

COMIDA CALLEJERA: UN APOORTE A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN EL ALTO

10 de abril de 2017

Autora:
Kim Gajraj

Editores:
Maria Teresa Nogales
Viviana Zamora

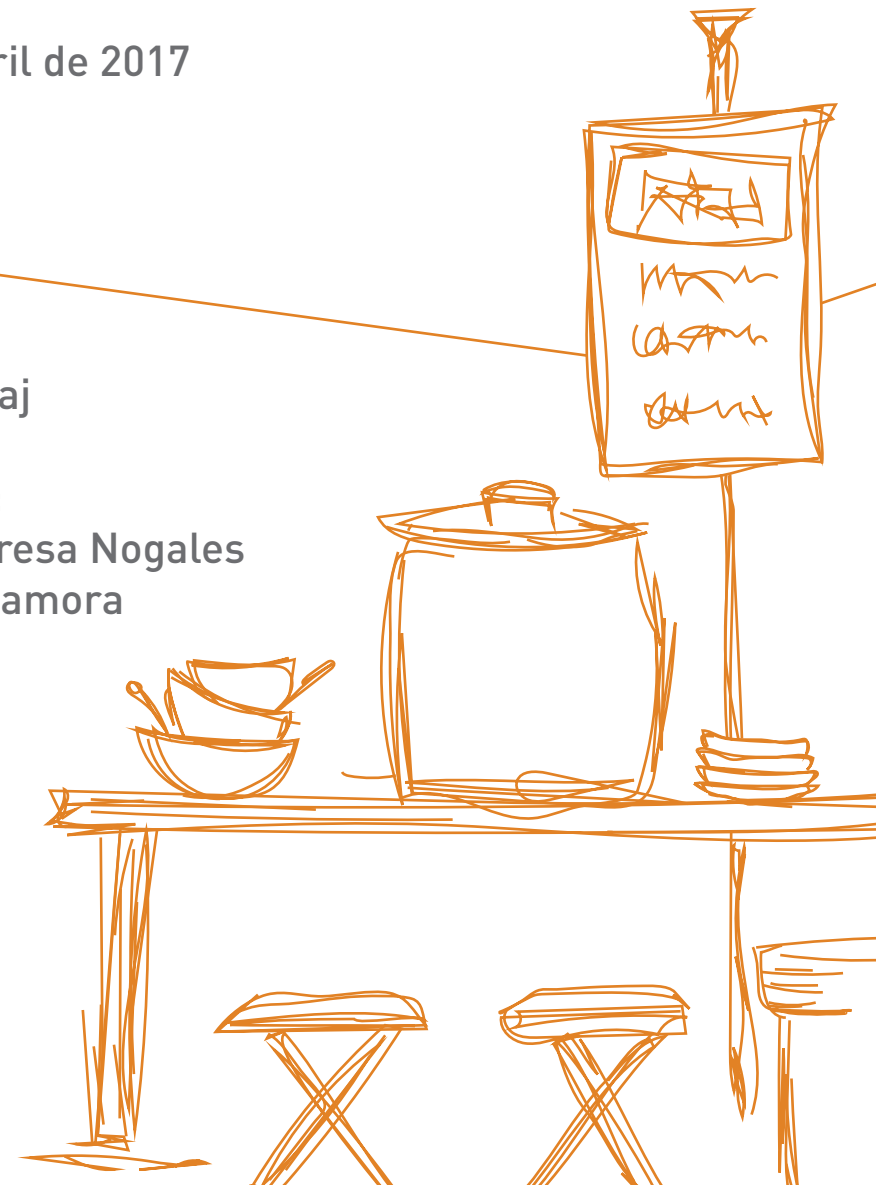


COMIDA CALLEJERA: UN APOORTE A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA EN EL ALTO

10 de abril de 2017

Autores:
Kim Gajraj

Editores:
Maria Teresa Nogales
Viviana Zamora



INTRODUCCIÓN

La comida callejera es una práctica común y extensa en todo el mundo y Bolivia no es una excepción. En la ciudad de El Alto los puestos de comida callejera se extienden a lo largo de las aceras y es imposible caminar por la zona central de esta ciudad sin ver a personas sentadas conversando y comiendo todo tipo de platos ya sea en bancos bajos, en quioscos, bajo lonas o en la calle misma.

A raíz del alcance que tiene la comida callejera, esta sirve como una fuente alimentaria cotidiana, geográficamente accesible y de bajo costo. La comida callejera se caracteriza por su dinamismo y capacidad de respuesta a la demanda del consumidor. Por ello, se considera que este tipo de comida tiene un gran potencial de contribuir a la seguridad alimentaria de las personas.

El presente estudio pretende analizar y determinar de qué manera la oferta de comida callejera contribuye a la seguridad alimentaria. Según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la seguridad alimentaria existe “cuando todas las personas tienen, en todo momento, acceso físico y económico a suficientes alimentos inocuos y nutritivos para satisfacer sus necesidades alimenticias y sus preferencias en cuanto a los alimentos, a fin de llevar una vida activa y sana”⁽ⁱ⁾. Partiendo de esta definición,

se identifican cuatro pilares fundamentales de la seguridad alimentaria: disponibilidad de los alimentos, acceso económico y físico, uso adecuado de los alimentos y estabilidad en el tiempo de los tres factores anteriores. Se resalta que otra variable importante de la seguridad alimentaria es la capacidad de las personas de satisfacer sus preferencias alimentarias al momento de elegir su comida. La investigación parte de esta base teórica.

En la primera parte de este estudio se examinan los componentes de la comida callejera y su relación con la seguridad alimentaria. Además se analizan los factores socioculturales inherentes a las actividades económicas de las personas que venden comida callejera y los examina como fragmentos de extensas y complejas redes de actores informales que son responsables de una importante provisión de alimentos en El Alto. Una segunda parte describe las dinámicas de la venta de la comida callejera, la disponibilidad y la concentración de puestos de comida durante diferentes horas del día. También describe algunas características de las vendedoras. Una última parte busca identificar algunos retos futuros para este gremio y plantea algunas conclusiones importantes.

Objetivos del Estudio

1. Identificar las principales características de la comida callejera en El Alto
2. Determinar en qué medida contribuye la comida callejera al acceso económico y físico a los alimentos por parte de las personas
3. Identificar en qué medida contribuye la comida callejera a la disponibilidad de alimentos
4. Identificar en qué medida contribuye la comida callejera a satisfacer la preferencia alimentaria de las personas
5. Determinar si la comida callejera contribuye al uso adecuado de los alimentos, partiendo de un análisis de valor nutricional y manipulación adecuada de los alimentos
6. Identificar en qué medida contribuye la comida callejera a la estabilidad de la oferta de alimentos

7. Identificar posibles áreas de intervención para mejorar la contribución de la comida callejera a la seguridad alimentaria

Metodología

Para llevar a cabo este estudio, se adoptó un enfoque de investigación iterativo¹ y heurístico² durante 16 semanas. Se utilizaron las siguientes herramientas:

