



## Fortaleciendo las Redes de Protección Social

### Compras para el Progreso: Apoyando a Pequeños Productores a Acceder a Mercados en América Latina y el Caribe



**En esta página:** centro de acopio y secadora de la organización Hombres Nuevos, El Paraíso, Honduras.

**Portada:** grupo de mujeres de la Cooperativa ACOPASAN (El Salvador) seleccionan frijol para ser empaquetado y vendido en el mercado local.

# Contenido

Prefacio.....	4
“Compras para el Progreso”: Pequeños Productores Agrícolas Mejoran sus Capacidades de Acceso a Mercados.....	5
Vinculación de las organizaciones de pequeños productores a los mercados.....	7
Modalidades de inserción a los mercados .....	9
Las cadenas de valor apoyadas por los programas.....	11
Socios estratégicos.....	12
La estrategia de género de P4P en la región.....	13
El P4P y la innovación.....	14
“Cultivando las raíces de la inclusión social”: Taller Regional de P4P.....	15
Mirando al Futuro.....	16



Junta Directiva de la Unión de Organizaciones de Yoro Limitada UNIOYOL, en su Centro de Acopio, en Yoro, Honduras

# Prefacio

Tal como lo establece el Objetivo Estratégico No. 2 de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, la inclusión de los productores agrícolas al mercado constituye uno de los pilares para alcanzar el Hambre Cero.

En tal sentido, en el Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas tenemos acumulados varios años de experiencia utilizando nuestro poder de compra para incorporar a los pequeños productores a los mercados de alimentos en América Latina y el Caribe mediante el fortalecimiento de organizaciones comunitarias, la provisión de asistencia técnica, la generación de conocimientos en actividades de post cosecha y la promoción de rondas de negocios y canales de comercialización.

En este proceso hemos obtenido importantes logros desde el año 2009, especialmente en los países en los que iniciamos el Programa Compras para el Progreso/P4P en 2009. Por ejemplo, en Honduras y Nicaragua las asociaciones de pequeños productores tienen un rol central en la provisión de alimentos para los programas nacionales de alimentación escolar. En El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua hemos contribuido a la incorporación de mujeres no sólo en la cadena de valor de granos básicos, sino también en la promoción de liderazgo en la toma de decisiones.

En síntesis, mediante el P4P y en asociación con diversos socios nacionales e internacionales apoyamos a las asociaciones de productores a vincularse a otros mercados y buscamos que los gobiernos promuevan políticas y estrategias que los vinculen a los programas de protección social en cada país.

Más de 8 años aprendizaje nos han llevado a perfeccionar nuestra comprensión de los procesos que fortalecen capacidades y de estrategias que promueven el desarrollo de los mercados locales de alimentos.

Este documento busca sistematizar algunas de las experiencias destinadas a fortalecer a los pequeños productores y los mercados locales de alimentos como una estrategia de protección social y seguridad alimentaria, es uno de los retos que nos hemos fijado en el PMA para el logro del Hambre Cero en la región.



**Miguel Barreto**

**Director Regional del PMA para América Latina y el Caribe**





## “Compras para el Progreso”: Pequeños Productores Agrícolas Mejoran sus Capacidades de Acceso a Mercados

### ¿Qué es Compras para el Progreso?

Compras para el Progreso (P4P, por sus siglas en inglés), es una iniciativa del PMA para utilizar su papel de gran comprador de alimentos para ayudar a desarrollar los mercados de alimentos locales y estimular el desarrollo de los pequeños agricultores (1).

En 2008 comenzó una fase piloto que duró 5 años. Sus resultados cambiaron positivamente la vida y los ingresos de muchos pequeños agricultores en 20 países, 4 de ellos en Centroamérica: El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua. Terminada la fase piloto, el PMA continúa sus esfuerzos en conectar los pequeños agricultores a los mercados, extendiendo sus acciones a otros cinco países de la región: Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador y Haití.



### ¿Por qué el PMA compra a pequeños productores?

Con P4P, el PMA trató de encontrar un equilibrio entre la adquisición de forma oportuna y rentable de alimentos nutritivos, y su objetivo programático de promover el desarrollo de los mercados de alimentos en los países y la seguridad alimentaria de los beneficiarios. P4P fue diseñado y puesto en marcha con el objetivo de aprovechar ese potencial.

El para satisfacer la demanda del PMA de

productos alimenticios básicos, como cereales y legumbres, el P4P facilita el vínculo entre los pequeños productores con una amplia gama de socios con experiencia técnica en cada fase de las cadenas de valor. Esta colaboración proporciona a los pequeños productores las habilidades y conocimientos para mejorar su producción y el incentivo de un mercado seguro para vender sus excedentes productivos.

