

CADENAS CORTAS AGROALIMENTARIAS EN BOLIVIA: UNA MIRADA HACIA LA FERIA CAMPESINA DE MIZQUE

CADEIAS CURTAS AGROALIMENTARES NA BOLÍVIA: UM OLHAR SOBRE A FEIRA DE AGRICULTORES DE MIZQUE

*Cinthia Ramirez Meneces¹
Valdemar João Wesz Junior²*

Resumen: El objetivo del artículo es analizar las características de la Feria Campesina de Mizque (Departamento de Cochabamba, Bolivia), comprendiendo su importancia y sus retos para los agricultores feriantes y para los consumidores. El trabajo fue construido a partir de consultas bibliográficas, análisis de datos secundarios y una investigación exploratoria con personas que frecuentan la feria, donde se aplicaron encuestas a 10 productores y 12 consumidores. Los resultados indican que el espacio de comercialización estudiado es sumamente importante para la economía de los campesinos que venden ahí, pues dependen de ese mercado para obtener sus ingresos. Igualmente, esta cadena corta de comercialización tiene un papel clave para el público consumidor, que se beneficia con una variedad de productos frescos, locales y de calidad, además de un precio accesible, aunque esto sea visto de manera negativa por parte de los feriantes. Un consenso entre vendedores y consumidores es la falta de apoyo del sector público a los campesinos y a la propia feria, a pesar de sus contribuciones para el desarrollo rural y para la seguridad alimentaria de la zona.

Palabras-clave: Agricultura Familiar; Feria Campesina; Bolivia.

JEL: Q13.

Resumo: O objetivo do artigo é analisar as características da Feira de Agricultores de Mizque (Departamento de Cochabamba, Bolívia), entendendo sua importância e seus desafios para agricultores e consumidores. O trabalho foi construído a partir de consultas bibliográficas, análise de dados secundários e uma investigação exploratória com frequentadores da feira, onde foram aplicados questionários a 10 produtores e 12 consumidores. Os resultados indicam que o espaço de comercialização estudado é de extrema importância para a economia dos agricultores que ali vendem, pois dependem desse mercado para obter sua renda. Da mesma forma, esta cadeia curta de comercialização desempenha um papel fundamental para o público consumidor, que se beneficia de uma variedade de produtos frescos, locais e de qualidade, bem como de um preço acessível, embora isso seja visto negativamente pelos feirantes. Um consenso entre feirantes e consumidores é a falta de apoio do setor público aos agricultores e à própria feira, apesar de suas contribuições para o desenvolvimento rural e a segurança alimentar da região.

Palavras-chave: Agricultura Familiar; Feira de Agricultores; Bolívia.

Clasificación JEL: Q13

¹ Graduada em Relações Internacionais e Integração pela Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA). ORCID: 0009-0000-1876-9107 E-mail: cinthia8ramirez@gmail.com

² Doutor pelo Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA/UFRRJ). Atualmente é professor na Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA). ORCID: 0000-0002-8154-7088 E-mail: valdemar.junior@unila.edu.br

1 INTRODUCCIÓN

Bolivia es uno de los países suramericanos donde la población rural sigue expresiva, correspondiendo al 30,6% del total nacional (INE, 2015), formado principalmente por la agricultura familiar campesina indígena³, la cual continúa siendo el sector más importante para la seguridad y soberanía alimentaria de la población (VELARDE y WANDERLEY, 2021). En el país, según Eyzaguirre (2015), hay dos tipos de agricultura bastante distintos y característicos. Por un lado, la agricultura empresarial ligada a grupos agroindustriales que plantean la producción de monocultivos a gran escala con un alto uso de insumos externos y, por otro lado, “la agricultura familiar campesina basada en la mano de obra familiar, prácticas con fundamentos agroecológicos y un bajo uso de insumos externos” (CASTAÑÓN, 2014, p. 3).

La agricultura familiar en Bolivia está íntimamente ligada a los campesinos e indígenas, siendo desarrollada con actividades y prácticas correspondientes a una agricultura biodiversa, con lógicas de mercados alternativos y diferenciados, frente a la constante evolución de un mercado monopolista y capitalista (CASTAÑÓN, 2014; EYZAGUIRRE, 2015; VELARDE y WANDERLEY, 2021). Dicho esto, resulta importante estudiar la agricultura familiar campesina indígena, dada su relevancia y papel central que desarrolla en el ámbito agropecuario, en la pesca y en las artesanías, con fundamental centralidad para el abastecimiento alimentario interno.

En este contexto, el campo de investigación es la Feria Campesina o el Mercado Campesino que ocurre en el municipio de Mizque, perteneciente al departamento de Cochabamba, Bolivia. En este espacio predomina la venta de productos agropecuarios (alimentos, ganadería, artesanías, entre otros) realizado de manera directa por los propios agricultores, como el nombre sugiere, pero que, a lo largo de los años, pasó a contar con la presencia de otras mercancías (ropas, muebles, artículos de limpieza, etc.) y con la figura del intermediario. Esta feria ocurre una vez a la semana, los lunes, y se encuentra ubicada a una cuadra de la plaza principal del municipio.

El objetivo de la investigación es analizar las características de la Feria Campesina del municipio de Mizque, comprendiendo su importancia y sus retos para los feriantes, sobre todo, los agricultores familiares campesinos indígenas, y para los consumidores de la región. Y, de manera transversal, también se observa el papel fundamental de la mujer en este espacio.

