



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

Producción, comercialización y consumo de productos agroecológicos en Eco Feria, Cochabamba, Bolivia

**Cecilia Zenteno Lawrence y Janeth Debia Fernandez Mamani
2022**



Códigos JEL: Q16

FONTAGRO (Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria) es un mecanismo único de cooperación técnica entre países de América Latina, el Caribe y España, que promueve la competitividad y la seguridad alimentaria. Las opiniones expresadas en esta publicación son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), FONTAGRO, de sus Directorios Ejecutivos ni de los países que representan.

El presente documento ha sido preparado por Cecilia Zenteno Lawrence y Janeth Debia Fernandez Mamani

Coordinación: Francisco Rodríguez

Edición: Francisco Rodríguez y Federico Miri

Copyright © 2022 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

www.fontagro.org



Tabla de Contenidos

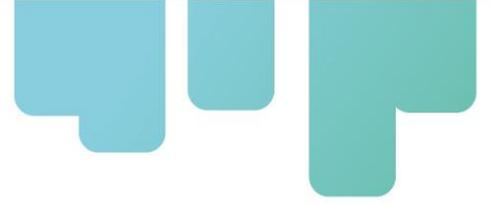
Contenido

Resumen	5
Introducción	6
Marco Teórico	8
1.1. Certificación Ecológica, Certificación Orgánica y Sistemas de Garantía Participativa ...	8
1.2. Agroecología y Agroecología Andina	11
1.3. Circuitos cortos de comercialización y ferias agroecológicas	13
Metodología de la Investigación	15
El estudio de caso Eco feria	16
2.1. Contexto del estudio de caso Asociación Eco Feria	16
2.2. Prácticas productivas agroecológicas	19
2.3. Desarrollo de capacidades	21
2.4. Circuitos cortos de comercialización	23
2.5. Diferenciación de sus productos mediante el empleo del Sistema Participativo de Garantía (SPG).....	29
Innovaciones	32
3.1. Innovaciones sociotécnicas.....	33
3.2. Gobernanza	34
3.3. Impactos en el territorio.....	34
Consideraciones finales	35
Bibliografía	38



Ilustraciones

<i>Ilustración 1 Ubicación de la Eco Feria, Cochabamba.....</i>	<i>18</i>
<i>Ilustración 2 Productos ofertados en la Eco Feria</i>	<i>24</i>
<i>Ilustración 3 Fechas de cierre-apertura Eco Feria año 2020.....</i>	<i>27</i>
<i>Ilustración 4 . Promoción para la reapertura de la Eco Feria.....</i>	<i>28</i>



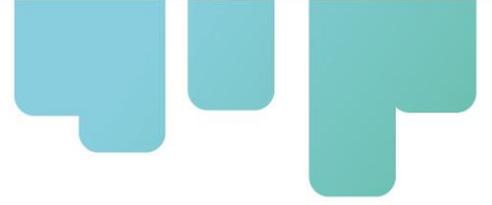
Resumen

El presente documento, reúne los hallazgos de la investigación realizada en la Región Metropolitana de Cochabamba Bolivia, en el marco del proyecto FONTAGRO “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados”, que tiene como objetivo analizar y visibilizar las innovaciones emergentes asociadas a las producciones de la agricultura familiar. La investigación, se enfoca en las experiencias innovadoras de la Asociación Eco Feria que, en una trayectoria de 17 años, ha buscado consolidar el consumo saludable y el cuidado del medio ambiente en el contexto territorial cochabambino. Esto ha sido posible a través de la articulación y organización entre sus socios: productores, transformadores y comercializadores familiares agroecológicos y su interacción con consumidores, y otros actores gubernamentales y de la sociedad civil. Las iniciativas que ha empleado la organización, emergen de las practicas productivas de los actores y de procesos de gobernanza territorial que han impulsado formas alternativas de comercialización, centradas en los circuitos cortos y en el reconocimiento de la producción agroecológica en base a la diferenciación de sus productos mediante el empleo de la certificación de Sistemas Participativos de Garantía (SPG).

La investigación se realizó desde una perspectiva centrada en los actores, a partir de un análisis documental, entrevistas, dialogo informal y observación participante. En donde se ha identificado qué, a través de las reuniones, intercambio de conocimientos y encuentros entre socios, consumidores y otros productores, ha sido posible consolidar no sólo un lugar de comercialización fijo para feria, sino que se han ampliado los canales de comercialización a través de las redes sociales, además de generar espacios políticos y de reconocimiento sobre la agricultura familiar agroecológica. Asimismo, los resultados demuestran que el empleo y difusión del SPG en las fases de producción y comercialización, no solo amplía las posibilidades de comercialización de los productos, mejorando los ingresos económicos de los socios, sino que generan espacios de reflexión, dialogo y confianza entre socios y consumidores, logrando establecer territorios alimentarios sustentables.

Palabras Claves

Innovación, Actores, Sistemas Participativos de Garantía, Canales de comercialización, Agroecología.



Introducción

La producción de alimentos a nivel mundial, hoy en día, está caracterizada por consolidar prácticas hegemónicas desfavorables tanto para productores familiares, consumidores, como en cuanto al deterioro del medio ambiente. Ante este panorama son diversas las propuestas creativas localizadas que han surgido a partir de acciones y actores heterogéneos, que buscan formas diferentes de producir, comercializar y de fortalecer espacios político-culturales con el fin de contrarrestar las condiciones asimétricas que proponen los sistemas agroalimentarios convencionales.

Un ejemplo de estas acciones innovadoras, surge del estudio de caso que describe las experiencias de la Asociación Eco Feria (Eco Feria), en torno a la producción, transformación y comercialización de productos agroecológicos en el área metropolitana de Cochabamba. El cual ha sido posible a través del proyecto “Agricultores Familiares, Innovación y Mercados” (ATN/RF-16108-RG), llevado a cabo por el Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria (FONTAGRO) en coordinación con la Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia (AOPEB), el Centro Universitario AGRUCO, y la Fundación para el Desarrollo del Sistema de Áreas Protegidas (FUNDESNAP) en Bolivia.

El proyecto tiene como objetivo contribuir al fortalecimiento de estrategias innovadoras de producción y comercialización de alimentos que permitan retener una mayor proporción del valor generado por los agricultores familiares, mediante el conocimiento de las innovaciones tecnológicas, institucionales, organizacionales y el diseño de herramientas adecuadas a su sustentabilidad y multiplicación y el documento forma parte del componente 1: 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 (estudios de caso y análisis comparativos).

El estudio de caso de la Eco Feria en la región metropolitana de Cochabamba, intenta visibilizar los procesos innovadores que tienen lugar en los espacios de producción y comercialización de productos agroecológicos, desde configuraciones, prácticas y concepciones locales. La experiencia de la Eco Feria, surge hace 17 años como una apuesta alternativa frente a los modelos dominantes de producción que, promueven el uso intensivo de tecnologías, el empleo de insumos químicos y sin respeto por los ciclos de regeneración de la Madre Tierra, además empobrecen a los productores familiares bajo sistemas de comercialización que, limitan la oferta alimentaria a productos convencionales y de exportación.

Así las propuestas de la Eco Feria, nacen de un grupo de familias productoras agrícolas de la región con diferentes motivaciones y preocupaciones sobre una temática principal: una alimentación



sana, accesible y soberana, que a lo largo de su recorrido ha logrado posicionarse como un referente en la producción y comercialización de productos agroecológicos en la metrópolis cochabambina.

En este panorama, se ha podido evidenciar que la Eco Feria, ha impulsado diferentes procesos de innovación socio-técnica, que emergen de las prácticas y conocimientos locales en la producción y la comercialización de productos agroecológicos. Entre los más relevantes y para este estudio, se han tomado en cuenta: a) la adopción del Sistema Participativo de Garantía (SPG) como forma de diferenciación frente a los productos convencionales; b) los procesos de fortalecimiento institucional que han promovido el establecimiento de canales de comercialización cortos impulsando procesos económicos solidarios y c) la generación de nuevas iniciativas locales para el establecimiento de ferias agroecológicas en la región.

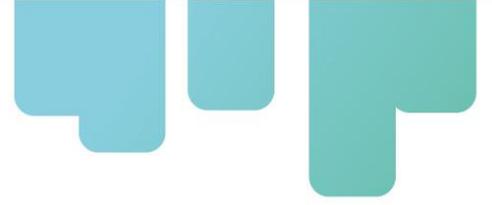
El abordaje metodológico de estas experiencias, se enmarca en el análisis de las innovaciones socio-técnicas en torno a la producción, transformación y comercialización de productos agroecológicos, desde un abordaje Histórico Cultural Lógico (HCL) que incluye la perspectiva desde los actores locales en base a su interacción en la vida social, material y espiritual de sus contextos territoriales.

Como enfoque metodológico, se ha planteado el uso de la Investigación Participativa Revalorizadora (IPR), en términos de recursos metodológicos se hace uso de la metodología cualitativa en base a observación participante, empleada durante las actividades productivas y de comercialización, así como también se han realizado 28 entrevistas a profundidad a productores, comercializadores, consumidores y otros protagonistas relacionados al estudio.

Entre los hallazgos se observa que son varios procesos organizativos e institucionales que han surgido a través de la implementación de los canales cortos de comercialización y del SPG en las fases de producción y comercialización. Estos procesos han permitido la articulación de varios actores locales, generando espacios de reflexión, diálogo y confianza entre productores, socios y consumidores, lo que se podría denominar gobernanza territorial.

Asimismo, las reuniones y encuentros entre socios y productores de comunidades aledañas, han fortalecido la organización, lo cual contribuye a generar procesos de coordinación que han trazado estrategias económicas alternativas, mejorando los ingresos tanto de socios como de productores. En este sentido, las trayectorias de la Eco Feria han fomentado a que otros colectivos de productores y comercializadores lleguen a difundir iniciativas de producción y comercialización de productos agroecológicos, en fomento de un desarrollo sostenible de Cochabamba.

El informe está estructurado en los siguientes apartados: en el primero se exponen las nociones teóricas analizando conceptos relacionados a este tipo de experiencias, en el segundo se describe la metodología utilizada con énfasis en la metodología centrada en el IPR, el tercer apartado



describe el estudio de caso en donde se caracteriza la producción, comercialización y consumo de los productos ofertados en la Eco Feria, el cuarto apartado desarrolla el análisis de las innovaciones sociales, su gobernanza y la descripción del impacto en el territorio y por último, se describen las consideraciones finales.

Marco Teórico

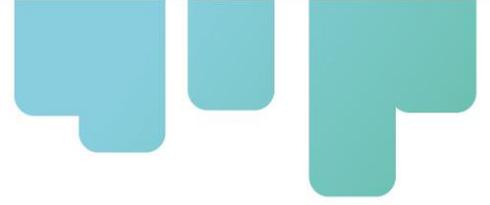
En este capítulo se presentan las bases teóricas que dan soporte al estudio de caso, los elementos conceptuales empleados han sido elaborados a partir del trayecto de investigación y se constituyen como parte de la reflexión y exploración en los procesos de innovación en la producción y comercialización agroecológica, ello desde un acercamiento a las transformaciones actuales en los sistemas alimentarios.

La primera parte del capítulo recorre los conceptos que entrelazan la producción ecológica y orgánica, útiles para abordar los principios y conceptos sobre el Sistema de Garantía Participativa, que puede ampliar las reflexiones sobre las prácticas innovadoras en la comercialización de alimentos. Una segunda sección, incluye un conjunto de elementos conceptuales con base en la agroecología y sus avances en lo local y, para concluir, se presentan acercamientos teóricos que detallan elementos sobre la comercialización de productos agroecológicos tanto en espacio como en forma, con respecto a las nociones de feria agroecológica y circuitos cortos de comercialización.

1.1. Certificación Ecológica, Certificación Orgánica y Sistemas de Garantía Participativa

Los patrones de consumo de alimentos a nivel mundial han experimentado cambios dirigidos hacia un contexto más saludable en las últimas décadas, en donde se observa que la salud se ha convertido en un elemento central al momento de adquirir productos alimentarios. La imagen que representan los productos ecológicos en la percepción de los consumidores, es generalmente positiva debido a la creciente necesidad incorporar en el consumo alimentos sanos, seguros, puros y que además protejan el medioambiente (Lockie et al., 2004; Iqbal et al., 2021).

