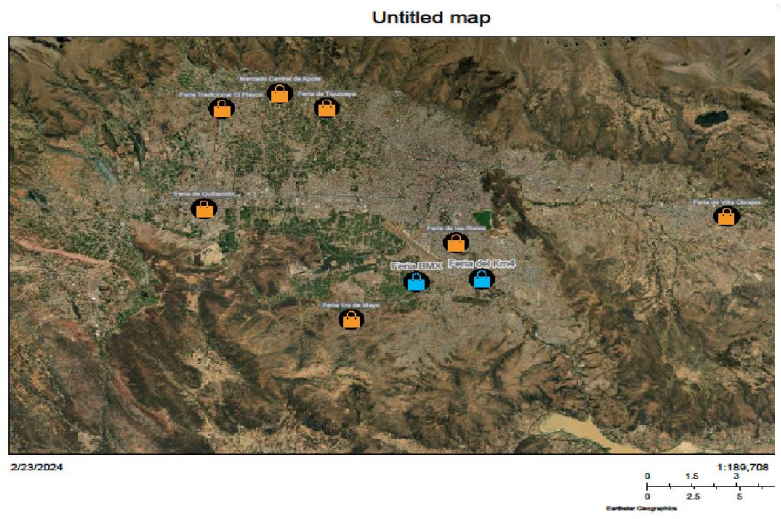


# Proyecto EcoConsumo 2016-2024

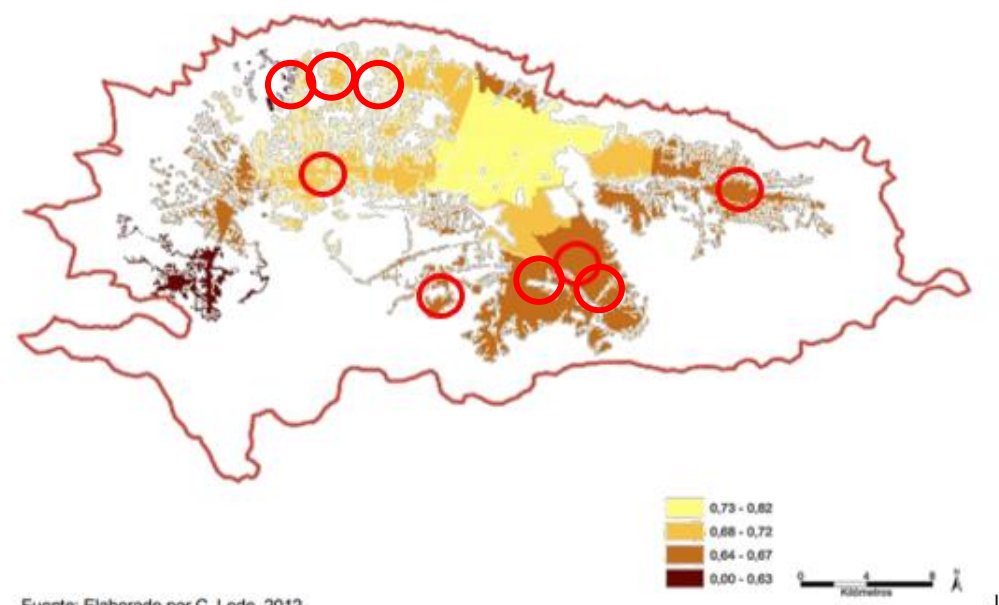




# Zona de trabajo



Mapa 1: Índice de Desarrollo Humano, según distritos municipales y áreas de ubicación de las ferias populares con las que trabaja el proyecto



Fuente: Elaborado por C. Ledo, 2012.

# Objetivo General del Proyecto

- Incrementar la compra y consumo de alimentos ecológicos provenientes de pequeños productores locales a través de la diferenciación y sensibilización a consumidores de ferias populares



