



**EVALUACIÓN EXTERNA DEL PROYECTO**

**Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la  
seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía  
alimentaria en los territorios andinos**

**(DCI-FOOD/2010/230-269)**

**Julio Prudencio Böhr**

**La Paz, diciembre 2013**

## INDICE

### RESUMEN EJECUTIVO

### ABREVIACIONES

- I. INTRODUCCIÓN
- II. ANTECEDENTES
- III. RESULTADOS
  - 3.1. El cumplimiento del Resultado 1
  - 3.2. El cumplimiento del Resultado 2
  - 3.3. El cumplimiento del Resultado 3
- IV. LA GESTIÓN DEL PROYECTO Y SU FUNCIONAMIENTO
  - 4.1. La pertinencia y relevancia
  - 4.2. La efectividad
    - 4.2.1. Acerca de la concepción del proyecto
    - 4.2.2. Sobre la estructura institucional
    - 4.2.3. Sobre la planificación-ejecución de las actividades
    - 4.2.4. Sobre la comercialización en los mercados y ferias
    - 4.2.5. Sobre las investigaciones (Resultado 1)
    - 4.2.6. Sobre el apoyo a las organizaciones de productores (Resultado 2)
    - 4.2.7. Sobre la incidencia en propuestas de políticas (Resultado 3)
  - 4.3. La ejecución presupuestaria y la eficiencia de los recursos
    - 4.3.1. La ejecución presupuestaria
    - 4.3.2. La eficiencia en la utilización de los recursos financieros
- V. LOS EFECTOS
  - 5.1. El caso de Bolivia
  - 5.2. El caso del Perú
  - 5.3. El caso del Ecuador
- VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
  - 6.1. Conclusiones generales
  - 6.2. Conclusiones específicas
  - 6.3. Debilidades y retos
  - 6.4. Recomendaciones generales

### BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

### ANEXOS

- Anexo 1. Marco Lógico de Intervención del Proyecto
- Anexo 2. Resultados del proyecto en cada país
- Anexo 3. Términos de referencia
- Anexo 4. Cuestionario entrevistas por actores
- Anexo 5. Cronograma de visitas
- Anexo 5. Lista de personas entrevistadas

## ÍNDICE DE CUADROS

**Cuadro No. 1. Indicadores del Objetivo General**

**Cuadro No. 2. Indicadores del Objetivo específico**

**Cuadro No. 3. Indicadores del Resultado 1**

**Cuadro No. 4. Indicadores del Resultado 2**

**Cuadro No. 5. Indicadores del Resultado 3**

**Cuadro No. 6. Total ejecución presupuestaria del proyecto 2011-2013**

**Cuadro No. 7. Grado de eficiencia de los indicadores de resultados**

**Cuadro No. 8. Comercialización de los productores de la zona media del Cusco**

**Cuadro No. 9. Incremento en la producción comercializada**

**Cuadro No. 10. Determinación de los costos de producción**

**Cuadro No. 11. Relación de precios de venta del productor y del consumidor**

## RESÚMEN EJECUTIVO

La evaluación externa del proyecto Regional Andino “Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía alimentaria en los territorios andinos” fue encargada por AVSF y se realizó entre noviembre 2013 enero del 2014, por Julio Prudencio B. profesional externo al proyecto y con experiencia afín a la evaluación.

Los objetivos principales de la evaluación eran:

1. Evaluar la pertinencia de la propuesta de intervención del proyecto Mercados campesinos y de las estrategias implementadas por el proyecto en cada uno de los 3 países de intervención.
2. Evaluar la calidad de las acciones y metodologías implementadas.
3. Cuantificar y calificar los alcances logrados y el impacto de la acción en relación a los resultados y objetivos esperados del proyecto.
4. Medir la eficiencia en el uso de los recursos atribuidos al proyecto.
5. Analizar la sostenibilidad de los procesos y evaluar las capacidades de los socios ejecutores para la consolidación de los servicios introducidos y el acompañamiento de las organizaciones.
6. Analizar las estrategias y la factibilidad de continuidad al trabajo desarrollado por el proyecto Mercados campesinos.

La evaluación comprendió las fases de análisis de documentos y bibliografía del Proyecto, preparación de los instrumentos de la evaluación, trabajo de campo que consistió en visitas a las diferentes regiones de ejecución del proyecto (La Paz, Cochabamba y Tarija en Bolivia; Cusco, Lima y Huancavelica en el Perú; y las provincias de Imbabura, Pichincha y Azuay en el Ecuador), procesamiento de la información, y la redacción del informe final.

El evaluador ha comprobado elevados niveles de satisfacción y valoración de parte de las familias participantes del proyecto en los tres países y ha verificado un espectro de diversos efectos en la producción, alimentación, en las organizaciones, efectos socioculturales y otros, y también en el ámbito económico-productivo.

### Principales conclusiones

1. El tema de la comercialización alternativa es muy importante en los tres países, no sólo porque fue poco estudiado y analizado en el pasado, sino porque actualmente constituye una alternativa adecuada a la problemática de la intermediación comercial.
2. La experiencia de AVSF de implementar y apoyar un Programa Regional en tres países de la región andina sobre circuitos cortos como alternativa es un aporte muy importante a la problemática de la comercialización en general pues permite no sólo *incentivar, rescatar y apoyar experiencias* únicas que están implementando las organizaciones indígenas campesinas en torno a la comercialización, sino que también facilita el *conocimiento y el intercambio de esas experiencias* en las diversas regiones de los tres países involucrados.
3. El Proyecto – a través de las diversas acciones desarrolladas por las instituciones y organizaciones – está logrando que desde la economía indígena campesina se propongan y planteen alternativas y prácticas eficientes, no sólo para una comercialización más directa sino

también para la recuperación y revalorización del intercambio de productos, para la recuperación de los productos tradicionales que se estaban perdiendo, para la preservación de los recursos genéticos, de los saberes andinos, de las prácticas y tecnologías tradicionales, y de la biodiversidad entre otros, resaltando que eso se logra por una activa participación de la población a través de sus organizaciones.

4. El Proyecto tiene una directa incidencia con los principales actores del desarrollo de cada lugar/región donde se implementa. Por un lado, está fortaleciendo la capacidad de los productores y de sus organizaciones indígenas campesinas para participar no sólo (y directamente) en el escenario de la comercialización sino también en el debate de las agendas regionales y locales, con planteamientos y propuestas adecuadas respecto a la comercialización alternativa. Por otro lado, está incidiendo en las autoridades locales y regionales reforzando la sensibilización y capacitación en elaboración de propuestas y políticas sobre la comercialización directa, lo cual se traduce también en inversiones de capital que están empezando a realizar esas instancias gubernamentales.

5. El Proyecto tiene una serie de efectos en la generación de ingresos económicos de las familias, en el aumento de la producción y diversificación de los productos, en el consumo de alimentos, en el intercambio de productos y conservación de semillas, en los precios de venta, en el rescate de productos tradicionales, en la generación de empleo, freno de la migración y otros, aspectos que no sólo contribuyen con el mejoramiento del bienestar de las familias sino también con la adecuación de políticas gubernamentales/municipales y con el logro del Objetivo 1 del Desarrollo del Milenio (ODM) (Erradicar la pobreza extrema y el hambre, reduciendo a la mitad la proporción de personas que sufren hambre y que tienen ingresos inferiores a un dólar/día, y conseguir pleno empleo para todos, incluyendo mujeres y jóvenes).

6. La capacitación a líderes y productores ha resultado muy útil no sólo mediante charlas/conversatorios y talleres sobre las diversas temáticas (gestión, autoestima, ventas, transformación de productos, manejo, etc) sino también mediante el intercambio de experiencias (y materiales de capacitación) que fue muy valorada por los beneficiarios.

7. Las diversas acciones del Proyecto están beneficiando principalmente a las mujeres no sólo mediante su capacitación en técnicas agrícolas y procesamiento de alimentos que les permite una mayor incorporación a las ferias/mercados campesinos (que les genera ingresos económicos y aporte al presupuesto familiar) sino también a través de una mayor autoestima, autovaloración, pérdida de timidez, mayor participación en sus organizaciones, mayor liderazgo y otros.

#### **Conclusiones específicas**

8. En el caso del proyecto en Bolivia, resultó muy corto su tiempo de implementación, sobre todo porque no existieron desde AVSF y las instituciones socias, acciones previas sobre la temática. En la actualidad, recién se están planteando las posibilidades para la venta directa por parte de los productores, lo cual supone todavía trabajo por realizar.

9. El apoyo financiero directo brindado por el Proyecto Mercados Campesinos a diversos emprendimientos ha sido de gran ayuda no sólo porque permitió estructurar procesos de

transformación y procesamiento de productos sino también porque permitió apalancar recursos financieros de otras instituciones y organismos.

10. En el caso del Perú, las alianzas logradas por el Proyecto Mercados Campesinos con otras instituciones de la sociedad civil les permitieron cumplir adecuadamente la serie de actividades programadas en el tema de la comercialización directa campesina.

11. A diferencia de las otras regiones, en el Cusco (Huancará) ya se pueden notar claramente los efectos e impactos de la comercialización directa en la población, en la incidencia de políticas, en la participación de la población y en otros aspectos.

12. En el caso del **Ecuador**, la configuración de los circuitos cortos de comercialización ha contado con el apoyo de la implementación de anteriores proyectos que enfatizaron en la producción, riego, participación y otros vinculados a la temática, lo que facilitó y consolidó los avances realizados en el tema de la comercialización directa.

### **Recomendaciones**

Las principales recomendaciones generales de la evaluación se centran en los siguientes aspectos:

1. El proyecto ha abordado un tema muy importante en los tres países como es el de la comercialización, y logrado establecer una cierta institucionalidad regional. Sería muy oportuno y adecuado sostener, en ese marco, la red (de instituciones y organizaciones) que se ha creado, terminando ciertas actividades inconclusas y asegurando la continuidad de otras hasta alcanzar los resultados previstos. De igual manera, continuar la consolidación y propagación de las ferias así como los talleres de capacitación y análisis con la participación de los actores, y la formación de jóvenes investigadores insertos en el marco del Proyecto.

2. El tema de las ferias/mercados campesinos debe continuar trabajándose en los tres países del área andina, ya que es una temática importante por la serie de implicaciones que tiene. Sin embargo, es fundamental vincularla estrechamente con la temática de la producción ecológica que se presenta como una alternativa a la seguridad y soberanía alimentaria, así como a la alimentación adecuada y al medio ambiente.

3. Complementariamente, el tema de la agroecología practicado ya por muchos agricultores como se analizó, debe ser más difundido/divulgado/propagado a nivel de las instancias gubernamentales (municipales, regionales y nacionales) para obtener un mayor apoyo político, técnico, financiero, comercial, comunicacional.

4. Los aliados estratégicos del proyecto (organizaciones de productores campesinos) mantienen un fuerte interés por la temática propuesta (comercialización directa), por lo que sería conveniente ampliar y profundizar acciones, y consolidar lo avanzado. Esto supone también enfatizar en las investigaciones sobre los recursos naturales y su aplicación/utilización adecuada, y la recuperación de las costumbres, tecnología, prácticas agrícolas, intercambios, usos, y otros aspectos que caracterizan a la economía campesina e indígena.

## ABREVIACIONES

APEGA	Asociación Peruana de Gastronómicos
OECAS	Organizaciones Económicas Campesinas
FICI	Federación Indígena y Campesina de Indaburu (hoy llamada Federación de Pueblos Kichwas de la Sierra Norte del Ecuador)
AOPEB	Asociación de Organizaciones de Productores Ecológicos de Bolivia
RENACC	Red Nacional de Economía
CEPES	Centro de Estudios Peruanos
SAySOBAL	Seguridad Alimentaria y Soberanía Alimentaria
SIPAE	Sistema de Investigación sobre la Problemática Agraria en el Ecuador
SPG	Sistema Participativo de Garantía
AART	Asociación de Apicultores de la Reserva Natural de Turiquia
AMLECO	Asociación de Módulos Lecheros de Cochabamba
UNABENI	Unión de Asociaciones Bananeros del Beni
CORACA/Aiquile	Corporación Regional Campesina de Aiquile
UAC	Unidades Académicas Campesinas
BANABENI	Bananeros del Beni
OTBs	Organizaciones Territoriales de Base
PMC	Proyecto Mercados Campesinos
ARPAC	Asociación Regional de Productores Agropecuarios del Cusco.
CENATE	Centro Nacional de Tecnología para la Industria
CEDIR	Centro de Desarrollo e Investigación Rural
RAA	Red Agroecológica del Austro
POA	Plan Operativo Anual
EMAPA	Empresa de Apoyo a la Producción Agropecuaria
UNALM	Universidad Nacional Agraria La Molina
UNCP	Universidad Nacional del Centro del Perú
UNP	Universidad Nacional de Piura
PUCP	Pontificia Universidad Católica del Perú
IPDRS	Instituto Para el Desarrollo Rural de Sudamérica
CEPAL	Comisión Económica para América Latina
IICA	Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
FAO	Food Agricultural Organization

## **I. INTRODUCCIÓN.**

La evaluación externa del Proyecto Regional Andino “Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía alimentaria en los territorios andinos”, llamado también “Mercados campesinos”, ha sido encargada por AVSF y se realizó entre noviembre/2013 y enero/2014 en las regiones de Cochabamba, La Paz y Tarija (Bolivia); Cusco, Lima y Huancavelica (Perú); e Imbabura, Pichincha, Azuay, (Ecuador) principales territorios de implementación del proyecto.

Al final de los 3 años de su ejecución, el Proyecto Mercados Campesinos requería de una mirada externa sobre su desempeño mediante una evaluación final, para lo cual se plantearon, en los términos de referencia (ver Anexo 1), los objetivos siguientes:

1. Evaluar la pertinencia de la propuesta de intervención del proyecto Mercados campesinos y de las estrategias implementadas por el proyecto en cada uno de los 3 países de intervención.
2. Evaluar la calidad de las acciones y metodologías implementadas.
3. Cuantificar y calificar los alcances logrados y el impacto de la acción en relación a los resultados y objetivos esperados del proyecto.
4. Medir la eficiencia en el uso de los recursos atribuidos al proyecto.
5. Analizar la sostenibilidad de los procesos y evaluar las capacidades de los socios ejecutores para la consolidación de los servicios introducidos y el acompañamiento de las organizaciones.
6. Analizar las estrategias y la factibilidad de continuidad al trabajo desarrollado por el proyecto Mercados campesinos.

La evaluación ha puesto especial interés en el análisis de la pertinencia y relevancia de las acciones; en la efectividad; la sostenibilidad de las acciones; la coordinación y también la valoración de los efectos que tiene el proyecto, lo que por otro lado permitió precisar los riesgos y desafíos del proyecto.

La evaluación ha comprendido diferentes fases de trabajo:

- i) Análisis de documentos, evaluaciones, informes y diversa bibliografía del proyecto implementado en cada uno de los tres países.
- ii) Preparación de los instrumentos de la evaluación como el diseño de los cuestionarios según las instituciones y los actores (Anexo 2).
- iii) Trabajo de campo que consistió en realizar las visitas a las experiencias desarrolladas (Anexo 3, cronograma de visitas) en las diversas regiones de los tres países; reuniones y entrevistas con el personal directivo y técnico de AVSF, y de las contrapartes institucionales; charlas/conversatorios y entrevistas con los líderes/directivos de las diferentes organizaciones de productores y con los beneficiarios del proyecto; con representantes de instituciones de desarrollo y universidades, y con ejecutivos de las diversas instancias gubernamentales (gobiernos y municipios) (Anexo 4, personas entrevistadas).



iv) Trabajo de gabinete que permitió analizar la información recogida en cada país y en cada organización/institución;

v) Procesamiento y sistematización de la información, y redacción/preparación del informe preliminar para su posterior análisis y discusión con las diferentes instituciones;

vi) Recopilación de las diferentes apreciaciones institucionales e incorporación al Informe final, y presentación de éste.

De acuerdo a la propuesta, la evaluación combinó enfoques inductivos y deductivos, y técnicas participativas de evaluación dado que partió de lo general de los documentos institucionales y del proyecto, y a la vez estudió las características particulares de las acciones en cada país, recogiendo las apreciaciones de los diversos actores (beneficiarios, equipos técnicos del proyecto, representantes de las organizaciones de productores, y de instituciones gubernamentales) a través de entrevistas y constataciones in situ, en cada una de las regiones de La Paz, Cochabamba y Tarija (Bolivia), como también en las regiones del Cusco, Lima y Huancavelica (Perú) y en las provincias de Imbabura, Pichincha y Azuay (Ecuador).

Lo anterior se complementó con información proporcionada por el personal del proyecto que opera en cada país en base a una conversación y reflexión realizada en cada oficina regional y visitas de campo.

Asimismo, se solicitó y revisó información secundaria pertinente de cada una de las instituciones: informes técnicos de avance, líneas de base, informes económicos, investigaciones, documentos producidos y otros, los que han servido para constatar afirmaciones de avance de cada uno de los componentes.

Para el desarrollo de la evaluación, el evaluador contó con amplias facilidades, apoyo, reflexiones críticas, transparencia y total apertura/desprendimiento de parte de las instituciones ejecutoras del proyecto en cada uno de los países, es decir, de las oficinas regionales de AVSF en cada país junto a las instituciones ejecutoras y organizaciones socias como CIOEC, AOPEB, RENACC (Bolivia); CEPES (Perú); y SIPAE, CEDIR, o la Chijalta FICI (Ecuador).

El apoyo recibido y la desprendida actitud de esas instituciones/organizaciones es necesario destacar pues significa que en su conjunto se concibió la evaluación como un proceso de aprendizaje mutuo, tratando de medir el éxito del trabajo, e indagando en qué medida se lograron generar efectos por la implementación del proyecto en cada región y en cada país.

Todo esto fue muy positivo para el desarrollo de la evaluación y permitió al evaluador, no sólo realizar el trabajo adecuadamente, sino también enriquecerse con el conocimiento de las diferentes realidades rurales, institucionales y humanas que presenta cada país

Finalmente, el consultor expresa su agradecimiento a AVSF y a cada una de las instituciones-organizaciones mencionadas, y espera y desea que esta evaluación les sea de utilidad.

## II. ANTECEDENTES

El Proyecto Regional Andino “Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía alimentaria en los territorios andinos – Mercados campesinos”, se desarrolla en Bolivia, Perú y Ecuador. Este proyecto busca, con el apoyo de la investigación, acompañar, fomentar y promover políticas a favor de alternativas de comercialización asociativa de los productos campesinos, y contribuir a la soberanía alimentaria de los países andinos.

El proyecto desarrolla tres ejes de trabajo:

- Generar investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria.
- Consolidar iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales.
- Difundir y debatir la información estratégica generada y elaborar propuestas de políticas públicas.

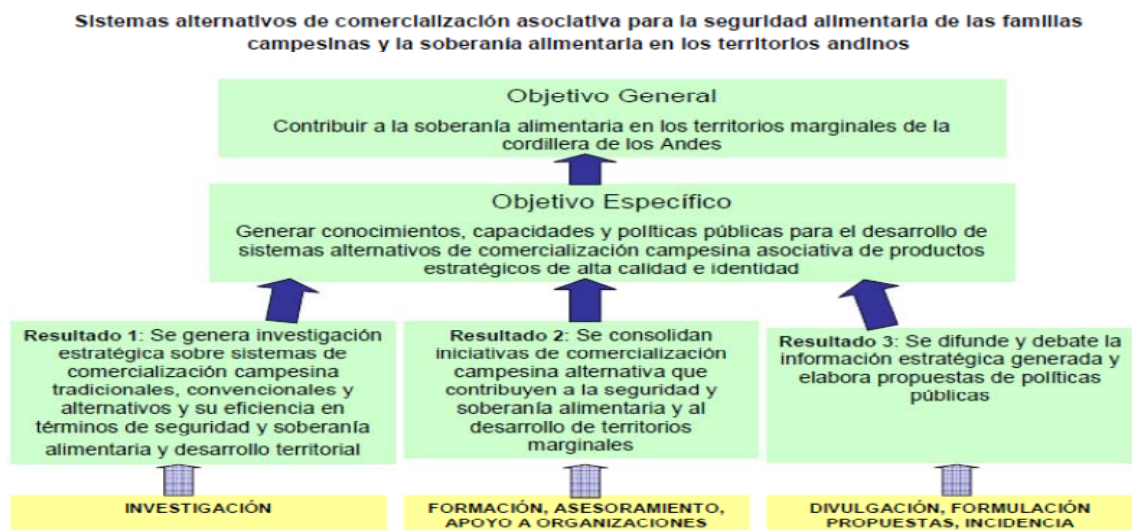
El proyecto mercados Campesinos se ejecuta durante 36 meses desde enero 2011 a diciembre 2013 y cuenta con un presupuesto total de 2.515.000 euros. La acción está siendo financiada en un 90% por la Comisión Europea, y los 10% restantes son aportados por AVSF y sus socios mediante fondos propios o desde acciones complementarias financiadas por entidades públicas o privadas.

Para ejecutar el proyecto Mercados campesinos, AVSF se ha asociado a 4 socios europeos y andinos especializados en investigación agraria, soberanía alimentaria e incidencia política: la escuela superior agronómica Agrocampus Ouest en Francia, el sistema de investigación de la problemática agraria del ecuador (SIPAE), la asociación de organizaciones de productores ecológicos de Bolivia (AOPEB) y el centro peruano de estudios sociales (CEPES).

A nivel de redes y organizaciones involucradas, el proyecto está apoyando 5 redes nacionales así como 24 organizaciones y 7.000 familias en 10 territorios de los países andinos.

Un esquema del proyecto se presenta a continuación:

### Esquema del proyecto MC



Fuente: Dietsch L. et Beauval V. 2012

También hay que resaltar que cada uno de los resultados esperados conlleva una serie de indicadores y actividades (sobre los detalles, ver el Marco Lógico de Intervención del Proyecto. Anexo 1).

### III. RESULTADOS.

Considerando los planteamientos iniciales en el Marco Lógico del proyecto, el análisis a nivel de las actividades realizadas<sup>1</sup> muestra los siguientes resultados, considerando los objetivos.

#### **Objetivo general:**

*Contribuir a la soberanía alimentaria en los territorios marginales de la cordillera de los Andes*

Para el logro del objetivo general, el proyecto ha planteado *dos indicadores:*

*. 7000 familias campesinas mejoran sus ingresos y ofertan alimentos de calidad y accesibles en sus territorios a los consumidores urbanos*

*. Existe un espacio regional amplio de intercambio y debate sobre la soberanía alimentaria*

**Cuadro No. 1**  
**Indicadores del Objetivo general**

Planteamiento	Indicadores	Evaluación final
---------------	-------------	------------------

<sup>1</sup> El análisis que se realiza a continuación corresponde al cuadro No. 1 del Anexo 2, referido a los 3 Resultados del proyecto en cada país, según las actividades programadas y sus respectivos resultados durante el transcurso de toda la ejecución del proyecto. Un análisis complementario a esta serie de actividades de los tres Resultados, también se presenta en capítulos posteriores, aunque desde una perspectiva general y no tan específica a cada actividad.

Objetivo general	Planteados	Logrados	Comentarios	Valoración
Contribuir a la soberanía alimentaria en los territorios marginales de la cordillera de los Andes.	7000 familias campesinas mejoran sus ingresos y ofertan alimentos.	Más de 7.000 familias	Según informes anuales del PMC, se sobrepasó la cifra inicial.	100%
	Espacio regional amplio de intercambio y debate sobre la soberanía alimentaria.	Se amplió el espacio de intercambio y debate de SOBAL.	Se amplió el espacio en cada región, sobre todo en Perú y Ecuador ya que las mujeres que comercializan sus productos, están incursionando cada vez más en otros mercados (nuevos).	100%

Respecto al número de familias campesinas que han mejorado sus ingresos y ofertas de alimentos, resulta muy difícil determinar/medir la cifra por la dimensión; sin embargo, los diferentes informes anuales del proyecto muestran cifras que sobrepasan en 10.8% (7.759) el número de familias beneficiarias durante el primer año de ejecución y en 1% en el 2do año, llegando a un total de 7.071 familias (2.939 familias, 3 regiones y 8 organizaciones en el Perú; 7 organizaciones, 4 provincias y 2.587 familias en el Ecuador, y 3 departamentos, 9 organizaciones y 1.545 familias en Bolivia).

De igual manera, por las entrevistas realizadas, se permite afirmar que el PMC ha tenido un impacto en la diversificación productiva de las familias lo que permite tener una mayor disponibilidad de alimentos para la alimentación del hogar y también para la comercialización, lo que también repercute en los consumidores urbanos.

Luego de realizadas las visitas de campo y la serie de entrevistas en las diferentes regiones donde se implementa el proyecto, se verificó que hay un espacio de debate sobre la soberanía alimentaria y de intercambio de productos, espacio que se amplía con la participación y movilización de los productores según las declaraciones de los diferentes entrevistados.

El espacio de debate se circunscribe al interior del equipo del PMC en cada país, ya sea con los técnicos de AVSF, los técnicos de las instituciones socias y los tesisistas/investigadores, sobre todo en los temas de comercialización, mercados locales, soberanía y otros específicos a cada situación/localidad.

Pero esa discusión y análisis sobre los temas señalados han trascendido ese ámbito circunscrito al proyecto y se han difundido un poco más con otros actores y en otras localidades (instituciones gubernamentales, universidades, proyectos/ONGs, y otros) a través de seminarios/talleres, las propias investigaciones/tesis, programas radiales, cuadernillos, publicaciones y otros.

En ambos casos, el PMC ha colaborado con una mayor difusión sobre la temática y ha fortalecido la capacidad de análisis, el debate y el intercambio de criterios.

También es cierto de que a pesar de esos esfuerzos y logros, no se ha logrado crear o consolidar un espacio regional de intercambio y debate sobre la soberanía alimentaria, no sólo por una baja participación por parte de las entidades regionales y multilaterales (CAN, CEPAL, FAO) como plantea el coordinador general del PMC, sino sobre todo por la carencia de una decisión política de los gobiernos nacionales – a pesar de los discursos de soberanía alimentaria del Ecuador y Bolivia sobre todo – que se manifieste en decididos apoyos técnicos y financieros hacia proyectos que permitan alcanzar mayor soberanía alimentaria en sus propios países (apoyo a la economía familiar campesina y al procesamiento de productos internos, mayor impulso al intercambio de semillas tradicionales, preferencias en las compras estatales a productos de origen campesino,

limitación en el uso de agroquímicos y prohibición de transgénicos entre otros). Sino hay esa decisión política a nivel de cada país, menos habrá a nivel de la región.

Respecto al intercambio de productos, según los propios productores entrevistados (al menos en Ecuador y Perú), el espacio de intercambio de productos se ha visto incrementado con el proyecto pues cada día son más los productos rescatados/intercambiados/comercializados y más las zonas y regiones involucradas de donde proceden los productores; lo cual supone a su vez mayor movilización social de las organizaciones, que todavía necesitan mayor apoyo y sostén para estructurar mejor sus organizaciones.

Por otro lado, para el logro del objetivo general, el proyecto ha planteado un objetivo específico relacionado a los aspectos de conocimiento, apoyo e incidencia política, con tres resultados, cada uno de los cuales con diversas actividades/indicadores, a través de los cuales se pretende mostrar el grado de alcance del objetivo general.

**Objetivo específico:**

*Generar conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización campesina asociativa de productos estratégicos de alta calidad e identidad.*

Para el logro del objetivo específico se han planteado tres *indicadores*:

- . 10 políticas públicas locales y nacionales incorporan propuestas generadas de fomento a la comercialización campesina y la soberanía alimentaria.
- . 27 organizaciones o agrupaciones campesinas territoriales mejoran sus capacidades de implementación de estrategias comerciales alternativas
- . SIPAE, CEPES y AOPEB mejoran en un 10% su capacidad de investigación, divulgación, formación e incidencia reflejada en su Índice de Fortalecimiento Institucional

**Cuadro No. 2**  
**Indicadores del Objetivo específico**

Planteamiento objetivo específico	Indicadores		Evaluación final	
	Planteados	Logrados	Comentarios	Valoración
Generar conocimientos, capacidades y políticas públicas	10 políticas públicas incorporan propuestas de fomento a la comercialización.	9 políticas y acciones logradas en los 3 países relativos a marcos jurídicos, compras estatales y otros.	Diversos apoyos a elaboración de las políticas públicas en cada país: Perú: Aprobación de la Ordenanza Regional de SOBAL en Piura; Predictamen respecto a ley del Derecho a la Alimentación en la Comisión Agraria de Inclusión Social del Congreso; Propuesta para la Ordenanza regional sobre SAySOBAL en la Dirección Regional de Junin; apoyo al establecimiento de Mesa de Trabajo con Ministerio de Agricultura para reglamentación 29676 sobre promoción del mercado de productores campesinos. Ecuador: Apoyo a la construcción de la Ley de agro biodiversidad y semillas; apoyo a la elaboración de	90%

			2 ordenanzas para la sierra norte; fortalecimiento de la Dirección General de redes de comercialización en el MAGyP. Bolivia: Apoyo en la elaboración de la Ley de OECAS y OECOMS y en su reglamentación/difusión; apoyo en elaboración Carta Orgánica de Achocalla e incidencia para lograr enfoque agroecológico; apoyo a elaboración del Plan Departamental (Tarija) en los componentes de agroecología y apoyo a los mercados campesinos.	
	27 organizaciones mejoran sus estrategias comerciales alternativas	20 organizaciones registradas (según Línea de Base) mejoran sus estrategias.	Se apoya a las organizaciones en la elaboración de planes y diagnósticos de comercialización, asesoramiento y con los fondos de inversión, lo que les permitió mejorar sus estrategias comerciales alternativas.	74%
	SIPAE, CEPES y AOPEB mejoran en un 10% su capacidad de investigación, divulgación, formación e incidencia	Las instituciones declaran mejoría pero no otorgan un porcentaje de avance.	Resulta difícil afirmar que se logró ese porcentaje de mejora ya que no hay indicadores precisos al inicio y al final del proyecto, para realizar esa medición.	-

Como Políticas Públicas se pueden considerar todos aquellos estudios, investigaciones, análisis y planteamientos relativos a los marcos jurídicos, legislaciones y propuestas para alcanzar la seguridad alimentaria y la soberanía. En ese sentido, el PMC (como muestran las actividades registradas en el punto 1.4. en el cuadro No. 1 del Anexo) en cada país ha elaborado una serie de planteamientos y efectuado apoyos diversos.

Respecto al segundo indicador, la evaluación verificó que para todas las organizaciones participantes, el proyecto ha significado una mejora en sus capacidades de implementación de estrategias de comercialización. En Bolivia por ejemplo, el PMC apoyó la elaboración de planes de comercialización (UNABENI); planes de diagnóstico comercial (AART/Tarija); planes de diagnóstico para el fondo de inversiones (AMLECO/CORACA Aiquile y otras) y también en la elaboración de una red de mercados y ferias campesinas (AOPEB/CIOEC). En el Perú se apoyó a la elaboración de planes de negocio para acceder a los fondos del Estado (coop. NORANDINO por ejemplo) y se asesoró en la implementación del Fondo de Inversiones para consolidar iniciativas de comercialización; mientras que en el Ecuador se apoyó a organizaciones para la elaboración de diagnósticos organizativos y estrategias comerciales alternativas (con resultados alentadores como por ejemplo, el incremento en las ventas de 1.1 millones \$us a 2.8 millones \$us en el 2012); como también apoyo con el fondo de inversiones para consolidar diversas iniciativas de comercialización alternativa.

Lo anterior se reafirma con las declaraciones de los diferentes productores entrevistados por la evaluación que señalan que sí hubo un incremento de las ventas. De igual manera, algunos datos no oficiales de reparticiones municipales señalan (por ejemplo en la feria de Huancaró del Cusco o el mercado de Cuenca) que cada semana hay un incremento en el valor de las ventas registradas.

Otro aspecto a considerar en este indicador es el relativo a que varias de las personas entrevistadas en Perú y Ecuador señalaron que el cambio climático (CC) afectó la producción de varios de sus cultivos y que el PMC no consideró ese aspecto. El CC representó en varios casos, una

pérdida de la producción agrícola de sus productos tradicionales por lo que tuvieron que incursionar en otros cultivos, lo que significó una diversificación productiva comercializable.

Respecto al tercer indicador, resulta también difícil para la evaluación verificar que las instituciones señaladas han mejorado en 10%, 15% o 50% su capacidad de investigación, divulgación, formación e incidencia ya que no hay un indicador inicial y posterior a la implementación del proyecto que pueda afirmar que hubo mejora o empeoramiento en los aspectos señalados, ni tampoco indicadores específicos que puedan señalar avances en cada uno de esos aspectos.

Lo que sí se puede afirmar es que el PMC ha significado para esas instituciones un beneficio ya que les ha permitido incursionar en un área de trabajo nueva como es la investigación (caso de AOPEB/Bolivia) y/o fortalecer sus investigaciones y análisis (Caso SIPAE/Ecuador y CEPES/Perú), fortaleciendo una nueva línea de investigación en un contexto difícil interna y externamente por la carencia de apoyo financiero para la investigación.

Resulta pues una oportunidad de investigación e incidencia al igual que un aprendizaje de la realidad investigada y de nuevas técnicas metodológicas; que sean conocidas por los gobiernos regionales/municipales/provinciales por las propuestas de políticas que hayan podido ofrecerles, e incidir en sus políticas. Por supuesto que también es un beneficio para la institución, al tener la oportunidad de realizar publicaciones y difundirlas, y mejor aún si pueden utilizarlas como material de apoyo a la formación de sus funcionarios y beneficiarios.

Un desafío que se les presenta a estas instituciones es la sostenibilidad financiera, en la fase post PMC, para continuar con las investigaciones, la formación/capacitación, publicaciones e incidencia en la temática de la comercialización.

Al igual que el objetivo general, el logro del objetivo específico es planteado a través de tres resultados relacionados a la generación de conocimientos, apoyo a las organizaciones de productores y formulación de propuestas para incidencia política, cada uno de ellos con una serie de indicadores y actividades.

### **3.1. El cumplimiento del Resultado 1.**

El resultado 1 fue planteado principalmente en términos relativos a la generación de conocimiento a través de investigaciones estratégicas como se plantea a continuación.

#### ***Resultado 1.***

***Se genera investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria y desarrollo territorial.***

Para el resultado 1 se han planteado 4 indicadores (y 11 actividades):

- . Tres diagnósticos nacionales de los circuitos de comercialización y soberanía alimentaria difundidos a un conjunto de actores

. 33 estudios de cadenas y mercados convencionales, de circuitos alternativos de comercialización campesina, de marcos jurídicos/legales y sistemas de certificación fortalecen capacidades de investigación de jóvenes investigadores andinos vinculados al proyecto

. 4 doctorados sobre cadenas agroalimentarias, sistemas de comercialización y soberanía alimentaria aportan metodologías y un reconocimiento de los enfoques del proyecto mediante artículos y participación en seminarios internacionales de investigación

. Los resultados de 36 investigaciones debatidos en comités de formulación y monitoreo de investigaciones conformados por las organizaciones campesinas, centros de investigación, ONG's y sector público

**Cuadro No. 3**  
**Indicadores del Resultado 1**

Planteamiento del Resultado 1	Indicadores		Evaluación final	
	Planteados	Logrados	Comentarios	Valoración
Generar conocimientos, capacidades y políticas públicas	3 diagnósticos nacionales de circuitos de comercialización y SOBAL, difundidos a los actores	3 diagnósticos	En cada país se elaboró un diagnóstico de comercialización y SOBAL, los cuales fueron difundidos a diversos actores constituyendo un aporte significativo para el conocimiento actualizado de la problemática.	100%
	33 estudios de cadenas y mercados, de marcos jurídicos y sistemas de certificación	49 estudios en total	Considerando la serie de estudios de cadenas, de comercialización, de marcos jurídicos y de sistemas de certificación descritos en las actividades 1.1; 1.3; 1.4 y 1.5 se sobrepasó el número de estudios considerados en el indicador. Aportes significativos en cada país, sobre todo para las organizaciones de productores que tienen acceso a información desconocida anteriormente.	100%
	4 doctorados sobre cadenas agroalimentarias	3 doctorados (de los cuales 2 todavía siguen en ejecución)	. Por sostener y defender la tesis final ante jurado (90%). . 2 doctorados locales todavía en ejecución (Bolivia y Ecuador, con 80% y 70% de avance respectivamente (*)) . 1 doctorado abandonado (0%)	60%
	36 investigaciones debatidas en Comités de formulación y monitoreo.	38 eventos de discusión	Considerando lo realizado en la actividad 1.7 se puede contabilizar más de 39 debates de las investigaciones y reuniones de los Comités de investigación, en los 3 países. Sobresale la conformación de los Comités de monitoreo como una instancia profesional y multidisciplinaria, de adecuado apoyo a la conformación de las investigaciones.	100%

(\*) Luego de las entrevistas con los doctorantes, se determinó ese grado de avance en sus tesis de doctorado.

