

# Quiero Busco y Como Alimentos Agroecológicos



Fundación  
**AGRECOL**  
Andes

Quiero

Busco

Como

# Alimentos Agroecológicos



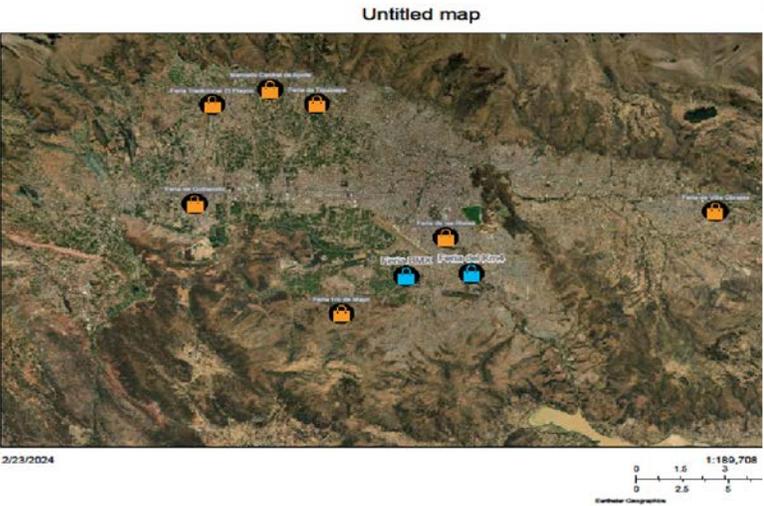
Fundación  
**AGRECOL**  
Andes

# Contenido

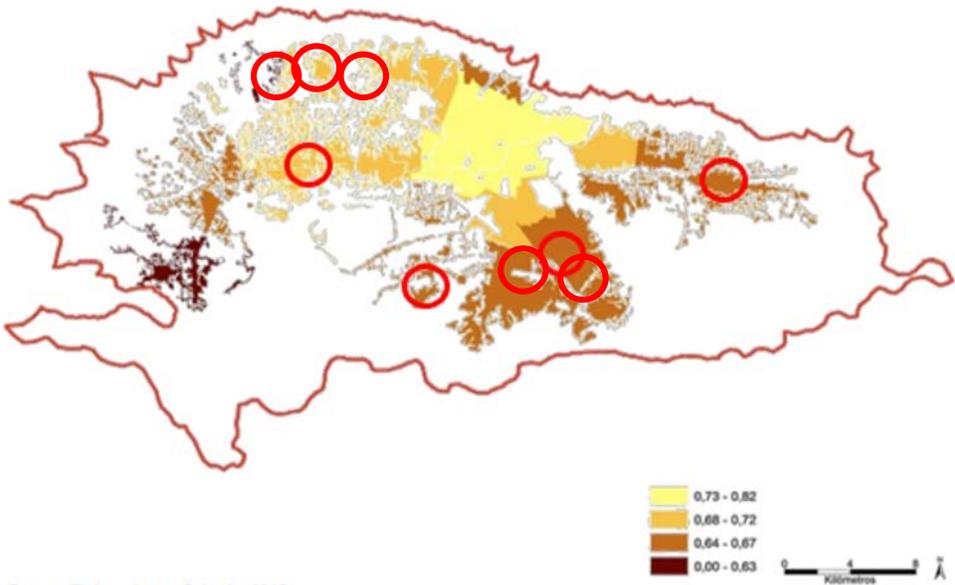
- Situación y el contexto
- Objetivos
- Metodología
- Acciones en ferias y con consumidores
- Resultados principales
- Conclusiones e implicaciones



# 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.





# ¿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.

# Objetivo General del Proyecto 2016 - 2023

- 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

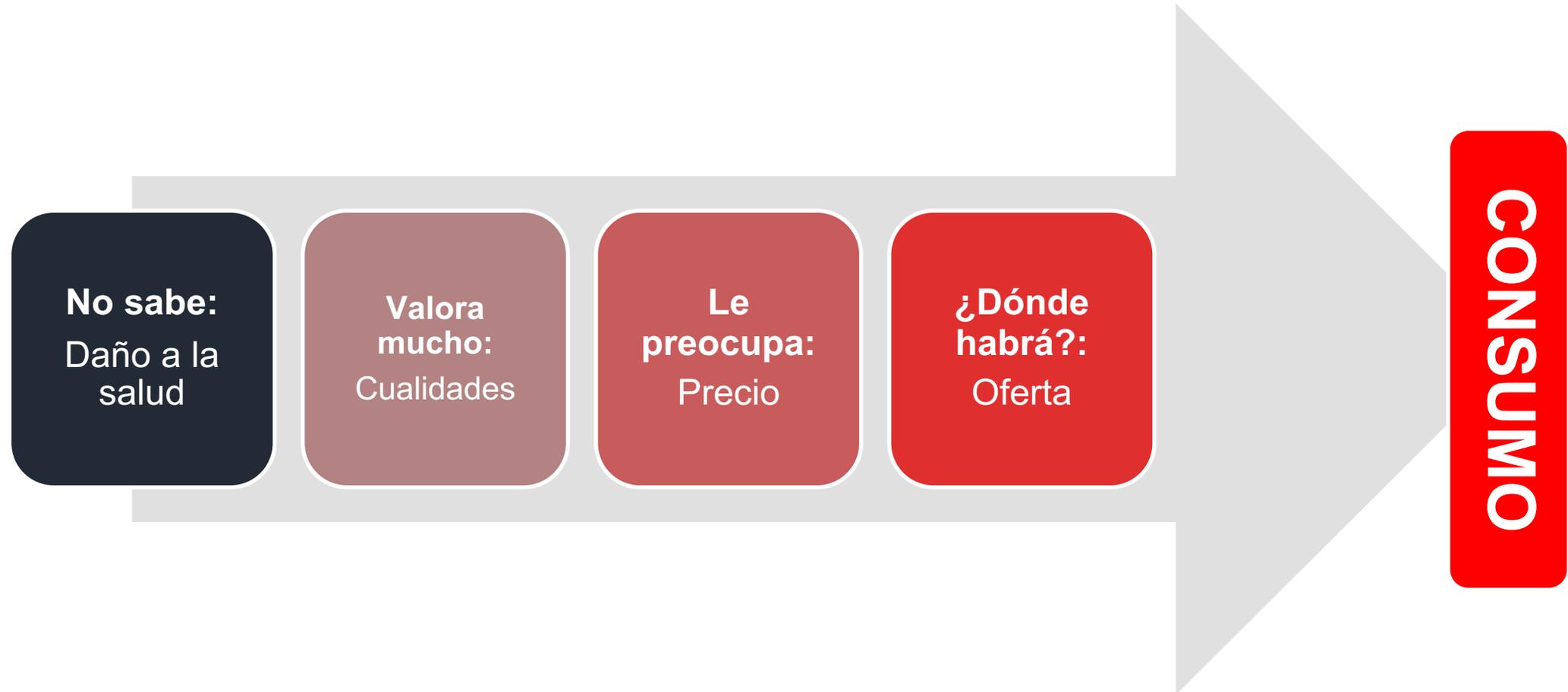
# Metodología

- Línea Base Vs Línea Final
- 100 encuestas por feria
- ODK
- 4 preguntas generales
- 6 – 8 preguntas “trampa”

