

Curso virtual:

Compras públicas para la  
soberanía alimentaria en Bolivia

UNIDAD 4:

## Enfoques y herramientas para la planificación para compras públicas



Foto: En la entrega del subsidio prenatal y de lactancia, SEDEM

Docente: Geovana Mercado





- © Mercado Geovana (2016). Unidad 4. Enfoques y herramientas para la planificación para compras públicas En: Curso virtual – Compras públicas para la soberanía alimentaria en Bolivia. La Paz: IPDRS -Interaprendizaje. Campo virtual por la tierra y el desarrollo rural.
- © Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica  
[www.sudamericarural.org](http://www.sudamericarural.org)  
[www.interaprendizaje.ipdrs.org](http://www.interaprendizaje.ipdrs.org)  
[interaprendizaje@ipdrs.org](mailto:interaprendizaje@ipdrs.org)
- Av. 20 de octubre # 2396, casi esq. Belisario Salinas  
Edif. María Haydee. Piso 12  
Telf. 591-2-2115952  
Casilla N° 9052

# ÍNDICE

Capítulo 1. Marco filosófico - conceptual.....	3
1. Soberanía alimentaria .....	5
2. Economía de la proximidad: los circuitos de proximidad .....	7
3. Demanda estructurada .....	10
Capitulo 2. Herramientas para facilitar las compras públicas .....	11
1. Importancia de la planificación en procesos de compras públicas.....	11
1.1. Influencia del tipo de producto a demandar.....	12
1.2. Ubicación geográfica y frecuencia de las entregas.....	12
2. Pasos recomendables para un plan de compras públicas.....	13
2.1. Conocer las características de la producción local y sus actores.....	13
2.2. Definir los productos a comprar y el tipo de compra.....	14
2.3. Definición participativa de los menús.....	15
2.4. Tipos de compras y normativas .....	16
2.5. Organizar y realizar la compra.....	18
2.5.1. Compras mediante SABS-181 .....	18
2.5.2. Compras directas mediante normas progresistas.....	25
2.6. Evaluación, retroalimentación y planificación .....	29
3. Sostenibilidad de las compras locales.....	29
3.1. Promoción del consumo local y alcance a otros mercados .....	29
3.2. Incidencia Política .....	30
4. Referencias .....	33
5. Anexos .....	34
5.1. Calendario Agrícola de oferta productiva.....	34
5.2. Mapeo de unidades productivas .....	35
5.3. Base de datos de productores y productos locales .....	36

# Enfoques y herramientas para la planificación para compras públicas

## Capítulo 1. Marco filosófico - conceptual

A través de las anteriores unidades, hemos podido observar las principales características de las compras públicas de alimentos en Bolivia. Desde la normativa, se observó una gran apertura y variadas leyes, decretos y políticas diseñadas con el objetivo de facilitar la inclusión en mejores mercados tales como las compras estatales. Sin embargo en la unidad dos observamos que a través de los años esa inclusión es mínima y hasta insignificante. Pero también observamos el gran poder de compra del Estado distribuido entre sus niveles, central, departamental y municipal. Que nos falta entonces para lograr esta inclusión? Es tan difícil venderle al Estado o comprar localmente?

En un estudio de la FAM realizado en el 2008, se determinaron las principales razones por las cuales los municipios no logran realizar compras locales:



Para el 43% la principal razón era la falta de capacidad de los pequeños productores para hacer frente a requisitos tales como volúmenes de producción,

calidad y variedad de productos que satisfagan la demanda municipal; el 22% señalaba como principal obstáculo la falta de formalidad de los pequeños productores (falta de documentos, registro sanitario y NIT). Otras razones fueron: la falta de oferta productiva en la zona (19%), el hecho de haber licitado sus compras con otras empresas (16%) y la falta de interés por parte de los productores locales (3,3%).

Pese a ser un estudio del 2008, y pese a que la normativa haya evolucionado favorablemente desde entonces, aún la participación de los pequeños productores no ha cambiado, lo cual nos lleva a preguntarnos si es que existe un cierto sesgo hacia la pequeña producción en el mercado de las compras estatales ¿Será que el problema está relacionado al tipo de productos que se exigen a las y los pequeños productores? Y ¿cuáles son los enfoques que guían a la compra pública de los diferentes tipos de alimentos ¿Será un enfoque de soberanía alimentaria?

Tal vez el problema sean precisamente los enfoques que guían las compras públicas de alimentos, puesto que se exigen productos con características muchas veces ajenas o muy lejanas a la realidad del área rural y los y las pequeñas productoras. Debido a esto, muchos pequeños productores que no cuentan con las capacidades para lograr una provisión efectiva, terminan saliendo del mercado o ni siquiera lo intentan por considerar este mercado un "mercado complicado" o demasiado exigente.

Debido a esto, antes de intentar comprar a pequeños productores debemos reflexionar y pensar cuáles son los enfoques que guían nuestra compra y como estos afectan a la inclusión de pequeños productores en el mercado de las compras estatales de alimentos. En primer lugar si el objetivo es lograr a través de las compras la inclusión de pequeños productores y el desarrollo económico local o territorial, entonces nos referimos a compras que no siguen las lógicas clásicas de eficiencia económica. No estamos buscando solamente alcanzar el objetivo de eficiencia económica, sino también estamos buscando eficiencia social, al usar los recursos destinados a las compras, para al mismo tiempo que se realiza la compra, beneficiar a los productores locales o más cercanos. Balancear estos dos objetivos: eficiencia económica y eficiencia social suele ser complicado pero ambos no son excluyentes, sin embargo se requiere de un esfuerzo adicional, de reflexión, creatividad y flexibilidad. Por lo tanto de acuerdo al enfoque con el que se realice la compra se deberán realizar las acciones y ajustes necesarios.

En nuestra Constitución y la normativa hemos visto que el Estado plantea un enfoque de seguridad alimentaria con soberanía para todas sus compras además de la amplia inclusión y promoción de pequeños productores y productoras. Debido a esto se asume que los compradores están en la obligación de realizar las compras siguiendo este enfoque.

A continuación, revisaremos algunos conceptos que dan fondo a la nueva normativa, tales como el paradigma de Soberanía Alimentaria y otros conceptos más prácticos que nos ayudaran a la comprensión de los que involucran las compras públicas para la soberanía alimentaria.

## 1. Soberanía alimentaria<sup>1</sup>

El paradigma de la soberanía alimentaria se constituye en un paradigma holístico que toca no solamente el tema de la disponibilidad de los alimentos sino también cuestiona los procesos desde su origen hasta su llegada a la mesa familiar. La soberanía alimentaria plantea la autonomía local, los mercados locales y la acción comunitaria, e implica la posibilidad de ejercer derecho de decisión sobre lo que se va a consumir en la mesa diaria. Garantizar este derecho pasa por garantizar el acceso y la disponibilidad de los alimentos culturalmente aceptados para la población. Asimismo, el paradigma de soberanía alimentaria vincula a los actores con su territorio e identidad cultural, ya que apuesta por la conservación de las diferentes prácticas alimentarias de los pueblos y las formas tradicionales de producción rescatando saberes ancestrales y proponiendo una fusión y modernización de los mismos sin pérdida de identidad local y regional:

*"La Soberanía Alimentaria es el derecho de los pueblos, comunidades y países a definir sus propias políticas agrícolas, pastoriles, laborales, de pesca, alimentarias y agrarias que sean ecológica, social, económica y culturalmente apropiadas a sus circunstancias exclusivas. Esto incluye el derecho real a la alimentación y a la producción de alimentos, lo que significa que todos los pueblos tienen el derecho de tener alimentos y recursos para la producción de alimentos seguros, nutritivos y culturalmente apropiados, así como la capacidad de mantenerse a sí mismos y a sus sociedades".<sup>2</sup>*

El concepto de Soberanía alimentaria más allá de ser un concepto teórico, se constituye en el planteamiento de un nuevo paradigma social en contra del sistema agroalimentario actual. Este concepto nace de los movimientos sociales campesinos los cuales lo expresaron por primera vez en la Cumbre Mundial de la Alimentación realizada en Roma en 1996. Desde entonces, se realizaron varios encuentros, en los cuales se continuó discutiendo y profundizando conceptualmente este nuevo paradigma.