Respecto a las actividades planteadas para el Resultado 1, éstas son las siguientes:



#### *Actividad 1.1.*

##### *Elaboración de las metodologías de análisis y evaluación de cadenas y sistemas de comercialización*

La serie de documentos elaborados en las tres regiones donde se implementa el proyecto, muestran que hubo una diversidad del material elaborado. Mientras en Bolivia se enfatizó en la elaboración de guías sobre diversas temáticas<sup>2</sup> para apoyar a las organizaciones de productores; en el Ecuador se apoyó la elaboración de metodologías de investigación para jóvenes investigadores<sup>3</sup>. En cambio en el Perú, se apoyaron estudios específicos a cadenas productivas y de transformación (quesos, papa, leche, lácteos).

Pero también hay que mencionar que sobresalen los esfuerzos por la elaboración de una sola metodología base para las investigaciones a aplicarse en los tres países donde se implementa el proyecto, metodología basada sobre todo en estudios de caso, trabajo de campo, entrevistas a los actores principales, abordando problemáticas actuales y concretas.

#### *Actividad 1.2.*

##### *Realización de 3 (1 x país) diagnósticos nacionales de los circuitos de comercialización de alimentos y soberanía alimentaria.*

Respecto a la realización de diagnósticos sobre la soberanía alimentaria y la comercialización, se pudo constatar la implementación de éstos en cada uno de los países, sin embargo no fueron publicados ni finalizados completamente en el caso de Bolivia y Perú.

Por otro lado, estos diagnósticos muestran que en cada país hay una concepción o asimilación diferente respecto a la seguridad alimentaria y la soberanía alimentaria. Por ejemplo, en el caso del Perú, los datos que reflejan el diagnóstico muestran que aún no se tiene una visión clara de la soberanía alimentaria en ese país. Por otro lado, esos diagnósticos muestran también algunos datos estadísticos, por ejemplo las crecientes importaciones de alimentos en Bolivia, que son contrarios al discurso de la soberanía alimentaria que plantea el gobierno.

Finalmente, estos documentos que deben ser actualizados permanentemente, debían ser discutidos y analizados/validados no sólo con las organizaciones de productores y actores del proyecto sino también con otros actores a nivel regional y nacional, por su importancia e implicancia en la formulación de políticas y programas generales.

#### *Actividad 1.3.*

##### *Realización de 15 estudios de evaluación de cadenas y mercados alimenticios convencionales y agroindustriales.*

El proyecto, en su conjunto, ha realizado una serie de estudios de cadenas y mercados alimenticios en una cifra (24) que supera lo programado inicialmente, abarcando una serie de temáticas según las demandas de los productores de las regiones (Circuitos de comercialización de diversas regiones, estudios sobre diferentes productos, análisis de empresas estatales que apoyan la producción de alimentos, la asociatividad en la producción y comercialización, y otros más), resaltando que la dimensión y profundidad de éstos estudios varía según la temática, el autor, el

---

<sup>2</sup> Acceso a mercados por parte de los productores, conformación de complejos ecológicos productivos, organización de ferias y otros.

<sup>3</sup> Aunque a la fecha de la evaluación no se habían sistematizado las metodologías de investigación

propósito y otros (algunos de los estudios son tesis de investigación traducidas a artículos, y otros solamente artículos).

*Actividad 1.4.*

*Realización de 6 estudios específicos de evaluación de marcos jurídicos, normas y sistemas de certificación.*

Esta actividad ha sido ampliamente abordada por los diferentes equipos de investigación en las tres regiones donde se implementa el proyecto, habiendo sido analizados y estudiados diversos aspectos jurídicos que representan aportes sustanciales en cada uno de los países donde se implementa el proyecto. Sobresale que en Bolivia, tres tesis de grado de la universidad fueron elaboradas con una perspectiva jurídica, lo cual representa un aporte al conocimiento de esas temáticas.

Sobresalen también los otros estudios que analizan temáticas importantes como las compras públicas de alimentos y las intervenciones estatales, las normas sanitarias, los sellos de calidad, los sistemas de certificación y otras temáticas importantes para la seguridad alimentaria en los tres países, que en su conjunto suman 13 estudios.

*Actividad 1.5.*

*Realización de 12 estudios participativos de evaluación de circuitos alimentarios alternativos.*

Los informes señalan que se ha cumplido más de lo programado en términos de la cantidad de estudios planteados (14 en total), con temáticas que abarcan temas específicos según la región. Por ejemplo, en Bolivia hay un mayor énfasis en los estudios relacionados con la producción ecológica (consumo de productos ecológicos, la inocuidad alimentaria, procedencia de los productos consumidos, los sistemas de producción ecológica versus los sistemas convencionales, la participación de mujeres en la producción ecológica, etc), mientras que en el Ecuador hay más énfasis a la problemática local, es decir, estudios específicos para determinadas provincias. En el Perú se hizo más énfasis en la comercialización y sus impactos, las compras públicas y en determinados productos alimenticios. En su conjunto, se realizaron 14 estudios

De todas maneras, la diversidad de los temas abordados enriquece la investigación, capacitación y enseñanza.

*Actividad 1.6.*

*Supervisión y financiamiento de 1 doctorado europeo y 3 doctorados locales.*

En los tres países donde se implementó el proyecto mercados campesinos, los doctorantes nacionales del Ecuador y Bolivia no han finalizado sus trabajos/tesis hasta ahora, por diversos motivos (lo cual se explica en el capítulo 4.2.5.) mostrando en términos generales, un retraso en la ejecución de esta actividad (según los doctorantes entrevistados, finalizarán esa actividad en el año 2014).

Respecto al doctorante en el Perú, según los funcionarios del PMC, existieron problemas desde el inicio. Primero con su elección y después fue irrelevante su participación en el proyecto, para posteriormente abandonar el trabajo sin justificación alguna e incumpliendo el compromiso asumido. Para subsanar esa carencia, el financiamiento destinado a este Doctorado ha sido

destinado a la elaboración de un informe sobre las dinámicas comerciales de la quinua a cargo de docentes de la Facultad de Economía de la UNALM.

Referente al doctorante europeo, según los funcionarios del PMC, éste logró un cumplimiento parcial de su investigación, culminando la fase de terreno y estando en la fase de redacción. La evaluación no tuvo acceso a documentación relevante sobre ese trabajo doctoral y tampoco se pudo realizar la entrevista correspondiente para su verificación y opinión del trabajo desarrollado bajo el patrocinio del proyecto.

#### *Actividad 1.7.*

*Organización-animación talleres de comités coordinación, monitoreo y debate de estudios y de comité nacional de investigación.*

La organización-animación de talleres de comités de coordinación, monitoreo y debate de estudios ha sido realizado en los tres países donde se implementó el proyecto, en talleres en base a las investigaciones realizadas en cada equipo y también en base a la conformación de los Comités de Investigación.

Esto fue realizado satisfactoria y oportunamente en términos de coordinación, monitoreo, análisis y debate de las investigaciones realizadas, con una amplia participación de diversos actores. También sobresale que esas instancias (miembros de los Comités) han difundido los avances de investigaciones e influido en otros círculos académicos para incentivar a universitarios e investigadores a profundizar en la temática de la comercialización alternativa, y la seguridad y soberanía alimentaria.

#### *Actividad 1.8.*

*Preparación de plan y contenido de formación de los investigadores jóvenes*

La preparación de planes de formación de investigadores jóvenes se ha cumplido en cada país, resaltando los esfuerzos acertados de lograr una mayor y activa participación de las universidades y los centros de investigación.

En ese sentido, sobresale la participación e involucramiento con las universidades en el Ecuador, en la formulación de las propuestas; pero sobre todo con el Diplomado a nivel de post grado en Seguridad y soberanía alimentaria y comercialización en el Perú (el cual ha despertado mucha expectativa en la universidad de la región de Huancayo, no sólo por los temas abordados que hacen al análisis de la situación regional sino también por la amplia participación de profesionales y técnicos de diversas reparticiones gubernamentales regionales, y de gente procedente de la capital/Lima, con experiencia y conocimiento).

#### *Actividad 1.9.*

*Formación complementaria de 60 investigadores jóvenes en análisis de cadenas y sistemas de comercialización.*

Los diversos informes del proyecto muestran que se cumplió lo programado respecto al número de investigadores jóvenes formados en cada país, sobresaliendo también el número de investigadores y estudiantes participantes (en Bolivia 37 y 70 en Ecuador, y 18 en el Perú) así como las cargas horario de estudio (80 hrs estudio en Bolivia; 48 horas en Ecuador y 160 horas en el Perú), lo cual muestra los esfuerzos realizados por el proyecto en su conjunto, en formar a los investigadores jóvenes.

El tema común de análisis y formación en los 3 países fue el de soberanía alimentaria, aunque cada país también abordó otros temas como por ejemplo economía campesina, inocuidad alimentaria, metodología de investigación, comercialización, consumo.

Esta formación se realizó en base a profesores de cada país así como también en base a profesionales del extranjero, lo cual fue positivo por contar con visiones y metodologías de otros países.

Asimismo, sobresale la conformación de la red virtual de investigadores jóvenes que reciben información sobre temas agrarios y alimentación (Perú) debiendo procurar su sostenibilidad autónoma en el futuro.

#### *Actividad 1.10.*

*Realización de 15 misiones de intercambio/ asesoramiento de investigadores europeos en comercialización campesina y circuitos alimentarios.*

En términos generales, el cuadro del anexo 2 muestra que en total se realizaron 15 misiones, cumpliendo de esa manera el número programado de misiones de intercambio y asesoramiento de investigadores externos (aunque no siempre en la misma proporción a cada país ya que los datos muestran que hubo mayor cantidad de misiones de formación en Ecuador y Bolivia, y menos en el Perú).

La sistematización de las misiones de asesoramiento muestra que un solo investigador visitó los 3 países; y dos investigadores visitaron dos 2 países comunes.

Otro aspecto a mencionar es que casi la gran mayoría de las misiones de apoyo provinieron de Europa; sin embargo, en el caso de Bolivia hay misiones que provinieron de otros países también (USA, Brasil), ampliando el tema de apoyo, a la temática de agroecología y de la economía de la proximidad.

#### *Actividad 1.11.*

*Realización de 9 seminarios nacionales de investigación sobre soberanía alimentaria y circuitos de comercialización con por lo menos 50 participantes en cada evento*

Los informes del proyecto muestran que en cada país se aprovechó la llegada de las misiones externas de asesoramiento para realizar seminarios, foros, encuentros y simposios de formación, en coordinación con otras instituciones y con participación no sólo de los beneficiarios del proyecto sino también con diversos actores, lo que permitió a su vez, poner en el tapete del análisis/discusión de la sociedad, el tema agroalimentario, el de la comercialización, de la seguridad y soberanía alimentaria entre otros, con bastante éxito no sólo por el número elevado de participantes (sobrepasando el número programado de participantes) sino también por la cobertura brindada en los diferentes medios de comunicación en cada país.

### **3.2. El cumplimiento del Resultado 2.**

El resultado 2 fue planteado principalmente en términos relativos al apoyo a las iniciativas de comercialización de los productores campesinos como se plantea a continuación.

#### **Resultado 2.**

***Se consolidan iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales.***

Para el resultado 2 se han planteado 6 indicadores (y 8 actividades):

- . En cada país se cuenta por lo menos con 1 programa de formación para productores, dirigentes y técnicos validado y replicado con instituciones y organizaciones aliadas al proyecto
- . 400 personas dirigentes, productores socios y técnicos formados en comercialización alternativa campesina mejorando o generando iniciativas de transformación y/o comercialización asociativa.
- . Sistemas de certificación y sellos consolidados en 20 organizaciones (sistemas de garantía local agroecológica, certificación orgánica, sello social campesino y territorial)
- . 27 organizaciones campesinas territoriales consolidan el acceso al mercado de sus socios y el reconocimiento de los consumidores
- . Al final del proyecto se aumenta el número de mujeres participando activamente en las iniciativas de comercialización y en sus organizaciones de un 20%
- . Por lo menos el 50% de las iniciativas apoyadas con las organizaciones logran promover una agricultura agroecológica o sostenible, con la promoción de alternativas productivas amigables con el ambiente

**Cuadro No. 4**  
**Indicadores del Resultado 2**

Planteamiento del Resultado 2	Indicadores		Evaluación final	
	Planteados	Logrados	Comentarios	Valoración
Se consolidan iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales	1 programa de formación en cada país para productores/técnicos validado y replicado.	1 programa de formación en cada país	En cada país se elaboró un programa de formación de productores, dirigentes y técnicos, validados con organizaciones sociales (Sobresale que en el Perú se formó a promotores e temas más ligados a la actividad ganadera y transformación de lácteos).Lamentablemente no se planteó un monitoreo para determinar la asimilación de esa capacitación y su réplica al resto de los dirigentes/líderes.	100%
	400 líderes y técnicos formados en comercialización alternativa mejorando iniciativas de comercialización	511 personas formadas	Sobresale que la formación no sólo se limitó al tema de la comercialización, sino que hubo una amplia diversidad en la formación, como muestra en detalle la actividad 2.3.	100%
	Sistemas de certificación y sellos consolidados en 20 organizaciones	12 organizaciones	Lo logrado varía según el país. Mientras en Bolivia se logró la certificación de (86) productores ecológicos (Tarija) y 1 certificado de inocuidad; en el Ecuador se logró el SPG para 3 organizaciones y el sello de comercio justo para 2. En el Perú hay un mayor alcance pues no sólo se logran las visitas de certificadoras internacionales para el maíz orgánico sino que se capacitó para la certificación, se logró el registro de marca y registro sanitario; la certificación orgánica y también la certificación SPP para varias	60%

			organizaciones (13).	
	27 organizaciones campesinas consolidan acceso al mercado y el reconocimiento de consumidores	12 organizaciones	<p>Hay que diferenciar el proceso de consolidación x país.</p> <p>Sólo en Bolivia se ha cuantificado a las organizaciones que acceden a espacios nuevos de comercialización, y es muy corto el tiempo transcurrido desde su inicio para afirmar la consolidación o no.</p> <p>En el Perú, la totalidad de las organizaciones participantes están consolidando sus alternativas de acceso al mercado.</p> <p>En el Ecuador, mientras en la sierra sur y norte del país se consolidan las ventas de las organizaciones, en la sierra centro se constató que varias organizaciones (Coprobich) están atravesando problemas en la consolidación de los espacios de mercadeo por la política del gobierno de cruzarlos fomentando la comercialización con intermediarios, en los mismos espacios donde se desarrolla el PMC, o inclusive desplazándolos de sus espacios conseguidos anteriormente (caso de la organización de Horchatas de Targuapampa/Cuenca), lo que por otro lado representa un desafío a futuro para el PMC en el Ecuador.</p>	44.4%
	Aumenta el número de mujeres en iniciativas de comercialización en un 20%	Sin datos finales	El PMC sólo presenta datos al inicio del proyecto y no datos posteriores, por lo que resulta imposible medir el aumento de las mujeres en iniciativas de comercialización. Sin embargo, la evaluación resalta que todas las respuestas de los entrevistado/as señalan que hay un aumento en la participación de las mujeres en las iniciativas de comercialización (en el Perú y el Ecuador) como también en los puestos de las directivas de las organizaciones de productores.	-
	Por lo menos el 50% de iniciativas apoyadas promueven agricultura agroecológica.	Sin datos oficiales del proyecto	El proyecto no registra el número de iniciativas al respecto, sin embargo, varios productores entrevistados declararon pertenecer a organizaciones apoyadas por el PMC en agroecología (las de Coprobich y las organizaciones de la sierra sur del Ecuador, los productores de maíz orgánico del Cusco/Perú, y las organizaciones agroecológicas de Tarija y Cochabamba/Bolivia). Por esas entrevistas, se puede afirmar que el tema de la agricultura agroecológica es una debilidad de proyecto. A pesar de los esfuerzos en la capacitación y en la promoción de la agricultura agroecológica, ésta todavía enfrenta una serie de dificultades del entorno físico donde se ubican los beneficiarios del proyecto como también por el mercado y las políticas gubernamentales regionales y nacionales, de fomentar la agricultura industrial y no la agroecológica.	-

Respecto a las actividades planteadas en el Resultado 2, éstas son las siguientes:

*Actividad 2.1.*

*Animación de debates en las organizaciones sobre los resultados de las investigaciones y los estudios.*

Se cumplen los eventos de devolución de resultados de las investigaciones en cada uno de los países, tanto con organizaciones de productores como con representantes municipales y otros actores, en talleres y encuentros programados no sólo en las ciudades capitales sino también en otras localidades y regiones.

Los principales temas de debate y análisis fueron la comercialización, producción, las compras de alimentos del Estado, y el impacto de las ferias en la economía campesina (sobre todo el impacto de la feria de Huancaró, la cual fue utilizada para debatir ampliamente en el Ecuador y Bolivia) entre otros.

Estos debates resultaron ser muy enriquecedores en la medida en que participan los productores, no sólo para los investigadores que corrigen/complementan información y conceptos que puedan darles aquellos sino también para los productores que amplían sus horizontes de conocimientos.

*Actividad 2.2.*

*Formulación de 2 ofertas de formación de dirigentes, técnicos y productores en comercialización alternativa campesina (contenidos, metodología, pedagogía y materiales).*

En los 3 países de implementación del proyecto se cumplió con la elaboración de una propuesta (de las dos programadas) de formación de dirigentes, con diferentes temáticas y/o módulos. En Bolivia por ejemplo, se enfatizó en la formación de líderes en comercialización alternativa y producción ecológica (contabilidad, determinación de costos y precios, negociaciones/trámites ante alcaldías, soberanía alimentaria) mientras que en el Ecuador la oferta de formación fue más diversa abarcando diversos temas (soberanía alimentaria; liderazgo y fortalecimiento organizativo; circuitos cortos; gestión empresarial; gestión de cadenas productivas; contabilidad básica). En cambio en el Perú, además de elaborar una propuesta de formación de líderes con FONDOEMPLEO, se enfatizó también en temas específicos (por ejemplo, la formación de promotores en Inseminación e implementación de Botiquines Veterinarios en Piura).

*Actividad 2.3.*

*Organización y realización de la formación de dirigentes y técnicos en comercialización alternativa campesina*

Sobresalen los esfuerzos realizados por el proyecto en los 3 países respecto a la formación brindada a los diferentes dirigentes y productores, en diversas zonas y a diversos niveles (técnicos, bases, dirigentes y otros); contabilizando a 511 personas formadas en total (261 personas/dirigentes formadas en Bolivia, 200 en el Ecuador y 50 en el Perú).

Los temas de formación variaron en cada país (según la necesidad y requerimiento de la organización). En Bolivia, el 29.1% fue formado en comercialización, el 57.4% en derivados y el 13.4% en sistemas de contratación, mientras que en el Ecuador el 65% fue formado en comercialización y SOBAL, el 25% en saberes tradicionales (temática nueva no considerada en los otros dos países) y el 10% en gestión. En cambio en el Perú, la totalidad de los formados fue en liderazgo (los informes del Perú no muestran el número de personas formadas en la transformación de quesos, que era otro tema de formación).

#### *Actividad 2.4.*

*Asesoramiento y apoyo para la implementación de sistemas de certificación y sellos consolidados (sistemas participativos de garantía, certificación orgánica y sello social)*

El tema de la certificación y sellos consolidados para productos de procedencia campesina es muy difícil de lograr (en los tres países) por la serie de trabas administrativas y requisitos a cumplir, pero sobre todo por la competencia de la producción de alimentos industrializados (con agroquímicos). Por lo anterior, lo realizado por el proyecto es un logro significativo que permite avanzar en la meta trazada, aunque ese esfuerzo demandará más tiempo en su realización.

Hasta el momento, el proyecto logró apoyar con sellos consolidados (SPG, SPP, certificación orgánica) a dos organizaciones en Bolivia (producción ecológica en Padcaya y AMLECO), cinco en el Perú (sobre todo al maíz orgánico de los productores de Huarcondo) y cinco en el Ecuador (APAAustro, APAAzuy, Aprocag, Coprobich y Jambi Kiwa).

Resaltan también las certificaciones internacionales logradas para ciertos productos (maíz y papas/chips en el Perú), lo que constituye un ejemplo para los otros países y avances significativos en la certificación nacional.

Finalmente, hay que mencionar los diferentes esfuerzos realizados por el proyecto por apoyar las certificaciones, ya sea participando en el Consejo Regional del SGP (Perú) o apoyando a una instancia gubernamental que definirá las estrategias y políticas a nivel nacional respecto a los sistemas de certificación y garantía (Ecuador).

#### *Actividad 2.5.*

*Asesoramiento a organizaciones campesinas territoriales para la elaboración de diagnósticos y estrategias comerciales alternativas.*

Son diversas las organizaciones de productores apoyadas para la definición y elaboración de sus diferentes estrategias de comercialización, sus planes de actividades, reglamentos internos y otros. En el caso de Bolivia, donde recién se inician actividades vinculadas a la comercialización directa, casi todas las organizaciones beneficiarias han iniciado acciones para implementar sus diferentes estrategias de comercialización; mientras que en el Ecuador, el apoyo se centró más en la elaboración de los planes anuales de actividades, en la revisión de reglamentos de funcionamiento interno, y en los volúmenes de productos comercializados. En el caso del Perú, el apoyo y/o asesoramiento se centró más en aspectos financieros (planes de negocio para acceder a los fondos del Estado o asesoramiento contable).

Por lo anterior, resultó muy positiva la flexibilidad del proyecto por apoyar las diversas necesidades que presentan las organizaciones en cada país.

#### *Actividad 2.6.*

*Asesoramiento e implementación de un fondo de inversiones para consolidar iniciativas de comercialización alternativa de organizaciones campesinas territoriales*

Se diferencian dos tipos de gastos del Fondo de Inversiones: los gastos destinados a la creación y consolidación de ferias (a través de seguimientos a las ferias, registros de participantes, estudio de precios, apoyos a la consolidación de ferias y otros, que se implementaron en los tres países), y aquellas inversiones en infraestructura, equipamiento, materiales destinados a mejorar/ampliar/transformar la producción, inversiones que se efectuaron principalmente en las



asociaciones de productores de Bolivia, respondiendo a una serie de necesidades como se analiza en los acápites posteriores.

*Actividad 2.7.*

*9 encuentros seminarios nacionales de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria.*

Según el cuadro del anexo 2, en total se realizaron 12 encuentros y seminarios en los tres países, lo que sobrepasa el número programado en esta actividad.

Los encuentros y eventos realizados se realizaron principalmente con organizaciones de productores, aunque en el Ecuador y Perú se realizaron determinados eventos con la participación de otros actores más.

También sobresale que los encuentros y seminarios se realizaron en el transcurso de los tres años de ejecución del proyecto, en diversos lugares/regiones y localidades, con una amplia participación de productores campesinos.

*Actividad 2.8*

*Organización y realización de 18 intercambios nacionales de experiencias de comercialización campesina alternativa.*

Según los diferentes informes del proyecto, la actividad 2.8 referida a la organización y realización de intercambios de experiencias de comercialización campesina se cumplió según lo programado, pero no solamente a nivel nacional sino también a nivel internacional (entre productores de los tres países).

El intercambio de experiencias fue planteado inicialmente como medio para conocer las diferentes experiencias de comercialización alternativa que hay en cada país; y en menor medida como medio para transferencia de tecnología y saberes productivos. Sin embargo, hay que resaltar que los beneficiarios entrevistados, en los tres países, aprecian más el segundo postulado referido a los intercambios del saber hacer, el capacitar técnicamente a productores (en nuevas técnicas de derivados de lácteos por ejemplo).

### **3.2. El cumplimiento del Resultado 3.**

El resultado 3 fue planteado principalmente en términos relativos a la elaboración y planteamiento de propuestas y políticas públicas como se plantea a continuación.

***Resultado 3:***

***Se difunde y debate la información estratégica generada y elabora propuestas de políticas públicas.***

Para el resultado 3 se han planteado 6 indicadores (y 11 actividades):

- . 38 publicaciones de estudios, metodologías, formaciones, propuestas y bases de datos difundidas (por lo menos en 500 a 1000 ejemplares) y accesibles en diferentes sitios o plataformas en la web.

- . Se logra negociar acuerdos con 7 universidades o sistemas de formación para la incorporación en su currícula de módulos de formación e investigación sobre mercados campesinos y soberanía alimentaria.
- . 60 jóvenes investigadores (universitarios, técnicos y campesinos) formados en metodologías de investigación y análisis de cadenas y circuitos agroalimentarios y sistemas comerciales con enfoque de soberanía alimentaria y agricultura familiar.
- . Consolidado 9 espacios locales y nacionales de observación de la soberanía alimentaria y de debate de propuestas entre Estado y sociedad civil.
- . Una campaña de sensibilización al gran público sobre producción campesina y soberanía alimentaria sostenida en cada país permite fortalecer un frente amplio de actores.
- . Seis encuentros e intercambios de experiencia andinos realizados afianzan la relación con centros de investigación, autoridades públicas y permiten la réplica de iniciativas entre organizaciones andinas.

**Cuadro No. 5**  
**Indicadores del Resultado 3**

Planteamiento Resultado 3	Indicadores		Evaluación final	
	Planteados	Logrados	Comentarios	Valoración
Se difunde y debate la información estratégica generada y elabora propuestas de políticas públicas	38 publicaciones de estudios, metodologías, formaciones, propuestas difundidas (por lo menos en 500 a 1000 ejemplares) y accesibles en diferentes sitios o plataformas en la web	23 publicaciones	Según el cuadro No. 1 del Anexo 2, en Bolivia hay 4 publicaciones realizadas, 1 artículo y 5 publicaciones en imprenta. En Ecuador reportan 3 publicaciones, 1 artículo y 3 en imprenta. En Perú reportan 3 publicaciones, 1 artículo y 2 folletos.(*) En total son 10 publicaciones realizadas, 3 artículos publicados en revistas y 8 ediciones más por publicarse (un detalle de las mismas, en el cuadro del Anexo 2) . Publicadas y difundidas hasta momento de la evaluación = 15 . Por publicarse = 8 Algunas publicaciones en coedición con otras instituciones lo cual es positivo por la captación de recursos y la difusión. Es positiva también la difusión mediante vía electrónica.	39% ahora. (60% cuando salgan las publicaciones)
	Acuerdo con 7 universidades o sistemas de formación para la incorporación en su currícula de módulos de formación e investigación sobre mercados campesinos y soberanía alimentaria	3 acuerdos	En Bolivia se logra un acuerdo con SOCLA para formación en agro ecología y también para un diplomado en gestores en agro ecología. En Ecuador se logra un acuerdo con Universidad Central para una Maestría y para un PreGrado (4 módulos) sobre mercados campesinos y SOBAL En Perú se logra un Diplomado con la Universidad de Huancayo (5 módulos) sobre comercialización alternativa y SAySOBAL.	42.85%
	60 jóvenes investigadores (universitarios, técnicos y campesinos) formados en metodologías de investigación y análisis de cadenas y circuitos	333	En Bolivia se reportan 200 jóvenes formados en agro ecología y 30 participantes en el diplomado de gestores de agroecología, mientras que en Ecuador reportan 15 investigadores	100%

agroalimentarios y sistemas comerciales con enfoque de soberanía alimentaria y agricultura familiar.		en metodología, SOBAL y comercialización (y 70 estudiantes en pre y post grado). En Perú reportan 18 investigadores en el diplomado de Huancavelica. En Bolivia resalta más la formación de productores (sin embargo en la Actividad 1.9 reportan la formación de 17 estudiantes de las UACs y 20 tesis) mientras que en Perú y Ecuador hay más énfasis en la formación de profesionales, técnicos e investigadores.	
Se consolidan 9 espacios de observación de SOBAL entre Estado y sociedad civil.	4	Bolivia reporta 1 vinculación (SOCLA) (y otra a iniciarse en el 2014). Ecuador reporta 1 vinculación con la CAN (ya no vigente), la participación al colectivo MESSS y Perú reporta la vinculación a 1 grupo temático y a un Colectivo institucional. El problema es la sostenibilidad y permanencia de estos espacios de reflexión y análisis, la cual no depende única y exclusivamente del PMC.	44%
1 campaña de sensibilización en cada país sobre producción campesina y soberanía alimentaria sostenida permite fortalecer un frente amplio de actores.	3	Los informes señalan que en cada país se han realizado campañas de sensibilización sobre la temática, en diferentes momentos y a través de diferentes medios (videos, cartillas, cine/fórum, difusión de los eventos mediante diversos medios de comunicación, publicaciones internacionales y otros), lo cual ha permitido que el tema de la comercialización alternativa sea retomado en el debate y análisis de la sociedad civil y en los planteamientos de políticas a diferentes niveles	100%
6 encuentros e intercambios de experiencia afianzan la relación con centros de investigación, autoridades públicas y permiten la réplica de iniciativas entre organizaciones andinas.	6	En Bolivia se apoyó más la participación de doctorantes (5) a eventos internacionales y escasamente la participación de productores (1, enfatizando en la agro ecología). Ecuador se caracteriza más por apoyar encuentros internacionales de productores (Ibarra) y de doctorantes, mientras que en el Perú se enfatizó el apoyo a distintos espacios de intercambio regional y a organización de diversos talleres nacionales.	100%

(\*) Sin embargo esos datos brindados oficialmente por los responsables del PMC en cada país, no coinciden con los datos del cuadro No. 2 del Anexo 2 que reporta entre investigaciones de tesis, documentos, artículos y propuestas, un total de 38 trabajos apoyados por el PMC en copatrocinio con otras instituciones/organizaciones (14 en el Perú, 11 en el Ecuador y 13 en Bolivia)

Respecto a las actividades planteadas, estas son las siguientes:

### *Actividad 3.1.*

#### *Publicación de estudios-investigaciones, metodologías y propuestas*

Los diferentes informes del proyecto señalan que en los tres países de implementación del proyecto se realizaron y apoyaron una serie de trabajos desde el primer año de ejecución del proyecto (artículos, libros, cartillas, Memorias de eventos, estudios, investigaciones y otros) sobre

diversas temáticas (seguridad alimentaria, comercialización campesina, OECAS, circuitos alternativos, sellos de calidad, ganadería, ferias solidarias, compras públicas entre otras), patrocinadas por el proyecto y otras instituciones/organizaciones socias en los tres países, que en conjunto suman 38 trabajos como se detalla en el cuadro 2 del Anexo 2.

Las diferentes investigaciones, informes, artículos han significado un aporte importante al análisis y reflexión de la temática de la comercialización en cada país, no sólo a nivel académico o de profesionales vinculados al tema, sino también a nivel de los productores de base y sus organizaciones, a los consumidores y a los técnicos de las diferentes instituciones y proyectos que trabajan en el tema.

A pesar de esos avances, todavía son varias las publicaciones que deben ser editadas y publicadas, existiendo un retraso en ello.

#### *Actividad 3.2.*

*Creación de bases de datos sobre soberanía alimentaria, cadenas agroalimentarias y experiencias alternativas de comercialización campesina y puesta en la web.*

Respecto a la creación de bases de datos sobre soberanía alimentaria, ésta actividad se realizó en los tres países, aunque con variables diferentes ya que algunas bases de datos contienen información sobre composición de las ferias por ejemplo, o sobre los productores ecológicos, entre otras variables (para un detalle de esos avances por país, ver el cuadro 1 del Anexo 2, Actividades 3.2)

Otra actividad que se desarrolló fue la creación/consolidación de páginas web que informan acerca de las actividades y algunos resultados del proyecto, siendo éstas páginas electrónicas alimentadas por el proyecto con información continua (relativa al proyecto como con otra información relativa a la seguridad y soberanía alimentaria).

#### *Actividad 3.3.*

*Edición de ofertas de formación de dirigentes y técnicos, y de productores*

En cada uno de los tres países donde se ejecuta el proyecto, se cumplió con la elaboración de un programa (oferta)de formación de dirigentes, técnicos y productores (e inclusive consumidores), tanto a nivel nacional (Bolivia y Ecuador principalmente, con 6 módulos editados e impresos)como a nivel regional (Perú), programas que a su vez fueron acompañados con material de capacitación (con temas diversos como formación de líderes, preparación de bío insumos, implementación del SPG, fortalecimiento organizativo y otros, aunque la mayoría de ellos centrados en la comercialización alternativa).

#### *Actividad 3.4.*

*Formulación de modulo de formación en investigación y análisis de cadenas y circuitos alimenticios, gestión de comercialización alternativa campesina, políticas públicas.*

Los diferentes informes del proyecto señalan que esta actividad de formación se cumplió adecuadamente con la formulación de módulos de formación en investigación, con diversas temáticas (gestión del territorio, economía social, agroecología, consumo, desarrollo metodológico, comercialización, aunque con cierta predominancia el tema de soberanía alimentaria).

Sobresale también que esos módulos han sido validados por instancias correspondientes (ya sean las propias organizaciones de productores como también los centros de investigación y algunas universidades)

#### *Actividad 3.5.*

*Concertación y asesoramiento para integración del módulo de formación en el pensum de espacios o sistemas de formación nacional.*

Esta actividad ha sido realizada en los tres países, aunque en niveles diferentes. Mientras en Bolivia se realizó la formación con SOCLA y en temáticas relacionadas con la agroecología; en el Perú y el Ecuador se insertó en los sistemas de formación nacional (universidades a nivel de pregrado, maestrías y diplomado), sobre todo en comercialización y soberanía alimentaria.

#### *Actividad 3.6.*

*Apoyo a la organización de encuentros nacionales de políticas de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria.*

Se realizaron una serie de eventos de apoyo a la organización de encuentros nacionales de políticas de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria. Estos eventos se efectuaron desde el primer año de implementación del proyecto hasta el 2013, en los tres países. Como se detalla en el cuadro No. 1 del Anexo 2 sobre los principales debates nacionales sobresalen los apoyos a eventos de carácter internacional realizados en el Ecuador, los apoyos a la construcción de propuestas de políticas y leyes en el Perú (con participación activa de organizaciones de productores campesinos en el Perú) así como los apoyos a la producción ecológica en Bolivia.

#### *Actividad 3.7.*

*Asesoramiento y apoyo financiero a espacios o sistemas de observación de la soberanía alimentaria y formulación de propuestas políticas públicas.*

El proyecto cumple lo programado en el Ecuador y Perú al participar en espacios o sistemas de observación y reflexión de la soberanía alimentaria y formulación de propuestas de políticas públicas, sistemas conformados por diversos actores. En el Ecuador se formó parte del Colectivo Agroecológico, la Mesa del Consumo Responsable, la Mesa de Mercados, la Mesa de Agro biodiversidad y el MESSE, mientras que en el Perú se cofinanció a La Revista Agraria lo que permitió que durante los tres años del proyecto, se publiquen 13 artículos referidos directamente al trabajo que realizó el proyecto Mercados campesinos.

#### *Actividad 3.8.*

*Asesoramiento autoridades públicas nacionales y municipios para la formulación e implementación de políticas públicas.*

Se cumple lo planteado a través de diversas acciones de asesoramiento a entidades públicas, municipales y provinciales mediante diferentes medios (cartas orgánicas, plan departamental, reglamentaciones sobre comercialización, sello ecológico, ordenanzas municipales y regionales, y otros) mostrando una versatilidad y presencia en varios escenarios.

Así, mientras en Bolivia se apoyó asesorando a la elaboración de Cartas Orgánicas Municipales (Achocalla), a la elaboración de Planes departamentales (Tarija) y a la conformación de leyes (en

agroecología y mercados campesinos) y reglamentaciones de leyes (Ley 338 en compras estatales y mercados y ferias campesinas); en el Ecuador se apoyo la formulación de ordenanzas provinciales (gobierno de Imbabura) y políticas del MAGAP. En el Perú, se apoyo a gobiernos regionales (Ordenanza Regional sobre Seguridad y Soberanía Alimentaria en Junín por ejemplo); se coordinó con autoridades de los Ministerios (MINAG para la Reglamentación de la Ley 29676) e inclusive se asesoró a la Comisión Agraria del Congreso con aportes al Pre Dictamen de la Ley del derecho a la alimentación, soberanía y seguridad alimentaria nutricional.

