

COMERCIO DE PRODUCTOS AGROECOLÓGICOS

Resumen sectorial

La información desarrollada a continuación es una recopilación de los datos destacados del estudio: Sectores emergentes, dinámicos y propicios para emprendimientos formales sostenibles de mujeres cuentapropistas bolivianas.

Para leer el Estudio completo ingrese al siguiente link:

https://www.ilo.org/lima/programas-y-proyectos/WCMS_822493?lang=es



NACIONES UNIDAS
BOLIVIA



UN COVID-19 Response
and Recovery Fund
We recover Better Together

El sector y sus características

El sector de comercio de **productos agroecológicos es relevante para las mujeres trabajadoras por cuenta propia**, por sus características de:

- ▶ Producción resiliente
- ▶ Adaptación al cambio climático
- ▶ Diversificación productiva
- ▶ Generación de empleos verdes
- ▶ Promoción de la inclusión social
- ▶ Seguridad y soberanía alimentaria
- ▶ Cuidado de la salud y del medio ambiente

En Bolivia, la productividad de los principales productos alimenticios es la más baja de la región y expone un modelo productivo de índole

agroindustrial, por lo que existe la necesidad y oportunidad, de realizar una transición hacia sistemas agroecológicos sustentables.



¿Qué indicadores positivos de evolución muestra este sector?

El dinamismo del sector de comercio se expresó en una tasa de crecimiento del 5.9% para el 2019 y mostró un **crecimiento interanual de 6.2% para el período 2015-2019**.

La contribución del sector al PIB industrial alcanza, **en promedio, el 2% y el 1.8% al total del empleo** (INE 2019).

2% PIB

45,8%
Mujeres ofertan
productos agroecológicos

y

76%
Mujeres articulan nuevos
mercados y canales

El **45,8%** de las mujeres del área rural **participan en la oferta de productos agroecológicos** en Bolivia y el **76% de las mujeres está a cargo de la articulación de nuevos mercados y canales** cortos de venta para los productos agroecológicos.

El número de empleados ocupados en el sector asciende a **44.925 personas**, y se cuenta con aproximadamente **8.683 establecimientos económicos** de diferente escala que tienen un Registro de Comercio (INE 2019).

44.925  8.683 



Más de **2,5 millones de personas** realizan **prácticas agrícolas** en ambientes ecológicos.



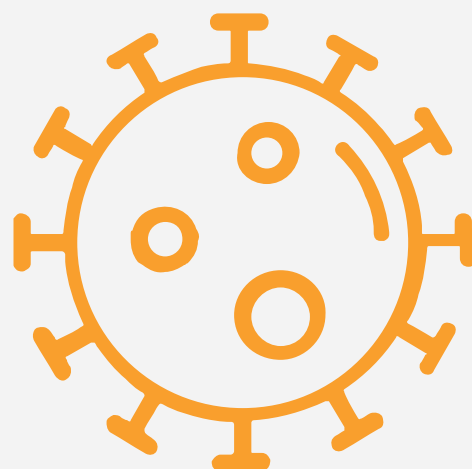
El **76%** utiliza **semillas criollas o nativas**.



Son más de **14.902 hectáreas** de producción ecológica (0.2%), en comparación a las 7.837.864 hectáreas de superficie agrícola que hay en el país.

¿Cómo ha respondido el sector a la pandemia de la COVID-19?

En el año 2020, durante la cuarentena el sector **demostró fortaleza y resiliencia en sus niveles de producción**, observando menor sensibilidad frente a la paralización de la economía local y a los impactos contractivos que han experimentado otros sectores.



La pandemia permitió visibilizar nítidamente a la agroecología como respuesta colectiva para encontrar salidas a las crisis de distribución y consumo, en épocas de cuarentena.



Las organizaciones de pequeños productores y consumidores responsables con la salud y el medio ambiente, apoyaron el desarrollo de los canales cortos de venta en zonas urbanas, así como la adquisición de nuevos conocimientos y habilidades en ventas digitales.



Estrategias como circuitos cortos de comercialización, y con entrega de alimentos a domicilio, funcionaron beneficiando a la pequeña producción ecológica, y mostrando la resiliencia de los pequeños productores locales.