Frente a estos avances, ha surgido al mismo tiempo la necesidad de diferenciar desde distintos ámbitos, la producción de alimentos sanos, accesibles, a precio justo y producidos de manera responsable con el medioambiente. Sin embargo, si bien en sus inicios la diferenciación había servido para garantizar la producción y consumo de alimentos alternativos, con el tiempo se ha convertido en un “intricado mecanismo que envuelve leyes, normalizaciones, acreditaciones, inspecciones, contratos, certificados, sellos” (Meirelles, 2004, p.22), en particular por las “posibilidades de comercializar productos alimentarios etiquetados como “orgánicos”,



"biológicos" o " ecológicos", a los mercados internacionales" (Pinto, 2002, p.9).

Entre algunos ejemplos acerca de estas regulaciones de certificación y sus conceptos, se encuentra la normativa y reglamentación de la Unión Europea, que considera a la producción ecológica como:

un sistema general de gestión agrícola y producción de alimentos que combina las mejores prácticas en materia de medio ambiente y clima, un elevado nivel de biodiversidad, la conservación de los recursos naturales y la aplicación de normas exigentes sobre bienestar animal y sobre producción que responden a la demanda, expresada por un creciente número de consumidores, de productos obtenidos a partir de sustancias y procesos naturales. Así pues, la producción ecológica desempeña un papel social doble aprovisionando, por un lado, un mercado específico que responde a una demanda de productos ecológicos por parte de los consumidores y, por otro, proporcionando al público bienes que contribuyen a la protección del medio ambiente, al bienestar animal y al desarrollo rural. (Reglamento Unión Europea, 2018/848, 2018, p.1)

Esta conceptualización sobre la producción orgánica en Europa, si bien está relacionada a la realidad de los países que conforman la Unión Europea, cuenta con una serie de regulaciones para que los productos alimentarios de producción orgánica logren ingresar en los mercados europeos. Entre algunos de los requisitos se puede mencionar los requerimientos para la importación de productos (requisitos técnicos), controles aduaneros y seguridad de los productos, las normas y acuerdos comerciales y la política comercial de productos, entre otros.

Entre los elementos distintivos de la normativa europea con respecto a la producción ecológica, esta destaca elementos relativos al cuidado de la salud, bienestar animal, protección del medio ambiente. Elementos centrales al momento de evaluar el consumo de estos alimentos, pero su uso y aplicación en procesos locales de producción y comercialización de productos alimentarios a escala familiar, no siempre pueden ser compatibles con las realidades y prácticas de los actores locales.

Un otro ejemplo en el ámbito de la certificación, resulta de la conceptualización y normativa de "producción orgánica", esta vertiente tiene su origen en las definiciones legislativas en Estados Unidos, que a partir del año de 1990 y mediante la Ley de Producción de Alimentos Ecológicos, estableció normas nacionales para la producción y manipulación de productos agrícolas orgánicos, creando el Programa Orgánico Nacional (NOP, por sus siglas en inglés) como la institución responsable de desarrollar y garantizar el cumplimiento de la normativa orgánica del USDA (Baier, 2012). Así, el Código de Regulaciones Federales para con los Reglamentos Orgánicos Estadounidenses en su capítulo 7 inciso 205.2 define como producción orgánica a:

un sistema de producción que se gestiona de acuerdo con la Ley y los reglamentos de esta



parte para responder a las condiciones específicas del lugar integrando prácticas culturales, biológicas y mecánicas que fomentan el ciclo de los recursos, promueven el equilibrio ecológico y conservan la biodiversidad. (United States Department of Agriculture [USDA, por sus siglas en inglés], 2013)

La regulación de este tipo de producción se encuentra en el Manual del Programa Orgánico, que en el capítulo 94, inciso 6504, ratifica que la venta o etiquetado de un producto agrícola producido orgánicamente debe “producirse y manipularse en conformidad con un plan orgánico acordado por el productor y el manipulador de tal producto y el agente certificador” (USDA, 2021).

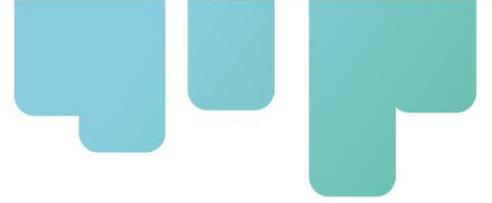
Teniendo en cuenta que el acercamiento al concepto de producción orgánica, demuestra un alto compromiso con el cuidado del medio ambiente, en los diferentes procesos que involucra esta normativa, prevalece la importancia y obligatoriedad de certificar los productos, enfocado principalmente la importación de productos provenientes de otros países.

Ambas situaciones tanto para la producción ecológica como la orgánica demuestran que los conceptos de producción ecológica y orgánica están relacionados a procesos de certificación, como Renting et al. (2003) observan, estos modos de acceso a los mercados, están cada vez más condicionados por la capacidad de cumplir criterios específicos relativos a la variedad y el aspecto de los productos y la pertenencia a etiquetas. Situación que, en el caso de los productores familiares de economías de subsistencia, puede resultar un factor limitante a la hora de comercializar sus productos a nivel local, esto por lo complejo de los procedimientos, como por los elevados costos que conlleva la realización de trámites y procesos de certificación, que se dificultaría aún más en el supuesto de participar de los mercados de exportación.

Como se observa, las conceptualizaciones y normativas sobre los procesos de producción de alimentos, no sólo se desconectan de las realidades locales y de la producción y el consumo de alimentos, sino que llegan a conectarse en base a criterios de obligatoriedad desde su denominación o de cómo esté normada su producción. Estos criterios provocaron que, durante la década de los años 2000, surjan propuestas alternativas que buscaban diferenciar la producción de alimentos, no sólo desde la perspectiva de salud, justicia económica y protectora del medio ambiente, sino desde espacios locales con realidades sociales propias, saberes y prácticas.

Estas acciones encuentran espacios de intercambio y análisis el año 2004, en un seminario internacional sobre certificación participativa, organizado por el Movimiento Agroecológico de América Latina y el Caribe (MAELA) y la Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Ecológica (IFOAM, por sus siglas en inglés) con el objetivo de intercambiar conceptos y objetivos de diferentes experiencias innovadoras a nivel internacional acerca de los Sistemas Participativos de Garantía [SPG]. (Panez, et al., 2019)

Entre los conceptos planteados para los SPG, la IFOAM (2008), sostiene que:



Los Sistemas Participativos de Garantía son sistemas de garantía de calidad que operan a nivel local. Certifican a productores tomando como base la participación activa de los actores y se construyen a partir de la confianza, las redes sociales y el intercambio de conocimiento.

Así mismo, la Red Ecovida de Agroecología en Brasil, como una de las pioneras en el trabajo de certificación participativa en América Latina, define los SPG como el:

proceso de generación de credibilidad, que presupone la participación solidaria de todos los segmentos interesados en asegurar la calidad del producto final y del proceso de producción. Este proceso resulta de una dinámica social que surge a partir de la integración entre los involucrados con la producción, consumo y divulgación de los productos que serán certificados. (Meirelles, 2014, p.24)

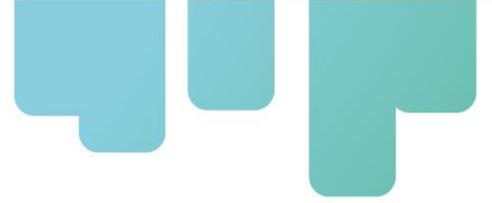
Es importante resaltar que, los conceptos de SPG por su naturaleza participativa varían de acuerdo a las necesidades (asegurar la calidad del producto final y del proceso de producción), acuerdos (confianza), compromisos (participación activa y solidaria), modos de gobernanza (redes sociales y dinámica social) y territorialidad (operan a nivel local) en los que agricultores familiares se encuentran organizados y los modos que estos plantean para su funcionamiento.

Si bien los SPG operan en cada lugar de manera diferente y su naturaleza es diversa se puede observar que estos “sistemas comunitarios y participativos están logrando restablecer y reforzar los lazos y relaciones a través del cuidado y reproducción de lo común”. (Panez, et al., 2019)

En este sentido, en un intento por ampliar en análisis sobre la significancia y lugar desde donde se operativizan los conceptos y prácticas de certificación “ecológica”, “orgánica”, y “Sistemas Participativos de Garantía” en la producción y consumo de alimentos con base productiva familiar, resulta importante reconocer que, la diversidad de términos con los que se define la producción saludable bajo principios centrados en el cuidado del medio ambiente, se encuentra circunscrita por un lado, a los acuerdos internacionales en la exportación e importación de alimentos y las normativas nacionales y por otro al uso cotidiano que le dan tanto productores y consumidores desde sus prácticas y experiencias.

1.2. Agroecología y Agroecología Andina

Los efectos de la modernización en la producción agrícola y sus consecuencias globales desencadenaron a partir de la década de los 90, acciones colectivas que buscaban contrarrestar las dinámicas mundiales centradas en la eficiencia, la productividad, las economías de escala y el comercio libre (Rosset y Martínez, 2016). Muchas de estas propuestas se vincularon a los debates sobre las capacidades de los actores sociales en organizar y representar sus mundos de vida desde



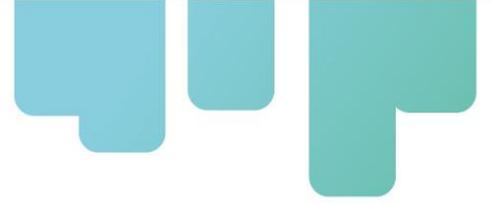
sus prácticas (Arce, 1997). Postura que impulsó diversos espacios de diálogo en lo académico, social y político, desde una perspectiva endógena y valorando los saberes y conocimientos de las comunidades campesinas y los pueblos indígenas originarios en la producción agropecuaria con principios agroecológicos (Agroecología Universidad Cochabamba [AGRUCO], 2011).

Con respecto a la agroecología existen diversas interpretaciones, entre estas una más cercana a este estudio, está un enfoque de la agricultura más ligado al medio ambiente y más sensible socialmente. Hecht (1999, pp. 18-19) que describe este ensamblaje como la articulación de la visión ecológica, que define a un campo de cultivo como un agroecosistema, con varios grados de resiliencia y estabilidad, con ciclos de nutrientes, interacción de depredador/presa, competencia y cambios sucesionales, que pueden ser mejor administrados con menores impactos negativos para el medio y con menor uso de insumos externos; simultáneamente la visión social demuestra que el agroecosistema cuenta con varios grados de resiliencia y de estabilidad, que no se determina sólo por factores de origen biótico o ambiental, sino también por la administración humana de los ecosistemas con fines de producción agrícola, en donde factores tales como el colapso en los precios del mercado o cambios en la tenencia de las tierras, pueden destruir los sistemas agrícolas.

Las repercusiones de la agroecología en el mundo han ampliado esta mirada y han incluido otros actores, esto se observa en la conceptualización desarrollada por AGRUCO en Bolivia, que ha introducido dentro de las concepciones agroecológicas la sabiduría de las naciones indígenas originarias denominando a su enfoque Agroecología Andina, que se refiere al:

conjunto de lineamientos agroecológicos a partir de la experiencia y el saber local, considerando que las comunidades campesinas y los pueblos indígenas originarios tienen vastos conocimientos y experiencias en la producción agropecuaria agroecológica y que, más que aprender, estas comunidades pueden enseñar; pues su matriz civilizatoria y sus características culturales están fuertemente influidas y/o claramente enmarcadas en el agrocentrismo y su contacto íntimo con la Madre Tierra. (AGRUCO, 2011, p. 24)

En este sentido, se puede afirmar que los diferentes enfoques agroecológicos, valorizan las relaciones sociales y medio ambientales, resaltando la importancia de crear espacios de diálogo entre las prácticas, conocimientos y saberes de los actores para y desde sus territorios. En donde, la centralidad de los cuestionamientos agroecológicos emerge como una alternativa frente a modelos hegemónicos alimentarios y que tiene entre sus principales desafíos, “volver a conectar a productores/as y consumidores/as a través de una economía medioambiental con características circular y solidaria” (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO, por sus siglas en inglés], 2018, p. 11), idea que puede contribuir a sostener en el tiempo relaciones más justas y equilibradas en la producción, la distribución y el consumo de alimentos de los productores familiares.