#### *Actividad 3.9.*

*Comunicación y difusión por distintos medios de los resultados de la investigación y apoyo técnico y financiero para campañas de sensibilización al gran público.*

El cuadro No. 1 (Anexo 2) referido a las actividades cumplidas muestra que los diversos equipos del proyecto en cada país, utilizaron diferentes medios de comunicación (cine, videos, prensa escrita, Tv, publicaciones como libros, revistas, entrevistas radiales, cartillas) para difundir y transmitir los diversos resultados de las acciones emprendidas por el proyecto y sensibilizar al público, lo cual fue realizado inclusive a nivel internacional, en diversos idiomas (como reflejan las acciones de los videos realizado en el Perú y Ecuador).

Sobresalen las diversas acciones realizadas en el Perú desde el inicio del proyecto, quienes utilizaron todos los medios de comunicación disponibles.

#### *Actividad 3.10.*

*Participación y animación de espacios y redes regionales articuladas con la problemática.*

Participación del proyecto en las redes regionales existentes, aunque algunas de ellas de contexto internacional, ya no vigentes (Ex CAN a mediados del 2012). A pesar de ello, según el coordinador general del PMC, el trabajo desarrollado por el proyecto es conocido por las diversas instituciones internacionales como la CEPAL, el IICA y FAO, sin que necesariamente se traduzca hasta ahora en un trabajo conjunto a nivel regional.

Sobresale la participación actual del proyecto en el Perú, en Colectivos Interinstitucionales y en Grupos de reflexión temática sobre Seguridad Alimentaria.

#### *Actividad 3.11.*

*Organización y apoyo a participación de investigadores, líderes campesinos y responsables políticos en 6 encuentros e intercambios regionales internacionales.*

Esta actividad se ha cumplido en cada país, principalmente en torno al apoyo a la participación de investigadores (doctorantes) en diferentes eventos internacionales, aunque también hay que resaltar que brindaron apoyo a la participación de líderes campesinos en diferentes encuentros regionales e intercambios internacionales, como señalan los informes finales del PMC de cada país (ver también el cuadro No. 1 del anexo, donde se detallan estos eventos resumidos, por país).

## **IV. LA GESTIÓN DEL PROYECTO Y SU FUNCIONAMIENTO.**

### **4.1 La pertinencia y relevancia.**

Las tareas asumidas en cada país, en general, son pertinentes y relevantes pues están abordando una temática actual, importante en cada país (escasamente estudiada y analizada) y además, están aportando con resultados muy concretos a la problemática de la comercialización.

Esta pertinencia general es percibida y expresada también en cada país donde se ejecuta el Proyecto Mercados Campesinos (PMC).

En Bolivia, es pertinente porque el nivel de transformación de los productos que las organizaciones de productores llevan al mercado es limitado y también porque hay un sistema de comercialización manejado completamente por intermediarios comerciantes. Lo anterior se reafirma con las declaraciones de los principales dirigentes de las organizaciones de productores: “El proyecto es pertinente porque ha puesto en la mesa del debate nacional, en la discusión y en el análisis, el tema de la intermediación y comercialización alternativa” (A. Valdés-AOPEB/Bolivia).

Mientras en el Perú el proyecto ayuda a consolidar un proceso que se desarrolla desde hace algunos años logrando éxitos ...”permite establecer espacios (formales) de comercialización directa pues la producción campesina está creciendo cada vez más” (Savino Quenaya Quispe – Dirigente Chinchaypujo/Perú); en el Ecuador ha permitido “abordar un cuello de botella que puede ser solucionado por el proyecto” (S. Bleuze AVSF/Ecuador), siendo una “alternativa que involucra a diversos actores como los gobiernos parroquiales, municipales, organizaciones sociales y otros” (M. Soliz-CEDIR).

Del total de personas entrevistadas, todos ellos se expresaron muy bien de la pertinencia del proyecto en cada país. Nadie objetó la relevancia de las acciones, por lo que se espera que el proyecto sea el puntal en todo lo relativo a la comercialización y abastecimiento de alimentos con circuitos cortos.

Por otro lado, es pertinente el enfoque del proyecto centrado en investigación/acción/incidencia ya que no hay muchos proyectos que trabajen con ese enfoque (aunque hay que ajustar algunos aspectos como se analiza más adelante).

El proyecto está comprometido con la realidad urbana y rural sobre todo, lo que constituye un apoyo fundamental a las organizaciones de productores en términos no sólo de apertura de mercados sino también en gestión, en asesoramiento, en formación/capacitación, en asistencia técnica y otros.

Es relevante también que el proyecto está logrando contribuir a: i) mejorar la oferta de productos (en calidad y diversidad), ii) buscar/establecer nuevos mercados y iii) nuevas prácticas de comercialización/relacionamiento social.

#### **4.2. La efectividad.**

En el tema de la efectividad, el análisis abarca aspectos cualitativos referidos a la concepción, planificación, manejo del Proyecto así como un análisis de la comercialización y de los componentes de investigación, del apoyo a las organizaciones y la incidencia en las políticas.

#### 4.2.1. Acerca de la concepción del proyecto.

Como se afirmó anteriormente, el PMC es pertinente al plantear realizar acciones, investigaciones e incidencia política acerca de una temática muy importante como es la comercialización campesina, lo cual a su vez plantea de forma indirecta, enfrentar problemáticas latentes en los países andinos como son los precios justos para la producción campesina, productos sanos para el consumo, comercio justo, capacitación, políticas adecuadas de desarrollo y distribución de alimentos entre otros.

Aunque este enfoque integral de la problemática no fue captada en su verdadera dimensión en los inicios del PMC<sup>4</sup>, con el transcurso del tiempo y las diversas acciones y planteamientos realizados en los tres países, se vio que fue acertada esta concepción. Sin embargo, el plazo planteado de 3 años resulta muy corto ya que cambiar o incidir significativamente en la estructura de la comercialización vigente en los países andinos demanda más tiempo del planteado en el proyecto.

En ese sentido, el proyecto debe plantear otras etapas más de funcionamiento para alcanzar a incidir significativamente en la comercialización de los tres países.

Por otro lado, en el Marco Lógico del proyecto se plantean una serie de indicadores, pero no relativos a medir el efecto (Por ejemplo, incrementar los rendimientos productivos de cierto producto, de x cantidad de kg/ha a xx kg/h; o incrementar los ingresos monetarios por la venta de tales productos de tal cantidad a tal cantidad)<sup>5</sup> y/o impacto de las acciones (por ejemplo, por incremento de las ventas se incrementaron los ingresos económicos de las familias, ingresos destinados a una mejora de la alimentación de los niños de las familias, por lo tanto un impacto en la reducción de la mortalidad infantil)<sup>6</sup>.

De igual manera, no se ha considerado el bajo nivel de transformación/procesamiento de los productos de varias organizaciones de productores<sup>7</sup> (sobre todo de Bolivia), por lo tanto no

---

<sup>4</sup> En Bolivia por ejemplo, según declaraciones de responsables del proyecto, en su inicio, el PMC creó muchas expectativas respecto a la "Investigación e Incidencia Política" a lograr, y la parte de las acciones/apoyo técnico a las organizaciones era visto como algo secundario que podría lograrse fácil y posteriormente a través de las instituciones contrapartes (Pedro Azuga). Al contrario de esa visión, la concepción del PMC en el Ecuador hacía más énfasis en "Investigación y Acción" (Sylvain Bleuze). En ambos casos, se esperaba mucho de las investigaciones.

<sup>5</sup> Según el coordinador general del PMC, esa situación se debería al hecho de ser un proyecto en tres países y 9 regiones, con condiciones productivas y de mercado variables, por lo que no se pudieron definir productos específicos para el efecto, y que más bien se tuvo una lectura de las dinámicas comerciales de un conjunto de alimentos ofertados por las organizaciones. Sin embargo, considerando que el aspecto de los rendimientos productivos e incremento de la producción es muy importante en la economía campesina, a un plazo corto de iniciado el proyecto en cada país (digamos 6 meses), se podían haber determinado los productos específicos (2-3 máximo) y trabajar con ellos.

<sup>6</sup> El marco lógico del proyecto propone la evaluación de los ingresos de las familias campesinas participes (a través del primer indicador del objetivo general). Según los responsables del proyecto, dicha medición se habría realizado al inicio y al final del proyecto; sin embargo, el evaluador no tuvo acceso a la información de la línea de cierre debido a que ésta estaba incompleta en el momento de la evaluación.

<sup>7</sup> Sobre todo de Bolivia que, a pesar de haber diversificado un poco más los productos procesados/ transformados y los puestos de venta en los últimos años, su nivel de participación en la oferta general todavía es muy escasa. Por ejemplo, en el 2009 sólo participaron 14 OECAS en el desayuno escolar (compras públicas), 18 en el 2010 y otra vez 14 en el 2012 (CIOEC 2013), con una presencia a nivel municipal también muy reducida (en el mejor de los casos, 16 municipios en el



plantean los recursos financieros suficientes para esa fase que incidiría mejor en el planteamiento de crear/fomentar/alentar los circuitos de comercialización alternativa.

En el proyecto no se consideraron los modelos y hábitos de consumo alimentario nutricional de los productores, lo cual hubiera determinado con mayor exactitud el tipo de productos que se hubieran recomendado destinarlos al consumo familiar (para una adecuada alimentación) antes que a la comercialización.

Muy ligado a lo anterior está el tema de los consumidores demandantes de los productos, que como ya se planteó en el Informe de Evaluación Intermedia del Proyecto, no fueron considerados inicialmente en términos de sus hábitos alimentarios ni en su sistema alimentario, para plantear junto a ellos, adecuados sistemas alternativos de distribución, comercialización, intercambio, etc<sup>8</sup>.

Finalmente, la concepción del proyecto de “abordar problemáticas comunes a varios países como el tema de la comercialización o el del cambio climático, representa una ventaja no sólo porque reducen los costos de operación sino sobre todo porque permiten conocer y rescatar experiencias locales específicas producidas en contextos físicos y culturales parecidos, y difundirlas bajo la metodologías adecuadas, que buenos resultados ha dado en América Latina” (N. Hansmann/UE). Bajo esa concepción, las diversas instancias de “.. la cooperación internacional van a seguir financiado este tipo de proyectos, aunque dependerá de si la cooperación financiera es bilateral o general, y siempre que tengan un acercamiento o involucramiento de actores (sociedad civil, Estado, actores locales)y redes” (M. Rodríguez/UE).

#### **4.2.2. Sobre la estructura institucional.**

En las diversas visitas realizadas en los países así como las entrevistas sostenidas con los diversos actores vinculados al proyecto, se ha podido verificar que las instituciones que ejecutan el proyecto (AVSF, los técnicos, etc) tienen un elevado compromiso con los productores y habitantes, en parte ganado por las propias acciones del proyecto pero también por haber trabajado anteriormente con otros proyectos, lo que permite una cierta continuidad en las acciones.

También se verificó que las instituciones ejecutoras del proyecto cuentan con un equipo - aunque reducido - de profesionales permanentes, capacitados en varias temáticas, aunque también trabajaron con técnicos eventuales.

Por las visitas de campo y visitas a las diversas instituciones ejecutoras del proyecto, se verificó que hubo una comunicación y monitoreo entre los responsables de cada institución ejecutora del

---

2011 a nivel nacional), logrando apenas el 3% de los contratos del desayuno escolar y el 1.72% del valor, en todo el territorio nacional.(Prudencio J. 2013)

<sup>8</sup> Aunque según el coordinador del proyecto, a raíz de esas recomendaciones de la evaluación intermedia, se implementaron acciones voluntarias de relación con consumidores en ciertos territorios de intervención del proyecto (como se verificó, por ejemplo, en la feria semanal en el CIOEC/La Paz).

proyecto y los diversos grupos de participantes beneficiarios, con visitas, informes de los trabajos y/o avances, acompañamientos y otros.

En el caso de Bolivia se verificaron los continuos y largos viajes que realizaban los responsables, desde la ciudad de La Paz hasta el lugar donde se ejecutaba el proyecto (Tarija, Cochabamba); o el permanente recorrido de los responsables en el Perú, por las diversas localidades de ejecución del proyecto. También sobresale el acompañamiento permanente en el Ecuador, junto a los principales dirigentes de las organizaciones indígenas.

De igual manera, resalta una estrecha relación entre la oficina de AVSF en cada país con los técnicos responsables y con las instituciones vinculadas al proyecto; así como el monitoreo y seguimiento del coordinador general del proyecto (con sede en Quito) con las oficinas de AVSF en cada país, con informes de avance de trabajo, visitas regulares, intercambio de experiencias, participación en eventos, artículos publicados y otros, lo que a su vez permitió alcanzar las metas planteadas y la coherencia y complementariedad del proyecto.

Forma parte de esa adecuada implementación, el acompañamiento en términos de información continua a los beneficiarios, de materiales de capacitación, de intercambio de experiencias, de capacitación “in situ” por parte de productores queseros y otros.

Respecto a las instituciones que implementaron el PMC, además de las oficinas de AVSF en los tres países, se contó con el apoyo de otras instituciones.

En el caso de Bolivia, si bien las dos instituciones contrapartes (CIOEC y AOPEB) son redes de organizaciones de productores campesinos, que presentan una serie de ventajas (por su relación directa con los productores y asociaciones, con su presencia a nivel nacional, con sus contactos con los gobiernos municipales, y otros), también han presentado dificultades en el cumplimiento del rol designado en el PMC, como las expresadas a continuación<sup>9</sup>:

- . Concepción del PMC y de las tareas a cumplir, distintas a la concepción que tenía el técnico designado por el PMC, lo que causó una serie de desencuentros y dificultades.
- . Limitada preparación para plantear alternativas nuevas de comercialización (ausencia de planes de negocios por ejemplo).
- . Organizaciones muy centralizadas en su sede principal (La Paz) y hasta burocráticas. Poco operativas en presupuestos de operación, en disponibilidad de las movilidades, en gestión, sobre todo en las oficinas regionales (Tarija, Cochabamba).
- . Inestabilidad laboral de funcionarios técnicos con experiencia e inclusive a nivel de los directivos (lo que incluyó también a ejecutivos del PMC).

---

<sup>9</sup> Resumidas y extraídas de las entrevistas a José Pardo (AOPEB); Felipe Condori (CIOEC); P. Azuga, J. Eguez, R. Torrejon, Orlando... de Tarija; L. Cardoso y D. Perez.

. Dificultades en hacer seguimiento a los tesisistas e investigadores y en realizar una coordinación y monitoreo a los otros emprendimientos productivos y de comercialización (Tarija).

A pesar de esa serie de dificultades, el PMC ha tenido la habilidad y certeza de poder enfrentar esos problemas y buscar soluciones lo más adecuadas posibles (cambio de responsabilidades y funciones al interior del equipo técnico, replanteamiento de investigaciones para que sean más prácticas; reubicación física, y otras) lo cual demandó su tiempo y explica en parte, el retraso de las actividades programadas y ejecutadas en Bolivia

En el caso del Ecuador<sup>10</sup>, la institución ejecutora del PMC en la región sur (CEDIR) cumplió acertadamente con su trabajo pues tiene la ventaja de ser una institución que trabaja hace años en varios cantones rurales de la región, en temas vinculados a la temática (rescate de semillas, agroecología y mercados locales). Además, el PMC le permitió dar continuidad a trabajos anteriores (con ICCO que apoyaba la producción) enfatizando en la comercialización y fortaleciendo la propuesta agroecológica, articulando el PMC con la red de organizaciones y comercializadores en los principales mercados de Cuenca, y estableciendo alianzas estratégicas para implementar/fortalecer el Sistema Participativo de Garantía (SPG).

En la sierra norte ecuatoriana (Ibarra/Otavalo y Pimampiro), la contraparte institucional del PMC fue la FICI<sup>11</sup> que no sólo enfatiza en acciones para que la producción de alimentos sanos y frescos de sus afiliados sean comercializados en los circuitos cortos, sino que apoya los procesos organizativos, la diversificación productiva, lograr espacios de venta segura, el fortalecimiento de las relaciones productor-consumidor, en estabilizar los precios y el peso justo, y ofrecer productos distintos, acciones que sirven para fortalecer al PMC.

Un último aspecto a resaltar es que a pesar del adecuado trabajo que las diferentes instituciones realizan en las distintas regiones del Ecuador, no se lograron articular adecuadamente las acciones (por razones geográficas y también por prioridades de los responsables regionales), y si hubiera habido mayor interrelación y coordinación, los efectos hubieran sido más fuertes todavía (S. Bleuze).

#### **4.2.3. Sobre la planificación-ejecución de las actividades.**

Un aspecto a resaltar en la planificación y ejecución de las actividades del proyecto, es el referido a la participación de los beneficiarios, que en el caso del Perú y Ecuador son beneficiarios con los que ya trabajaron anteriormente en otros proyectos<sup>12</sup>, lo que facilitó el trabajo y permitió la consolidación de lo planteado en algunos casos, y en otros, en fomentar en ciertas habilidades o destrezas de los productores en comercializar.

Distinto es el caso de Bolivia donde antes no se ejecutó ningún proyecto con características similares o actividades vinculadas a la comercialización en los mercados locales, por lo que la

---

<sup>10</sup> Se considera sólo el trabajo en dos regiones del Ecuador.

<sup>11</sup> Que realiza un trabajo muy estrecho y coordinado con el técnico de apoyo contratado por AVSF.

<sup>12</sup> Por ejemplo, el Proyecto Cadenas Cortas, Colpanchis I.

participación de los productores es todavía incipiente, con mucha inexperiencia y desconfianza de lograr vender directamente sus productos.

Mientras en algunas regiones del Ecuador (provincia Imbabura por ejemplo) el proyecto les está permitiendo proyectar lo que desean alcanzar (llegar a comercializar más seguido a la región de Esmeralda por ejemplo, distante de la actual feria de Pimampiro, o llegar a disminuir el 50% el uso de agroquímicos para producir productos más sanos), en el caso de la feria de Huancaro en el Cusco (Perú), les permite diversificar su producción para comercializar más cantidad y en diversas épocas.

En cambio en Bolivia hay mucho recelo y temor a los intermediarios comerciantes, sobre todo por las malas experiencias del pasado<sup>13</sup>. Entonces las expectativas de los productores en el caso de Bolivia, no son como en el caso del Ecuador y del Perú donde el proyecto sí les está permitiendo alcanzar mejores ingresos y perspectivas, como se detalla en capítulos posteriores.

Un aspecto importante en la planificación y ejecución de las actividades es la relacionada a la pertenencia de los productores a una organización, lo que les permite una mejor negociación no sólo con los gobiernos municipales para la obtención de los espacios para la venta (la Feria en Huancaro-Cusco/Perú o el mercado municipal en Cuenca/Ecuador por ejemplo), sino también para la determinación de los precios a establecer (en el caso de la FICI/Ecuador) y las cantidades y las frecuencias a vender (contrato anticipado de venta a ciertos hoteles y restaurantes en Lima/Perú por ejemplo).

A pesar de esos logros, existen también dificultades que ni la propia organización ha podido solucionar y es la relacionada a la frecuencia de las ventas, las cuales se ven interrumpidas por las condiciones climáticas (y en el caso de Bolivia, por las condiciones de las carreteras) aspecto no considerado por el proyecto como se afirmó anteriormente.

Otro aspecto importante en la planificación de las actividades es la relacionada a la participación de diversos actores, sobre todo los gobiernos municipales (y también los gobiernos regionales, aunque en menor medida) y las organizaciones de base de los propios productores, sin los cuales sería muy difícil la ejecución del proyecto.

La participación de los gobiernos municipales es importante no sólo para la determinación de los espacios donde realizar las ferias o mercados sino también en términos de promoción y propaganda de los productos, de aliento a la producción/transformación local, de dotación de materiales y pequeña infraestructura (depósitos), de eventos públicos y hasta de apoyo en el transporte de los productos, lo cual es reflejo de una decisión política al respecto.

#### **4.2.4. Sobre la comercialización en los mercados y ferias.**

---

<sup>13</sup> Entre 1982 y 1985, durante el gobierno de la UDP hubo la experiencia de crear “mercados campesinos”, la cual fracasó ya que fue captada inmediatamente por los intermediarios. En la actualidad, una de las investigaciones de AVSF demuestra como los productores que se aproximan a vender a la feria de Patacamaya y de Villa Fátima en la ciudad de La Paz, permanecen reducidos momentos ya que son atemorizados no sólo por los intermediarios sino también por los agentes municipales.

Hay que considerar que en el proyecto se planteo como objetivo específico el generar conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización campesina asociativa de productos estratégicos de alta calidad e identidad, lo cual se implementó de diversa manera en cada uno de los países.

En Bolivia por ejemplo, se constató un retraso en el inicio de las actividades no sólo porque se cambio de institución contraparte (AIPE a AOPEB), sino también porque hubo demora en el cumplimiento de las reglamentaciones internas, y también porque el construir sistemas alternativos de comercialización demanda tiempo (en el sentido de lograr una participación de los productores que la mayoría de las veces no tienen experiencia en vender sus productos, en que se apropien de la idea, en ganar su confianza, y varios otros requisitos).

En cambio en Perú y Ecuador la situación es distinta sobre todo porque con anterioridad ya se implementaron otros proyectos con la misma temática, por lo que el actual proyecto resulta ser una continuidad de acciones, con los mismos actores.

#### **Las modalidades de organización.**

Se ha podido constatar que las modalidades de organización de las ferias y mercados alternativos giran alrededor de ciertas características según el país. En Bolivia por ejemplo (ciudad de La Paz), se están empezando a implementar a partir de las organizaciones de productores de **ciertos productos** que pertenecen a determinada organización (OECAS del CIOEC en La Paz o productores ecológicos de AOPEB en Llojeta); en cambio en el Perú la característica principal es la **diversidad de productos concurrentes** y de ofertantes (feria de Huancaro, ferias semanales en la ciudad de Lima); mientras que en el Ecuador, la principal modalidad que la caracteriza es **la pertenencia a la organización indígena agroecológica** (FICI por ejemplo, que es muy fuerte e importante pues juega un rol en varios sentidos como la determinación de precios de venta de los productos, negociaciones con los gobiernos locales y nacional, y otros).

Así, con esas características generales, se han constituido una serie de ferias y mercados que pueden ser clasificados de la siguiente manera:

- i. Las ferias y mercados tradicionales donde además de participar los comerciantes intermediarios, participan en una sección especial del mercado, las organizaciones de productores ecológicos (Mercado en Cuenca por ejemplo), de frecuencia diaria.
- ii. Las ferias semanales creadas específicamente para las organizaciones de productores (Huancaro, Huancavelica, feria en la ciudad de La Paz y feria en la ciudad de Ibarra).
- iii. Las ferias con la participación de las organizaciones de productores y además otros productores/procesadores, con la característica de producción sana, limpia, fresca, con productos transformados (ferias y mercado de abasto en la ciudad de Lima por ejemplo).
- iv. Las ferias/mini ferias de reciente creación donde comparten el espacio con comerciantes intermediarios por acciones de una instancia gubernamental como se analiza posteriormente.

También hay que mencionar que se han verificado otras modalidades de comercialización de los productos alimenticios de las organizaciones campesinas como por ejemplo las ventas al Estado o ventas públicas (desayuno y merienda/almuerzo escolar o venta a programas específicos de seguridad alimentaria).

En el caso de Bolivia, el PMC ha estado apoyando la participación en las compras públicas no solamente a través de estudios y diagnóstico de esa situación, actualizando una serie de datos que no se disponían, sino también apoyando a las organizaciones (productoras de miel, banano, leche y otras, con equipamiento y materiales como ya se describió anteriormente, pero también en los aspectos de gestión/relacionamiento/administración) para que incursionen en ese tipo de comercialización, y en que establezcan con otros puntos de venta (por ejemplo restaurantes y hoteles alrededor de la feria del CIOEC/La Paz).

Esta modalidad de apoyo del PMC a la comercialización -ventas al Estado- también es realizada en el Perú y Ecuador, no sólo a través de convenios con las instancias gubernamentales correspondientes (por ejemplo, con el Ministerio de la Producción/Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado, en Huancavelica, que ofrece talleres de capacitación sobre diversos módulos como la programación; las contrataciones; los Actos preparatorios; la selección y la Fase de Ejecución Contractual) para que participen las organizaciones del proyecto, sino también a través de enseñanza y cuadernillos de capacitación como en el caso de Cuenca/Ecuador (ver la publicación: "Inclusión de los pequeños productores en las compras públicas. La experiencia de comercialización de la asociación de productores y comercializadores de productos agroecológicos del Austro-APAAUstro).

### **La participación/involucramiento de otros actores**

Resalta también la participación de otros actores que se involucran indistintamente en las ferias/mercados bajo diversas modalidades.

En el caso de la participación de las familias de consumidores -aspecto considerado en el proyecto aunque no especificado en los indicadores – en el caso de Bolivia se constató una acción concertada entre productores y consumidores. La feria semanal que se realiza en la ciudad de La Paz, en la calle donde funcionan las oficinas del CIOEC es cerrada al tráfico vehicular, con el aceptación de la Junta de Vecinos de la zona, pues así éstos tienen la posibilidad de acceder a productos a más bajo precio y a mejor calidad y frescos, aunque sólo a determinados productos de las OECAS. Esta iniciativa que se realiza recién desde hace pocos meses está sirviendo de ejemplo para el planteamiento de replicar la feria en otras zonas de la ciudad.

En el caso de la sierra norte de Ecuador, los consumidores participan de actividades de confianza recíproca y conocimiento mutuo entre productores y consumidores con visitas de fincas organizadas, con actividades de siembra con estudiantes, con la participación a cine foros y a los talleres del gusto con el MESSE.

También se efectúa la participación de otros actores en las ferias como por ejemplo las asociaciones gastronómicas. En el caso de la ciudad de Lima se constató la realización de las ferias

semanales de productos ecológicos (feria agropecuaria Mixtura y la bio feria de Surquillo) apoyadas por (APEGA), y en la ciudad de Ibarra se inicia hace poco la alianza con la asociación de restaurantes para entrega de productos alimenticios sanos.

En ambos casos, la participación del proyecto es beneficiosa por su apoyo en la difusión, contactos con las organizaciones de productores y apoyo para que cumplan los requisitos para su participación, apoyo con información y charlas (F. Boucher) entre otros, lo que fortalece este tipo de iniciativas.

Otro actor involucrado en las ferias es el de los gobiernos municipales, lo cual se expresa claramente en el “mercado de productores de Huancaro (Cusco)” y en la feria semanal “Del campo a la Olla” (Huancavelica) en el Perú, y en la “Feria de Pimampiro” y en el “mercado de Cuenca” en el Ecuador. En esos casos, el apoyo de los gobiernos municipales se traduce no sólo en ceder espacios físicos para la realización de las ferias/mercados sino también en otros aspectos dependiendo del grado de involucramiento del gobierno municipal con los productores. Mientras que en la feria de Huancaro/Cusco se constató que diferentes municipios apoyan con la promoción, infraestructura, equipamiento y otros para lograr que haya una mayor participación de sus productores en la feria de Huancaro, e inclusive en el transporte de los alimentos desde sus zonas de producción (Municipalidad distrital de Chinchaypujio por ejemplo); en Huancavelica, el alcalde provincial firma convenios para institucionalizar las ferias agropecuarias. En el mercado de Cuenca, el municipio apoya a los productores ecológicos con una sección específica en diferentes mercados municipales, además de apoyarlos con la difusión.

También existe el involucramiento de otras instancias del gobierno nacional como es el caso del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca en la ciudad de Ibarra (Feria Frutos de la Pachamama), que ha cedido temporalmente determinado espacio físico para la realización de la feria semanal, aunque como se analizará posteriormente, el relacionamiento y apoyo con esta instancia nacional es compleja y conflictiva.

#### **Los registros sanitarios y de comercialización.**

Los registros sanitarios y de comercialización constituyen un obstáculo y limitante en los tres países donde se ejecuta el proyecto ya que en ninguno de ellos se ha logrado hasta el momento, la culminación de los diversos trámites realizados para la obtención de los registros (de inocuidad, de sanidad y otros) por diversos factores como por ejemplo: es una sola instancia gubernamental a nivel nacional la responsable de la verificación y de realizar los análisis correspondientes<sup>14</sup> lo que

---

<sup>14</sup> Sin sucursales a nivel regional, por lo que resulta muy alejada físicamente de la ubicación de las diversas organizaciones regionales; los requisitos exigidos muchas veces no pueden ser logrados por las organizaciones de productores como el registro en la Cámara de Comercio o la adscripción a cuentas bancarias; los elevados costos de admisión; excesivo tiempo en dar respuesta de los trámites, elevados costos de transporte y varias otras dificultades más.

permitiría una comercialización más abierta y en otros ámbitos (supermercados, tiendas de aeropuertos, acceso a las compras del Estado, etc)<sup>15</sup>.

#### **4.2.5. Sobre las investigaciones (Resultado 1).**

Las investigaciones realizadas en cada uno de los países han sido diversas y numerosas, varias de ellas muy pertinentes no sólo porque cuestionan el actual sistema de comercialización sino también porque brindan información desconocida, y sobre todo porque los resultados están permitiendo plantear políticas, anteproyectos de ley<sup>16</sup>, planes, convenios<sup>17</sup> y abordar otros temas que no son de conocimiento y difusión<sup>18</sup> en sus países.

A pesar de que varias de las investigaciones emprendidas tropezaron con problemas y retrasos (en el Ecuador por ejemplo, no se sistematizaron las metodologías de investigación; no se finalizó el estudio de las compras públicas; hubieron retrasos en la entrega de estudios de evaluación de cadenas y mercados alimenticios convencionales y agroindustriales; como también en el estudio de comercialización de la panela en Azuay, Loja y Cañar entre otros), éstas respondieron no sólo a la problemática específica de cada país, sino que también fueron muy ilustrativas para el resto de los países, sobre todo por el enfoque metodológico realizado, por los hallazgos obtenidos y los indicadores utilizados (lo que por otro lado muestra la necesidad de realizar un solo estudio comparativo de la realidad de los tres países, en términos de la comercialización alternativa, de sus diferentes efectos e impactos, de las organizaciones, de las políticas planteadas y otros).

Se verificó también la existencia de pequeñas investigaciones publicadas como guías y módulos de capacitación sobre diversos temas que son de utilidad en los tres países (soberanía alimentaria y comercialización campesina, fortalecimiento organizativo, circuitos cortos y herramientas, cadenas productivas, comercio justo y otras), así como otros estudios y memorias de seminarios.

Esas investigaciones, por lo general han sido coherentes con las acciones realizadas, reflejando también los problemas específicos de los productores y de los emprendimientos comerciales<sup>19</sup>, planteando recomendaciones valederas, como por ejemplo acciones concertadas y concretas con la gobernación, la universidad y algunas ONGs.

#### **Las dificultades**

---

<sup>15</sup> Sin embargo, en el Perú hay ciertos productos (maíz, papa chips) que con su registro de exportación internacional (logrado por algunas organizaciones de productores en el marco del Comercio Justo) están siendo vendidos abiertamente, sin embargo, la venta en el mercado nacional implica adicionalmente disponer de registros sanitarios.

<sup>16</sup> Por ejemplo la propuesta de reglamentación de la Ley de promoción del desarrollo de mercados de producción agropecuaria en Perú.

<sup>17</sup> En el Perú, la investigación denominada "Estudio socioeconómico de Huancaro" permitió firmar un convenio para uso del espacio por dos años con el gobierno regional.

<sup>18</sup> Por ejemplo, la investigación sobre las compras del Estado en Bolivia.

<sup>19</sup> En Tarija por ejemplo, las investigaciones realizadas han permitido demostrar que los mercados campesinos, como están planteados actualmente, no constituyen un escenario de oportunidad para el productor campesino, para sus productos procesados y para los productos naturales sin químicos.



Las dificultades presentadas a las investigaciones son diversas y se las puede clasificar de la siguiente manera:

- Retraso en el inicio de las investigaciones, en algunos casos debido a aspectos de gestión/administración (Bolivia) y en otros al planteamiento de las herramientas metodológicas necesarias para iniciar las investigaciones. “A raíz de los planteamientos iniciales del PMC, se suscitó gran expectativa entre investigadores e instituciones contrapartes que solicitaban las herramientas metodológicas para iniciar las investigaciones, herramientas (indicadores, hipótesis, etc) que suponíamos consideraban las experiencias acumuladas en el pasado y en otros países, las que tardaron en plantearse”. (Entrevista A. Santos)<sup>20</sup>.
- Dificultades en la articulación investigación-acción no sólo por el retraso de los resultados de las investigaciones, la escasa integración de los productores en las investigaciones sino en la carencia de un plan estratégico para hacer más partícipes a los productores en las investigaciones.
- El tema de circuitos cortos y comercialización campesina no es prioritario para algunas universidades (por ejemplo “la Universidad de La Molina/Perú considera prioritarios los temas de finanzas, turismo, comercio y otros, y no al sector agrario ni campesino que no genera empleo...tampoco interesa la temática social”. Entrevista a W. Mercado Curi. Facultad Economía y Planificación, Universidad La Molina) lo que se tradujo en un escaso apoyo a los investigadores del PMC/Perú.
- Con los tutores de Tesis/Investigación también existieron dificultades no sólo por desconocimiento del tutor sobre el tema, sino sobre su desconocimiento de la realidad donde se realizaba la investigación y las herramientas metodológicas adecuadas para encararla, lo que ocasionó varios problemas a los investigadores. También hay que mencionar que algunos tutores, considerando que los apoyos financieros del proyecto para tutoría eran limitados o inexistentes, asumieron de forma parcial sus compromisos de apoyo a los estudiantes.
- La no determinación adecuada de las localidades y sujetos de trabajo y estudio. Resalta en el caso de Bolivia, que la organización contraparte (CIOEC/La Paz) estableció organizaciones que no cumplían lo establecido en el planteamiento de la investigación<sup>21</sup>; y en el caso del Perú, se planteó trabajar en Huancavelica cuando casi todos los alumnos son de Huancayo (Roxana Ramirez/CEPES).
- El no involucramiento del investigador con la temática/investigación/ y la institución que lo respaldaba (caso de la investigación sobre la sostenibilidad de la quinua en el CEPES), o el otro extremo: el no monitoreo de la institución co-ejecutora al investigador (caso de AOPEB en Tarija/Bolivia, aunque fue por limitaciones técnicas).

---

<sup>20</sup> Según el responsable general del PMC, este tema generó un debate entre los académicos cercanos al proyecto y el equipo técnico, los académicos incentivando a los investigadores de post grado y doctorado a realizar sus propias búsquedas metodológicas, cuando el equipo núcleo buscaba más bien la definición de una metodología que permita disponer de un enfoque más comparativo y menos exploratorio de las investigaciones. Esto demuestra que faltó en el proyecto-al inicio- el planteamiento de un diseño metodológico para los estudios cortos y dejando a la vez libertad para las exploraciones metodológicas de investigaciones de mayor alcance, en particular la de los doctorados.

<sup>21</sup> Por lo que se tuvo que cambiar el tema de la investigación, con el consiguiente retraso en la investigación (Entrevista Daniela).