¿Cuáles son sus fortalezas y oportunidades?

Creación de vínculos

El sector cuenta con potencial para la creación de vínculos asociativos entre mujeres productoras y consumidores, a fin de ampliar el acceso al mercado, mediante canales cortos de venta, promoviendo ferias, centros de consumo, como también ventas en mercados digitales y redes sociales.

Sostenibilidad

El comercio de productos agroecológicos se identifica por ser dinámico y emergente. Se vincula con criterios de sostenibilidad como el trabajo decente, medio ambiente, enfoque de género, empleos verdes y economía digital.

Complementariedad

El sector crea vínculos de complementariedad entre el área rural y la ciudad, principalmente creando una oferta de alimentos saludables para la alimentación y el cuidado con el medio ambiente.

Alimentación saludable

Es posible visibilizar mejor los conocimientos tradicionales (mejora en las prácticas de producción de cosecha y postcosecha), fomentar la agricultura de base campesina, promover la transición de sistemas productivos sostenibles con adaptación al cambio climático e incentivar al cuidado de la salud, generando mayor conciencia en los consumidores sobre alimentación saludable.

Empoderamiento

Existe una relación positiva de asociatividad de las mujeres cuentapropistas comerciantes, con la utilización responsable de los recursos naturales y la sostenibilidad del emprendimiento, fomentando el empoderamiento, a través de la reducción de brechas educativas y salariales.

Cambio climático

Un potencial crecimiento del sector agroecológico podría, indirectamente, reducir las compras de agroquímicos, logrando una transición a sistemas de producción agroecológicas más resilientes y con adaptación al cambio climático.

Responsabilidad social

El buen funcionamiento del emprendimiento sostenible puede ser replicado en otros municipios del país, donde las principales tareas deban considerar la protección al consumidor, y la valoración del mercado a través de productos con responsabilidad social y medioambiental.

Consumo responsable

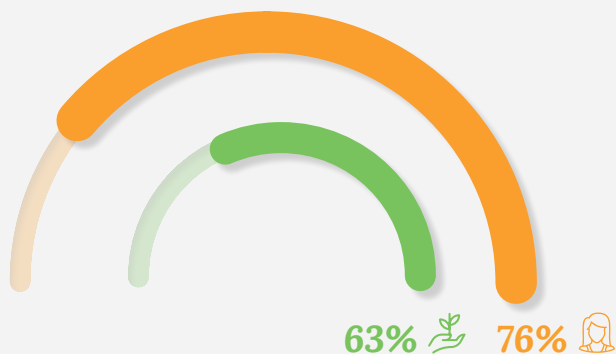
Además, su implementación en el sector mostrará a las mujeres como agentes de cambio en el consumo responsable de recursos naturales y nuevos hábitos alimenticios en la sociedad.

¿Cuáles son las características del mercado laboral?

El mercado laboral requiere más consolidación. El sector requiere una mayor articulación entre la producción, la comercialización y el consumo. Por ejemplo, **las familias productoras requieren canales cortos de venta para acceder a nuevos mercados.**

La **comercialización está concentrada en mujeres**, que representan el **76%** (altiplano, valles-trópico, y valle-chaco altiplano), y el **63% de los ingresos** de las mujeres productoras provienen de la **comercialización de productos agroecológicos**.

La comercialización de canales cortos de venta puede ser potencialmente implementados a través de dos vías:



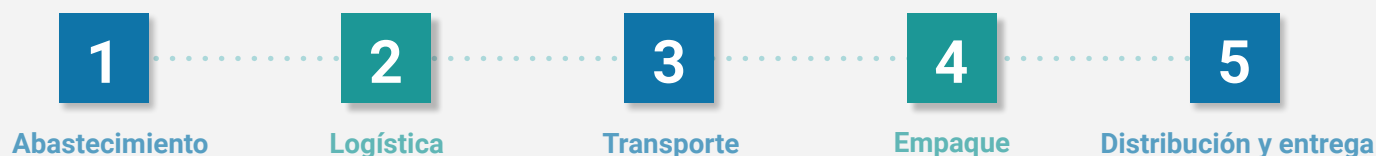
Espacios verdes o espacios de productos agroecológicos.