---

<sup>1</sup> Extractado de Mercado, (2015). Hacia la praxis de la soberanía alimentaria: los pequeños productores y los costos de transacción, en: Farah y Elías, (eds) "Teoría y Praxis de la Soberanía Alimentaria en Bolivia" La Paz: CIDES-UMSA.

<sup>2</sup> De: "Soberanía alimentaria: un derecho para todos", Declaración política del Foro de ONG/OSC para la Soberanía Alimentaria. Roma, junio de 2002.

El surgimiento de este concepto, ha sido atribuido a una reacción al mal uso del término "seguridad alimentaria" el cual si bien oficialmente se refiere a que "todos y todas tengan una cantidad suficiente de buenos alimentos para comer todos los días" (GRAIN, 2005:p2), no hace referencia a la procedencia de los mismos en términos de quiénes lo producen y en qué condiciones, dando lugar al predominio de la agroindustria y los alimentos baratos importados como la mejor opción para la alimentación de los países pobres (Ibíd., 2005).

Al respecto, Carrasco y Tejada, (2008) comparan los enfoques de seguridad alimentaria y de soberanía alimentaria, encontrando diferencias substanciales, las cuales son expresadas en la siguiente tabla:

Tabla 1: Diferencias entre los Enfoques de Seguridad y Soberanía Alimentaria

Seguridad Alimentaria	Soberanía Alimentaria
Problema de naturaleza principalmente técnica	Problema de naturaleza eminentemente política
Requiere políticas adecuadas	Requiere cambios estructurales a través de políticas nacionales e internacionales adecuadas
No cuestiona el modelo de desarrollo neoliberal	Identifica al modelo neoliberal como agravante de la pobreza
Proviene de la FAO y los organismos internacionales	Proviene de la sociedad civil y los movimientos sociales
Se le reconoce como problema global	Se le reconoce como problema global
El estado como subsidiario y regulador	El estado como garante y proveedor de derechos
Requiere alimentación saludable e inocua	Requiere alimentación saludable e inocua
Promueve la apertura de mercados	Cuestiona la apertura de los mercados si esta conlleva la falta de protección a los productores y al mercado interno.

La soberanía alimentaria es un "proceso de resistencia popular" centrado en "la autonomía local, los mercados locales y la acción comunitaria" y que por lo tanto, "no puede sacarse del contexto de la dinámica de los movimientos sociales que están en el centro de esas luchas" (GRAIN, 2005:p3). Una revisión de la evolución del concepto de soberanía alimentaria realizada por Carrasco y Tejada (2008), enumeran los siguientes aspectos comunes de las diferentes declaraciones acerca del mismo:

- ✓ la soberanía alimentaria es un concepto de carácter político

- ✓ no puede ser alcanzada mediante las condiciones actuales de comercio, de acceso a recursos y de desprotección de la actividad campesina,
- ✓ el problema de la alimentación es tanto de cantidad como de acceso a los alimentos,
- ✓ es necesaria la producción de alimentos seguros y saludables, así como de promover comunidades, cultura y medio ambiente saludables,
- ✓ es necesario el reconocimiento del papel de la agricultura y los agricultores en la vida diaria de las personas,
- ✓ es necesaria la preferencia por la producción basada en la familia y no en la industria intensiva orientada a la exportación.

En este sentido las compras públicas de alimentos a nivel local, se constituirían en la praxis de la soberanía alimentaria desde el Estado a través de los gobiernos locales quienes actualmente tienen el poder de decisión acerca de qué tipo de alimentos comprar y de quiénes comprarlos. Es decir, se pone a prueba la posibilidad de que los gobiernos locales ejerzan soberanía alimentaria al comprar productos locales o regionales, que al mismo tiempo sean culturalmente aceptados. Al promover el consumo de productos locales y saludables el Estado ejerce soberanía en el plato público, promueve el desarrollo local y a la vez logra influir en los hábitos alimenticios de los niños y de la población en general, con un alto potencial para alcanzar la soberanía alimentaria.

## **2. Economía de la proximidad: los circuitos de proximidad<sup>3</sup>**

Los circuitos de proximidad son aquéllos donde la producción y la circulación del excedente se destinan al consumo local o regional. El interés en su estudio estaría ligado, por un lado, al particular dinamismo que podrían provocar en las economías territoriales y, por otro, a una expectativa de protagonismo de los actores locales en la construcción social del proceso del desarrollo. A su vez, estos intereses están apoyados sobre tres supuestos:

- ❖ El primero es la idea de que estos circuitos frecuentemente preservan un vínculo más estrecho entre la sociedad y la naturaleza. Mientras el desarrollo capitalista genera el aumento de las fuerzas productivas, lo cual obliga a que las materias primas sean resultado de un número creciente de procesos de trabajo anteriores. En otras palabras, conforme se extienden los flujos y se aumentan las conexiones necesarias para alcanzar el consumidor final, el alimento se va convirtiendo, cada vez más, en un producto manufacturado y lejano. Los circuitos de proximidad configurarían límites o, incluso, excepciones, a este fenómeno particular de alienación del consumidor en relación con la materia que consume —la mayor cercanía física y la casi

---

<sup>3</sup>Extractado de: Da Silva, C. A. (2009). La configuración de los circuitos «de proximidad» en el sistema alimentario: tendencias evolutivas. en Documents d'anàlisi geogràfica(pp. 011-32); y de: Maluf, R. S. (2004). Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. Ensaios FEE. Porto Alegre (Brasil), vol. 25 (1), p. 299-322. (Traducción propia del portugués).

siempre menor sofisticación técnica les garantizarían un vínculo más fuerte con el origen de los alimentos en la naturaleza.

- ❖ El segundo, es la expectativa de que los circuitos de proximidad asimilen a los sectores sociales caracterizados por la economía familiar y por pequeñas empresas, una vez que la escala de operación es necesariamente más modesta que aquella orientada a grandes mercados nacionales e internacionales. Esta expectativa acoge la idea de que las cadenas productivas, tratadas a una escala regional o local, suelen incorporar un número importante de pequeñas unidades agroindustriales, las cuales se dedican a realizar una primera, o poco sofisticada, transformación. De manera general, eso también abriría la oportunidad para la inclusión de productores artesanales y de pequeños servicios y tiendas comerciales, lo cual favorecerá la constitución de redes entre agentes pequeños.
- ❖ La tercera cuestión es el argumento, producido en los debates sobre seguridad alimenticia, de que el incentivo a los circuitos de proximidad es muy importante para mejorar la dieta de poblaciones en regiones periféricas y con bajo nivel de ingresos (Maluf y Costa, 20014). Un adecuado funcionamiento de estos circuitos favorecería, por un lado, el aumento de las cantidades ingeridas, considerando los aumentos en la producción para el autoconsumo y en la capacidad de adquisición por parte de las familias, es decir, precios más accesibles debido a la combinación entre el aumento de la oferta regional y la retirada del valor añadido extra regionalmente. Por otro lado, estos circuitos también serían útiles para la diversificación y el equilibrio nutricional de la dieta, ya que estas regiones no interesan a la gran industria, debido a su limitada capacidad de asimilación de economías de escala.

Abrir nuevas posibilidades de integración de la pequeña agricultura en los mercados agroalimentarios requiere de un enfoque de construcción de mercados adecuados a la realidad de los pequeños agentes económicos (Maluf; Wilkinson, 1999). Los enfoques económicos convencionales, se basan en la concepción de los mercados como algo externo al ámbito del emprendimiento y que viene ya dado como tal. Esto lleva a que el énfasis sea colocado en la formación empresarial de pequeños empresarios (agricultores) y en otros aspectos internos de los emprendimientos. A diferencia de estos enfoques, si se consideran los mercados como resultados de la construcción social, elementos como los procesos que conducen a la construcción del valor de los productos, las relaciones (muchas veces personales) que se establecen entre los agentes económicos (productivos, comerciales y financieros) y la institución de formas asociativas entre productores y otros actores involucrados en la producción y distribución de sus productos, ganan mayor importancia.