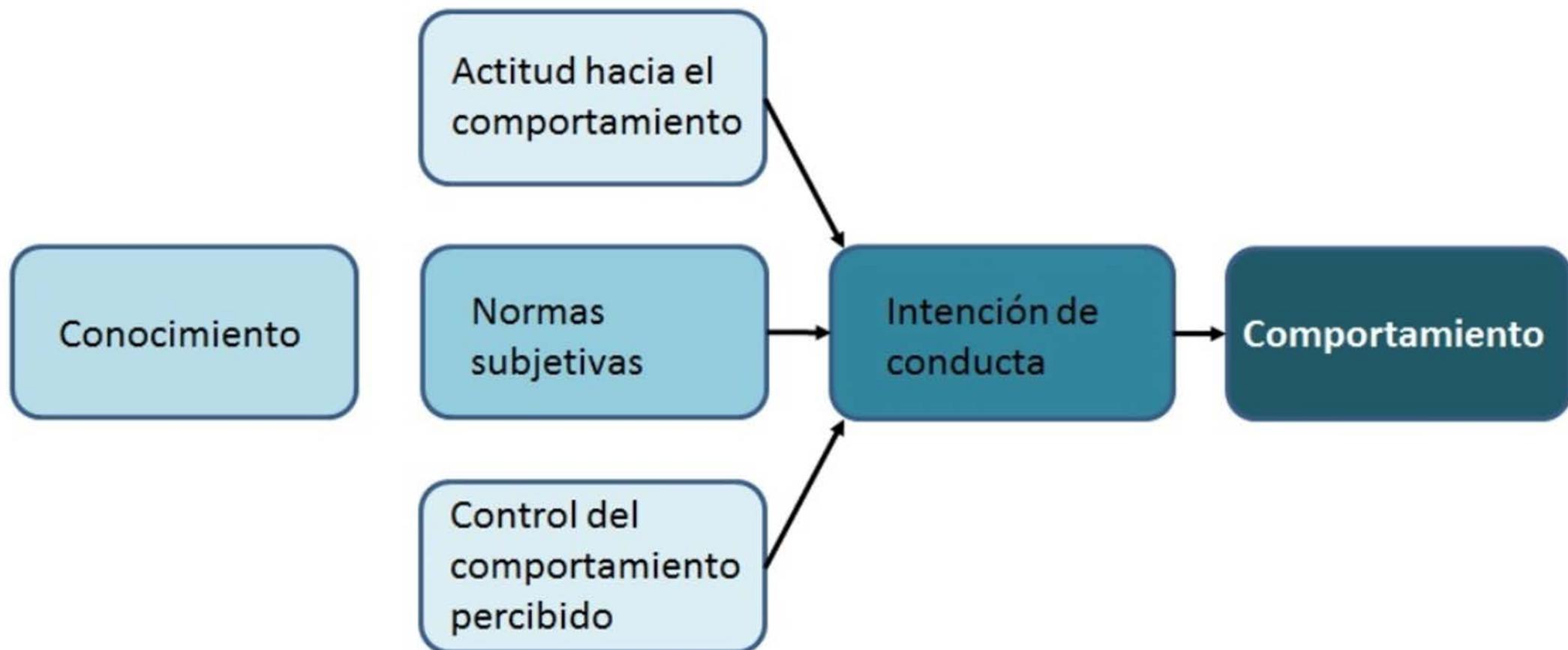
Sabe  
+  
Compra

Sabe  
+  
No Compra

# Razones de compra/no compra



## Teoría del comportamiento planificado



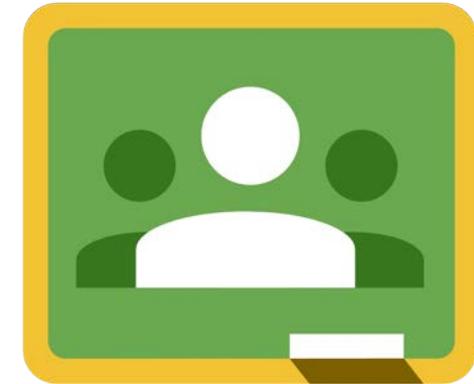


COMPONENTE  
CONSUMIDORES



Acciones en 7 ferias y con consumidores

# Campaña con Consumidores



## Modulos educativos e iniciativas en Unidades Educativas



Conocimiento



