Devisscher, M. (2014). “Prescindir del intermediario: un sueño campesino”. *PRODUCTOR*, 16.
- Elías Argandoña, B., & Loritz, E. (2015). “Dinámicas y estrategias de abastecimiento de las ferias y mercados campesinos. Ferias, mercados y qhatu”. En: Bishelly Elías Argandoña y Hugo Chambilla Silva *Ferias, mercados y qhatu: dinámicas y estrategias de comercialización campesina*. (2015). Murillo, Bolivia: Fundación Xavier Albó Centro de Servicios Bibliográficos.
- Fundación AGRECOL Andes. (2018). Diagnóstico de producción y consumo de productos ecológicos de Cochabamba, Bolivia (pp. 83).

- Gobierno Autónomo Municipal de La Paz. (2016). "Plan Territorial de Desarrollo Integral. La Paz, Bolivia": Disponible en: <http://sitservicios.lapaz.bo/sit/ptdi/index.html>.
- Grahame, D. (2006). "Comercialización de productos hortícolas" In FAO (Ed.), (pp. 36). Roma, Italia.
- Kleinfeld Avila, T. A. (2017). Evolución de prácticas agroecológicas y perspectivas de la agricultura urbana escolar: caso del huerto del instituto culinario de México. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla.
- Lagos, M. L. (1997). *Autonomía y poder: Dinámica de clase y cultura en Cochabamba*: Plural editores.
- Asamblea Legislativa Plurinacional de Bolivia, (Ley 070, ley de la educación, 20 de diciembre 2010).
- León, T. (2014). *La ciencia de los agro ecosistemas*. Bogotá, DC Instituto de Estudios Ambientales–IDEA. Universidad Nacional de Colombia
- Lizarazu, R. (2014). "Los circuitos cortos de comercialización: impacto en la generación de ingresos de pequeños productores rurales". PRODUCTOR, 102.
- Méndez, M., Ramírez, L., & Alzate, A. (2005). "La práctica de la agricultura urbana como expresión de emergencia de nuevas ruralidades: reflexiones en torno a la evidencia empírica". Cuadernos de desarrollo rural (55), 51-70.
- Palomeque Figueroa, E. (2009). *Sistemas agroforestales*. Chiapas, SOCLA.
- Paz, R., Jara, C., & Nazar, P. (2013). "Economía social y agricultura familiar. La experiencia de la Feria de Villa Río Hondo (Argentina)". En: Cayapa. Revista Venezolana de Economía Social, 13(25), 53-74.
- Sánchez, P. C., Álvarez, J. D., & Coto, J. P. (2006). Los modelos de certificación participativos en Latinoamérica como estrategia de certificación alternativa para el desarrollo de los mercados locales de agricultura orgánica.
- Sullcata Chavez, L. (2014). La "plaza agropecuaria": campesinos, comerciantes e intermediarios. . En: *Mercados Campesinos del Productor al Consumidor. Una alternativa comercial para la agricultura familiar*. Editores: Marc Devisscher; Bishelly Elías Argandoña. La Paz: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, Fundación Xavier Albó, 2014.
- Trujillo, C., Naranjo, M., Lomas, K., & Merlo, M. (2019). "Investigación Cualitativa Epistemología, Consentimiento Informado", Entrevistas en Profundidad. Recuperado de: <https://tierrainfinita.jimdo.com/app/download/10395899571/LIBRO+DE+INVESTIGACION+CUALITATIVA+DIGITAL-compressed.pdf>, 1550714754.
- Uscamayta, F., & Veiga, K. (2018). Economía de reciprocidad como eje fundamental para la creación de espacios de comercialización poscapitalistas Estudio de caso EcoTambo-Tejiendo Transiciones.
- Villarroel, T., & Mariscal, J. C. (2010). Innovación tecnológica a partir del dialogo de saberes pautas metodológicas y experiencias. AGRUCO, Cochabamba, Bolivia.

## Instituciones participantes



Ministerio de Agricultura,  
Ganadería y Pesca  
Argentina



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



[www.fontagro.org](http://www.fontagro.org)

Correo electrónico: [fontagro@fontagro.org](mailto:fontagro@fontagro.org)