- **Investigación bibliográfica.-** Se realizó una revisión intensiva de fuentes bibliográficas y de teorías relacionadas a temas de comida callejera y seguridad alimentaria urbana.
- **Observación participante inicial.-** Se pasó tiempo comiendo en diferentes puestos de comida callejera y conversando con vendedoras y clientes. Los insumos recolectados en estas interacciones sirvieron para redactar una guía de entrevistas cualitativas.
- **Caminatas transversales.-** Se realizaron caminatas, con los asistentes de investigación, a diferentes horas del día. Estas revelaron en qué partes de la ciudad se concentran vendedoras y en qué horarios.
- **Entrevistas cualitativas.-** Se realizaron entrevistas no estructuradas y semiestructuradas con 12 vendedoras con las que se había establecido confianza como parte del proceso de observación. Las entrevistas se aplicaron a las mismas personas en varias ocasiones.
- **Observación participante continuada.-** La observación se realizó a lo largo de todo el proceso de investigación. Las observaciones fueron registradas en cuadernos de campo. Se establecieron relaciones de confianza con tres vendedoras, acompañándolas a hacer las compras

¹ Un método iterativo es un método que progresivamente va calculando aproximaciones a la solución de un problema. En Matemáticas, en un método iterativo se repite un mismo proceso de mejora sobre una solución aproximada: se espera que lo obtenido sea una solución más aproximada que la inicial.

² El método heurístico es una estrategia de resolución y reglas de decisión utilizada por los investigadores, basada en la experiencia previa con problemas similares. Esta estrategia indica las vías o posibles enfoques a seguir para alcanzar una solución.

en el mercado y realizando visitas a sus casas para preparar la comida.

- **Construcción de relación de confianza.-** Se estableció una relación de confianza con una de las vendedoras de los puestos estudiados, lo que permitió obtener una comprensión profunda del funcionamiento del negocio, de la hermenéutica del relacionamiento con otras vendedoras y su rol en su asociación³. También permitió generar interacciones personales con clientes y otros miembros de la asociación⁴.
- **Sondeo cuantitativo de consumidores.-** Se llevó a cabo un sondeo para comparar las perspectivas de consumidores con las de vendedoras, y triangular métodos cualitativos y cuantitativos para mejorar la calidad de los datos. Se realizaron 160 entrevistas en 5 locaciones diferentes de La Ceja. Estas fueron elegidas aleatoriamente y se seleccionó a cada quinto transeúnte para llenar el cuestionario.

1. COMIDA CALLEJERA Y SEGURIDAD ALIMENTARIA

En la zona central de El Alto hay una gran cantidad de agachaditos y estos se concentran en áreas donde hay más demanda, lo que garantiza accesibilidad a lo largo del día. La alta proliferación de puestos de comida callejera en las zonas centrales de esta ciudad sugiere que este tipo de comida juega un papel importante en la vida cotidiana de las personas y específicamente en su seguridad alimentaria. Estos puestos ofrecen una variedad extensa de platos tradicionales a distintos precios y se encuentran ubicados en zonas comerciales y concurridas, en especial cerca de colegios y lugares de trabajo. Es probable que el acceso físico a estos alimentos sea una variable importante vinculada a la alta demanda de estos, no sólo para ciudadanos de menores ingresos sino para personas de toda economía.

En lo que se refiere a los pilares fundamentales de la seguridad alimentaria, el hecho de que los precios de la comida callejera sean bajos contribuye al acceso económico de los alimentos. La provisión cotidiana y directa de alimentos frescos, raíz de las relaciones sociales directas con productores rurales, garantiza una mayor disponibilidad de alimentos a precios competitivos. El factor tiempo también juega un papel fundamental ya que las presiones relacionadas al trabajo y al ritmo de vida acelerado hacen que la inmediatez de la comida callejera sea otro aspecto necesario para que el ciudadano

³ La organización sindical a la que pertenece como vendedora callejera

⁴ La investigadora trabajó durante 1 mes como asistente de una vendedora de comida callejera. Las tareas incluían aprender quiénes eran clientes regulares de la comidera, ofrecer y servir comida a clientes, lavar platos entre otras actividades.

tenga un acceso garantizado y una preferencia por esta opción. Así también la oferta variada de platos, en especial de platos tradicionales, le permite al consumidor acceder a alimentos con cierta calidad nutricional y que responden a sus preferencias alimentarias.

Se hace notar, sin embargo, que entre los retos que aún enfrenta la comida callejera está la correcta manipulación de alimentos y la higiene de los alimentos servidos. Por estas razones se cuestiona la inocuidad de la comida callejera, lo que presenta una barrera a su contribución a la seguridad alimentaria. Estos aspectos se pueden tomar en cuenta como parte de una estrategia que busque mejorar la comida callejera y garantizar que se considere como un aporte importante a la seguridad alimentaria de las personas.

2. COMIDA CALLEJERA Y ECONOMÍAS POPULARES

Hoy en día se reconoce a las economías populares como eficientes y dinámicas, y como parte de un esquema económico fundamental para la generación de empleo en Bolivia. En cierta medida las economías informales han sido legitimadas a nivel estatal y vienen despertando mayor interés por la sociedad, tomadores de decisiones y autoridades.

Hablando específicamente del sector informal de la ciudad de El Alto, podemos señalar que la economía informal no está regulada por el gobierno, sin embargo tampoco es clandestina, ni totalmente independiente del Estado.

El hecho de que los negocios populares suelen ser de pequeña escala e interconectados a través de relaciones sociales y económicas duraderas, conlleva a la creación de estructuras descentralizadas que juegan un papel importante en la distribución equitativa de recursos, generando lo que en economía se denomina *efecto goteo*⁵.

Sin duda, la comida callejera opera de manera mayormente informal, fuera del ámbito de la regulación estatal. Sin embargo, estos negocios han demostrado tener capacidad de

⁵ Denominado también "efecto derrame" o "teoría del goteo", traducido del término en inglés "trickle down effect", que significa que a raíz de algún tipo de crecimiento económico se generan beneficios para todos.

generar economías de supervivencia y capacidad de respuesta inmediata y dinámica a la demanda del consumidor. En la Tabla 1 se muestran algunas diferencias entre negocios formales e informales:

Tabla 1⁽ⁱⁱⁱ⁾: Características de la economía informal.

CARACTERÍSTICAS	SECTOR FORMAL	SECTOR INFORMAL
Tamaño de empresa	Grande	Pequeña
Propiedad y gestión	Corporativa	Familiar/individual
Tecnología	Intensiva en capital	Intensiva en mano de obra
Poder de negociación	Colectivo	Individual
Estatus legal	Registrado	No registrado
Política oficial	Promovida/protegida	No promovida/no protegida

Según el estudio *Hacer Plata Sin Plata⁽ⁱⁱⁱ⁾*, del Programa de Investigación Estratégica en Bolivia, la economía informal en Bolivia se ha vuelto dominante y corriente. En El Alto y La Paz, esta “economía dentro de la economía” está basada en la identidad indígena aymara y controla hasta un 90% de la comercialización de productos rurales. Espacios informales, que surgieron a través de una larga historia de exclusión de los aymaras, hoy en día se han vuelto sólidos y dinámicos.