Normas  
subjetivas

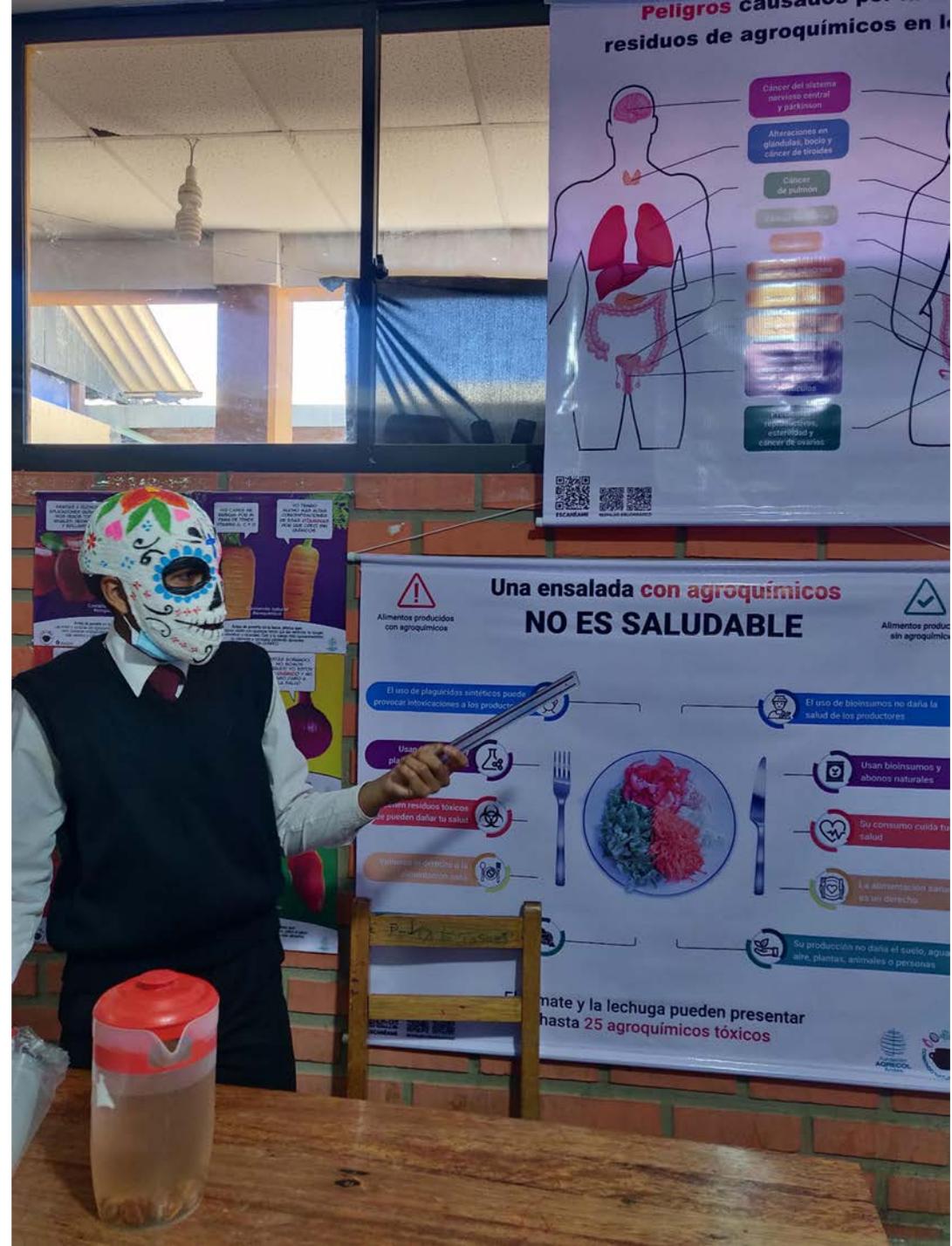




Conocimiento



Conocimiento





Conocimiento

Actitud hacia el comportamiento



# Huerto tours



Actitud hacia el  
comportamiento



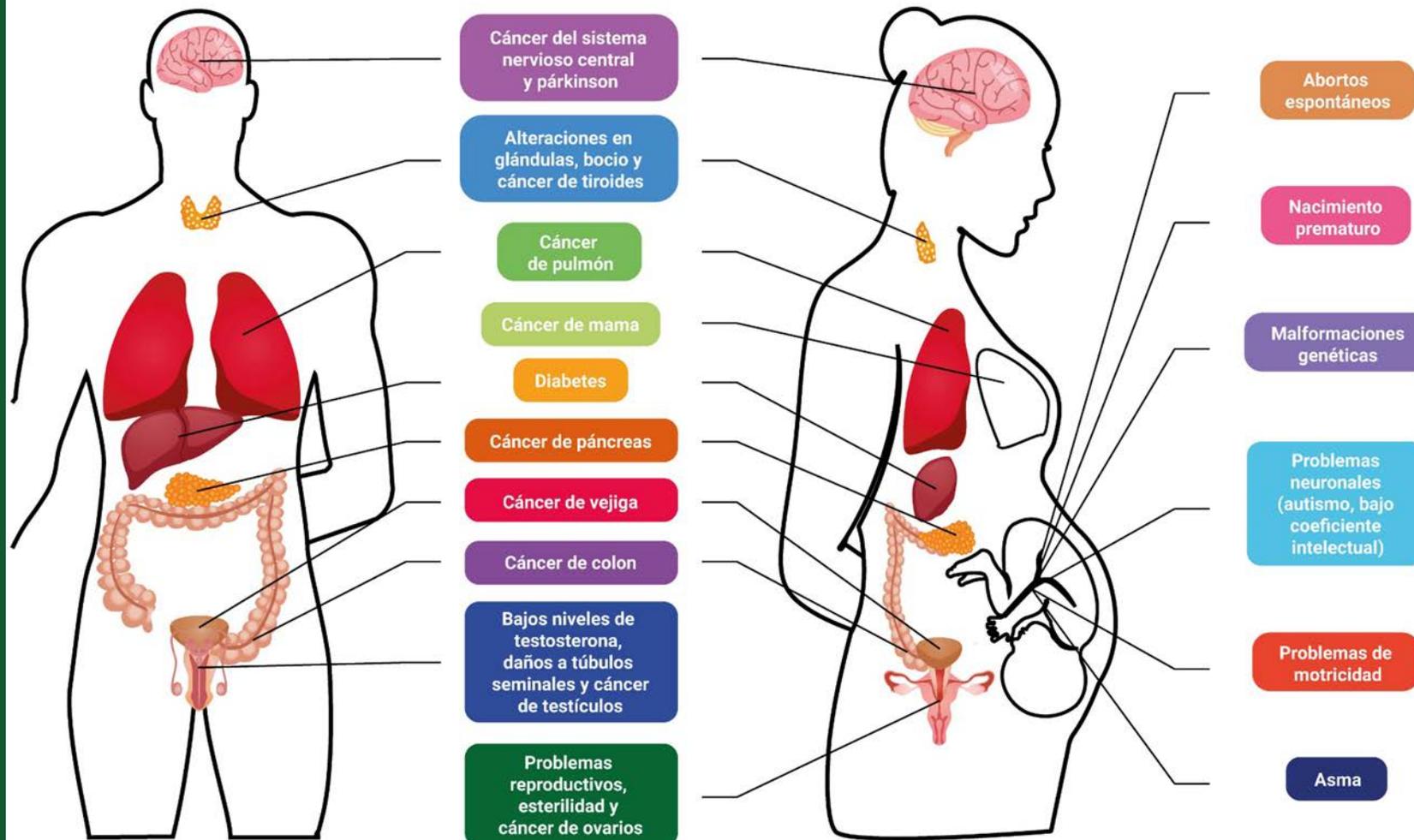
CASE, ANTES DE PONER  
LOS ALIMENTOS EN TU BOCA,  
PIENSA QUE...