1.3. Circuitos cortos de comercialización y ferias agroecológicas

Los actuales debates sobre la emergencia de mercados alternativos en la agricultura familiar, han demostrado que los productores familiares tienen como principal desafío la comercialización de sus productos para mejorar las relaciones de producción, distribución y consumo frente a los modelos agroalimentarios dominantes. Así, las diversas experiencias demuestran que, si los mercados alternativos en la producción familiar se fortalecen, estos pueden crear mayores oportunidades para alcanzar a largo plazo una sostenibilidad social, económica y ambiental de los territorios y las poblaciones. (Namdar, 2014).

Entre algunas de las propuestas de mercados alternativos que favorezcan la comercialización de productos provenientes de la agricultura familiar, se encuentran las experiencias que aplican un enfoque integral de mercado centrado en la idea de cuencas agroalimentarias, que se describen como los vínculos entre las regiones productoras y consumidoras de alimentos a diferentes escalas (Schreiber et al., 2021 p.2); otra dimensión de análisis en la creación de mercados alternativos propone la evaluación de la distancia que recorren los alimentos desde su producción hasta el consumo final, denominada como alimentación por millas como una forma de localismo alimentario (Schnell, 2013).

Simultánea a estos análisis, se encuentra la postura basada en los circuitos cortos alimentarios, que actualmente se define como una forma de mercado alternativo que “busca disminuir la brecha entre el consumidor y el productor, establecer una relación económica más equilibrada entre ellos, [como también] eliminar al máximo la figura del intermediario”. (Saravia, 2020, p. 2) La importancia de este enfoque desde una perspectiva territorial como explican Marsden et al. (2000, p. 425), resulta del énfasis en el tipo de relaciones que tienen lugar entre el productor y el consumidor, y el rol que tiene esta relación en el consumidor, permitiendo construir valores y significado tanto en las personas involucradas, en los métodos empleados y las conexiones y asociaciones con el lugar/espacio de la producción. Lo cual significaría que a través del empleo de circuitos cortos de comercialización las oportunidades de comercialización de productores familiares agroecológicos se verían ampliadas, por los valores sociales y medio ambientales que diferencian a estos productos de los convencionales.

Entre algunas de las características de los circuitos cortos y su interrelación con diferentes actores se pueden mencionar:

- i) las interacciones cara a cara entre productores y consumidores,
- ii) las relaciones de proximidad, que implican el involucrar de diversos actores y supone la creación de acuerdos institucionales más complejos, y,
- iii) los circuitos cortos con relaciones extendidas en donde los productos se venden a



consumidores de fuera de la región de producción. (Renting et al. 2003)

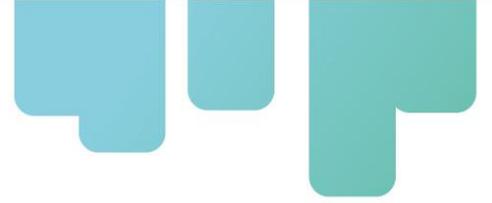
Si bien las interacciones cara a cara entre productores y consumidores hacen parte de las relaciones de los circuitos cortos, resulta también importante, analizar los procesos que emergen dentro de las propuestas de mercados alternativos, que involucran según Brunori et al. (2010) relaciones que van más allá del productor y el consumidor y están abiertos a la interacción de redes más amplias, de las que forman parte productores y consumidores, junto con otros actores involucrados localmente en la construcción de mercados. Con lo cual, los circuitos cortos visibilizan nuevas formas de gobernanza y pueden llegar a promover el consumo saludable, la justicia económica y la sostenibilidad ambiental.

Por tanto, las características y procesos que involucran los circuitos cortos de comercialización, examinan las maneras y formas en que los productores, consumidores y otros actores se articulan. Un tercer elemento que forma parte de estas dinámicas resulta del análisis de los espacios en donde se llevan a cabo estas prácticas. Estos espacios o canales de comercialización, varían en forma, lugar y tiempo, ello dependiendo de las configuraciones locales, las estrategias de innovación y los modos en los que los actores, sus conocimientos y discursos se articulan a sus espacios de vida, entre las más sobresalientes se pueden definir:

- a) la venta directa (consumo directo en el predio, en local propio, en ferias locales o municipales, en exposiciones);
- b) ferias costumbristas u otros eventos con baja frecuencia, reparto a domicilio, venta anticipada o contratada, venta por correspondencia, etc.), y;
- c) de venta indirecta con un número reducido de intermediarios (venta a feriantes, en tiendas, venta a la restauración comercial, a supermercados, etc.). (Rodrigues, 2016, p.13)

Como se observa, existen diferentes canales de comercialización dentro de los circuitos cortos, entre estos se identifica a las ferias locales como una alternativa de venta directa. Si bien las ferias locales tienen una larga trayectoria en la comercialización de productos agroalimentarios, en la actualidad, las ferias y mercados en América Latina y el Caribe, han permitido concretar la comercialización de productos alternativos (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], et al., 2019, p. 14), dando un valor generado a los esfuerzos de agricultores familiares y fomentando la alimentación saludable a los consumidores.

Desde esta perspectiva, las ferias más allá de facilitar la comercialización se han convertido en una forma alternativa de inserción del productor al mercado que le posibilita un ingreso constante, al privilegiar la producción de consumo familiar sobre la producción tradicional. (Nardi y Pereira, 2006, p. 53). A través de los procesos de construcción y transformación que tienen lugar en las ferias es posible visibilizar dinámicas y estrategias innovadoras a nivel territorial, dado que



en las ferias se combinan, en un espacio físico determinados artefactos técnicos, procesos y estrategias de organización (Apablaza, 2020, p. 9), que llegan a ser apropiados en la producción y comercialización de los productos.

Por tanto, se puede considerar que ferias de productos alternativos o agroecológicas, además de fomentar la comercialización de productos agroalimentarios desde una perspectiva social y ecológicamente responsable, resultan un elemento importante para estudiar las transformaciones socio técnicas innovadoras de producción y comercialización de alimentos.

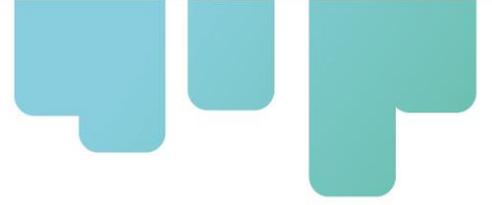
Permitiendo retener una mayor proporción del valor generado por los agricultores familiares, y de este modo, contribuir a promover el fortalecimiento de los sistemas de la agricultura familiar, generar empleo, aumentar la disponibilidad de alimentos saludables y generar capacidades para que los consumidores valoricen los productos con menores impactos ambientales (Díaz y Valencia, 2014) frente a modelos que desestabilizan las economías, los procesos comunitarios y las formas de vida de productores familiares.

Metodología de la Investigación

La investigación parte de una perspectiva Investigación Participativa Revalorizadora (IPR), proceso metodológico que busca generar conocimientos en forma participativa, y/o revalorizar saberes locales desde la perspectiva de los actores sociales (locales y externos), para la comprensión de la realidad (vida material, social y espiritual), en un determinado contexto espacio temporal (AGRUCO, 1998), enfoque que permitió dialogar con los actores involucrados, y realizar los análisis apoyados en la constante interacción entre participantes de la Feria y la investigadora.

Con respecto a la metodología, se empleó el método cualitativo, mediante el análisis de estudio de caso, combinando técnicas cualitativas, como la observación participante, entrevistas en profundidad y diálogo informal. La recolección de datos se realizó a través de las entrevistas a profundidad que alcanzó a un total de 23 entrevistas, de las cuales 4 fueron realizadas a productoras y productores, transformadoras y transformadores, 7 comercializadores y 12 entrevistas a consumidoras y consumidores. De estas actividades existen registros fotográficos y grabaciones.

Los datos obtenidos a través de la observación participante se implementaron durante los meses de octubre 2019, enero 2020, febrero y marzo 2021, con visitas realizadas a los predios o viviendas de las y los productores y de igual forma en las actividades de transformación y comercialización en el espacio de la Feria. De igual forma, se obtuvo información de fuentes secundarias, generada por diversas instituciones y bibliografía disponible sobre la temática.



El estudio de caso Eco feria

2.1. Contexto del estudio de caso Asociación Eco Feria

La Región Metropolitana de Cochabamba,¹ se caracteriza por la diversidad de tamaños, formas y estructuras de centros de abasto y ferias tradicionales, con lógicas diversas en cuanto a la comercialización de productos alimentarios, una gran mayoría de estos centros de abasto y ferias, emplea circuitos de comercialización largos que incluyen uno o más intermediarios y son muy pocas las que incluyen en su oferta productos agroecológicos.²

Si bien la Región, ha demostrado a lo largo de los años un gran potencial para la promoción y comercialización de alimentos entre lo urbano-rural, se ha podido identificar que en las dos últimas décadas, el crecimiento de la mancha urbana, el elevado precio en el transporte de productos agrícolas, el monopolio de ciertos mercados y el excesivo contrabando de productos alimentarios (Manzano, 2015), ha limitado la producción y comercialización de productos provenientes de la agricultura familiar.

Ante estos desafíos, existen diversas iniciativas innovadoras que han intentado ampliar los espacios de comercialización de productos provenientes de la agricultura familiar en la región. Una de las propuestas que ha logrado consolidarse y ser reconocida a nivel local y nacional, resulta de la experiencia de la Asociación Eco Feria (Eco Feria), que ha logrado a través de la articulación entre productores, transformadores y comercializadores de zonas urbanas, periurbanas y rurales, consolidar un espacio socioeconómico territorial que ha beneficiado a productores y consumidores agroecológicos en 17 años de esfuerzo común.

Las primeras actividades de la Eco Feria se llevaron a cabo el año 2003, a partir de una construcción colectiva de reflexión y diálogo que impulsaron iniciativas agroecológicas en la Región. Estas iniciativas surgieron paulatinamente a través de un grupo reducido de productores y comercializadores, que con el tiempo llegó a articularse con instituciones del gobierno local relacionadas a la temática agroecológica y organizaciones de la sociedad civil en particular la Fundación AGRECOL Andes.

¹ La Región Metropolitana del departamento de Cochabamba está conformada por 7 municipios, de los cuales, los municipios de Cochabamba y Colcapirhua se clasifican como totalmente urbanos y Quillacollo, Sacaba, Tiquipaya, Colcapirhua, Vinto y Sipe Sipe, se catalogan como urbano-rurales.

² En este informe se emplea el término agroecológico para denominar productos alimentarios que cumplan con las funciones sociales y ambientales, que en muchos casos pueden ser denominados orgánicos o ecológicos.



Las familias que integraron la organización durante los primeros años, buscaban mejorar sus ingresos económicos, pero al mismo tiempo querían mejorar su consumo familiar y el de los consumidores locales con productos saludables, así lo afirma este testimonio de uno de los primeros impulsores de la Eco Feria:

Es por eso que hemos creado una feria de economía social solidaria, la economía social solidaria nace a necesidad de crisis ¿no?... donde las familias que no tenemos trabajo, vamos creando iniciativas propias... entonces la Eco Feria tiene esa línea (Entrevista³ Técnico, 2021)

Es a partir de las iniciativas y persistencia de los miembros de la Eco Feria, que la organización logró salir adelante. En sus inicios la Feria, no contaba con un espacio público definido para su funcionamiento, pese a ello su actividad fue permanente en otro tipo de espacios, los de debate y capacitación, esto ocurría a nivel local, nacional e internacional, con temáticas diversas y que se relacionaban con la producción agroecológica familiar y modelos de diferenciación en la producción centrados en la certificación participativa.

Los procesos que propiciaron el intercambio de saberes y conocimientos durante las capacitaciones y debates, permitieron que la Eco Feria logre con el tiempo fortalecerse organizativamente ampliando sus acciones, como también incrementando el número de socios. Para el año 2011 luego de varias reuniones y procesos administrativos, la organización obtuvo su personería jurídica y logró consolidarse bajo el nombre de Asociación Eco Feria Cochabamba.