Además de la visión de construcción de mercados, debido al conjunto diverso de actividades productivas de la agricultura familiar, se requiere una combinación del acostumbrado "enfoque sectorial" con la consideración de las dimensiones

espaciales-territoriales de la actividad productiva y las relaciones de mercado derivados de ella. El enfoque sectorial, se centra en los productos o las cadenas de producción y las características del mercado por tipo de producto, y es necesario para abordar aspectos específicos relacionados a la elaboración y colocación de los productos en sus respectivos mercados. Sin embargo, a los elementos que componen las evaluaciones sectoriales o por producto, es necesario añadir un enfoque espacial-territorial que considere a los agentes económicos (en este caso la unidad familiar rural) y sus entornos (territorio o región). Esto implica que la unidad de la familia rural sea considerada como un conjunto integrado de actividades complementarias que conforman sus dinámicas de reproducción económica, en lugar de evaluar solamente las posibilidades que ofrecen los productos individuales, de un modo que segmenta las actividades desarrolladas por los pequeños agricultores.

El aspecto territorial también está presente en otros tres componentes importantes:

- ✓ En primer lugar, muchas de las estrategias de agregación de valor a los productos agrícolas por los agricultores se basan en la construcción de una identidad territorial de donde deriva buena parte del propio valor que se asigna a los productos. Por ejemplo los productos con denominación de origen y la artesanía típica de una cultura regional.<sup>5</sup>
- ✓ En segundo lugar, el aspecto territorial permite introducir la perspectiva de una relación más cercana entre la producción y el consumo de alimentos, cuyas ventajas se encuentran no sólo en menores costos de transporte, sino también en la calidad y fiabilidad de los productos y su mayor identificación con diferentes hábitos de consumo.
- ✓ En tercer lugar, una dinámica regional de proyectos productivos con enfoque espacial-territorial amplía las oportunidades de aprovechamiento de eventuales ventajas de aglomeración (clustering). La aglomeración de las micro y pequeñas empresas podría dar como resultados, efectos beneficiosos en la generación y difusión de innovaciones, las ganancias correspondientes a ventajas de escala (transporte, comercialización, etc.) y la apropiación de las competencias regionales (mano de obra calificada, recursos naturales específicos, etc.). Para esto se requiere el establecimiento de relaciones horizontales de cooperación, reciprocidad y acción colectiva, construidas sobre las estrategias autónomas de la pequeña agricultora. Estas estrategias pueden estar asentadas en trayectorias individuales, sobre la base de la identidad regional (productos con denominación de origen) o en asociaciones de productores en busca de ventajas de escala, lo que implica cierta especialización productiva asociada a la segmentación del mercado. De todos modos, se establece un patrón más equitativo de desarrollo que, por ejemplo, el que resulta de

la relación de integración mantenida por las grandes empresas agrícolas con sus proveedores concentrados en una determinada región.

### 3. Demanda estructurada<sup>5</sup>

La demanda estructurada, consiste en el diseño o modificación de la demanda y sus requerimientos en función a la producción local y las capacidades de provisión de los pequeños productores locales, las cuales en muchos casos son muy reducidas. La intervención a partir de la demanda tiene el objetivo explícito de reducir el riesgo de coordinación y, específicamente, las barreras a la entrada y los altos costos de transacción<sup>6</sup> que enfrentan los grupos específicos de proveedores potenciales. Además, las intervenciones a partir de la estructuración de la demanda pretenden crear demandas significativas y predecibles en el largo plazo de productos específicos para asegurar la seguridad alimentaria. Sumberg and Sabates-Wheeler (2011), citan algunos aspectos generales que podrían ser tomados en cuenta para la estructuración de la demanda:

- El tipo y cualidades intrínsecas (por ejemplo, calidad, contenido nutricional, etc.) y cualidades extrínsecas (por ejemplo, tipo de productor o área geográfica de la producción) de los productos a ser adquiridos
- La cantidad a adquirir (incluyendo el número o el tamaño de los lotes)
- Los requisitos para la entrega (por ejemplo, lugar, cantidad, frecuencia, embalaje)
- El mecanismo para determinar los precios a pagar
- Todos los requisitos mínimos para convertirse en un proveedor; tales como licencias u otras restricciones sobre quién puede participar en las licitaciones
- Detalles del contrato (por ejemplo, el modo y la frecuencia de pago, anticipos, sanciones y garantías, etc.)

Para realizar un proceso de estructuración de la demanda es necesario en primer lugar conocer a profundidad la vocación productiva de las comunidades, así como sus capacidades de organización y transporte (logística).

---

<sup>5</sup>En base a: Sumberg, J., Sabates-Wheeler, R., 2011. Linking agricultural development to school feeding insub-Saharan Africa: theoretical perspectives. *Food Policy* 36 (3), 341-349. <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodpol.2011.03.001>.

<sup>6</sup>Mercado, G., Hjortso, C. N., & Kledal, P.R. (2016). Public procurement for school breakfasts in the Bolivian Altiplan: Governance structures enabling smallholder inclusion. *Journal of Rural Studies*, 44, 63-76.

## Capítulo 2. Herramientas para facilitar las compras públicas

Tal como hemos observado los enfoques teóricos e ideológicos coinciden en remarcar la importancia de estructurar la demanda pública en función a las características de los pequeños proveedores a quienes se quiere beneficiar promoviendo su inclusión a un mercado adecuado.

En esta sección veremos algunas herramientas que nos pueden ser de utilidad para lograr este objetivo, las cuales han sido desarrolladas en base a los marcos conceptuales ya presentados. Es importante recalcar sin embargo que las herramientas presentadas aquí son sugeridas y no obligatorias ni limitativas. Es decir pueden ser ajustadas a la realidad local y también se pueden usar otro tipo de herramientas complementarias y hasta crear nuevas herramientas.

Ciertamente el proceso de inclusión de pequeños productores en mercados más formales, pese a tener muchas ventajas representa un gran reto, tanto para funcionarios públicos como para los mismos proveedores, por lo cual se recomienda ser flexibles y permitir los ajustes necesarios, además de intentar ser creativos en cuanto a programas de inclusión, puesto que ya las normativas permiten cierto rango de flexibilidad siempre y cuando la compra este muy bien justificada.

### 1. Importancia de la planificación en procesos de compras públicas.

Todos sabemos que una buena planificación asegura el éxito de cualquier proceso, las compras públicas de alimentos no son la excepción. Sin embargo en algunas compras públicas, como las compras para la Alimentación Complementaria Escolar por tratarse de contratos anuales muchas veces existen retrasos considerables, llegando a ser reportados algunos casos en que los Municipios recién comienzan a proveer a mediados de abril e incluso hasta mayo. Esto no tiene por qué ser así. Sabemos que los inicios de gestión en las instituciones públicas muchas veces transcurren con mayor lentitud, a veces hay cambios de autoridades o de personal, otras veces aun no funciona el sistema o no se aprueban los presupuestos. Sin embargo el decreto SABS-181, permite que los contratos para servicios recurrentes puedan ser adjudicados durante el cuatrimestre anterior, precisamente para evitar estos contratiempos:

**ARTÍCULO 18.- (CONTRATACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS GENERALES RECURRENTE).** *En forma excepcional y bajo exclusiva responsabilidad de la MAE, se podrá iniciar un proceso de contratación de bienes y servicios generales de carácter recurrente para la próxima gestión, en el último cuatrimestre del año llegando hasta la adjudicación, sin compromiso y señalando en el DBC la sujeción del proceso a la aprobación del presupuesto de la siguiente gestión.*

Así mismo, realizar una adjudicación temprana ayuda a que los proveedores puedan tomar previsiones para adecuarse al tipo de provisión, y tener todo listo para cuando esta comience.