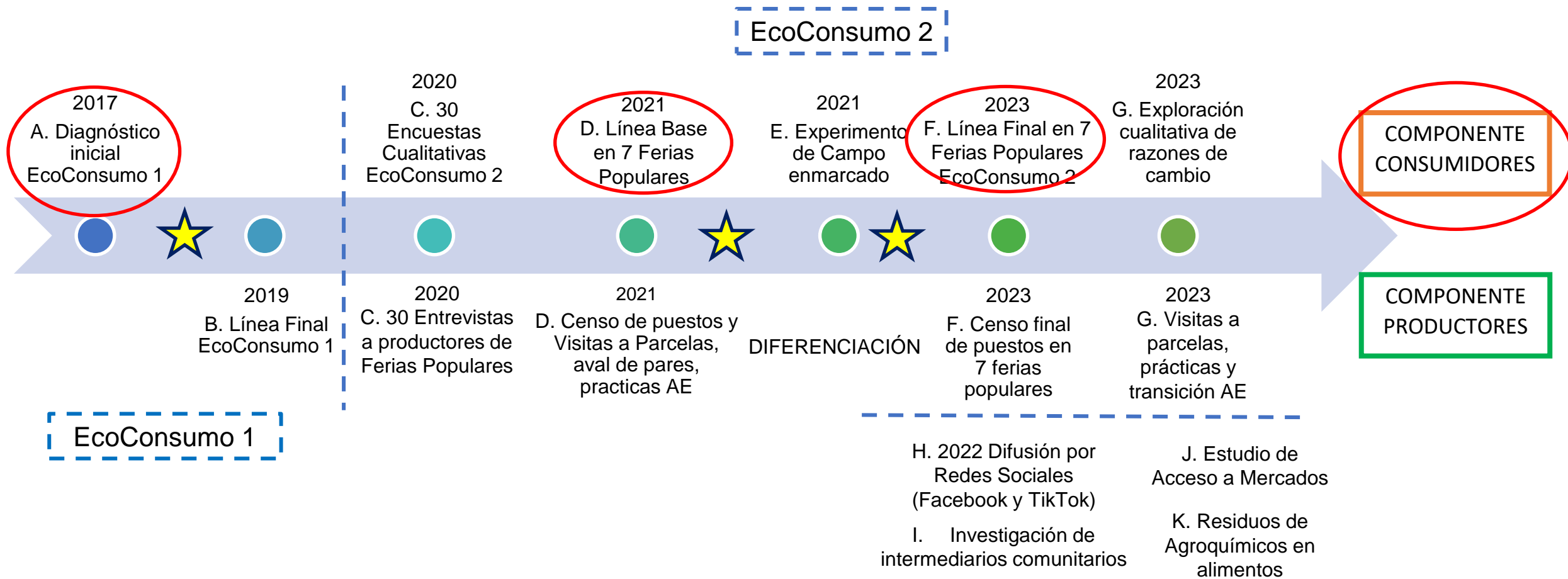








# Línea de tiempo





# ¿Quiénes son los consumidores de ferias populares?



## Consumidores

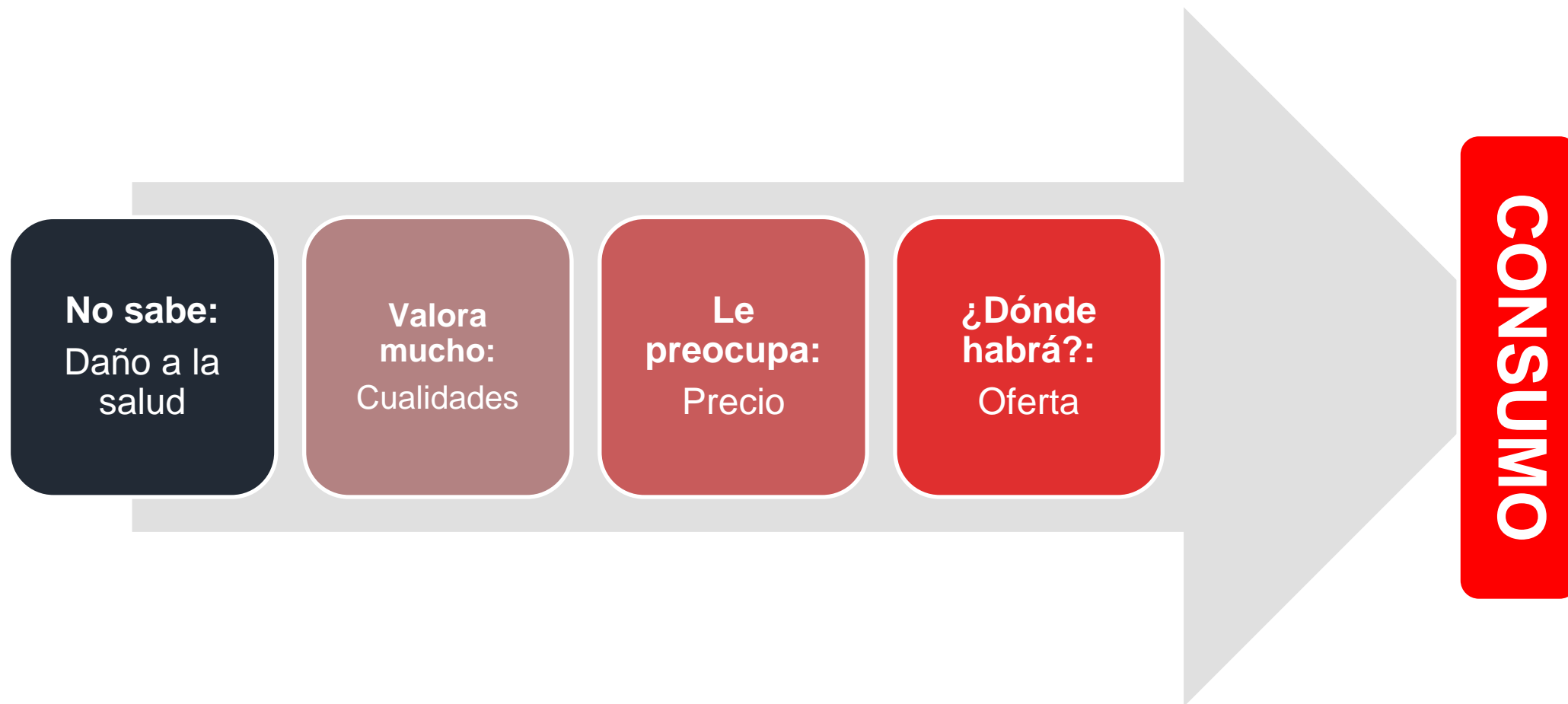
- Historia reciente de migración – apego al campo
- Preferencias por las BBB
- Poco conocimiento de qué es ecológico (20%)
- Baja demanda por alimentos ecológicos (7% a 15%)
- No saben dónde hay alimentos ecológicos
- Prejuicios “para ricos”
- Confusión de conceptos: hidropónico, transgénico, fumigado, “curado”, escépticos, todo es natural del campo, etc.



Sabe  
+  
Compra

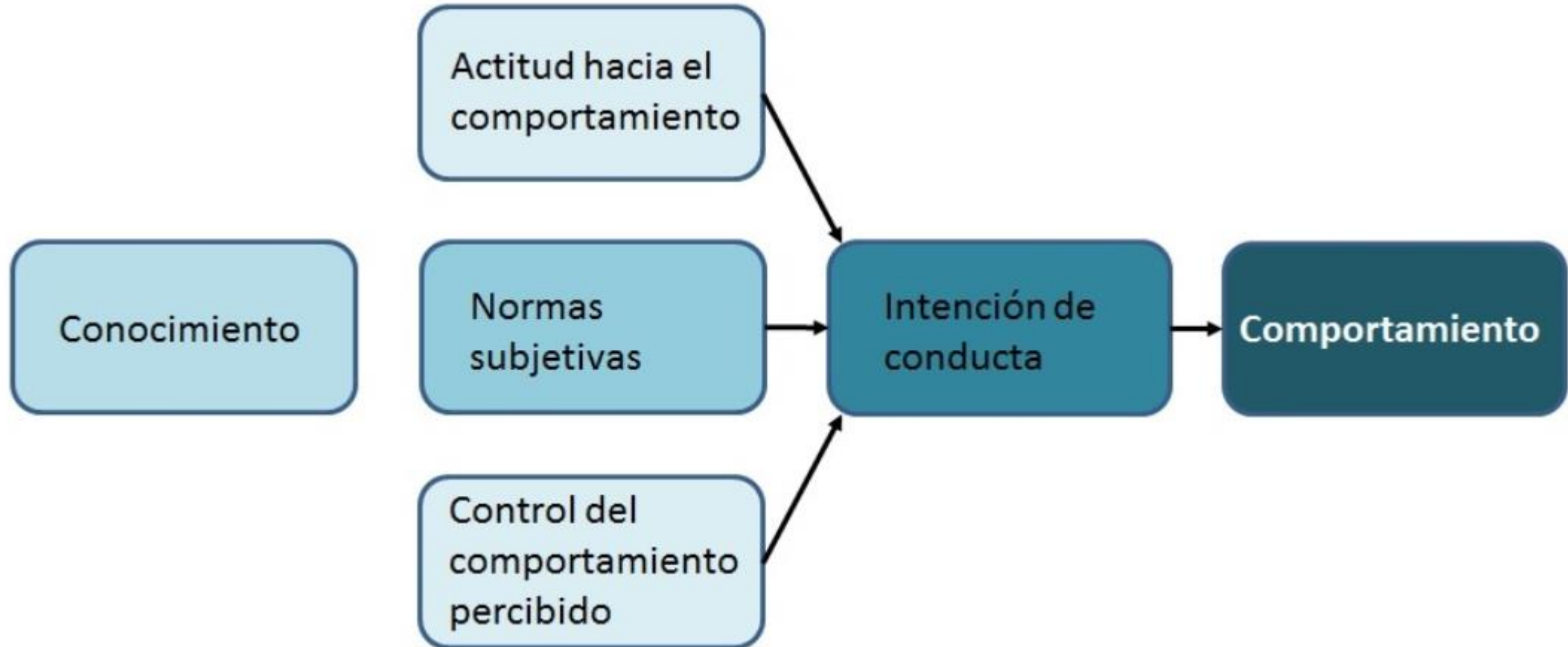
Sabe  
+  
No Compra

# Razones de compra/no compra





## Teoría del comportamiento planificado





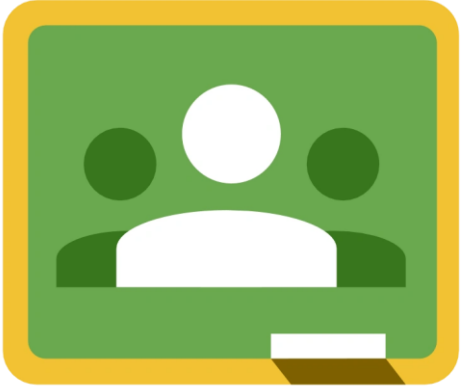
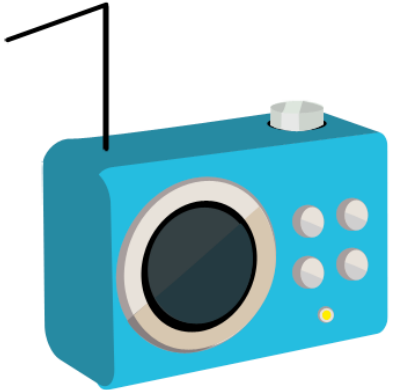
COMPONENTE  
CONSUMIDORES