- La inestabilidad laboral de los funcionarios del PMC influyó en la configuración y continuidad de las investigaciones en los tres países<sup>22</sup> aunque posteriormente se implementaron una serie de medidas que subsanaron esos hechos.
- De igual manera, La movilidad de los funcionarios ejecutivos de las instituciones asociadas limitó/retrasó en varios momentos la adecuada continuidad de las acciones del PMC (caso de AOPEB y CIOEC en Bolivia)
- La planificación de actividades de parte del PMC no fue elaborada de forma conjunta con las instituciones asociadas (CIOEC/AOPEB) ni transmitida oportunamente. En este marco, se deberían haber establecido claramente las funciones de los técnicos pagados por el PMC insertos en las instituciones asociadas. La movilidad de los funcionarios ejecutivos de las instituciones asociadas limitó en varios momentos la adecuada continuidad de las acciones del PMC.
- El tiempo establecido para realizar las investigaciones (6 meses) resultó en todos los casos, muy corto, no sólo porque una buena parte de ese tiempo lo dedicaron al trabajo de campo recolectando datos (lo que restó tiempo para las otras actividades como sistematización de la información y redacción del informe), sino porque impidió a la institución contraparte darle un seguimiento continuo (caso del CEPES/Perú por ejemplo) o resolver problemas internos que afectaban al investigador (caso del SIPAE/Ecuador cuyo profesor principal de tesis cambió de trabajo y se tardó en ubicar un profesor suplente).
- Entre los doctorantes, también surgieron diversos problemas como por ejemplo el no involucramiento con la modalidad de trabajo de la institución, planteando distinta metodología de trabajo y distinta concepción de la investigación (caso SIPAE); o el recargo en extremo de trabajo de los otros investigadores que apoyaban al doctorante, no sólo en la recopilación de información en el trabajo de campo sino también en la sistematización de la información (caso Bolivia), lo que perjudicó el trabajo de los otros investigadores. Pero el problema más grave fue el doctorante en el CEPES/Perú que luego de haber iniciado el trabajo, abandonó todo sin mayor explicación ni aviso.
- Hubiera sido adecuado establecer un mayor relacionamiento y continuidad con Agrocampus para lograr mayor efectividad en su apoyo técnico y metodológico.
- En el caso concreto del Perú, señalan dificultades en la formación de los investigadores jóvenes porque no se integraron plenamente al PMC y no tenían mucho conocimiento de la realidad donde tenían que realizar su investigación, acompañado de escaso conocimiento metodológico y de la temática.
- La mayoría de las investigaciones fueron definidas por AVSF y a partir del segundo año de ejecución del PMC, con CEPES que empieza a participar de manera más proactiva. De todas maneras, la participación de las organizaciones de productores en la definición de éstas, fue débil.
- En el caso del Ecuador, se contó con escasa experiencia de investigación en el tema de la comercialización por parte de las instituciones involucradas y pocos profesionales con esa

---

<sup>22</sup> Por ejemplo, la salida de Pedro Marcos en Bolivia suspendió las actividades de formación en la UAC en Bolivia; la salida de Paola Román en SIPAE retrasó las investigaciones y fue difícil ser reemplazada en sus responsabilidades.

especialización. Sin embargo, resaltan los esfuerzos realizados para la capacitación/formación de jóvenes profesionales investigadores en la temática de soberanía alimentaria y comercialización alternativa, derecho humano a la alimentación y otras por parte del post grado en la Universidad Central, en la universidad de Ibarra y el SIPAE.

- Finalmente, sobresale también el no cumplimiento de los plazos límites en la entrega de los productos, los informes finales de investigación en los tres países, artículos para revistas (SIPAE), elaboración de Memorias de las Jornadas de capacitación (UAC/Bolivia), por lo tanto, hay retraso en las publicaciones y en la difusión, lo que pone en duda su utilidad inmediata para las organizaciones de productores.

Hemos realizado una serie de tareas como la cartilla con el gobierno municipal de Achocalla; hemos diseñado otras cartillas, revisado contenido del SPG, hemos sistematizado 6 módulos de capacitación, lo cual es muy bueno..... sin embargo faltó tiempo para validar ese material, para publicar y difundir el material. Por lo tanto, este material "no ha podido alimentar al PMC" en lo inmediato.

Adolfo Valdés (Gerente AOPEB)

A pesar de las dificultades mencionadas anteriormente, resulta necesario aclarar que también se realizaron esfuerzos por corregir y/o mejorar las dificultades planteadas, entre las que se cuentan:

- El esfuerzo de las organizaciones de productores y el PMC por articular de manera conjunta, la definición de los diferentes temas de acción e investigación que interesa a las organizaciones de productores, tanto en Ibarra como Otavalo y Cuenca, con la participación de diferentes ejecutivos, dirigentes y otros miembros de las organizaciones.
- En el caso de Bolivia, sobresale el grupo de reflexión académico logrado por el PMC para la revisión mensual de las investigaciones, seguimiento y determinación de profesores tutores de las investigaciones y tesis de grado.
- De igual manera, resultó un avance significativo en el estudio de la temática de comercialización, las diversas investigaciones interrelacionadas entre sí, varias de ellas (EMAPA, compras estatales, situación de la feria en Tarija) muy pertinentes.

#### **Los beneficios.**

Existen también una serie de beneficios que generan las investigaciones, no sólo a los investigadores sino también a las instituciones que los patrocinaron o cobijaron.

En el primer caso, los investigadores entrevistados sostienen que el PMC les permitió contar con un apoyo técnico y logístico; les permitió apreciar más a la investigación, como ciencia; conocer y especializarse en una temática (la comercialización y distribución de alimentos) no muy conocida hasta ahora, tanto en aspectos teóricos como prácticos; capacitarse en metodologías de investigación; conocer otras realidades del sector rural y suburbano; y finalmente, contar con experiencia que le permite posteriormente, conseguir empleos con más facilidad.

Respecto a las instituciones, también plantean una serie de beneficios:

- El resultado de las investigaciones les permitió vincularse más con las universidades y establecer convenios de cooperación (formación, difusión) así como transmitir esa información y conocimiento al resto de sus propios funcionarios (RENACC-Tarija/Bolivia).
- El PMC ha replanteado los ámbitos de investigación y análisis de la temática a nivel nacional y ha generado la iniciativa de crear una instancia de reflexión/análisis y monitoreo de las investigaciones, con una serie de profesionales y académicos expertos en la temática, que aportaron permanentemente a las diversas investigaciones realizadas en el PMC (AVSF/Bolivia).
- El diplomado configurado por CEPES sobre Seguridad Alimentaria y Comercialización es muy positivo para la Universidad de Huancayo ya que les permitió capacitar a los alumnos (técnicos gubernamentales, profesores, profesionales de diversas ramas) en temas de SA, desarrollo local, derecho humano a la alimentación, comercialización y otros; otorgarles nuevas herramientas metodológicas e incrementar la participación de los alumnos en este diplomado. (Facultad de Zootecnia-Universidad de Huancayo).
- Las investigaciones realizadas generaron información que se utilizó no sólo para asesorar mejor y con mayor conocimiento de causa a las organizaciones de productores (por ejemplo, en elaborar los reglamentos de propuestas de ley), sino también para formar mejor a los investigadores de la institución; elaborar/conformar el “Diplomado en Comercialización Alternativa; Seguridad Alimentaria y Soberanía”; y apoyar mejor la conformación del “Colectivo de la seguridad y soberanía alimentaria” que funciona con diversas instituciones en el Perú (CEPES-Lima/Perú).
- Las investigaciones y el PMC han contribuido a elaborar cursos de post grado (Economía agrícola y desarrollo sustentable) con profesores del PMC/AVSF que apoyaron los módulos con conferencias, charlas y otros sobre Soberanía alimentaria; han fortalecido a la institución ya que complementan muy bien el tema de producción que es abordado por la institución; y ha permitido tener más experticia y así incorporar el tema en su enfoque de territorio y afianzar la presencia institucional a nivel de territorio (SIPAE-Quito/Ecuador)<sup>23</sup>

#### **4.2.6. Sobre el apoyo a las organizaciones de productores campesinos (Resultado 2)**

El apoyo a las organizaciones de productores campesinos puede ser clasificado en dos grandes temas: a) el acompañar y consolidar las dinámicas de comercialización existentes a nivel de las organizaciones de productores; y b) apoyar iniciativas/emprendimientos de transformación de productos para una mejor integración al mercado a través de los circuitos cortos.

##### **El caso de Bolivia.**

En el caso de Bolivia, como ya se mencionó anteriormente, las iniciativas de comercialización alternativa – a diferencia de las existentes en el Perú y Ecuador – tienen poco tiempo de

---

<sup>23</sup> Resaltando las investigaciones sobre la quinua y los dos estudios de caso sobre los circuitos cortos.

implementación<sup>24</sup> y con una sostenibilidad más limitada por centrarse en tiendas campesinas, dificultades en desarrollar sus ventas y en compras públicas de alimentos aun recientes en el escenario Boliviano, por lo que requieren un mayor apoyo y continuidad para lograr estabilidad y consolidarse como tales.

A pesar de eso, el apoyo del PMC es adecuado ya que está permitiendo establecer una alternativa de comercialización que supone no sólo obtener mayores ingresos para los productores sino también (en el caso de la feria en la calle de las oficinas del CIOEC) involucrar a los consumidores a través de la Junta de Vecinos para el espacio y para que accedan a productos frescos; lograr nuevos clientes (restaurantes y snacks aledaños) y que sea un espacio de venta de productores de varias regiones rurales aledañas a la ciudad de La Paz.

En el caso del mercado campesino de la ciudad de Tarija, la participación de los productores que cuentan con todo el apoyo del PMC<sup>25</sup> data de hace pocos meses, y se podría afirmar que se encuentran en un proceso de empoderamiento paulatino de los espacios, de la clientela, de la frecuencia en la asistencia de los productores y otros.

Como todo proceso de inicio, esta feria presenta algunas carencias como la no sistematización de la experiencia ni de datos básicos que deberían conformar una Línea de Base, y débil énfasis en la oferta y promoción de los productos (es necesaria una mayor difusión acerca de la procedencia de los productos, producción ecológica, productos sanos, etc). A pesar de eso, los productores están logrando cubrir sus costos (traslado, alojamiento, comidas) y ya no tienen la subvención inicial del PMC.

En el caso de las ferias en Bolivia, con un poco más de tiempo de funcionamiento (feria de Llojeta), también presentan debilidades que deben ser superadas, pues no alcanzan las metas planteadas en términos de la escasa participación de los productores ecológicos (sólo participan los dirigentes), escasa oferta de esos productos y su procedencia, y ninguna promoción a través de los medios de comunicación.

Un componente importante del apoyo a las ferias constituye la capacitación y apoyo técnico brindado por el PMC, sobre todo a través de la escuela de comercialización (AOPEB) con una metodología adecuada “aprender-haciendo”; con un contenido que permite a la/os alumna/os ampliar sus conocimientos sobre comercialización, y sobre todo obtener un certificado de asistencia reconocido por el Ministerio de Educación que le facilita obtener otras posibilidades (empleos, créditos, asistencia técnica municipal, etc).

En el caso del apoyo a los emprendimientos productivos, éstos están enmarcados en los “fondos de inversión” y, por lo general se han materializado hace escasos meses (en parte, debido a

---

<sup>24</sup> Se puede refutar esta afirmación argumentando que las iniciativas de comercialización alternativa datan de hace varios años, sobre todo a través de las ventas de algunas OECAS al desayuno escolar o ventas en tiendas urbanas de productos naturales por ejemplo. Sin embargo, esa participación ha sido y es muy reducida, y además no ha contado con el apoyo técnico y financiero de un proyecto como en el caso del Perú y Ecuador, que fortalecieron esa iniciativa con mayor sistematización, continuidad, recursos, incidencia entre otros aspectos.

<sup>25</sup> En términos de materiales, equipamiento, mandiles, etc.

trámites administrativos y de reglamentos internos), por lo que todavía están en proceso de instalación, en pruebas de funcionamiento o inicio de éste, lo que impide emitir criterios sobre el rendimiento productivo, logros, alcances y otros.

Estos apoyos en maquinaria y equipos<sup>26</sup> se han efectuado a emprendimientos que ya funcionaban hace algún tiempo, completando el financiamiento de otras fuentes (apalancamiento de recursos financieros) y permitiendo así cerrar el ciclo (o ampliarlo) del procesamiento y diversificación de los productos.

Lo anterior ha sido reforzado con una capacitación para abrir nuevos mercados alternativos a esa producción (ventas directas a puestos de venta urbanos, ventas en reuniones/seminarios/talleres, ventas en eventos sociales y deportivos, “organización de encuentros productivos” con OTBs y los “encuentros con niños” (Cochabamba) cada 15 días para incentivar el consumo de productos y su promoción.

En este marco, resalta también el apoyo brindado por el PMC para facilitar las ventas directas de las OECAS al Estado (desayuno escolar), los planes de negocio para mejorar y diversificar su producción y sobre todo la capacitación a través del intercambio de experiencias (productores de leche y derivados del Perú, que visitaron Bolivia), que es bien valorado por las organizaciones de productores de leche.

Sobresale también el acertado apoyo del PMC para la configuración de una Base de Datos electrónica en soberanía alimentaria y comercialización (AOPEB) especializada en datos sobre producción ecológica de las familias de productores campesinos, la cual presenta una alta utilización y servicio a la capacitación de los funcionarios, estudiantes, técnicos, uso para elaboración de propuestas, reglamentos para sellos ecológicos, etc.

### **El caso del Perú.**

Resultan pertinentes los diversos apoyos que brinda el PMC en el Perú, ya sea para consolidar las ferias que funcionan hacia algunos años, como también los apoyos para las nuevas iniciativas de comercialización<sup>27</sup>.

En el primer caso, es oportuno ese apoyo manifestado a través de las diversas gestiones ante los gobiernos municipales; conseguir las credenciales a los productores; apoyo a las nuevas iniciativas de productores para integrarse según capacidad y productos; apoyo en la administración financiera de los fondos generados por las ferias y otros (Huancaro por ejemplo)

---

<sup>26</sup> Son los casos de apoyo a AMLECO, CORACA –Aiquile, UNABENI, AART entre otros, con cámaras de frío y de maduración, procesadora de bananos y de turrone, ampliación de tienda, diseño de planes y manejo ambiental, compra de un molino, apoyo para abejas/miel, deshidratadora y otros. y otros (un detalle de ellos, en los informes del PMC Bolivia).

<sup>27</sup> Según los técnicos del proyecto, en total han apoyado la configuración y posicionamiento progresivo de ferias ocasionales a ferias con frecuencia establecida (según la sistematización de los técnicos del PMC, eso representó 90 días de ferias) en el transcurso de la ejecución del proyecto. Asimismo, al inicio, apoyaron con etiquetas para los envases, estiquers, transporte y otros, pero después no porque cada organización logra costearse esos gastos al igual que su transporte a la feria.

En el segundo caso, también es oportuno el apoyo para facilitar la presencia de los productores en las nuevas ferias urbanas (Lima) y en las ferias rurales (Huanaspampa/distrito Acoria por ejemplo), apoyo manifestado en términos del transporte; de los contactos comerciales; el apoyo en la difusión de las ferias y la coordinación de actividades con los otros actores sociales participantes (así como la facilitación para las conferencias de expertos extranjeros sobre la temática, aspectos valorados no sólo por las organizaciones de productores sino también por los demás participantes de las ferias en Lima).

A pesar de esos esfuerzos encomiables a la finalización del PMC, surge la pregunta de la sostenibilidad de estas ferias y la presencia de los productores, ya que ésta claro que necesitarán apoyo hasta lograr su consolidación...y el proyecto ya termina sus actividades.

También se verificó que hay una adecuada interrelación de acciones de apoyo entre el PMC y los otros proyectos que implementa AVSF (Microriego, con la junta de regantes CORESA, proyecto Kallpanchis de fortalecimiento institucional y organizativo de ARPAC)<sup>28</sup> pues los beneficiarios son los mismos en su mayoría (Acobambilla, Sumaqcha, Huaroscondo, por ejemplo), no sólo en términos del apoyo al mejoramiento de la producción (maquinaria para la empaquetadora de quesos) sino también en capacitación (diversificación de quesos, mantequilla, yogurt; producción natural con abonos orgánicos, preparación de compost y biofertilizantes, etc), apoyo a la configuración de las organizaciones y asesoría a través del ARPAC, registros sanitarios, certificados de reconocimiento, facilitación para la recepción de practicantes del SENATI, búsqueda de nuevos y grandes mercados, apoyo a la participación de las ruedas de negocio; encuentros con productores de Bolivia y Ecuador, pasantías y otros.

En síntesis, son pertinentes los niveles de coordinación del PMC con las organizaciones de productores y con los otros proyectos que implementa AVSF, y también son pertinentes los niveles de coordinación y planificación con varias instancias gubernamentales.

El PMC cambia el rumbo de la política pues involucra también a otras instancias de la sociedad civil como las organizaciones de productores y a la Dirección de la Micro Empresa del Ministerio de Producción; facilita los trámites del registro sanitario, facilita la feria gastronómica, facilita que el gobierno municipal emprenda otras actividades de fomento a la producción, facilita espacios urbanos para los productores rurales y facilita mayor consumo de productos locales.

Edgar Guamanitis

Sub Gerente de Desarrollo Agropecuario de Huancavelica

---

<sup>28</sup> El apoyo a la producción que ahora el PMC realiza en Bolivia, ya se realizó en el Perú hace algunos años (2007) a través del proyecto Calpanchis I por ejemplo, que apoyó sistemas de riego, pastos mejorados, mejoramiento de ganado vacuno y reproductores entre otros.

Sin embargo, según los propios funcionarios del proyecto, habría que mencionar algunas actividades no cumplidas<sup>29</sup> y limitaciones como por ejemplo, que los limitados recursos disponibles en el presupuesto para el apoyo a emprendimientos de transformación y comercialización (menos de 30 000 euros por país para los 3 años) impidieron apoyar a más organizaciones de productores y la expansión de las ferias a otras localidades; que no se haya podido conseguir el apoyo de más técnicos para abarcar otras 2 regiones más y así cumplir compromisos contraídos con anterioridad con varias localidades, y la finalización de actividades en el 2014 que impedirá dar continuidad a una serie de acciones emprendidas.

Para finalizar, se ha verificado que el PMC ha puesto énfasis en lograr una activa y plena participación de la mujer a través de diversas acciones en la que los propios funcionarios del proyecto han llamado “bajada a las bases”, enfatizando en la titularidad de la mujer en la organización; en que el 60% de los directivos de cada organización sea mujer (y que el cargo de tesorero esté siempre en manos de una mujer escolarizada y joven); y en un mayor énfasis en la capacitación de las mujeres, habiendo logrado hasta ahora que en las organizaciones de los mercados/ferias campesinas, la mujer ocupe el 80% de las directivas.

#### **El caso del Ecuador.**

Al igual que en el Perú, y cómo ya se afirmó anteriormente, es acertado que el PMC trabaje con una gran parte de las mismas familias de beneficiarios de proyectos anteriores (los proyectos Agroecología en el Austro desde el 2007; cadenas cortas en 2009/10 y PMC en 2011/13) pues permite consolidar y reafirmar lo avanzado.

Bajo ese contexto, se verificó que el PMC apoya las ferias no sólo con materiales, equipamiento y promoción/difusión sino también con intercambio de experiencias de productores (a nivel nacional y con el Perú), capacitación (en gestión, fortalecimiento de las organizaciones, formación de líderes, reflexiones de coyuntura, comercialización, calculo de costos y otros) incentivando la diversificación productiva, la práctica del intercambio de productos, apoyo a las ventas al Estado, y haciendo seguimiento a las parcelas para garantizar una comercialización directa.

El apoyo y facilitación que brindó el PMC para que representantes de diversas organizaciones regionales participen en las diferentes actividades (encuentros, talleres, foros, festivales) donde participaron diferentes actores privados, públicos e inclusive expositores internacionales, facilitó y enriqueció la formación de líderes y amplió su conocimiento y sus metodologías de análisis.

Entre las acciones pertinentes a resaltar, se menciona el incentivo a la producción natural (a través de caldos, biol y otros) para desplazar el uso de agroquímicos, con relativo éxito<sup>30</sup>. También

---

<sup>29</sup> Por ejemplo, no se llegó a implementar el Programa de Formación para líderes y lideresas en el Buen Vivir y Soberanía Alimentaria elaborado en coordinación con la CNA, porque el cofinanciamiento que la CNA debía obtener, no fue conseguido.

<sup>30</sup> Según los productores entrevistados en Ibarra, antes toda la producción de los socios de las organizaciones de la sierra norte era con agroquímicos, mientras que hoy sólo el 50% aproximadamente. En la sierra centro y sur donde opera también el proyecto, el 100% de los productores apoyados son agroecológicos o en transición.



resaltan las acciones (todavía insuficientes) que se realizan para implementar una de las recomendaciones de la evaluación externa de medio término referida a trabajar con el consumidor, a través del programa “Que rico es comer de nuestra tierra”, con la difusión de videos, charlas en la universidad, ferias de alimentos al consumidor, presentación de comidas típicas en el Día Mundial de la Alimentación (DMA), acuerdos con restaurantes y otras.

También son pertinentes las alianzas establecidas a través de las organizaciones de productores con las directivas de las federaciones de barrios y los municipios para abrir ferias semanales en los barrios (Ibarra/Pimampiro).

Pero así como se dieron acciones pertinentes, también existieron acciones que no se llegaron a implementar o que tuvieron dificultades en su realización, como por ejemplo la no entrega de los resultados de las investigaciones, lo que generó retraso en las publicaciones programadas; o también retraso en las actividades programadas del proyecto porque las organizaciones de productores tenían sus propias actividades o por la coyuntura sociopolítica, que impedía su normal ejecución.

En el tema de la coordinación y planificación de actividades del PMC, se verificó que ésta fue bastante adecuada y pertinente en todas las regiones donde opera el proyecto.

En la región de Cuenca, la contraparte institucional (CEDIR) monitorea y coordina en alianza con la red Agroecológica del Austro (en los aspectos de producción, comercialización y sistemas locales de garantía) los diversos mercados de Cuenca, lo que le permite tener una presencia activa en los diversos grupos de las organizaciones (APAAZUAY, APAAUSTRO) e inclusive en los Comités Cantonales del sistema de garantía, lo que incide en la sostenibilidad de las acciones emprendidas en comercialización.

En la región de Ibarra, también son adecuados la relación, el compromiso y el grado de coordinación del PMC con la FICI, a través de la cual se logra un apoyo y monitoreo a la comercialización, a la producción, a la conformación de las organizaciones y a los relacionamientos comerciales en los 3 pisos ecológicos de la región.

Respecto al tema de la participación de la mujer, en el Ecuador hay una mayoritaria participación de ellas en las diversas actividades realizadas en el marco del PMC (en un 95%)<sup>31</sup>, por lo tanto un mayor control en los cargos directivos y en los ingresos económicos obtenidos, lo que les da mayor satisfacción personal e independencia en el presupuesto familiar.

#### **4.2.7. Sobre la incidencia en propuestas de políticas (Resultado 3).**

En términos generales hay que resaltar que todas las acciones y trabajos realizados suponen un largo tiempo para su maduración y concretización en políticas, programas y otros proyectos, más aún si ciertas acciones como las que se realizan en Bolivia, se iniciaron hace poco tiempo.

---

<sup>31</sup> Más bien hacen esfuerzos por lograr una mayor participación de los varones, quienes están ausentes por sus actividades y trabajos extra fincas.

A pesar de la anterior reafirmación, hay varios hechos y acciones que se encaminan a lograr una incidencia en diversos temas, como los siguientes.

En el caso de **Bolivia**, el PMC ha realizado una serie de incidencias sobre:

- La temática de seguridad alimentaria/soberanía alimentaria y comercialización a través de seminarios públicos con diversos disertantes nacionales e internacionales (Jornadas de seguridad alimentaria y agroecología); y con talleres internos de reflexión sobre esos grandes temas.
- También se ha realizado una serie de capacitación a los funcionarios y personal de las instituciones contraparte (CIOEC/AOPEB) y líderes de OECAS en el sentido de reforzar su capacidad crítica y de análisis, base para la formulación de propuestas de incidencia, de planes y otros. Esta búsqueda de efecto multiplicador está teniendo resultados positivos pues según los funcionarios de las dos instituciones contrapartes, se ha logrado influir en los presupuestos de los POAs de diversos municipios (Achocalla, Padcaya, Caracollo, Batallas) logrando que se destinen recursos financieros al fomento de la producción ecológica local.
- Se apoyó la conformación de bases de datos en Bolivia en CIOEC y sobre todo en AOPEB, pero con dificultades en el manejo/destreza y en utilizarlas también como herramientas comerciales.
- También anotan haber logrado convenios con diversas instituciones gubernamentales (Gobernación de La Paz para apoyar el Plan departamental de seguridad alimentaria; y la Sub Gobernación de la provincia Cercado/Tarija para elaborar alternativas para certificar la producción ecológica).
- Las publicaciones de un libro sobre Soberanía alimentaria así como de diversas cartillas y las diversas investigaciones en proceso, y los estudios (compras estatales) constituyen también un medio de incidencia.
- A nivel regional (Tarija) la incidencia lograda fue débil pues ésta tarea fue encomendada, en los inicios del PMC, a la institución contraparte (AOPEB) que no tenía capacidad para eso. En la actualidad, se hacen esfuerzos para lograr una mayor incidencia tanto en instituciones gubernamentales (en la Gobernación del Departamento a través de los resultados de las investigaciones, y en la Sub Gobernación de la provincia Cercado con los mercados) como en la Sociedad Civil (con la conformación de una plataforma de productores apícolas a nivel departamental).

En el caso del **Perú**, se han realizado diversas tareas entre las que sobresalen:

- Sobre el SGP de los productos de cada región y su revalorización, para lo cual formaron un Consejo Regional entre instituciones públicas, organizaciones de productores y organizaciones sociales, con diversas actividades de promoción (sin embargo, hasta el momento no se logró obtener certificado alguno).
- Se ha elaborado una propuesta de reglamentación sobre la ley de los “Productores organizados” para el Congreso del Perú.

- Se han realizado una serie de aportes, análisis y discusiones sobre la Ley de Seguridad Alimentaria.
- Se apoyó la conformación de un Colectivo de Instituciones de la sociedad civil y la cooperación internacional sobre Seguridad y soberanía alimentaria.
- Se apoyó la discusión y análisis de la Ley de Alimentos saludables para niño/as adolescentes, a través de mesas de discusión y también a través de artículos de revistas (que incluyeron también la temática de Seguridad y soberanía alimentaria).
- Se conformó e implementó un Diplomado en Comercialización alternativa, seguridad y soberanía alimentaria, para formar y reforzar capacidades de análisis y de elaboración de propuestas y políticas, lo cual es muy bien valorado y apreciado por los estudiantes en la Universidad.
- A nivel de diversas regiones se incidió en los gobiernos municipales para la obtención de espacios para las ferias y apoyo material a éstas (propagandas, materiales, etc).
- Finalmente, se realizaron diversas acciones de incidencia con organizaciones de productores sobre diferentes temáticas.

En el caso del **Ecuador**, la incidencia del PMC se expresa a través de:

- Incidencia en la población a través de diferentes investigaciones, estudios, seminarios y talleres con investigadores nacionales y extranjeros sobre diversos temas de Seguridad y soberanía alimentaria (compras estatales, comercialización y otros). Aunque la mayoría de esa población es académica, se valorizan los esfuerzos realizados para facilitar la lectura, comprensión y participación de las organizaciones sociales.
- Incidencia en la población a través de diversas acciones y planteamientos como la visibilización nacional de las ferias de productores, las difusiones sobre la comercialización de productores a través de redes de diversos medios de comunicación, y la articulación con las ferias gastronómicas.
- Incidencia en instituciones gubernamentales a través de las diversas Ordenanzas Municipales y Provinciales (espacios en mercados para la venta de los productores y espacios libres para las ferias semanales entre otros), y el logro de la Declaración del Año Nacional del Trueque.
- Diversas acciones sobre los SGP para diversos productos, todo ello en proceso.
- Incidencia en las diversas organizaciones de la sociedad civil (federaciones de barrios por ejemplo) para obtener espacios de venta directa.
- Incidencia en el nivel de conocimiento, información y toma de conciencia de la población, a través de la creación de una base de datos y página web que brindan información relevante y actualizada sobre diversos temas de seguridad alimentaria, comercialización, soberanía alimentaria.
- Apoyo a la formulación de propuestas de políticas públicas (propuestas, ordenanzas municipales, etc) y seguimiento a esas propuestas que abarquen los intereses de las organizaciones de productores (en comercialización y producción).

### 4.3. La ejecución presupuestaria y la eficiencia de los recursos.

#### 4.3.1. La ejecución presupuestaria.

La ejecución presupuestaria general del PMC con financiamiento de la UE alcanzó, como se anota en el cuadro No. 6, al 100% de lo programado en los tres años de ejecución del proyecto<sup>32</sup>.

Desde el punto de vista de cada partida, la ejecución presupuestaria varía:

Entre las partidas que excedieron los gastos respecto a lo presupuestado, figuran la partida de Viajes (105%), el rubro Otros (104%) y Recursos Humanos (101%), mientras que las partidas que tuvieron un gasto menor al programado son Equipamiento/materiales y suministros (97.10%); y Otros costos y servicios (96.6%).

Si se analiza al interior de cada partida, la situación es diferente. En la partida 5 correspondiente a Otros gastos, resalta que de los 17 sub rubros componentes de ésta, en cinco se excedieron en los gastos programados: Auditoría; costo evaluación (que en realidad no estaba programado); evaluación final externa; módulos de formación y seminarios nacionales (quizás este exceso de los gastos programados en estos dos últimos rubros, generó que sus actividades sean calificadas como eficientes, como muestra el cuadro No. 7).

Los rubros en los que se gastó menos de lo programado son varios como por ejemplo las Consultorías específicas; Becas; Servicios financieros; Publicaciones; Seminarios; Beca Doctorados nacionales, Investigadores internacionales Agrocampus y varios otros como muestra el cuadro 6.

Sobre estos dos últimos rubros (Agrocampus y Becas) hay que resaltar algunos aspectos. En el caso de la Beca de Doctorado, esa baja ejecución podría justificarse por el abandono del doctorante en el Perú (aunque el doctorante en Bolivia demandó un gasto más elevado de lo programado)

Respecto a los gastos con Agrocampus, existe un convenio firmado entre AGROCAMPUS y AVSF por el cual se estipuló una serie de inversiones a realizar por el PMC; entre las que figuran los viajes internacionales (15.000 Euros), las consultorías de investigadores internacionales (127.500 euros) y la beca para el doctorado Regional (72.000 euros), con una programación de 15 misiones de formación, asesoría e intercambio.<sup>33</sup>

**Cuadro No. 6**  
**Total ejecución presupuestaria del proyecto 2011-2013(en euros)**

Partidas	Programado	Ejecutado	Porcentaje de ejecución (%)
----------	------------	-----------	-----------------------------

<sup>32</sup> Se remarca que el presente análisis es realizado solamente sobre el presupuesto general ejecutado que presentaron los responsables del PMC, y de ninguna manera analiza en detalle las partidas y los gastos específicos de éstas, función que corresponde más bien a un trabajo de Auditoría.

<sup>33</sup> El informe de ejecución presupuestaria muestra que del total programado en cada uno de esos rubros, se ejecutó el 100.03% en la beca, el 92.5% en las consultorías y el 81.2% en viajes; habiéndose realizado 13 misiones de consultores de Francia y 2 misiones de consultores de otros países como muestra el cuadro No. 1 del anexo. La carencia de información detallada sobre los costos de viajes de cada consultor y la becada doctorante, impiden realizar el análisis de la eficiencia de estas misiones.

<b>1. Recursos humanos</b>	<b>1.102.270</b>	<b>1.116.199</b>	<b>101.26</b>
<b>2. Viajes</b>	<b>115.970</b>	<b>121.718</b>	<b>104.95</b>
<b>3. Equipamiento, materiales y suministros</b>	<b>73.008</b>	<b>70.894</b>	<b>97.10</b>
<b>4. Oficina</b>	<b>121.323</b>	<b>121.437</b>	<b>100.09</b>
<b>5. Otros costos y servicios</b>	<b>769.879</b>	<b>744.299</b>	<b>96.67</b>
5.1 Publicaciones	88200	74.661	84.64
5.2 Estudios y consultorías			
Becas para jóvenes investigadores (universitarios, técnicos y campesinos) (6 meses/beca)	108550	105.979	97.63
Consultorías específicas complementarias (base de datos, sitio Web, implementación sistemas de certificación)	32100	23.795	74.12
Consultorías investigadores internacionales (AGROCAMPUS)	127500	118.062	92.59
Beca parcial de investigación doctorado regional	72000	72.023	100.03
Beca parcial de investigación 3 doctorados nacionales	88800	80.280	90.40
5.3 Auditorías	18000	25.874	143.74
5.4 Costo evaluación	0	588	588.00
Evaluación final externa en tres países	12000	14.667	122.22
5.5 Servicios financieros	11400	8.493	74.50
5.6 Costos conferencias y seminarios			
Módulos de formación de dirigentes, productores y técnicos en comercialización campesina (400 formados)	80334	96.479	120.09
Talleres seminarios de formación complementaria de jóvenes investigadores	27500	26.895	97.80
Seminarios nacionales de investigación sobre comercialización y soberanía alimentaria	27000	24.752	91.67
Seminarios nacionales sobre comercialización campesina alternativa	27000	23.038	85.32
Seminarios nacionales de construcción de propuestas de políticas públicas	18000	20.177	112.09
Talleres de espacios de análisis de resultados de investigación, observación, debate y propuestas de soberanía alimentaria	25500	22.311	87.49
5.7 Acciones de visibilidad	5995	6.224	103.81
<b>6. Otros</b>	<b>168.400</b>	<b>175.924</b>	<b>104.46</b>
6.1. Fondo de apoyo a iniciativas de comercialización alternativa (promoción, transformación, comercialización y certificación)	86000	89.715	104.31
6.2. Encuentros e intercambios andinos sobre comercialización campesina alternativa, agricultura familiar y soberanía alimentaria (investigación, formación y políticas públicas)	44900	46.949	104.56
6.3. Fondo Campaña de comunicación y difusión por distintos medios (radio, prensa, web) sobre la soberanía alimentaria y alimentos campesinos	27000	31.373	116.19
6.4. Intercambios de experiencia (comida y alojamiento)	10500	7.887	75.11
<b>7. Subtotal costes directos elegibles de la Acción (1.-6.)</b>	<b>2.350.850</b>	<b>2.350.472</b>	<b>99.98</b>
8. Provisión la reserva de imprevistos			
<b>9. Total de costes directos elegibles de la Acción (7.+ 8.)</b>	<b>2.350.850</b>	<b>2.350.472</b>	<b>99.98</b>
10. Costes administrativos	<b>164.150</b>	<b>164.528</b>	

			100
<b>11. Costes total elegibles (9+10)</b>	<b>2.515.000</b>	<b>2.515.000</b>	<b>100</b>

Finalmente, en la partida correspondiente a Otros gastos (6), resalta que la mayoría de los rubros exceden sus gastos programados (Fondo de apoyo a iniciativas comerciales; encuentros e intercambios andinos y sobre todo el rubro del Fondo para la campaña de comunicación) a excepción del rubro Intercambios que sólo alcanza al 75.1% de lo programado.

#### 4.3.2. La eficiencia en la utilización de los recursos financieros.

Los términos de referencia de la evaluación indican analizar el grado de eficiencia del proyecto, considerando la relación entre los recursos financieros invertidos sobre los resultados obtenidos.

Para el efecto, se ha construido el cuadro No. 7 donde se detallan los logros de los indicadores de cada Resultado junto a su presupuesto ejecutado, y el Índice de eficiencia de cada indicador.

**Cuadro No.7**  
**Grado de eficiencia de los Indicadores de los Resultados**

Indicadores	Metas		Recursos (Euros)		Relación (%)		Índice de eficiencia (5/6)
	Planteadas (1)	Logradas (2)	Presupuestados (3)	Ejecutados (4)	Planteada (5) =(3/1)	Lograda (6)=(4/2)	
<b>Resultado 1</b>							
1.1.Diagnósticos nacionales de circuitos de comercialización y SOBAL, difundidos a los actores	3	3unidades	(*)				
1.2. Estudios de cadenas y mercados, de marcos jurídicos y sistemas de certificación	33	38 unid.	108.550	105.979	3289	2788,9	117.93
1.3. Doctorados sobre cadenas agroalimentarias(****)	4						
a. Doctorado regional	1	100%	72.000	72.023	72.000	72000	100
b. Doctorantes nacionales	3		88.800	68.367(3)	88.800		
Doctorante Bolivia	1	85%	28.800	32.356	28.000	38.066	73.55
Doctorante Ecuador	1	70%	28.000	20.144	28.000	28.777	97.29
Doctorante Perú	1	10%	32.000	15.867	32.000	158.670	20.16
1.4. Investigaciones debatidas en eventos de los Comités de formulación y monitoreo.	36	38 unid.	25.500	22.311	708.33	587.13	120,6
<b>Resultado 2</b>							
2.1.Elaborar un programa de formación en cada país para productores/técnicos validado y replicado	3	3 unid.	(*)				
2.2.Líderes y técnicos formados en comercialización alternativa mejorando iniciativas de comercialización	400	511 pers.	80.334	96.479	200.8	188.8	106.3
2.3. Sistemas de certificación y sellos consolidados en organizaciones	20	24 unid.	(**)				
2.4. Organizaciones campesinas consolidan acceso al mercado y el reconocimiento de consumidores	27	38 org.	86.000	89.715	3.185,1	2360,9	134.9
2.5. Aumenta el número de mujeres en iniciativas de comercialización en un 20%	20%	Sin datos	(***)				
2.6. Por lo menos el 50% de iniciativas apoyadas promueven agricultura agroecológica.	50%	Sin datos	(***)				
<b>Resultado 3</b>							

3.1. Publicaciones de estudios, metodologías, formaciones, propuestas difundidas	38		88.200	74.661	2.321		
Publicadas actualmente (al momento de la evaluación)		15		74.661		4.977	46,6
Publicaciones programadas en el 2014		8		74.661		9.332,6	24,8
Total publicaciones previstas (****)		23(60.5%)		74.661		3.246	71,5
3.2. Acuerdo con 7 universidades /sistemas de formación para incorporar en su curricula módulos de formación	7	3 instituc.	(***)				
3.3. Jóvenes investigadores formados en metodologías de investigación y análisis de cadenas	60	335 pers.	27.500	26.895	458,3	80.2	570,9
3.4. Se consolidan espacios de observación de SOBAL entre Estado y sociedad civil	9	4 unid.	72.000(1)	47.967	8.000	11.991,7	66.71
3.5. Una campaña de sensibilización en cada país sobre producción campesina y soberanía alimentaria	3	3 unid.	27.000	31.373	9.000	10.457,6	86,0
3.6. Encuentros e intercambios de experiencia afianzan la relación con centros de investigación, autoridades ..	6	6 eventos	55.400(2)	54.836	9.233	9139	101,0

(\*) No contempla un presupuesto específico. Son acciones consideradas como las tareas a cumplir por el personal del proyecto.