El municipio de Mizque es la capital de la provincia homónima, y se localiza en el centro del país, en los valles andinos. Históricamente fue un local importante en la producción y comercialización alimentaria, característica que sigue vigente en los días actuales (MIZQUE, 2006). Según el Censo Nacional de Población y Vivienda de Bolivia del 2012, Mizque contaba con una población de 26.900 habitantes, siendo 87% residentes en el espacio rural (INE, 2015). En términos de la conformación productiva del municipio, conforme el Censo Nacional Agropecuario del 2013, se observa que está integrado por agricultores familiares campesinos indígenas, que detienen pequeñas propiedades (área media de 1,4 hectáreas) con características rural-agrícolas, donde el trabajo está basado en la mano de obra familiar (INE, 2017). En cuanto a la producción agropecuaria, esta es diversa, siendo la principal actividad económica de

³ En Bolivia, la agricultura familiar campesina indígena es definida inicialmente por viviendas rurales que albergan a personas que viven y trabajan en la agropecuaria bajo un régimen familiar. Además, se ha desarrollado el ejercicio de conglomerar a las unidades de producción agrícola (UPA) bajo tres criterios fundamentales: i) la superficie cultivada en verano, ii) el número de ganado bovino y iii) la mano de obra utilizada en la gestión agropecuaria. Y terminan agrupando sindicatos, ayllus (comunidad social originaria de la región andina), comunidades interculturales, pueblos indígenas y otras formas de organización comunitaria que practican la producción familiar (EYZAGUIRRE, 2015). Adelante se profundiza este debate.

la población local. Por ello, cuentan con la feria en el municipio como un importante espacio de comercialización de estos productos.

El artículo fue construido a partir de consultas bibliográficas y un trabajo de investigación de campo para aproximarnos a la realidad de la Feria Campesina de Mizque, con la finalidad de obtener datos empíricos, por medio de cuestionarios semiestructurados con feriantes y consumidores (Anexo). La investigación de campo se realizó en diciembre de 2018, siendo entrevistados diez (10) feriantes campesinos, el 10 de diciembre del 2018 y doce (12) consumidores, el 17 de diciembre del mismo año. Es importante aclarar que, además de que la primera autora es del municipio y que frecuenta la feria con regularidad, muchos feriantes y consumidores tenían desconfianza de participar en las encuestas de la investigación, pero se consiguió efectuar las entrevistas y obtener respuestas para el presente trabajo. Las entrevistas fueron realizadas por la primera autora en Quechua porque es el idioma originario predominante del municipio.

El artículo está dividido en cuatro partes, además de esta Introducción y de las Consideraciones finales. Inicialmente se analizaron los aspectos generales de la agricultura familiar campesina e indígena y su importancia en Bolivia. Después se presenta el tema de las cadenas cortas agroalimentarias, mirando sus definiciones e interpretaciones. En la secuencia se contextualiza e identifica las características de la Feria Campesina del municipio de Mizque. Posteriormente, se hablará de los feriantes y consumidores en la Feria, así como su importancia y desafíos de este espacio.

2 LA AGRICULTURA FAMILIAR CAMPESINA INDÍGENA EN BOLIVIA

En los últimos años, el debate referente a la agricultura familiar se ha ido fortaleciendo en el mundo académico y popular, desde diferentes perspectivas y políticas, como la declaración del Año Internacional de la Agricultura Familiar (AIAF), en 2014, por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (ONU/FAO). Esta iniciativa, según la propia FAO (2014), tenía como objetivos aumentar la visibilidad de este público, focalizando la atención mundial en su importante papel en la erradicación del hambre y la pobreza, provisión de seguridad alimentaria y nutrición, mejora de los medios de subsistencia, gestión de los recursos naturales y protección del medio ambiente, particularmente en las áreas rurales.

Los estudios acerca del concepto de la agricultura familiar son definidos de formas diferentes conforme a las legislaciones y realidades de cada región. Cómo fundamentan Gazolla y Schneider (2017), la definición de la agricultura familiar puede variar de acuerdo con los criterios y el punto de vista de los que la definan. En América Latina y el Caribe, para la FAO, en términos generales,

La agricultura familiar incluye todas las actividades agrícolas de base familiar y está relacionada con varios ámbitos del desarrollo rural. La agricultura familiar es una forma de clasificar la producción agrícola, forestal, pesquera, pastoril y acuícola gestionada y operada por una familia y que depende principalmente de la mano de obra familiar, incluyendo tanto a mujeres como a hombres (FAO, 2014, p. 2).

La agricultura familiar asume diferentes denominaciones dada la gran diversidad de este grupo social y la trayectoria histórica de cada país o región, siendo denominados de agricultura familiar en Brasil y Argentina, productor familiar en Uruguay, agricultura familiar campesina en Paraguay y agricultura familiar campesina indígena en Bolivia. A pesar de estas diferencias, son denominaciones que aportan características que permiten atribuirles una identidad común. Se trata de una identidad sociopolítica construida de manera relacional y en oposición a los segmentos del agronegocio/patronato que históricamente dominaron el sector productivo en los países sudamericanos (NIEDERLE, 2017).

En Bolivia, “la agricultura familiar está íntimamente ligada con los campesinos, pues ha sido el modo de producción predominante por lo menos hasta la década de los 1990” (EYZAGUIRRE, 2015, p. 11). Si bien ha estado habitualmente asociada a los productores de los valles y del altiplano, “los cambios ocurridos en los últimos 30 años - como la creación de zonas de colonización en las tierras bajas y en el norte paceño y el acelerado crecimiento de la agroindustria en el oriente - nos muestran que el escenario rural es más extendido y más heterogéneo” (COLQUE, URIOSTE y EYZAGUIRRE, 2016, p. 14).

El debate sobre la agricultura familiar campesina indígena en Bolivia ha ganado fuerza en los últimos años. Dentro de esa pluralidad se identifican: campesinos parcelarios de las tierras altas, pequeños ganaderos tradicionales, originarios de ayllus, indígenas de tierras bajas, campesinos cruceños y colonizadores andinos.

En el país existe un complejo mosaico étnico y distintos grados de desarrollo económico en estas unidades familiares, se habla de “agricultores campesinos e indígenas” para destacar tanto su papel económico como su condición étnica, pero sin desconocer la importancia de denominativos específicos y particularidades regionales (COLQUE, URIOSTE y EYZAGUIRRE, 2015, p. 2).

Debido a esta amplia diversidad, no es simple definir el concepto de la agricultura familiar campesina porque varían los criterios de acuerdo a las características de cada región: el país cuenta con una diversidad étnica y cultural marcada por las diferentes regiones (altiplanos, valles y llanos), que todavía practican una agricultura que preserva los conocimientos ancestrales. Como menciona Vargas (2017, p. 28):

Bolivia es un país de enorme diversidad, principalmente desde la perspectiva ecológica y cultural, esta situación también origina una alta heterogeneidad productiva, estrategias y tipos de unidades productivas. Por ejemplo, existen zonas netamente agrícolas, ganaderas, agropecuarias, pero en las tierras bajas estas actividades mencionadas se combinan con la recolección de productos del bosque (castaña, assai, copoazú, etc.), la pesca y caza, o existen poblaciones dedicadas casi exclusivamente al aprovechamiento del bosque. Esta realidad requiere de una diferenciación entre los diferentes grupos de agricultura familiar.