En algunos casos por el afán de apoyar la inclusión de pequeños productores se les pide que lo hagan “ya no más” lo cual considerando que la provisión de alimentos públicos es para la gran mayoría de pequeños proveedores una primera experiencia, puede por el contrario ocasionar efectos traumáticos y decepcionantes en los mismos proveedores, los cuales luego de una mala experiencia podrían decidir que es mejor no intentarlo otra vez. Podría darse el caso que los mismos productores se comprometan a proveer aun sin tener las capacidades para hacerlo. Esto no debe sorprendernos ya que tratándose de una población vulnerable y con pocas opciones de mercado, los productores intentarían no perder las oportunidades que se les presenten. Sin embargo una vez embarcados en el proceso de provisión sin planificación adecuada son ellos los que deberán absorber los costos de esta deficiencia, resultando en pérdidas no solamente a nivel económico sino también pérdida de capital social por conflictos en las organizaciones o asociaciones de productores, pérdida de confianza en las autoridades y problemas de toda índole.

### **1.1. Influencia del tipo de producto a demandar**

Otra consideración muy importante es el tipo de producto a demandar, tal como dice la literatura, sus características extrínsecas o intrínsecas serán determinantes para el éxito de la inclusión de los y las pequeñas productoras en las compras públicas de alimentos. Pese a parecer algo obvio muchas veces no tomamos en cuenta que si pedimos productos procesados o ultra procesados esto representara un reto mayor para los pequeños productores que el simple hecho de pedir productos frescos como ser frutas de la región; o materia prima como ser legumbres u otras. Más aún, si pedimos que los productos sean fraccionados y envasados, puesto que esto significara que los y las productoras automáticamente deben tener un registro sanitario dando origen a otros procesos en instituciones competentes como SENASAG, de esta forma, aun indirectamente podemos ocasionar que se formen barreras de ingreso al mercado de las compras públicas de alimentos para los pequeños productores y productoras. Por lo tanto, para realizar una compra verdaderamente inclusiva primeramente se debe realizar un diagnóstico de las posibilidades reales de provisión con las que se cuentan a nivel local, y en función de estas estructurar la demanda.

### **1.2. Ubicación geográfica y frecuencia de las entregas**

Una última consideración muy importante es la ubicación geográfica de los proveedores, la cual debe ser tomada en cuenta a la hora de planificar la

provisión. Tal como dice la literatura, las consideraciones geográficas nos ayudaran a vislumbrar la mejor forma posible de organizar la distribución de los productos, ya sea estableciendo puntos de acopio cercanos o permitiendo a los proveedores proveer con preferencia a zonas cercanas a su producción, entre otras estrategias que deben ser adecuadas al contexto local, para disminuir tanto los costos de transporte de los productos así como los riesgos de contaminación por su manipulación o traslado a lugares muy distantes.

## 2. Pasos recomendables para un plan de compras públicas.

Por lo tanto, tomando en cuenta las consideraciones anteriores se sugieren los siguientes pasos:



### 2.1. Conocer las características de la producción local y sus actores

Si el objetivo es lograr que la compra local sea posible, el primer paso es el de conocer qué tipos de productos tenemos a disposición en nuestra región, municipio o comunidad. Esto nos ayudara a lograr estructurar la demanda de alimentos colocando primeramente en nuestra lista de compras los productos que sí se pueden comprar localmente. Así mismo conocer el tipo de actores productivos es esencial para tomar las medidas necesarias ya sea de apoyo técnico o capacitación en ciertos temas, o para escoger el tipo de normativa o tipo de compra a realizar.

Esto resulta muy importante puesto que como habíamos observado antes, no podemos exigir cierto tipo de productos por ejemplo, productos ultra procesados a productores primarios con escasos procesos de transformación; en realidad esto sería un desatino que pondría en riesgo el éxito de las compras locales desde el inicio. Por otra parte cada región o municipio cuenta con diferentes tipos de productores cuyas características necesitamos conocer. Por ejemplo, pueden existir productores que solamente producen para el auto consumo, con muy poco excedente para la comercialización, así mismo en la misma zona podríamos tener algunas asociaciones de productores que incluso llegan a exportar sus productos, sin embargo el Estado debe prever la inclusión de la mayor parte de actores y por esa razón la necesidad de contar con un registro de los actores económicos locales o más cercanos a la institución pública.

Así mismo, no debemos olvidar que la mayor parte de producción agrícola es estacional, es decir no todos los productos están disponibles durante todo el año, por lo cual exigir la provisión anual de un producto muchas veces deriva en la necesidad de contratar a proveedores externos precisamente por la poca disponibilidad del producto en ciertas épocas del año. Por lo tanto se tratara de promover la compra estacional en todos los casos, dando prioridad en el menú a productos locales de estación y acomodando el resto de productos que pueden ser adquiridos de manera externa.

Algunos instrumentos que nos resultaran muy útiles antes de la toma de decisiones acerca de que comprar y a quien comprar son:

- ✓ Calendario Agrícola de oferta productiva
- ✓ Mapa de unidades productivas
- ✓ Base de datos de productores y productos locales

En los anexos a este documento se adjuntan las descripciones específicas de cada instrumento.

## **2.2. Definir los productos a comprar y el tipo de compra**

Una vez conociendo la disponibilidad de productos alimenticios en la región, municipio o comunidad, seguidamente debemos escoger cuales de estos productos podemos comprar. Esta decisión debe seguir dos lógicas: inclusión y diversidad. Es decir, primeramente consideraremos que es necesario tratar de incluir a todos los productores de la zona, de acuerdo a su capacidad de oferta. En segundo lugar, consideraremos que es necesario introducir diversidad en la dieta de los consumidores. La combinación de estas dos lógicas de pensamiento nos ayudara a tomar en cuenta inclusive a aquellos productos que puedan ser comprados en cantidades mínimas, los cuales a su vez influirán en que la dieta

sea diversificada, es decir se trata de no apuntar a una única compra anual que incluya uno a tres productos solamente.

Estas consideraciones pueden ajustarse a la capacidad local, e incluso regional, sin embargo por tratarse de compras de alimentos es necesario promover la toma participativa de decisiones en torno al menú, ya que de lo contrario los consumidores podrían llegar inclusive al rechazo de algunos productos.

### **2.3. Definición participativa de los menús**

Ya sea nuestra compra pública destinada para un programa de alimentación complementaria escolar, refrigerios para funcionarios públicos, alimentación hospitalaria u otro tipo de compra pública de alimentos, es necesario que en su planificación se incluyan a la mayor variedad de actores involucrados tanto del lado de la oferta como de la demanda. Por ejemplo, en las compras para la alimentación complementaria escolar, se podrían realizar reuniones previas a la determinación del menú para determinar el grado de satisfacción de los estudiantes con el servicio actual, las opiniones de padres de familia, las juntas escolares, profesores y administrativos de los centros educativos. Estas consideraciones pueden luego ser incluidas al momento de definir los menús, a través de reuniones que incluyan a proveedores actuales y potenciales. En el caso de instituciones públicas de igual manera se podría contar con algún representante de los empleados a recibir el refrigerio, de las personas que prepararan los alimentos, de nutricionistas a cargo de elaborar los menús y otros actores relacionados.

La toma participativa de decisiones acerca del menú, no sola apunta a satisfacer las expectativas tanto nutricionales como gustativas de los consumidores, sino también promueve el acercamiento entre productores y consumidores, lo cual por tratarse de compras locales, puede también aportar a la revalorización del proceso productivo y a la formación de lazos de confianza entre productores y consumidores. Para esto es importante realizar otras actividades que estrechen las relaciones entre ambos, tales como ser: visitas a los predios de producción y transformación, (lo cual puede resultar hasta educativo en el caso de la Alimentación Complementaria escolar) o que los productores puedan visitar y exponer sus productos en las instituciones.

Para realizar las reuniones es necesario tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Tener el mapeo y calendario productivo listos antes de planificar las reuniones.
- ✓ Si es posible contar con una evaluación nutricional de los estudiantes o beneficiarios de las compras de alimentos.
- ✓ Definir la metodología de trabajo previamente a la reunión
- ✓ Utilizar medios gráficos como ser presentaciones en power point, papelografos, fichas y otros.
- ✓ Invitar a la mayor diversidad de actores relacionados con la compra
- ✓ Tomar en cuenta el idioma de preferencia de los actores, y tratar de que la facilitación se realice en este.