De igual manera, la organización apoyó simultáneamente diferentes procesos en la redacción de la Norma Técnica Nacional de Sistemas Participativos de Garantía⁴ que resultan un requisito imprescindible en la operacionalización e implementación de la Ley 35255 de Regulación y Promoción de la Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable, promulgada el año 2006. Uno de los representantes de la Asociación recuerda que:

con la creación de una asociación de productores ecológicos, la obtención de la personería jurídica y la constitución de un primer directorio, se fue definiendo la filosofía, los ideales y la parte legal de esta espléndida realidad: pilar de esta construcción, desde su fundación, ha sido sin lugar a dudas el SPG Eco Feria. (Entrevista Productor, 2019)

³ En el estudio se han excluido los nombres de las y los interlocutores, reemplazándose los mismos con una descripción de sus labores para preservar su identidad.

⁴ La Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía fue promulgada el año 2012 mediante Resolución Ministerial 20, la misma se encuentra en el siguiente enlace:

https://www.ciaorganico.net/legislacion/746_Resolucion_Ministerial_020-2012.pdf

⁵ En el siguiente enlace es posible acceder al contenido de la Ley 3525

<https://www.presidencia.gob.bo/images/Autonomia/documentos/DGA/NormativaVigente/LEY%203525.pdf>



Los esfuerzos y enfoques direccionaron a que la organización no solo diferencie sus productos de los convencionales, más también promoció la certificación participativa entre otras agrupaciones, esto como una estrategia que permita a los socios posicionarse en el mercado local desde sus saberes agroecológicos. Luego de una serie de trámites y reuniones, el año 2013, la Eco Feria recibió su certificado de registro al Sistema Nacional de Control de la Producción Ecológica, con el cual se le autorizaba a ejercer el rol de Organismo de Certificación Ecológica del Sistema Participativo de Garantía en el país.

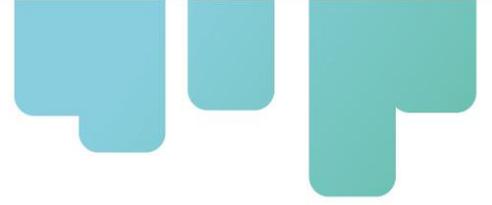
En la actualidad la Eco Feria y después de varios intentos de establecer en un lugar fijo, con constantes desalojos por parte de las autoridades locales, ha logrado desde el año 2009, consolidar como espacio fijo de comercialización de sus productos el Parque la Torre, ubicado en la comuna Adela Zamudio y que funciona de forma constante los días miércoles (ver Ilustración 1).



Ilustración 1 Ubicación de la Eco Feria, Cochabamba.

Fuente: Elaboración propia en base a tomas propias y Google Images, 2022.

Con la consolidación de un espacio fijo para realizar sus actividades y a través de la implementación de diferentes estrategias innovadoras centradas en la producción agroecológica, los circuitos cortos de comercialización y la diferenciación de sus productos, la feria ha logrado generar nuevos espacios para la comercialización de productos provenientes de la agricultura



familiar, lo que ha permitido mejorar las condiciones de vida de sus miembros, proveer alimentos saludables y proteger el medio ambiente. Partiendo de estas razones, es que se ha propuesto a partir de las experiencias de los actores, analizar las prácticas que hacen parte de los procesos innovadores en la Eco Feria.

En este contexto, el estudio de esta iniciativa, se centra en el análisis de las acciones que, los actores sociales, han implementado para mejorar la comercialización de productos agroecológicos en la Eco Feria. Esto se hace posible a través del análisis de los procesos y estrategias que involucran las prácticas productivas agroecológicas, los circuitos cortos de comercialización y la diferenciación de sus productos mediante el empleo del Sistema Participativo de Garantía (SPG), hallazgos que se presentan a continuación.

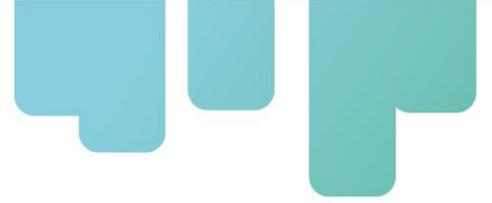
2.2. Prácticas productivas agroecológicas

De acuerdo a los relatos de los socios de la Eco Feria, las prácticas productivas agroecológicas surgen de las experiencias, conocimientos y saberes de sus actores, estas dinámicas se describen a continuación y han permitido visibilizar los procesos innovadores que tienen lugar en la Eco Feria. Los criterios de producción que emplean los productores familiares que se relacionan a la Eco Feria o que son socios, se definen a partir de sus prácticas y conocimientos en la producción familiar de alimentos y se desenvuelven en actividades a pequeña escala.

La capacidad de producción de estos productores, esta principalmente dirigida al autoconsumo y como una segunda opción (el restante) se emplea para su comercialización en la Feria. Las prácticas de los productores se basan en los saberes y conocimientos ancestrales adaptados a las necesidades actuales, en donde se observa la implementación de prácticas agroecológicas andinas.

Este tipo de prácticas se definen de acuerdo a tipo y tamaños de los predios, dependiendo del producto, las actividades se comparten de manera definida entre hombres y mujeres. Las actividades agrícolas de preparación del terreno, son generalmente realizadas por los hombres, para la siembra y parte de las actividades de cosecha son las mujeres las responsables de estas actividades, en algunos casos como en la producción de quinua en el altiplano se emplea maquinaria agrícola. Esta situación puede variar, dependiendo de la manera en que esté compuesta la familia productora, se ha observado que en algunos casos todas las tareas están a cargo de las mujeres, debido a que los hombres muchas veces migran temporalmente o definitivamente a otras ciudades o países.

Con respecto al sistema de producción, en las zonas altas (más de 3.000 m.s.n.m.), las prácticas productivas se realizan a secano debido a la escasez de agua y la limitada o precaria existencia de sistemas de riego. Las tecnologías empleadas en las regiones de los valles son diversas, se utiliza



riego por aspersión para la producción de papa, el riego por surcos, el uso de camellones y terrazas para la producción de hortalizas.

Algunos productores para las tareas de preparación, surcado del suelo y siembra aún emplean la tracción animal, que se completa con arados de madera. Los espacios empleados son definidos, en algunos casos, en base a la rotación de suelos, práctica que permite la rotación de cultivos para el descanso de los suelos.

El recurso semilla o material vegetal es individual y se accede al mismo a través de la compra en forma privada, en algunos casos se intercambia con otros productores, de la misma forma las productoras de grano cuentan con su propia semilla o realizan intercambio con sus vecinos.

En relación a la disponibilidad de agua para riego, algunos productores con predios urbano-rurales y que producen hortalizas, tubérculos y frutas, cuentan con fuentes de agua permanentes, a través de pozos o realizan cosecha de agua de lluvia recolectando de los techos de sus viviendas.

En su mayoría los productores son propietarios de la tierra, el porcentaje de productores que alquilan los terrenos es muy bajo. La superficie utilizada varía entre 1/4 de ha y 3 ha para la producción de hortalizas, tubérculos, frutas y de 20 ha para quinua.

Para la transformación de productos, esta se realiza de forma artesanal, manual, y en espacios ubicados en las mismas viviendas de los transformadores. Solo los productos comercializados por los integrantes de Asociación Nacional de Productores de Quinua (ANAPQUI), son semi industriales. La mayoría de los productos (pan negro fortificado, galletas de quinua, de cebada, jugos o refrescos, granolas, pito de quinua, quinua para sopas, entre otros) no contienen saborizantes, esencias ni colorantes.

Las características de los feriantes, se han definido a través de los años y en la organización se puede encontrar productores, transformadores (muchos de los productores también realizan tareas de transformación) y comercializadores de productos varios. Debido a que la Eco Feria emplea el SPG, la participación de los feriantes está definida por categorías: sello SPG, sello SPG en transición, sello Biolatina⁶ y los que no requieren certificación porque sus productos reciclados o la manufactura es casera. De igual manera para fines organizativos la Eco Feria ha clasificado a los feriantes en: productores agroecológicos, productores o transformadores en transición, artesanos y venta de productos reutilizables, comercializadores de productos gastronómicos y comercializadores de cosmética natural (ver cuadro 1).

⁶ Biolatina es una empresa certificadora que oficinas en Bolivia y acredita la producción de alimentos para los destinos: Unión Europea, USDA, NOP, Estándar Agrícola Japonés, Biosuisse, Régimen Orgánico Canadiense y la Asociación de los Suelos, Gran Bretaña. (Biolatina, s/f) Para más información ver: <https://biolatina.com/>



Cuadro 1. Características del funcionamiento de la Eco Feria

Características	Productores Agroecológicos	Productores o transformadores en transición	Artesanías y reutilización	Gastronomía	Cosmética natural
Sello Biolatina	Productores de quinua				
Sello SPG,	Productores de hortalizas, tubérculos				
Sello SPG en transición		Transformadores	No requiere de sello, ya que su producto es en base a material desechado u otros	Feriantes productos gastronómicos	Feriantes cosmética natural

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas, visitas y observación participante, (2021)

Si bien las prácticas agroecológicas están centradas en la diferenciación de productos agroalimentarios, estas actividades han sido fortalecidas a través de otras acciones en favor de ampliar las capacidades de los socios. En este sentido es que la Eco Feria realiza constantemente acciones que desarrollen las capacidades de sus socios en diferentes ámbitos, las mismas se detallan a continuación.

2.3. Desarrollo de capacidades

Las actividades de capacitación que se promueve en la Eco Feria, tienen como objetivo ampliar el intercambio de conocimientos tanto entre los socios, como también entre socios, consumidores, actores institucionales (gobiernos locales y nacionales y diferentes organizaciones de la sociedad civil) y público en general. Las acciones están centradas en impulsar la producción y consumo agroecológico y según uno de los interlocutores socio de la feria, las capacitaciones son importantes para las personas que recién están ingresando o si es que desean aprender más acerca de la producción, “por ejemplo yo no necesito capacitaciones, cuento con toda la experiencia para producir ecológico” (Entrevista Productor, 2021). Como comenta este socio, sus conocimientos son suficientes para producir agroecológicamente, pero valora al mismo tiempo la importancia de las capacitaciones en la organización.

De esta manera se puede observar que el desarrollo de las actividades de capacitación, están enfocadas a las áreas productivas, de comercialización principalmente e incluyen una diversidad de temáticas transversales, que tienen relación con la agricultura familiar y la producción



agroecológica. Entre otras también se puede mencionar: manejo contable, costos de producción, promoción de productos y otras temáticas que son definidas y demandadas por los socios.

Con respecto a las capacitaciones dirigidas al público, la organización ha incluido actividades informativas y de debate, en temáticas sobre el consumo saludable, la diferenciación entre productos provenientes de la producción familiar agroecológica y alimentos convencionales, el cuidado del medio ambiente a través de un consumo responsable de alimentos, entre otros.

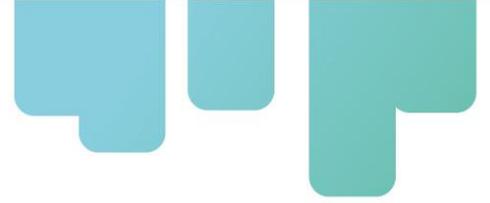
En cuanto al tiempo, recursos y asistencia de las capacitaciones hacia el interior de la organización, las actividades están sujetas a la disponibilidad de los socios y las determinaciones que se tome en conjunto, lo cual significa que es posible que se realicen capacitaciones en donde todos los miembros deben estar presentes o se designa un representante que de forma posterior llegue a realizar la réplica del curso o capacitación seguida.

De igual manera, la organización cuenta con la colaboración constante de un agrónomo encargado de las capacitaciones en la parte técnica que incluyen: técnicas agroecológicas de producción y comercialización. La posibilidad de contar con un técnico especializado, es el resultado de la alianza que tiene la organización con la fundación AGRECOL Andes, que ha designado este personal para ampliar los espacios de capacitación para los socios y el público.

Como parte de las actividades de capacitación se incluyen también viajes de intercambio de experiencias con productores de otros municipios en el departamento de Cochabamba (Titora, Santivañez entre otros), lo cual permite a los productores dialogar y reflexionar acerca de las diferentes formas de producción, transformación y comercialización que se tiene en cada localidad. Este tipo de actividades eran presenciales hasta los primeros meses del año 2020, situación que cambio debido a pandemia y las restricciones por la cuarentena, lo que ocasionó que los talleres y reuniones se realizaran a través de plataformas virtuales.