De este modo, existe una diferenciación en los modelos de producción agrícola familiar en Bolivia. No obstante, la agricultura de base campesina atraviesa diferentes problemas, como el acceso a la tierra, falta de asistencia técnica, el acceso a mercados seguros y equitativos, principalmente en las regiones del altiplano y los valles (lugar del estudio de esta investigación). Son factores que afectan a la agricultura familiar campesina e influye en la expansión de la agroindustria en el Oriente, región amazónica en que expande el sector agroindustrial orientado al monocultivo. A su vez, “la agricultura familiar campesina indígena ha ido perdiendo visibilidad e importancia frente a las extensas y crecientes superficies de tierras cultivadas, los volúmenes generados por la agroindustria y la cada vez mayor importación de alimentos” (EYZAGUIRRE, 2015, p. 47).

El Censo Nacional Agropecuario del 2013 contabilizó 871.927 unidades de producción agropecuaria en todo el país, en que el 98% (854.507) corresponde al segmento de la agricultura familiar campesina indígena (EYZAGUIRRE, 2015). Sin embargo, el mismo estudio apunta que este grupo enfrenta todavía muchas limitaciones, como el hecho de que el 45% de ellas cuentan con menos de una hectárea

de tierra, solo 10% de la superficie cultivada tiene riego y carecen de acceso al mercado, asistencia técnica, tecnología, entre otros factores.

Cuando se aborda la agricultura familiar campesina indígena, no se puede olvidar de las mujeres que trabajan en la tierra y que cumplen un papel fundamental en la sociedad, como las principales productoras de los alimentos y del trabajo doméstico. “Su trabajo tiene un doble destino: garantizar la producción familiar (autoconsumo) y la generación de ingresos monetarios (venta). Las mujeres deciden cuánto guardar para el autoconsumo y la transformación, dependiendo de la cosecha” (ARGANDOÑA, 2014, p. 26). No obstante, entre los desafíos que han ido enfrentando en el transcurso de la historia está su poca valoración en la sociedad y el reducido espacio que les provee desde las políticas públicas, una realidad que se ve reflejada hasta la actualidad en las comunidades campesinas.

Las mujeres en la Agricultura Familiar en Bolivia trabajan mucho y reciben poco reconocimiento a cambio. Sufren la invisibilidad social como trabajadoras y ciudadanas. En el seno de la familia, su trabajo se considera como “ayuda”, mientras que el hombre es considerado como el “productor rural” real. [...] Se ignora el conocimiento y la experiencia de las mujeres, sobre todo en referencia a la producción de alimentos. La representación pública de la familia se concede a los hombres esperando que la mujer se mantenga restringida al mundo doméstico. Tienen menos acceso a la tierra y a las herramientas de producción (EYZAGUIRRE, 2015, p. 20).

En Bolivia, así como en diferentes países de la América Latina, la agricultura familiar de base campesina e indígena atraviesa marcadas dificultades y desafíos, como el tema del acceso al mercado. En el contexto boliviano se promueven espacios de comercialización directa, como las ferias, que fomentan prioritariamente una relación sin mediación entre productor de alimentos y el consumidor, evitando los intermediarios en el mercado, que generalmente son el grupo que se apropia de los mayores márgenes de ganancias de los productos.

En este sentido, es importante evidenciar que aún prevalecen prácticas más favorables hacia la agricultura familiar campesina indígena, siendo las cadenas cortas una alternativa para los agricultores que detienen una reducida escala de producción, que promueve cultivos diversificados con alimentos frescos para la venta sin intervención de intermediarios, fomentando y fortaleciendo una relación directa entre el productor y el consumidor final.

3 CADENAS CORTAS AGROALIMENTARIAS

En los últimos años, la demanda por alimentos sanos, frescos y de origen conocido, se han ido expandiendo a nivel mundial, así como han generado incentivos para aproximar el agricultor y el consumidor. Por lo tanto, diferentes países a través de sus políticas, organizaciones y asociaciones han planteado y desarrollado una agricultura que responda a esta demanda por medio de las cadenas cortas, también conocidas como circuitos cortos, cadenas cortas agroalimentarias o canales cortos de comercialización. Estos sistemas tienen una larga relación histórica que se remonta a la aparición de la agricultura, donde las relaciones del productor al consumidor se daban de forma más directa.

Desde tiempos históricos los agricultores han tenido la opción de vender en forma directa al consumidor final. El concepto de circuitos cortos en su forma actual nació formalmente en 1965, en Japón, cuando un grupo de madres de familia, preocupadas por la industrialización de la agricultura y el uso masivo de productos químicos, fundaron las primeras alianzas (teikei) con productores en las que el campesino se comprometía a producir alimentos sin productos químicos. A cambio de ello las mujeres aseguraban la compra de su cosecha, por medio de suscripciones a estas “teikei” (CEPAL, FAO y IICA, 2014, p. 3).

Las cadenas cortas agroalimentarias son implementadas como una alternativa que intentan crear relaciones directas, o más próximas, entre los productores y consumidores. El concepto de cadenas cortas y redes agroalimentarias alternativas son términos creados recientemente y su uso viene creciendo entre estudiosos de los países del norte global, especialmente en Europa, y se ha ido popularizando en diferentes continentes en los últimos tiempos (SCHNEIDER y GAZOLLA, 2017).

Conceptualmente, las cadenas cortas agroalimentarias son circuitos que cuentan con menos intermediarios y que intentan acercar al productor y al consumidor. Puede tratarse de circuitos directos que relacionan al productor con el consumidor (se puede dar en la unidad de producción, en ferias, en mercados o en algún punto de venta), o de circuitos indirectos con pocas etapas intermediarias – máximo un intermediario – y que pueden incluir un proceso de transformación o generación de valor (se puede dar en una tienda de organizaciones de productores, en restaurantes locales que compran directamente y otros) (DEVISSCHER y ELÍAS, 2014). Dentro de los circuitos cortos de comercialización, hay distintas formas de hacer llegar los alimentos a la población de manera directa entre el productor y el consumidor o con solo un intermediario.

