

Gastronomía Sana

Presentación de experiencias

1) LA GASTRONOMÍA COMO LA ARTICULACIÓN AL PRODUCTOR (Milton Sosa - AGB).

AGB realizan actividades a nivel nacional en diferentes departamentos y regionales, existe un contacto directo con los productores, se exigen productos de calidad, estéticos y sanos, AGB rescata las recetas de la abuela revalorizando los productos de la región como variedad de plátanos. AGB tiene presencia en 7 departamentos y regionales en Oruro, alcanzan a 150 chefs.

Problemas.

- Garantizar la calidad y continuidad del producto es indispensable.
- El producto ecológico es caro, porque no tiene rotación.
- En áreas rurales la gente es cerrada y no está abierta a organizarse y tomar iniciativas.

Avances.

- AGB es en sí un aliado estratégico promoviendo una alimentación saludable.

Desafíos.

- Huertos sostenibles

2) ESTUDIO DE DEMANDA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN ESTABLECIMIENTOS GASTRONÓMICOS RECONOCIDOS EN LA CIUDAD DE LA PAZ Y EL ALTO. (Ángel Ramos - MIGA).

MIGA es el movimiento de integración gastronómico alimentario de Bolivia, que busca generar procesos de desarrollo y revalorizar nuestro Patrimonio Alimentario Regional (PAR) desde la cocina y de todos los elementos culturales, naturales y sociales que la hacen posible. La misión es articular las diferentes iniciativas de los actores del Sistema gastronómico alimentario.

Los datos de la encuesta en la ciudad de La Paz y El Alto señala que al 81% de los encuestados desearían comprar productos orgánicos, el 65% compra a través de intermediarios, el 37% está dispuesto a pagar el 10% más del precio del producto convencional por uno orgánico y el 30% de los entrevistados quiere pagar el mismo precio tanto de productos convencionales como orgánicos.

Otros datos complementarios se refieren a:

- Se cree que lo que se adquiere directamente del productor son productos orgánicos. – Certificación de productos orgánicos.
- Los encuestados creen que sus clientes no reconocen ni aprecian, en su mayoría, que se utilicen productos orgánicos. Sin embargo, es una práctica responsable con la salud de la gente.

- Algunos encuestados cuentan con huertas por la falta de productos específicos en el mercado.
- La frescura es lo más requerido en cuanto a especificaciones.

Para revalorizar el Patrimonio Alimentario Regional desde las personas como portadoras de un patrimonio heredado, se toma en cuenta el patrimonio desde la cocina, desde el producto y desde los mercados y ferias. Se debe recuperar el diálogo y compartir sabores y saberes en la cocina, la cocina cumple más de 20 funciones sociales, culturales, económicas, ambientales, comunicacionales, etc.

La gastronomía se convierte por tanto en una forma indispensable de conocer la cultura y el modo de vida de un territorio. Es un medio para revalorizar nuestra identidad y orgullo, articular productor – cocinero – consumidor, innovar el uso de nuestra agrobiodiversidad de manera sostenible saludable y sabrosa; educar y empoderar a la población para que tome mejores decisiones sobre sus hábitos de consumo.

Se realizaron también charlas informativas a padres de familia y estudiantes sobre el marco legal de alimentación saludable y de etiquetado de productos en Bolivia.

Es momento de realizar una revolución alimentaria desde nuestra agrobiodiversidad, desde nuestras cocinas con identidad.

Problemas.

- Es difícil vender a los restaurants, el Estado debería dar beneficios a restaurants que compren productos como apoyo a los productores con una disminución en los impuestos por ejemplo, pero no hay políticas.
- No hay hábitos de consumo en la población, se debería tener políticas de educación alimentaria para tener beneficios importantes en la salud.
- No se conoce la propiedad y beneficios de los productos.

Avances.

- Relacionar la producción ecológica, la gastronomía y el turismo (AGRO TURISMO).

Desafíos.

- Rescatar más historias y vivencias, lo que hay detrás de cada producto como medio de venta y una estrategia de comercialización.