### ¿Cuáles son los objetivos del P4P?

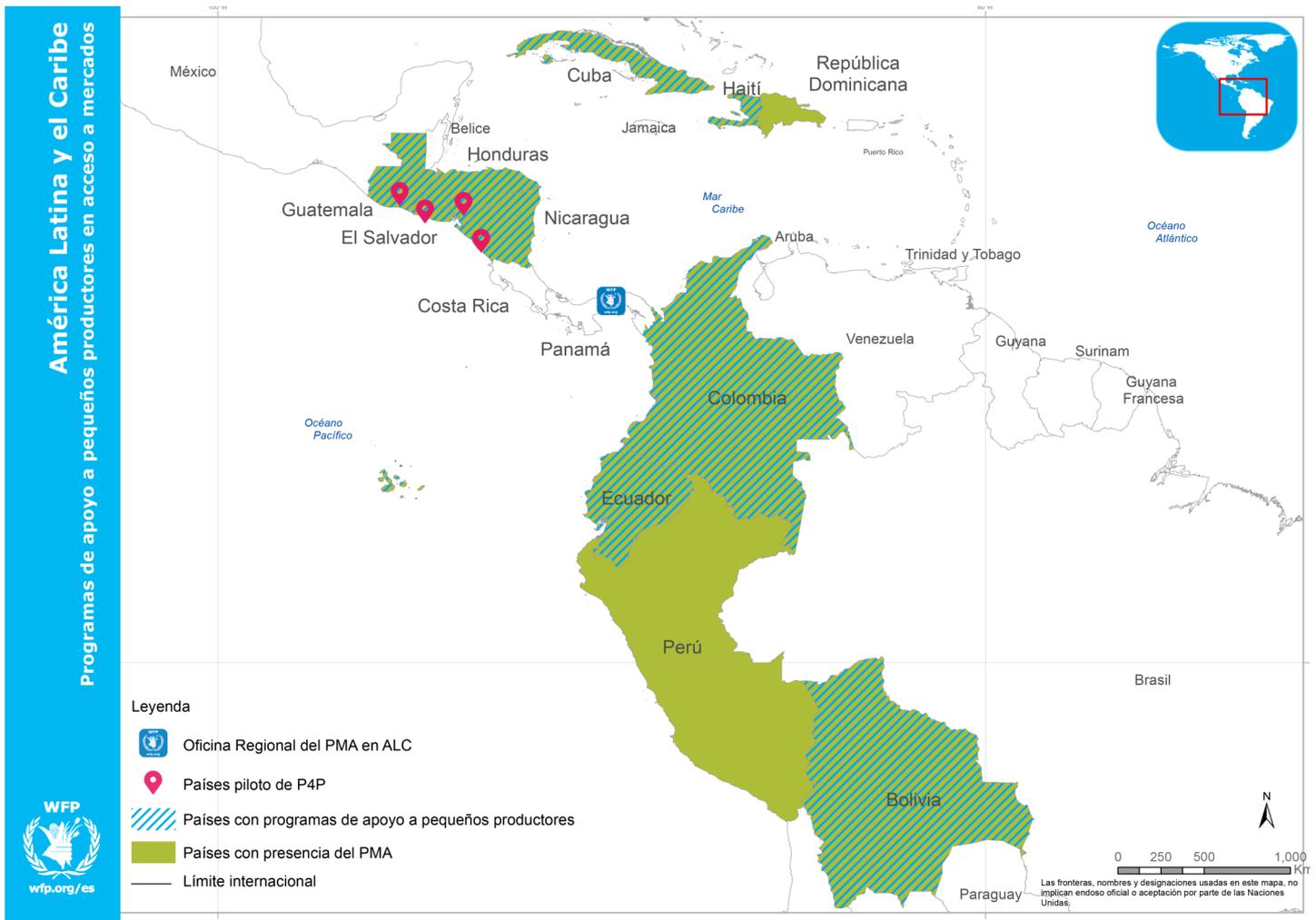
- Identificar y compartir las mejores prácticas del PMA con los principales actores de las cadenas de valor para aumentar la participación rentable de los pequeños productores en los mercados de alimentos básicos;
- Incrementar las capacidades de los pequeños productores para aumentar sus ingresos procedentes de los mercados agrícolas;
- Identificar y aplicar mejores prácticas para aumentar las compras de la producción de los agricultores de bajos ingresos, con un enfoque particular en pequeños productores;
- Transformar el modelo de compra de alimentos del PMA de manera que apoyen la producción de alimentos básicos de manera sostenible, dirigida a la raíz las causas del hambre.

### ¿Cuál es el enfoque de trabajo del P4P?

El enfoque P4P se basa en tres componentes:

1. Demanda sostenida de alimentos de calidad del PMA y otros mercados;
2. Fortalecimiento de las capacidades de los pequeños productores a través de sus organizaciones;
3. Apoyo, coordinación y articulación de las organizaciones de pequeños productores con socios proveedores de servicios claves de las cadenas de valor.

(1) En este documento cuando se hace referencia a pequeños agricultores se considera tanto mujeres como a hombres. Como se verá más adelante el P4P tiene una estrategia activa de incorporación de mujeres a sus programas.



**Mapa 1: Programas de Apoyo a Pequeños Productores en América Latina y el Caribe**

## El Plan Estratégico de PMA. Salvar vidas, cambiar vidas y alimentar sueños.

En noviembre de 2016, el Consejo Ejecutivo del Programa Mundial de Alimentos (PMA) aprobó un nuevo Plan Estratégico (2017-2021) que está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030, y que contiene las orientaciones sobre cómo apoyar a los países para el logro de dichos objetivos.