As principais cadeias curtas existentes são identificadas com as vendas diretas nas propriedades, feiras locais, lojas de agricultores, mercados dos agricultores/produtores (farmers markets), as vendas de porta em porta (box schemes), a colheita direta pelos consumidores nas unidades produtivas (pick your own), o comércio eletrônico (GAZOLLA y SCHNEIDER, 2017, p. 13).

Las cadenas cortas surgen frente a las exigencias de una parte de la población consciente ante los problemas alimenticios, exigiendo productos más saludables, una alimentación de calidad y con productos con identidad y de proximidad (DEVISSCHER y ELÍAS, 2014). Esto se tradujo en el fortalecimiento de los mercados locales y de proximidad, haciendo con que los consumidores comiencen a valorar la forma en que se producen, los valores culturales relacionados y el método tradicional de preparación sin aditivos (GAZOLLA y SCHNEIDER, 2017).

De esta forma, las cadenas cortas agroalimentarias pasan a ser una alternativa que favorece a un intercambio más justo entre los productores y consumidores, garantizando el acceso a un producto de mejor calidad, más fresco y que muchas veces proviene de la aplicación de prácticas más sostenibles de producción. Los canales cortos también representan una alternativa sostenible para satisfacer las necesidades de la sociedad, estimulando la confianza entre productores y consumidores, y debido a la menor intermediación, se accede a una mayor información disponible del producto y su calidad. A la vez, estimula la economía de la agricultura familiar campesina indígena, minimizando la pobreza y mejorando las condiciones de vida (CEPAL, FAO y OMS, 2014).

Una de las modalidades más conocidas de cadenas cortas agroalimentarias son las ferias y los mercados campesinos, que están presentes tanto en las zonas rurales

como urbanas. Son iniciativas locales que ofrecen una alternativa de comercialización que beneficia a los productores y consumidores de una determinada región, puesto que suceden “importantes relaciones sociales y económicas entre el campo y la ciudad; su periodicidad es semanal y se intercambian y comercializan productos” (CHAMBILLA, 2014, p. 74). Por otro lado, la finalidad de la feria será promocionar la producción local, creando vínculos directos con quien produce el producto y el comprador final.

En Bolivia los orígenes de las ferias surgen por la necesidad de apalancar beneficios para los productores y los consumidores. En este sentido, los campesinos, entre ellos mujeres organizadas de la central obrera boliviana (COB) y la confederación sindical única de trabajadores campesinos de Bolivia (CSUTCB), influyeron en el gobierno central en 1979 para construir mercados campesinos en los que pudieran vender sus productos agrícolas (CHAMBILLA, 2014, p. 51). A día de hoy, dichas ferias son una práctica imprescindible en diferentes regiones del país por el carácter histórico del intrínseco vínculo con el campo, resultando en una oportunidad de negocios y una forma de vida.

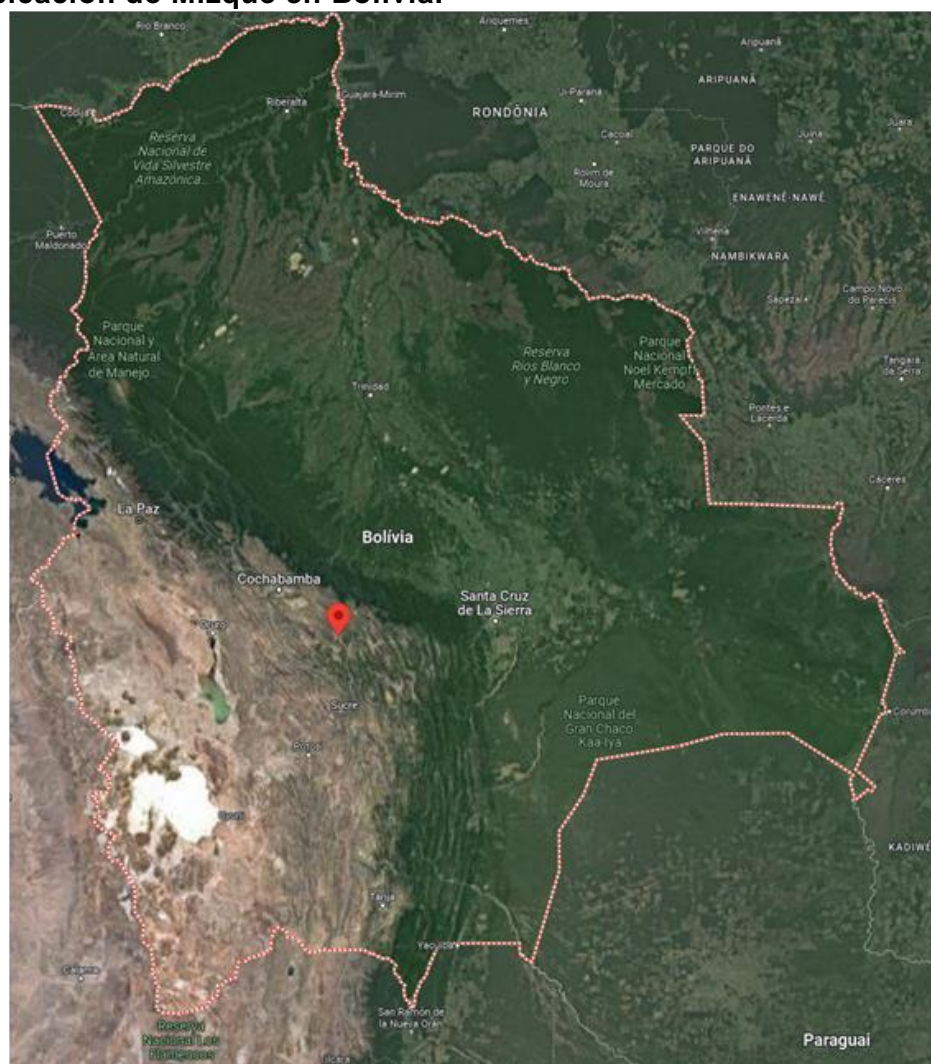
De acuerdo con Bishelly y Devisscher (2014), el sistema agroalimentario se abastece de la producción campesina, de la importación-contrabando y de la agroindustria. Aunque existen diferentes datos respecto al peso de cada uno de ellos, es preponderante el rol de las ferias y mercados a través de los cuales circulan los alimentos en la escala territorial. Las relaciones en el espacio se generan bajo una identidad cultural, siendo fundamentales para replantear estrategias que favorezcan la economía de los pequeños productores.