A continuación se presenta un programa sugerido para las reuniones:

1. Saludos e identificación de los participantes
2. Explicación de los objetivos y metodología de la reunión
3. Exposición de motivos para promover compras locales
4. Exposición de resultados de anterior gestión (si existiesen)
5. Exposición de la vocación productiva local (resultados de calendario, mapeo)
6. Exposición de las propiedades nutricionales y otros beneficios de productos locales específicos
7. Facilitación para la elaboración del Menú
8. Presentación del Menú propuesto
9. Elaboración de actas o compromisos, o explicación de los pasos a seguir
10. Agradecimiento y cierre

Así mismo, es muy importante que el proceso de determinación del Menú o de los productos a comprar sea documentado, ya que especialmente las compras directas, pueden ser sujeto de sospecha por parte de otros actores ya sea externos o internos, quienes podrían observar este tipo de compras por sospechas de corrupción. Debido a esto, toda decisión de compra directa siempre debe estar bien respaldada, tanto en la normativa como demostrando transparencia en los procesos de selección de los proveedores.

## **2.4. Tipos de compras y normativas**

En base a lo avanzado en la unidad 2: Normativa para las compras públicas con soberanía en Bolivia, ya conocemos qué tipo de normativa es más recomendable según el proveedor que deseamos contratar para las compras locales. Por lo tanto aquí solo cabe resaltar que no necesariamente debemos elegir una sola opción normativa sino que todas las normativas vigentes pueden ser puestas en práctica de acuerdo a requerimiento de la institución que realiza la compra. Como ejemplo a continuación se presenta un menú estructurado de acuerdo a la vocación productiva local y las diferentes normas que facilitarían su ejecución tomando en cuenta las compras para la alimentación complementaria escolar:

Menú (demanda) estructurada en torno a la vocación productiva local-estacional

Mes	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov
<b>Producto 1</b>	Derivados lácteos					----	Derivados lácteos			
Tipo de proveedor	Asociación de productores de leche									
Tipo de compra	ANPE o Licitación Pública (de acuerdo al monto)									
Duración	Nueve meses									
Norma	SABS -181									
<b>Producto 2</b>	Manzanas	Duraznos	Naranjas	----	Papaya	Mango				
Tipo de proveedor	Cuatro proveedor es individuales	Seis familias productoras	Asociación de productores	----	Asociación de mujeres	Ocho productores individuales				
Tipo de compra	Menor, Directa o por excepción	Menor, Directa o por excepción	Menor, Directa o por excepción	----	Menor, Directa o por excepción	Menor, Directa o por excepción				
Duración	Dos meses	Dos meses	Dos meses	----	Dos meses	Dos meses				
Norma	SABS 181 o DS 2294, o Ley 622									
<b>Producto 3</b>	Galletas de haba fortificadas, pan de quinua y empanadas integrales									
Tipo de proveedor	Empresa panificadora									
Tipo de compra	ANPE o Licitación Publica									
Duración	Anual									
Norma	SABS -181									
<b>Producto 4</b>	Queso fresco	Mermelada de durazno	----	Mermelada de papaya						
Tipo de proveedor	Club de madres de la comunidad									
Tipo de compra	Directa	Directa	----	Directa						
Duración	2 meses	Tres meses	----	Cuatro meses						
Norma	DS 2294, o Ley 622									

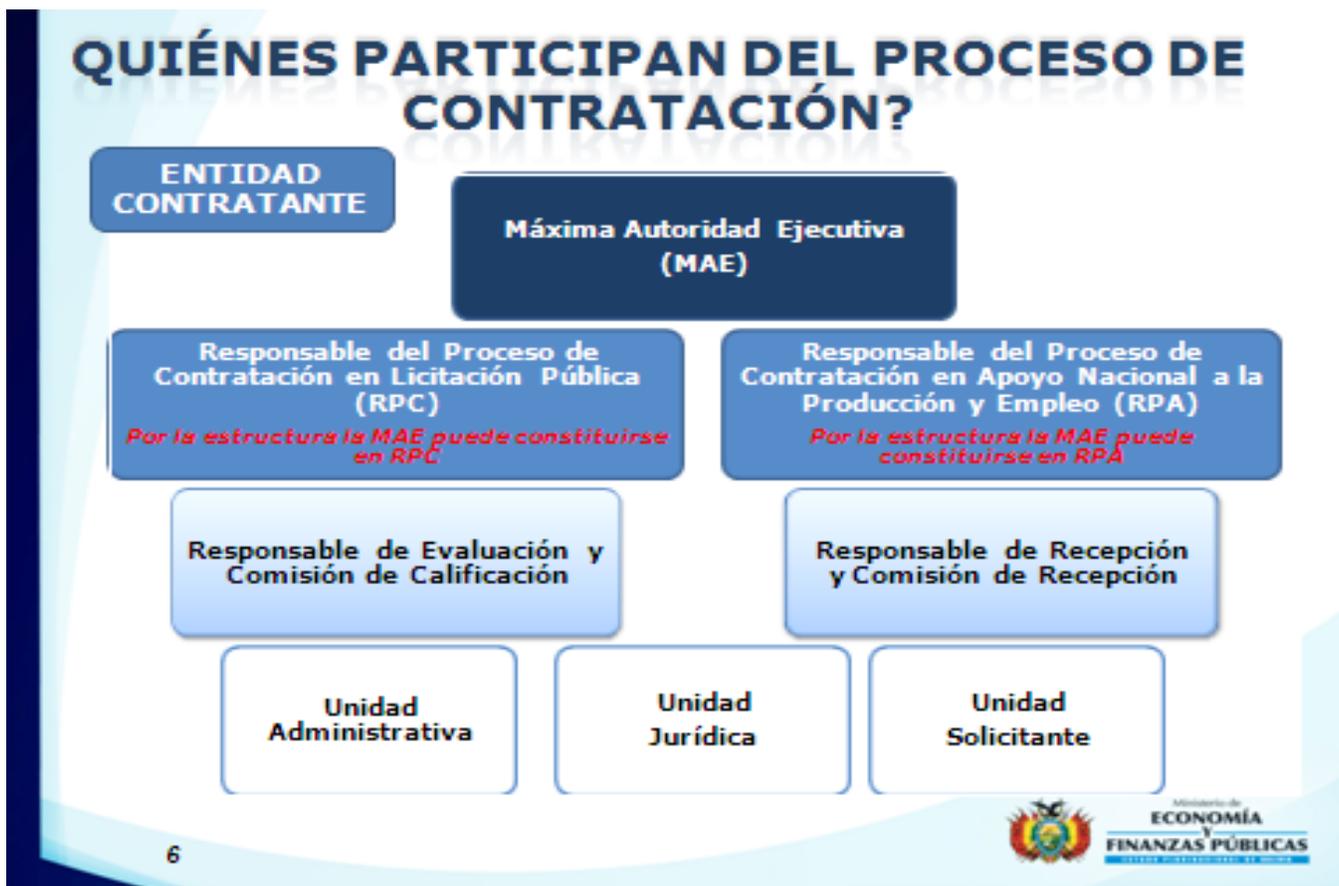
Como se puede observar, es posible usar normativas diversas aun tratándose de compras para un solo programa ajustando nuestra demanda a las capacidades productivas locales.