El Plan Estratégico del PMA prioriza el ODS 2: “Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible”; y el ODS 17: “Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible”.

El PMA desarrolla programas de apoyo a pequeños productores para vincularse a los mercados en 9 de los 11 países de la región en los que tiene presencia. En cada uno de esos países la modalidad de intervención se ajusta a las necesidades y políticas locales. Por lo tanto, una variedad de enfoques y estrategias se han utilizado para aprovechar las oportunidades y responder a los desafíos de cada país que trabaja para fortalecer la venta asociativa a través de las organizaciones de pequeños productores agrícolas.

## Vinculación de las organizaciones de pequeños productores a los mercados

### ¿Cuáles son las actividades que se desarrollan para fortalecer la vinculación de las organizaciones de pequeños productores a los mercados?

- **Asistencia técnica a las organizaciones de productores**, través de socios estratégicos (ver página 12), facilitada por el PMA. La asistencia técnica es a lo largo de la cadena de valor (producción –comercialización). El PMA contribuye con su experiencia en la fortalecimiento de las capacidades de negociación y conocimientos de logística.
- **Asistencia técnica a los gobiernos, nacionales o locales**, en mecanismos y procesos de compra amigables para pequeños productores.

El proceso de fortalecimiento de capacidades es monitoreado por el PMA, para extraer lecciones aprendidas y mejorar los procesos.

### ¿Cuáles son las modalidades de inserción a los mercados?

Las cuatro modalidades de inserción de las organizaciones de productores en los mercados promovidas desde el P4P: (i) participación en los mecanismos de compra del PMA, (ii) inserción en mercados institucionales, (iii) compras por parte de los beneficiarios, y (iv) el PMA facilita el

proceso de acceso al sector privado. En el cuadro 1 pueden apreciarse cómo cada país explora vínculos diferentes, por ejemplo en Colombia PMA está intentando explorar las cuatro modalidades, en tanto que en Cuba el mercado son los programas de protección social del gobierno de ese país.



### Las organizaciones de productores (OPs)

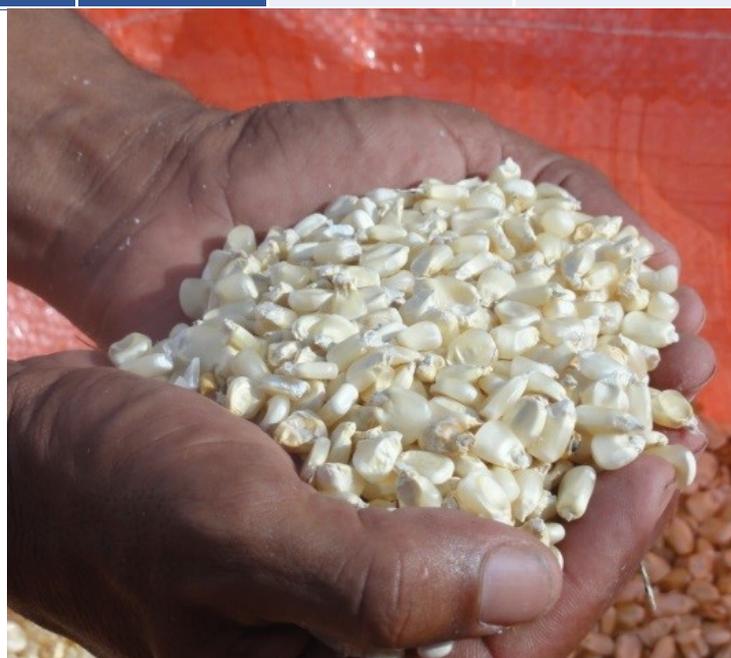
Son el centro de la actividad del P4P y los esfuerzos de capacitación y fortalecimiento están destinados a constituir las en actores con capacidades de gestión y negociación en mercados demandantes de calidad. Inicialmente en cada país se focalizó más en las OPs de base y a sus miembros y no en las OPs consideradas de segundo nivel o sombrillas con cobertura a nivel regional.

Las OPs con más capacidades se han beneficiado más de la última parte de la cadena de valor que abarca el procesamiento y la comercialización incluyendo el acceso a crédito. De ahí que con P4P las OPs más fuertes que progresaron en su capacidad asociativa vieron la necesidad de crear asociaciones de segundo nivel para responder a la demanda del mercado; a través de centros de agro-negocios regionales ofreciendo mayores servicios, como por ejemplo:

- **El acopio colectivo** para contar con mayores volúmenes y una economía de escala para la comercialización y el acceso a nuevos mercados.
- **Controles en la cantidad y calidad** para mejorar el reporte hacia los socios y las garantías de calidad para los clientes.
- **Mayor transformación** y valor agregado con la clasificación, secado, almacenamiento y empaque.
- **La diversificación de mercados** con nuevos productos (como hortalizas, huevos, o lácteos) o con los mismos productos con mayor valor agregado, como frijol seleccionado en paquetes de media y una libra.