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

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

Fundación AGRECOL Andes

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



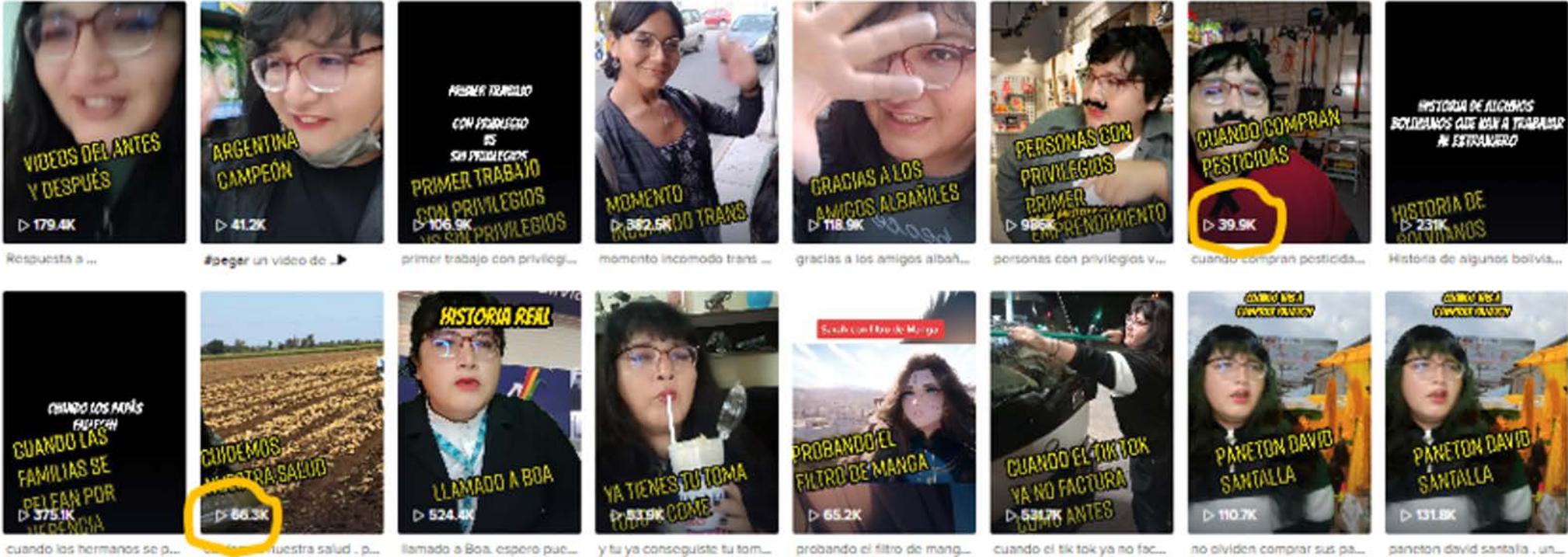
<https://www.agrecolandes.org/wp-content/uploads/2022/04/Triptico-Agroquimicos-y-Ferias-final-opt.pdf>



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

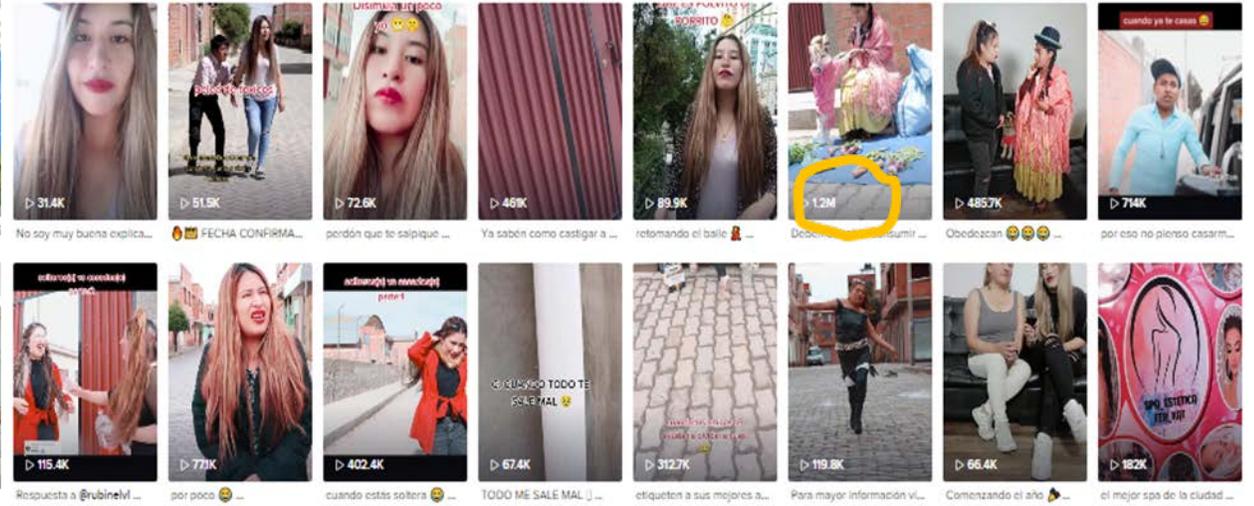


Mensajes

110 Siguiendo 527.6K Seguidores 5.1M Me gusta

soy army de corazon  
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 - Comen

Inicio Información Fotos Vídeos Más

Mi página

Información



- Compartir o usar los beneficios de localización, privacidad, notificaciones, notificaciones de salud y recibir ideas de productos comprar artículos similares.
- A. 5.000 personas siguen esta página.
- 5.000 personas siguen esta página.
- https://www.ecoguia.com.bo/.../agropecuaria
- Reservar alojamiento
- Comprar
- Reservar un lugar de dormir

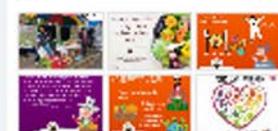
Sugerir cambios

¿En el momento de ver esta información te gustaría cambiar algo?

¿MANTENERLO?

Si No No sé

Fotos



Videos



Mi página



agropecuaria - Fundación Agrícola Andina

2 seguidores 2 personas siguen esta página

Mi página

Compartir



¿Qué son los agroquímicos? 3 elementos



Fotos del perfil 3 elementos



Fotos de portada 9 elementos



Ferias de Productor al Consumidor 5 elementos



Plaguicidas, salud y alimentos 5 elementos

Todas las fotos



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...