(\*\*) Presupuesto incluido en la partida 2.4.

(\*\*\*) Sin presupuesto asignado

(\*\*\*\*) Es necesario aclarar que el inicio de actividades de cada doctorante varió. El regional inicio en enero 2011 mientras que los otros iniciaron posteriormente, aspecto que también influye en el desarrollo de la investigación y en el presupuesto.

(\*\*\*\*\*) Aunque este número puede incrementarse ya que, según el responsable general del PMC, hay diversos proyectos de cofinanciamiento de publicaciones con otras instituciones, para el 2014.

(1) Comprende a las partidas presupuestarias No. 5630,5640 y 5650

(2) Comprende a las partidas presupuestarias No 6200 y 6400

(3) Elaborada en base a los presupuestos de cada país, que no coincide con la cifra del presupuesto general presentado por el PMC

Del cuadro anterior se concluye:

En el caso de los indicadores del *Resultado 1*:

i. El indicador 1 sobre diagnósticos institucionales fue cumplido satisfactoriamente en sus metas. Estaba contemplado en las funciones a cumplir por el personal del proyecto en cada región, razón por la que no se le asignó un presupuesto

ii. El Indicador 2 sobre estudios sobre comercialización cumplido a satisfacción, con un grado de eficiencia superior al programado

iii. En los indicadores relativos a los doctorantes, hay que diferenciar:

- . El doctorante regional cumplió a satisfacción, con un grado de eficiencia adecuado.

- . En los doctorantes nacionales sobresale que a la fecha de la visita de la evaluación (XI-XII/2013) ninguno de los 3 doctorantes finalizó su trabajo (aunque ya se aclaró que éstos iniciaron sus actividades en el transcurso del año 2011).

- . En el caso de Bolivia, sobresale también que se ejecutó un presupuesto por encima de lo programado.

- . A la fecha de la evaluación, había un 80% de avance.

- . Considerando el monto de dinero desembolsado y el grado de ejecución del doctorado, el índice de eficiencia es del 73.55%.

. En el caso del Ecuador, a la fecha de la visita de la evaluación, el grado de avance del trabajo correspondía al 70%.

. El recurso desembolsado según el avance del trabajo es coherente por lo que el grado de eficiencia es adecuado (corresponde a un 97.2%).

. En el caso del Perú, el doctorante abandonó su trabajo con un avance del 10% del trabajo (según los responsables de la institución que lo cobijó), pero con un presupuesto ejecutado del 49.58% (aunque según los responsables del PMC/Perú, ese dinero se habría destinado a otro estudio).

. De todas maneras, el grado de eficiencia representado alcanza sólo al 20.1% como muestra el cuadro No. 7

En términos generales, si bien los doctorados tienen niveles de avances suficientes, no lograron aportar un servicio, un producto, un apoyo metodológico a la altura de los costos que tienen, en parte porque las investigaciones y/o trabajos doctorales demandan mayor cantidad de tiempo(3-4 años), cuando la vigencia del proyecto era de 3 años.

iv. El indicador relativo a las “Investigaciones debatidas..” es el que más índice de eficiencia presenta (120%).

En el caso de los indicadores del *Resultado 2*:

- i. Al igual que en el Resultado 1, el indicador “Elaborar propuestas de formación...” fue logrado exitosamente. Correspondía a las funciones a cumplir por el personal del PMC en cada país.
- ii. Todos los indicadores que pueden medirse en esta actividad presentan un índice elevado de eficiencia (sobre todo el de organizaciones campesinas, aunque quizás un poco menos que el índice descrito en el cuadro (134.9%) ya que hay que considerar en ese presupuesto, los gastos demandados a los Sistemas de certificación (que igualmente superó la meta establecida).
- iii. Lamentablemente el proyecto no presenta datos relativos a los indicadores relacionados al incremento del número de mujeres en iniciativas de comercialización ni las iniciativas apoyadas para promover agricultura agroecológica. Tampoco se les designó un presupuesto financiero.

En el caso de los indicadores del resultado 3:

- i. De los 6 indicadores planteados en este Resultado, sólo 2 resultaron eficientes
- ii. Adecuada programación y eficiencia en el indicador 3.6.
- iii. El indicador de “Jóvenes investigadores formados...” es el que presenta el mayor grado de eficiencia de todos los indicadores en los 3 Resultados ya que a pesar de haber gastado menos de lo presupuestado, ha cumplido sus objetivos en más de 5 veces lo programado.



- iv. En el caso del indicador relativo a las campañas de sensibilización, a pesar de haber cumplido el número de unidades programadas, no resultó eficiente por su elevado costo (más de lo programado)
- v. En cambio el indicador relativo a “Consolidar espacios...” (3.4.) no resultó eficiente por el escaso número de actividades realizadas.
- vi. En el caso del indicador de las publicaciones, éste también presenta un índice de cierta ineficiencia:
  - . En el momento de la evaluación se constató sólo 15 publicaciones realizadas de las 38 programadas<sup>34</sup>. En el supuesto caso que esas 8 publicaciones salgan en el 2014, se tendrían en total 23 publicaciones. Esto significa que se alcanzaría el 60.5% del total programado inicialmente (con un grado de eficiencia que alcanzaría al 71.5%, habiendo utilizado el 84.64% del total presupuestado).
  - Sin embargo, según el coordinador general del PMC, es posible que se realicen más publicaciones de las programadas (de los 40 trabajos expresados en el cuadro 2 del Anexo No.2) en el 2014 ya que se han apalancado recursos de otras fuentes.

## **V. LOS EFECTOS.**

Resulta muy difícil medir los diferentes efectos que ha generado el PMC en las regiones donde se implementa el proyecto, ya que al momento de la evaluación no se pudo entregar al evaluador (por haber avances parciales de los datos de la línea de cierre) información sistematizada respecto a los ingresos económicos, rendimientos productivos, diversificación productiva, capacidades de organización y otros.

Sin embargo, en base a las anotaciones, observaciones y entrevistas realizadas por el evaluador a diferentes actores, se plantean a continuación algunos aspectos que se pueden catalogar como efectos.

### **5.1. El caso de Bolivia.**

En el caso de Bolivia, como las actividades realizadas por el PMC tienen reducido plazo de implementación, todavía no hay efectos claros y determinados, sin embargo se perciben algunos de ellos y se esperan otros, como por ejemplo:

- En el caso del apoyo a los emprendimientos productivos enmarcados en los “fondos de inversión”, las OECAS apoyadas (por ejemplo, AMLECO, CORACA Aiquile, UNABENI) esperan un incremento en su producción y diversificación (“aumentará la producción de 10.000 kgs/año a 12.000 Kg/año de miel, y venderemos los productos en sachets”/Coraca.....acelerará el proceso de maduración del plátano, lo que incrementará la oferta y la calidad de los productos”/UNABENI).  
Estas OECAS también están planteándose buscar nuevas alternativas de comercialización de los excedentes que vayan a obtener, como por ejemplo la venta al detalle (puerta x puerta,

---

<sup>34</sup> En parte porque no era una actividad prioritaria y la pospusieron para el final, y también porque los equipos en cada país tuvieron dificultades en la calidad de los trabajos a editar (que supone también la revisión de los textos, las correcciones, el trabajo de la edición y de la impresión entre otros).

venta en reuniones sociales y eventos deportivos, y otros) o la participación en las ventas al Estado en sus municipios (Desayuno escolar).

- En el caso del apoyo a las nacientes ferias, éstas les permiten a las mujeres no sólo tener un espacio donde vender su producción sino también:
  - . Incrementar sus ingresos económicos
  - . Manejar sus propios ingresos económicos, lo que les da más libertad y no tener tanta dependencia de los esposos.
  - . Tener mayor relacionamiento social con sus compañeras de venta y hacer nuevas amistades.
  - . Tener la posibilidad de elaborar algunas comidas para vender, además de los productos agrícolas que llevan para la venta.
  - . Aprender a hacer trámites en la ciudad (permisos en la Alcaldía, registros, etc) y tener la posibilidad de frecuentar a sus familiares que migraron a las ciudades.
- En el caso de la capacitación brindada por el PMC, también hay algunos efectos en las mujeres participantes:
  - . Algunas mujeres capacitadas consiguieron trabajo pues el certificado de asistencia y aprendizaje apoyó su contratación.
  - . Aprender a desenvolverse en otros ambientes, perder la timidez, aprender a hablar, elevar su autoestima, aprender a vender mejor.

## 5.2. El caso del Perú.

En el caso del Perú, como las acciones relacionadas con los circuitos cortos de comercialización se ejecutan hace varios años, ya se perciben una serie de efectos, como los siguientes:

- Consolidar/ampliar/generar espacios de venta, lo que a su vez supone:
  - . Obtener un espacio fijo para vender, pues antes no vendían o vendían en sus chacras solo a intermediarios comerciantes, a precios bajos.
  - . Vender no sólo productos básicos sino también productos con cierto proceso de transformación (yogurt, diferentes tipos de quesos, etc).
  - . Que los productores sientan que tienen un espacio propio donde pueden vender sus productos con preferencia. Una reciente investigación (tesis) sobre la feria de Huancará/Cusco está develando también que un alto porcentaje de la producción comercializada de los productores campesinos de la región es comercializada en esa feria, y que los productores que tienen menos tierra (minifundistas) son los que más llevan sus productos a vender a la feria.

**Cuadro No.8**  
**Comercialización de los productores de la zona media del Cusco**

Tipo de productor	Destino de la producción	Lugar de venta
Minifundista (- 1.5 Has)	Autoconsumo (30.1%)	
	Venta (69.9%)	Feria Huancará (89 %)
		Otros mercados/ferias (11%)
Pequeño productor(entre 1.5-3 Has)	Autoconsumo (34.2%)	
	Venta (65.8)	Feria Huancará (85.5%)
		Otros mercados/ferias (14.5%)

Peq productor+ actividades extra finca (1.5 – 3 Has)	Autoconsumo (28.5%)	
	Venta (71.5%)	Feria Huancará (84%)
		Otros mercados/ferias (16%)

Fuente.- Construido en base a datos de Aguilar R. y Quispe R. (2013)

- Ampliación de mercados, lo que supone la realización de nuevos contratos o espacios de comercialización logrados a través de las ferias:

“...ahora que ya aprendí a vender, también llevo mis productos a otras 3 ferias cercanas” (comunidad Antacocha)

. “...en la feria de Huancará me han contactado...ahora semanalmente vendo a 2 hoteles del Cusco y me pagan a fin de mes...ya no tengo que esperar meses como antes para el pago”

“...nos han contactado para la exportación...ahora vendo mi maíz chijchi a 6,50 Soles/Kg a la empresa que exporta....mejor precio que en el mercado (3.5 S/Kg)”

“...hemos contactado a las monjas del seminario...a ellas también les vendemos queso (10 kg), yogurt (15 Lts), leche fresca (25 Lts), helados...” (Comunidad Huanaspampa).

- Incremento en la producción y aumento en las ventas:

. “...Antes de la feria, recolectaba 80 Lt/día/leche para hacer quesos, hoy recolecto 500Lt/día/leche para vender quesos en la feria de Huancará”(J. Hualparimachi Planta quesera Suiza Andina-Sumaqcha).

. En las recientemente creadas ferias urbanas (Surquillo-Lima) también hay un incremento en la producción vendida, como declaran algunos productores entrevistados:

**Cuadro No. 9**  
**Incremento en la producción comercializada/Lima**

Productos vendidos	En otros lugares de Lima	Feria Lima
plátano	1 caja	2-3 cajas
papa	1 caja	6 cajas
Mote (maíz)	10 cajas	59 cajas

Fuente.- Construido en base a entrevistas realizadas en la feria

- Incremento de los ingresos de los productores por la venta de los productos, ya que por ejemplo, “...antes vendíamos nuestros quesos andinos (900 grs) en 12-13 soles/unidad, mientras que ahora en la feria vendemos a 16-17 S/unidad” (Entrevista en Sumagcha).
- Incremento en la superficie cultivada de los productos que comercializan en las ferias, sin que esto signifique dejar de producir otros productos agrícolas, como lo manifiestan varias entrevistadas: “...antes cultivábamos en 2.5-3Has varios productos..... ahora seguimos produciendo los mismos productos pero como vendemos más maíz, hemos aumentado los cultivos de ese producto. Ahora producimos en 4 Has”. (Entrevista en Huacorondo)
- Que se incentive el intercambio de productos y se rescaten semillas de productos tradicionales que se estaban perdiendo: “La feria (Huancará) permite que se junten al mismo tiempo los productores de 3 zonas diferentes y se intercambien diversos productos, semillas de diversas variedades....lo que antes cosechaban nuestros abuelos ... ahora lo estamos rescatando...se

están llevando una canasta más completa<sup>35</sup>” (Cirilo Holgado. Secretario de Actas de la asociación de productores), lo que a su vez implica no sólo disponer de una mayor variedad de productos asegurando una mejor y más completa alimentación, sino también supone ejercitar la soberanía alimentaria al disponer de sus propias semillas y no depender de semillas externas.

- Apalancamiento de recursos. Ante el crecimiento permanente de las ferias y su expansión, en términos de la oferta y demanda de productos, y la afluencia de la población, diversas autoridades municipales y regionales están empezando a colaborar/cofinanciar algunas actividades que éstas demandan. Por ejemplo, en el Cusco, el gobierno regional está empezando a apoyar la feria con el rastreado del piso de la feria, con algunas carpas y con el ordenamiento de los vehículos que llegan cada sábado. El gobierno municipal de Huancavelica también apoya la feria con carpas, propaganda, espacio y otros ya descritos en capítulos anteriores.
- Genera empleo indirecto ya que la realización de cada feria supone trabajo para la serie de “cargadores” que trasladan los productos, para los taxistas que se ven solicitados por los compradores y también los transportistas/camiones que son contratados cada semana para el traslado de los productos hasta el lugar de la feria/mercado.
- Mayor capacitación y conocimiento. Finalmente, hay que resaltar que la capacitación brindada por el PMC ha influido en que los productores adquieran un mayor conocimiento e información, lo que repercute no solamente en una mayor autovaloración o en mayores contactos comerciales, sino también en sus ingresos económicos. Un ejemplo de ello, y que los productores entrevistados siempre resaltan es que: “...ahora ya sabemos calcular nuestros costos de producción....ahora nosotros determinamos los precios (mínimos) de venta, ya no los comerciantes”, y como ejemplo, citan los siguientes cálculos:

**Cuadro No. 10**  
**Determinación de los costos de producción**

Asociación Los Angeles de Antacocha		Asociación productoras Huanaspampa (Ancoria)	
Costo de producción de un litro de yogurt	(Soles)	Costo de producción de un litro de yogurt	(Soles)
1. Costos.	Precio	1. Costos.	Precio
Frascos, azúcar, uso del gas, cultivos, leche, envases, etiquetado, otros	4.00	Frascos, azúcar, uso del gas, cultivos, leche, envases, etiquetado, otros	2.80
2. Precio de venta (Litro)	4.60	2. Precio de venta (Litro)	4.50
3. Ingreso Neto	0.60	3. Ingreso Neto por litro vendido	1.70
		Si venta a granel (1 vaso = 1 S/) Se sacan 5 vasos = 5 S/	2.20

Fuente.- Construido en base a entrevistas

### 5.3. El caso del Ecuador.

<sup>35</sup> El entrevistado hace referencia a las zonas de las provincias altas donde se explota la ganadería extensiva (carne de alpacas, llamas, corderos, lácteos), la zona media o quechua (producción de hortalizas, cereales, tubérculos) y la ceja de selva (variedad de frutas, cítricos, mangos, papaya y otros)

En el caso del Ecuador, los efectos del PMC son diversos y aunque no generalizados, se percibe en las diversas regiones:

- La consolidación/ampliación de las ferias que no sólo permiten disponer de un lugar donde antes no podían vender (Ibarra, Targinapampa por ejemplo) sino también:
  - . Vender en diferentes épocas, diferentes productos que ahora pueden producir en sus huertos y que son de corta producción y maduración.
  - . Vender productos de forma fragmentada, mezclando entre ellos (varias verduras x ejemplo), lo que no se realiza en otros mercados
  - . Intercambiar productos, revalorizando una tradición que se estaba perdiendo.
  - . Consolidar las ferias y a las propias organizaciones a través de cuotas, reuniones y otras actividades que las fortalecen internamente.
- Habilitación de nuevas tierras de cultivo con productos que ahora están pudiendo vender y están siendo demandados, lo que supone trabajar tierras agrícolas más alejadas.
- Creación de huertos familiares, lo que supone también aprovechar al máximo los espacios en los predios y hogares con producción de rápido crecimiento.
- Incremento de la producción orgánica que está siendo revalorizada en el mercado.
- Diversificación productiva pues antes apenas lograban vender los productos tradicionales (habas, papas) mientras que ahora están incorporando una mayor diversidad (flores, plantas medicinales, etc).
- Revalorización de productos tradicionales que eran producidos por los padres y abuelos y que en las últimas épocas se perdieron, revalorizando así la producción del lugar.
- Intercambio de tecnologías/saberes con diversas técnicas, diversas experiencias, lo que permitió establecer procedimientos y normas mínimas reconocidas por todos los productores. Esto también supone reproducir/mejorar/asimilar formas de organización y funcionamiento de otras organizaciones (de otras regiones e inclusive de otros países-Perú), considerando el medio ambiente, el uso de las fuentes de agua, cuidado del medio ambiente, limpieza y otros.
- Recuperación de semillas con el intercambio entre zonas altas y bajas, revalorizando (y retomando) también el intercambio o trabajando en el rescate y multiplicación de variedades locales adaptadas a la producción agroecológica.
- Incremento en el volumen de ventas en las ferias (en el 2009/10 vendían en promedio entre 20-30 \$us/pers/semana mientras que hoy venden en promedio valor de 60\$us/semana/persona).
- Mayor comunicación con los consumidores en el área urbana a través de programas radiales articulados de difusión nacional.
- Mejora de los ingresos económicos de las familias al vender directamente, lo cual fue facilitado por la capacitación del PMC al enseñarles a calcular sus costos de producción.
- Búsqueda de nuevos mercados de venta como por ejemplo las incursiones que algunas productoras de zonas altas están realizando a las zonas de Esmeralda y Guayaquil.
- Apalancamiento de recursos financieros de otras instancias municipales, proyectos de desarrollo y organismos de cooperación internacional que apoyan algunas de las actividades

desarrolladas, en diversa modalidad (apoyo para capacitación por ejemplo, carpas para las ferias, espacios para la realización de éstas y otras más).

- Favorecer la economía de los consumidores al venderles los productos básicos y los alimentos a precios más bajos (y más frescos y sanos) que los comerciantes, como señala el siguiente ejemplo:

**Cuadro No. 11**

**Relación de precios de venta del productor y del comerciante/Feria Pimampiro (2013)**

Productos ofertados	Precio de venta del productor en la feria	Precio de venta del intermediario comerciante en la feria
Papa enfundada (una funda)	0.50 \$us	1,00 \$us
Frejol (libra)	0.75 \$us	1,00 \$us
Arveja (Libra)	0.75 \$us	1.00 \$us
Haba (Libra)	0.50 \$us	0.75 \$us

- Generación de empleo indirecto ya que “los cocheros” transportan los alimentos de los consumidores al igual que los transportistas de camiones y camionetas, cuando llevan los productos desde las chacras hasta las ferias.
- Las ferias están permitiendo, al interior de los hogares de los productores; a) frenar la migración de los hijos/abuelos u otros familiares al tener trabajo en la finca habilitando nuevas tierras y produciendo/transformando nuevos productos, apoyando la comercialización, plantando frutales, plantas medicinales y otros; b) diversificar las actividades productivas (crianza de peces en pequeñas lagunas, albergues para turistas y otros), y c) mejorar la alimentación familiar con una mayor diversificación de productos.
- La participación de los productores/as en las ferias en la forma descrita y con la serie de actividades realizadas está permitiendo a su vez la revalorización de las creencias, valores, identidades, costumbres, hábitos y otros que tiene la población rural y que estaba perdiendo.
- Lo anterior está muy ligado a las mujeres quienes están empezando a valorarse más, aumentar su autoestima, perder la timidez, desenvolverse mejor ante los clientes, ampliar su roce social, conocer otras realidades y experiencias de comercialización (con el intercambio de experiencias al Perú) y otros.
- Ampliar los conocimientos e información de la población, en varios aspectos:
  - . Conocimientos para la producción agroecológica (preparación de caldos, humus, bio y otros) para aumentar y garantizar la producción agroecológica, y sobre todo para poder enfrentar mejor la serie de contaminaciones que causa la producción comercial con agroquímicos<sup>36</sup>.
  - . Saber calcular los costos de producción de sus productos y determinar los precios de venta, y no estar sujeto a las determinaciones de los comerciantes intermediarios.
  - . Incrementar sus conocimientos en temas etnoveterinarios (Cuenca) (saber desparasitar, crear desparasitaciones con productos locales y otros).
- Reforzamiento a las propias organizaciones de productores en el sentido de:

<sup>36</sup> ...y penicilinas, que son tan dañinos a la salud humana, al medio ambiente y a la salud de los animales, como es el caso de la masiva contaminación por la producción de pollos en Targuapampa.

. Articular mejor la red de organizaciones y comercialización en los mercados (red de agrecología de Loja y de Machala por ejemplo, o la Chijalta- FICI en Ibarra) y establecer lazos económicos y comerciales estratégicos.

. Implementar mejor el “Sistema Participativo de Garantías” entre las propias organizaciones; entre delegados de las organizaciones y los técnicos especialistas; y entre los comités centrales de cada organización matriz.

## VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las acciones apoyadas por el proyecto son diversas y amplias, no sólo por las instituciones y organizaciones participantes y las metas planteadas sino también por la amplitud de las regiones donde se realizan, por lo que sólo se mencionarán las conclusiones y recomendaciones más importantes de toda la evaluación.

### 6.1. Conclusiones generales

- El tema de la comercialización alternativa es muy importante en los tres países, no sólo porque fue poco estudiado y analizado en el pasado, sino porque actualmente constituye una alternativa adecuada a la problemática de la intermediación comercial.
- La experiencia de AVSF de implementar y apoyar un Programa Regional en tres países de la región andina sobre circuitos cortos como alternativa es un aporte muy importante a la problemática de la comercialización en general pues permite no sólo *incentivar, rescatar y apoyar experiencias* únicas que están implementando las organizaciones indígenas campesinas en torno a la comercialización, sino que también facilita el *conocimiento y el intercambio de esas experiencias* en las diversas regiones de los tres países involucrados.
- El Proyecto – a través de las diversas acciones desarrolladas por las instituciones y organizaciones – está logrando que desde la economía indígena campesina se propongan y planteen alternativas y prácticas eficientes, no sólo para una comercialización más directa sino también para la recuperación y revalorización del intercambio de productos, para la recuperación de los productos tradicionales que se estaban perdiendo, para la preservación de los recursos genéticos, de los saberes andinos, de las prácticas y tecnologías tradicionales, y de la biodiversidad entre otros, resaltando que eso se logra por una activa participación de la población a través de sus organizaciones.
- El Proyecto tiene una directa incidencia con los principales actores del desarrollo de cada lugar/región donde se implementa. Por un lado, está fortaleciendo la capacidad de los productores y de sus organizaciones indígenas campesinas para participar no sólo (y directamente) en el escenario de la comercialización sino también en el debate de las agendas regionales y locales, con planteamientos y propuestas adecuadas respecto a la comercialización alternativa. Por otro lado, está incidiendo en las autoridades locales y regionales reforzando la sensibilización y capacitación en elaboración de propuestas y políticas sobre la comercialización directa, lo cual se traduce también en inversiones de capital que están empezando a realizar esas instancias gubernamentales.

- Es positiva la implementación del Proyecto en regiones y poblaciones donde ya se ejecutaron con anterioridad otros proyectos de AVSF (Perú y Ecuador) que enfatizaban en aspectos de producción/gestión y comercialización, pues permite dar continuidad a acciones realizadas anteriormente, reforzarlas/consolidarlas, a la vez de posibilitar su sostenibilidad; y ampliar/profundizar la capacitación y conciencia de los beneficiarios.
- El Proyecto tiene una serie de efectos directos e indirectos en la generación de ingresos económicos de las familias, en el aumento de la producción y diversificación de los productos, en el consumo de alimentos, en el intercambio de productos y conservación de semillas, en los precios de venta, en el rescate de productos tradicionales, en la generación de empleo, freno de la migración y otros, aspectos que no sólo contribuyen con el mejoramiento del bienestar de las familias sino también con la adecuación de políticas gubernamentales/municipales y con el logro del Objetivo 1 del Desarrollo del Milenio (ODM) (Erradicar la pobreza extrema y el hambre, reduciendo a la mitad la proporción de personas que sufren hambre y que tienen ingresos inferiores a un dólar/día, y conseguir pleno empleo para todos, incluyendo mujeres y jóvenes).
- Las diversas acciones realizadas en los tres países en el marco del PMC, están demostrando la importancia de las ferias y mercados campesinos no sólo desde el punto de vista de los alimentos (precios, variedad, procedencia, etc) sino también desde el punto de vista económico -por la cantidad de dinero que se maneja en esos ámbitos – y por la revalorización de los aspectos socioculturales.
- La mayor eficiencia en la ejecución del resultado 2 del proyecto puede deberse a que la institución ejecutora (AVSF) viene desarrollando hace años -en los tres países de ejecución del PMC- un trabajo de apoyo a las iniciativas de las organizaciones campesinas, y no tan especializado en la temática de la investigación (Resultado 1) e incidencia política (Resultado 3). Para el efecto, se entiende que haya establecido alianzas y convenios nuevos con una serie de instituciones/organizaciones socias (CIOEC, AOPEB, Agrocampus, CEPES) con las que antes no trabajó, por lo que se entiende la dificultad de lograr resultados óptimos.
- El PMC en cada país ha apoyado una variedad de investigaciones sobre diversas temáticas respondiendo éstas a la situación de cada país, sin embargo, no todas ellas fueron determinadas en conjunto con las organizaciones de productores ni guardan coherencia entre sí. El retraso en la finalización y publicación de éstas impidió la aplicación de las conclusiones y recomendaciones por parte de las organizaciones.
- La comercialización realizada en los circuitos cortos de comercialización está demostrando la importancia y urgencia de establecer y adecuar las reglamentaciones en cada país (certificaciones sanitarias, registros de inocuidad y otros) para los diversos productos agroalimentarios, como medio para integrar mejor la economía campesina.
- Las investigaciones realizadas en cada país han demostrado que las otras modalidades de comercialización también son importantes (como las compras estatales de alimentos para los diversos programas sociales de refuerzo alimentario y nutricional) y que podrían ser un factor



de reactivación de la economía campesina y local (siempre que se realicen modificaciones a las reglamentaciones y adecuaciones a la producción indígena campesina).

- El proyecto ha demostrado que al abordar el tema de la comercialización, necesariamente se tienen que abordar otros temas muy ligados a éste como por ejemplo la producción, transformación, distribución, participación, incidencia en las políticas y otros; sin embargo el aspecto del consumo/consumidor no ha sido considerado de forma adecuada e integrada a los demás aspectos, resaltando esa carencia en el contexto global del proyecto.
- La capacitación a líderes y productores ha resultado muy útil no sólo mediante charlas/conversatorios y talleres sobre las diversas temáticas (gestión, autoestima, ventas, transformación de productos, manejo, etc) sino también mediante el intercambio de experiencias (y materiales de capacitación) que fue muy valorada por los beneficiarios.
- Ha sido muy oportuno, eficaz y pertinente el apoyo del PMC para financiar técnicos que apoyen la creación y/o consolidación de las diferentes iniciativas de comercialización, en los tres países.
- Las diversas acciones del Proyecto están beneficiando principalmente a las mujeres no sólo mediante su capacitación en técnicas agrícolas y procesamiento de alimentos que les permite una mayor incorporación a las ferias/mercados campesinos (que les genera ingresos económicos y aportes al presupuesto familiar) sino también a través de una mayor autoestima, autovaloración, pérdida de timidez, mayor participación en sus organizaciones, mayor liderazgo y otros.
- Existió una permanente y adecuada coordinación de actividades entre la coordinación general del proyecto y los equipos en cada país, lo que facilitó el trabajo planteado.
- Son varios los indicadores de los Resultados que han probado ser eficientes en su implementación (por ejemplo los estudios de cadenas; los eventos de discusión de investigaciones; la consolidación de organizaciones en los mercados entre otros) y varios otros que no alcanzaron la eficiencia esperada (las becas de doctorado; las publicaciones; y los espacios de observación entre otros).
- Es adecuado el manejo financiero del proyecto en los tres países, que resultó suficiente para el apoyo a varias partidas pero insuficiente para la demanda de apoyo para las organizaciones de productores.

## **6.2. Conclusiones específicas.**

### **Bolivia**

- Resultó muy corto el tiempo de implementación del proyecto, sobre todo porque no existieron acciones previas sobre la temática. En la actualidad, recién se están planteando las posibilidades para la venta directa por parte de los productores, lo cual supone todavía mucho

trabajo por hacer (que se apropien de la idea, que las organizaciones acompañen el proceso, y que haya mayor apoyo y participación de los gobiernos municipales, entre otros).

- El apoyo financiero directo brindado por el PMC a diversos emprendimientos (AMLECO, BANABENI; etc) ha sido de gran ayuda no sólo porque permitió estructurar procesos de transformación y procesamiento de productos sino también porque permitió apalancar recursos financieros de otras instituciones y organismos (Municipios por ejemplo).
- Al inicio de la implementación de las actividades de investigación del PMC, se tropezaron con una serie de dificultades que retrasaron el inicio de éstas (no selección adecuada de investigadores ni de zonas/OECAS de estudio), las cuales fueron subsanadas posteriormente, pero que influyeron en el retraso de los resultados de las investigaciones y en las publicaciones. A pesar de eso, el PMC alentó y apoyó una gran diversidad de investigaciones pertinentes en el tema de la seguridad/soberanía alimentaria y comercialización.

#### **Perú**

- Las alianzas logradas por el PMC con otras instituciones de la sociedad civil les permitieron cumplir adecuadamente la serie de actividades programadas en el tema de la comercialización directa campesina.
- A diferencia de las otras regiones, en el Cusco (Huancará) ya se pueden notar claramente los efectos e impactos de la comercialización directa en la población, en la incidencia de políticas gubernamentales, en la participación de la población y en otros aspectos, influyendo en ello, los varios años transcurridos en la configuración del circuito corto de comercialización.
- La integración del personal técnico del PMC con las diversas asociaciones de productores y participantes de las ferias/mercados campesinos en las diferentes localidades y municipios, tanto en términos de su problemática como en sus inquietudes, aspiraciones, ventajas, debilidades y otros, es muy resaltante en la implementación del PMC y constituye una herramienta imprescindible en el logro de las metas alcanzadas.
- La capacitación brindada por el PMC/CEPES en acuerdo con la Universidad de Huancavelica a diversos funcionarios, profesionales y estudiantes en los temas de comercialización alternativa y Seguridad y soberanía alimentaria a través de un Diplomado, es un buen intento por analizar/debatir y profundizar la temática, descentralizar el conocimiento e información, e incentivar la investigación. Según los resultados y evaluación, podrá servir de ejemplo para su réplica en otras regiones e inclusive países.

#### **Ecuador**

- Al igual que en el Perú, la configuración de los circuitos cortos de comercialización ha contado con el apoyo de la implementación de anteriores proyectos que enfatizaron en la producción,

riego, participación y otros vinculados a la temática, lo que facilitó y consolidó los avances realizados en el tema de la comercialización directa.

- En el tema de las investigaciones, éstas han tenido una serie de tropiezos y dificultades, tanto por el desconocimiento de la temática y experiencia investigativa en el tema, como a nivel de las instituciones y la inestabilidad de los profesores guías de investigación, lo que posteriormente fue subsanado, resaltando también la serie de esfuerzos realizados para la capacitación y enseñanza superior a los universitarios.
- Las diferentes organizaciones indígenas y campesinas juegan un rol muy importante en la implementación del proyecto (en la conformación de las ferias, en las negociaciones con los gobiernos municipales, en la determinación de precios de venta y en otros aspectos más), en el apoyo a la producción de alimentos así como en las diversas acciones de incidencia de políticas.

### **6.3. Debilidades y retos a futuro**

- Se deberían haber establecido mecanismos para medir antes del cierre del proyecto, el impacto/efecto de las acciones del PMC en las organizaciones de productores, en los niveles de ingreso de las familias participantes, en el empleo y otras variables sociales y económicas.
- La demora en la impresión y difusión de las investigaciones junto a su análisis y uso por parte de las organizaciones y contrapartes institucionales.
- Escaso trabajo desarrollado con consumidores, siendo el consumo de alimentos una parte importante en los planteamientos del PMC. Este tema es una debilidad que se percibe en todo el proyecto al no haber un seguimiento a la participación del consumidor como actor principal de las ferias/mercados que puede incidir en éstos espacios, y también como sujeto demandante (Cuál el consumo alimentario/nutricional de las familias participantes?. Cual el valor monetario del consumo energético? Cuál el presupuesto destinado a la alimentación?, Qué tipo de alimentos se consumen? Cual su procedencia y cantidades? Cual su evolución?, Cuales los hábitos alimentarios de los pobladores?).
- En las tres regiones donde se implementa el proyecto se presenta el desafío de lograr que todos los productores participantes del proyecto tengan una producción agrícola sin agroquímicos, demostrando los beneficios para la salud humana, los recursos tierra, agua, el medio ambiente y la conservación de la biodiversidad, entre otros.

### **6.4. Recomendaciones generales**

- El PMC ha abordado un tema muy importante en los tres países como es el de la comercialización, logrando establecer una cierta institucionalidad regional. Sería muy oportuno y adecuado sostener, en ese marco, la red (de instituciones y organizaciones) que se

ha creado, finalizando ciertas actividades inconclusas (las publicaciones por ejemplo) y asegurando la continuidad de otras hasta alcanzar los resultados previstos (en un margen de tiempo prudente). De igual manera, continuar la consolidación y propagación de las ferias así como los talleres de capacitación y análisis con la participación de los actores, y la formación de jóvenes investigadores insertos en el marco del PMC.