En las mismas hay mucho intercambio de experiencias con otros productores de otras zonas como explica una productora de la organización:

la Eco Feria, es un espacio de detonar mucho... inclusive hace poquito han venido comunarios de Titora (un municipio de Cochabamba), a ver como nosotros vendemos, ...ellos están iniciando con un mercadito en Titora... son comunarios de la zona de Titora... y sorprendidos e inclusive ellos hablan puro quechua, y nos decían, estamos contentos de conocerles, porque nosotros estamos iniciando recién.... y bien contentos estaban, bonito... ha sido un bonito intercambio de experiencias y conocimientos... ¿no? pero es que yo planto así la papa y tú como lo cuidas, es que nosotros usamos ceniza, ah sí es bueno, pero también puedes usar triturando las hojas de esta planta, y así, era un intercambio de experiencias entre productores... bonito, para mi bien productivo... también tenemos esta



parte como Eco Feria, de ser solidarios en ese sentido y no encerrarnos en nuestro conocimiento, ¿no?...” (Entrevista Productora, 2021)

Un tercer elemento dentro de las capacitaciones está especialmente dirigido a la temática de certificación, en este ámbito los socios deben cumplir una serie de capacitaciones que les permita obtener el sello SPG, lo cual además incluye la capacitación en la producción y transformación de productos alimentarios para garantizar que estas actividades sean realizadas de acuerdo a la normativa de la organización y las normas nacionales de producción agroecológica.

En este sentido, las acciones que la organización realiza en relación a la capacitación y asesoramiento técnico en las diferentes temáticas, han tenido como resultado la participación activa de sus miembros, que puede ser entendida como un proceso social de intercambio de aprendizajes y saberes, cuyas dinámicas han favorecido al desarrollo de capacidades tanto técnicas como organizativas de los socios, contribuyendo a la promoción de procesos innovadores que fortalecen a la organización.

2.4. Circuitos cortos de comercialización

Otro de los elementos que ha contribuido a los procesos de fortalecimiento colectivo dentro de la organización, resulta de la implementación de circuitos cortos de comercialización. Las iniciativas de incorporar formas alternativas de comercialización en la Eco Feria, resultaron de procesos internos de reflexión y debate, en donde se identificaron diferentes ventajas para su empleo y puesta en práctica.

Según los socios, durante los encuentros de capacitación se han debatido las formas alternativas de mejorar la comercialización de productos provenientes de la agricultura familiar. Los debates fueron parte de las actividades informativas propuestas en la asociación sobre las ventajas en la implementación de circuitos de comercialización cortos.

La información compartida en los diferentes espacios demuestra cómo estos circuitos fomentan el cuidado del medio ambiente (debido a la reducción de transporte), mejoran las relaciones entre productores y consumidores, y proporcionan ventajas económicas al productor, debido a que el pago por sus productos es directo (en este tipo de experiencias se excluyen o minimizan a los intermediarios).

Los productos comercializados en la Eco Feria, provienen de diferentes regiones, en su mayoría de municipios que pertenecen al departamento de Cochabamba. Según las entrevistas realizadas, las áreas de producción o transformación se encuentran tanto en zonas urbanas (Cochabamba), urbano-rural (Quillacollo, Sacaba, Sipe Sipe y Tiquipaya), de otros municipios en el departamento de Cochabamba (Independencia y Morochata) y otros departamentos en Bolivia (Caranavi [La Paz], Oruro, Tupiza [Potosí]). El tipo de producción o transformación es a nivel familiar y el



promedio en distancia que recorren los productos es de 97,7 kilómetros.

Los productos primarios agropecuarios que son producidos o acopiados para el espacio de la Eco Feria son muy diversos, un detalle se observa en la figura 2:

Hortalizas, tubérculos, cereales, granos y productos pecuarios

Cebollín, cebolla, zanahoria, nabo, betarraga, rábano, lechuga, acelga, apio, perejil, cilantro, rúcula, kale rizado, espinaca, tomate, tomate negro, tomate cherry, pimentón, locoto, vaina, achojcha, vaina china, carote, pepino, especias y aromáticas, papas nativas, papa pinta boca, papa gourmet, variedad de ocas, papa lisas, manzanas, coca, frutas de temporada, quinua real, quinua negra, papa yari, papa imilla, quinua pandela, quinua rosada, quinua amarilla, quinua kurmi, quinua roja, miel y huevos.

*Ilustración 2 Productos ofertados en la Eco Feria
Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas (2020).*

Al ser productos provenientes de la agricultura familiar, su oferta se limita a la temporada de producción y varían de acuerdo a inicio del calendario agrícola (entre los meses de julio y agosto dependiendo de la región). Las actividades de producción están limitadas a prácticas agroecológicas que son un requisito para poder participar de la Eco Feria. Ello se encuentra definido en los estatutos y reglamentos de la Asociación que busca promover, el cuidado del medio ambiente, la producción agroecológica en base a la normativa nacional, la solidaridad entre socios y sostenibilidad en el tiempo.

En base a las normas y reglamentación se han generado espacios de diálogo entre los socios que han reafirmado esta visión agroecológica, promocionando la producción y transformación de productos alimentarios y también les ha permitido ampliar la oferta de productos derivados de la reutilización de materiales en desuso con valor agregado a través de su venta como artesanías.

En cuanto a la estructura organizativa, las decisiones que se toman en la organización incluyen varios aspectos, entre los cuales están las formas de comercialización, la clasificación de productos, los precios, la admisión de socios nuevos y evaluaciones SPG. Estas actividades están a cargo de la mesa directiva, que se renueva cada dos años y está compuesta por socios que ocupan diferentes cargos (ver cuadro 2).



Cuadro 2. Mesa directiva de la Eco Feria.

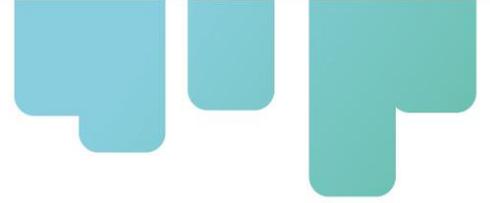
Presidente/a	Gestiona las actividades de la organización en coordinación con el directorio y todos los socios.
Vicepresident e/a	Aconseja al presidente/a y asume las funciones en ausencia del presidente/a.
Secretario/a de hacienda	Encargado/a de las recaudaciones y gestión financiera en la asociación.
Secretario/a de actas	Encargado/a de escribir en el libro de actas y validar su contenido previa aprobación en
Vocal 1	Encargado/a de la comunicación y suplir algún cargo en ausencia y a requerimiento.
Vocal 2	Encargado/a de la comunicación y suplir algún cargo en ausencia y a requerimiento.

Fuente: Elaboración propia en base a entrevistas (2021).

Un aspecto importante en la estructura de la Eco Feria, es que no existe una distinción entre socios por su nivel de educación formal, los socios y productores de la Eco Feria cuentan con diferentes grados de escolaridad, entre los que se encuentran: niveles de educación formal, (educación primaria, secundaria), técnicos superiores en agronomía y medio ambiente, técnicos en parvulario, nutricionistas, ingenieros forestales, agrónomos y magísteres y doctores, lo cual permite un intercambio de conocimientos trans e interdisciplinarios.

La experiencia en la implementación de circuitos cortos de comercialización en la Eco Feria, resulta de un proceso que surge a lo largo de su trayectoria de trabajo. Durante los primeros años, debido al limitado conocimiento de los productores en la venta, publicidad y la falta de un espacio establecido y fijo, que dificultaba el transporte de los productos a distintos lugares, se limitó el establecimiento de circuitos cortos de comercialización. A través de capacitaciones a los productores y con el establecimiento de un espacio fijo, horarios de atención permanentes los socios lograron organizar de una mejor manera el trabajo logístico de transporte de sus productos.

En este sentido, los socios activos y pasivos reconocen que su participación en un espacio fijo,



facilita el transporte de sus productos y por tanto reduce los costos del mismo, de igual manera la posibilidad de comercializar sus productos de forma directa (sin intermediarios), ha mejorado sus ventas ya que al momento de ofrecer sus productos se logra establecer lazos de confianza entre productor y consumidor.

Se identificó también que los circuitos cortos favorecieron a los socios activos y pasivos. Los primeros son los que asisten de forma constante a la feria y han consolidado el transporte de sus productos de manera que no se requiera la intervención de un intermediario. Los socios pasivos participan de la feria de forma temporal y de acuerdo al calendario agrícola, estos participan de la Eco Feria con algunos productos de temporada y a través del tiempo también han logrado sustituir la intermediación y mejorar el transporte de sus productos.

Con respecto a la regulación de los precios, los socios comentan que son los productores quienes definen los precios de acuerdo a sus costos de producción y de acuerdo a los precios del mercado convencional. Combinan ambas variables y fijan un precio que reconozca su trabajo y que vaya de acuerdo a la dinámica económica de Cochabamba. Los precios de sus productos son fijos y no varían durante el año, esta es una estrategia que emplea la organización para demostrar a los consumidores que los precios en la Eco Feria son estables y no se modifican debido a la alta demanda o por falta del producto en los mercados convencionales. Así lo describe un productor de hortalizas:

Tenemos un reglamento para fijar los precios [...] cuando yo ingresé, vi a cuanto vendían los otros socios, porque yo vendía 3 Bs y ahí vendían a 5 Bs y a mí me parecía bien, habían productos que no conocían, que no salían en otros mercados, pero ahí (Eco Feria) sí conocían, sí salían, como la rúcula, la achicoria... la Eco Feria me ha abierto muchas puertas, demasiadas puertas [...] en cuestión de precios también nosotros no hacemos subir los precios, nosotros mantenemos el precio todo el año en toda la Eco Feria, es un precio fijo, por ejemplo en bloqueos y otros, en ese tiempo hay más demanda, pero no vendemos a intermediarios, solo a consumidores [...] si tengo un contrato para todo el año, y si sube en el mercado convencional, nosotros mantenemos el precio, es lo mismo que pasa con cultivos de invierno. (Entrevista Productor, 2021).

En el testimonio del productor se puede identificar que, la determinación de los precios está regulada por la organización en consenso con los productores y se establece anualmente.

Entre algunas de las dificultades que surgieron durante los años 2020 y 2021 y afectaron la comercialización de los productos, se encuentran, las restricciones de circulación y venta de productos al público por las normativas nacionales frente a la Pandemia del COVID 19. Lo cual resultó en un cierre de actividades de la Eco Feria durante los meses de marzo a septiembre (ver Ilustración 2).

Acerca de estas dificultades los socios mencionan que durante la etapa de cuarentena sus actividades se vieron desfavorecidas pues “la feria no se realizó por meses y luego de reactivarla, faltaron socios activos, entonces la oferta diversificada en la feria se redujo bastante y con ello también bajó la asistencia de los consumidores”. (Entrevista Productor, 2021).



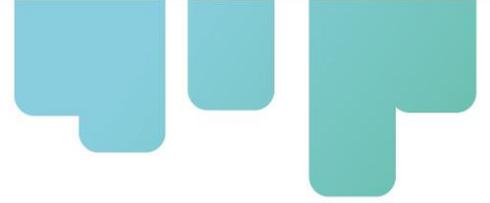
Ilustración 3 Fechas de cierre-apertura Eco Feria año 2020

Fuente: Página oficial de la Eco Feria Facebook, 2020.

Si bien la pandemia afectó la comercialización en el espacio fijo el año 2020 debido a la cuarentena, los socios bajo el principio de comercialización de circuitos cortos, lograron desarrollar estrategias innovadoras, proponiendo la comercialización de sus productos a través de otros canales de comercialización. Las ideas surgieron durante las reuniones virtuales de los socios durante este periodo, descubriendo que todos los socios de la Eco Feria, pertenecían a una o más redes sociales tanto personales como de las páginas oficiales y correo oficial de la Eco Feria: Facebook⁷, WhatsApp, correo electrónico, entre otros.

Durante los meses de marzo y septiembre la organización realizó actividades de sensibilización hacia la población y talleres para los socios a través de webinarios y pronunciamientos, los mismo se encuentran disponibles en la red social Facebook de la Eco Feria.