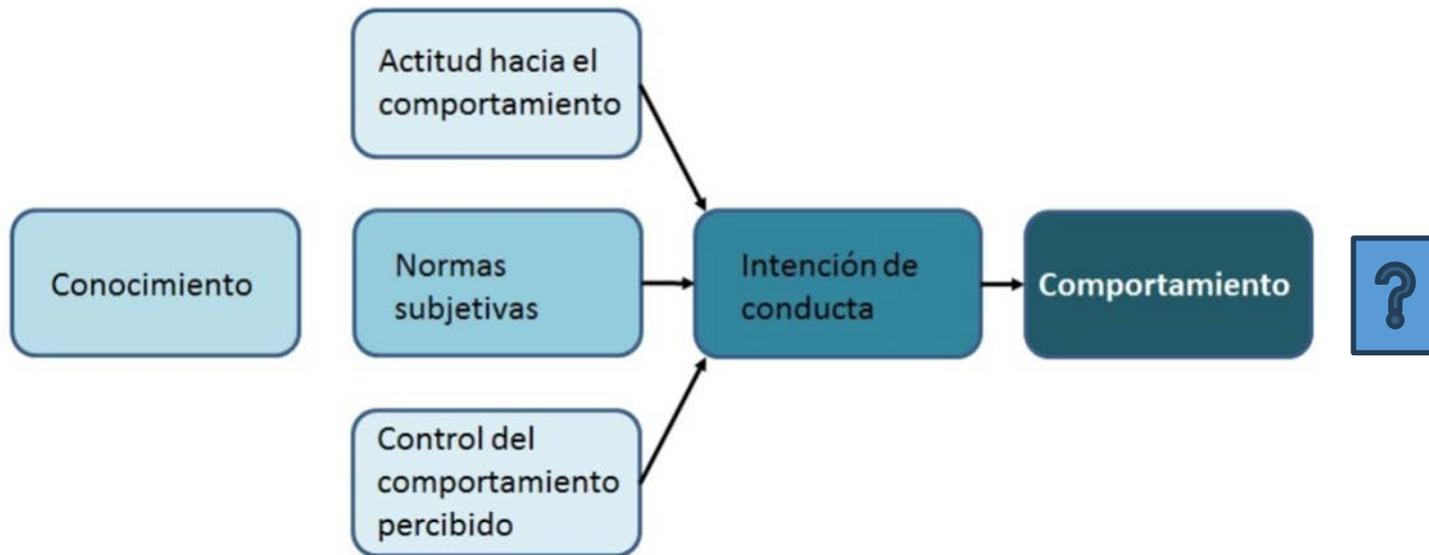


Experiencias de Agroforestería en  
parques nacionales: municipio de...

Control del comportamiento percibido



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



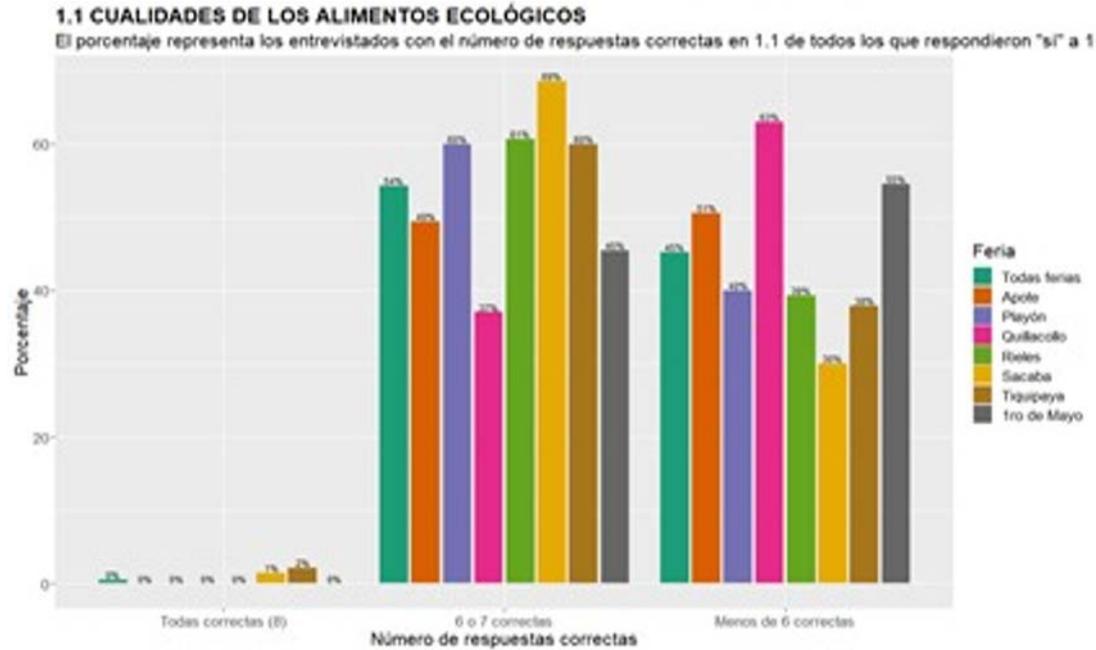
# Resultados principales

---

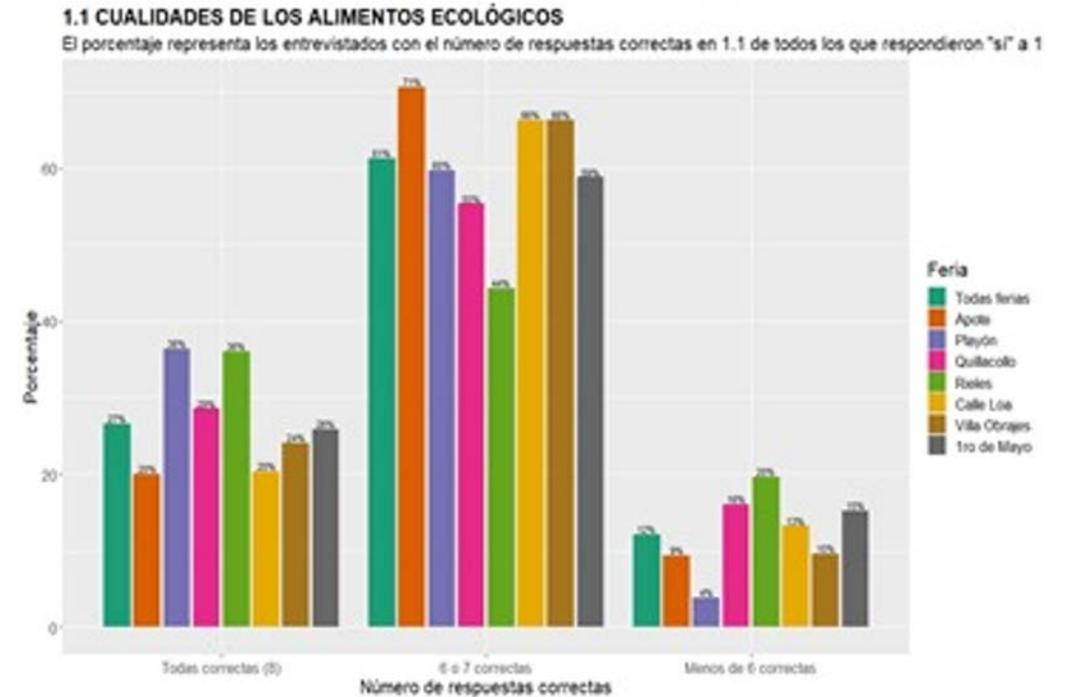
# ¿Qué cambios hemos logrado?