- El tema de las ferias/mercados campesinos debe continuar trabajándose en los tres países del área andina, ya que es una temática importante por la serie de implicaciones que tiene. Sin embargo, es fundamental vincularla estrechamente con la temática de la producción ecológica (agroforestería) que se presenta como una alternativa a la seguridad y soberanía alimentaria, así como a la alimentación adecuada (sana) y al medio ambiente.
- Complementariamente, el tema de la agroecología practicado ya por muchos agricultores como se analizó, debe ser más difundido/divulgado/propagado a nivel de las instancias gubernamentales (municipales, regionales y nacionales) para establecer acuerdos y obtener un mayor apoyo político, técnico, financiero, comercial, comunicacional.
- Los aliados estratégicos del proyecto (organizaciones de productores campesinos) mantienen un fuerte interés por la temática propuesta (comercialización directa), por lo que sería conveniente ampliar y profundizar acciones, y consolidar lo avanzado. Esto supone también enfatizar en las investigaciones sobre los recursos naturales y su aplicación/utilización adecuada, y la recuperación de las costumbres, tecnología, prácticas agrícolas, intercambios, usos, y otros aspectos que caracterizan a la economía campesina e indígena.
- Apoyar más decididamente la participación de las organizaciones de productores en las compras estatales ya que puede constituir un mercado enorme y seguro para las asociaciones de productores, enfatizando en aspectos de capacitación<sup>37</sup> a los funcionarios gubernamentales (responsables en los municipios, gobernaciones o ministerios según el caso, para que hagan más accesibles y adecuados los términos de referencia a las condiciones de los productores, planteando políticas diferenciadas para que éstos puedan cumplir los requisitos exigidos) y a los responsables de las organizaciones de productores para que elaboren y procesen alimentos de alta calidad nutricional y cumplan las reglamentaciones exigidas. De esa manera, se abrirá el mercado en cada país para la producción nacional de las organizaciones de productores campesinos.
- En el área de incidencia, el PMC ha planteado diversas propuestas que todavía no están concretadas (ordenanzas municipales, diversas Normativas, propuestas para el SGP, reglamentaciones sobre ley de los “Productores organizados” y otros) por lo que deben ser acompañadas para su mejora, revisión y/o concreción.

---

<sup>37</sup> Como lo planteado en el caso de Huancavelica, por ejemplo

- Enfatizar el trabajo en concientizar más a los consumidores, para lo cual es necesario realizar una investigación en profundidad relativa a los aspectos del consumo de alimentos sanos de los productores y los demandantes, y en base a los resultados e información generada, trabajar con las organizaciones barriales, juntas de vecinos y otros consumidores, para lograr acuerdos que permitan una adecuada integración entre los componentes de la producción /comercialización/consumo.
- Debido a que el tema de la comercialización es poco estudiado y analizado, con escaso conocimiento de la problemática, resulta importante – en caso de que el proyecto tuviera una segunda fase o continuidad de acciones - realizar una investigación relativa a determinar cualitativa y cuantitativamente los múltiples efectos del PMC en los diversos productores de las regiones de los tres países, así como sistematizar las formas de participación, de incidencia política, de planteamientos de políticas, de coparticipación y otros, en términos comparativos y evolutivos. Los resultados serán de mucha utilidad a otros proyectos y países de América latina, en la formulación de políticas públicas.

**BIBLIOGRAFIA CONSULTADA.** (Documentos, informes, avances de trabajo, presupuestos)

- .AVSF (2013). Línea de Base mercados Campesinos. Perú
- . AVSF (2013) Resumen de beneficiarios y ejecución presupuestaria, Perú
- . AVSF (2012) Informe semestral mercados campesinos, Perú
- . AVSF (2013) Presupuesto Perú. Ejecución de gastos anual 2013
- . AVSF (2013) Estudio de impacto socioeconómico. Mercado de productores de Huancaro.
- . AVSF –SIPAE (2013). Comercialización y soberanía alimentaria.
- . AVSF y MAGAP (2012) Circuitos alternativos de comercialización: estrategias de la agricultura familiar y campesina.
- . AVSF (2013) Módulos de formación de líderes campesinos: soberanía alimentaria, liderazgo y fortalecimiento organizativo, circuitos cortos y comercialización alternativa, cadenas productivas.
- . AVSF (2014) Informe final Proyecto “Sistemas alternativos de comercialización” Perú
- . AVSF (2013) Línea de Base/Síntesis. Presupuesto mercados campesinos 2421. IX/2013
- . AVSF (2012) Síntesis resultados e impacto mercados campesinos 2011-2012
- . AVSF (sf) Presupuesto general ajustado PMC, Texto.
- . AVSF (2013) Resumen investigaciones-Bolivia
- . AVSF (2013) Reglamento fondo de apoyo PMC-Bolivia
- . AVSF (2013) Reglamento de becas de proyecto-Bolivia
- . AVSF (2013) Reglamento Comité de Seguimiento-Bolivia
- . AVSF (2013) Línea de Base- Bolivia
- . AVSF (2013) Informe semestral 2013, -Bolivia
- . AVSF (2013) Informe anual 2011-2012-Bolivia
- . AVSF (2013) Marco Lógico mercados campesinos-Bolivia
- . AVSF (2013) índice de fortalecimiento organizativo (IFI-SIPAE)
- . AVSF (2013) Síntesis taller de cierre mercados campesinos.
- . AVSF (2013) Informe semestral 2013. Mercados campesinos/Perú
- . AVSF (2013) Presupuesto Perú ejecutado Gastos 2013
- . AVSF (2013) Tipificación zona media- Cusco/Perú
- . AVSF (2012) Síntesis, resultados e Impacto mercados campesinos. Avances
- . AVSF (2013) Informe definitivo Ecuador Mercados Campesinos
- . AVSF (2013) Presupuesto general del proyecto mercados campesinos
- . AVSF (2013) Síntesis, resultados e impacto mercados campesinos 2011
- . AVSF (2013). Presupuesto mercados campesinos modificado DCI 2010, Bolivia
- . AVSF (2012) Comercialización campesina y soberanía alimentaria. Reseña del seminario doctoral, Guayaquil.
- . Aguilar Ricardo y Quispe Ronald (2013). Caracterización y tipificación de las familias campesinas participantes en el mercado campesino de Huancaro (MCH) provenientes de la zona media del Cusco (Tesis de grado) Cusco/Perú.

- . AOPEB (2013) Cartillas: Guía para organizar ferias y mercados. Como garantizar ecológicamente nuestros productos por medio de los sistemas participativos de garantía SGP.
- . Beauval Valentin (2012) Evaluación intermedia del proyecto “Sistemas alternativos de comercialización” DCI-FOOD/2010/230-269. Informe Bolivia
- . COECI (Coordinadora de Entidades Extranjeras de Cooperación Internacional) Saber alimentarse: un conjunto de derechos humanos, deberes y capacidades por ejercer.
- . CIOEC (2013). Base de datos. La Paz
- . Dietsch Laurent (2012) Evaluación intermedia del proyecto “Sistemas alternativos de comercialización” DCI-FOOD/2010/230-269. Informe Perú
- . Dietsch Laurent y Beauval Valentin (2012) Evaluación intermedia del proyecto “Sistemas alternativos de comercialización” DCI-FOOD/2010/230-269. Informe Ecuador
- . Dietsch Laurent et Beauval Valentin (2012). Evaluación intermedia del proyecto mercados campesinos. Parte introductiva y resumen. Informe definitivo
- . DCI-FOOD/2010/230-269 (2013) Informe semestral de actividades. Proyecto Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía en los territorios andinos.
- . Flores Patricia y Piamonte René (2013) Sistematización de los talleres descentralizados macroregionales y del taller final en Lima. Análisis del rol de la pequeña agricultura familiar frente a la inseguridad alimentaria en el Perú
- . Prudencio Julio (2013). “Programa Nacional de Alimentación Complementaria Escolar 2013-2020” La Paz
- . UE-ISA VSF CICDA- Andes. Anexo formulario solicitud.
- . Venero Julio (2012) Estudio de las Compras Públicas a los Pequeños Productores del Sector Agropecuario en el Perú, CEPES

## ANEXOS

### Anexo 1. Marco Lógico de intervención del proyecto

	Lógica de intervención	Indicadores verificables V2	Fuentes y medios de verificación
<b>Objetivo General</b>	Contribuir a la soberanía alimentaria en los territorios marginales de la cordillera de los Andes	7000 familias campesinas mejoran sus ingresos y ofertan alimentos de calidad y accesibles en sus territorios a los consumidores urbanos	- Evaluación final del programa en función a un muestreo de familias y casos
		Existe un espacio regional amplio de intercambio y debate sobre la soberanía alimentaria	
<b>Objetivo específico</b>	Generar conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización campesina asociativa de productos estratégicos de alta calidad e identidad	10 políticas públicas locales y nacionales incorporan propuestas generadas de fomento a la comercialización campesina y la soberanía alimentaria	- Documentos de políticas públicas, decretos y resoluciones
		27 organizaciones o agrupaciones campesinas territoriales mejoran sus capacidades de implementación de estrategias comerciales alternativas	- Índices de fortalecimiento institucional
		SIPAE, CEPES y AOPEB mejoran en un 10% su capacidad de investigación, divulgación, formación e incidencia reflejada en su Índice de Fortalecimiento Institucional	- Informes del programa
<b>Resultados esperados</b>	1. Se genera investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria y desarrollo territorial	3 diagnósticos nacionales de los circuitos de comercialización y soberanía alimentaria difundidos a un conjunto de actores	- Documentos de estudios
		33 estudios de cadenas y mercados convencionales, de circuitos alternativos de comercialización campesina, de marcos jurídicos/legales y sistemas de certificación fortalecen capacidades de investigación de jóvenes investigadores andinos vinculados al proyecto	- Informes del programa
		4 doctorados sobre cadenas agroalimentarias, sistemas de comercialización y soberanía alimentaria aportan metodologías y un reconocimiento de los enfoques del proyecto mediante artículos y participación en seminarios internacionales de investigación	



	Los resultados de 36 investigaciones debatidos en comités de formulación y monitoreo de investigaciones conformados por las organizaciones campesinas, centros de investigación, ONG's y sector público	
2. Se consolidan iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales	En cada país se cuenta por lo menos con 1 programa de formación para productores, dirigentes y técnicos validado y replicado con instituciones y organizaciones aliadas al proyecto	- Documentos y materiales de formación
	400 personas dirigentes, productores socios y técnicos formados en comercialización alternativa campesina mejorando o generando iniciativas de transformación y/o comercialización asociativa	- Registros de participación
	Sistemas de certificación y sellos consolidados en 20 organizaciones (sistemas de garantía local agroecológica, certificación orgánica, sello social campesino y territorial)	- Informes de programa - Evaluación final del programa
	27 organizaciones campesinas territoriales consolidan el acceso al mercado de sus socios y el reconocimiento de los consumidores	- Registros de volúmenes de venta de las organizaciones
	Al final del proyecto se aumenta el número de mujeres participando activamente en las iniciativas de comercialización y en sus organizaciones de un 20%	
	por lo menos el 50% de las iniciativas apoyadas con las organizaciones logran promover una agricultura agroecológica o sostenible, con la promoción de alternativas productivas amigables con el ambiente	
3. Se difunde y debate la información estratégica generada y elabora propuestas de políticas públicas	38 publicaciones de estudios, metodologías, formaciones, propuestas y bases de datos difundidas (por lo menos en 500 a 1000 ejemplares) y accesibles en diferentes sitios o plataformas en la web	- Publicaciones
	se logra negociar acuerdos con 7 universidades o sistemas de formación para la incorporación en su currícula de módulos de formación e investigación sobre mercados campesinos y soberanía alimentaria	- Documento pensum Maestría - Informes programa
	60 jóvenes investigadores (universitarios, técnicos y campesinos) formados en metodologías de investigación y análisis de cadenas y circuitos agroalimentarios y sistemas comerciales con enfoque de soberanía alimentaria y agricultura familiar	

		consolidado 9 espacios locales y nacionales de observación de la soberanía alimentaria y de debate de propuestas entre Estado y sociedad civil	- Actas Colectivo Agrario, CNSA y Comité Adhoc MAGAP
		1 campaña de sensibilización al gran público sobre producción campesina y soberanía alimentaria sostenida en cada país permite fortalecer un frente amplio de actores	
		6 encuentros e intercambios de experiencia andinos realizados afianzan la relación con centros de investigación, autoridades publicas y permiten la replica de iniciativas entre organizaciones andinas	
<b>Actividades</b>	<b>Para el resultado 1:</b>	<b>Medios</b>	
	Elaboración de la metodologías de análisis y evaluación de cadenas y sistemas de comercialización en términos de consolidación de las agriculturas campesinas, soberanía alimentaria y desarrollo territorial	Coordinador regional, 6 investigadores, 12 técnicos investigadores y animadores de fortalecimiento organizativo	
	Realización de 3 diagnósticos nacionales de los circuitos de comercialización de alimentos y soberanía alimentaria	36 jóvenes investigadores (6 meses cada uno), 3 doctorantes andinos y 1 doctorante europeo	
	Realización de 15 estudios de evaluación de cadenas y mercados alimenticios convencionales y agroindustriales (tubérculos, cereales, leguminosas, hortalizas, productos transformados)		
	Realización de 6 estudios específicos de evaluación de normas y sistemas de certificación y su eficiencia en relación con la comercialización campesina (marco jurídico para las organizaciones de pequeños productores, certificación orgánica y social, apelaciones de origen controlada, normas de calidad)	Equipamentos informáticos y de comunicación, centros de documentación, 3 vehículos (uno por país)	
	Realización de 12 estudios participativos de evaluación de circuitos alimentarios alternativos a partir de numerosos casos de ferias campesinas, canastas de consumidores, compras públicas, tiendas...	Fondos para becas de jóvenes investigadores y doctorantes, para misiones de investigadores europeos, para consultorías de bases de datos y sitios web, para talleres de formación y análisis, para encuentros nacionales y regionales andinos, para viajes	
	Supervisión y financiamiento 1 doctorado europeo y 3 doctorados locales sobre cadenas agroalimentarias, sistemas de comercialización y soberanía alimentaria		
			1. Recursos humanos: 1.092.100 € 2. Viajes: 114.700 € 3. Equipamiento, materiales y suministros: 83.250 € 4. Oficina: 122.400 € 5. Otros costos y servicios: 779.400€ 6. Otros: 159.000 Costes directos elegibles: 2.350.850€

	Organización y animación de talleres de comités de coordinación, monitoreo y debate de estudios y sus resultados y de comité nacional de investigación	
	Formación complementaria de 60 investigadores jóvenes universitarios y de las organizaciones en análisis de cadenas, sistemas de comercialización y circuitos alimenticios.	
	Realización de 15 misiones de intercambio asesoramiento de investigadores europeos en comercialización campesina, circuitos alimentarios e investigación agraria	
	Implementación de un fondo de beca de tesis o investigación (36 becas de 6 meses).	
	9 seminarios nacionales de investigación sobre soberanía alimentaria y circuitos de comercialización (50 participantes cada uno).	
	<b>Para el resultado 2:</b>	
	Animación de debates en las organizaciones sobre los resultados de las investigaciones y los estudios	
	Formulación de 2 ofertas de formación de dirigentes y técnicos, y, productores, en comercialización alternativa campesina (contenidos -análisis de cadena, conocimiento de alternativas y sus condiciones, planificación estratégica y gestión, sistemas de certificación-, metodología y pedagogía, materiales).	Coordinador regional, 6 expertos en asesoramiento de organizaciones campesinas, comercialización campesina y formación, 12 técnicos investigadores y animadores de fortalecimiento organizativo.
	Organización y realización de la formación de 400 dirigentes (~3 por organización) y técnicos (~2 por organización) y socios (~10 por organización) en comercialización alternativa campesina	
	Asesoramiento y apoyo para la implementación de sistemas de certificación y sellos consolidados en 20 organizaciones (sistemas de garantía local agroecológica, certificación orgánica, sello social campesino y territorial)	Equipamentos informáticos y de comunicación, 3 vehículos (uno por país)
	Asesoramiento a 27 organizaciones campesinas territoriales para la elaboración de diagnósticos organizativos y estrategias comerciales alternativas	

	Asesoramiento e implementación de un fondo de promoción e inversiones para consolidar iniciativas de comercialización alternativa de 27 organizaciones campesinas territoriales	Fondos para formación, para consultoría especializadas en certificación, para encuentros nacionales y regionales, fondos para intercambios y viajes, fondo para coinversiones en equipamientos y materiales de comercialización campesina
	9 encuentros seminarios nacionales de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria (50 participantes cada uno)	
	Organización y realización de 18 intercambios nacionales de experiencia de comercialización campesina alternativa entre organizaciones	
	<b>Resultado 3:</b>	
	Publicación de 36 estudios-investigaciones, metodologías y propuestas	
	Creación de bases de datos sobre la soberanía alimentaria, las cadenas agroalimentarias y las experiencias alternativas de comercialización campesina y puesta en la web de toda la información	Coordinador regional, 6 investigadores y 6 expertos en asesoramiento de organizaciones campesinas, comercialización campesina y formación, 12 técnicos investigadores y animadores de fortalecimiento organizativo
	Edición de 2 ofertas de formación de dirigentes y técnicos y de socios	
	Formulación de 1 modulo de formación en investigación y análisis de cadenas y circuitos alimenticios, gestión de comercialización alternativa campesina, políticas públicas	
	Concertación y asesoramiento para la integración del módulo de formación en el pensum de 7 espacios o sistemas de formación nacionales (universidades, escuelas o sistemas de formación de organizaciones nacionales y centros de investigación)	Equipamientos informáticos y de comunicación, 3 vehículos (uno por país)
	Apoyo a la organización de 6 encuentros nacionales de políticas de comercialización campesina y soberanía alimentaria	
	Asesoramiento y apoyo financiero a 9 espacios o sistemas de observación de la soberanía alimentaria y formulación de propuestas de políticas públicas de fomento de mecanismos de comercialización campesina alternativa y de la soberanía alimentaria	Fondos para publicaciones, fondos para difusión y campañas de sensibilización, fondos para talleres, encuentros nacionales y regionales andinos, para viajes

	Asesoramiento autoridades públicas nacionales y municipios para la formulación e implementación de políticas públicas	
	Comunicación y difusión por distintos medios de los resultados de la investigación y apoyo técnico y financiero para campañas de sensibilización al gran público sobre producción campesina y soberanía alimentaria sostenida	
	Participación y animación de espacios y redes regionales articuladas con la problemática	
	Organización y apoyo a la participación de investigadores, líderes campesinos y decididores en 6 encuentros e intercambios regionales internacionales sobre comercialización campesina, agricultura familiar campesina y soberanía alimentaria (investigación, formación, políticas públicas)	

## Anexo 2. Cuadro No. 1 Resultados del proyecto en cada país

Resultado 1. Se genera investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria y desarrollo territorial.				
Actividades	Resultados obtenidos hasta XII/2013 Bolivia	Resultados obtenidos hasta XII/2013 Ecuador	Resultados obtenidos hasta XII/2013 Perú	Comentarios evaluación final
1.1. Elaboración de las metodologías de análisis y evaluación de cadenas y sistemas de comercialización	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Guía de las modalidades de organización y acceso al mercado de productores campesinos ecológicos y metodología para fortalecer su articulación.</li> <li>. Guía Metodológica para la activación de Complejos Ecológicos Productivos Integrales.</li> <li>. Guía para organizar Ferias y Mercados Campesinos.</li> <li>. Guía para desarrollar estrategias de fortalecimiento integral- IFI.</li> </ul>	<p>Por demora en los documentos resultado de la investigación, no se realizó como tal, sin embargo se está trabajando un documento de metodología de investigación producto del proceso de formación de jóvenes investigadores del SIPAE.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Se concluyó con la elaboración de una metodología base para las investigaciones de circuitos de comercialización en coordinación con los tres países.</li> <li>. Discusión y presentación de la metodología a los jóvenes investigadores en Perú, así como herramientas modelo para su adaptación en los diferentes circuitos comerciales por producto.</li> </ul>	<p>Diversidad de temáticas abordadas. Énfasis en la elaboración de guías para fortalecer a organizaciones de productores (Bolivia); estudios relativos a cadenas productivas (Perú) y metodología de investigación para investigadores (Ecuador). Sobresale la elaboración de una sola metodología base para las investigaciones en los tres países.</p>
1.2. Realización de 3 (1 x país) diagnósticos nacionales de los circuitos de comercialización de alimentos y soberanía alimentaria.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Documento borrador del Diagnóstico de SOBAL (presentado en las Jornadas de Agroecología y Soberanía Alimentaria)</li> </ul>	<p>Realización del diagnóstico y publicación del libro "Comercialización y Soberanía alimentaria" (1000 ejemplares).</p>	<p>Elaboración del Diagnóstico de SOBAL en base a datos macroeconómicos. Los datos hallados muestran que aún no se tiene una visión de la soberanía alimentaria en el Perú.</p>	<p>Cumplimiento de la actividad programada, aunque en Bolivia debe finalizarse el documento borrador. Retraso en las publicaciones. Se debe dar mayor énfasis a la difusión/distribución de dichos diagnósticos.</p>
1.3. Realización de 15 estudios de evaluación de cadenas y mercados alimenticios convencionales y agroindustriales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. 3 estudios de "Caracterización y Dinámica de los Circuitos de Comercialización Agroalimentaria en depto. La Paz (1), Cochabamba (1) y Tarija (1)".</li> <li>. Tesis "Productores, campesinos y comerciantes, nuevos sujetos y nuevas relaciones: estudio de caso Lahuachaca".</li> <li>. Documento "La dinámica de comercialización de la empresa LACTEOS BOL" de A. López</li> <li>. Artículo "La Empresa Boliviana de Almendra y Derivados (EBA) en la dinámica del sector castañero de la Amazonía boliviana".</li> <li>. Artículo "El rol de EMAPA en la producción y provisión de alimentos en Bolivia: estudio de los casos del trigo y del arroz"</li> </ul>	<p>.7 estudios realizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Caracterización de la comercialización primaria campesina en Carchi</li> <li>. Caracterización de la comercialización primaria campesina en Imbabura</li> <li>. El rol del asociativismo en el mejoramiento de las condiciones de producción, comercialización y financiamiento de los pequeños arroceros en Ecuador</li> <li>. Sistemas de actividades y formas de producción de los pequeños arroceros en Ecuador</li> <li>. Cadena de comercialización de la quinua a nivel regional y nacional, e inserción de los pequeños productores</li> </ul>	<p>5 estudios realizados con la UNALM, UNCP, UNP y PUCP</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Comercialización de la quinua en las provincias de Chupaca y Jauja en la Región Junín, Perú</li> <li>. Inclusión rural en el boom gastronómico: El caso de la cadena de cuyes en 4 provincias del Cusco</li> <li>. Comercialización de ganado vacuno de los distritos de Santo Domingo, Chalaco y Pacaipampa</li> <li>. Estudio de lácteos en Piura</li> <li>. Característica productiva de la leche y comercialización de los productos lácteos para la SOBAL en los distritos de Huando y Acoria en la región Huancavelica.</li> <li>. Producción, comercialización, consumo y cultura campesina de la papa en los distritos de</li> </ul>	<p>Los diversos estudios realizados en cada país muestran que se alcanzó la meta programada, e inclusive se sobrepasó ésta. Hay que resaltar que la dimensión y profundidad de éstos estudios varía según la temática, el autor, el propósito y otros (algunos de los estudios son tesis de investigación y otros son solamente artículos). Varios estudios, según región, responden a demandas específicas de productores.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>. Contexto Económico, Político y Comercial de la cadena de leche en el Ecuador</li> <li>. Agricultura bajo contrato y negocios inclusivos, balance de estudios de caso para la pequeña agricultura</li> </ul>	<p>Nahuinpuquio, Acostambo en la provincia de Tayacaja - Región Huancavelica 2008-2012</p>	
<p>1.4. Realización de 6 estudios específicos de evaluación de marcos jurídicos, normas y sistemas de certificación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. 3 tesis relacionadas con marcos jurídicos: a) "Alianza entre municipios y Organizaciones de productores para el desayuno escolar: Iniciativas a contracorriente"; b) "Impactos en las familias y en las organizaciones de la venta al DE: 3 estudios de caso: FEPAMPA, ORLIPA y BANABENI"; c) "El estado y su apoyo al fortalecimiento productivo y de las dinámicas de transformación y comercialización en las organizaciones productivas campesinas".</li> <li>. Estudio de Revisión y Análisis de las Políticas Estatales de Compras Públicas vinculadas a la provisión de productos agroalimentarios.</li> <li>. Artículo doctoral: "¿es la normativa para el desayuno escolar favorable para los pequeños agricultores?".</li> </ul>	<p>Realización de 4 estudios de evaluación de marcos jurídicos y sistemas de certificación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Normas sanitarias para la comercialización de alimentos en Ecuador: análisis y alternativas</li> <li>b. Creación de sellos de calidad para productos de pequeños productores</li> <li>c. Análisis de la intervención estatal en la comercialización, bajo un enfoque de SA: El caso de la provincia de Imbabura</li> <li>d. Análisis del sistema nacional de compras públicas de alimentos en el Ecuador: puntos críticos y potencialidades</li> </ul>	<p>4 estudios realizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Compras públicas a los pequeños productores del sector agropecuario en el Perú</li> <li>. Legislación que permite el desarrollo de los circuitos cortos de comercialización en el Perú</li> <li>. Prospectiva de la Seguridad alimentaria en el Perú</li> <li>. Sistemas de certificación en el Perú</li> </ul>	<p>Se cumple ampliamente lo programado en esta actividad, en las tres regiones donde se implementa el proyecto.</p> <p>Diversos aspectos jurídicos analizados y estudiados que significan aportes sustanciales en cada uno de los países donde se implementa el proyecto.</p>
<p>1.5. Realización de 12 estudios participativos de evaluación de circuitos alimentarios alternativos.</p>	<p>Realización de 6 estudios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. "Los circuitos cortos de comercialización: impacto en la generación de ingresos de pequeños productores rurales".</li> <li>. "Hacia la democratización del consumo de productos ecológicos un aporte a la soberanía alimentaria"</li> <li>. "Análisis de los capitales de medios de vida de productores ecológicos en sistemas de garantía participativos (SPG) en Bolivia"</li> <li>. "La inocuidad alimentaria en las OECAS y su acceso a los</li> </ul>	<p>Realización de 3 estudios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Alianzas territoriales entre productores y consumidores en la provincia de Chimborazo (2 tesis)</li> <li>. Identificación y Caracterización de la Comercialización Organizada en las provincias de Cañar, Azuay y Morona Santiago (2 tesis)</li> <li>. Estudio del mercado local y regional potencial para la panela granulada de Morona Santiago</li> </ul>	<p>5 estudios realizados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Identificación y caracterización de los sistemas de comercialización de la ARPAC</li> <li>. Compras públicas en el mercado de arroz en las regiones Lambayeque y San Martín.</li> <li>. Alternativa de desarrollo para las familias rurales: la producción y comercialización de quesos.</li> <li>. Impacto socioeconómico Mercado de productores de Huancaro.</li> <li>. Articulación y Comercialización de Productos Lácteos de Familias Campesinas en el Perú. El Caso de</li> </ul>	<p>Se cumple lo programado en términos de la cantidad de estudios planteados en general, aunque hay que resaltar que en Bolivia se elaboraron más estudios que en los otros dos países donde se ejecuta el proyecto.</p>

	<p>mercados”.</p> <p>. “Análisis participativo de la procedencia de los principales alimentos en la mesa rural”.</p> <p>. “Estudio comparativo de sistemas de producción ecológica Vs. sistemas de producción convencional” en 11 municipios de 4 Eco regiones.</p> <p>. “Las mujeres y la producción y comercialización de productos de sistemas agroecológicos en Bolivia, 4 estudios de caso” (Artículo).</p>		Anta en la Región Cusco.	
1.6. Supervisión y financiamiento de 1 doctorado europeo y 3 doctorados locales.	<p>. El doctorante se encuentra en etapa de redacción del informe final (a finalizar en II/2014). Ha realizado 4 artículos doctorales sobre diferentes temas (banano ecológico; comercio solidario; articulación productores - consumidor y agricultura urbana)</p>	Desde septiembre 2011, supervisión y cofinanciamiento de un doctorante nacional Agrocampus ESPOL en el tema de dinámica de la comercialización del arroz en la costa, con beca complementaria Senescyt del Estado ecuatoriano, sigue el doctorado en 2014.	El financiamiento destinado al Doctorado fue destinado a la elaboración de un informe sobre las dinámicas comerciales de la quinua a cargo de docentes de la Facultad de Economía de la UNALM.	En los tres países los doctorantes no han finalizado sus trabajos en la etapa de implementación del proyecto, mostrando en términos generales, un retraso en la ejecución de esta actividad (planificada su finalización para el 2014) Sobresale que en el Perú el doctorante abandonó esa tarea por lo que sólo en los otros dos países se ejecutó esa actividad.
1.7. Organización-animación talleres de comités coordinación, monitoreo y debate de estudios y de comité nacional de investigación.	<p>. Los resultados de 17 investigaciones fueron debatidos en comités de formulación y monitoreo de las investigaciones.</p> <p>. Se han llevado a cabo 10 reuniones del Comité de Investigación del Proyecto para analizar los avances y resultados de las tesis.</p>	Realización de 11 talleres de discusión de estudios (de metodología, avance de investigación, validación, debate y 1 análisis de la propuesta y equipo de investigación). Comité nacional de investigación en 2011 y 2012 para la definición de investigaciones y sus orientaciones iniciales.	El comité de investigación ha influenciado para que jóvenes estudiantes de las universidades de UNALM, UNCP, UNP, PUCP puedan enfocar sus estudios en temas relacionados a comercialización alternativa y soberanía alimentaria.	Se cumple satisfactoriamente en los tres países, lo planteado en términos de coordinación, monitoreo, análisis y debate de las investigaciones realizadas, en los comités de investigación conformados en cada país. Amplia participación de los comités de investigación.
1.8. Preparación de plan y contenido de formación de los investigadores jóvenes	Diseño de un modulo piloto de formación de jóvenes investigadores, con la elaboración del contenido y silabo para un Curso de Formación de Jóvenes Investigadores; en marco del Convenio VSF/CICDA-UCB.	El SIPAE diseño una propuesta de formación con: i) la Universidad Central del Ecuador (nivel de pregrado de ingenieros agrónomos), ii) Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCE SI), iii. Con la maestría de Economía agrícola de la Facultad de Ciencias Agrícolas de la	Conjuntamente con la UNCP, se ha diseñado e implementado un Diplomado a nivel de post grado denominado “Comercialización alternativa, seguridad y soberanía alimentaria”	Se cumple la preparación de planes de formación de investigadores jóvenes en cada país. Resalta la mayor participación de universidades en el Ecuador, en la formulación de las propuestas; así como el Diplomado a nivel de post grado en SA y comercialización en el Perú.



		Universidad Central del Ecuador (noveno módulo de Soberanía alimentaria)		
1.9. Formación complementaria de 20 investigadores jóvenes en análisis de cadenas y sistemas de comercialización.	<p>. El curso de Formación de Jóvenes Investigadores (AVSF – UAC UCB) contó con la participación de 17 Jóvenes Investigadores (10 mujeres y 7 varones) de las UACs, Jóvenes Técnicos de CIOEC y Becarios Externos (seleccionados), en Soberanía Alimentaria, Circuitos Cortos, Economía Campesina e Inocuidad Alimentaria.</p> <p>. Formado 20 tesistas en módulos específicos: i) Economía de la Proximidad. Dictado (Azevedo/16 Hrs duración); ii) La agroecología como modelo alternativo en el sistema alimentario (Altieri/16 Hrs); iii) Metodología sistémica de Diagnóstico Agrario (Leray/Baudoi 40 Hrs); iv) Formación logística y estrategias de sostenibilidad de los mercados campesinos (Bichon/8Hr)</p>	<p>Se formaron 15 jóvenes investigadores sobre dos módulos de formación de unas 24 horas cada uno: (i) Desarrollo metodológico institucional; (ii) Soberanía alimentaria, comercialización y consumo.</p> <p>Adicionalmente, los 3 procesos de formación de estudiantes antes mencionados contaron con la participación de 70 estudiantes de pre y post grado de la Universidad Central y con la Universidad Católica de Ibarra, en total.</p>	<p>Conformación de una red de investigadores jóvenes y profesionales que reciben información sobre la discusión de temas agrarios, y alimentarios (con información del NotiAgro del CEPES), y continuación del trabajo con tesistas.</p>	<p>. Se cumple lo programado respecto al número de investigadores jóvenes formados en cada país.</p> <p>. Sobresale el elevado número de investigadores participantes (en Bolivia 37, en Ecuador 15 y en número desconocido en el Perú) así como las cargas horario de estudio (80 hrs estudio en Bolivia; 48 horas en Ecuador)</p> <p>. El tema común de análisis y formación en los 3 países es el de soberanía alimentaria.</p> <p>. Resalta también la conformación de la red virtual de investigadores jóvenes que reciben información sobre temas agrarios y alimentación, en el Perú.</p>
1.10. Realización de 15 misiones de intercambio asesoramiento de investigadores europeos en comercialización campesina y circuitos alimentarios.	<p>5 misiones de formación:</p> <p>a)G. Durand de Agrocampus (2011: formación del equipo sobre Circuitos Cortos), b)F.Boucher (2012: Sistemas Agroalimentarios Localizados);c)C. Azevedo (2012: Circuitos de proximidad);d) M. Altieri (2013: Agroecología y Mercados Locales), d) B. Bichon (2013: Logística, innovación y sostenibilidad de mercados locales.</p>	<p>6 misiones de asesoría e intercambio con investigadores: Marc Dufumier (2011), Guy Durand (2 misiones en 2012 y 2013), Catherine Darrot en 2012; Pierre Gasselín en 2012 y Claire Aubron en 2013. Esas misiones fueron temáticas o de apoyo global al proceso de investigación e incidencia según los casos</p>	<p>4 misiones de asesoría e intercambio:</p> <p>a) En el 2011 se tuvo la visita de Guy Durand;</p> <p>b) el 2012 se recibió a la Dra. Aurelie Carimentrand y</p> <p>c) en el 2013 la misión fue realizada por el Dr. François Boucher y la Dra. Claire Aubron.</p>	<p>En términos generales, se cumple el número de misiones de intercambio y asesoramiento programadas.</p> <p>Resalta que la casi totalidad de misiones de apoyo provienen de Europa; sin embargo, en el caso de Bolivia hay misiones que proviene de otros países.</p> <p>Mayor cantidad de misiones de formación en Ecuador y Bolivia, y menos en el Perú.</p>
1.11. Realización de 9 seminarios nacionales de investigación sobre soberanía alimentaria y circuitos de comercialización con por lo menos 50 participantes en cada evento	<p>1 Seminario Internacional “Sistemas Agroalimentarios Localizados y Economía Social”, (+ de 100 participantes. 2012).</p> <p>1 seminario de Formación y un Convite en “Economía de la proximidad” (85 personas en</p>	<p>Con las misiones de investigadores se realizaron 3 seminarios de investigación: “Jornadas de Ambiente Producción Agropecuaria y Soberanía Alimentaria”; “Comercialización, consumo y</p>	<p>En coordinación con diversas organizaciones se realizaron 5 seminarios, 2 foros y 1 simposio:</p> <p>. Seminarios: a)Precios justos para el productor y el consumidor</p> <p>b)Quesos, desafíos y oportunidades de negocios y opción productiva</p>	<p>Resulta evidente que se aprovechó la llegada de las misiones externas de asesoramiento a cada país para realizar seminarios de formación, con participación de beneficiarios del proyecto y otros actores, sobrepasando el número programado de participantes.</p>

	total). 1 Jornada de Investigación sobre "Agroecología" (202 participantes)	soberanía alimentaria", "Ganadería lechera y productos lácteos artesanales" con la participación de diferentes actores e instituciones. Promedio de participantes, 90 personas por evento	dinamizadora de los territorios en el Perú c) Comercialización agrícola y SIAL en la Universidad Nacional de Piura d)"Agroindustria Rural y comercialización: La producción de leche y las plantas artesanales". e)Seminario Internacional de Soberanía alimentaria y Circuitos de Comercialización de la Quinoa . 7mo. Foro de Seguridad alimentaria, recursos naturales y políticas públicas . Foro Seguridad alimentaria: Desafíos del futuro, tareas del presente. . Encuentro Nacional y Regional por la Agricultura Familiar la SAySOBAL . Simposio: Procesos de Innovación en Pequeños Productores Lecheros de los Andes.	
<b>Resultado 2. Se consolidan iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales.</b>				
2.1. Animación de debates en las organizaciones sobre los resultados de las investigaciones y los estudios.	. Devolución de las investigaciones sobre desayuno escolar, EMAPA, circuitos cortos, mercados convencionales y caracterización de los consumidores (Tarija, 2 eventos). . 4 talleres en Achocalla sobre difusión investigaciones (con Plataforma Achocalla; con ACSHA y AFLOPA; y con productores de Altura, para generar el Plan de Comercialización). . Devolución de las investigaciones del doctorante H. Chambilla y de la tesis de R. Lizarazu (Tiquipaya, con G Municipal y representante de las organizaciones).	5 eventos de análisis de resultados de las investigaciones con organizaciones de productores (en Cuenca, Macas, Ibarra y Gualaquiza- cantón de Morona Santiago)  Presentación de resultados de las investigaciones en talleres organizados por AVSF en diferentes provincias	Estudios debatidos: . Estudio Precios Justos al consumidor y productor agropecuario (Realizado por Phd Manuel Lajo) . Estudio de Compras Públicas (Realizado por J.Venero) . Estudio de Impacto socio económico del Mercado de productores de Huancaro (Realizado por equipo de AVSF)	Se cumplen los eventos de devolución de resultados de las investigaciones en cada uno de los países, tanto con organizaciones de productores como con representantes municipales y otros actores, en talleres y encuentros programados. Sobresale la realización de los eventos en diversas localidades y regiones, y no sólo en las ciudades capitales.
2.2. Formulación de 2 ofertas de formación de dirigentes, técnicos y productores en comercialización alternativa	Elaborada una Propuesta de Currícula de formación de Líder CAPE y Validada con AOPEB, CIOEC y AVSF.	Elaboración de una oferta modular para dirigentes y productores, con 6 módulos: soberanía alimentaria;	. Módulo de formación en planes de negocio para 400 jóvenes emprendedores. (Financiados con capital semilla 100 planes negocio),	En las tres regiones de implementación del proyecto se cumple con la elaboración de una propuesta (de dos programadas) de formación de dirigentes, con diferentes

campesina (contenidos, metodología, pedagogía y materiales).		liderazgo y fortalecimiento organizativo; circuitos cortos; gestión empresarial; gestión de cadenas productivas; contabilidad básica	con FONDOEMPLEO. . Elaboración del “Programa de formación de líderes y lideresas indígenas para el buen vivir y la soberanía alimentaria”. . Formación de promotores en Inseminación Botiquines Vet. Piura	temáticas y/o módulos.
2.3. Organización y realización de la formación de dirigentes y técnicos en comercialización alternativa campesina	Formaciones especializadas.- . (2012) 29 personas formadas como Promotores en Ventas con especialidad en Comercialización (CETHAEMBOROZU/TRJ)6 módulos . (2013), 25 personas como promotores en comercialización alternativa CETHA EMBOROZU. (2da Versión) 6 módulos . 22 personas como LIDER CAPE. (Comercialización alternativa de la Producción ecológica) (6 módulos)  Formaciones específicas: . (2012) 100 personas en derivados de lácteos (LP/CBB) 16 horas. . (2013), 50 jóvenes formados en UNABENI (15 en maduración, 40/ hrs y 35 en sistema contrataciones estatales/24 horas).	130 dirigentes y productores formados en las 3 zonas en soberanía alimentaria y comercialización campesina (6 módulos).  Formación modular (4 módulos) de 50 líderes en el Norte y en el Centro del país: “Minga de diálogo de saberes”,  Formación en “Gestión socio-empresarial y comercial para la COPROBICH” de 20 líderes y promotores.	. Implementación de la Escuela de Líderes del 2011 (se lograron capacitar a 50 socios líderes de la ARPAC)  . Formación a líderes queseros para brindar Valor agregado de productos lácteos en el Valle de Anta – Cusco	Sobresalen los esfuerzos realizados por el proyecto en las 3 regiones respecto a la formación brindada a los diferentes dirigentes y productores, en diversas zonas niveles y temáticas.  En total, 226 personas/dirigentes/Líderes formados en Bolivia, 200 en el Ecuador y 50 en el Perú.  La temática de formación varía en cada país (según su necesidad), sin embargo las temáticas comunes son comercialización campesina alternativa, y soberanía alimentaria.
2.4. Asesoramiento y apoyo para la implementación de sistemas de certificación y sellos consolidados (sistemas participativos de garantía, certificación orgánica y sello social)	En Tarija, se concluyó con el proceso de certificación de la Producción Ecológica a través del SPG en el municipio de Padcaya, alcanzando a un número de 216 (86 declaradas como ecológicas y 130 en transición).  En Cochabamba se logró obtener la certificación de inocuidad otorgada por SENASAG para los productos elaborados por la OECA AMLECO.	En el marco del proyecto se contribuyó a la consolidación del SPG en 3 organizaciones beneficiarias: APAAustro, APAAzuay y Aprocag  Se logró implementar adicionalmente un nuevo sello de comercio justo, el SPP en beneficio de 2 organizaciones: Coprobich y Jambi Kiwa  Adicionalmente se apoyó el MAGAP para la definición de ejes estratégicos de acción y fomento a los sistemas de certificación y garantía de los productos campesinos.	. Participación de AVSF en el Consejo Regional del SGP . Visita de certificadora ECOCERT y CERES a plantaciones de maíz orgánico de los productores de Huarcocondo. . Capacitación para certificación orgánica - Zonal Santo Domingo y obtención de Registro Sanitario y registro de marca. . Apoyo a la certificación orgánica de la panela en Ñoma, Santo Domingo. Piura. . Apoyo a los productores en la certificación SPP en coordinación la CNCJ (13 organizac. Certificadas)	Los resultados logrados muestran avances significativos en cada región, según el grado de desarrollo logrado en cada país. Es una tarea que demandará más tiempo aún, en su implementación. Resalta el trabajo realizado en términos del apoyo a una instancia gubernamental que definirá las estrategias y políticas a nivel nacional respecto a los sistemas de certificación y garantía. También sobresalen las certificaciones logradas (SPG) para las diversas organizaciones de productores.