Intervención en 7 ferias populares



# Intervención con Consumidores



## Modulos educativos e iniciativas en Unidades Educativas



Conocimiento



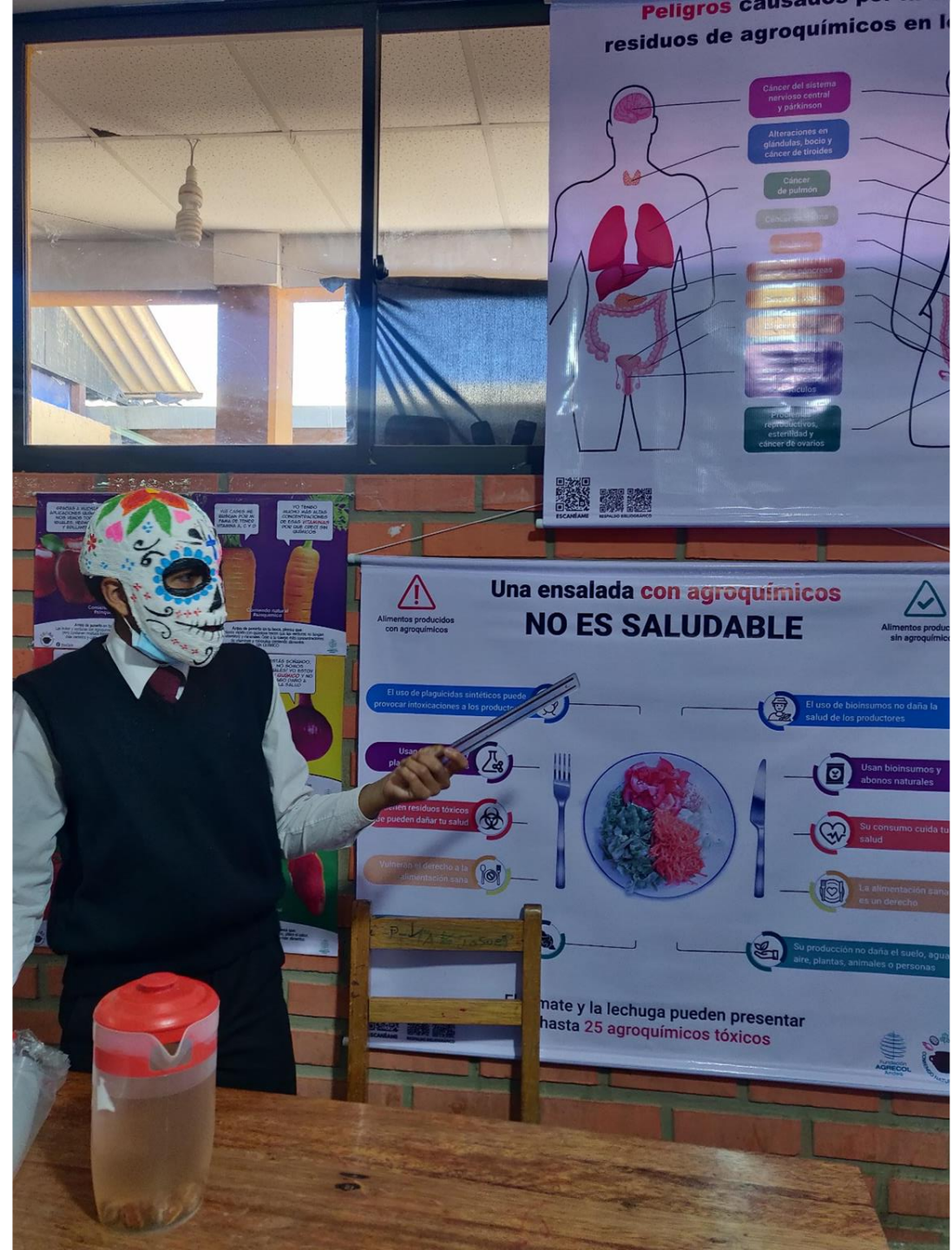
Normas  
subjetivas















Conocimiento

Actitud hacia el comportamiento





# Huerto tours



Actitud hacia el comportamiento



# Campaña "Come Rico, Come Natural, Come Sin Químico"

<https://www.agrecolandes.org/come-rico-come-natural-come-sin-quimico/>



- Prueba de varios medios
- Uso de lengua de origen
- Llamar a los alimentos ecológicos, como los llaman: NATURALES
- Llamar a los convencionales como los llaman: CON QUÍMICO
- Llegar a los niños
- Buscar personas influyentes
- Impulsar el boca a boca
- Concursos en las ferias



# Difusión de campaña por gobiernos locales

**Cocha** somos progreso

## El uso de agroquímicos en los cultivos afectan:

- Nuestra salud**  
Causando enfermedades
- La vida del agua**  
Matando ecosistemas acuáticos, contaminándola
- Plantas y animales**  
Causando su muerte
- La vida del suelo**  
Afectando los ecosistemas naturales

**Come sin químicos, cuida tu salud!**

FUNDACIÓN AGRECOL Andes

**Cocha** somos progreso

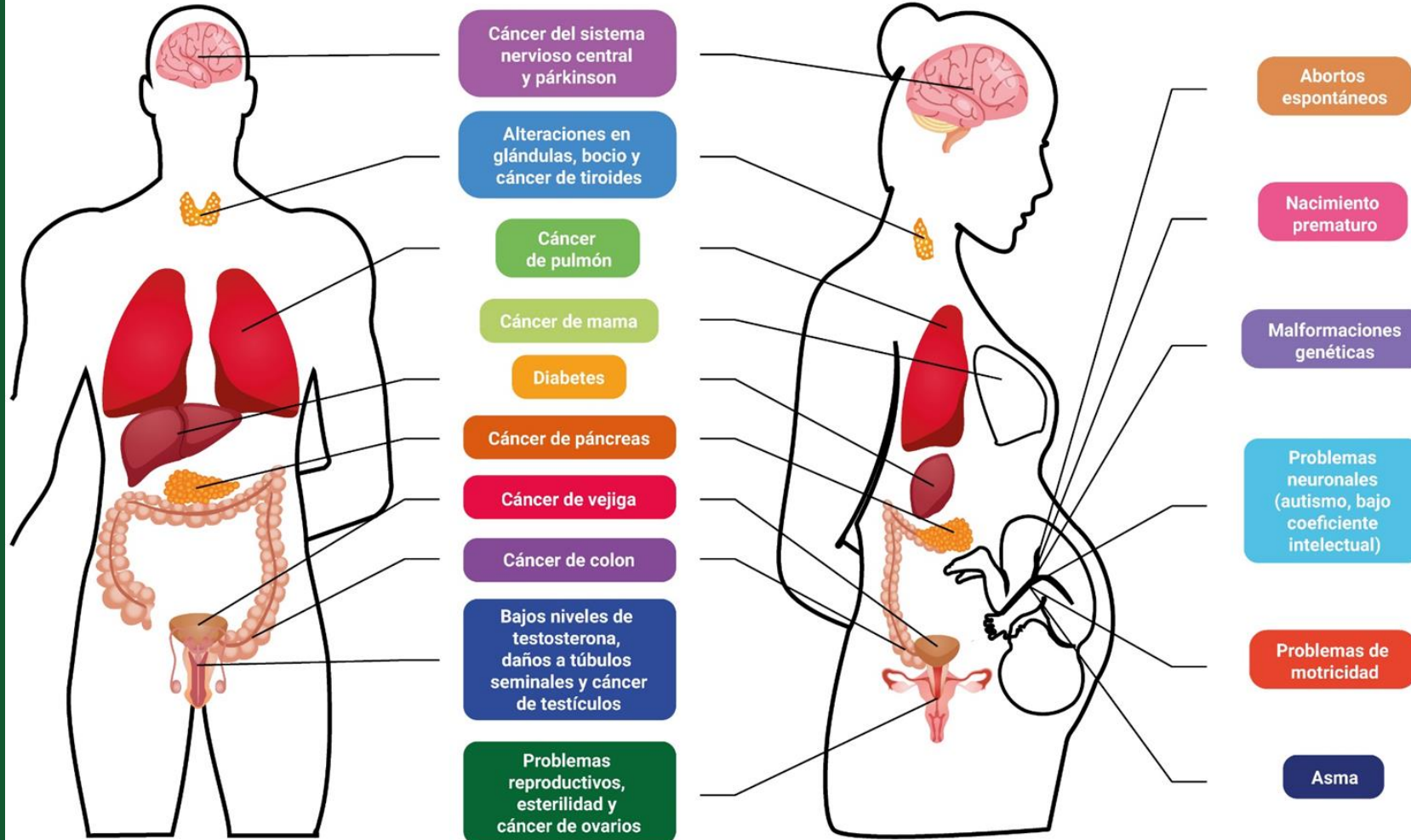
## Conoce los beneficios de consumir frutas y verduras ecológicas