Al contrario de la teoría económica corriente, estas actividades económicas han demostrado una expansión en vez de una contracción durante tiempos de bonanza económica. Esto desafía las posturas que consideran la actividad informal como una estrategia de supervivencia y sugiere que en Bolivia las actividades informales pueden considerarse como oportunidades económicas reales para generar riqueza y movilidad ascendente^(iv).

Los agachaditos demuestran ser negocios rentables con oportunidades de crecimiento económico ya que se constitu-

yen como un servicio esencial para la población y generan un rédito económico significativo. La mayoría de las vendedoras que participaron del estudio indicaron que tienen negocios que han crecido y que estos aportan mayores ingresos económicos en el transcurso del tiempo. Además, se puede decir que “*la venta de comida callejera es una ocupación que permite a muchas mujeres reconciliar el papel productivo con el papel reproductivo*”.^(v)

En la literatura reciente sobre la informalidad en Bolivia, también se destaca la importancia del concepto de *pluriempleo*, en la que una persona^(vi) o una unidad familiar^(vii) se involucra en varias actividades económicas, que pueden ser formales como informales. Se registra en algunos casos que incluso policías y profesores de universidad se dedican paralelamente a actividades informales como el comercio. En El Alto, entonces, existe una red compleja de actores económicos que opera con la participación simultánea de una unidad familiar o una persona en numerosas actividades económicas.

El Alto es una ciudad en la que economías populares dominan y donde la gente ejerce un poder político significativo. Lazar explica que “en El Alto, la relación entre ciudadanos y el Estado es mediada por una estructura bien establecida de organización colectiva que corre paralela al Estado y que interactúa con él a múltiples niveles”^(viii). Estas entidades organizadoras suelen tener una estructura interna que imita a la de las instituciones formales del Estado, pero al mismo tiempo trabajan duro para mantener al Estado a una distancia^(ix).

“De Calasaya traigo papa, chuño, tunta. Sembramos también y cosechamos. Después nos guardamos y de poco a poco vamos trayendo”.

Feliza Siñani Mamani, Vendedora de variedad de platos
Zona Villa Adela - El Alto

Gracias a la dinámica de crecimiento de El Alto, hay una gran cantidad de fluidez entre la ciudad y zonas rurales^(x) porque migrantes rurales suelen mantener sus lazos familiares y en algunos casos hasta mantienen una segunda residencia en su comunidad de origen^(xi). Esto influye en la manera en la

que los actores del sistema económico informal interactúan con la provisión de alimentos de áreas rurales a áreas urbanas. En las economías populares los pequeños productores forman parte de sistemas complejos de comercialización de alimentos que sirven, principalmente, para la provisión de alimentos a zonas urbanas. Ciertamente, este relacionamiento directo permite que las vendedoras de comida callejera logren un abasto directo y a buen precio, que además repercute en su capacidad de establecer precios competitivos y favorables para los platos que ofrecen a la población.

3. DESARROLLO DEL ESTUDIO

En este apartado se describe el universo complejo de la comida callejera, las características de los diferentes tipos de puestos y la categorización que se aplicó para seleccionar los puestos que están incorporados en el estudio, seguido por una descripción de las dinámicas cotidianas que caracterizan la disponibilidad y la venta de la comida callejera. Finalmente, se incluye un breve perfil de las vendedoras que participaron del estudio.

Categorización de puestos de comida callejera

El presente estudio tomó como base incluir tipos de comida que sirven como reemplazo a una comida completa preparada en casa, principalmente consumida por personas que no tienen suficiente tiempo para desplazarse hasta su casa para comer. Específicamente, se han estudiado los puestos de comida callejera conocidos como *agachaditos*. Estos puestos se llaman así por la posición agachada que la gente debe asumir para sentarse a comer que, además, tiende a ser sobre bancos bajos. El término también se refiere al tipo de comida que se sirve en los puestos. Los *agachaditos* tienden a ofrecer platos tradicionales bolivianos, contrario a los puestos de comida rápida o chatarra que venden, por ejemplo, hamburguesas o salchipapas. El término se trata de una categorización que ya existe en El Alto y que representa cierto tipo de comida callejera.

Diferentes tipos de agachaditos

Entre los agachaditos existe una gran diferencia entre los precios y los tipos de platos ofrecidos. Los precios varían entre los 3 Bs. (para una porción grande de fideo o un chairo con un pedazo pequeño de carne) y aproximadamente 15 Bs. (para platos más grandes con pedazos grandes de carne, normalmente acompañados por un caldo.)



Imagen 1:
Ejemplo de un puesto permanente

También existen diferentes tipos de puestos entre los agachaditos: los puestos permanentes, semipermanentes y temporales.

Los puestos permanentes son los más duraderos y dan más abrigo ante la intemperie. Estos están fabricados de metal y son estacionarios, en su mayoría de color azul. Cuentan con una puerta vertical corredera que se puede cerrar con candado para guardar todo lo necesario (utensilios, platos y otros) de forma segura durante la noche (ver Imagen 1).

Esta infraestructura le permite a la vendedora facilidades ya que no necesita cargar y trasladar todo su equipo entre la casa y el puesto todos los días. También le permite a la vendedora extender bancos y taburetes en la calle

para sus clientes, e inclusive acomodar asientos dentro del quiosco. La opción de sentarse adentro representa un beneficio adicional para las vendedoras ya que pueden ofrecer un lugar seco para sentarse y comer cuando llueve.

Las vendedoras de puestos estacionarios se instalan durante las horas más concurridas en las diferentes zonas, lo cual significa que la concentración de estos mercaderes en la zona central de El Alto responde a la cantidad de consumidores a lo largo del día.

Los puestos semipermanentes utilizan una plataforma de madera con cuatro postes que sostienen algún tipo de lona o plástico a modo de techo (ver Imagen 2). Si bien estas plataformas son desarmables, tienen un área determinada permanente. En estos puestos se pueden almacenar algunas de las pertenencias de la comidera durante la noche, cubierto con una lona

y amarrado con una cuerda. Esta es una forma menos segura que dentro de los puestos permanentes. Durante el día, se cuelga una lona que sirve como sombrilla.

El tercer tipo de puesto son los temporales. El puesto puede tratarse de un carrito con ruedas, utilizado para transportar comida y equipamiento que además puede servir como una infraestructura básica para servir la comida (ver Imagen 3). En ellos, las vendedoras transportan diariamente todas sus herramientas y enceres, lo que limita la cantidad de comida que pueden ofertar. Las vendedoras llevan su equipo en aguayos sobre sus espaldas, o usan algún tipo de transporte incluyendo taxis, minibuses u otros para llegar a sus puestos. Otros puestos no cuentan con ningún tipo de infraestructura. En estos, la vendedora coloca sus ollas con comida en el suelo y se sienta en bancos bajos o en la acera, al igual que sus comensales.

Todos los puestos que han sido incluidos y categorizados en este estudio - permanente, semipermanente y temporal - se ubican en el mismo lugar cada vez que su dueña sale a vender. Se resalta que el tipo de puesto tiene un efecto directo sobre la cantidad de comida que se puede vender diariamente.