<p>2.5. Asesoramiento a organizaciones campesinas territoriales para la elaboración de diagnósticos y estrategias comerciales alternativas.</p>	<p>Las organizaciones han comenzado a implementar sus estrategias comerciales alternativas, con más énfasis, 4 organizaciones de La Paz, Tarija y Cochabamba.</p>	<p>Se apoyó a 6 organizaciones en la elaboración de sus planes anuales de actividades, en la revisión de sus reglamentos de funcionamiento interno, y en la información de los volúmenes de productos comercializados durante el 2012.</p>	<p>Se elaboró un Plan de negocios para COOP NORANDINO para promover café (Páramos) y Cacao (Chulucanas).</p> <p>Taller de asesoría financiera contable a organizaciones de productores en Piura</p>	<p>Son diversas las organizaciones de productores apoyadas para la definición y elaboración de sus diferentes estrategias de comercialización, sus planes de actividades, reglamentos internos y otros.</p>
<p>2.6. Asesoramiento e implementación de un fondo de inversiones para consolidar iniciativas de comercialización alternativa de organizaciones campesinas territoriales</p>	<p>. En La Paz, CIOEC Bolivia está consolidando la Microferia como un espacio de venta para 6 organizaciones de productores.  . En Cochabamba el encuentro productivo cuenta con la participación de 8 OECAS/OPES.  . En BIO Tarija, 18 organizaciones en proceso de consolidación del mercado de venta directa.  . En Achocalla, 2 organizaciones (ACSHA/AFLOPHA) han empezado a vender bolsas ecológicas en domicilios y oficinas.  . En La Paz se ha iniciado el espacio de venta directa BIO Llojeta con 20 productores de 4 municipios: Achocalla, Sapahaqui, Yaco y Batallas.  . Apoyo con inversiones a 4 organizaciones de productores (AMLECO/cámara de frío; Coraca Aiquile/turronera; AART/TRJ con materiales para su estrategia de marketing; UNABENI/cámara frío)</p>	<p>Apoyo con diferentes acciones según zona. En la zona Sur (seguimiento a las ferias, creación de 3 nuevas ferias, conferencia sobre transgénicos, capacitación en elaboración de quesos entre otros); en la zona Centro (apoyo estudio técnico para agua, actualización registro operadores para exportar, búsqueda de financiamiento, elaboración material promocional y otros), y en zona Norte, (apoyo a reglamentos internos de la feria, análisis de precios, acompañamiento asambleas generales, y otros.)</p>	<p>Apoyo a la consolidación de ferias locales, regionales y nacionales:  . Festival Nacional de Agro biodiversidad "Frutos de la Tierra"  . Fomento de la feria de productores "De la chacra a la olla."  . Fomento de ferias campesinas en la sierra de Piura  . Bioferia de Surquillo en Lima  . Feria agropecuaria Mistura Lima</p> <p>Apoyo a los productos NORANDINO para posicionamiento en el mercado local.</p> <p>Apoyo a la mejora de la calidad y valor agregado de productos lácteos.</p>	<p>Se diferencian dos tipos de gastos del Fondo de Inversiones: aquellos destinados a la creación y consolidación de ferias (a través de seguimientos a las ferias, registros de participantes, estudio de precios, etc) y aquellas inversiones en infraestructura, equipamiento, materiales destinados a mejorar/ampliar/transformar la producción que luego será comercializada.</p>
<p>2.7. 9 encuentros seminarios nacionales de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria.</p>	<p>. (2011) Taller de Circuitos Cortos de Comercialización APME/AART-Tarija (39 participantes).  . (2011) 1er Encuentro Nacional de Iniciativas de Comercialización Alternativa Campesina, Indígena y Originaria. 50 participantes)  . (2012) Taller de Comercialización Alternativa (participación de 25 socios/os de 8 organizaciones afiliadas a la CIOEC).  . (2011) 2do Encuentro Nacional</p>	<p>3 encuentros: a) en 2011, realización del encuentro con Autoridades Locales y Organizaciones Campesinas en Cuenca; b) Encuentro nacional de Soberanía Alimentaria y Comercialización Campesina "entre políticas, la investigación y la práctica" en 2012 en Ibarra, c) Organización del encuentro "Diálogo y tejiendo saberes" (Ibarra) en margen del</p>	<p>Se apoyó 3 encuentros:  a) Seminario Nacional sobre comercialización agrícola, mercados y seguridad alimentaria.  b) Taller "Coyuntura actual del comercio justo: Análisis y estrategias".  c) Apoyo en la organización del II Encuentro Internacional de Comercio Justo y III encuentro del Símbolo del Pequeño Productor.</p>	<p>La realización de seminarios y encuentros en mayor número que lo programado (sobre todo en Bolivia). Los encuentros y eventos realizados sobre todo con organizaciones de productores, aunque también se realizaron ciertos eventos con otros actores más.</p>

	<p>de Iniciativas de Comercialización Alternativa Campesina, Indígena y Originaria Bolivia (70 participante)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. (2013) Encuentro Regional de Autoridades, productores y consumidores de Tarija, (52 participantes)</li> <li>. Encuentro de productores y consumidores de la BIO TARIJA (300 participantes)</li> </ul>	<p>congreso mundial quinuero en 2013.</p>		
<p>2.8. Organización y realización de 18 intercambios nacionales de experiencias de comercialización campesina alternativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. (2011) Visita en el 1er Encuentro de Comercialización Alternativa, el Presidente de la Asociación Regional de Productores Agropecuarios del Cusco (ARPAC).</li> <li>. Intercambio de 16 personas (4 mujeres y 12 varones) de los departamentos de La Paz, Tarija y Cochabamba, provenientes de AOPEB, CIOEC y AVSF a mercado Huancaró /Cusco.</li> <li>. (2012) 4 técnicos AVSF y CIOEC visitan Mercado de Huancaro.</li> <li>. Intercambio de un productor experto en quesos del Perú visita Bolivia para capacitación.</li> <li>. Visita a Bolivia el responsable de Ferias de Ibarra - Ecuador (en 2do Encuentro de Comercialización).</li> </ul>	<p>Numerosos intercambios realizados a nivel nacional: en 2013: intercambios entre productores de Ibarra y Cotopaxi en manejo de sistemas de producción, entre productores del Cantón Mejía con productores de las ferias de Pimampiro y de Ibarra; entre productores de Coprobich y de Gualaquiza a El Oro con productores organizados de banano y cacao; 2012: intercambio de 35 productores de Ecuador a la sierra de Piura en Perú para ver experiencias organizativas y comerciales; intercambios de semillas entre pueblos pastos de Colombia y Ecuador; intercambio entre productores y consumidores en la sierra norte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Pasantías a la Región de Piura (Experiencia NORANDINO) por organizaciones de la Regiones de Cusco y Huancavelica (participaron 25 productores).</li> <li>. Visita de productores de quesos del Cusco a queseros de Piura, Huancavelica y Huari (tres expertos queseros capacitaron a 200 productores de quesos).</li> </ul>	<p>Se cumplió adecuadamente lo programado en términos de intercambio, pero no solamente a nivel nacional/regional sino también a nivel internacional (entre productores de los tres países). Principalmente para conocer experiencias de comercialización alternativa; y en menor medida para transferencia de tecnología y saberes productivos.</p>
<p><b>Resultado 3: Se difunde y debate la información estratégica generada y elabora propuestas de políticas públicas.</b></p>				
<p>3.1. Publicación de estudios-investigaciones, metodologías y propuestas</p>	<p>Publicaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Memoria del Seminario Internacional Modelos de Desarrollo Rural y Economía Campesina Indígena.</li> <li>. Memorias del 1er y del 2do encuentro de Comercialización Alternativa.</li> <li>. Ley de OECAS y Boletín ECO de las OECAS de CIOEC.</li> </ul>	<p>10 publicaciones:</p> <p>a) Publicación del libro "Soberanía alimentaria y comercialización"; b) Memoria del seminario doctoral, Guayaquil, X/2012, c) artículo, sobre comercialización campesina experiencia de la sierra norte (revista LEISA).d) publicación con fondos del</p>	<p>7 publicaciones:</p> <p>a)Publicación del libro regional de mercados campesinos sobre ferias y mercados agropecuarios, b) Publicación en medios virtuales del libro de mercados campesinos nacional, c)Publicación de la réplica del libro editado en Ecuador sobre lácteos y agroindustria rural, y d) del libro editado en Bolivia sobre</p>	<p>Diversas publicaciones realizadas (artículos, libros, cartillas, Memorias de eventos y otros) sobre diversas temáticas, tanto por el proyecto como también con otras instituciones socias.</p> <p>Son varias todavía las publicaciones que deben ser editadas y publicadas.</p>

	<p>. Artículo en la Revista Análisis en el tema de "Seguridad Alimentaria en Bolivia".</p> <p>. Libro "Mitos y Debates" de Julio Prudencio (En diagramación la Memoria de las Jornadas de Agroecología). (En edición 4 libros de las investigaciones realizadas).</p>	<p>MAGAP del libro "circuitos alternativos de comercialización, estrategias de la AFC" y del libro "creación de sellos de calidad para productos de pequeños productores" e) 3 libros en imprenta: comercialización campesina en Ecuador, ganadería lechera campesina en los países andinos y la revolución blanca en el Ecuador; f) publicación y difusión de 2 cartillas: las ferias solidarias; compras públicas a los CIBV's</p>	<p>las compras públicas, e) Debate Agrario, número especial con las investigaciones de prospectiva de la Seguridad Alimentaria 2030 – 2050 e investigaciones sobre los circuitos cortos en el Perú, f) Publicación de un folleto sobre la Soberanía alimentaria, realizado con CONVEAGRO y HEIFER, Difusión por medios virtuales del libro sobre normativa para el desarrollo de circuitos cortos de comercialización y apoyo a la agricultura familiar; g) publicación del folleto de Escenarios de la Seguridad Alimentaria en el año del bicentenario.</p>	
<p>3.2. Creación de bases de datos sobre soberanía alimentaria, cadenas agroalimentarias y experiencias alternativas de comercialización campesina y puesta en la web.</p>	<p>. Se coadyuvo en actualizar información de la Plataforma de información de producción ecológica de AOPEB</p> <p>. Se continúa alimentando la página WEB así como el Facebook del proyecto Mercados Campesinos</p> <p>. Se apoyó a la difusión de la Red de Inteligencia de Mercados de CIOEC.</p> <p>. Se tiene consolidada una base de datos de productores participantes de la BIO/Bolivia 2012, Bio/Bolivia 2013 y el Tambo 2013.</p>	<p>Se continúa alimentando la página WEB así como el Facebook del proyecto Mercados Campesinos y se continúa con el Blog de la campaña "que rico es" sierra norte.</p> <p>Se tiene en consolidación una base de datos de comercialización de unas 10 ferias para la sierra norte y sierra sur</p>	<p>Página web Regional de mercados campesinos (difusión contenidos sobre los programas sociales del Estado y las dificultades de los pequeños productores en su acceso a los mismos; difusión predictamen de ley de SA y análisis de la sociedad civil).</p>	<p>Se configuraron bases de datos en los tres países, aunque con contenidos diferentes (composición de las ferias, productores ecológicos y otras variables). Páginas web funcionando en cada país, siendo alimentada por el proyecto con información de éste así como con otra información relativa a la seguridad y soberanía alimentaria.</p>
<p>3.3. Edición de ofertas de formación de dirigentes y técnicos y de productores</p>	<p>. Se tiene memorias de los 6 módulos de formación de la Escuela Líder CAPE.</p> <p>. Se publicó la Cartilla dirigida a consumidores sobre "Ferias y Mercados Campesinos".</p> <p>. Se publicó Cartilla dirigida a productores de "Ferias y Mercados Campesinos".</p> <p>. Guía para preparar BIO Insumos</p> <p>. Guía de implementación de los SPG.</p>	<p>Publicación y difusión de 4 folletos del programa modular de formación: "soberanía alimentaria"; "Fortalecimiento organizativo y liderazgo", "Circuitos cortos de comercialización alternativa" y "Cadenas Productivas".</p> <p>Los 2 últimos folletos están en imprenta (gestión empresarial, y contabilidad básica).</p>	<p>. Implementación de un Módulo de formación en la "Cadena productiva de lácteos en Huancavelica". (se beneficiaron a 25 productores lácteos de Huancavelica).</p> <p>. Impresión de un recetario de cocina con productos andinos</p>	<p>En los tres países donde se ejecuta el proyecto, se cumplió con la formación y elaboración de material para la formación de dirigentes, técnicos y productores (e inclusive consumidores). Los temas de las publicaciones son diversas, aunque la mayoría de ellas centradas en comercialización alternativa.</p>

<p>3.4. Formulación de modulo de formación en investigación y análisis de cadenas y circuitos alimenticios, gestión de comercialización alternativa campesina, políticas públicas.</p>	<p>. Diseño curricular e implementación del Modulo 1 (Ciclo Económico Productivo) y Unidades de Aprendizaje del Diplomado en "Economía Social y Gestión del Territorio",  . (2013) Desarrollo de la malla curricular del Diplomado "Gestores en agroecológica y técnicas de facilitación" Instituto Internacional de Integración del Convenio Andrés Bello. (AOPEB)</p>	<p>El SIPAE desarrolló los módulos: (1) Desarrollo metodológico en la investigación (duración 20 hrs) y (4) Soberanía alimentaria, comercialización y consumo (27 hrs). Se plantea como SIPAE la edición de esos módulos a inicios 2014</p>	<p>Propuesta de Diplomado en "Comercialización Alternativa, seguridad y soberanía alimentaria"</p>	<p>Se cumple adecuadamente con la formulación de módulos de formación en investigación, con diversas temáticas, aunque con predominancia el tema de soberanía alimentaria.  Sobresale que esos módulos han sido validados por instancias correspondientes (las propias organizaciones, centros de investigación y universidades)</p>
<p>3.5. Concertación y asesoramiento para integración del módulo de formación en el pensum de espacios o sistemas de formación nacional.</p>	<p>. (2012) 200 jóvenes formados junto con SOCLA/Bolivia en Agroecología y comercialización campesina.  . 30 participantes en el Diplomado "Gestores en agroecológica y técnicas de facilitación" (XI/2013 a III/2014).</p>	<p>Se incorporó en la Universidad Central, a nivel de i) maestría un módulo de soberanía alimentaria (coordinado desde el equipo Mercados campesinos/SIPAE) y ii) a nivel de pregrado la incorporación en la malla curricular de cuatro módulos sobre comercialización y soberanía alimentaria.</p>	<p>Implementación del Diplomado en "Comercialización alternativa, seguridad y soberanía alimentaria" (de 5 Módulos) donde participaron 18 alumnos entre técnicos y profesionales, inserto en la facultad de zootecnia de la universidad de Huancavelica.</p>	<p>Se cumple la integración de módulos de formación elaborados en el marco del proyecto mercados campesinos en los sistemas de formación nacional del Ecuador y Perú</p>
<p>3.6. Apoyo a la organización de encuentros nacionales de políticas de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria.</p>	<p>. (2011) Apoyo a AOPEB/CALT en el 4to. Congreso de Agricultura Sostenible y la realización del Foro Latinoamericano de Sistemas Participativos de Garantía (SPG).  . (2012): apoyo a AGRECOL Andes en el 5to Congreso de Agricultura Sostenible.  . Grupo de Trabajo Alimentos y Soberanía Alimentaria dentro del II Foro La Paz Avanza.  . 2 talleres sobre producción ecológica, SPG, Soberanía alimentaria y consumo responsable (a 40 técnicos Municipio de La Paz -GAMLP)  . (2013) FORO NACIONAL para la elaboración de la política de fomento a la producción y consumo de productos producidos por la agricultura familiar</p>	<p>Con la Conferencia Pluricultural de Soberanía Alimentaria se apoyó en 2011 la realización del Seminario internacional sobre agroecológica con COPISA con la participación de expertos de Colombia, Ecuador y Brasil   Durante el IV Congreso mundial de la quinua en Ibarra en 2013 se facilitó la participación de productores de la sierra norte/sur/centro</p>	<p>.Participación de la ARPAC en la reunión con parlamentarios del Cusco y la vice presidenta de la República.  .Revisión de pre-dictamen de la Ley Derecho a la Alimentación, Soberanía y Seguridad Alimentaria Nutricional.  .Debate sobre el "Estudio Precios justos al consumidor y productor agropecuario"(XII/2011)  . Debate "Estudio compras públicas" (VI/2012)  . Debate "Estudio del impacto socioeconómico del mercado de productores de Huancaro" (I/2013)</p>	<p>Diversos eventos de apoyo a la organización de encuentros y debates nacionales de políticas de comercialización alternativa campesina y soberanía alimentaria, en los tres países, sobre todo en Bolivia.  Sobresalen los apoyos a eventos de carácter internacional realizados en el Ecuador, los apoyos a la construcción de propuestas de políticas y leyes en el Perú, con participación activa de organizaciones de productores campesinos, así como los apoyos a la producción ecológica en Bolivia.</p>

	<p>campesina.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Apoyo para el Encuentro de instituciones y asociaciones para conformar comité de producción ecológica Municipal de Batallas</li> </ul>			
<p>3.7. Asesoramiento y apoyo financiero a espacios o sistemas de observación de la soberanía alimentaria y formulación de propuestas políticas públicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. (2013) Realización de las “Jornadas de Agroecología y Soberanía Alimentaria”</li> <li>. (2013) Realización Foro “Producir Sano Comer Sano”</li> </ul>	<p>Participación en espacios como el Colectivo Agroecológico, la Mesa del Consumo Responsable, la Mesa de Mercados, la Mesa de Agro biodiversidad y el MESSE, lo que permitió alianzas dentro de estos procesos.</p>	<p>El cofinanciamiento a La Revista Agraria posibilitó que durante los tres años del proyecto, se publiquen 13 artículos referidos directamente al trabajo que realizó el proyecto Mercados campesinos.</p>	<p>El proyecto cumple lo programado en el Ecuador y Perú al participar en espacios o sistemas de observación y reflexión conformados por diversos actores, sobre soberanía alimentaria y formulación de propuestas de políticas públicas.</p>
<p>3.8. Asesoramiento a autoridades públicas nacionales y municipios para la formulación e implementación de políticas públicas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Elaboración de la Propuesta borrador de la Carta Orgánica de Achocalla.</li> <li>. Aportes para el Plan Departamental de Tarija en agroecología y mercados campesinos.</li> <li>. Aportes para la reglamentación de la Ley 338 en compras estatales y mercados y ferias campesinas.</li> <li>. Aportes para el sello ecológico del SPG a cargo de la UC – CNAPE.</li> </ul>	<p>a) Apoyo al MAGAP – Redes Comerciales en los ejes siguientes: políticas y prioridades de fomento de los SPG’s; estrategias para el fomento quinero en Ecuador; b) apoyo a la formulación de la ordenanza provincial agroecológica del gobierno provincial de Imbabura</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Apoyo al Gobierno Regional de Junín para obtener la Ordenanza Regional sobre Seguridad y Soberanía Alimentaria.</li> <li>. Participación en la Mesa Técnica de Soberanía Alimentaria – SOBAL en Piura.</li> <li>. Asesoría a la Comisión Agraria con aportes al Pre dictamen de la Ley del derecho a la alimentación, soberanía y seguridad alimentaria nutricional.</li> <li>. Coordinación con autoridades del MINAG en la búsqueda de la Reglamentación de la Ley 29676.</li> </ul>	<p>Se cumple lo planteado a través de adecuadas acciones de asesoramiento a diversas entidades públicas, municipales y provinciales a través de diferentes medios (cartas orgánicas, plan departamental, reglamentaciones sobre comercialización, sello ecológico, fomento productivo, ordenanzas municipales y regionales, y otros).</p>
<p>3.9. Comunicación y difusión por distintos medios de los resultados de la investigación y apoyo técnico y financiero para campañas de sensibilización al gran público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. 9 videos informativos y de sensibilización del público en la campaña de comunicación.</li> <li>. Una cartilla dirigida a los consumidores elaborada y difundida en la BIO/Bolivia, en Feria de Cochabamba y en las ferias ecológicas y campesinas</li> <li>. Una cartilla para productores para la organización de Ferias.</li> <li>. Apoyo a la difusión de la BIO BOLIVIA como la feria ecológica más grande de Bolivia.</li> </ul>	<p>a) 3 Cine-foros con PUCESI (Ibarra) en el marco de la campaña nacional de consumo responsable “Que rico es comer sano y de mi tierra”; b) Realización de un video de promoción de las ferias campesinas y agroecológicas apoyadas por el proyecto en la sierra norte y sierra sur (en multiplicación y disponible en la web de la campaña de seguridad alimentaria “que rico es” con el MESSE); c) difusión de los eventos realizados en numerosos medios de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Publicación de la experiencia del Mercado de Huancaro a través del libro “Innovaciones de Impacto- Lecciones de Agricultura familiar en América latina y el Caribe”.</li> <li>. Difusión de acciones y resultados de las investigaciones a través de La Revista Agraria (13 artículos) y medios audiovisuales, desde III/11 a XI/13.</li> <li>. Elaboración de 10 videos (un videos animado titulado “El futuro de la alimentación está en tus manos” -versiones: Inglés, francés y español) difundidos por redes sociales + pag web.</li> </ul>	<p>Amplia utilización de los diversos medios de comunicación (cine, videos, prensa escrita, Tv, publicaciones como libros, revistas, entrevistas radiales, cartillas) para transmitir los resultados de las acciones emprendidas por el proyecto y sensibilizar al público, lo cual fue realizado hasta en diversos idiomas.</p>



		comunicación en especial en la prensa escrita y canales de televisión de la sierra norte	<ul style="list-style-type: none"> <li>. En 2013 se implementa la “Ruta de la alimentación”</li> <li>. 56 campañas radiales vía web (entrevistas sobre SAYSOBAL)</li> </ul>	
3.10. Participación y animación de espacios y redes regionales articuladas con la problemática.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. (2013) Vinculación al SOCLA Bolivia y Latinoamérica.</li> <li>. Apoyo a la conformación de la red de agricultura urbana y periurbana de Bolivia (que iniciará actividades preliminares en 2014).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Vinculación del proyecto con el IPDRS (red electrónica)</li> <li>. Relación con el programa de seguridad y soberanía alimentaria de la CAN hasta su pérdida de incidencia a mediados de 2012.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El equipo del proyecto estuvo vinculado a los siguientes espacios:</li> <li>. Taller “Por una agricultura familiar, campesina e indígena fuerte y sostenible”</li> <li>. Grupo temático Agricultura familiar y SOBAL de la COEECI.</li> <li>. Colectivo Perú: Por la seguridad alimentaria con soberanía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación del proyecto en las redes regionales existentes, algunas de ellas ya no vigentes.</li> <li>Sobresale la actual participación del proyecto en el Perú en el Colectivo interinstitucional y en el Grupo de reflexión temática.</li> <li>El problema presentado es la sostenibilidad de estas Redes y Colectivos.</li> </ul>
3.11. Organización y apoyo a participación de investigadores, líderes campesinos y responsables políticos en 6 encuentros e intercambios regionales internacionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>. (2011) Apoyo a la participación del Doctorante en ELAO/Colombia</li> <li>. (2012) Apoyo al doctorante y a 1 productor a las XI Jornadas de Agroecología en Curitiba Brasil.</li> <li>. Participación del doctorante en el Seminario Doctoral Quito Ecuador</li> <li>. (2013) Apoyo a la participación de 2 doctorantes al VI Congreso Internacional de Sistemas Agroalimentarios Localizados (SIAL) en Santa Catarina – Brasil.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Organización del Encuentro internacional de gastronomía y producción entre pueblos Andinos en Ibarra en octubre 2013</li> <li>. Organización del seminario regional doctoral en 2012 Guayaquil con estudiantes doctorales y académicos de Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia, México y Francia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>.Intervención de CEPES en distintos espacios de intercambio Regional (Universidad Quito, formación en UCQuito, en MDAGyP, Flacso).</li> <li>.Taller Regional Andino de evaluación anual del Proyecto “Mercados Campesinos” (organizado en el 2011 y 2012- Piura, Cusco, Cuenca/ Ecuador).</li> <li>. Intercambio experiencias diferentes productores locales y extranjeros (visitaron ARPAC: queseros, maiceros, ganaderos)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento en términos de apoyo a la participación de investigadores (doctorantes) en diferentes eventos internacionales y también apoyo a la participación de líderes campesinos en diferentes encuentros regionales e intercambios internacionales</li> <li>Sobresale también el apoyo a la organización de eventos internacionales para el concurso de productores e investigadores.</li> </ul>

Fuente: Cuadro elaborado y completado con datos proporcionados por los responsables del PMC en cada uno de los tres países

**Anexo 2. Cuadro No. 2 Listado de estudios/tesis/documentos apoyados por el PMC en los tres países**

Estudio/Investigaciones/Tesis	Objeto	Institución	Estado del estudio
<b>Perú</b>			
1. Estudio de impacto del mercado de productos de Huancará.	Estudio	AVSF-	Publicado
2. Sistematización del estudio "Identificación y caracterización de los sistemas de comercialización de la ARPAC".	Estudio	Universidad Nacional Agraria la Molina	Terminado
3. Estudio de marcos legales para las compras públicas con pequeños .	Estudio	AVSF-CEPES	Terminado
4. Estudio de prospectiva de la Seguridad alimentaria en el Perú.	Estudio		Terminado
5. Estudio de Inclusión rural en el boom gastronómico: El caso de la cadena de cuyes en 4 provincias del Cusco.	Tesis estudiante	Pontificia Universidad Católica del Perú - PUCP	Terminado
6. Las compras públicas a los pequeños productores del sector agropecuario en el Perú	Tesis pre grado	AVSF	En elaboración
7. Alternativa de desarrollo para las familias rurales: producción/comercialización quesos.	Investigación para tesis estudiante	Universidad de Piura	En elaboración
8. Estudio sobre los diferentes sistemas de certificación existentes en Perú.	Estudio		Terminado
9. Comercialización de la quinua en las provincias de Chupaca y Jauja en la Región Junín, Perú.	Tesis doctorado	AVSF-Universidad La Molina	Terminado
10. La comercialización del ganado vacuno procedente de los distritos de Santo Domingo, Chalaco y Pacaipampa.	Tesis	Universidad Nacional de Piura - UNP	En elaboración
11. Característica productiva de la leche y comercialización de los productos lácteos para contribución de la soberanía alimentaria de los distritos de Huando y Acoria (Huancavelica).	Estudio	Universidad Nacional del Centro del Perú – UNCP	En elaboración
12. Producción, comercialización, consumo y cultura campesina de la papa en los distritos de Ñahuinpuquio, Acostambo (Provincia de Tayacaja - Región Huancavelica 2008-2012).	Estudio	Universidad Nacional del Centro del Perú – UNCP	En elaboración
13. Estudio de las compras públicas en el mercado de arroz en las regiones Lambayeque y San Martín.	Estudio	Universidad Agraria La Molina	Terminado
14. Articulación y Comercialización de Productos Lácteos de Familias Campesinas en el Perú. El Caso de Anta en la Región Cusco.	Estudio	Consultoría independiente AVSF	Terminado
<b>Ecuador</b>			
1. Diagnóstico de la Soberanía Alimentaria y la Comercialización.	Estudio	Universidades, ONGs, Organizaciones+MAGAP.	Publicado
2. Inventario y dinámicas de funcionamiento de los diferentes circuitos y cadenas de comercialización de la producción campesina de las provincias de Imbabura.	Estudio	FICI y FECONIC	En construcción
3. Análisis al Sistema Nacional de Compra Políticas de alimentos (Puntos Críticos y potencialidades).	Estudio	Organizaciones territoriales.	En edición
4.- Análisis de la intervención estatal en la comercialización, bajo un enfoque de SA: Estudio de caso provincia de Imbabura – Ecuador.	Artículo	FECONIC, FICI.	Terminado
5. Dinámicas de los Circuitos Alternativos de Comercialización en la provincia de Chimborazo.	Tesis	UTOPIA, ferias ciudadanas, CIALCOS	En revisión
6. Contexto Económico, Político y Comercial	Vinculada a tesis		En revisión

de la cadena de leche en el Ecuador.	doctoral		
7. Identificación y Caracterización de la Comercialización Organizada en las provincias de Cañar, Azuay y Morona Santiago.	Estudio	Organizaciones productores Sierra Sur, MIES, Redes Comerciales	En construcción
8. Documento de la panela.	Documento	Organización APROCAG, CEDIR, AVSF	En revisión
9. Política para el sistema de agricultura bajo contrato, basada en el debate teórico sobre el modelo y el estudio de dos casos: Producción del leche en el Cantón Montufar de la Provincia del Carchi.	Planteamiento	UCE	Plan para realizar la investigación a futuro
10. Sistemas de comercialización y formas de financiamiento para la producción de arroz de los pequeños agricultores en Ecuador.	Vinculada a tesis doctoral nacional	seguimiento de AVSF ESPOL	Fase de campo
11. El rol de la asociatividad en el mejoramiento de las condiciones de producción, comercialización y financiamiento de los pequeños arroceros en Ecuador.	Propuesta	UNOSCAL	Fase de campo
<b>Bolivia</b>			
1. Los mercados locales tradicionales y ecológicos en el altiplano y valles de Bolivia: las dinámicas de producción, comercialización y consumo.	Tesis doctorado	Universidad Politécnica de Madrid	En elaboración
2. La agroecología como modelo de desarrollo sostenible y equitativo.	Tesis doctorado	Universidad Complutenses de Madrid	En elaboración
3. La caracterización y dinámica de los principales mercados y ferias tradicionales en Cochabamba	Tesis maestría	CESU-UMSS AGRECOL ANDES	
4. La caracterización y dinámica de los principales mercados y ferias en La Paz.	Tesis	CIDES-UMSA	Para presentación y defensa
5. La caracterización y dinámica de los principales mercados y ferias en Tarija.	Tesis	UMJMS	En preparación
6. La caracterización y dinámica de las Ferias Campesinas: Lahuachaca y Caracollo.	Tesis	CIDES_UMSA	Para presentación y defensa
7. La inocuidad de los transformados artesanales, como generar normas adecuadas a las organizaciones de productores.	Tesis	CIDES_UMSA CIOEC-AOPEB	Para presentación y defensa
8. Los sistemas de garantía participativa: Mecanismos de inclusión social para pequeños productores ecológicos de Bolivia.	Tesis doctorado	CIDES-UMSA	En elaboración
9. Estrategias, dinámicas, relaciones e impacto de los desayunos escolares en las familia campesinas (Estudios de caso LPZ).	Tesis para maestría	CIDES-UMSA	En elaboración
10. Estrategias, dinámicas, relaciones e impacto de los desayunos escolares en las familia campesinas (Estudio de caso TJA).	Tesis maestría	AGROCAMPUS	Terminada En edición para publicación
11. El subsidio de lactancia y otras compras, posibles mercados para pequeños productores (Estudios de caso Cochabamba y Tarija).	Tesis maestría	CIDES-UMSA	En elaboración
12. La dinámica de la comercialización y relación con los productores de las Empresas Estatales: caso LACTEOSBOL.	Tesis para maestría	CIDES-UMSA	En elaboración
13. El estado y su apoyo al fortalecimiento productivo "Emapa y su relación con los pequeños productores de trigo de cochabamba y Tarija".	Tesis para maestría	CIDES-UMSA	En elaboración
14. Factores determinantes para el consumo de productos ecológicos y de circuito corto en las	Tesis para maestría	CIDES-UMSA	En elaboración

familias de bajos ingresos.			
15. Análisis participativo de la procedencia de los principales alimentos en la mesa rural.	Tesis para maestría	CIDES-UMSA CIOEC-AOPEB	En elaboración

### **Anexo 3. Términos de Referencia**

#### **Términos de referencia para una evaluación final del proyecto Mercados Campesinos**

##### **1. Antecedentes:**

El Proyecto Regional Andino “Sistemas alternativos de comercialización asociativa para la seguridad alimentaria de las familias campesinas y la soberanía alimentaria en los territorios andinos” – “Mercados campesinos”, se desarrolla en Bolivia, Perú y Ecuador. Ese proyecto busca, con el apoyo de la investigación, acompañar, fomentar y promover políticas a favor de alternativas de comercialización asociativa de los productos campesinos, y contribuir a la soberanía alimentaria de los países andinos.