**Cuadro 1. Tipo de apoyo a pequeños productores y modalidades de inserción a los mercados 2009-2017**

Países	Asistencia técnica a organizaciones de productores	Asistencia técnica a los gobiernos nacionales y locales	P4P modalidades de inserción a mercados			
			Compra de PMA	Compra institucional	Compra de beneficiarios (escuelas, hogares) Vouchers	Compra del sector privado facilitado por PMA
<b>Bolivia</b>	Gobierno local	PMA				
<b>Colombia</b>	PMA con socios	PMA				
<b>Cuba</b>	PMA con socios	PMA				
<b>Ecuador</b>	Gobiernos nacional y local	PMA				
<b>El Salvador</b>	PMA con socios	PMA				
<b>Guatemala</b>	PMA con socios	PMA				
<b>Haití</b>	PMA con ONG	PMA				
<b>Honduras</b>	Gobierno local	PMA				
<b>Nicaragua</b>	PMA con socios	PMA				





## Modalidades de inserción a los mercados

### Compras del PMA

Entre el año 2009 y 2016, el **PMA ha comprado 84,688 toneladas métricas de productos, principalmente maíz y frijol**, pagando a las OPs aproximadamente **USD 45 millones**. Para esto, el PMA puso en práctica procesos **de compra innovadores**.

**El P4P utilizó la plataforma de compras del PMA como una posibilidad de aprendizaje** para las OPs. En algunos casos, se aplicó la **licitación suave**, una modalidad de licitación innovadora en la que las OPs participaban entre ellas y no tenían penalizaciones en caso de incumplimiento. Así, las OPs aprendieron a presentarse a licitaciones y paulatinamente las más fortalecidas pudieron participar en licitaciones junto a otros proveedores.

Los programas de protección social centrados en la provisión de alimentos se han convertido en un mercado institucional con un gran potencial para la producción de la agricultura familiar. A través del P4P, el PMA vincula los pequeños productores agrícolas de la región a estos sistemas de protección social, como por ejemplo los programas de alimentación escolar.

Sin embargo, estos mercados institucionales presentan desafíos para los pequeños productores, principalmente en relación a su capacidad de abastecer con suficientes volúmenes y con la calidad de los alimentos requeridos; así como retos administrativos, organizativos y financieros, para poder presentarse con éxito a competir en licitaciones públicas. Por otro lado, los estados nacionales o sub-nacionales, están viendo la necesidad de adecuar sus regulaciones para facilitar la participación de los pequeños productores en estos procesos.

En la región son numerosos los ejemplos de

organizaciones de productores que venden a programas de alimentación escolar, como en el caso de **El Salvador, Haití, Honduras, y Nicaragua**.

El **P4P** ha contribuido a dismantlar varias barreras que limitaban la participación de los pequeños productores en los mercados transfiriéndoles conocimientos. En el proceso de negociación con el PMA, las organizaciones de productores fueron ganando la experiencia y la confianza para participar en mercados exigentes en calidad, y más lucrativos.



**Compras del PMA a organizaciones de pequeños  
productores P4P  
(Septiembre 2008 - Diciembre 2016)**

País	Cantidades contratadas en TM	Total pagado (US\$)
Colombia	246	697,000
El Salvador	6,651	3,001,745
Guatemala	30,901	10,850,006
Haiti	4,065	1,330,000
Honduras	37,472	26,452,240
Nicaragua	5,286	3,909,618
<b>REGIONAL</b>	<b>84,688</b>	<b>45,043,609</b>

Fuente: PMA

### Vínculos con mercados institucionales

La participación de los pequeños productores en los **mercados institucionales** de alimentos proviene de las recientes estrategias innovadoras de seguridad alimentaria y nutricional impulsadas en la región, en las que se busca optimizar y articular programas, políticas y recursos públicos para enfrentar la inseguridad alimentaria y la malnutrición. Los ministerios de Educación, Desarrollo Social e inclusive el de Salud buscan en la agricultura familiar nacional alimentos frescos, diversificados y culturalmente aceptados por las dietas de su población. A su vez, los Ministerios de Agricultura ven la oportunidad de facilitar el acceso a mercados a este sector y el fortalecimiento de las economías locales y regionales.

El Estado es un comprador de alimentos, por lo que hay sinergias entre la demanda del Estado y la oferta de los pequeños productores. Esta sinergia ha permitido enfrentar dos desafíos: mejorar la calidad de la alimentación y la segunda, construir procesos de movilidad social para muchos hogares rurales.

Para asegurar la sostenibilidad de las acciones de fortalecimiento a las organizaciones de productores, las oficinas de país de PMA en la región identificaron modelos de compras y de mercados estructurados que pudieran ser adoptados por los gobiernos nacionales. Así el PMA provee apoyo técnico para crear vínculos de mercados entre las instituciones públicas y las organizaciones de productores.

A su vez, los distintos gobiernos están haciendo uso de la experiencia del PMA en compras locales a pequeños productores. En **Colombia**, entre los objetivos del proyecto de apoyo a pequeños productores se encuentra brindar apoyo técnico a entidades de gobierno para que incrementen las compras locales de alimentos de las asociaciones de agricultura familiar, fortaleciendo sus capacidades para el acceso a mercados y contribuir

a diseñar e implementar el traspaso a entidades de gobierno, de modelos innovadores que sean replicables a los modelos actuales de compras

### Compras por parte de los beneficiarios

Tanto en **Colombia** como en **Ecuador** se vincula a las organizaciones de productores a otros programas de PMA, especialmente en regiones donde hay programas de distribución de efectivo a grupos vulnerables. En ambos países se ha apoyado la creación de mercados de productores, en los que las organizaciones llevan sus productos a un centro comunitario y los beneficiarios pueden intercambiar vouchers por alimentos.