⁷ La página oficial de la Eco Feria: <https://www.facebook.com/EcoFeriaCbba/>



A partir del mes de septiembre la Eco Feria, inició con una campaña de reapertura del lugar fijo, implementando el uso de las redes sociales, que fue el más exitoso. Cada martes, un día antes de realizarse la feria presencial o el mismo día (miércoles), se lanzaba una invitación al público promocionando alguno de los productores de la feria, además de incluir el enlace de la página de Facebook del productor promocionado, como se observa en la Ilustración 4.



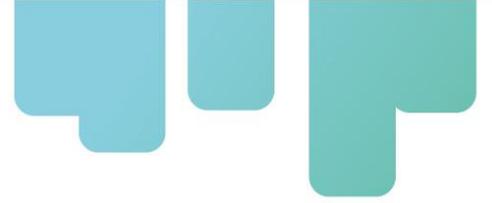
Ilustración 4 . Promoción para la reapertura de la Eco Feria

Fuente: Página oficial de la Eco Feria Facebook, 2020-2021.

Como se observa en las imágenes la organización logró incentivar a los consumidores a retomar la compra de productos de la Eco Feria a través de su página oficial en Facebook. Durante el transcurso del año 2021 en adelante la organización amplió su comercialización a través de otros canales de comercialización de los cuales hacen uso los socios, entre los cuales se puede citar: participación en otras ferias a nivel departamental y algunas a nivel nacional como la Fexpoteco de Oruro y ferias impulsadas por La Paz e internacional como la Feicobol, en el pabellón ecológico, otras redes sociales, sitios web, comunicación entre amigos o familiares, tiendas especializadas, trueques entre comercializadores y entregas al por mayor.

A través de las entrevistas los productores afirmaron que, 50% logra vender sus productos semanalmente en la Eco Feria, en este grupo se encuentran los productores de hortalizas y los productos gastronómicos. Un 40% de los comercializadores respondió que si no logran vender su producto en la Eco Feria hacen uso de los otros canales cortos de comercialización, entre este grupo se encuentran los productores de hortalizas, frutas y el grupo de transformadores.

De esta manera, los socios adecuaron las formas de comercialización de sus productos, en donde



cada familia organiza la forma de comercializar según sus ritmos de producción dentro del enfoque de circuitos cortos. Lo cual permitió a los socios ampliar sus oportunidades de comercialización debido a que cuentan con el respaldo de la organización y cuentan con el sello de certificación de SPG que garantiza su producción.

2.5. Diferenciación de sus productos mediante el empleo del Sistema Participativo de Garantía (SPG)

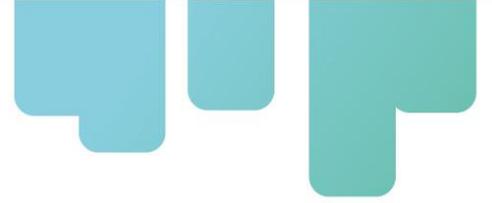
Las transiciones políticas en Bolivia a partir del año 2005 permitieron que el país integre en sus políticas nacionales una mirada de desarrollo alternativa, a implementarse a través de acciones en favor de la soberanía alimentaria de los pueblos y el cuidado del medio ambiente. Entre estos avances se encuentra la promulgación de la Ley 3525, contemplada en el marco legal boliviano sobre la producción ecológica, que se enfoca en la regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica y que en su artículo primero declara la importancia de:

Regular, promover y fortalecer sosteniblemente el desarrollo de la Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable Ecológica en Bolivia, la misma se basa en el principio que para la lucha contra el hambre en el mundo no solo basta producir más alimentos sino que estos sean de calidad, inocuos para la salud humana y biodiversidad, asimismo sean accesibles y estén al alcance de todos los seres humanos; y los procesos de producción, transformación, industrialización y comercialización no deberán causar impacto negativo o dañar el medio ambiente. (Ley, 3525, 2006)

Fue el año 2012 que se promulgó la Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía que en su artículo 7 define los Sistemas Participativos de Garantía como:

un Sistema Alternativo de Garantía reconocido por el artículo 23 inciso b) de la ley 3525 como tipo de certificación de productos ecológicos para el comercio local y nacional, en el cual participan un conjunto de actores que se organizan, se relacionan e interactúan entre sí bajo los principios de los SPGs como la confianza, transparencia, horizontalidad para garantizar de manera participativa la producción, transformación y comercialización de productos ecológicos. Para lograr esto constan de una estructura y procedimientos definidos. El SPG cuenta con un Evaluador, un Comité de Garantía (privado o público/privado) y un representante, que se encargan de caracterizar, calificar y reconocer el cumplimiento de la presente Norma Técnica Nacional de los SPG, además de autorizar la emisión del Documento de Garantía Ecológica y/o en Transición. (Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía Bolivia, 2012)

Esta conceptualización y el enfoque de SPG propuesto en la normativa fue resultado de un trabajo de diálogo y debate entre diferentes organizaciones, en este proceso la Eco Feria jugó un papel



muy importante para su desarrollo e implementación. En ello, los distintos componentes que forman parte de la normativa parten de los principios acciones y prácticas que se llevan a cabo por los socios de la Eco Feria.

Si bien al inicio de sus actividades, los productores de la Eco Feria no contaban con certificación de SPG, durante los años siguientes y al estar la organización acreditada para evaluar y certificar el año 2012, la certificación SPG, se convirtió en uno de los ejes centrales que han permitido no sólo el funcionamiento de la feria todos los miércoles en un espacio fijo, sino también han mejorado los ingresos y comercialización de productos. Lo cual ha significado para los socios, tener que cumplir los pasos que indica el procedimiento para obtener la certificación SPG, que les permitía participar como socio certificado en la Eco Feria.

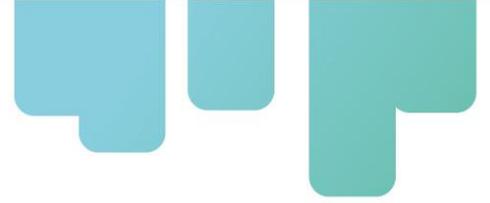
La certificación en la Eco Feria se distingue en dos ámbitos: uno es el sello SPG definitivo, que le permite al socio productor/transformador ofertar sus productos bajo las normas nacionales vigentes. El segundo ámbito se refiere al denominado SPG en transición, que permite al socio productor/transformador ofertar sus productos aclarando que se encuentra en una etapa de transición. Estas dos formas de certificación, deben ser expuestas en el stand de cada socio, permitiéndole al consumidor estar informado sobre la calidad del producto que está adquiriendo.

El proceso con el que cada socio debe cumplir para la obtención del sello de certificación SPG, ya sea este socio productor o transformador, incluye:

- A. la inscripción al SPG,
- B. la autoevaluación y evaluación,
- C. la verificación de las unidades de producción/recolección,
- D. la evaluación de las unidades de transformación de productos ecológicos.

Para lo cual los postulantes reciben capacitaciones que les permitan cumplir cada uno de estos requisitos, la organización está encargada de apoyar a los socios en el cumplimiento de estos procedimientos, evaluando cada uno de los criterios con acompañamiento de un técnico de SENASAG. Además de estos requisitos, el productor o transformador postulante debe solicitar su ingreso a la Eco Feria y se procede a una evaluación de su postulación como comenta un técnico, encargado de la certificación SPG en la organización:

se hace una cartita solicitando la participación, se hace un análisis mediante un comité que hace esta evaluación, y antes de entrar se hace una visita a su unidad productiva, transformación, y si es transformado tiene que ser un producto fresco certificado, de ahí una vez que se le acepte un año de postulación se postulan, ese año tiene que tener una frecuencia continua en la participación de la Eco Feria y obviamente que no sea una persona problemática o esas cosas, y en una Asamblea general extraordinaria u ordinaria se da la invitación de socio... en realidad un socio o postulante tiene los mismos beneficios,



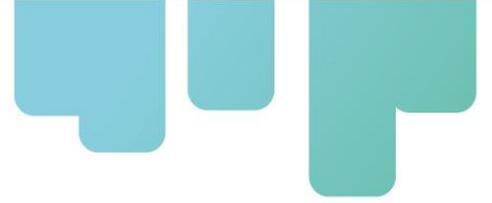
las mismas obligaciones, solamente que un postulante no puede opinar a las asambleas ordinarias que tenemos, es más pueden asistir pero no tienen derecho a voz ni voto, esto por el estatuto también. (Entrevista Técnico, 2021)

Como se observa los postulantes si bien pueden asistir a las Asambleas, estos a diferencia de los socios no tienen la posibilidad de participar en la toma de decisiones de la organización, lo mismo ocurre en el proceso de evaluación de la certificación, que excepcionalmente y durante la pandemia los productores se auto evaluaron, lo cual fue posible en el marco de la normativa nacional. En condiciones que permiten la evaluación presencial, cada socio, junto con un comité de la directiva e incluso algunos consumidores invitados, están encargados de realizar el seguimiento a las prácticas de cada socio. Este componente es denominado Comité de Garantía, el cual se ocupa de que, los socios cumplan las normas y reglamentos establecidos para la certificación SPG, las funciones de este comité se encuentran definidas en el reglamento interno de la Eco Feria. En esta etapa del proceso de certificación se han encontrado algunas dificultades:

dentro del SPG hay una estructura que es el comité de garantía, dentro del Comité de Garantías hay consumidores entonces ellos también hacen una validación de las evaluaciones que hacemos a los productores, entonces siempre ha sido problema eso, involucrar a los consumidores dentro de esta estructura, para que ellos obviamente tienen que ir a visitar, reunirse, hacer las evaluaciones, ver las hojas, todas esas cosas, y eso obviamente toma tiempo y creo que... nosotros como estructura hacemos todo ad honorem, o sea por cariño, hay algunos consumidores, que si le metían pero hay algunos que no pueden, porque es difícil involucrarse, esa ha sido la parte más difícil, más limitante para que se pueda dar su continuidad, pero si ha habido gente, no voy a decir que no ha habido, pero nosotros hubiéramos que haya habido más consumidores que se involucren en aquellos, porque en realidad ellos son los primeros beneficiados de esto. (Entrevista Técnico, 2021)

Si bien el Comité de Garantía crea algunos inconvenientes en el proceso de certificación, como comenta el técnico, el SPG les brinda a los productores y transformadores mayores posibilidades de comercializar sus productos, así lo indica el productor de hortalizas sobre la certificación SPG: “nos da un valor muy importante a nuestro producto, un valor agregado, nos certifica que es un producto sano” (Entrevista Productor, 2021). De igual manera otros socios, afirman que la diferenciación a partir de la obtención del sello de SPG, ha logrado incrementar la comercialización de sus productos, lo cual tiene como resultado la mejora de sus ingresos.

Con relación a la importancia de la certificación y desde la perspectiva de los consumidores, según los productores el sello SPG, ha logrado crear vínculos de confianza a través de las articulaciones que emergen durante los acercamientos entre consumidores y productores. Según las entrevistas, en los encuentros que tienen lugar en la Eco Feria entre productores y consumidores, surgen diálogos relacionados a diversas temáticas entre estas: las razones en la implementación



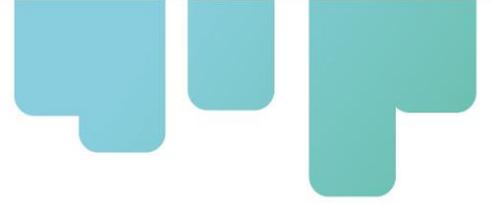
de la certificación SPG, la relación de la certificación con la producción agroecológica, el cuidado de la salud y el cuidado del medio ambiente. Una de las productoras, comenta al respecto: “yo digo en las asambleas y reuniones que traten de hablar con el cliente, que le expliquen, que el cliente sea tu amigo, es compartirles lo que tú haces” (Entrevista Productora, 2021)

A través de estas conversaciones los productores han logrado identificar que la certificación SPG, juega un papel importante en el consumo de sus productos, debido a la confianza que el certificado le proporciona al consumidor. Lo cual hace que los consumidores no sólo decidan visitar la feria por una única vez, sino que realicen sus compras de forma continua, algunos de los consumidores realizan sus compras semanalmente, otros quincenalmente y algunos mensualmente.