En síntesis, los mercados locales bolivianos, también llamados ferias campesinas o mercados de productores, son un espacio de comercialización de los productos de las familias campesinas, que muchas veces se ven dificultadas a la hora de participar de otros espacios o mercados. Las relaciones sociales entre el campesino y el consumidor que se producen en las ferias y mercados campesinos posibilitan una mayor cercanía y confianza que influyen en la determinación de un precio más justo y favorable para ambas partes. Es a partir de este abordaje que se adentra al objeto central de este estudio en el próximo ítem.

4 LA FERIA CAMPESINA DEL MUNICIPIO DE MIZQUE

El municipio de Mizque (Figura 1) está ubicado en el departamento de Cochabamba, localizado aproximadamente a 160 km al sudeste de la capital departamental, la ciudad de Cochabamba, y a 500 km de la sede de gobierno, La Paz. Con más de 2 mil metros de altitud, está ubicado en el valle del río Mizque, siendo uno de los principales afluentes del río Grande de Bolivia. Mizque fue fundada el 19 de septiembre de 1603 por Francisco de Alfaro, con nombre de “la Villa de Salinas del Río de Pisuerga”, siendo una de las primeras ciudades del periodo colonial, mucho antes que la ciudad de Cochabamba (MIZQUE, 2006, p. 2).

Figura 1. Ubicación de Mizque en Bolivia.



Fuente: Googlemaps.

El valle de Mizque, debido a su condición climática y su característica de tierras fértiles, atrajo un gran asentamiento de españoles hacendados, que practicaban la agricultura, principalmente el cultivo de viñedos para producir vinos, que eran comercializados en los centros mineros, en los Departamentos de Potosí y Chuquisaca. Según Yana (2011, p. 3), Mizque, desde siglos, “adquirió una dinámica productiva y comercial que consolidó un esplendor regional que fue duramente afectado por la guerra de independencia y, más tarde, por la Reforma Agraria del 1953”, que transformó las haciendas en unidades productivas familiares.

Las actividades económicas de Mizque están concentradas en el sector agropecuario, minero, de artesanías y de servicios. Su principal actividad económica es la agricultura, dándole relevancia histórica como centro económico regional debido a su clima templado y caluroso en gran parte del año, además de poseer grandes ríos que facilitan el riego para la agricultura y la producción. Otra de las actividades económicas es la minería del cantón de Mina Asientos, donde se extraen diferentes minerales, como el oro, plomo, plata y zinc. La mano de obra empleada en este sector es, en su mayoría, hombres que ocupan una parte de su tiempo en esta labor, además de las actividades ganaderas y agrícolas. También las artesanías y su cultura se mantienen fuertemente preservadas en la comunidad indígena de Rakaypampa, con una tradición milenaria y que la manifiestan, principalmente, en su vestimenta típica.

Según el Censo Agropecuario de 2013, Mizque contaba con 7.000 unidades de producción agropecuaria y la superficie cultivada de verano alcanzaba a 9.792,5 hectáreas. El municipio tiene una gran variedad de productos alimentarios, siendo más expresivos en área de producción el maíz, papa, trigo, cebolla, maní, frijol, zanahoria, arveja verde y tomate. La ganadería también representa un sector importante económicamente, entre las que se destacan, las aves, ovinos, caprinos, bovinos y porcinos (INE, 2017).

El municipio abraja la Feria Campesina de Mizque, que es el objeto de estudio de este artículo. Como se hablo en la Introducción, fueron aplicados cuestionarios semiestructurados con 10 feriantes y con 12 consumidores en el final de 2018. Conforme los encuestados, este mercado se inició aproximadamente hace 30 años y es el principal espacio de comercialización de alimentos en el área urbana. Se encuentra ubicada entre la calle Sucre y Morales, a una cuadra de la plaza principal del municipio. La feria se realiza todos los lunes, en el transcurso del día, comenzando desde las cinco de la madrugada hasta las siete de la tarde aproximadamente. Los entrevistados comentan que hay entre 40-50 puestos, de los cuales se estima que 35 son productores agrícolas y el restante son intermediarios.

Asisten al lugar alrededor de 300 a 350 personas en el transcurso del día. La feria se divide por sectores: verduras, frutas, tubérculos, animales, productos apícolas, artesanías (tejidos, madera, barro, cuero), gastronomía (variedad de comida típica, quesos, jaleas, panes y repostería), condimentos y especias, chocolates, productos cosméticos (*shampoos* y cremas naturales), bebidas (vinos, chicha, jugos naturales), plantas ornamentales y alimentos empacados y procesados.

El espacio ferial está conformado, principalmente, por familias agricultoras de base campesina, que vienen de comunidades aledañas y cercanas, quienes traen sus productos agrícolas para comercializar. Se puede encontrar una gran variedad de productos alimentarios agrícolas, como papa, maní, frijol, zanahoria, arveja verde, tomate, maíz, choclo, lechuga, trigo, además de productos frutales como durazno, uva, banana, manzana, frutilla, entre otros (Figura 2). Las familias también comercializan productos de origen animal, como carnes, huevos, leche, quesos y otros productos lácteos. También hay la venta de animales vivos, como vacas, toros, corderos, gallinas criollas, patos, conejos y cabras. En paralelo a la producción campesina, también hay mercancías alimentarias que vienen de ciudades capitales, en su mayoría de origen procesado e industrializado (fideos, aceites, sal, azúcar, bebidas gaseosas, harina, arroz, embutidos, salsas, entre otros), además de artículos de limpieza y cosmética, ropa, muebles e insumos químicos para la agricultura y ganadería.