¿Los consumidores conocen los alimentos ecológico - naturales?

## CONOCIMIENTO LÍNEA BASE



## CONOCIMIENTO LÍNEA FINAL

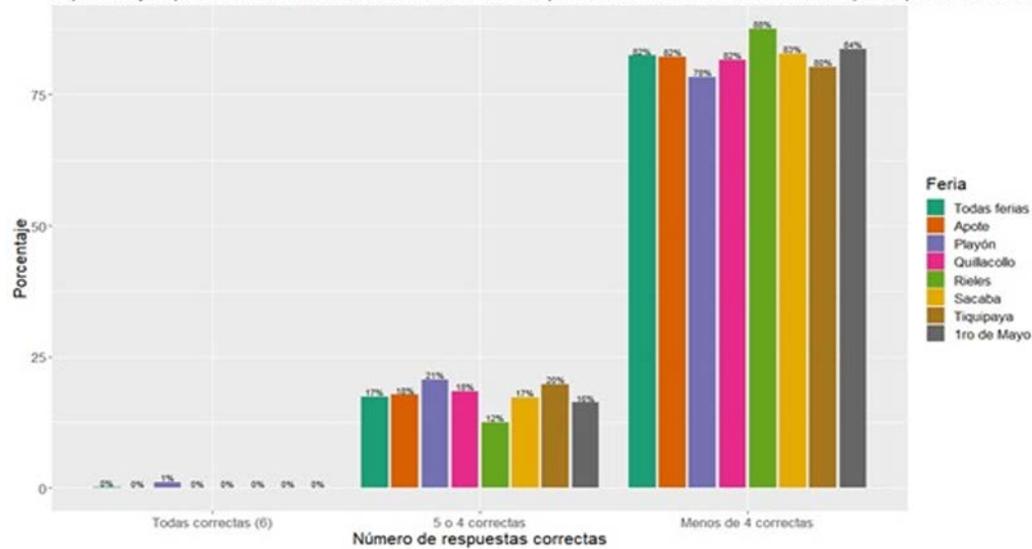


# Conocimiento de los efectos en la Salud al consumir alimentos producidos con agroquímicos

## CONOCIMIENTO LÍNEA BASE

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

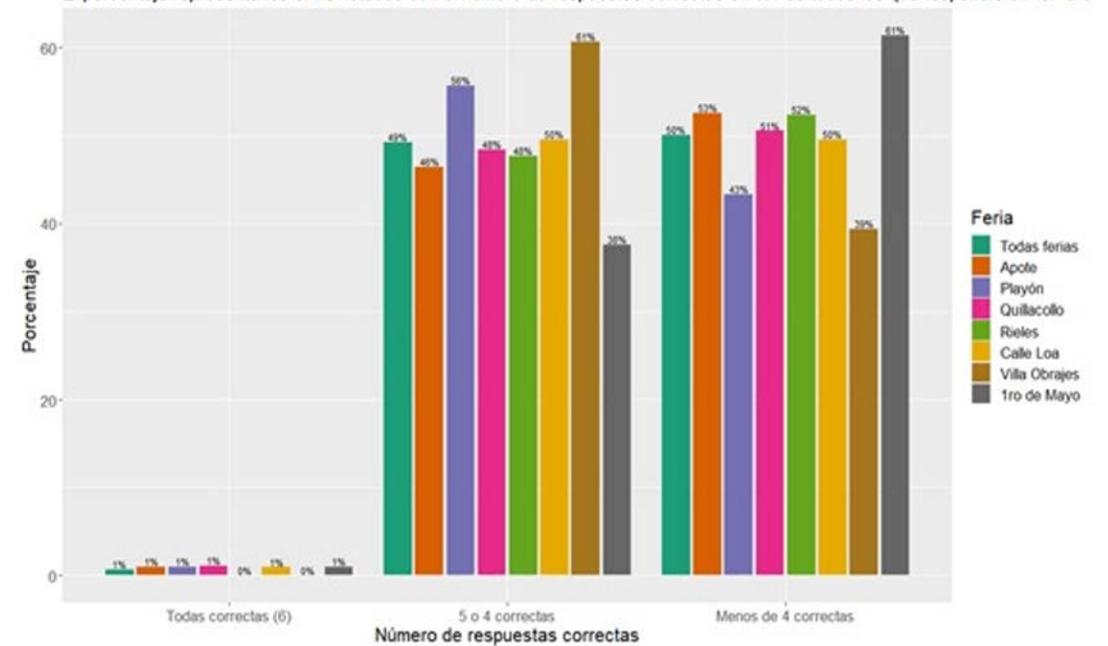
El porcentaje representa los entrevistados con el número de respuestas correctas en 3.1 de todos los que respondieron "sí" a 3