- ✓ Productos libres de tóxicos y químicos
- ✓ Tienen mejor **sabor y aroma**
- ✓ Cuentan con mayor cantidad de **nutrientes y vitaminas**

Fundación AGRECOL Andes

**Come sin químicos, cuida tu salud!**

# Peligros causados por la ingesta de residuos de agroquímicos en los alimentos



<https://www.agrecolandes.org/wp-content/uploads/2022/04/Triptico-Agroquimicos-y-Ferias-final-opt.pdf>

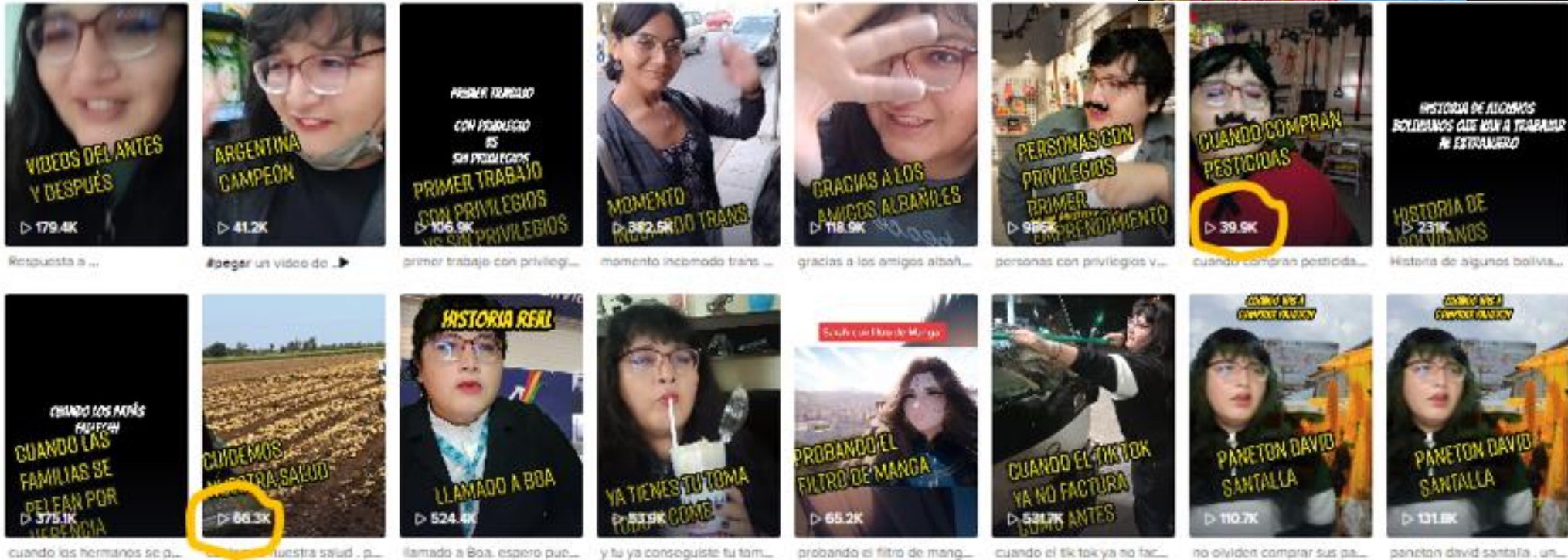


Fundación  
**AGRECOL**  
Andes



# Trabajo con influencers

Normas subjetivas





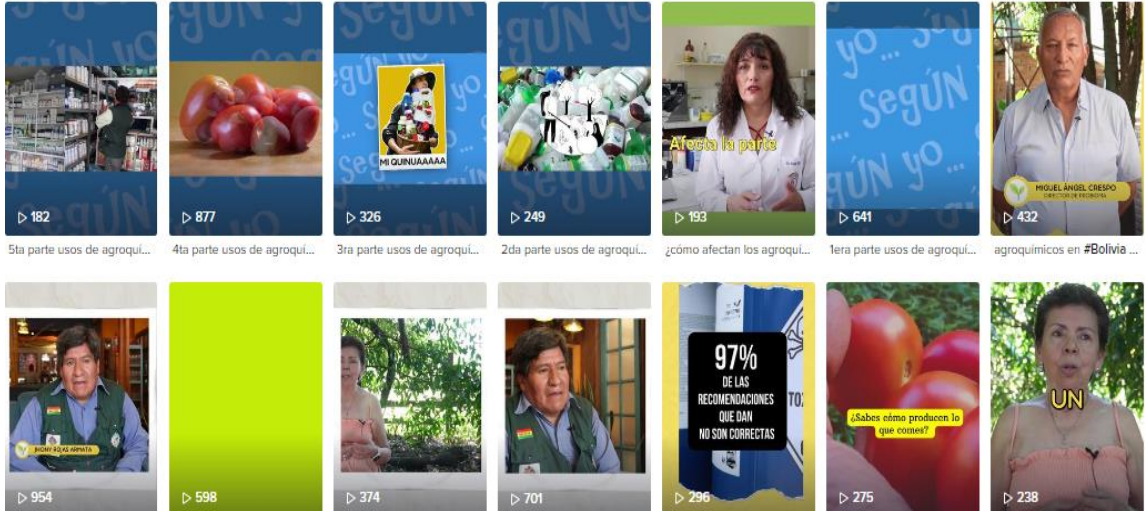
Editar perfil

39 Siguiendo 122 Seguidores 479 Me gusta

La Fundación AGRECOL Andes promueve el desarrollo agroecológico sostenible.

Videos

Me gusta



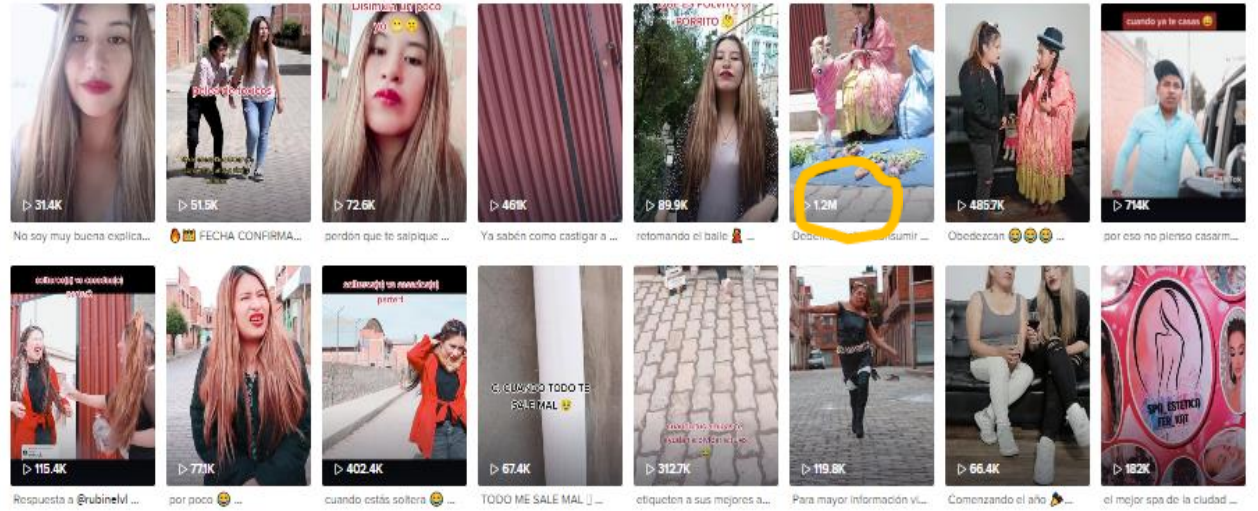
Mensajes

110 Siguiendo 527.6K Seguidores 5.1M Me gusta

soy army de corazón  
amo cantar 🎤🎧  
en contra del maltrato animal 🐾

Videos

Me gusta



Seguir

498 Siguiendo 7.2M Seguidores 148.4M Me gusta

si quieres saber más sobre producción ecológica puedes ingresar al link

[youtu.be/FR-IAHJIEaY](https://youtu.be/FR-IAHJIEaY)

Videos

Me gusta



Normas  
subjetivas





EcoGuía  
@EcoGuiaBolivia

Facebook profile page for EcoGuía. The page includes a cover photo, profile picture, and a bio. The bio states: 'Compartir con ustedes los beneficios de los alimentos orgánicos, sus propiedades, su influencia en la salud y cómo elegirlos y comprarlos en las alternativas disponibles.' The page also features a 'Sugerir cambios' section and a 'Fotos' section with several image thumbnails.