Dinámicas diarias de los agachaditos en El Alto

La alta proliferación de agachaditos en la zona central de El Alto es acelerada y de mucha concentración en toda la ciudad y a diferentes horas del día. Las vendedoras adoptan diferen-



Imagen 2:
Ejemplo de un puesto semi-permanente



Imagen 3:
Ejemplo de un puesto temporal

tes estrategias para asegurarse de estar en lugares donde exista una demanda importante, en el momento idóneo. Debido a que la zona central de El Alto se vuelve concurrida a diferentes horas, los agachaditos funcionan a diferentes horas.⁶

Día.- Durante el día la mayoría de los puestos ofrecen almuerzo para las personas que trabajan o estudian en el centro de El Alto. Las vendedoras están dispersas por las zonas de La Ceja, 12 de Octubre y Villa Dolores, que están cerca del centro. Los agachaditos diurnos se encuentran, frecuentemente, entre puestos que ofrecen otros productos. Por ejemplo, las asociaciones sindicales suelen agruparse por calle o por cuadra y las comideras que son parte de estas asociaciones sirven almuerzo a otros comerciantes de la asociación y otros clientes.

Noche.- Entre las 19:00 y la madrugada cambia el escenario de la comida callejera. En este horario, las oficinas y gran parte del comercio se encuentran cerrados. Entonces, la Avenida 6 de Marzo (una de las vías principales para entrar y salir de El Alto) se empieza a llenar con vendedores de comida callejera. Esta es una de las rutas que utilizan las personas para viajar entre el centro y los barrios del sur/suroeste de El Alto. También conecta a El Alto y La Paz a otras ciudades incluyendo Oruro, Cochabamba y Sucre.

Muchas personas cenan en los puestos de comida callejera después del trabajo y antes de conseguir transporte para trasladarse a casa. Más tarde en la noche y en la madrugada son mayormente los viajantes, choferes de transporte y gente que sale a fiestas los que más consumen agachaditos en esta ruta.

Madrugada.- Cuando comienza a amanecer, productores, acopiadores y comerciantes llegan de las zonas rurales. Varios se concentran en la calle 5 de la Ceja para vender papa, chuño y carne. Surge una especie de mercado matutino donde la gente empieza a concentrarse. Al igual que en los demás horarios, los agachaditos responden a la concentración de potenciales clientes.

⁶ Se realizaron caminatas transversales con dos asistentes de investigación, a diferentes horas del día para identificar qué partes de la ciudad son mayormente ocupados por agachaditos y en qué horario. Se evidencia que la comida callejera suele seguir la actividad del comercio y del transporte a lo largo del día.

Algo parecido, pero en mayor escala, ocurre en Villa Dolores. Los martes y viernes en la mañana hay una feria en la que productores y acopiadores, que llegaron la noche anterior, venden sus productos desde muy temprano a precios reducidos en relación a los precios de los mercados de La Ceja. Por ello, también se va concentrando una cantidad importante de agachaditos.

Las vendedoras

Como ya se ha mencionado, 12 vendedoras formaron parte de este estudio. La investigadora recopiló datos visitando los puestos de comida, comiendo con las vendedoras y los comensales durante un periodo de 16 semanas. En este sentido, la información recolectada representa una combinación de datos obtenidos a lo largo de varias instancias de observación participante y entrevistas. En el Anexo 1 se incluye información básica sobre las vendedoras y el lugar aproximado de donde venden.

La mitad de las vendedoras que participaron del estudio indican ser madres solteras, ya sea porque están divorciadas o porque son viudas. No se pueden sacar conclusiones o tendencias sobre esta característica, sin embargo, la observación señala que la venta de comida callejera puede ser una ocupación viable para una mujer cabeza de hogar.

Muchas vendedoras indicaron que la venta de comida callejera es muy compatible con su rol de madre porque les posibilita cuidar de sus hijos a tiempo de vender. Esta es una manera de reconciliar su papel reproductivo con la necesidad de ganarse la vida. Además, muchas veces la comida que no se vende en el día se consume en sus hogares por la noche, lo que permite alimentar a la familia y no perder la inversión que se ha realizado para el negocio.

Mucha de la bibliografía consultada sobre la venta de comida callejera profundiza sobre esta ocupación como mera estrategia de supervivencia o como un último recurso para tratar de ganar algo de dinero para mantener la familia^(xii). Sin embargo, las participantes del estudio refieren a que siempre existen opciones y oportunidades para tener un progreso económico dentro de este rubro. Muchas de las consultadas empezaron como vendedoras ambulantes con carros pequeños y a lo largo del tiempo llegaron a contar con un puesto estacionario. Pau-

latinamente, las vendedoras reinvierten sus ganancias para ir mejorando el tipo de puesto que tienen. Indudablemente tener un puesto permanente ofrece mayores beneficios, además de la capacidad de almacenar equipo e insumos de forma segura y ofrecer mayor comodidad para los clientes. Factores que se traducen en mayores y mejores ganancias.

A lo largo de este estudio se evidenció que la venta de comida callejera es considerada como una ocupación más segura que otros negocios de venta callejera. Testimonios recolectados de las vendedoras sugieren que la venta de comida callejera ofrece oportunidades para la acumulación de dinero, lo que convierte a esta actividad en la favorita dentro de los negocios de venta callejera.

Doña Guillermina vende en un puesto que es de su prima hermana. El negocio funciona con la participación de varios miembros de la familia. En un día vende aproximadamente 650 platos de comida, equivalente a cerca de 2.000 Bs. al día. A lo largo de unos años, el negocio se ha expandido y hoy la familia cuenta con dos puestos más en la misma zona. Se calcula que los tres puestos juntos generan cerca de USD \$6.000 por semana.

Los consumidores

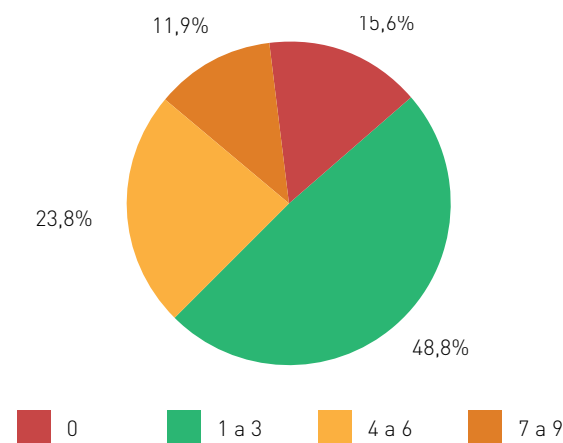
La encuesta a consumidores efectuada como parte del estudio se realizó eligiendo transeúntes al azar en ubicaciones diferentes: La Ceja, Villa Dolores y 12 de Octubre. El sondeo involucró a personas de diferentes ocupaciones incluyendo policías, abogados, comerciantes, estudiantes de colegios, universitarios y personas desempleadas.

El 84,4% de las personas indicaron haber comido en los agachaditos entre 1 y 3 veces la semana anterior. Esto sugiere que residentes urbanos de diferentes niveles de ingreso consumen comida callejera, específicamente de los agachaditos, de manera cotidiana.

Como muestra la Imagen 4, alrededor de la mitad de las personas consumen los agachaditos con frecuencia moderada,

aproximadamente entre 1 y 3 veces por semana según el muestreo de siete días. No obstante, alrededor de un 25% de alteños consumieron este tipo de comida entre 4 y 6 veces en los últimos 7 días. El 11,9% de las personas que participaron del sondeo dependen de los agachaditos como fuente alimentaria, habiendo comido en los puestos entre 7 y 9 veces en los últimos 7 días.