## 2.5. Organizar y realizar la compra

Una vez determinado el menú se deben realizar los trámites pertinentes de acuerdo al tipo de proveedor y tipo de compra que se realizara, a continuación se describen los procesos necesarios para las diferentes modalidades de compra:

### 2.5.1. Compras mediante SABS-181

En primer lugar es necesario definir quiénes son los actores que participan en los procesos de contratación pública, los cuales se encuentran descritos ampliamente en la normativa SABS-181 y se resumen en el siguiente cuadro:



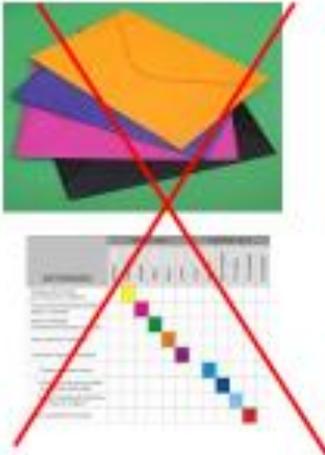
- **Modalidad de compra o contratación menor.** La contratación menor tiene las siguientes características:

# CONTRATACIÓN MENOR

RESPONSABLE



**1**  
No requiere cotizaciones ni propuestas y no se sujetan a plazos



**2**  
Debe efectuarse con criterios de economía para obtener mejores precios de mercado



**3**  
Los bienes y servicios deben reunir condiciones de calidad



**4**  
Debe efectuarse a través de acciones inmediatas ágiles y oportunas



SECRETARÍA DE ECONOMÍA Y FINANZAS PÚBLICAS

# PROCESO DE CONTRATACIÓN MENOR



- Modalidad Apoyo Nacional a la Producción y Empleo (ANPE)



# PROCESO DE CONTRATACIÓN ANPE



- **Licitación Pública**

Los procesos de Licitación Pública tienen las siguientes características:

# LICITACIÓN PÚBLICA

**Responsable**



- 1**

**Permite la participación de un número indeterminado del proponentes**


- 2**

**Aplica con Convocatoria Pública Nacional o Internacional**


- 3**

**Permite la ampliación de plazos y enmiendas al DBC, así como el ajuste al cronograma de plazos**


- 4**

**Se evalúa aun cuando se hubiese recibido una sola propuesta**

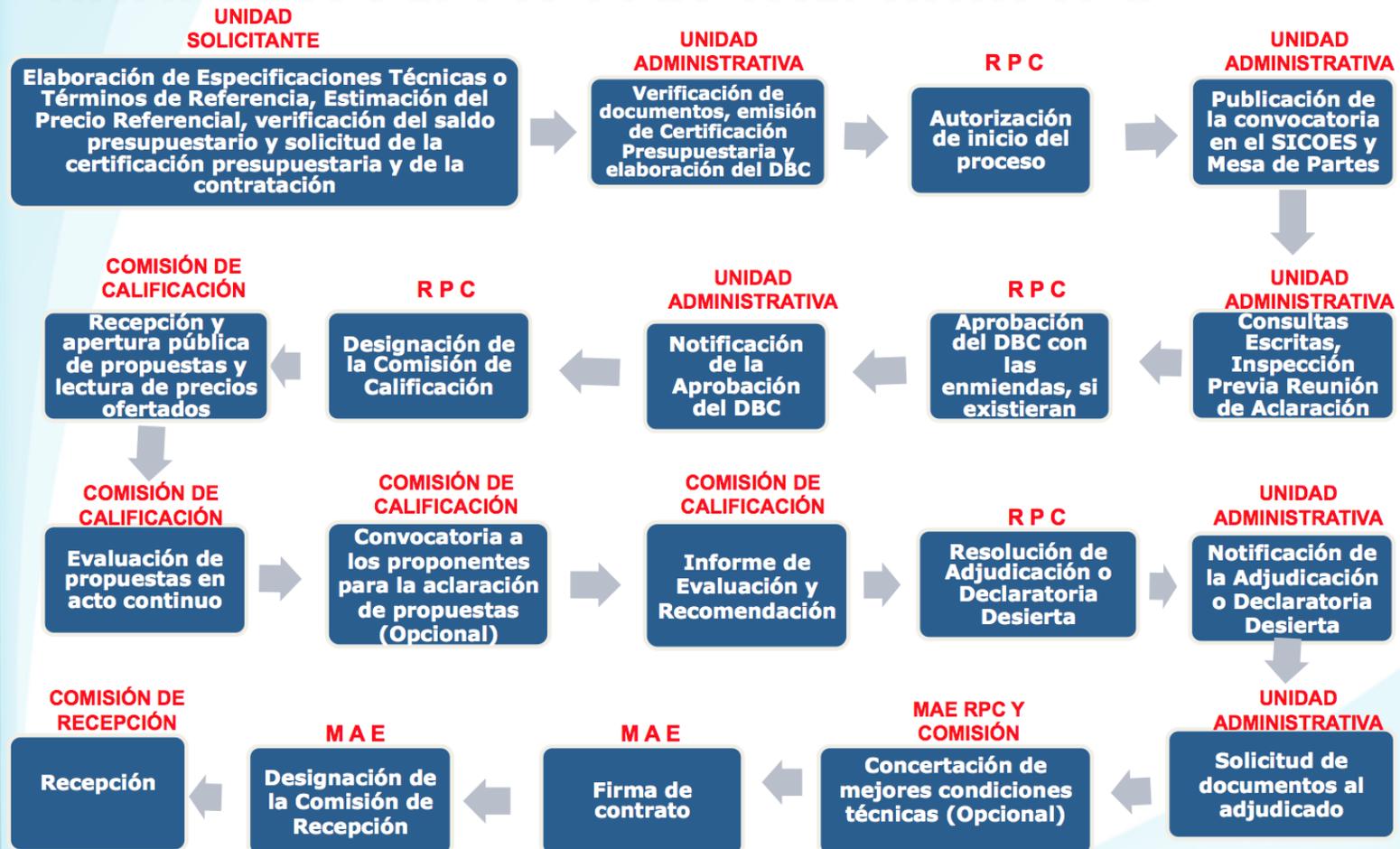

- 5**

*El control social se ejerce participando e los actos públicos del proceso de contratación*



Ministerio de  
**ECONOMÍA**  
 Y  
**FINANZAS PÚBLICAS**

# PROCESO EN LICITACIÓN PÚBLICA



## 2.5.2. Compras directas mediante normas progresistas

En las siguientes diapositivas, se describen algunos pasos y consideraciones necesarias a tomar en cuenta para realizar las compras a través de la normativa progresista.

### ¿Cómo realizar la contratación de proveedores no comerciales?



#### ACTIVIDADES PREVIAS A LA CONTRATACIÓN

RESPONSABLE	ACTIVIDAD	INSTRUMENTO
Área Organizacional demandante	Elabora las Especificaciones Técnicas. Estima el precio referencial.	Documento de Especificaciones Técnicas
Área Financiera	Emite la Certificación Presupuestaria.	Certificación Presupuestaria
Área Organizacional demandante	Solicita la autorización e inicio del proceso de contratación.	Nota Interna
Máxima Autoridad del Área Administrativa	Autoriza el inicio de proceso de contratación.	Proveído

Así mismo la siguiente diapositiva describe los procesos necesarios a seguir:

<b>ACTIVIDADES PARA LA FORMALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN</b>		
<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
Área Administrativa	Selecciona a un proveedor que realice la provisión del bien, ejecución de la obra o la prestación del servicio general.	Nota Interna
Máxima Autoridad del Área Administrativa	Adjudica al proveedor seleccionado y solicita la documentación para la formalización de la contratación.	Nota de Adjudicación
Área Administrativa	Notifica al proveedor adjudicado.	
Área Jurídica	Elabora y visa el contrato.	Contrato
Área Administrativa	Emite la Orden de Compra u Orden de Servicio.	Orden de Compra u Orden de Servicio
MAE o el servidor delegado por ésta	Suscribe el contrato.	
Máxima Autoridad del Área Administrativa	Suscribe la Orden de Compra u Orden de Servicio.	

<b>ACTIVIDADES POSTERIORES A LA FORMALIZACIÓN DE LA CONTRATACIÓN</b>		
<b>RESPONSABLE</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>INSTRUMENTO</b>
Máxima Autoridad del Área Administrativa	Designa al Responsable de Recepción.	Memorándum de designación
Responsable de Recepción	Efectúa la recepción de los bienes, obras o servicios generales y emite la conformidad o disconformidad.	Acta de Recepción o Informe de Conformidad o Disconformidad
Área Financiera	Efectúa el pago al proveedor por el precio ofertado por el bien, obra o servicio general, según corresponda.	Comprobante de pago

## ¿Se deben solicitar garantías a los proveedores no comerciales?



Las entidades públicas realizarán la retención del **3.5%** de cada pago parcial, como garantía de cumplimiento de contrato.