En **Haití**, el programa de alimentación escolar apoyado por el PMA transfiere recursos a una ONG que es la institución que realiza la compra a la OP y además supervisa el cumplimiento de contratos.

### Compras del sector privado

Una vez que las OPs tuvieron capacidades de venta conjunta, los equipos de PMA buscaron vincularlas al sector privado, como agroindustrias, mayoristas y de venta minorista. En El Salvador las OPs tienen acuerdos comerciales con una cadena de supermercados. En Honduras, las OPs comercializan buena parte de su maíz y frijol a grandes comercializadores. Se estima que la facturación por las ventas al sector privado duplican el valor de las compras por parte del PMA.





## Las cadenas de valor apoyadas por los programas

En la fase piloto el P4P apoyó las cadenas de valor del maíz y el frijol, cultivos en los que se centró toda la asistencia técnica agrícola, de post cosecha y de comercialización, alcanzando calidad y volúmenes acordes a las exigencias de los mercados nacionales.

Este apoyo se tradujo asistencia, capacitación y en coinversiones (una parte es asumida por las OPs) en infraestructura y equipo agrícola. Las coinversiones de la fase piloto totalizaron unos 9.2 millones de USD y comenzaron con un plan de negocios realizado y aprobado en cada OP en cada país, que también comprendía las necesidades de fortalecimiento y objetivos y destinos de ventas.

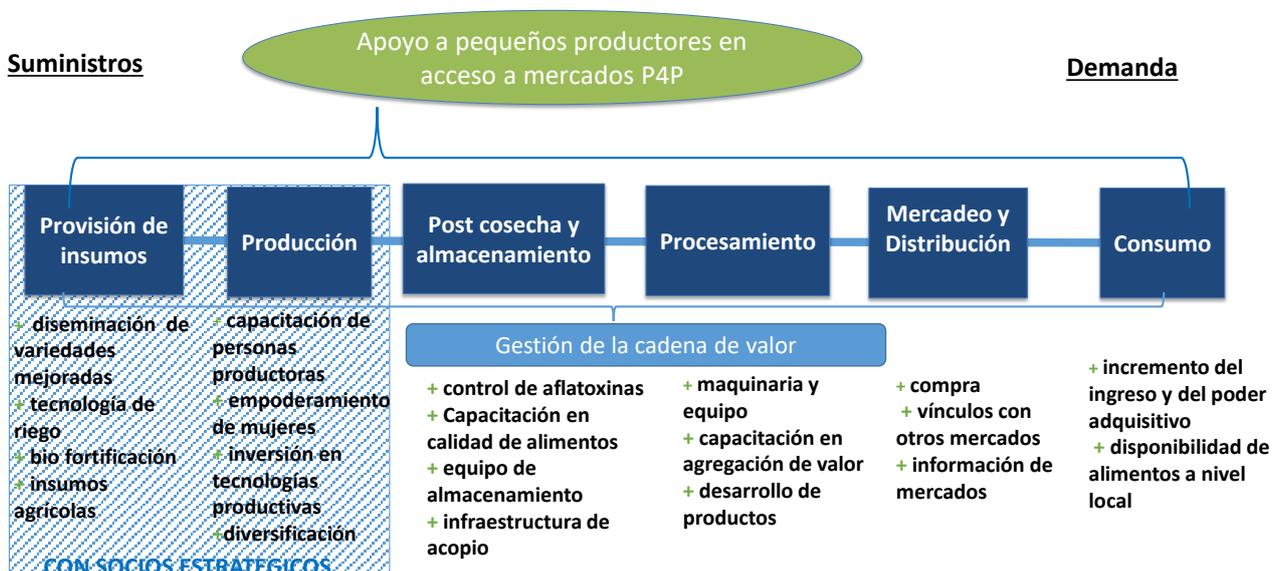
Los principales resultados fueron el incremento de la productividad tanto en maíz como en frijol, la reducción de pérdidas post cosecha, el acceso de las OPs a productos financieros y la expansión de los volúmenes de ventas y la diversificación de mercados

En las nuevas intervenciones se continúa apoyando a toda la cadena de valor, privilegiando el vínculo con los programas de alimentación locales, por lo que se ha hecho énfasis en hortalizas y otros cultivos tradicionales, como la quinoa en Colombia, con excepción de Cuba donde solo se apoya la cadena de valor del frijol.

En Honduras a través de un proceso de descentralización del Programa Nacional de Alimentación Escolar, el PMA apoya el vínculo ente las OPs con los gobiernos locales, quienes realizan las adquisiciones de alimentos, en este caso, además de maíz y frijol, huevos, hortalizas, leche y pescado.

Las nuevas cadenas de valor son un reto para el PMA, que tradicionalmente ha comprado y distribuido cereales y leguminosas. Para enfrentar este reto se apoya en socios técnicos en los territorios, como gobiernos municipales, servicios de asistencia técnica de los gobiernos, ONGs y otros agencias de la ONU como la FAO.