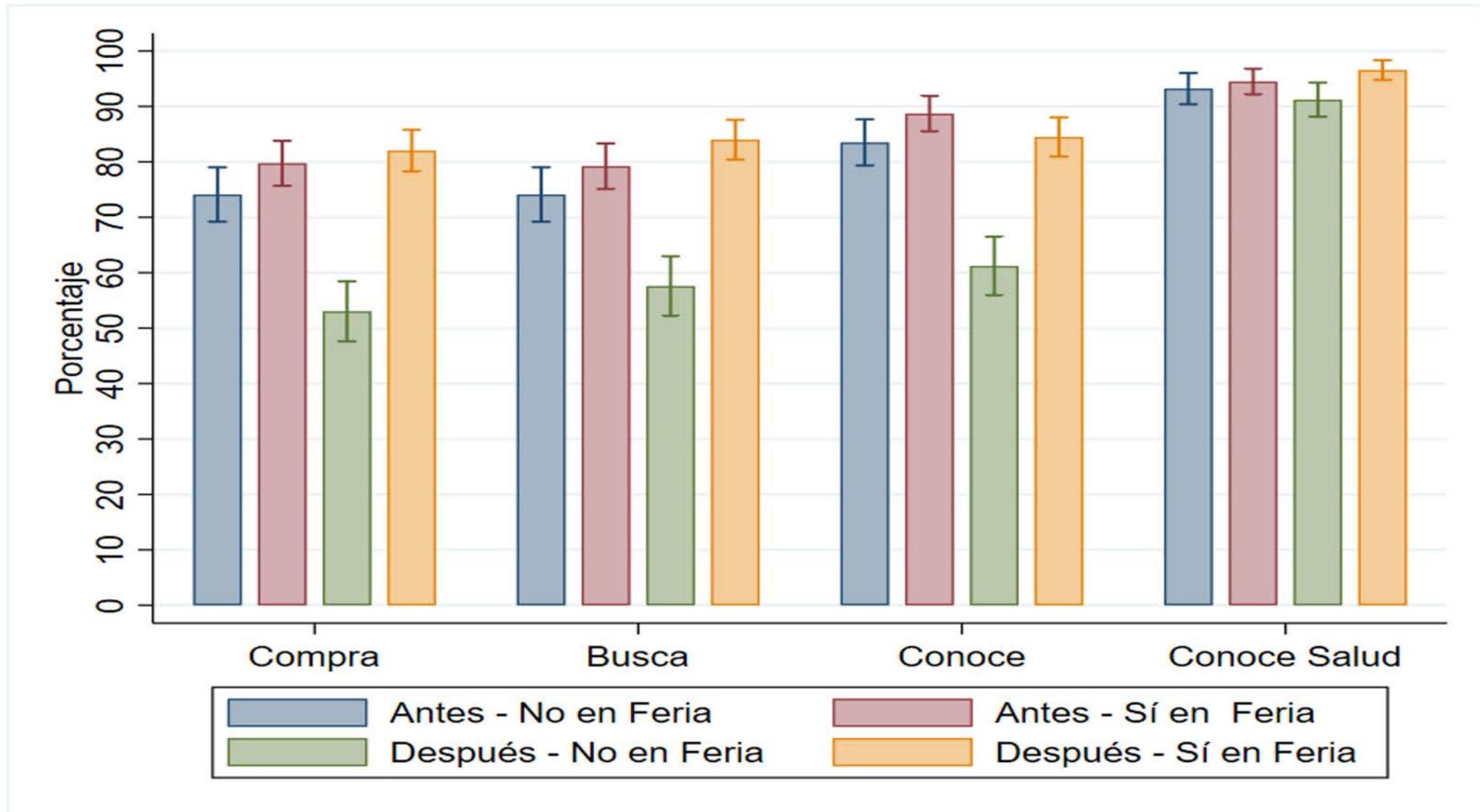
## CONOCIMIENTO LÍNEA FINAL

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

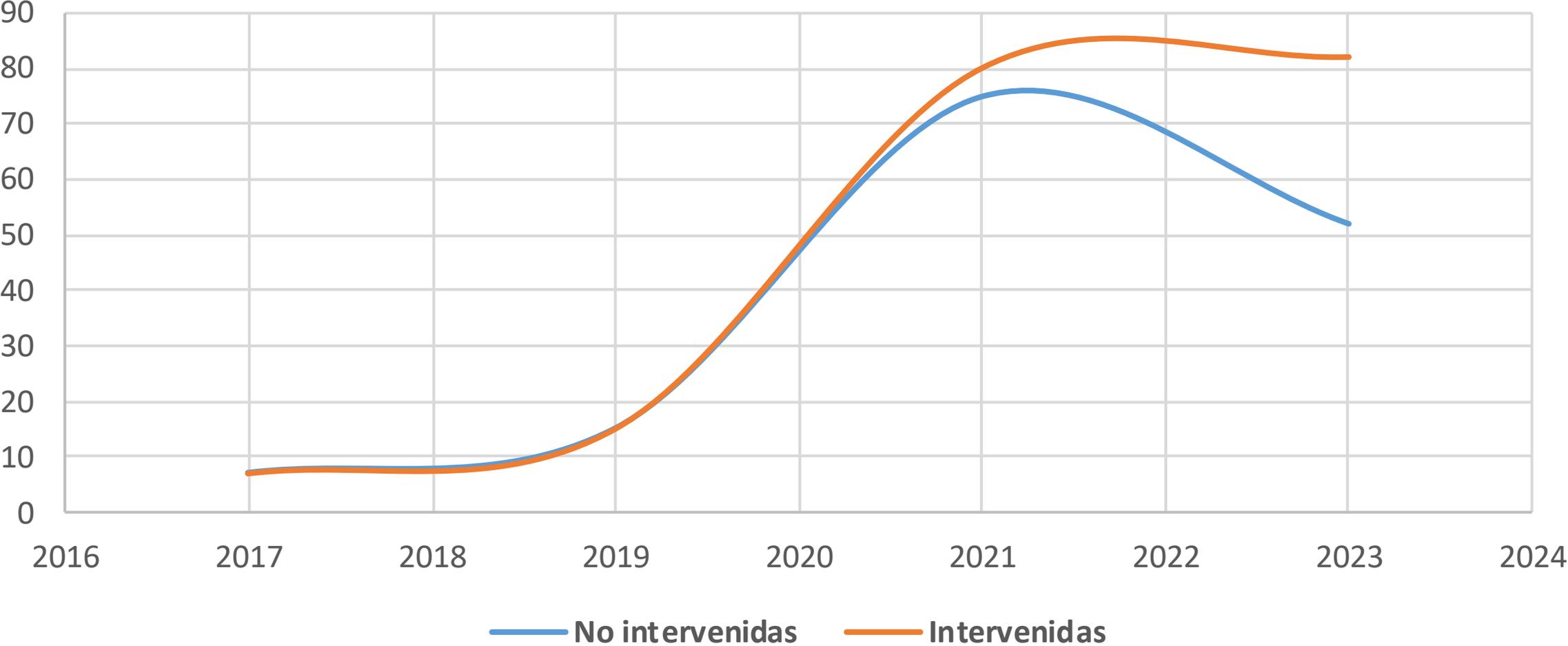
El porcentaje representa los entrevistados con el número de respuestas correctas en 3.1 de todos los que respondieron "sí" a 3