Imagen 4: Consumo de agachaditos en los últimos 7 días

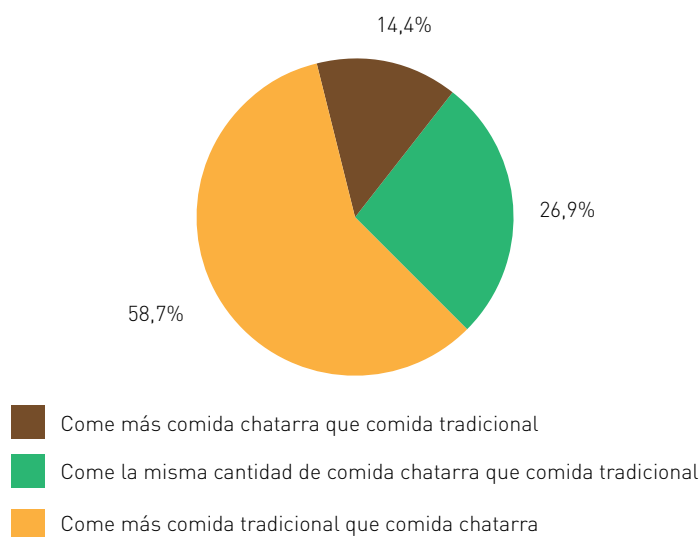


Para cotejar la importancia de la comida tradicional servida en los agachaditos con los puestos de comida rápida o chatarra, se consultó a los participantes sobre sus hábitos alimentarios en relación al consumo de hamburguesas y salchipapas. El 76,9% de los encuestados indicaron que en los últimos 7 días habían consumido comida chatarra en puestos de la calle. Aunque el consumo de comida chatarra registrada es más baja que la de los agachaditos es evidente que su consumo es cotidiano. La Imagen 5 muestra que la mayoría de los encuestados consumen más comida tradicional que comida chatarra.

Se pidió a los encuestados que describan las razones por las que comen en los agachaditos. La tabulación de las encuestas arroja que el 24,7% identifica que elige comer en los agachaditos por el factor tiempo. Un 18,3% citaron razones relacionadas con acceso físico y la cercanía de estos puestos a sus fuentes laborales. La mayoría de las razones para consumir estos alimentos se relacionan con accesibilidad geográfica.

El 17,2% indicaron que los agachaditos son rápidos (lo que hace que sean competitivos con opciones de comida rápida o chatarra en términos de ahorrar tiempo) y que sirven platos tradicionales, mayormente preparados con alimentos frescos y locales. Se identifica que el ahorro de tiempo se relaciona con la discusión sobre la utilidad de tener comida ya preparada disponible en el contexto urbano donde el tiempo es un factor que influye en la seguridad alimentaria. Por otro lado, un 15,6% de encuestados citó el precio como su razón principal de elección. Este último se relaciona directamente con el pilar de acceso económico que forma parte de la definición de seguridad alimentaria.

Imagen 5: Consumo de comida chatarra versus comida tradicional en El Alto



El 8,1% de consumidores indicaron que el sabor de la comida era mejor en los agachaditos que en otros lugares fuera de la casa. Muchos consumidores tienen un puesto que visitan regularmente, porque les gusta el sabor de la comida que se sirve allí. Esto se relaciona con el elemento de preferencia alimentaria, otro factor vinculado a la seguridad alimentaria. Evidentemente los agachaditos tienen una alta capacidad de satisfacer las preferencias de sus clientes y ofrecer platos que son parte de la dieta tradicional de la gente local.

4. PRINCIPALES HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Características principales de negocios de comida callejera en El Alto

El estudio reveló que existe una alta proliferación de puestos de comida callejera en zonas centrales de El Alto. Por ello, se considera que este tipo de comida juega un papel importante en la vida cotidiana de las personas. Estos puestos ofrecen una variedad extensa de platos a distintos precios y están principalmente ubicados en zonas comerciales concurridas, especialmente cerca de colegios y lugares de trabajo.

- **Variedad de platos.-** Dentro del rubro de los agachaditos existe una gran diversidad de oferta, en especial de platos tradicionales. Los consumidores se benefician de esta diversidad al poder acceder a diferentes tipos de comida y a platos que satisfacen sus necesidades o preferencias alimentarias.
- **Proliferación de puestos.-** En la zona central de El Alto hay una gran cantidad de agachaditos y estos se concentran en áreas donde hay más demanda, garantizando accesibilidad a alimentos preparados a lo largo del día. Es probable que el acceso físico sea una variable importante, no sólo para los ciudadanos de menores ingresos sino para personas de toda economía.

- **Estabilidad económica y oportunidades de trayectoria ascendente.-** Los agachaditos son negocios rentables con oportunidades de crecimiento económico ya que se constituyen como un servicio esencial para la población y generan un rédito económico significativo. La mayoría de las vendedoras que participaron del estudio indicaron que tienen negocios que han crecido y que aportan mayores ingresos económicos en el transcurso del tiempo. Además, se puede decir que *“la venta de comida callejera es una ocupación que permite a muchas mujeres reconciliar el papel productivo con el papel reproductivo”*.^(xiii)
- **Estabilidad de los alimentos.-** La estabilidad de los negocios de comida callejera garantiza una estabilidad de alimentos accesibles y sirve como una fuente alimentaria importante para muchas personas.

Comida callejera: relaciones sociales y acceso a alimentos

Las relaciones sociales facilitan en gran medida la adquisición, la preparación y la venta de alimentos frescos y transformados.

“Mis hijos, mi esposo y yo nos levantamos a las 4am. Yo cocino, pero un día antes todos pelamos papa, o lo que se va a cocinar. Los pequeños ayudan a pelar habas y arvejas, también traen agua, miden y pesan el arroz. Así hacemos, juntos”.

Feliza Siñani Mamani, Vendedora de variedad de platos
Zona Villa Adela - El Alto

En primer lugar se evidencian redes de parentesco que sirven como un eje importante para el funcionamiento eficiente y competitivo del rubro. Las vendedoras cuentan con la colaboración de familiares en el negocio y también van entrelazando otros negocios familiares al suyo para reducir los costos de uno o varios negocios. Igualmente muchas vendedoras mantienen vínculos con familiares que aún residen en zonas rurales para adquirir alimentos frescos, de forma directa, para su negocio. Esto permite reducir costos, ofrecer productos más frescos o en mayor cantidad. Se pudo evidenciar que esta práctica la realizan varias de las vendedoras que participaron del estudio.

Así también la participación y pertenencia de las vendedoras a asociaciones y organizaciones sindicales es un eje central del funcionamiento de este rubro. Estas organizaciones y sus dirigentes establecen las normas y reglas a seguir. También juegan un papel fundamental en regular la competencia excesiva, asegurándose que dentro de una misma asociación no existan demasiadas vendedoras que oferten los mismos platos. Las asociaciones y organizaciones sindicales generan estabilidad y un marco regulatorio a seguir para sus afiliados. Además sirven como el vínculo entre el rubro y el Estado, esto permite legitimar la actividad económica y mantener a las agencias gubernamentales a cierta distancia. Las vendedoras que participaron de este estudio que no están afiliadas indicaron que ellas han tenido problemas con el gobierno municipal incluyendo la imposición de multas y el confiscado de pertenencias.