De la misma manera, se observa que las relaciones de confianza que surgen a partir del empleo de la certificación SPG, crea seguridad en los consumidores y hace que estos decidan adquirir productos de la Eco Feria por diferentes motivaciones. Algunos consumidores, afirman que los productos de la Eco Feria cuentan con un certificado de garantía y eso hace que los productos sean más saludables. Según el relato de otros, la certificación SPG de los productos, hace que se sientan seguros al realizar sus compras. Otro grupo de consumidores identificó como motivación de su compra en la Eco Feria: la mejora o cuidado de su salud, garantizar una alimentación sana para sus familias, el cuidado del medio ambiente, la producción sin pesticidas, la calidad del producto por su frescura, sabor, textura e inocuidad y la presentación.

Innovaciones

Las reflexiones que emergen del estudio de caso de la Asociación Eco Feria, han permitido explorar la potencialidad innovadora de las experiencias locales relacionadas a la producción agroecológica, en donde se visibiliza la emergencia de una diversidad de procesos de gobernanza y territorialidad en donde varios actores entrelazan e interconectan prácticas y conocimientos. Entre los hallazgos se ha observado que el intercambio de conocimientos, saberes y prácticas entre productores, transformadores y consumidores ha logrado consolidar procesos de producción y transformación de alimentos agroecológicos, revalorizando las prácticas y conocimientos locales y mejorando las posibilidades de comercialización de productos agroecológicos.



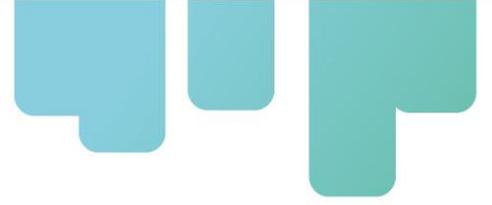
3.1. Innovaciones sociotécnicas

Los procesos de producción de innovaciones de la Eco Feria están analizados para este documento desde un enfoque agroecológico andino, que demuestra ser un potencial de transformación hacia formas más sustentables de producir alimentos. En el estudio de caso, se ha logrado analizar las capacidades de acción y transformación de los productores y transformadores familiares desde sus estrategias, experiencias e interacciones en sus mundos de vida (Long, 1992; Arce y Long, 1988). Por tanto, para analizar las dinámicas que movilizan los discursos, prácticas y conocimientos de los actores locales es necesario un acercamiento a la realidad de los actores desde sus procesos de intercambio de conocimientos y saberes.

Según los relatos de los productores, la importancia de producir sano va más allá de su propio consumo. En este caso el consumo es asumido como un espacio colectivo en donde se debe producir sano para la comunidad, desde una perspectiva que respete los ciclos regenerativos de la Madre Tierra, la utilización de recursos locales disponibles en superficies pequeñas, la reutilización de insumos o materiales y la activa participación de todos los integrantes de las familias dinamizando el trabajo familiar. Los productores de la Eco Feria buscan aplicar formas de producción que se adapten a su realidad, reafirmen su cultura y les permita al mismo tiempo obtener ingresos económicos para su sustento. Esta forma innovadora de interconectar prácticas y conocimientos ha logrado desde las experiencias en la Eco Feria, reforzar los principios de producción agroecológica andina y promover la producción y transformación de alimentos sanos y en armonía con la Madre Tierra.

En cuanto a la emergencia de novedades en la comercialización de productos, se puede señalar que los procesos que involucraron la implementación de circuitos cortos de comercialización son el resultado de diferentes factores, entre ellos el más relevante se encuentra en las dificultades de los productores en comercializar sus productos debido al constante desalojo de la Eco Feria de los espacios públicos. El cambio de lugar de venta producía el desconocimiento del nuevo lugar de venta en los consumidores y de igual manera muchos consumidores dejaban de realizar sus compras por lo alejado del emplazamiento y las dificultades para realizar las compras. Los productores a través de la implementación de prácticas organizativas y en alianza con diferentes actores lograron a través de sus demandas ocupar un espacio fijo el año 2009, estabilizando con ello su espacio de comercialización. Lo cual ha permitido consolidar la comercialización de sus productos, reduciendo los costos de transporte, eliminado a los intermediarios y construyendo relaciones estables con los consumidores.

Un otro elemento innovador, surge de igual manera de la implementación de nuevos canales de comercialización durante la temporada de cuarentena debido a la pandemia COVID 19, periodo en la que los productores y transformadores de las Eco Feria por la imposibilidad de comercializar sus productos en un espacio público desarrollaron estrategias de comercialización a través de



diferentes redes sociales propias y de la organización. Lo cual les permitió mantener el contacto con sus clientes, además de incrementar sus ventas a nuevos consumidores.

3.2. Gobernanza

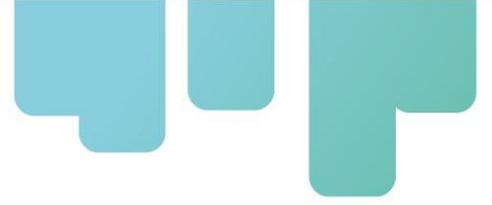
El conjunto de capacidades institucionales que la Eco Feria ha logrado desarrollar a lo largo de sus 17 años de experiencia, ha permitido la emergencia de modos de gobernanza comunitaria que resultan de procesos de articulación entre diferentes actores. Algunas de las acciones en este contexto, destacan la colaboración e interacción entre los socios de la organización de forma consensuada, que ha tenido como resultado la implementación del Sistema Participativo de Garantía como forma de diferenciar sus productos de los convencionales. Las dinámicas institucionales desde las miradas de los actores, han impulsado no solamente la aplicación de la certificación en la Eco Feria, sino que, además, han logrado alcanzar niveles de consenso a nivel de gobierno y en coordinación con otras instituciones de la sociedad civil, en la redacción de la Norma Técnica Nacional de Sistemas Participativos de Garantía Normativa Nacional.

Otro espacio de consenso y gobernanza se identifica en los procesos de cohesión social que han dado lugar a la creación de la Asociación Eco Feria, legitimando de esta forma sus acciones en los espacios políticos y socioeconómicos en la metrópoli cochabambina. Esto le ha permitido a la organización, consolidar un espacio fijo de comercialización con diferentes stands, que más allá de promocionar y comercializar los productos de los socios, se ha convertido en un espacio de reflexión y análisis, en donde es posible tanto para socios como para consumidores articularse y crear nuevas redes que fomenten los debates sobre problemáticas y necesidades relacionadas a la producción familiar, la alimentación sana y el cuidado del medio ambiente.

Se observa que, si bien existen dificultades en la producción, transformación y comercialización de alimentos provenientes de la agricultura familiar, la organización ha logrado materializar a través del desarrollo de capacidades colaborativas y desde la diversidad de sus actores, procesos solidarios y comunitarios que aportan a una cultura sostenible y de cuidado tanto de las personas como del medio ambiente.

3.3. Impactos en el territorio

A partir de las experiencias de la Eco Feria, diferentes actores han implementado acciones similares en el Departamento. Estas iniciativas son llevadas a cabo por la Fundación AGRECOL Andes y otros pequeños emprendimientos de familias agricultoras. Entre las nuevas experiencias rescatadas de la experiencia de la Eco feria se puede citar la feria ecológica de Sacaba, la Biotiqui de Tiquipaya, la feria agroecológica de Tirani, Calampampa y Primero de Mayo. En ello es posible advertir que las prácticas agroecológicas fruto de las acciones de la Eco Feria se han diversificado desde las distintas territorialidades en Cochabamba, motivando la creación de nuevos espacios donde se comercialicen productos agroecológicos a través del sello SPG.



Las estrategias innovadoras desarrolladas en la Eco Feria tienen impactos positivos en las familias participantes de la feria, ello se ve reflejado en los espacios que articulan su trabajo con sus comunidades de origen, los socios buscan de alguna forma apoyar a otras familias en la región de donde provienen promocionando y acopiando productos característicos de estos espacios.

El impacto en los consumidores es importante y sostenible, porque la Eco Feria no solo busca apoyar a los emprendedores productores, sino que también busca motivar a la población consumidora al cuidado del medio ambiente a través de diversas herramientas de difusión. Se ha observado que el intercambio de experiencias con otros productores de otras zonas desde la experiencia de la Eco Feria:

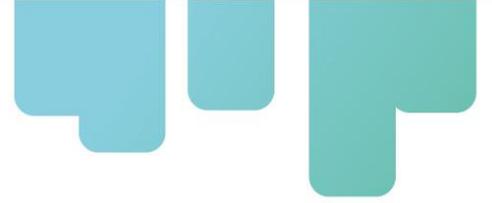
es un espacio para explorar nuevas posibilidades...inclusive hace poquito han venido comunarios de Totorá (un municipio de Cochabamba), a ver como nosotros vendemos, ...ellos están iniciando con un mercadito en Totorá...son comunarios de la zona de Totorá...y sorprendidos e inclusive ellos hablan puro quechua, y nos decían, estamos contentos de conocerles, porque nosotros estamos iniciando recién...y bien contentos estaban, bonito...ha sido un bonito intercambio de experiencias y conocimientos...no pero es que yo planto así la papa y tú como lo cuidas, es que nosotros usamos ceniza, ah sí es bueno, pero también puedes usar triturando las hojas de esta planta, y así, era un intercambio de experiencias entre productores...bonito, para mí bien productivo...también tenemos esta parte como Eco Feria, de ser solidarios en ese sentido y no encerrarnos en nuestro conocimiento, ¿no?...” (Entrevista Productora, 2021).

En este ámbito, el trabajo de la Eco Feria ha incentivado la promoción, práctica y ampliación de espacios para la comercialización agroecológica, que se ven reflejados en las inquietudes de los productores de la Eco Feria, que demuestran a través de sus prácticas formas novedosas de cuidado del medio ambiente, la salud y la de los consumidores. Pese a estos avances, los socios de la Eco Feria reconocen que es necesario fortalecer más la organización para lograr un cambio a largo plazo en los consumidores en favor de una alimentación saludable.

Consideraciones finales

Las dinámicas sociales que emergen de las experiencias de Eco Feria, demuestran que las transformaciones e innovaciones locales pueden visibilizarse a través del estudio de procesos situados y mediante el análisis de los mundos de vida de los actores locales.

Con el establecimiento de la organización y de vínculos basados en la solidaridad, la confianza y el respeto, la Eco Feria desde sus inicios logró ensamblar en su trayectoria una diversidad de



innovaciones que, les ha permitido consolidarse como un referente agroecológico a nivel local, nacional e internacional. Las acciones que se iniciaron con un grupo reducido de familias, han incentivado a otras familias productoras, transformadoras y comercializadoras en la lucha por revalorizar sus conocimientos y prácticas, mejorar su calidad de vida y promocionar la agricultura familiar con base agroecológica.

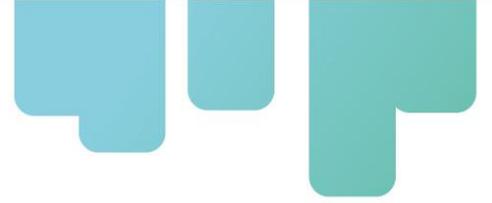
Las trayectorias innovadoras en este sentido no se limitan sólo a la implementación de prácticas productivas o de comercialización, las acciones de la Eco Feria visibilizan las capacidades de productores, transformadores y consumidores de poder incursionar en espacios sociales políticos y económicos. En donde los actores a través de procesos de coordinación, dialogo, análisis y debate han logrado legitimar su espacio como un lugar de resistencia frente a la producción convencional de alimentos.

En ello, la Eco Feria resulta ser un espacio no sólo de comercialización de productos agroecológicos, sino que también revela un potencial para la promoción y construcción de formas alternativas e innovadoras que pueden articular productores, transformadores, consumidores, organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil. Influyendo en la toma de decisiones desde lo local, a partir de una gestión participativa y en consenso con las diversidades.