## Puntos de entrada de PMA en las cadenas de valor





## Socios estratégicos

La exitosa implementación de los programas con pequeños productores del PMA ha dependido de la estrecha colaboración y coordinación con una amplia red de socios estratégicos que han compartido tanto conocimiento técnico como recursos a lo largo de las cadenas de valor. En todos los países los principales socios han sido los gobiernos y las instituciones gubernamentales tanto a nivel nacional como local.

En la región los principales socios han sido:

**Los gobiernos** han cumplido un rol clave tanto en el liderazgo estratégico en los comités coordinadores del P4P, en la facilitación de la asistencia técnica productiva, la introducción de regulaciones que apoyan la incorporación de los pequeños productores a las compras institucionales, y en la coordinación general de las cadenas de valor, tanto a nivel nacional como local.

**Las agencias de las Naciones Unidas, especialmente la FAO, FIDA y ONU Mujeres.** PMA y FAO han cooperado en la ejecución de los programas de acceso a mercados en países como Honduras, Colombia, Cuba, Guatemala, entre otros. ONU Mujeres co-ejecuta un programa de género con el PMA en Guatemala y ha brindado asistencia técnica y apoyo en la implementación

En agosto de 2011 ONU Mujeres y el PMA firmaron un Memorándum de Entendimiento para promover la participación activa de las mujeres en las cadenas de valor. Las acciones de esta colaboración contribuyen al fortalecimiento económico y al liderazgo de las mujeres socias de organizaciones de pequeños productores participantes del P4P.

en varios países de la región. FIDA apoya los planes de negocios de OPs en El Salvador y Guatemala.

A su vez, **organismos regionales** como el Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola (IICA) que ha aportado sus capacidades técnicas, entre otros temas, en el diseño de centros de agro negocios en Honduras y la compra de equipo especializado en Nicaragua.

Las **ONGs internacionales y locales** brindan capacitación y acompañamiento técnico, contribuyendo al fortalecimiento de las organizaciones de productores

Las **universidades y centros de investigación**, tanto nacionales como internacionales, brindan apoyo tanto en la formación de técnicos como en la realización de estudios específicos, como el CIAT, IFPRI e iniciativas como Harvest Plus.

El **sector privado**, tanto como compradores de alimentos y como proveedores de insumos y servicios financieros, técnicos.

### Cooperación Sur-Sur

Varios gobiernos de América Latina han brindado apoyo a programas de pequeños productores de otros países de la región.

Como donante y brindando asistencia técnica, Brasil apoya a los programas de pequeños productores de Cuba, Colombia y Haití.

Chile apoya a los pequeños productores de Guatemala y Honduras a desarrollar semillas bio fortificadas de frijol.

**En América Latina y el Caribe, PMA tiene registradas más de 200 colaboraciones con socios estratégicos como gobiernos, ONGs, organismos regionales organizaciones de las Naciones Unidas.**

## La estrategia de género de P4P en la región

La política de género del PMA reafirma su compromiso explícito de crear un entorno propicio para la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres para afrontar problemas de alimentación y nutrición en forma sostenible.

EL PMA ha desarrollado una estrategia para promover el acceso equitativo de las mujeres a sus programas. El enfoque tiene cuatro objetivos:

**1. Aumentar la comprensión de la importancia de las relaciones de género basadas en la equidad**, tanto dentro de los hogares y de las OPs. Este objetivo aborda uno de los principales problemas estructurales identificados en los países donde el P4P funciona: la amplia aceptación de la posición desigual de la mujer tanto en su comunidad y como dentro de su hogar. Esta aceptación "naturaliza" la reducida participación de las mujeres y obstaculiza seriamente los esfuerzos del PMA para su inclusión.

**2. Aumentar y crear oportunidades para que las mujeres participen en grupos y en la toma de decisiones.** Los grupos de mujeres tanto de productores como de comerciantes, facilitan las economías de escala y pueden contribuir a mejorar la participación con respecto a los productores y comerciantes varones.

**3. Facilitar y aumentar la capacidad de las mujeres rurales para acceder, controlar y gestionar recursos y servicios agrícolas.** Este objetivo responde a uno de los mayores obstáculos al empoderamiento de las mujeres: el muy limitado acceso a la propiedad y el control de los recursos por parte de las mujeres que es, en la mayoría de los casos, una prerrogativa exclusiva de los hombres.

**4. Diversificar las oportunidades de las mujeres en actividades agropecuarias generadoras de ingresos**, como una estrategia para aumentar su resiliencia al cambio climático y a las fluctuaciones de precios de los productos agrícolas.

En los distintos países de la región, los proyectos de apoyo a pequeños productores desarrollan actividades de formación y sensibilización en género, promueven tecnologías que abordan la limitaciones de tiempo de las mujeres, programas de alfabetización funcional, capacitaciones en género a agentes de extensión agrícola y contrapartes, programas de acceso al crédito y la promoción de los derechos de la mujeres para la

toma de decisiones sobre sus ingresos, ahorros y bienes.