¿Qué son los agroquímicos?  
3 elementos



Fotos del perfil  
3 elementos



Fotos de portada  
5 elementos



Ferias de Productor al Consumidor  
5 elementos



Plaguidad, salud y alimentos  
5 elementos

Todas las fotos

A grid of 20 infographics related to agrochemicals and organic food. The infographics include:

- 'AGROQUÍMICOS' with a magnifying glass over produce.
- 'LOS PESTICIDAS Y FERTILIZANTES AFECTAN A LA SALUD DE' with a child's face.
- 'EN BOLIVIA EL MIL USO DE PESTICIDAS Y FERTILIZANTES AFECTAN' with a plant and skull.
- 'AGROQUÍMICOS DE 190 PRODUCTOS APROBADOS EN BOLIVIA' with a map and '41 ESTÁN PROHIBIDOS EN LA UNIÓN EUROPEA'.
- 'EN BOLIVIA IMPORTACIÓN DE AGROQUÍMICOS' with a bar chart showing 30.4, 179.9, and 30.4.
- 'AGROQUÍMICOS? PROHIBICIONES EN LA UNIÓN EUROPEA' with a tree diagram.
- 'AGROQUÍMICOS EN SUDAMÉRICA' with a map and a rising line graph from 2009 to 2019.
- '¿POR QUÉ SON TAN MALOS LOS AGROQUÍMICOS?' with a list of health effects.
- '¿AGROQUÍMICOS EN PUESTOS DE FRUTOS Y VERDURAS?' with a list of products.
- '¿LA PERLA DE ALIMENTOS SIN QUÍMICOS?' with a globe.
- '¿LA PERLA DE ALIMENTOS SIN QUÍMICOS?' with a globe.
- '¿LA PERLA DE ALIMENTOS SIN QUÍMICOS?' with a globe.

Normas subjetivas







Fundación AGRECOL Andes

@FUNDACIONAGRECOLAndes

628 suscriptores

Suscrito

INICIO

VÍDEOS

SHORTS

EN DIRECTO

LISTAS

COMUNIDAD

CANALES

INFORMACIÓN

Normas subjetivas

Subidas recientes

Popular



Adriana Montero. INCADE #Shorts

12 visualizaciones • hace 1 mes



Feliz Navidad 2022

38 visualizaciones • hace 1 mes



María Isabel Magne

442 visualizaciones • hace 1 mes



Ing. Jhony Rojas del Programa Hortalizas del SENASAG

417 visualizaciones • hace 1 mes



Entrevista a Adriana Montero - Uso y manejo de agroquímicos en la...



Entrevista a Sandra Bustamante - Investigación uso de plaguicidas y...



Construcción de Sistema de Riego Chocaya 2 en municipio de...



Experiencias de Agroforesteria en parques nacionales: municipio de...