Las formas en las que la Eco Feria ha creado posibilidades para la comercialización de sus productos, resultan de los procesos inmersos en la implementación de circuitos cortos. Se ha observado, que esta forma de comercialización permite a los productores obtener mayores ingresos por el trabajo que realizan, ya que no es necesaria la participación de intermediarios y la venta es directa de productor a consumidor. Eso ocurre tanto en el espacio fijo de la feria como a través de las redes sociales. Asimismo, estas formas de comercialización han aportado a la generación de empleo para productores y transformadores de pequeña escala, permitiendo la venta directa a domicilio, la oferta de bolsones y canastas comunitarias, que se ha incrementado durante la cuarentena debido a la pandemia del COVID 19.

La organización emplea diversos canales de comercialización centrados en circuitos cortos tanto a nivel local como nacional, en ellos se incluyen las redes sociales (Facebook, WhatsApp, entre otros), con lo que se pretende llegar a la mayor cantidad de consumidores. Estas herramientas no solo son utilizadas para la comercialización, sino también para la concientización y motivación en el cuidado del medio ambiente, para ampliar el consumo de alimentos sanos.

Si bien la iniciativa de comercialización de productos agroecológicos fue el inicio del trabajo de la Eco Feria, hoy en día a través de la certificación SPG, se ha logrado además de diferenciar los productos de los convencionales, sostener y ampliar la comercialización tanto en el lugar fijo de comercialización como a través de otros canales. Situación que emerge de los diálogos e interacciones entre consumidores y socios de la organización al momento de dar a conocer los

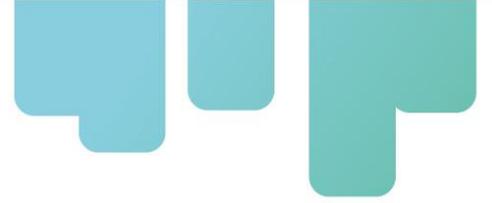


significados, importancia y trayectoria del SPG, lo cual crea vínculos de confianza y seguridad que hace que los consumidores decidan consumir los productos de la Eco Feria frecuentemente.

El espacio que ocupa la Eco Feria no sólo es un lugar de transacciones, también se convierte en un lugar estratégico en donde ocurren movilizaciones, intercambio de conocimientos, la puesta en valor de principios solidarios, comunitarios, de cuidado del medio ambiente y se estimula el consumo de productos provenientes de la agricultura familiar y con bases agroecológicas.

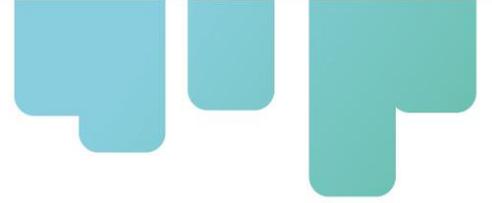
Desde la perspectiva de Histórica Cultural Lógica, se ha podido advertir que el análisis de este tipo de experiencias parte de una reflexión en tiempo y espacio. En donde se ha considerado tres ámbitos de la vida: espiritual, social y material en función del tiempo (pasado, presente y futuro), espacio (continuo y discontinuo). Este principio resulta adecuado a la realidad social de los productores de la Eco Feria, en donde para el aspecto material, se ha considerado el análisis las prácticas y técnicas de producción de las hortalizas ecológicas. En relación a la dimensión social, los aspectos organizativos, normativos y regulatorios de la producción y las formas en que se organiza la comercialización de los alimentos agroecológicos. Respecto del componente espiritual, se han analizado las relaciones entre productores, entre productores y consumidores y, sobre todo, la relación armoniosa con la madre tierra en el proceso de producción agroecológica.

En este sentido, las trayectorias de la Eco Feria demuestran que, a través de las acciones de los actores locales, sus articulaciones y dialogo de saberes es posible la creación espacios que promuevan la mejora en los ingresos de los productores y transformadores familiares con principios agroecológicos y generen transformaciones locales en favor de una alimentación saludable y de cuidado a la Madre Tierra.

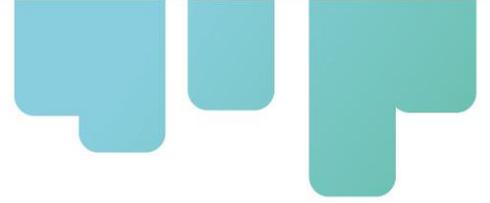


Bibliografía

- Agroecología Universidad Cochabamba AGRUCO. (2011). Agroecología y desarrollo endógeno sustentable para vivir bien: 25 años de la experiencia de AGRUCO. http://biblioteca.clacso.edu.ar/Bolivia/agruco/20170928052016/pdf_223.pdf
- Agroecología Universidad Cochabamba AGRUCO (1998). Documento sobre taller de investigación y conceptualización de términos (4-8 junio) AGRUCO.
- Apablaza, G. (2020). Análisis de dinámicas socio técnicas en Ferias de la Agricultura Familiar del norte patagónico: el caso de las provincias de Río Negro y Neuquén. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, Argentina. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/2208>
- Arce, A. (1997). Globalization and Food Objects. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 6(i), pp. 77-107.
- Arce, A. y Long, N. (1988). La Dinámica de las Interfaces de Conocimiento entre Burócratas Agrarios y los Campesinos: Un Estudio de Caso Jalisciense. *Cuadernos Revista de Ciencias Sociales*, Guadalajara, 2(8), sept./dic, pp. 3-23
- Baier, A. (2012). Organic Certification of Farms and Businesses Producing Agricultural Products. USDA National Organic Program. <https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Guide-OrganicCertification.pdf>
- Brunori, G., Rossi, A. y Malandrini, V. (2011). Co-producing Transition: Innovation Processes in Farms Adhering to Solidarity-based Purchase Groups (GAS) in Tuscany, Italy. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 18(1), pp. 28-53. http://www.socioeco.org/bdf_fiche-document-3102_es.html
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura [IICA]. (2019). Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2019-2020. CEPAL, FAO, IICA, San José, Costa Rica. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/47208-perspectivas-la-agricultura-desarrollo-rural-america-mirada-america-latina>
- Díaz, T. y Valencia, P. (2014). Lineamientos para el fortalecimiento de la producción pecuaria familiar en América Latina y el Caribe. In: S., Salcedo y L., Guzmán, L. (Ed.). *Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política*. FAO, pp. 165-176. <https://www.fao.org/3/i3788s/i3788s.pdf>
- Federación Internacional de Movimientos de la Agricultura Ecológica [IFOAM]. (2008). Lineamientos para SPG. Como pueden desarrollarse y funcionar los Sistemas Participativos de Garantía.



- https://www.ifoam.bio/sites/default/files/page/files/pgs_guidelines_es.pdf.
- Hecht, S. (1999). La evolución del pensamiento agroecológico. In: M. Altieri (Ed.), *Agroecología: bases científicas para una agricultura sustentable*. Montevideo: Nordan-Comunidad, pp.15-30. <http://agroeco.org/wp-content/uploads/2010/10/Libro-Agroecologia.pdf>
- Iqbal, J., Yu, D., Zubair, M., Rasheed, M. I., Khizar, H. M. U. e Imran, M. (2021). Health Consciousness, Food Safety Concern, and Consumer Purchase Intentions Toward Organic Food: The Role of Consumer Involvement and Ecological Motives. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/21582440211015727>
- Ley 3525. (2006). Ley de Regulación y Promoción de la Producción Agropecuaria y Forestal no Maderable. Gaceta Oficial del Estado Plurinacional de Bolivia. <https://www.presidencia.gob.bo/images/Autonomia/documentos/DGA/NormativaVigente/LEY%203525.pdf>
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G. y Grice, J. (2004). Choosing organics: a path analysis of factors underlying the selection of organic food among Australian consumers. *Appetite*, 43(2), 135–146. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2004.02.004>
- Long, N. (1992). Introduction. In: LONG, Norman; LONG, Ann. (ed.). *Battlefields of knowledge: the interlocking of theory and practice in social research and development*. London: Routledge, 1992. pp. 3-15.
- Manzano, N. (2015). El complejo territorial de la Región Metropolitana de Cochabamba. IESE, UMSS. <http://biblioteca.clacso.edu.ar/gsd/cgi-bin/library.cgi?e=d-11000-00---off-0bo%2FboZz-005--00-1----0-10-0---0---0direct-10---4-----0-0l--11-es-Zz-1---20-about---00-3-1-00-0--4----0-0-01-00-0utfZz-8-00&a=d&cl=CL3.1&d=D13374.1>
- Marsden, T.; Banks, J., & Bristow, G. (2000) Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. *Sociologia Ruralis* 40 (4), pp. 424-438.
- Meirelles, L. (2004). La certificación de productos orgánicos. *Semillas en la economía campesina*, 21(1), p. 22-26 <https://www.semillas.org.co/apc-aa-files/0ccc57454a31b3c038b4b92d620f7f60/revista-semillas-21.pdf>
- Namdar, M, (2014). Seminarios y Conferencias. Agricultura familiar y circuitos cortos Nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición Memoria del seminario sobre circuitos cortos realizado el 2 y 3 de septiembre de 2013. Naciones Unidas, CEPAL, Santiago de Chile. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/36832-agricultura-familiar-circuitos-cortos-nuevos-esquemas-produccion>
- Nardi, M. A. y Pereira, S. G. (2006). Proximidad territorial y desarrollo rural-local: las ferias francas de la provincia de Misiones. *Interações* n. 13 Campo Grande (MS), Brasil, pp. 51-61.
- Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía (2012). Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía.



- https://www.ciaorganico.net/legislacion/746_Resolucion_Ministerial_020-2012.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO]. (2018). Los 10 elementos de la agroecología. Guía para la transición hacia sistemas alimentarios y agrícolas sostenibles. <https://www.fao.org/3/i9037es/i9037es.pdf>
- Panez, A., Paredes, G., García, V., Ramírez, L., Jair, H., Rojas, W., Gareca, Z., Arriagada, M.P. (2019). Diálogos Textos breves sobre desarrollo rural solicitados por el IPDRS. https://ipdrs.org/images/dialogos/archivos/Dialogos_241.pdf
- Pinto, R. (2002). Estudio de Mercado de Productos Orgánicos Bolivianos. Secretaría General de la ALADI. [http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/23bfe1363c77803103256bce005cd260/\\$FILE/6-02.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/cb5344cb18a6b38903256aa700685717/23bfe1363c77803103256bce005cd260/$FILE/6-02.pdf)
- Reglamento Unión Europea, 2018/848. (2018). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=celex%3A32018R0848>
- Renting, H. ; Marsden, T. y Banks, J. (2003). Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. *Environment and Planning A* (35), pp. 393-411.
- Rodrigues, M (2016). América latina, producción agrícola, agricultura familiar, comercialización, mercado. Santiago de Chile, Chile; CEPAL. 2016.
- Salcedo, S. y Guzmán, L. (2014). Agricultura Familiar en América Latina y el Caribe: Recomendaciones de Política. FAO. <https://www.fao.org/3/i3788s/i3788s.pdf>
- Rosset, P. y Martínez, M. (2016). Agroecología, territorio, recampesinización y movimientos sociales. *Estudios Sociales. Revista de investigación científica* 25(47), pp. 275-299.
- Saravia, P. (2020). Circuitos Cortos de Comercialización alimentaria: Análisis de experiencias de la Región de Valparaíso, Chile. *Psicoperspectivas*, 19(2), pp. 32-43. <https://dx.doi.org/10.5027/psicoperspectivas-vol20-issue2-fulltext-1914>
- Schnell, S. (2013). Food miles, local eating, and community supported agriculture: putting local food in its place. *Agric Hum Values*, 30, pp. 615–628. <https://link.springer.com/article/10.1007/s10460-013-9436-8>
- Schreiber, K., Hickey, G., Metson, G., Robinson, B. y MacDonald, G. (2021). Quantifying the foodshed: A systematic review of urban food flow and local food self-sufficiency research. *Environmental Research Letters*, 16(2), pp. 1-18. <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1748-9326/abad59/pdf>
- USDA Organic Standards 7 CFR 205. (2013). https://www.ciaorganico.net/legislacion/411_NOP-ReglamentosOrganicosEstadounidenses.pdf
- USDA Manual del Programa Orgánico, capítulo 94, inciso 6504. (2021). https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/OFPA_08062020_MexSpa.pdf



Instituciones participantes



Secretaría Técnica Administrativa



Con el apoyo de:



www.fontagro.org

Correo electrónico: fontagro@fontagro.org