En procesos de contratación donde el pago es contra entrega de bienes, obras y/o servicios generales y no existan pagos parciales, no se realizará la retención ni se solicitará garantía.



Y además se despejan dudas acerca de los requisitos tales como garantías y tipo de documentación necesaria.

## ¿Qué documentos se deben solicitar para la formalización de la contratación?

### Personas Naturales

- Cédula de Identidad - CI.
- Número de Identificación Tributaria (NIT), si corresponde.

### Asociaciones de Hecho

- Documentos Internos o Acuerdo de sus Miembros (Libro de actas u otro documento que acredite la constitución).
- Documento que acredite la representación legal de la Asociación de Hecho. (Libro de actas u otro documento que acredite al Presidente o al representante de la Asociación).
- Documento de Identificación Personal del representante de la Asociación de Hecho.
- (Carnet de Identidad del Presidente o del representante de la Asociación).
- Número de Identificación Tributaria (NIT), si corresponde.



13

## **2.6. Evaluación, retroalimentación y planificación**

El último paso para cerrar el ciclo y además dar inicio a un nuevo ciclo, es el de evaluar los resultados obtenidos a través de las compras públicas a pequeños productores. La evaluación en este caso debe ser por ambos lados: tanto de la demanda como de la oferta. Es decir, se debe evaluar tanto la satisfacción de aquellos que reciben y consumen los alimentos, como las mejoras en los diferentes tipos de situaciones iniciales respecto a la producción de los mismos. Por ejemplo, si a un principio los proveedores no tenían medios para facilitar la provisión, como ser algún equipamiento infraestructura, medios de transporte o herramientas e insumos, se deberá evaluar si estas condiciones han mejorado a través de los ingresos obtenidos por las compras públicas. Esto nos ayudara a vislumbrar los verdaderos impactos de las compras en los y las productoras locales. Así mismo, la evaluación se constituirá en un insumo determinante para la planificación del siguiente periodo de compras, con miras a la mejora continua del proceso.

## **3. Sostenibilidad de las compras locales.**

Una vez realizado el proceso de inclusión de los pequeños proveedores, debemos pensar en la sostenibilidad del sistema de compras que hemos logrado instalar. Para esto se debe promover la construcción de relaciones de largo plazo entre compradores públicos-proveedores. Es decir no basta que se hay logrado la inclusión de pequeños productores en una gestión sino es necesario que esta se mantenga en el tiempo y que además genere resultados colaterales como ser:

- Fortalecimiento de las organizaciones o asociaciones de productores
- Mejora de las capacidades productivas de los productores y productoras
- Mejora de las capacidades de procesamiento
- Mejora de los procesos de distribución y otros...

### **3.1. Promoción del consumo local y alcance a otros mercados**

La promoción de participación de los proveedores en otros mercados locales debe también acompañar el proceso de inclusión en las compras estatales. Esta puede inclusive ser un resultado del mismo, si se diera el caso de que junto con la compra se provean otros servicios de asistencia técnica y fortalecimiento. Además el ingreso como proveedores a un mercado formal como lo es el de las compras públicas de alimentos se constituye de por si en un proceso de aprendizaje.

Por lo tanto, es importante que una vez lograda la inclusión se realicen actividades de promoción del consumo local de los productos, para su revalorización primeramente en el entorno inmediato de los productores y la creación de demandas específicas a nivel local. Por ejemplo, en otras instituciones públicas, o en restaurantes, kioscos, tiendas de barrio u otros expendios de alimentos a nivel local.

Así mismo, se puede lograr atraer a otros consumidores externos al nivel local, es decir acercar a los consumidores a las áreas de producción, promoviendo una revalorización del origen de los productos y asociando a actividades de turismo gastronómico o agroturismo.

A continuación se sugieren algunas actividades que pueden ayudar a esta promoción:

- Realizar ferias agroalimentarias
- Realizar concursos de innovación en preparaciones en base a productos locales
- Realizar concursos de revalorización de comida local tradicional
- Crear rutas turísticas en torno a algún rubro productivo, por ejemplo "la ruta del queso", "la ruta de la quínoa", etc.
- Organizar festivales que unan el folklore con el consumo de ciertos platos e ingredientes tradicionales.

### **3.2. Incidencia Política**

Como pudimos observar en los enfoques planteados, un factor de éxito es contar con la voluntad de los administradores públicos para llegar a aplicar estos enfoques, sin embargo en nuestro medio, pese a estar incluido en la normativa, muchas veces no se realizan los procesos necesarios para facilitar la entrada de pequeños productores como proveedores a las compras públicas de alimentos. Esto puede darse debido a la ausencia de voluntad política o actitudes favorables hacia la compra pública local, además del desconocimiento de las normas, o los procesos legales para realizar las compras con preferencias a pequeños productores. Debido a esto se considera necesaria la realización de acciones de incidencia política permanente ante los Gobiernos municipales, Gobiernos departamentales, Ministerios de Gobierno y otras instituciones públicas que tengan la capacidad de realizar compras de alimentos, como por ejemplo, centros de salud, cuarteles, etc. ya que todos se encuentran en la categoría de servidores públicos y por lo tanto están sujetos a lo que dictan las normativas.

Por lo tanto, más allá de esperar a que la iniciativa parta desde el gobierno local o comprador público local, es necesario realizar acciones de incidencia política para promover y asegurar la compra local a los pequeños agricultores.

Los procesos de incidencia política tienen como objetivo influir sobre los tomadores de decisiones para el diseño de políticas públicas o asignación de recursos en torno a una temática, objetivo o necesidad.

Generalmente los procesos de incidencia política deben seguir un orden lógico, responder a las siguientes preguntas, nos ayudara a ordenar este proceso:

### **1. ¿Qué queremos?**

Esta pregunta debe ser contestada previamente a iniciar cualquier proceso de incidencia política. Es muy importante la identificación conjunta o participativa del problema que necesitamos resolver, sus causas y sus posibles soluciones, tomando en cuenta nuestro entorno y capacidades. En esta fase se debe también elaborar una propuesta para la solución del problema, escogiendo la mejor solución y tratar de que esta sea muy bien justificada ya sea por las normativas, por los recursos con los que se cuenta o por otros factores que existan en el entorno. Además las soluciones propuestas deben ser posibles de implementar y evaluar, en el corto o largo plazo.

### **2. ¿Quién tiene el poder de decisión?**

Una vez realizada la propuesta debemos identificar los espacios y tiempos de decisión, es decir, cuando y donde se toman las decisiones? Además de los actores influyentes: Quienes son los actores (as) que influyen en la toma de decisiones? quien tiene la decisión acerca del problema?

### **3. ¿Qué tenemos que hacer para convencer a la persona clave?**

Identificados los actores a quienes necesitamos influir para que nuestra propuesta sea posible, necesitamos definir las estrategias para influir en la toma de decisiones, tomando en cuenta el interés de los tomadores de decisiones, y nuestras capacidades de cabildeo. Para esto es importante realizar un plan de actividades para influir en la toma de decisiones, las cuales pueden ser reuniones con personas clave, audiencias con las autoridades, convites a ferias, degustaciones (en nuestro caso de alimentos), educación, sensibilización y otras actividades, las cuales siempre deben comenzar de forma amigable y con el objetivo de convencer y negociar más que presionar.

#### 4. ¿Cómo sabemos si está funcionando nuestro plan?

A lo largo del proceso de incidencia es importante realizar reuniones periódicas para conocer los avances, dificultades y desafíos que podrían presentarse. Esto nos permitirá reajustar nuestro plan de incidencia las veces que sea necesario hasta lograr los objetivos planteados. Así mismo una vez logrado el objetivo este debe ser evaluado y contrastado con las soluciones planteadas a un inicio del proceso para determinar el éxito de este y si el problema inicial aún está latente o aún se necesitan medidas de ajuste para superarlo.