Control del comportamiento percibido



# Presencia en las Ferias: Puesto Informativo y concurso de ruleta



Conocimiento

Actitud hacia el comportamiento

Normas subjetivas

Control del comportamiento percibido

Intención de conducta

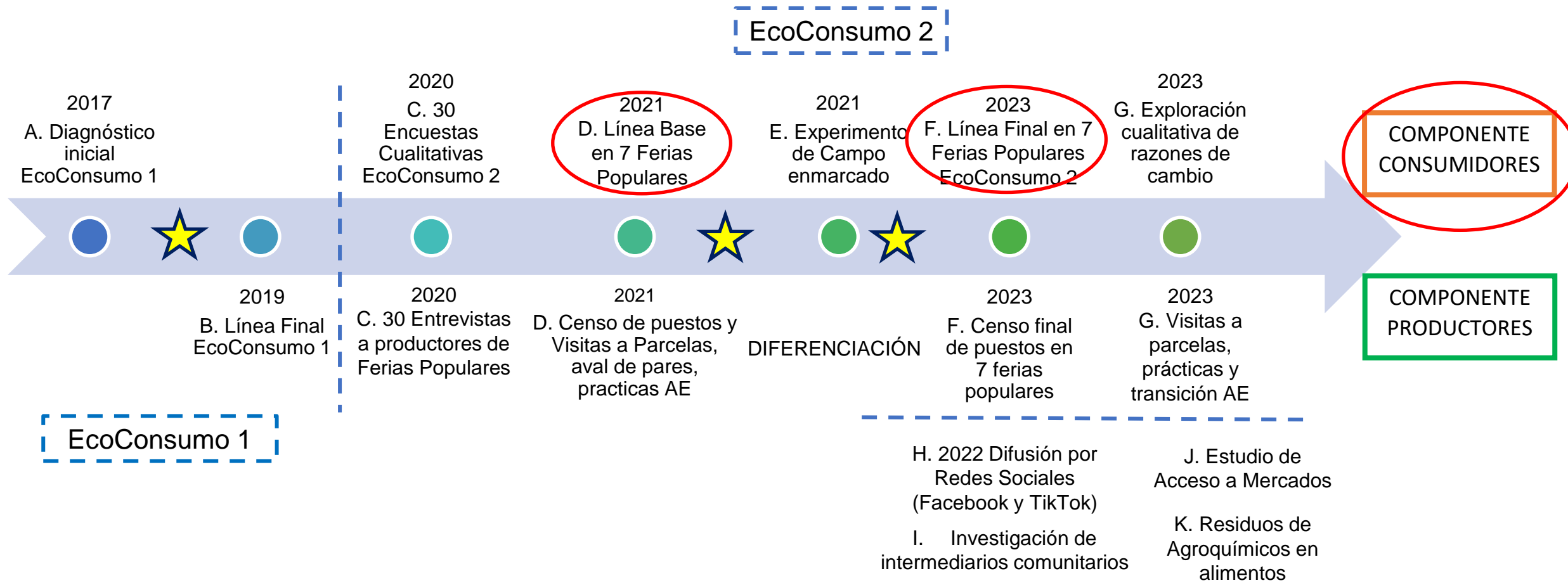


Comportamiento





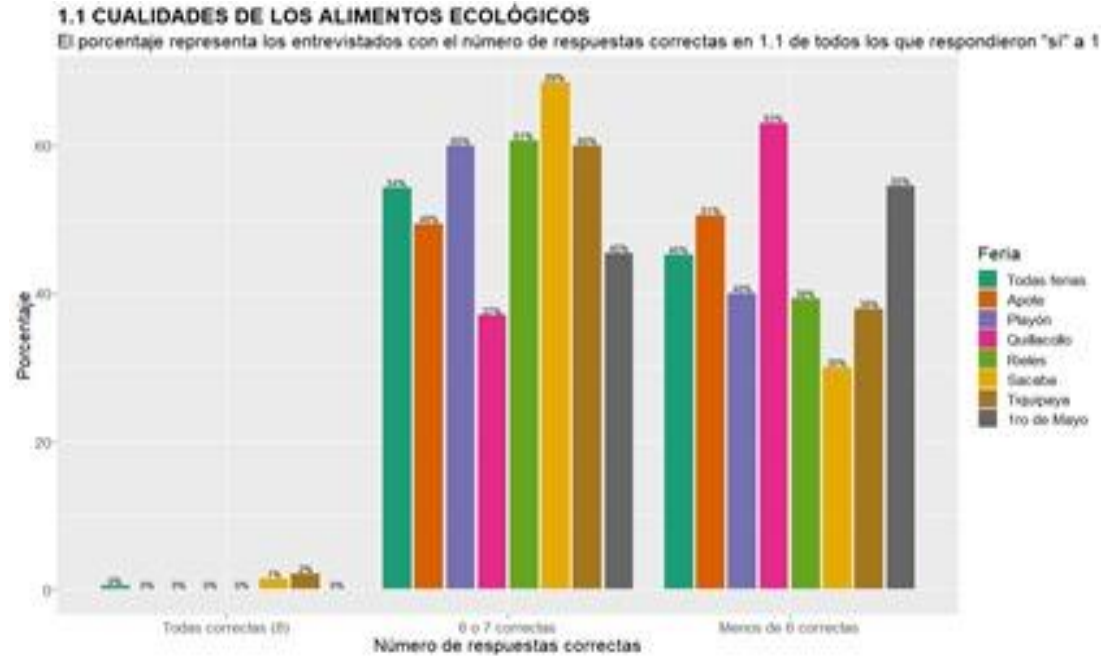
# Línea de tiempo



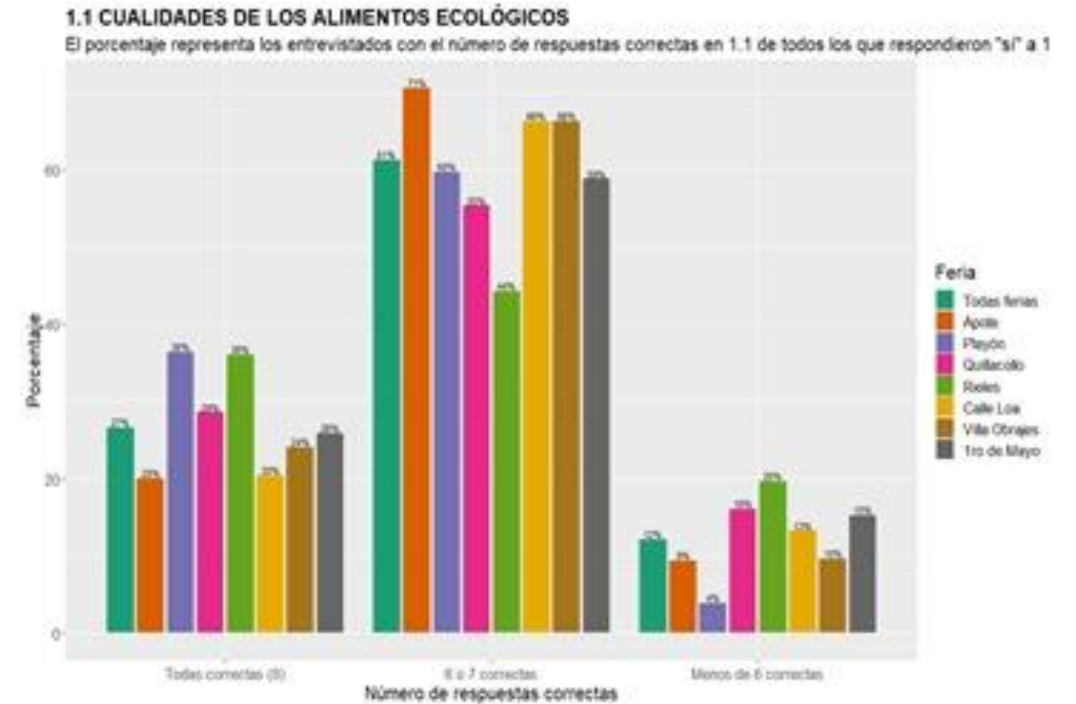
# ¿Qué cambios hemos logrado?

¿Los consumidores conocen los alimentos ecológico - naturales?

## CONOCIMIENTO LÍNEA BASE



## CONOCIMIENTO LÍNEA FINAL



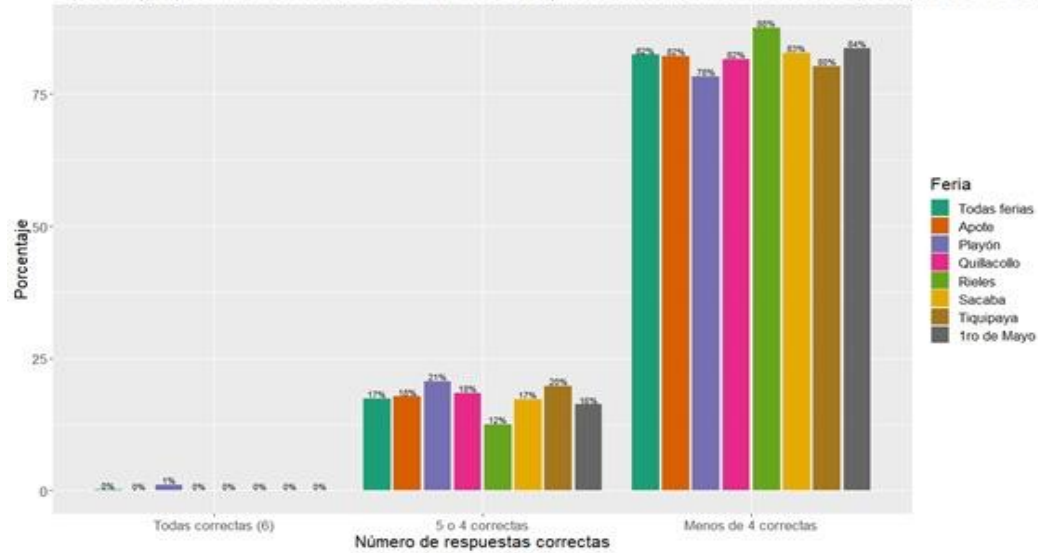


# Conocimiento de los efectos en la Salud al consumir alimentos producidos con agroquímicos

## CONOCIMIENTO LÍNEA BASE

### 3.1 EFECTOS EN LA SALUD AL CONSUMIR ALIMENTOS PRODUCIDOS CON AGROQUÍMICOS

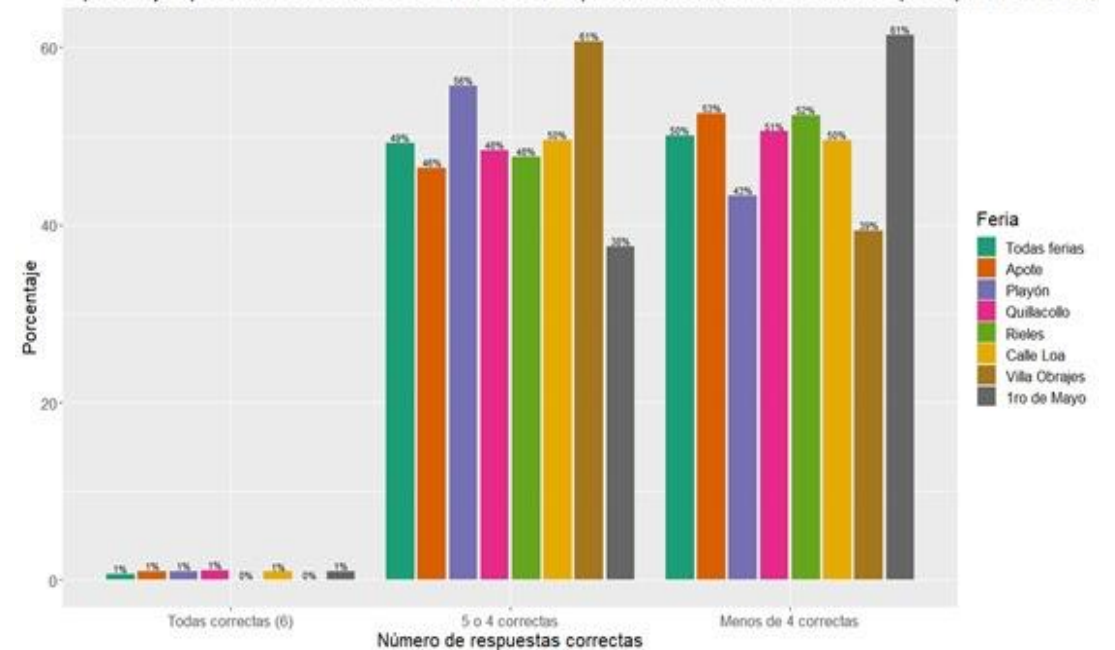
El porcentaje representa los entrevistados con el número de respuestas correctas en 3.1 de todos los que respondieron "sí" a 3