**En la región, en promedio la participación de las mujeres en las OPs ronda el 30%, siendo más elevado en Ecuador (74%) y en Guatemala (45%).**

## El P4P y la innovación

La implementación del P4P y de los programas con pequeños productores implican un alto grado de flexibilidad programática y de innovación. En la región, la innovación está de la mano de la aplicación de estrategias de campo metodologías de análisis y el fortalecimiento institucional.

Entre las estrategias de campo para mejorar la calidad e inocuidad de los alimentos adquiridos por el PMA, cabe mencionar la Blue Box o caja azul (Guatemala) y la implementación de la trazabilidad de granos (Honduras). En cuanto a metodologías, varios de los países elaboraron herramientas de diagnóstico, monitoreo y evaluación de las OPs.

Por otra parte, en El Salvador el equipo de PMA desarrolló conjuntamente con el gobierno, el Índice Nacional de Capacidades, que permite a las instituciones realizar un proceso de autoevaluación en los temas relacionados con el apoyo a la vinculación de pequeños productores a los mercados. La modernización del **Centro de Entrenamiento de Desarrollo Agrícola (CEDA)** en Honduras permitió la dinamización de la investigación y la extensión agrícola.

### Trazabilidad

El PMA en Honduras conjuntamente con el IICA desarrollaron un sistema de información para seguir el movimiento del maíz y frijol adquiridos por el PMA a las OPs, a través de las diversas etapas de la cadena productiva para garantizar la calidad y el origen y mejorar la transparencia. Este proceso ha sido acompañado por el desarrollo de capacidades a nivel de personal de las OPs y del PMA, ajustando el sistema para asegurar una implementación óptima. La trazabilidad ha permitido mejoras en la gestión y el control de la

calidad del producto y la mejora de la disponibilidad de información confiable. El PMA y los compradores privados tienen ahora la garantía de origen de cada una de las bolsas adquiridas a través de un mecanismo de trazabilidad.

### Herramientas de evaluación de OPs

Durante la fase piloto, en los 4 países de Centroamérica los equipos del P4P elaboraron herramientas de evaluación de OPs. El objetivo de la herramienta es contribuir a la comprensión de las capacidades de las OPs y facilitar la toma de decisiones para el apoyo a las mismas a lo largo del ciclo de proyectos (diagnóstico, focalización, asistencia técnica, M&E y aprendizaje).

### Modernización del CEDA



La modernización del CEDA fortaleció las capacidades del gobierno de Honduras para llevar a cabo su plan estratégico de capacitaciones para la producción de alimentos y la agricultura familiar.

### Blue Box - Caja Azul

El P4P Guatemala trabajó junto con la unidad de Calidad y Seguridad Alimentaria del PMA para desarrollar un kit de pruebas de campo llamado Blue Box, diseñada para examinar la calidad del grano de maíz y detectar problemas de plagas en una etapa temprana, reduciendo así los rechazos.

Contiene un equipo de muestreo y clasificación de grano, un medidor de humedad, un kit de prueba de aflatoxinas y otros suministros para permitir el cribado in situ de los parámetros de calidad de los alimentos y la clasificación en cualquier etapa de la cadena de valor.

La **Caja Azul** ha sido utilizada eficazmente tanto por organizaciones de agricultores, como por las unidades de Compras del PMA. Desde 2011, 26

Oficinas del PMA globalmente, 14 de las cuales son países piloto P4P, han incorporado la **Caja Azul** en su programación.





## “Cultivando las raíces de la inclusión social”: Taller Regional de P4P

El taller regional de P4P se llevó a cabo en la ciudad de San Salvador, El Salvador, en julio de 2016 y tuvo como **objetivo general** aportar a la construcción de una visión regional de apoyo a los pequeños productores en América Latina y el Caribe como parte de una perspectiva más amplia de la protección social.

El taller regional contó con la participación de todos los países de ALC en donde el PMA tiene presencia, asimismo participaron representantes de la Oficina Regional, de la Unidad de P4P y la Unidad de Nutrición de la sede en Roma, incluyendo el Coordinador Global P4P.

Los tres días del taller incluyeron visitas de campo a 2 asociaciones de pequeños productores que son apoyadas por el PMA y sesiones de debate sobre las experiencias de apoyo a pequeños agricultores en América Latina y el Caribe incluyendo las perspectivas nacionales, regionales y globales. También se presentaron herramientas utilizadas para el diagnóstico y monitoreo de las organizaciones de OPs, de la inclusión de pequeños productores en la política pública y del acceso a sistemas financieros alternativos.

### Conclusiones, desafíos y prioridades

- La importancia estratégica de una **vinculación más sólida** de los pequeños agricultores a los **sistemas nacionales de protección social** tanto a nivel global como regional.
- Impulsar la **búsqueda de nuevos mercados** a través de políticas de compras locales, nacionales y regionales fomentando los mercados institucionales, profundizando la **búsqueda de nichos de mercados**.
- La **informalidad** de los mercados de alimentos limita las posibilidades de crecimiento de las OPs. Se debe impulsar la formalización de estos mercados, fomentando la aplicación de las normas de calidad e inocuidad, así como la formalización de las relaciones comerciales mediante contratos.
- **El fortalecimiento de capacidades** de los

pequeños productores y de sus organizaciones, permanece como uno de los grandes retos. A su vez, los aprendizajes técnicos y estratégicos deben ser sistematizados y promovida su difusión y el intercambio de experiencias.