# 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%

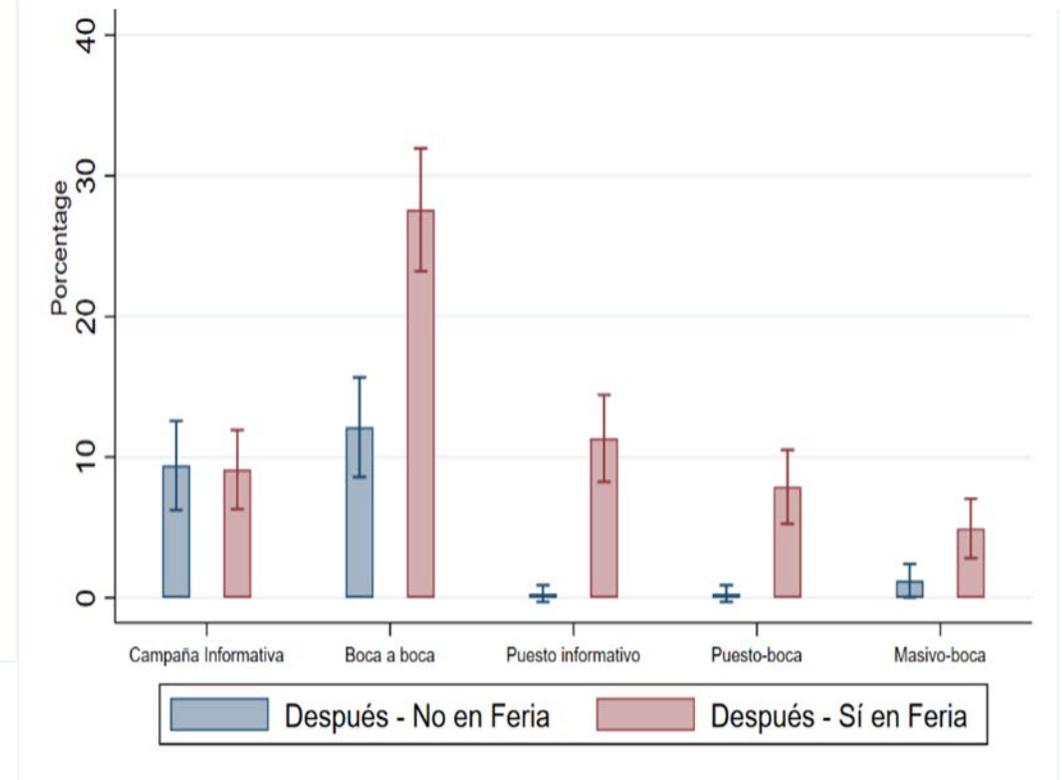
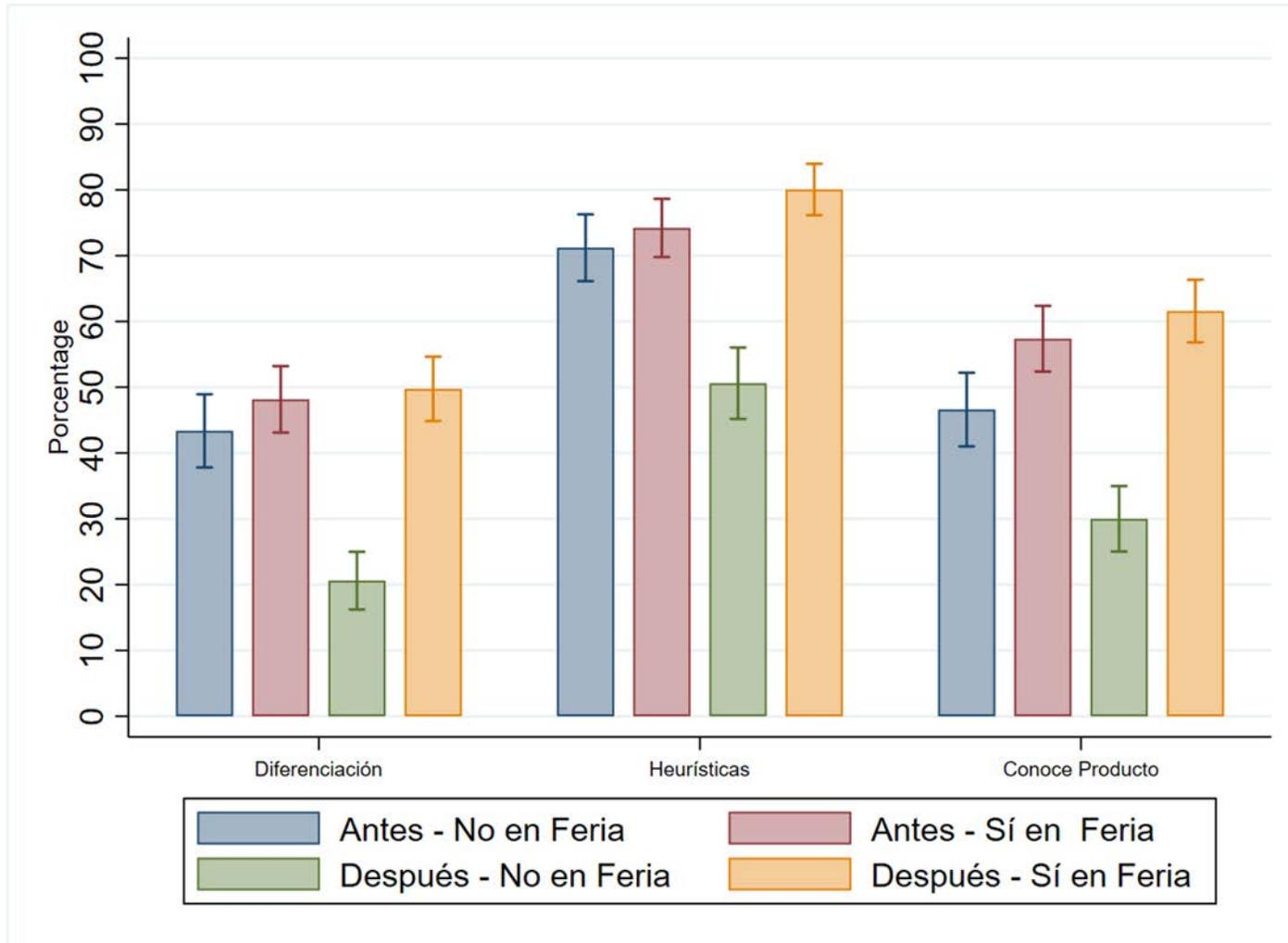
## ¿Quién le avisó?

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)



# Conclusiones e implicaciones

# 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”