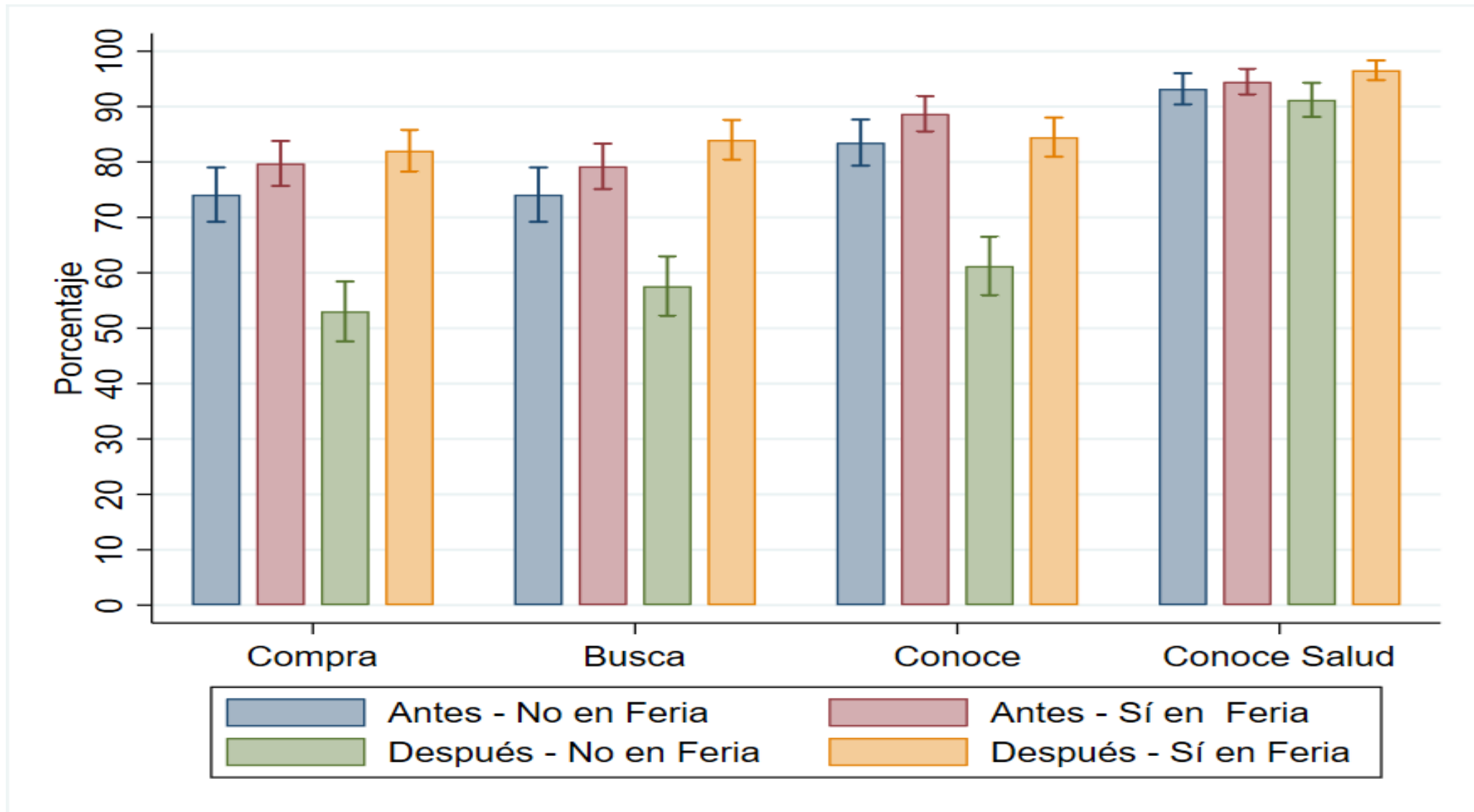
## CONOCIMIENTO LÍNEA FINAL

### 3.1 EFECTOS EN LA SALUD AL CONSUMIR ALIMENTOS PRODUCIDOS CON AGROQUÍMICOS

El porcentaje representa los entrevistados con el número de respuestas correctas en 3.1 de todos los que respondieron "sí" a 3

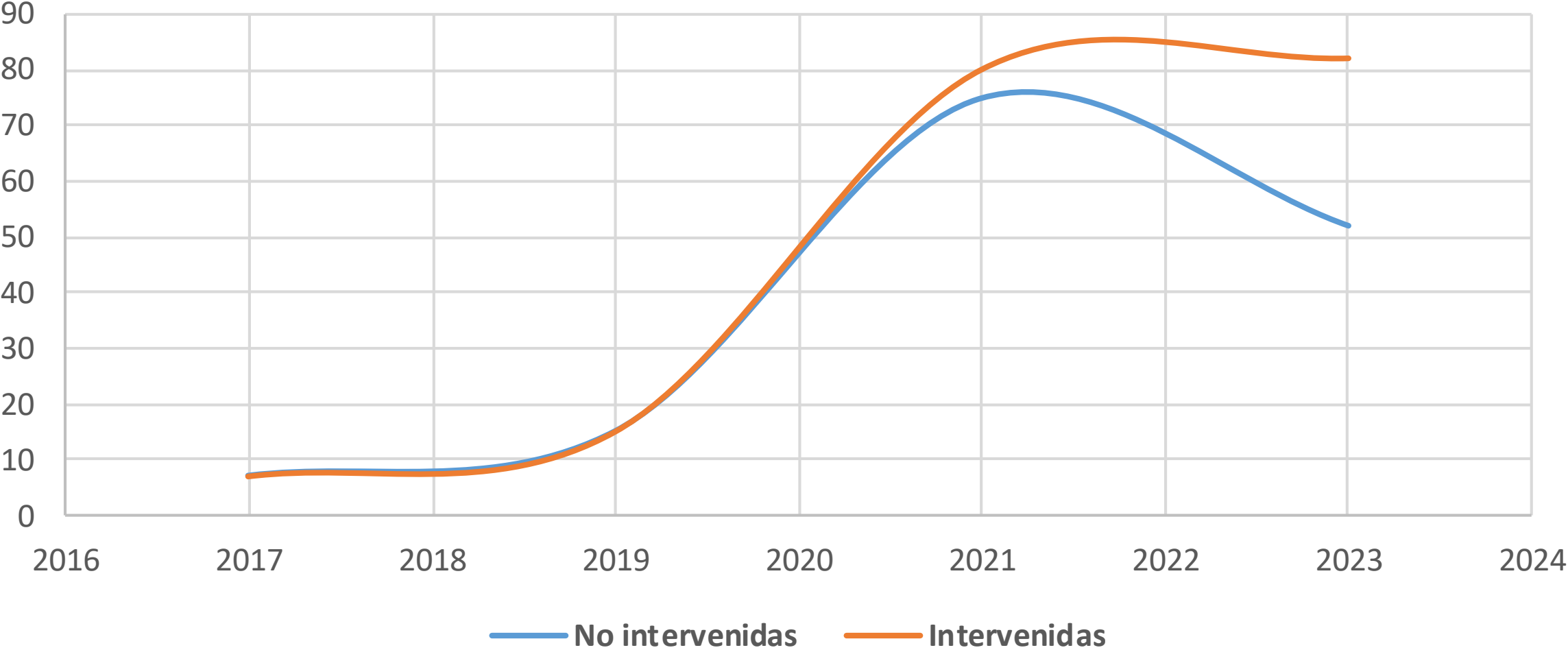


# Comparación Ferias intervenidas y no intervenidas (LB-LF)





# Tendencia demanda de alimentos ecológicos en el tiempo



## ¿Cómo se ha enterado?

Vive cerca	39%
Alguien me dijo	30%
Intervención	24%
Porque sé y busco	22%
No sabía/no creo	16%