- Promover una más sólida con los enfoques de adaptación al **cambio climático y resiliencia comunitaria**.
- Otros temas transversales como **inclusión de los jóvenes y relevo intergeneracional**, la influencia de las **migraciones** internas y externas, entre otros, representan un gran reto dentro de los programas P4P, por lo que se requiere profundizar su estudio para la producción de enfoques específicos.



Mujer doblando maíz para su secado previo a la cosecha, en Honduras.

En cumplimiento de la **Agenda 2030**, el PMA esta desarrollando un Mapa de Ruta Integrado, para alinearse con los planes nacionales en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles 2 de Hambre Cero y 17 generando Alianzas para lograr los Objetivos. En este contexto, las Oficinas de País de la región están realizando sus Planes Estratégicos de País, incorporando a los pequeños productores como parte central de sus intervenciones.

Las principales líneas de acción incluyen;

- ♦ **Vínculos con mercados:** Continuar incrementando las oportunidades de mercado para los pequeños productores, explorando nuevos vínculos comerciales, y la promoción de cadenas de valor que brinden mayores oportunidades de negocios a los pequeños productores.
- ♦ **Compras institucionales:** promoviendo junto a los países de la región la creciente inclusión de los pequeños productores en las plataformas de compras estatales, especialmente en los programas de protección social y nivel local.
- ♦ **Agricultura sensible a la nutrición:** promoviendo, junto con los socios de desarrollo en cada país, que la producción de los pequeños productores sea cada vez más nutritiva. Esto puede alcanzarse añadiendo valor nutricional a alimentos tradicionales como el maíz y el frijol a través de la bio-fortificación, o promoviendo la diversificación de cultivos para incrementar la oferta de alimentos frescos que contribuyan a una dieta diversa y culturalmente aceptada.
- ♦ **Mejorar el vínculo de los pequeños productores con otros actores del desarrollo;** buscando fortalecer las alianzas de las organizaciones de pequeños productores con instituciones de asistencia técnica locales y nacionales, para lograr optimizar la productividad, la calidad y la inocuidad de la producción de alimentos, mejorando los ingresos y el acceso a los mercados de la agricultura familiar.
- ♦ **Inclusión financiera,** promover el acceso a productos financieros como créditos para capital de trabajo y comercialización y seguros de cosecha, para el acceso sostenible de los pequeños productores a los mercados. El P4P continúa trabajando en los distintos países junto a socios estratégicos para promover instrumentos de inclusión financiera.
- ♦ **Enfoque transformador de género;** promoviendo la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer, mediante la sensibilización sobre los beneficios de la igualdad de género, el suministro de equipo para ahorrar mano de obra y tiempo, y la formación de las mujeres para que participen activamente en la transformación de las cadenas de valor.
- ♦ **Vínculos de programas de acceso a mercados** e integración de enfoques con programas de fortalecimiento de la resiliencia comunitaria y la adaptación al cambio climático.

## Apoyo a pequeños productores en acceso a mercados en América Latina y el Caribe

### Principales resultados 2008-2016

- Apoyo a 293 organizaciones de productores y a 52,000 pequeños productores en 8 países.
- PMA ha comprado 84,000 toneladas métricas de alimentos de pequeños productores por las que ha pagado 45 millones de dólares. Las ventas de las organizaciones de pequeños productores al sector privado doblan ese valor.
- El PMA ha movilizó USD 47 millones de la cooperación bilateral y multilateral y del sector privado para apoyar a los pequeños productores con asistencia técnica y actividades de fortalecimiento de capacidades.
- Con la implementación de la estrategia de equidad de género se ha incrementado la participación activa de las mujeres en las asociaciones de pequeños productores, llegando hasta el 50 por ciento en varias OPs, incrementando también la participación de mujeres en las juntas directivas de las OPs.



WFP



wfp.org/es

PROGRAMA MUNDIAL DE ALIMENTOS

MAIZ

ARROZ

TRIGO

- 
- 
-



## Créditos

Portada: PMA/Ana Touza; Pág. 1 y 2 PMA Nicaragua; Pág. 3 y 4: PMA/Cuba, Pág. 5, PMA/Colombia, Pág. 7, PMA/ El Salvador, Pág. 9: PMA/Haití y PMA/RBP Ana Touza; Pág. 11: PMA/Honduras; Pág. 12: PMA/RBP Ana Touza, Pág. 13: PMA/Nicaragua; Pág. 14: PMA/Honduras/Juan Montes Pág. y PMA/Guatemala, Pag.15: PMA/Guatemala, PMA/Nicaragua; ; Pág. 17: PMA/El Salvador; Pág. 18: PMA/Honduras y contratapa, PMA/Guatemala.



**Para más información contacte a:**

Ana Touza [ana.touza@wfp.org](mailto:ana.touza@wfp.org)  
Asesora Regional para pequeños productores/Acceso a mercados.  
Programa Mundial de Alimentos  
Oficina Regional para América Latina y el Caribe  
Tel: (507) 317 3900  
[wfp.info@wfp.org](mailto:wfp.info@wfp.org)