Figura 2. Feria Campesina de Mizque, 2018



Fuente: Investigación de campo (2018).

La feria en el municipio es una manifestación cultural muy arraigada y forma parte de la identidad tradicional con códigos y símbolos donde se fortalecen lazos entre comerciantes y consumidores. Pero, sobre todo, son espacios que crean cercanía y amistad con “las caseritas y los caseritos” (como se los denomina a las vendedoras y a los vendedores y compradores frecuentes), así como “establecen relaciones de largo plazo y son parte de un tejido de relaciones sociales y comerciales” (DEVISSCHER y ELÍAS, 2014, p. 29). Aunque predominan feriantes agricultores, que venden su propia producción, hay un número reducido que son los intermediarios, quienes compran directamente de los productores a un precio menos justo para revender en este espacio, lo cual se abordará más adelante.

La relación entre el productor y el consumidor en la feria se desarrolla de manera peculiar, ya que la mayoría de los consumidores conocen la procedencia de los productos. Esto es un elemento importante, como mencionan Gazolla y Schneider

(2017, p. 11), pues la identificación del origen refuerza la “identidade dos produtos, assentada não apenas em critérios de preço, mas também em valores sociais, princípios e significados simbólicos, culturais, éticos e ambientais.”

En parte, la baja participación de los intermediarios ayuda a que los precios sean más justos y que favorezca a ambos lados. Y los consumidores tienen mayor contacto con el productor de los alimentos que están comprando, lo cual generalmente ofrece productos más naturales y sanos, y a un precio más accesible.

Una evidencia que se destaca en la feria es la participación masiva de las mujeres (Figura 2), cumpliendo un rol protagónico fundamental a la hora de comercializar los productos. El trabajo de las mujeres es de suma importancia, como fue evidenciado en otras ferias estudiadas por Devisscher y Elías (2014), siendo ellas las principales actrices que dinamizan estos espacios de comercialización, en muchos casos junto con sus hijos e hijas.

5 FERIANTES Y CONSUMIDORES EN LA FERIA CAMPESINA DE MIZQUE

La mayoría de los feriantes entrevistados son mujeres (ocho de diez), que tienen de 25 a 60 años de edad. En su mayoría, madres de familia que realizan labores del hogar y tienen una participación importante en el sector agrícola, ya que son productoras y comercializadoras. Así mismo, emplean la mano de obra desde la labranza de la tierra, la siembra, cosecha y la venta. Además de contribuir con el mantenimiento de la Feria, ellas se quedan casi todo el día trabajando, empaican y organizan adecuadamente las unidades de cada producto para su presentación, y tienen amplia información sobre el modo de producción de los productos que ofrecen⁴.

Sin embargo, hay una reducida participación de los hombres en la feria, y su actuación se centra en el ámbito pecuario, con la venta de ganado vacuno (vacas y toros), y ayudan con el traslado de los productos. Otro dato interesante es la participación de los hijos e hijas adolescentes, quienes colaboran con sus madres en la comercialización de los productos. Normalmente las familias campesinas que venden en la feria componen de un núcleo familiar numeroso, entre cuatro y ocho integrantes.

En términos de la escala de producción de los agricultores encuestados, un 80% de los feriantes cuentan con una producción de pequeña escala y un 20% corresponde a mediana escala. En los Cantones del Municipio de Mizque, según la designación de la Ley INRA de 1996, los de pequeña escala de tierra serían aquellos agricultores con hasta 10 hectáreas (ha) y mediana escala hasta las 80 ha (MIZQUE, 2006). La mayoría tiene una producción agrícola limitada porque disponen de baja cantidad de tierra. Sin embargo, los agricultores se dan formas de equilibrar la fertilidad con rotación de cultivos, dependiendo de la temporada y ciclo agrícola. Ninguno de los entrevistados pertenece a la producción de gran escala, que sería formado por aquellos que tienen más de 80 ha.

La feria no solo es un lugar particular donde se presencia únicamente a los agricultores que son dueños de su producción, sino también están los intermediarios que van a comprar los productos agrícolas de manera directa a menor precio en las fincas de los campesinos. Cabe aclarar que la mayoría de los intermediarios se dedican a otros rubros en el municipio, que no sea la agricultura o la ganadería, y no cuentan con tierras en el campo. Pero algunos de ellos cuentan con tierras en pequeña escala y, para generar mayores ingresos, recurren a la reventa de productos agropecuarios. En base a los datos obtenidos en las encuestas, siete entrevistadas eran propietarias

⁴ El 90% de los consumidores entrevistados respondieron que estaban de acuerdo de que la mujer sea quien venda porque tienen confianza en ella, además de tener facilidad para hablar y dispone de cercanía sobre las necesidades alimentarias del día a día.

de la producción y ofrecen directamente sus productos en la feria, en cuanto tres eran revendedores, que consiguen los productos con intermediarios⁵.

A partir de la observación empírica y de la conversación con los feriantes, se puede resaltar que este mercado cumple un papel económico muy relevante, ya que para 9 de los 11 feriantes encuestados, sus ingresos dependen totalmente de la comercialización de sus productos agropecuarios en la feria. Sólo dos encuestados comentan que, además del comercio de la feria, también tienen ingresos provenientes de otros rubros, como obreros y jornaleros.

La mayoría de los feriantes expresan su insatisfacción con los precios bajos de sus productos, ya que consideran que no recompensa a todo el trabajo que conlleva hacer la agricultura. Aparte de la inversión en insumos agrícolas, tienen otras inversiones como el cuidado en la fase de sembradío y producción, el costo con la mano de obra, transporte, entre otros. Siete encuestados comentaron que están descontentos con los precios del mercado, en cuanto los demás afirman sentirse satisfechos con los precios.

Es importante comentar que quienes respondieron las preguntas con insatisfacción son justamente los agricultores que producen y venden en la feria, en cuanto los intermediarios garantizan sus ganancias al pagar menos por la producción de los campesinos en la chacra. En este sentido, si el precio es malo para el feriante, es aún peor para el agricultor que vende toda su cosecha al intermediario. El descontento se intensifica porque la mayoría de los agricultores no cuentan con otros recursos económicos o ayudas, así como carecen de política públicas para el sector donde haya programas de precio justo. A pesar de estas dificultades, se constató la importancia que tiene la feria para los productores campesinos, siendo un espacio que genera ingresos económicos para las familias.

