***Las QatuqKunas de Huancaroc - ARPAC***

***Mujer peruana marcando la diferencia en su lucha diaria, con su trabajo en el campo y contribuyendo en la Economía familiar.***

Congresista Gloria Montenegro, **“Nuestro deber es dar a conocer esta experiencia y contribuir con el desarrollo de la agricultura familiar, que son, quienes salvaguardan la seguridad alimentaria del país”.**

ARPAC, Una propuesta de asociatividad para evitar la migración campesina a la ciudad, con retorno de las nuevas generaciones a sus lugares de origen, que además permite a los campesinos mejorar su calidad de vida, vendiendo los diferentes productos en las ciudades, sin dejar de sembrar y cosechar para alimentar a sus familias.

La Asociación Regional de Productores Agrícolas de Cusco – ARPAC, resalta un importante logro, el 70 % de los comerciantes o vendedores son las propias esposas de los agricultores, quienes terminan cerrando el círculo en la cadena de producción en la agricultura familiar. Esta asociación trabaja en cinco temas principales: se prioriza la participación de la mujer en la parte comercial, el acceso a mercados locales a través del comercio justo. Y en la parte técnica agraria; el acceso y manejo de recursos naturales (agua, tierra, bosque); desarrollo ganadero y sanidad animal; procesamiento de productos agrícolas.

La experiencia a la fecha desde su creación, en el 2010, con no menos de 300 familias, es una de las mejores en asociatividad en todo el Perú y hoy cuenta con más de 12,000 productores socios en las regiones de Cusco y Puno, se calcula que en promedio, los productores han duplicado sus ingresos desde que participan en el mercado, además de mantener acceso a capacitaciones para mejorar los procesos productivos, alternativas al uso de pesticidas, y otros.

El mercado de productores de Huancaro en el distrito de Santiago – Cusco es el espacio físico donde se plasma la inclusión social, el empoderamiento de la mujer con la participación de las esposas que adquiere un rol importante, aquí los productores tienen la oportunidad de generar ingresos a través de la venta de sus productos, permitiéndoles mayor acceso a salud, educación, calidad de vida de sus familias y de toda su comunidad, es aquí donde se puede hablar del concepto, directamente del productor al consumidor o como dicen las mamachas vendedoras de la chacra a la olla.

Para lograr que esta propuesta alcance el éxito total necesitamos destrabar una problemática que hoy padecen los pequeños productores a nivel nacional, la **Ley N° 30355, “Ley de Promoción y Desarrollo de la Agricultura Familiar en su Articulo 8, inciso b) expresa que el Ministerio de Agricultura y Riego, así como los gobiernos regionales y locales, se encargaran de proveer la infraestructura necesaria, promocionar y generar los mercados locales agropecuarios, las ferias agropecuarias, los katos campesinos; y, de aplicar políticas para el fortalecimiento de los mercados locales y su articulación con las unidades agropecuarias familiares, para dinamizar las economías locales recuperando y rescatando prácticas culturales de intercambio comercial”**. Esta importante iniciativa no es tomada en cuenta por los Gobiernos Locales y Regionales, por desconocimiento o por el poco interés de los gobernantes de turno, que con poca visión no generan ninguna articulación entre sus medianos y pequeños productores con los mercados locales, que sumado a la carencia de espacios adecuados para la promoción y venta de los derivados de los productos se ven en la obligación de rematar su producción a terceros y en el peor de los casos abandonar sus tierras, generando más migración del campo a la ciudad.

**Campo Ferial de Huancaro – Distrito Santiago de Cusco – Cusco**

****