Las relaciones sociales también giran en torno a la relación que van estableciendo las vendedoras con clientes habituales también conocidos como caseros. En alguna medida estos clientes crean estabilidad económica y motivan a las vendedoras a ofrecer precios bajos o porciones más grandes, con el fin de cautivar a clientes y motivarlos a retornar.

El acceso a información actualizada y la promoción de los negocios a través de estos tejidos sociales, dos características de las economías informales, permiten que estos negocios sean altamente flexibles y puedan adaptarse a un entorno económico fluido^(xiv).

Comida callejera: preferencias del consumidor y uso adecuado de los alimentos

Según las vendedoras consultadas, para generar relaciones comerciales perdurables con sus clientes, ellas se preocupan por satisfacer las preferencias y gustos de los comensales. Además reciben cotidianamente la retroalimentación de estos y buscan responder a las necesidades y preferencias ofreciendo las comidas más demandadas, lo que genera niveles de fidelidad con los clientes que a futuro tienen una predilección por ciertos puestos de comida.

En relación a la seguridad alimentaria, es necesario que la oferta de alimentos sea dinámica y accesible y que ofrezca un nivel óptimo de valor nutricional a tiempo de garantizar con-

diciones básicas de higiene. La FAO cita a la falta de higiene como una barrera de la comida callejera a la contribución de la seguridad alimentaria^(xv). Ante la falta de una minuciosa regulación y control de parte de los gobiernos locales, las vendedoras se deberán regular a partir de las exigencias de la clientela y de las organizaciones a las que están afiliadas.

A pesar de la falta de regulación rigurosa por parte de entidades del Estado, es evidente que la relación casera y la proliferación de chismes y rumores se prestan como factores importantes en lo que concierne el control de la higiene de la comida callejera. La preocupación de comensales sobre la higiene de los alimentos es alentadora ya que sugiere que tanto vendedores como consumidores estarían abiertos a acciones que mejoren la higiene alimentaria de los agachaditos.

Comida callejera: estabilidad en la oferta de alimentos

El aporte de las personas que preparan y venden este tipo de alimentos a la seguridad alimentaria depende significativamente de la estabilidad del negocio y del rubro. La estabilidad obedece en gran medida a la capacidad de las vendedoras de adaptarse a una actividad altamente voluble y dinámica. Por ello, su relacionamiento con los clientes y proveedores, y su capacidad de acceso a la información, les permitirá adaptarse y reajustarse constantemente a la demanda.

Es evidente, a raíz de este estudio y las entrevistas realizadas con vendedoras, que los negocios de comida callejera tienen mucho potencial de ser rentables además de presentar posibilidades de trayectoria ascendente. La estabilidad económica que tienden a tener estos negocios genera actores de largo plazo dentro del rubro y esto se traduce en una oferta constante, una fuente alimentaria, de largo plazo para las personas.

5. RETOS DE LA COMIDA CALLEJERA COMO APOORTE A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

Valor nutricional

Sin duda la gama de platos que se venden en los agachaditos es muy amplia. Entre las opciones con menor valor nutricional se incluyen al chicharrón, carne de cerdo o pollo frito en aceite, que suele ser de baja calidad. Así también, el ají de fideo que llena el estómago y provee energía, pero que consiste mayormente de calorías vacías, sin mucho valor nutricional.

Algunos consumidores consultados señalaron que *“algunos tipos de comida callejera, como wallak’e⁷ son muy nutritivos y dan muchas vitaminas al cuerpo”*. Por otro lado están los platos que contienen pescado, aunque están entre los más costosos. Otro de los encuestados identificó al ají de papa y ají de alverja como opciones nutritivas y sanas, además de ser comidas económicamente accesibles.

Un comensal dice que el chairo *“es nutritivo y te da energía”*. Este plato contiene algo de verduras, granos, chuño molido y algún tipo de carne. Este se puede comprar a varios precios, dependiendo de la calidad de los ingredientes. El más económico, entre los observados, costaba 3 Bs. pero la carne en los platos a este precio podría ser de muy baja calidad.

⁷ Wallak’e es una sopa hecha con pescado del Lago Titicaca y con k’oa, un tipo de hierba aromática que también viene del Lago

Se observa que existen varios retos al valor nutricional de la comida callejera. Por ejemplo, la falta de verduras en los diferentes platos y una baja calidad de los ingredientes en las opciones más baratas. Sin embargo, existen otros factores muy positivos en este tipo de comidas. Por ejemplo la capacidad de satisfacer la preferencia alimentaria y su uso de ingredientes frescos y locales que a su vez son adquiridos de pequeños productores.

Dado que la comida callejera consiste en una fuente alimentaria para muchos, se considera que incrementar la oferta de platos con valor nutricional puede repercutir favorablemente en la seguridad alimentaria de las personas.

“Hay que tener cuidado al vender, preparar, todo eso, y en el aspecto personal. La comida tiene que estar como corresponde, con su sabor y también tiene que estar elaborado de la mejor forma”.

Freddy Velasco, Vendedor de P'esqe, Plaza Rioshinio - La Paz

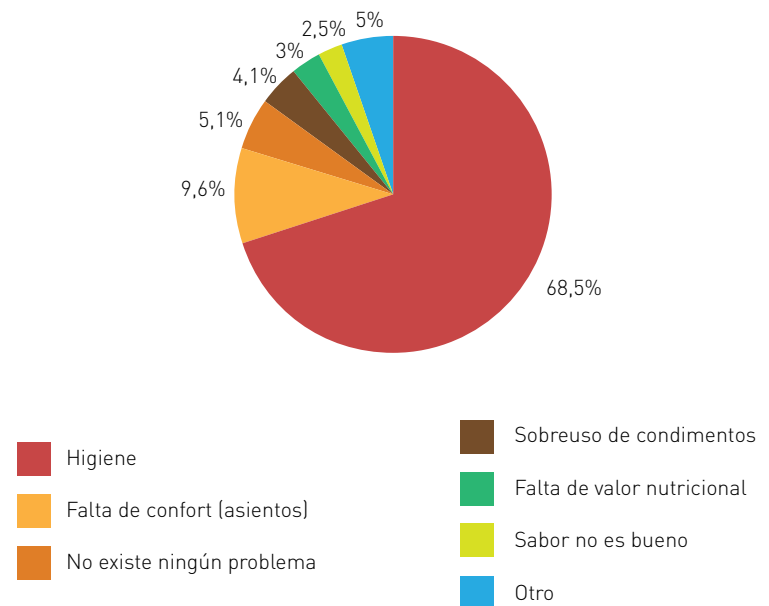
Higiene alimentaria

Para tener un parámetro de comparación en este estudio, se incluyeron a dos vendedoras de comida callejera de la ciudad de La Paz, donde hay mucha más regulación de parte de la Alcaldía en términos de control de higiene. Por ejemplo en La Paz los vendedores deben pasar un curso de prácticas de higiene y manipulación de alimentos para obtener una patente que les permita vender en la calle. Este curso incluye instrucciones de higiene, normas de uso de vestimenta adecuada y aspectos básicos de la manipulación de alimentos. Además el gobierno municipal realiza operativos y aplica multas a las personas que no cumplen con los requisitos y estándares.