Tiendas virtuales o venta on-line de productos agroecológicos.

¿Cuáles son los eslabones que componen su cadena de valor?

La cadena de valor para el comercio de productos agroecológicos muestra cinco eslabones:



Sin embargo, la cadena de valor debe ser acompañada por funciones de apoyo como ser:



Por tanto, las mujeres cuentapropistas pueden implementar el funcionamiento de esta cadena de valor desde su abastecimiento de alimentos disponibles por parte de las familias productoras hasta la distribución y entrega al consumidor final.



¿Qué barreras de entrada tiene actualmente el sector?

Existen necesidades crecientes de búsqueda de canales cortos de venta, debido a la escasa visibilidad de los productos agroecológicos.

Existe ausencia de promoción por parte de las entidades públicas locales y regionales. Se requiere un apoyo constante en la promoción y visibilidad de productos agroecológicos.

El actual sistema de distribución de alimentos agroecológicos tiene canales de distribución limitados, baja visibilidad de sus productos frente al gran volumen de alimentos del sistema productivo convencional, difícil acceso a los mercados y existencia de una brecha digital para efectuar negocios en línea.

Existen barreras bajas para la comercialización de estos productos, debido a que son los productores quienes requieren canales cortos de venta. Estas bajas barreras podrán ser aprovechadas con el aprendizaje de técnicas básicas de mercadeo, conocimiento de medios digitales, desarrollo de capacidades en el uso de dispositivos, manejo de redes sociales y desarrollo de vínculos asociativos con los productores.

Las crecientes necesidades de financiamiento para la implementación de emprendimientos pueden ser resueltos mediante esquemas asociativos entre los pequeños productores y las comercializadoras del grupo meta, a fin de ser sujetos de financiamiento.

Se tienen ventajas comparativas frente a la producción convencional de alimentos. Sin embargo, los sistemas productivos bajo principios agroecológicos brindan una mejora en el rendimiento de los suelos, amplía la diversificación de producción, es sostenible, refuerza la seguridad alimentaria de las familias productoras, incrementa sus ingresos y se adapta al cambio climático.

¿Qué cuellos de botella presenta el sector?

1

Tanto el contrabando como la importación legal de productos agrícolas (principalmente papas, legumbres, hortalizas, frutas y otros), afecta directamente a los márgenes de ganancias de productores y comercializadoras locales.

2

El acceso a servicios de financiamiento para la pequeña producción, la ausencia de políticas de promoción de los productos y el consumo.

3

Los productos son perecederos, por ello la búsqueda de canales cortos de venta o centros de consumo.

4

La regulación, los procedimientos, las autorizaciones y los trámites burocráticos son también cuellos de botella que se deben enfrentar en un proceso de comercialización de productos agroecológicos.

5

Los productores obtienen un capital semilla a través del microcrédito, lo que los obliga a desarrollar adicionalmente actividades comerciales. No existe un monitoreo del desempeño productivo y más bien existe una amplia gama de tiendas informales de sus productos.

¿Cómo pueden las mujeres cuentapropistas trabajar o emprender en este sector?



Las mujeres cuentapropistas, como agentes comercializadores, se deben involucrar en el cumplimiento del principio agroecológico. Es necesario asegurar que los productores cumplan con los principios agroecológicos y garanticen la trazabilidad e inocuidad de los productos que circulan.

Se trata de generar canales cortos de comercialización, bajo esquemas asociativos de mujeres cuentapropistas que generan valor a través de su forma de comercialización, sea física o desde la economía digital.

Desarrollar el involucramiento en emprendimientos formales que promuevan la agricultura periurbana bajo principios agroecológicos, como son los huertos o patios productivos. Estos espacios permiten contribuir a la economía de las familias y comunidades, a través de una buena alimentación.

Considerar el emprendimiento bajo un enfoque de cadena de valor, donde el eslabón de la distribución y/o comercialización pueda ser explotado para generar empleo e ingresos.

Cumplir regulaciones, certificaciones, sellos verdes y trazabilidad, requeridos por la normativa nacional son algunos de los requerimientos que las mujeres cuentapropistas deben cumplir.



Organización
Internacional
del Trabajo