Los feriantes son actores responsables de su organización y participación en las actividades dentro de la feria. El productor desde que tenga excedente de producción puede, sin restricciones burocráticas, ser feriante, es decir que el agricultor familiar campesino e indígena puede incorporarse fácilmente al mercado, lo cual hace de la feria un lugar más ameno para que los productores rurales participen y tengan acceso al espacio ferial. Sin embargo, aún existen diferentes factores adversos que afectan la comercialización de los productos agroalimentarios, como el traslado de sus productos de las comunidades alejadas a Mizque y el bajo precio pagado por sus productos. Como señala Sullcata (2014, p. 138), "el campesino pierde en la comercialización de sus productos, sobre todo en la medida de peso y el precio, además no cuenta con transporte ni caminos viables; es decir, está expuesto a la estática social y económica".

En este contexto, las políticas de apoyo a este sector son pocas o inexistentes, lo cual vulnera a productores de pequeña escala, comprendiendo que son un porcentaje considerable que muestra sus inquietudes y necesidades. Los productores precisan tener incentivos y apoyos mediante un plan estratégico que comprenda y enfoque su realidad desde el gobierno municipal de Mizque, que priorice y reconozca el trabajo de los agricultores campesinos del municipio.

En relación a los consumidores, se aplicó las encuestas a 12 personas que frecuentan la feria, con edades entre 22 a 60 años. La mayoría son mujeres (siete de doce), madres de familia (de núcleos domésticos de 3 a 6 personas), siendo las principales encargadas de comprar la canasta básica de alimentos. Gran parte de los consumidores no están vinculados directamente en el sector agropecuario, ya que desarrollan otros rubros, principalmente prestación de servicios en el municipio.

⁵ En el municipio de Mizque el proceso de comercialización en manos de intermediarios es común, pues ellos organizan el rescate de los productos agrícolas en los terrenos de los productores y llevan a las Ferias de Cochabamba, Aiquile, Santa Cruz y Punata, siendo que el excedente de la producción agrícola es comercializado en las ferias locales (MIZQUE, 2006).

Además, se constató que la gran mayoría de los consumidores frecuentan la feria con regularidad, todos los lunes.

Otro punto muy relevante es que la mayoría de los entrevistados (el 58%) compran siempre del mismo productor, al que denominan 'caserita o caserito', y un 42% compra de cualquier feriante. En la feria se identificó la existencia de un ambiente donde la dinámica intercambiaría es fluida y fortalecida por la confianza entre los feriantes y consumidores. Esto es un elemento que aparece en muchos estudios, pues efectivamente la feria es un espacio de interacción personal directa, fomentando relaciones de confianza, inmersas en un contexto sociocultural y de proximidad geográfica (DEVISSCHER y ELÍAS, 2014). Se percibe en el momento de la investigación de campo que, en general, son encuentros entre gente que se conoce, que se saluda por el nombre, que habla de temas cotidianos y que, a lo largo de estos años de feria, han forjado un lazo de amistad. Para muchos es un punto de encuentro, un espacio de convivencia entre los pobladores.

La mayoría de los consumidores está satisfecha con la feria (83%), incluso más satisfechos que los propios feriantes. Para los consumidores, el espacio viene siendo favorable ante sus necesidades, puesto que encuentran una variedad de productos frescos, en su mayoría agroecológicos y a bajo precio. En relación a los retos, los consumidores mostraron preocupación con el hecho de que los productores deben tener puestos de venta más adecuados, haciendo mayor control de higiene, pues muchos exponen y venden los alimentos en el suelo o no cuentan con condiciones adecuadas. En este sentido, es importante que las políticas para este sector se preocupen por mejorar las condiciones y control en la inocuidad alimentaria.

No obstante, la feria campesina es un lugar beneficioso para los consumidores, en que los feriantes explican sobre las formas de producción, origen del producto y modo de preparación de los alimentos. Además, cumplen la demanda y expectativa de los consumidores, que se da de manera especial en la feria. Cuando los consumidores se aproximan para preguntar, muestran amabilidad y brindan un trato cordial, como el saludo. El comprador muchas veces suele pedir información sobre los productos que el feriante traerá la siguiente semana y estos actos revalorizan la confianza del feriante al consumidor y viceversa.

6 CONSIDERACIONES FINALES

Este artículo tuvo como propósito analizar las cadenas cortas de comercialización a partir de una investigación de campo en el municipio de Mizque (Departamento de Cochabamba – Bolivia), comprendiendo las relaciones y dinámicas que existen en la feria, así como la importancia y los retos de este espacio para feriantes y consumidores. Las ferias en Bolivia son los principales espacios de comercialización de productos agropecuarios, que benefician a numerosas familias campesinas en términos económicos y que fortalecen su producción al contar con un espacio donde vender sus productos y excedentes.

En Mizque, la agricultura familiar campesina indígena tiene una gran relevancia para abastecer la canasta básica de alimentos de las familias consumidoras, siendo una alternativa para la seguridad alimentaria de la región. También se reconoce el trabajo de la mujer rural, ya que ella cumple diversas funciones en la agricultura y, sobre todo, en la comercialización de sus productos. Es por ello que se debe dar mayor atención a la mujer campesina rural y su función en la producción alimentaria y en las cadenas cortas de comercialización.

En general el espacio de comercialización estudiado ayuda a la economía de los agricultores campesinos rurales, que primordialmente dependen de ese mercado para obtener sus ingresos. Igualmente, las cadenas cortas de comercialización aún tienen un papel clave para el público consumidor. Como se percibió en el estudio, los compradores son beneficiados con variedad de productos frescos, saludables y de calidad, además de un precio accesible, aunque esto sea visto de manera negativa por

parte de los feriantes, quienes reclaman por un aumento en el precio de venta. Muchos agricultores también relataron dificultades para producir y transportar su excedente hasta el mercado. Y, los consumidores también comentaron la necesidad de una mejor infraestructura en la feria, para que los productos no se queden en el suelo, pues están preocupados con las condiciones sanitarias de los alimentos adquiridos.