Algunos pasos para la realización de procesos de incidencia política a nivel de compras públicas de alimentos incluyen:

- ❖ Realizar alianzas entre pequeños productores a nivel local para las acciones de incidencia política.
- ❖ Identificar las instituciones y programas públicos que compran alimentos en nuestra región, ya sea municipio, comunidad, barrio u otros.
- ❖ Identificar los tipos de productos que compran, las cantidades o volumen que requieren, los lugares donde se realizan las entregas y otros datos similares.
- ❖ Reflexionar y discutir cuales de estos productos podrían ser adquiridos de forma local.
- ❖ Reflexionar y discutir acerca de las posibilidades reales de provisión con las que contamos.
- ❖ Solicitar reuniones con las personas responsables de compra para hablarles de nuestra posibilidad de oferta.
- ❖ Realizar actividades de promoción de nuestros productos, participando en cuanto evento sea posible, mostrando sus beneficios en cuanto a sabor, contenido nutricional, forma de preparación y además haciendo énfasis en su calidad por ser un producto local. Así mismo se debe tratar de visibilizar el trabajo de los productores explicando los ciclos de producción, como se trabaja en el campo y como el producto es transformado hasta llegar a los consumidores finales.
- ❖ Para generar compromiso en los tomadores de decisiones, se los puede invitar a conocer las zonas de producción, los ambientes, las familias productoras, etc.
- ❖ En el caso de las compras municipales, es importante la incidencia política dirigida a la creación de reglamentos municipales como ser decretos ediles o leyes municipales que favorezcan la compra local y asignen alguna unidad responsable de promover la misma.

#### 4. Referencias

The Bill and Melinda Gates Foundation. (2010). Thinking Differently About Structured Demand: Opportunities and Linkages for the Foundation. Draft Background Paper.

Ascarrunz, B. (2004). Un t'inqhu con el mercado: cinco estudios sobre organizaciones económicas de base. La Paz: (No. CD-IICA-: E70-A8t). CORDAID.

Carrasco, H., & Tejada, S. (2008). Soberanía alimentaria: La libertad de elegir para asegurar nuestra alimentación. Lima: Soluciones Prácticas - ITDG.

GRAIN. (2005). Soberanía Alimentaria y sistema alimentario mundial. Editorial publicado en la revista Seedling de GRAIN. La versión en inglés puede consultarse en [www.grain.org](http://www.grain.org).

Maluf, R. S. (2004). Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. Ensaios FEE. Porto Alegre (Brasil), 25,1 , 299-322.

Mercado, G. (2015). Hacia la praxis de la soberanía alimentaria: los pequeños productores y los costos de transacción. En A. Farah, & B. Elias, Teoría y Praxis de la Soberanía Alimentaria en Bolivia. La Paz: CIDES-UMSA.

Mercado, G., Bosque, H., & Trigo, R. (2016). Construyendo Mercados Adecuados para la Conservación de la Agrobiodiversidad: La Demanda Estructurada. II Congreso Nacional de Recursos Genéticos de la Agrobiodiversidad. Tarija Bolivia: INIAF.

Mercado, G., Hjortsø, C. N., & Kledal, P. R. (2016). Public procurement for school breakfasts in the Bolivian Altiplan: Governance structures enabling smallholder inclusion. . Journal of Rural Studies, 44 , 63-76.

Sumberg, J., & Sabates-Wheeler, R. (2011). Linking agricultural development to school feeding in sub-Saharan Africa: Theoretical perspectives. Food Policy 36.3 , 341-349.

## 5. Anexos

### 5.1. Calendario Agrícola de oferta productiva

Confeccionar un calendario de oferta productiva nos será muy útil a la hora de planificar los menús para las compras públicas de alimentos pues nos otorga una visión integral de la capacidad productiva local. Por lo tanto su realización se centrará en torno a la vocación productiva local o regional. No existe un modelo ideal de calendario agrícola, éste se puede elaborar de forma que nos permita representar las condiciones productivas locales. Sin embargo para las compras públicas de alimentos se recomienda que el calendario este estructurado en torno a la oferta estacional de alimentos para que se puedan identificar las épocas de mayor producción y por lo tanto disponibilidad de los productos a nivel local.

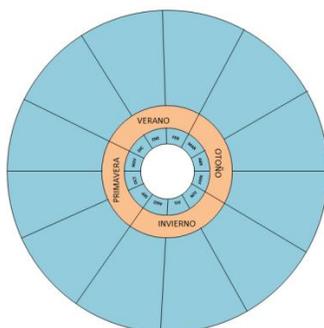
Algunas consideraciones para la elaboración del calendario son:

- ✓ Se debe diseñar el calendario de forma que pueda ser expuesto en un lugar visible y que su contenido sea fácil de entender para cualquier persona
- ✓ El calendario se puede ordenar teniendo en cuenta los meses y épocas del año, situando los principales productos disponibles en cada fecha o época del año.
- ✓ Tomar en cuenta las características de la producción local, por ejemplo, si existen diferentes pisos ecológicos con diferentes productos en las mismas estaciones, el mismo puede estar dividido entre zonas y meses.
- ✓ Tomar en cuenta los diferentes tipos de productos disponibles en el municipio, por ejemplo, ganado mayor o menor, vegetales, frutas, cereales y otros que podrían ordenarse con diferentes colores al igual que la gráfica anterior.

La representación gráfica del calendario puede ser tanto circular como horizontal. Si el calendario se grafica en forma de círculos, este puede ser dividido en niveles de la siguiente manera: <sup>TM</sup>

- Primer nivel: Los meses del año, distribuidos de forma igual.
- Segundo nivel: Las épocas del año agrícola
- Tercer nivel: Los productos agrícolas de acuerdo a las épocas de cosecha.

## Ilustración 1: Calendario circular



Si se grafica de forma horizontal, se puede utilizar una simple tabla dividiéndola también por niveles, donde la primera fila equivaldrá al primer nivel y así sucesivamente. Esta tabla también puede cruzarse con otro tipo de información relevante como por ejemplo el piso ecológico donde se sitúa la producción.

## Ilustración 2: Calendario agrícola horizontal

ESTACION	PRIMAVERA			VERANO			OTOÑO			INVIERNO		
ZONA	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO
VALLE												
ALTA												
RIO												

## 5.2. Mapeo de unidades productivas

De la misma forma que el calendario de oferta agrícola disponer de un mapa que exponga la ubicación geográfica de las unidades productivas, ayudara a visualizar las distancias desde los sitios de producción a los sitios de distribución o entrega de los productos. Este instrumento es especialmente útil para los casos de compras para la Alimentación Complementaria Escolar, debido a que la ubicación de los núcleos escolares o unidades educativas pueden muchas veces estar centralizada o dispersa, lo cual es un factor determinante para los costos de transporte y distribución de las meriendas escolares.

Para su realización actualmente se cuentan con instrumentos específicos como ser los sistemas de información geográfica, los cuales brindan también la posibilidad de no solamente establecer puntos geográficos sino también asociar estos a una base de datos donde se pueden registrar otros tipos de información relacionada a los productores.

### 5.3. Base de datos de productores y productos locales

Otro instrumento útil para estructurar la demanda y planificar de forma efectiva las compras públicas con soberanía, y además, útil también para el diseño de programas de promoción y fortalecimiento de la producción y transformación local es contar con una base de datos de productores y productos locales, la cual puede estar estructurada de acuerdo a rubro productivo, ubicación geográfica, piso ecológico, tipo de organización, capacidad productiva y otros factores.

<b>Nombre</b>	<b>Ubicación</b>	<b>Producción Agrícola</b>	<b>Producción Pecuaria</b>	<b>Otro tipo de producción</b>	<b>Tipo de productor (asociado, familiar etc.)</b>	<b>Etc...</b>
Juan Pérez	Pampa Colani	Maíz, frejol, papa	Leche	Queso (estacional)	Familiar	
Javier Mamani	Viacha A	Racacha, walusa	Charque de bovino	----	Asociado	
Celeste Conde	Viacha A	Racacha, walusa	Charque de bovino	-----	Asociado	
Justina Rodríguez	Viacha B	Papaya, zapallo tomate	Gallinas, huevos	Tejidos	Familiar	