El proyecto desarrolla tres ejes de trabajo:

- Generar investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria
- Consolidar iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales
- Difundir y debatir la información estratégica generada y elaborar propuestas de políticas públicas

El proyecto mercados Campesinos se ejecuta durante 36 meses de enero 2011 a diciembre 2013 y cuenta con un presupuesto total de 2 515 000 euros. La acción está siendo financiada a 90% por la Comisión Europea, los 10% restantes son aportados por AVSF y sus socios mediante fondos propios o desde acciones complementarias financiadas por entidades públicas o privadas.

Para ejecutar el proyecto Mercados campesinos, AVSF se ha asociado a 4 socios europeos y andinos especializados en investigación agraria, soberanía alimentaria e incidencia política que son: la escuela superior agronómica Agrocampus Ouest en Francia, el sistema de investigación de la problemática agraria del Ecuador (SIPAE), la asociación de organizaciones de productores ecológicos de Bolivia (AOPEB) y el centro peruano de estudios sociales (CEPES).

A nivel de redes y organizaciones involucradas, el proyecto está apoyando 5 redes nacionales así como 24 organizaciones y 7000 familias en 10 territorios de los países andinos.

##### **2. OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN FINAL**

Al final de los 3 años de su ejecución, el proyecto Mercados campesinos requiere de una mirada externa sobre su desempeño mediante una evaluación final.

Se plantea que la evaluación permita responder a los objetivos siguientes:

7. Evaluar la pertinencia de la propuesta de intervención del proyecto Mercados campesinos y de las estrategias implementadas por el proyecto en cada uno de los 3 países de intervención
8. Evaluar la calidad de las acciones y metodologías implementadas
9. Cuantificar y calificar los alcances logrados y el impacto de la acción en relación a los resultados y objetivos esperados del proyecto
10. Medir la eficiencia en el uso de los recursos atribuidos al proyecto
11. Analizar la sostenibilidad de los procesos y evaluar las reales capacidades de los socios ejecutores para la consolidación de los servicios introducidos y el acompañamiento de las organizaciones

## 12. Analizar las estrategias y factibilidad de continuidad al trabajo desarrollado por el proyecto Mercados campesinos

Finalmente, esa evaluación busca una mirada externa sobre el desempeño del proyecto tanto a nivel de cada uno de los 3 países de intervención como a nivel regional.

La evaluación tomará en cuenta evaluaciones previas al proyecto y en particular la evaluación intermedia y el monitoreo de la Unión Europea al proyecto, realizados ambos en septiembre 2012, que resaltaron los elementos siguientes por trabajar para un desempeño óptimo de la propuesta: (i) una mayor incorporación de los consumidores en las acciones del proyecto como uno de los pilares para el funcionamiento y la dinamización de los circuitos cortos (ii) seguir innovando en la diversificación de canales directos o más directos para la producción campesina (iii) evaluar bien los esfuerzos del equipo por realizar entre el fomento de mercados de nicho más remuneradores pero más exclusivos y de mercados populares menos remuneradores pero más incluyentes (iv) el fortalecimiento de una propuesta territorial de trabajo desde los 3 componentes del proyecto, complementaria del apoyo específico a las organizaciones campesinas beneficiarias del proyecto (v) la búsqueda de sostenibilidad a las acciones emprendidas en particular en territorios con las iniciativas de comercialización asociativa más recientes y frágiles, mediante una planificación fuerte de formulación de proyectos complementarios para el periodo post 2013, (vi) evaluar la continuación y valorización de los procesos de investigación-formación e incidencia

### 3. SOBRE EL EVALUADOR

La coordinación del proyecto Mercados campesinos está encargada de la selección de un consultor para la realización de la presente evaluación. Luego de haber realizado la evaluación intermedia con un equipo de 2 personas externas provenientes de otras regiones del mundo (Francia y América Central), se plantea para esa evaluación una figura complementaria con un evaluador residente o procedente de uno de los países de ejecución del proyecto, privilegiando además de la experticia técnica, una mirada desde un actor del desarrollo rural de los países andinos.

El evaluador será seleccionado dentro de las instituciones y consultores vinculados a las redes de desarrollo rural y agricultura campesina de la región andina.

Perfil mínimo del evaluador

1. *Dominar el español*
2. *Formación: agrónomo, economista, sociólogo, y con especialización en desarrollo rural.*
3. *Experiencia en ejecución y evaluación de proyectos de cooperación en desarrollo rural con entidades nacionales y extranjeras*
4. *Tener experiencia de trabajo con organizaciones campesinas en los países andinos*
5. *Experiencia de trabajo comprobada en relación a la agricultura campesina*
6. *Habilidades en coordinar o ejecutar procesos de formación académica o formación de adultos*
7. *Relaciones de trabajo pasadas o actuales con el sector académico, la investigación y la gestión de publicaciones*
8. *Experiencia mínima en los temas de comercialización campesina y en mercados locales o nacionales*
9. *Experiencia en incidencia política y apoyo a gestión de políticas públicas a nivel de gobiernos centrales o gobiernos descentralizadas*
10. *Manejo de herramientas participativas con grupos y organizaciones rurales*

### 4. PRODUCTOS ESPERADOS

Los productos esperados son:

1. Un informe oral de restitución al equipo del proyecto Mercados campesinos al finalizarse la fase de campo, por realizarse en Ecuador con el equipo regional del proyecto durante la segunda semana de diciembre 2013
2. Un informe final escrito en español, con un resumen obligatorio, el cual será entregado en formato informático al equipo de coordinación del proyecto, los coordinadores nacionales de AVSF en Bolivia, Perú y Ecuador así como a AVSF Francia

Este informe será entregado 3 semanas después de la finalización de la fase de campo.

De manera más específica, el equipo de proyecto requiere para la evaluación de un análisis de los siguientes aspectos:

1. Análisis de la ejecución del proyecto	La organización y coordinación interna para la gestión del proyecto: <ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Dispositivo de RRHH y reparto de responsabilidades</li> <li>◆ Mecanismos de toma de decisión y coordinación</li> <li>◆ Dispositivo de comunicación interna y externa</li> <li>◆ Convenios de cooperación con socios y contrapartes</li> <li>◆ Ejecución financiera del proyecto</li> </ul>
2. La situación del entorno y del grupo meta.	Evaluar la pertinencia de la intervención en base a la evolución reciente del contexto agrario en cada uno de los países y a los retos de soberanía alimentaria y comercialización en los territorios de intervención
3. Pertinencia de las acciones y metodologías implementadas	Valoración del nivel de implementación y de la calidad de las actividades llevadas a cabo Análisis de la pertinencia y calidad de las metodologías de investigación, de formación, asistencia técnica e incidencia política en particular Análisis de la participación e implicación de los socios, organizaciones campesinas y redes en la co-ejecución y apropiación de la propuesta del proyecto.
4. Resultados alcanzados en la ejecución del proyecto	Evaluar el grado de alcance de los 3 principales resultados del proyecto en base a los indicadores de marco lógico: R1. Se genera investigación estratégica sobre sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos y su eficiencia en términos de seguridad y soberanía alimentaria R2. Se consolidan iniciativas de comercialización campesina alternativa que contribuyen a la seguridad y soberanía alimentaria y al desarrollo de territorios marginales R3. Se difunde y debate la información estratégica generada y elabora propuestas de políticas públicas
5. Los efectos del proyecto	Efectos del proyecto en su contribución a la soberanía alimentaria en los territorios marginales de la cordillera de los Andes Efectos del proyecto en la generación de conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización asociativa de productos campesinos estratégicos de alta calidad e identidad
6. La sostenibilidad de los resultados alcanzados	Evaluar la sostenibilidad de las acciones en marcha a nivel social, económica e institucional Evidenciar las pistas y estrategias para dar continuidad técnica y financiera a los procesos acompañados
7. Análisis del proceso de	Evaluar los mecanismos de planificación, monitoreo y evaluación,

seguimiento evaluación y la generación de conocimientos difundidos	mirando su calidad, coherencia, apropiación y uso para la gestión y orientación del proyecto. Analizar la calidad, coherencia y alcance de los soportes de capitalización y publicaciones producidos y difundidos
8. La eficiencia en la implementación del proyecto.	Evaluar la utilización de los recursos humanos, materiales y financieros disponibles y movilizados. Evaluar el apalancamiento de recursos financieros adicionales para las organizaciones y socios
9. Recomendaciones	Recomendaciones dirigidas hacia AVSF y sus socios para futuras acciones
10. Conclusiones generales	

## 5. RECURSOS FINANCIEROS

La evaluación final cuenta con un presupuesto referencial de 7.500 dólares, incluyendo honorarios y viáticos del consultor. Cuenta adicionalmente con un presupuesto para transporte internacional y nacional requerido durante la presente consultoría.

Todos los demás gastos – de cualquier naturaleza - que el consultor tenga que asumir para llevar a cabo sus obligaciones ligadas al presente contrato, estarán a su cargo.

## 6. DURACION Y PLAN DE TRABAJO INDICATIVO

La evaluación en terreno tendrá una duración de unos 16 días entre fines de noviembre e inicios de diciembre, con el siguiente detalle:

ACTIVIDAD	DURACION ESTIMADA
Lectura de la información existente	1 día
Propuesta metodológica para el desarrollo de la evaluación	1 día
Evaluación del proyecto en Bolivia	5 días
Evaluación del proyecto en Perú	5 días
Evaluación del proyecto en Ecuador	5 días
Restitución interna de la evaluación en Ecuador	1 día
Redacción del informe final	5 días
<b>Duración total</b>	<b>23 días</b>

## 7. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

### *Documentos de gestión de proyecto:*

AUTOR	TITULO / TIPO DE DOCUMENTO	AÑO DE PUBLICACIÓN
AVSF	Documento de proyecto incluyendo texto narrativo, marco lógico y presupuesto	2010
AVSF	Informe técnico y financiero 2011 del proyecto	2012
AVSF	Informe técnico y financiero 2012 del proyecto	2012
Valentin Beauval y Laurent Dietsch	Informe de evaluación intermedia del proyecto mercados campesinos	2012
AVSF	Seguimiento presupuestario del proyecto al 30/06/2013	2012
UE Charles Dixon	Informe de monitoreo del proyecto Mercados campesinos por la UE	2011
Pierril Lacroix	Informes de misión a Bolivia y Perú del coordinador del proyecto	2011-2012-2013
Pierril Lacroix	Informes de los seminarios regionales internos del proyecto	2011-2012
Agrocampus	Informes de las misiones de investigadores internacionales: Guy Durand, Francois Boucher, Pierre Gasselin, Claire Aubron, Aurélie Carimentrand, Benoit Bichon, Miguel Altieri, Clezio Azevedo	2011-2012-2013

### *Publicaciones del proyecto disponibles en formato PDF*

- Comercialización campesina y soberanía alimentaria, reseña del seminario doctoral, Guayaquil 16 y 17 de octubre 2012
- Comercialización y soberanía alimentaria , AVSF SIPAE, febrero 2013
- Circuitos alternativos de comercialización: estrategias de la agricultura familiar y campesina, AVSF y MAGAP 2012
- Libro de capitalización de la experiencia del mercado campesino del Arpac en Cusco, AVSF 2013 (en curso de edición)
- Módulos de formación de líderes campesinos, 4 módulos editados: soberanía alimentaria, liderazgo y fortalecimiento organizativo, circuitos cortos y comercialización alternativa, cadenas productivas, AVSF 2013
- Cartillas: Guía para organizar ferias y mercados, AVSF 2013; Como garantizar ecológicamente nuestros productos por medio de los sistemas participativos de garantía SGP, AOPEB 2013
- Estudio de las Compras Públicas a los Pequeños Productores del Sector Agropecuario en el Perú, Julio Venero 2012, CEPES
- ¿Crisis alimentaria?: seguridad y soberanía alimentaria en Bolivia / Julio Prudencio Böhr. – La Paz: AVSF, 2013, en edición
- LA REVOLUCIÓN BLANCA EN EL ECUADOR: NUEVOS ELEMENTOS PARA LA DEFENSA DE LA AGRICULTURA FAMILIAR, Alvaro Salazar-SIPAE, 2013 (en edición)
- Las compras estatales de alimentos. ¿Una alternativa para la producción agrícola campesina? Análisis de escenario en 3 países andinos, Julio Prudencio-AVSF 2013 (en edición)



#### **Anexo 4. Cuestionario de entrevistas por actores**

<b>Nivel de análisis/Actores</b>	<b>Grupo meta beneficiarios</b>	<b>Equipos técnicos del proyecto</b>	<b>Organizaciones socias</b>	<b>Otras instituciones (ONGs, municipios,..)</b>
<b>Coherencia/Coordinación</b>  <b>Complementariedad</b>	<p>¿Cuál fue el nivel de coordinación con los beneficiarios? ¿Cuales las debilidades y fortalezas?</p> <p>. ¿Cómo hacen el seguimiento a las actividades del proyecto?</p>	<p>Cómo fue la organización y coordinación interna del proyecto en la gestión?</p> <p>. ¿Cómo se organizaron para la toma de decisiones y coordinación?</p> <p>. ¿Cuál fue el nivel de coordinación con las (organizaciones, beneficiarios, autoridades locales y sectoriales, otros proyectos)? ¿Cuales las debilidades y fortalezas al interior?</p> <p>. ¿Cómo hacen el seguimiento a las actividades del proyecto?</p> <p>Qué mecanismos de planificación, monitoreo y evaluación de actividades se plantearon?</p> <p>¿Estos mecanismos son apropiados para las organizaciones y los beneficiarios?</p>	<p>. ¿Cuál fue el nivel de coordinación con las (organizaciones, beneficiarios, autoridades locales y sectoriales, otros proyectos)? ¿Cuales las debilidades y fortalezas al interior?</p>	<p>. ¿Cuál fue el nivel de coordinación con las (organizaciones, beneficiarios, autoridades locales y sectoriales, otros proyectos)? ¿Cuales las debilidades y fortalezas al interior?</p>
<b>Sostenibilidad</b>	<p>¿Los efectos positivos son sostenibles?</p> <p>. ¿Qué riesgos existen para la sostenibilidad de los impactos (en cuanto a apropiación, financiamiento, institucionalización, multiplicación, y efectos sociales)?</p>	<p>¿Los efectos positivos son sostenibles?</p> <p>. ¿Qué riesgos existen para la sostenibilidad de los impactos (en cuanto a apropiación, financiamiento, institucionalización, multiplicación, y efectos sociales)?</p>	<p>¿Los efectos positivos son sostenibles?</p> <p>. ¿Cuál el rol de los socios locales (acompañantes) en los planteamientos (de comercialización y/o de SA)? ¿Son sostenibles esos planteamientos?</p>	<p>. ¿Los efectos del proyecto, a su modo de ver, son sostenibles?</p> <p>. ¿Qué riesgos existen para la sostenibilidad de los impactos (en cuanto a apropiación, financiamiento, institucionalización, multiplicación, y</p>

				efectos sociales)?  . ¿En qué medida las organizaciones, los beneficiarios, la comunidad, y el gobierno local, continuarán desarrollando acciones de comercialización alternativa?
<b>Pertinencia</b>	<p>Es pertinente el proyecto respecto a la evolución y situación del contexto agrario y comercialización?</p> <p>. ¿El proyecto, responde a los retos y desafíos, en términos de la comercialización?</p> <p>. Los planteamientos son alcanzables a un corto, mediano o largo plazo?</p> <p>. ¿El proyecto, de qué manera contribuyó a satisfacer las necesidades de las organizaciones y las familias?</p> <p>. ¿En que consistieron y cómo se implementaron las investigaciones realizadas por el proyecto? ¿Ustedes conocen los resultados de esas investigaciones?</p>	<p>¿Es pertinente el proyecto respecto a la evolución y situación del contexto agrario y la comercialización?</p> <p>. El proyecto, considera la coyuntura sociopolítica, respecto a los planteamientos de comercialización?</p> <p>. ¿El proyecto, responde a los retos y desafíos de la comercialización?</p> <p>. Los planteamientos del proyecto son alcanzables a corto, mediano o largo plazo?</p> <p>. ¿Las actividades y resultados del proyecto están en consonancia con los impactos y los efectos esperados?</p> <p>. La implementación del proyecto, ¿en qué medida contribuye a mejorar la comercialización asociativa de los productos campesinos, y contribuir a la soberanía alimentaria?</p> <p>. ¿En que consistieron y cómo se implementaron las metodologías de investigación, de formación, de</p>	<p>. Es pertinente el proyecto respecto a la evolución y situación del contexto agrario y comercialización?</p> <p>. ¿El proyecto, de qué manera contribuyó a satisfacer las necesidades de las organizaciones y las familias</p> <p>. ¿Las actividades y resultados del proyecto están en consonancia con los impactos y los efectos esperados?</p>	<p>. Es pertinente el proyecto respecto a la evolución y situación del contexto agrario y comercialización?</p> <p>. Ud piensa que el proyecto considera la coyuntura sociopolítica, respecto a los planteamientos de comercialización?</p> <p>. ¿El proyecto, según usted, responde a los retos y desafíos, en términos de la comercialización?</p> <p>. ¿El proyecto, de qué manera contribuyó a satisfacer las necesidades de las organizaciones y las familias</p> <p>. La implementación del proyecto ¿en qué medida contribuye a mejorar la comercialización asociativa de los productos campesinos, y contribuir a la soberanía alimentaria?</p> <p>.</p>

		<p>asistencia técnica e incidencia política? ¿Qué resultados hay al respecto?</p>		
<b>Eficiencia</b>	<p>¿En que medida el aporte de las organizaciones y beneficiarios ha contribuido al logro de los objetivos propuestos?</p>	<p>¿Cuál es la relación beneficio-costeo del proyecto?</p> <p>. ¿La ejecución se realizó según cronograma? ¿Existieron retrasos? ¿Se justifican los gastos en relación a los resultados (productos, efectos, impactos) logrados?</p> <p>. ¿Se contó con los fondos necesarios para el logro de los objetivos que se han propuesto? ¿El tiempo planificado para el programa es el adecuado para asegurar la sostenibilidad de las inversiones realizadas?</p> <p>. ¿Los recursos utilizados por el programa han sido orientados a solucionar los problemas de comercialización más sentidos por las organizaciones y las familias?</p> <p>. ¿El proyecto en cada país andino, logró apalancar recursos financieros para lo planteado por las organizaciones en términos de la comercialización y la soberanía alimentaria? ¿De quienes? ¿En que consistió ese apoyo?</p>	<p>¿El proyecto logró apalancar recursos financieros para lo planteado en términos de la comercialización y la soberanía alimentaria? ¿De quienes? ¿En que consistió ese apoyo?</p>	<p>¿El aporte de las organizaciones y gobiernos locales, en que medida ha contribuido al logro de los objetivos propuestos?</p> <p>. ¿El proyecto logró apalancar recursos financieros de su institución (u otra) para lo planteado en la comercialización y la soberanía alimentaria? ¿De quienes? ¿En que consistió ese apoyo?</p>
<b>Efectos/Impactos</b>	<p>¿Cuál o qué es el impacto o el efecto del proyecto en el desarrollo de los</p>	<p>¿Qué cambios (actuales y potenciales) se pueden evidenciar entre la</p>	<p>¿Qué cambios (actuales y potenciales) se pueden evidenciar entre la</p>	<p>¿Qué cambios (actuales y potenciales) se pueden evidenciar entre la</p>

	<p>circuitos de comercialización para las economías campesinas? Cual el impacto en los precios al productor? Hay un incremento o una disminución? Hay un aumento en el volumen de las ventas (o en la oferta)? Hay mayor demanda de los demandantes?</p> <p>. Que otros efectos hay (en términos de generar un espacio para ventas, de establecer relaciones directas con consumidores, en la higiene, en mayores oportunidades de comercialización, etc)</p> <p>. ¿Cuáles son los impactos positivos del proyecto ¿Cuáles son los impactos nuevos?</p> <p>. ¿En qué medida el proyecto ha minimizado las pérdidas de productos, y de soberanía alimentaria de las organizaciones y de las familias beneficiarias?</p>	<p>situación inicial y actual en relación a la estabilidad de los sistemas de comercialización?</p> <p>. ¿En qué medida el desarrollo del proyecto ha logrado minimizar los riesgos de pérdida de productos y de inseguridad alimentaria de las organizaciones y de las familias beneficiarias?</p> <p>. ¿Qué efectos generó el proyecto en la generación de conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización asociativa de productos campesinos</p> <p>. ¿Qué conocimientos nuevos generó el proyecto? ¿A través de qué? ¿Se difundieron éstos? ¿A qué nivel?</p>	<p>situación inicial y actual en relación a la estabilidad de los sistemas de comercialización?</p>	<p>situación inicial y actual en relación a la estabilidad de los sistemas de comercialización?</p> <p>. ¿En qué medida el desarrollo del proyecto ha logrado minimizar los riesgos de pérdida de productos y de inseguridad alimentaria de las organizaciones y de las familias beneficiarias?</p> <p>. ¿Qué efectos generó el proyecto en la generación de conocimientos, capacidades y políticas públicas para el desarrollo de sistemas alternativos de comercialización asociativa de productos campesinos?</p>
<b>Género</b>	<p>.¿ Los productos y actividades del proyecto, consideran y promueven la participación de las mujeres y de los jóvenes?</p> <p>.¿El Proyecto, promueve el liderazgo de mujeres y jóvenes en las estructuras locales?</p> <p>. ¿Los efectos e impactos del Proyecto, alcanzan a las mujeres y jóvenes?</p>	<p>¿Los productos y actividades del programa, consideran y promuevan la participación de las mujeres y jóvenes?</p> <p>. ¿Cuál el nuevo rol desempeñado por las mujeres a partir de la implementación del proyecto?</p>		<p>. ¿El Proyecto, promueve el liderazgo de las mujeres y jóvenes en las estructuras locales, municipales?</p> <p>. ¿Cuál el nuevo rol desempeñado por las mujeres a partir de la implementación del proyecto?</p>

	. ¿Cuál el nuevo rol desempeñado por las mujeres a partir de la implementación del proyecto?			
<b>Interculturalidad</b>	<p>¿Los productos y actividades del Proyecto consideran, respetan y promueven la cultura de los grupos étnicos?</p> <p>. ¿Existen mecanismos de participación y consideración de las opiniones de los beneficiarios sobre los resultados, calidad y gestión del Proyecto?</p>	<p>¿Los productos y actividades del Proyecto consideran, respetan y promueven la cultura de los grupos étnicos?</p> <p>. ¿Existen mecanismos de participación y consideración de las opiniones de los grupos meta sobre los resultados, calidad y gestión del Programa?</p>	<p>¿Los productos y actividades del Programa consideran, respetan y promueven la cultura de los grupos étnicos?</p>	<p>. ¿Ud considera que el proyecto tiene mecanismos de participación y consideración de las opiniones de los grupos meta sobre los resultados, calidad y gestión del Programa?</p>
<b>Resultados</b>		<p>¿El proyecto generó investigación sobre los sistemas de comercialización campesina tradicionales, convencionales y alternativos?</p> <p>. ¿Responden a la realidad del país? ¿Son aportes nuevos? ¿Constituyen alternativas a la actual situación de fuerte intermediación comercial y escasa soberanía alimentaria?</p> <p>. ¿Se implementan los resultados de esas investigaciones o todavía están en un marco teórico? ¿Están en proceso de consolidación o son muy iniciales?</p> <p>. Esos resultados se han analizado y discutido en un amplio espectro /regional? ¿Qué resultados hay? . Las investigaciones, generaron propuestas de políticas públicas?</p>		<p>¿Se implementan los resultados de esas investigaciones o todavía están en un marco teórico? ¿Están en proceso de consolidación o son muy iniciales?</p> <p>. Las investigaciones realizadas en el proyecto, se han analizado y discutido en un espectro local/regional? ¿Que resultados hay?</p> <p>. Esas investigaciones, generaron propuestas de políticas públicas?</p>

## Anexo 5. Cronograma de visitas.

### Planificación de la misión de evaluación final MC

Pais	Fechas	Actividad	Julio prudencio		
			Horario	Lugar	Acompañantes
Bolivia	15-nov	viaje a Cochabamba	20 h		
Bolivia	16-nov	Visita a Responsables de Bio Tiquipaya y/o AMLECO	mañana	Tiquipaya	Marcelo Kucharsky
Bolivia	16-nov	Viaje a AIQUILE	noche	AIQUILE	Marcelo Kucharsky y CIOEC Cochabamba
Bolivia	17-nov	visita a coraica Aiquile	mañana	AIQUILE	Marcelo Kucharsky
Bolivia	17-nov	retorno a Cochabamba y La Paz	tarde/noche	Cochabamba	Marcelo Kucharsky
Bolivia	18-nov	Reunión con AOPEB para ver perspectivas futuras en circuitos cortos y de incidencia política	8h30-12h	La Paz	Adolfo, Lourdes Edmundo, Wendy, Edson AOPEB y CIOEC
Bolivia	18-nov	encuentro con UAC	14h30-16h	El alto	Bishelly Elías
Bolivia	18-nov	encuentro con Banabeni	16h-18h	El alto	Bishelly Elías Edmundo Janco
Bolivia	19-nov	reuniones con tesistas	8h30-12h	La Paz	Javier Thellaeche, Wendy López, Daniela Azero
Bolivia	19-nov	Reunión con Cioec – Bolivia sobre prospectivas de trabajo en desarrollo comercial e IP en mercados	15h-18h	La paz	Sergio Quispe, Justino Loayza, Felipe Condori, Franz Santander, Bishelly Elías
Bolivia	20-nov	Revisión de documentos y sistematización de información		La Paz	
Bolivia	21-nov	Viaje a Tarija y vista a Renacc	tarde	Tarija	Pedro Azuga
Bolivia	22-nov	Reunión con socios JAINA y Sub-gobernación	10h-12h	Tarija	Pedro Azuga
Bolivia	22-nov	Visita a las asociaciones APME, APECO y al CETHA Emborozú,	13h-18h	Tarija	Pedro Azuga
Bolivia	23-nov	Visita a Bio tarija	8h-10h	Tarija	Pedro Azuga
Bolivia	23-nov	Retorno Tarija-La Paz	11h	Tarija	Pedro Azuga
Peru	28-nov	viaje La Paz-Cusco y reunión con el equipo AVSF	tarde/noche	Cusco	Gualberto Cruz y Ronald Quispe
Peru	29-nov	visitas de productores y bases de Arpac en Cusco apoyadas por AVSF	todo el día	provincias del cusco	Gualberto Cruz y Ronald Quispe
Peru	30-nov	visita mercado Huancaro y reunión con directivos ARPAC	hasta el medio día	Cusco	Gualberto Cruz y Ronald Quispe
Peru	30-nov	viaje Cusco Lima	tarde	cusco lima	Edison Ramos
Peru	01-dic	visita de ferias de productores: Bioferia Surquillo y feria agropecuaria APEGA	mañana	lima	Edison Ramos

	01-dic	redacción de informe	tarde	lima	
	01-dic	viaje Lima Huancayo	noche	lima	Edison Ramos
	02-dic	reunión con universidad de Huancayo sobre el diplomado y cooperación con AVSF-CEPES	9h-11h	provincias Huancavelica	
Peru	02-dic	visita de fincas y organizaciones en Huancavelica	tarde	Tayacaja, Huando. Huancavelica	Edison Ramos y Henry Peinado
	03-dic	reuniones con municipio Huancavelica y DRA	mañana	Huancavelica y Huancayo	Edison Ramos y Henry Peinado
	03-dic	reunión con equipo AVSF sobre IP y perspectivas	tarde		Edison Ramos y Henry Peinado
Peru	03-dic	viaje Huancayo Lima	en la noche	lima	
	04-dic	reunión con CEPES y universidades: equipo núcleo CEPES, directiva y reunión con la UNALM		lima	Gianmarco Cheng y Roxana Ramirez
Peru	04-dic	viaje Lima Quito	noche	quito	
Ecuador	05-dic	reunión de trabajo con equipo SIPAE y universidades (central, Flacso)		quito	Veronica Proaño y Pierril Iacroix
Ecuador	06-dic	redacción de informe en Quito y preparación restitución (día feriado)		quito	
	07-dic	viaje Quito Ibarra	6h		
Ecuador	07-dic	reuniones con FICI y AVSF sierra Norte	9 h - 13 h	Ibarra	Rosa Murillo
	07-dic	visita de productores	tarde	Ibarra	Rosa Murillo
Ecuador	08-dic	visita de ferias		Ibarra	Rosa Murillo
	08-dic	viaje Ibarra-Quito	tarde	Quito	
Ecuador	09-dic	viaje Quito Cuenca	8 h		Diana Taipe
Ecuador	09-dic	reuniones con el equipo CEDIR	9h-13h	Cuenca	oswaldo galarza y Maria Soliz
Ecuador	09-dic	entrevista con beneficiarios del programa de formación	14-18 h	Cuenca	oswaldo galarza
	10-dic	preparación restitución	mañana	Cuenca	
Ecuador	10-dic	reuniones con la doctorante Adriana Santos y con Guy Durand (Agrocampus)	tarde	cuenca	Guy Durand y Adriana Santos
Ecuador	11-dic	restitución de la evaluación en Cuenca		cuenca	equipo regional del proyecto
Ecuador	11-dic	regreso Cuenca-La Paz	tarde/noche		

## **Anexo 6. Lista de personas entrevistadas**

Adolfo Valdés - AOPEB/Bolivia

Roxana Torrejón – Coordinadora RENACC

Javier Eguez – Investigador Tesista RENACC

Pedro Azuga – Coordinador PMC/AVSF-Tarija/Bolivia

Nicolas Hansmann – Delegación de la Unión Europea en Bolivia

Mónica Rodríguez – Sección de Cooperación Económica y Temática/Unión Europea-Bolivia

Cirilo Holgado - Secretario de Actas de la asociación de productores de maíz-Cusco.

José Pardo – AOPEB/CBB

Marcelo Kucharsky - AVSF

Trinidad Cinzano-Presidente CORACA – AIQUILE

Bishelly Elías – AVSF/Bolivia

Juana Bustos - Tesorera CORACA – AIQUILE

Pascual Valles – Responsable Comercialización CORACA – AIQUILE

Edmundo Juaco – AOPEB

Lourdez Vargas – AOPEB

Edmundo Veizaga – AOPEB

Edmundo Janco - UNABENI

Padre Ascencio...- Director Unidades Académicas Campesinas (UAC – El Alto)

Absalón A. Gómez – Director General Unidades Académicas Campesinas (UAC – El Alto)

Oswaldo...Investigador AVSF

Wendy López – Tesista AVSF (+AOPEB)

Daniela Azero - Investigador AVSF

Hugo.... Invstigador AVSF

Felipe Condori- CIOEC

Sergio Quispe - CIOEC

Javier Eguez – Investigador Tesista RENACC/Tarija

Pedro Azuga – AVSF

Roxana Torrejón – Coordinadora RENACC

Orlando.... AOPEB/Tarija

Lourdez Cardoso – Administradora AART/Tarija

Denice Perez – AART/Tarija

Carlos Vacaflor – Jaina/Tarija

Alejandra Tejerina – Sub Gobernación Cercado /Tarija

Ronald Quispe B. –Responsable Proyecto Mercados Campesinos /Cusco

Ricardo Aguilar Z. – Investigador tesista AVSF/Cusco

Gualberto Cruz – Responsable AVSF/Cusco

Gregoria Huayta – Huarcocondo (Comunaria Productora de maíz)

Cirilo Holgado – Secretario de Actas Asociación productores orgánicos maíz/Huarcocondo

Jesús Huallparimachi Z. Responsable Planta quesera Suiza Andina/Sumaqcha-Cusco

Julio Riquelme Walparimachi – Planta lácteos/Sumaqcha-Cusco



Lucio Valdivia – Gobierno Municipal Chinchaypujio  
Graciela Conde - Comunaria Chincheros  
Savino Quenaya Quispe – Dirigente productores Chinchaypujo/Cusco/Perú  
Carlos Lazo – Responsable Mercados y ferias- Feria agropecuaria Mixtura/Lima  
Marcela ...- Feria Surquillo/Lima  
David ..... Feria Surquillo/Lima  
Henry Damian – AVSF/Huancayo  
Nelson ....AVSF/Huancayo  
Doris Chirinos – Universidad Nacional del Centro del Perú/Fac Zootecnia-Huancayo  
Rosario Espinosa – Dirección Regional Agricultura-Universidad Huancayo  
Rafael Malpartida – Ing Agroindustrial /Tesista- Universidad Huancayo  
Antonio Paredes – Investigador lácteos – Universidad Huancayo  
Miguel Castro – Universidad Huancayo  
Julian Choca Sanchez – Presidente asociación prod derivados lácteos Acobambilla  
Justina.... Asociación de productores de Huancapampa Distrito Acoria  
Nancy Quispe R. – Asociación de comerciantes de Antacocha  
Fortunato Quispe M. - Asociación de comerciantes de Antacocha  
Julia Capani - Asociación de comerciantes de Antacocha  
Edgar Guamanitis – Sub gerente desarrollo agropecuario. Municipio Huancavelica  
Héctor Palacios – Dirección General Agraria – Huancavelica  
Paula Calixto- Coordinadora Regional Dirección microempresas Ministerio Presidencia  
Edison Ramos – AVSF/Lima  
Henry Peinado – AVSF/Huancayo  
Waldemar Mercado Cur – Universidad La Molina/Lima  
Gianmarco Cheng - CEPES/Perú  
Roxana Ramirez – CEPES/Perú  
Verónica Proaño – Coordinación investigaciones Mercado Campesino/SIPAE/Ecuador  
Mónica Hernández – SIPAE/Ecuador  
Álex Zapata - SIPAE/Ecuador  
Ximena Rodriguez – SIPAE/Ecuador  
Jaime Brey – Universidad Andina Simón Bolívar/Quito  
Jorge Rovayo – AVSF/Ecuador  
Francisco.....AVSF/Ecuador  
Rosa Murillo – AVSF/Ibarra Ecuador  
Sylvain Bleuze- Responsable PMC en AVSF/Ecuador  
Pierril Lacroix – AVSF/Coordinador PMC  
María Solíz – Directora CEDIR-Ecuador  
Adriana Santos – Doctorante Escuela Superior Politécnica del Litoral-ESPOL/Guayaquil  
Guy Durán – Proyecto Agrocampus/Francia  
Washington Cayambe – Presidente  
Rocío Cachimuel – Presidenta FICI/Pimampiro  
Alberto Quilumbango – FICI/Pimampiro

Rosa Chuquin – Comunidad Mariano Acosta  
Rolando Cangas – Ibarra  
María Farinango - Ibarra  
Viviana Castro – Administradora AVSF/Ibarra  
Angelita Anrango - Comunidad Pimampiro  
María Liva Tinela – Comunidad Ibarra  
Rolando Astacari – Movimiento Social y Comunero/Ibarra  
Jesús Suarez- Participante feria Ibarra  
Javier..José Antonio...Nicolás..Margareth.. y varia/os otros participantes reunión FICI  
Osvaldo Galarza – CEDIR/Cuenca/Ecuador  
María Soliz – Directora CEDIR /Cuenca  
Antonio Jara – Planta Orchatas/Targuapamba/Cuenca  
Rosa Villaceda – Comunaria Hualaquiza /Cuenca  
Graciela Shuño - Cuenca  
Carmen Soria – Presidenta Nuevo Amanecer/Cuenca  
Lucas Gómez – Parroquia Magiatura Cuenca  
Ana Gozalve – Parroquia Tarqui/Cuenca  
Celia Sumbo – Parroquia Costanera/Cuenca  
Antonio Jarán – Parroquia Jarano/Cuenca  
Olga Morocha – Organización Nuevo Amanecer /Cuenca.