Es resaltante mencionar que la agricultura familiar campesina indígena carece de políticas eficientes que se preocupen y actúen en el sector, visto que la ausencia de apoyo se refleja en las condiciones de vida y de trabajo de los mismos, pues muchos no cuentan con maquinaria agrícola, asistencia técnica, apoyo económico, transporte, precio justo, tecnología, entre otras demandas. Las políticas sectoriales también deben fortalecer las cadenas cortas agroalimentarias, promoviendo información a través de proyectos que reflejen la realidad y que se escuche las necesidades del agricultor familiar campesino indígena, además de incentivar y concientizar a la población sobre la importancia que tiene consumir los productos provenientes de la agricultura familiar local.

REFERENCIAS

ARGANDOÑA, B. E. Sin la mujer rural no hay agricultura familiar. **Mundos rurales**, n. 10, p. 24-28, 2014.

BISHHELLY, E.; DEVISSCHER, M. Prescindir del intermediario: un sueño campesino. In: DEVISSCHER, M.; ELÍAS, B. (org.) **Del productor al consumidor**: una alternativa comercial para la agricultura familiar. La Paz, Bolivia: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, 2014, p. 17-32.

CASTAÑÓN, E. **Las dos caras de la moneda**: agricultura y seguridad alimentaria en Bolivia. Berlín: FDCL, Fundación Tierra, 2014.

CEPAL.FAO.IICA. **Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar**. CEPAL, 2014.

CHAMBILLA, H. Los mercados locales como medio dinamizador de una agricultura sustentable en el Altiplano y Valle de Bolivia: El caso de las ferias ecológicas y tradicionales de La Paz, Cochabamba y Tarija. In: GIANMARCO, C.; LACROIX, P. (Ed.). **Ferias y mercados de productores**: hacia nuevas relaciones campo-ciudad. Lima, Perú: CEPES, 2014, p. 63-94.

COLQUE, G.; URIOSTE, M.; EYZAGUIRRE, J. L. **Marginalización de la agricultura campesina e indígena**: dinámicas locales, seguridad y soberanía alimentaria. [s.l.]: Fundación TIERRA, La Paz, BO, 2015.

DEVISSCHER, M.; ELÍAS, B. **Del productor al consumidor**: una alternativa comercial para la agricultura familiar. La Paz, Bolivia: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, 2014.

EYZAGUIRRE, J. L. **Importancia socioeconómica de la agricultura familiar en Bolivia**. La Paz: Tierra, 2015.

FAO. **Año Internacional de la Agricultura Familiar 2014 (AIAF)**. 2014. Disponible en: <http://www.fao.org/family-farming-2014/es> Acceso en: 23 nov 2022.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativos**: negócios e mercados da agricultura familiar. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). **Características de la población**. 2015. Disponible en: https://bolivia.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/Caracteristicas_de_Poblacion_2012.pdf Acceso en: 23 nov 2022.

_____. **Censo Nacional Agropecuario 2013**. 2017. Disponible en: <https://www.ine.gob.bo/index.php/publicaciones/censo-agropecuario-2013-bolivia/> Acceso en: 23 nov 2022.

MIZQUE, G. M. De. **Plan de Desarrollo Municipal 2007 – 2011 de Mizque**. 2006. Disponible en: http://vpc.planificacion.gob.bo/uploads/PDM_S/03_COCHABAMBA/031301%20Mizque.pdf Acceso en: 21 nov 2022

NIEDERLE, P. A. A institucionalização da agricultura familiar no Mercosul: da definição normativa aos sistemas nacionais de registro. **Novos Cadernos NAEA**, v. 20, n. 1, p. 67-94, 2017.

SULLCATA, L. La 'plaza agropecuaria': campesinos, comerciantes e intermediarias. In: DEVISSCHER, M.; ELÍAS, B. (org.) **Del productor al consumidor: una alternativa comercial para la agricultura familiar**. La Paz, Bolivia: Agrónomos y Veterinarios Sin Fronteras, 2014.

VARGAS, M. **Apuntes sobre la agricultura familiar en Bolivia**. La Paz: IICA, 2017.

VELARDE, C.; WANDERLEY, F. **La contribución de la agricultura familiar campesina e indígena a la producción y consumo de alimentos en Bolivia**. La Paz: CIPCA y IISEC-UCB, 2021.

YANA, E. **Asociación de Productores Apícolas de Mizque**. 2011. Disponible en: <https://studylib.es/doc/1979310/apam-mizque-2011> Acceso en: 11 nov 2022

ANEXO I

Encuesta aplicada a los vendedores de la Feria Campesina de Mizque

- 1) Edad: ____ años
- 2) Genero: Masculino () Femenino ()
- 3) Número total de personas que viven en su núcleo familiar: __ personas
- 4) ¿A qué escala de producción corresponde? Pequeña () Mediana () Grande ()
- 5) ¿Produce lo que vende? Solo Revende () Produce y Vende ()
- 6) ¿Recibe ayuda económica de alguna Institución? Si () No ()
- 7) ¿Tus ingresos dependen únicamente de la venta en esta feria? Si () No ()
- 8) En caso de ser negativo, ¿de dónde provienen el resto de tus ingresos?
- 9) ¿Está Satisfecho con los precios de los productos? Si () No () ¿Por qué?
- 10) ¿Cómo traslada sus productos?
- 11) ¿Qué productos tienen mayor demanda?
- 12) ¿Quién se encarga de vender los productos?
- 13) ¿Está Satisfecho con la feria? Si () No () ¿Por qué?
- 14) ¿En qué podría mejorar la feria?

ANEXO II

Encuesta aplicada a los consumidores de la Feria Campesina de Mizque

- 1) Edad: ____ años
- 2) Genero: Masculino () Femenino ()
- 3) ¿Qué compra en la feria?
- 4) Con qué frecuencia compra en la feria?
- 5) ¿Las mujeres son mayoría en los puestos de venta? ¿Por qué?
- 6) ¿Compra siempre del mismo vendedor? ¿Por qué?
- 7) ¿Está satisfecho con la feria? Si () No () ¿Por qué?
- 8) ¿En qué podría mejorar la feria?