Las conversaciones con las vendedoras de El Alto revelaron que muchas veces los operativos del gobierno municipal no son efectivos ya que en muchos casos entre las vendedoras corre la voz sobre los operativos a realizarse y así ellas saben con anticipación que se van a realizar controles. En este sentido, a la poca regulación y control se le debe sumar el bajo nivel de efectividad de los esfuerzos de fiscalización.

Cuando se consultó a las vendedoras sobre cómo actúan para controlar la higiene de la comida que sirven, se pudo evidenciar que en gran medida no conocen las normas de higiene y manipulación de los alimentos. Por ello, no sorprende que los consumidores señalen que la higiene alimentaria es el problema principal de la comida que se vende en los agachaditos. La Imagen 6 muestra altos índices de inquietud entre los comensales sobre la higiene de los alimentos que consumen.

Imagen 6: Problema principal con los agachaditos según consumidores



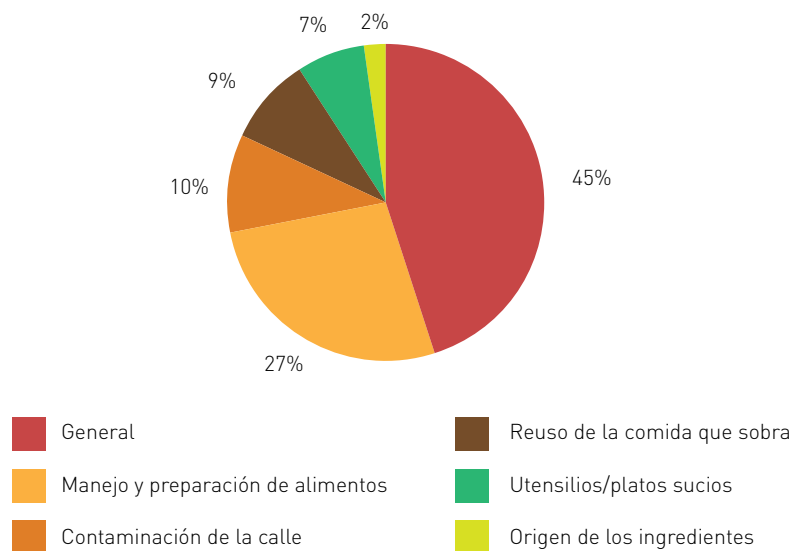
A más detalle, la Imagen 7 ofrece un desglose de las preocupaciones específicas sobre higiene como parte de la misma pregunta abierta del sondeo.

Mediante el estudio, se constató que existe un grado relativamente alto de autorregulación de higiene alimentaria por parte de las mismas vendedoras, debido a numerosos factores socioculturales. Mientras existe una preocupación por parte de los consumidores de los agachaditos, las encuestas muestran que los comensales opinan que los agachaditos ofrecen opciones más frescas que la oferta de las pensiones y los restaurantes más económicos. Los entrevistados consideran

que estos tienen una tendencia más alta a guardar la comida que sobra para revenderla días después.

No obstante, la falta de regulación por el Estado y la falta de conocimiento de parte de las vendedoras sobre cómo lograr buenas prácticas de higiene alimentaria, destaca ésta como un área importante para mejorar los agachaditos y por ende su contribución a la seguridad alimentaria, específicamente en lo relacionado al pilar de uso adecuado de alimentos.

Imagen 7: Desglose de preocupaciones sobre la higiene según consumidores en El Alto



Considerando que la manipulación de los alimentos es la principal preocupación de los comensales, ofrecer alimentos inocuos y con buena higiene en su preparación podría traducirse en mayores oportunidades de crecimiento para los agachaditos y la comida callejera en general. Reducir la percepción de riesgo por parte del consumidor significa volver más apelativo el alimento atrayendo mayor clientela.

6. CONCLUSIONES

- **La comida callejera contribuye al acceso económico de la seguridad alimentaria** ya que provee alimentos a bajo costo a los ciudadanos urbanos.
- Una de las razones de la preferencia de consumo de esta comida radica en que **por cuestiones de distancia y horarios muchas personas no pueden retornar a sus hogares a la hora de comer.**
- **La oferta de la comida callejera incluye platos tradicionales bolivianos utilizando ingredientes de origen local** lo que contribuye, en gran medida, a la capacidad de reemplazar una comida casera. Sin embargo, los platos suelen contener muchos carbohidratos y ser bajos en contenido vegetal.
- Los vendedores y consumidores están preocupados por la higiene de los alimentos. Esto sugiere que los vendedores estarían abiertos a intervenciones para ayudar a mejorar la higiene de los alimentos ofertados en sus puestos. Se podría mejorar la higiene mediante **la capacitación a vendedores sobre mejores prácticas de preparación y manipulación de alimentos.**
- **Los consumidores buscan que los vendedores proporcionen ingredientes de buena calidad.** Debido a que las ven-

dedoras tienen clientes regulares, ellas dan importancia a las preferencias de sus clientes para así cautivarlos y mantenerlos. Por ello, es probable que los consumidores puedan influir tanto en mejorar la higiene alimentaria como en el valor nutricional de la oferta de la comida callejera.

- **Los vendedores de comida callejera desempeñan un papel importante en el fomento y el apoyo a los circuitos cortos y a los pequeños productores.** Esto genera un “efecto goteo” muy positivo a lo largo del sistema de suministro de alimentos. Se resalta que las vendedoras no adquieren sus insumos de un solo productor lo que garantiza que muchos actores se benefician económicamente.
- **No existe una sola solución para abordar los retos de la comida callejera, incluyendo temas vinculados a la higiene y el valor nutricional de la oferta de alimentos.** Por ello, para generar mejoras en el rubro, se deberá tomar en cuenta la necesidad de adoptar una variedad de propuestas y métodos de implementación que puedan ser viables y aplicables por una gran cantidad de actores que están vinculados al rubro.