## ¿Quién le avisó?

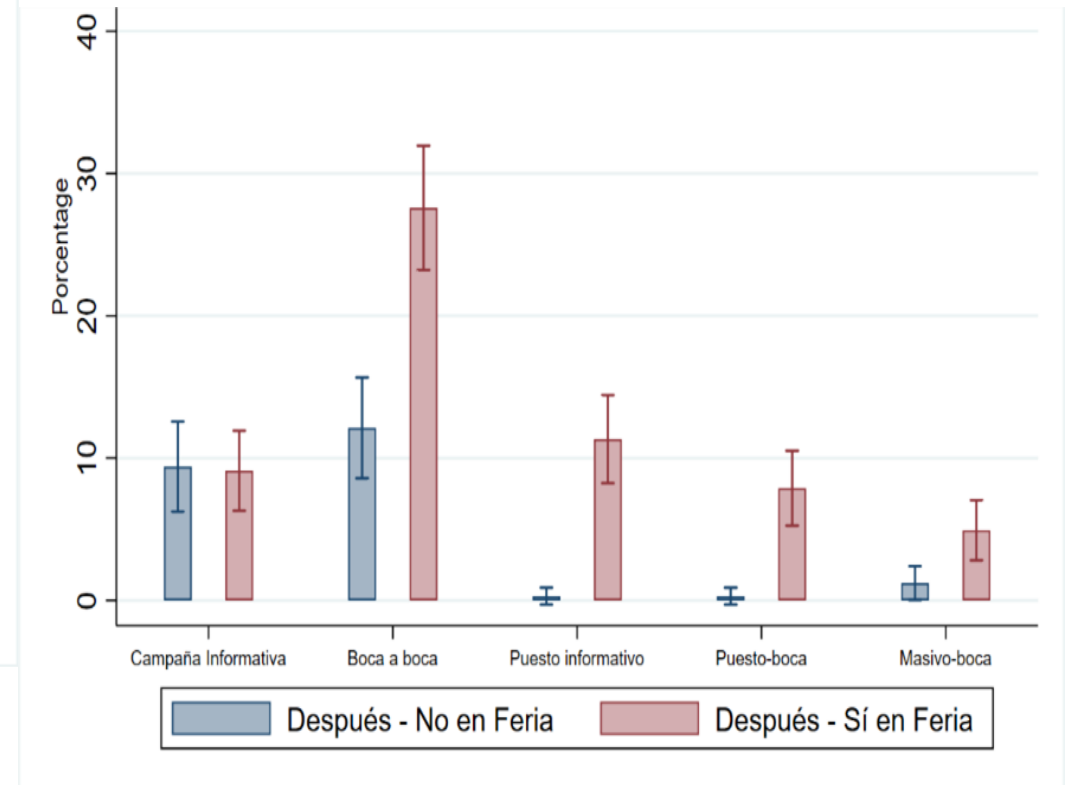
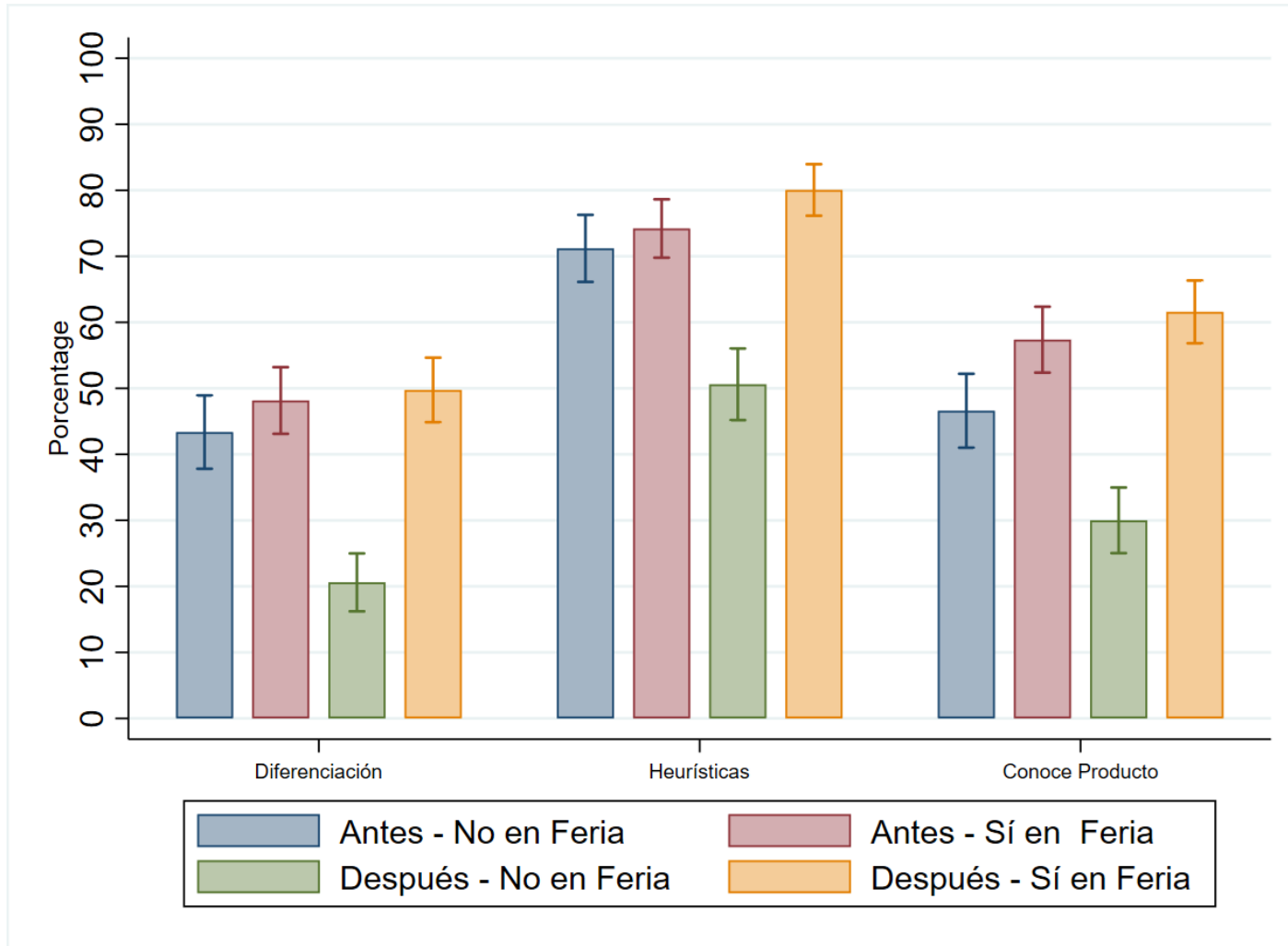
Un familiar	77%
Vecinos	6%
En la Iglesia	5%
En la Posta de Salud	5%
Amigas	3%
Referencias	3%
En un taller de institución	2%

## Evaluación de intervención:

Diferenciación	13,2%
Cuñas	5,4%
RRSS	5,3%
Televisión	2,2%
Puesto Informativo	1,6%
Las productoras	1,6%
En la UE cerca a la feria	1,4%
En la OTB durante la pander	1,0%
En Huerto Tour	0,1%
Publicidad de la Alcaldía	0,1%



# Comparación Ferias intervenidas y no intervenidas (LB-LF)



# Reflexiones y aprendizajes



# Reflexiones y aprendizajes

- La demanda baja, cuando ya no tenemos miedo
- Una campaña con todos los elementos de la teoría del cambio de comportamiento puede mantener al consumidor con el mismo nivel de demanda como si estuviéramos en pandemia
- ¿Sigue bajando cuando no estamos bajo “presión”?
- Siguen existiendo consumidores que no compran alimentos ecológicos:
  - Porque no pueden reconocerlos en las ferias
  - Porque no hay suficiente/ no los tienen cerca
  - Porque no confían en ellos
- Las heurísticas, la confianza y el boca a boca son centrales en futuras campañas

# Reflexiones finales

- Importancia de trabajar con consumidores de recursos medios y bajos para reivindicar y **democratizar** el consumo de alimentos sanos y ecológicos, no en ferias especializadas con productores certificados que tienen de "target" al consumidor con ingresos altos
- Todas las ferias locales y barriales tienen un pequeño productor que trae lo suyo (aunque sea estacionalmente) – Empujar el boca a boca para encontrar al productor, preguntar cómo produce y comprar al productor agroecológico



“Comer es un acto político, económico, de desarrollo”