BIBLIOGRAFÍA

- ⁱ FAO (2003). *Una introducción a los conceptos básicos de seguridad alimentaria*. FAO Guías Prácticas. <http://www.fao.org/docrep/014/at936s/at936s00.pdf>
- ⁱⁱ Vorley, B. (2013). *Meeting small-scale farmers in their markets*. IIED/HIVOS/Mainumby Knowledge Workshop Report.
- ⁱⁱⁱ Tassi, N. (2012). *La Otra Cara del Mercado: Economías Populares en la Arena Global*. La Paz: ISEAT
- ^{iv} Tassi, N. (2012). *La Otra Cara del Mercado: Economías Populares en la Arena Global*. La Paz: ISEAT
- ^v Floro, M. S., & Bali Swain, R. (2013). *Food Security, Gender, and Occupational Choice among Urban Low-Income Households*. *World Development*, 42, 89–99. doi:10.1016/j.worlddev.2012.08.005
- ^{vi} Tassi, N., Medeiros, C., Rodríguez-Carmona, A., & Ferrufino, G. (2013). *Hacer Plata Sin Plata: El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. La Paz: Fundación PIEB
- ^{vii} Aramayo Canedo, L. (2013). *El rol de los tambos de fruta en la seguridad y soberanía alimentaria de La Paz-Bolivia*. *Cultura Y Representaciones Sociales*. <http://revistas.unam.mx/index.php/crs/article/view/41908>
- ^{viii} Lazar, S. (2008). *El Alto, Rebel City: Self and Citizenship in Andean Bolivia*. Durham & London: Duke University Press.
- ^{ix} Tassi, N., Medeiros, C., Rodríguez-Carmona, A., & Ferrufino, G. (2013). *Hacer Plata Sin Plata: El desborde de los comerciantes populares en Bolivia*. La Paz: Fundación PIEB
- ^x Lazar, S. (2008). *El Alto, Rebel City: Self and Citizenship in Andean Bolivia*. Durham & London: Duke University Press.
- ^{xi} Tassi, N. (2012). *La Otra Cara del Mercado: Economías Populares en la Arena Global*. La Paz: ISEAT
- ^{xii} Tinker, I. (2003). *Street Foods: Traditional Microenterprise in a Modernizing World*. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 16(3), 331–349. doi:10.1023/A:1022300210762
- ^{xiii} Floro, M. S., & Bali Swain, R. (2013). *Food Security, Gender, and Occupational Choice among Urban Low-Income Households*. *World Development*, 42, 89–99. doi:10.1016/j.worlddev.2012.08.005
- ^{xiv} Castillo, L., Galleguillos, L., Guharay, F., Monteroso, A., Ranaboldo, C., & Tassi, N. (2012). *¿Cómo se posicionan los pequeños productores en América Latina respecto a los mercados?* IIED/Hivos/Mainumby
- ^{xv} FAO. (2007). *Promises and Challenges of the Informal Food Sector in Developing Countries*.

Anexo 1: Descripción de las vendedoras participantes del estudio y sus negocios

Nombre	Edad	Estado civil	Nº de hijos	Tipo de puesto	Propietaria	Platos servidos	Precio por platos	Horarios de venta	Platos/día	Ubicación	Asistentes/ Empleados
Andrea	36	Casada	4	Temporal	No	Sajta	Bs. 12	6.00 – 15.00, 5 días por semana	120	Avenida Antofagasta/ Feria Franz Tamayo	El cuñado la ayuda frecuentemente
Doña Guillermina	60	Soltera-Nunca Casada	0	Quiosco permanente	No	Ají de fideo y sopa de maní	Bs. 3	8.00-02.00, 7 días por semana (Doña Guillermina trabaja 2 de los 3 turnos diarios, 5 días por semana)	650	Cruce Avenida 6 Marzo/ Juan Pablo II	6 empleadas y 7 familiares ayudan a la prima de Doña Guillermina con sus 3 puestos de comida –los tres están en La Ceja
Doña Sandra	46	Viuda	3	Quiosco permanente	Sí	Bistec, Albóndiga, Th'impu de panza, otros platos en rotación	Bs. 7 – Bs. 13	11.30-15.00, 5 días por semana	60-70	Calle 2, Villa Dolores	El hijo la ayuda a transportar comida y armar el puesto; solía tener una asistente. Hija e hijo ayudan con preparación en casa
Doña Juana	58	Viuda	8	Temporal	Sí	P'esqe	Bs. 7	8.00-23.00, entre 4 y 6 veces por semana	80	Avenida 6 de Marzo	8 hijos ayudan junto a sus trabajos/estudios
Martha	29	Casada	2	Temporal	No	Ají de alberja, Bistec, Chairo, Caldo de Pata	Bs. 4 – Bs. 8	8.00 – 15.00, 2 días por semana	50	Avenida Antofagasta	El esposo a veces ayuda a cocinar
Doña Rojelia	46	Casada	4	Semi-permanente	Sí	Chicharrón- Chancho y pollo	Bs. 14	10.00 – 20/21.00, 6 días por semana	80 - 100	Calle 3/ Raúl Salmón	El esposo ayuda a cocinar; la hija sirve en un puesto de jugos al lado
Doña Wilma	38	Casada	1	Temporal	Sí	12 platos diferentes	Bs. 3.50 – Bs. 12	19.00 – 0.00, 6 días por semana	100	Avenida 6 de Marzo	Cocina con el esposo; El esposo transporta comida en su minibús; la hija ayuda cuando no hay colegio al día siguiente
Doña Dolores	59	Viuda	1	Temporal	Sí	P'esqe	Bs. 9	Domingos: 9.00 – 14/15.00, Otros días: variable	50	Domingos: Plaza Rhiosinio, La Paz. Otros días, variable (La Paz y El Alto)	El hijo ayuda los domingos (es abogado); otros días vende sola
Doña Andrea	44	Divorciada	3	Permanente	Sí	Diferente menú cada día de la semana	Bs. 10 – Bs. 20	9.00 – 15.00, 6 días por semana	100	Zona Santiago II	La madre ayuda (sin remuneración). También cuenta con 3 empleadas
Doña Hilda	56	Viuda	4	Temporal	Sí	Saice, Chairo, Bistec, otros platos en rotación	Bs. 3 – Bs. 10	20.00 – 0.00, 5 días por semana	50-70	Calle 2/ Carrasco	Los hijos toman turnos ayudando
Doña Feliza	45	Casada	3	Temporal	Sí	Sajta, Bistec, Albóndigas, Revuelto, Papaliza, Panza	Bs. 9	7.30 – 15.00, entre 4 y 6 veces por semana	30-40	Zona Villa Adela	El esposo e hijos ayudan a cocinar
Madre de Carolina*	158	Viuda	2	Temporal	Sí	Variados	Bs. 9 – Bs. 14	12.30 – 14.30, 1 día por semana (domingos)	50	La Paz: Plaza Rhiosinio	Carolina y su madre cocinan y compran los ingredientes con una tía que también tiene un puesto de comida

Comida Callejera: Un aporte a la seguridad alimentaria en El Alto
Fundación Alternativas / Fundación Friedrich Ebert / La Paz, Bolivia / 2017

/Comida Callejera / Vendedora / Alimento / Economía Informal / Seguridad Alimentaria /



ALTERNATIVAS
Cultivando Comunidades

Fundación Alternativas
Av. 20 de Octubre, Edif. N° 2034, Oficina No. 204
Sopocachi, La Paz, Bolivia
Tel: (+591) 2 2419061

www.alternativascc.org

 @Alternativascc

AUTORA:

Kim Gajraj

EDICIÓN:

Maria Teresa Nogales, Viviana Zamora

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

wok ideas.

Impreso en Bolivia

abril 2017

Alternativas es una organización sin fines de lucro dedicada a la generación de propuestas sostenibles para garantizar seguridad alimentaria en las ciudades de Bolivia.

**FRIEDRICH
EBERT** 
STIFTUNG

Esta publicación fue posible con el apoyo financiero
de la Fundación Friedrich Ebert



ALTERNATIVAS
Cultivando Comunidades

Para acceder a una versión digital visita:

<http://www.alternativascc.org/es/publicaciones>