
PRODUCTOS UMA UMA
Una línea de alimentos del Norte de Potosí
Sistematización de la Experiencia

DOCUMENTO PRESENTADO PARA:
CONCURSO RIDELC

PREPARADA POR:
German Jarro Tumiri
Programa de Desarrollo Integral Interdisciplinario



Norte de Potosí - Bolivia

ÍNDICE

1	ANTECEDENTES	1
2	RELACIÓN DE LAS POLÍTICAS QUE COBIJABAN EL PROYECTO/EXPERIENCIA O LAS POLÍTICAS QUE SURGIERON A PARTIR DE LA APLICACIÓN DEL PROYECTO	7
2.1	MARCO LEGAL EN EL QUE SE IMPLEMENTAN LOS PROCESOS DE PROMOCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL	7
3	ASPECTOS TEÓRICO METODOLÓGICOS	11
3.1	FASE DE IMPLEMENTACIÓN	15
3.1.1	<i>Comités de Investigación Agrícola Local (CIALs)</i>	15
3.2	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN	21
4	DESARROLLO DEL TRABAJO	24
5	LECCIONES APRENDIDAS	40
5.1	LECCIONES POSITIVAS	40
5.2	LECCIONES NEGATIVAS	41
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43

LISTA DE TABLAS

Tabla 1-1	Población de Potosí	1
Tabla 1-2	Organizaciones, apoyo brindado y resultados tangibles	4
Tabla 3-1	Participación de hombres/mujeres en la cadena productiva	12
Tabla 3-2	Priorización de productos	14
Tabla 3-3	Temas investigados a partir de CIALs	15
Tabla 3-4	Lo positivo y lo negativo de la aplicación de la metodología CIALs	16
Tabla 3-5	Problemas y oportunidades experimentadas durante la aplicación de la metodología CIAL	16

Tabla 3-6 Proceso Modular de capacitación, temas y contenidos	18
Tabla 3-7 Innovaciones tecnológicas en la cadena productiva	22
Tabla 4-1 Ficha producto: Api de oca en caja con azúcar	25
Tabla 4-2 Ficha producto: Api de oca en bolsa sin azúcar	26
Tabla 4-3 Ficha productos: Api de oca en bolsa con azúcar	26
Tabla 4-4 Ficha productos: Mates de infusión	27
Tabla 4-5 Ficha productos: Mates de infusión	27
Tabla 4-6 Ficha productos: Durazno fresco de mesa	28
Tabla 4-7 Ficha productos: Durazno deshidratado en caja	28
Tabla 4-8 Ficha productos: Refresco de cebada	29
Tabla 4-9 Ficha productos: Pelado de maíz	29
Tabla 4-10 Ficha productos: Pelado de trigo	30
Tabla 4-11 Ficha productos: Ulupica molida picante	30
Tabla 4-12 Participación en Ferias para la comercialización de Productos Uma Uma	31
Tabla 4-13 Proyectos gestionados y ejecutados.....	32
Tabla 4-14 Organizaciones productivas, rubro y personería jurídica	33
Tabla 4-15 Resultados tangibles e intangibles	35
Tabla 4-16 Descripción de la distribución de los ingresos en cada organización productiva.....	38

LISTA DE GRÁFICOS

Figura 1-1. Ubicación geográfica de la experiencia	3
Figura 2-1. Relación reglamentada por normas entre el Sector Público y los Productores.....	8
Figura 3-1. Desarrollo Metodológico de Productos Uma Uma	20
Figura 4-1. Estructura de las Organizaciones Productoras	34

LISTA DE ANEXOS

ANEXO I	Testimonios de productores del distrito Uma Uma
---------	---

1 ANTECEDENTES

La región Norte del Departamento de Potosí, para muchos, propios y extraños, es considerada como una zona de extrema pobreza, según datos del INE (Instituto Nacional de Estadísticas) el 96 % de la población del norte de Potosí, es considerada pobres, el 9% con pobreza moderada, el 67,8 % de la población se encuentra en condiciones de indigencia y el 19,2 % está en situación de marginalidad. No obstante, esta región, cuenta con recursos naturales, humanos y organizativos, que no han sido aprovechados en la magnitud de sus potencialidades, y como consecuencia, se tiene una baja producción y productividad en las actividades agropecuarias, asimismo el deterioro de recursos naturales, desempleo, bajos ingresos y flujos migratorios con tendencia creciente son los principales efectos negativos.

En este contexto las autoridades comunales, productores, líderes del Distrito Municipal Indígena Uma Uma juntamente con técnicos del Programa de Desarrollo Integral Interdisciplinario, PRODII¹, analizan la realidad para identificar en el corto, mediano y largo plazo, una estrategia que promuevan el desarrollo sostenible, basado en las capacidades locales.

Fruto de este desafío y de las acciones emprendidas, nace Productos Uma Uma, una experiencia desarrollada en el Distrito Municipal Indígena Uma Uma, que políticamente se sitúa en la Tercera Sección Municipal de Pocoata, Provincia Chayanta, del Departamento de Potosí, República de Bolivia.

Geográficamente el Distrito Uma Uma se encuentra en la franja étnica del ayllu Puqu Wata (Pocoata) al norte de la Sección Municipal, se localiza entre los meridianos 18° 24' 15" y 18° 31' 30" de latitud sur y entre los 66° 01' 30" y 66° 12' 40" de longitud oeste del Meridiano de Greenwich. El Distrito ocupa una superficie de 136 Km², representando el 10.32% de la superficie municipal; la población según el Censo del 2001 se detalla a continuación.

Tabla 1-1 Población de Potosí

Descripción	Población	Hombres	mujeres
Potosí	709013	345550	363463
Provincia	90205	44789	45416
Municipio	20116	9881	10235

¹ Programa de Desarrollo Integral Interdisciplinario, ONG que desarrolla sus acciones en el Norte de Potosí.

Distrito	2849	1401	1448
----------	------	------	------

Censo 2001

La población municipal es eminentemente rural, de origen étnico que tiene sus raíces en la cultura quechua, por esta razón las familias campesinas principalmente las mujeres hablan el quechua, solo gente joven y personas que migran hablan el idioma español. El Distrito por su ubicación geográfica se encuentra en la zona de la "Chaupirana"², situación que le caracteriza contar con tres pisos ecológicos (puna, cabecera de valles y valles), por tanto muestra el potencial productivo específico en los diferentes pisos.

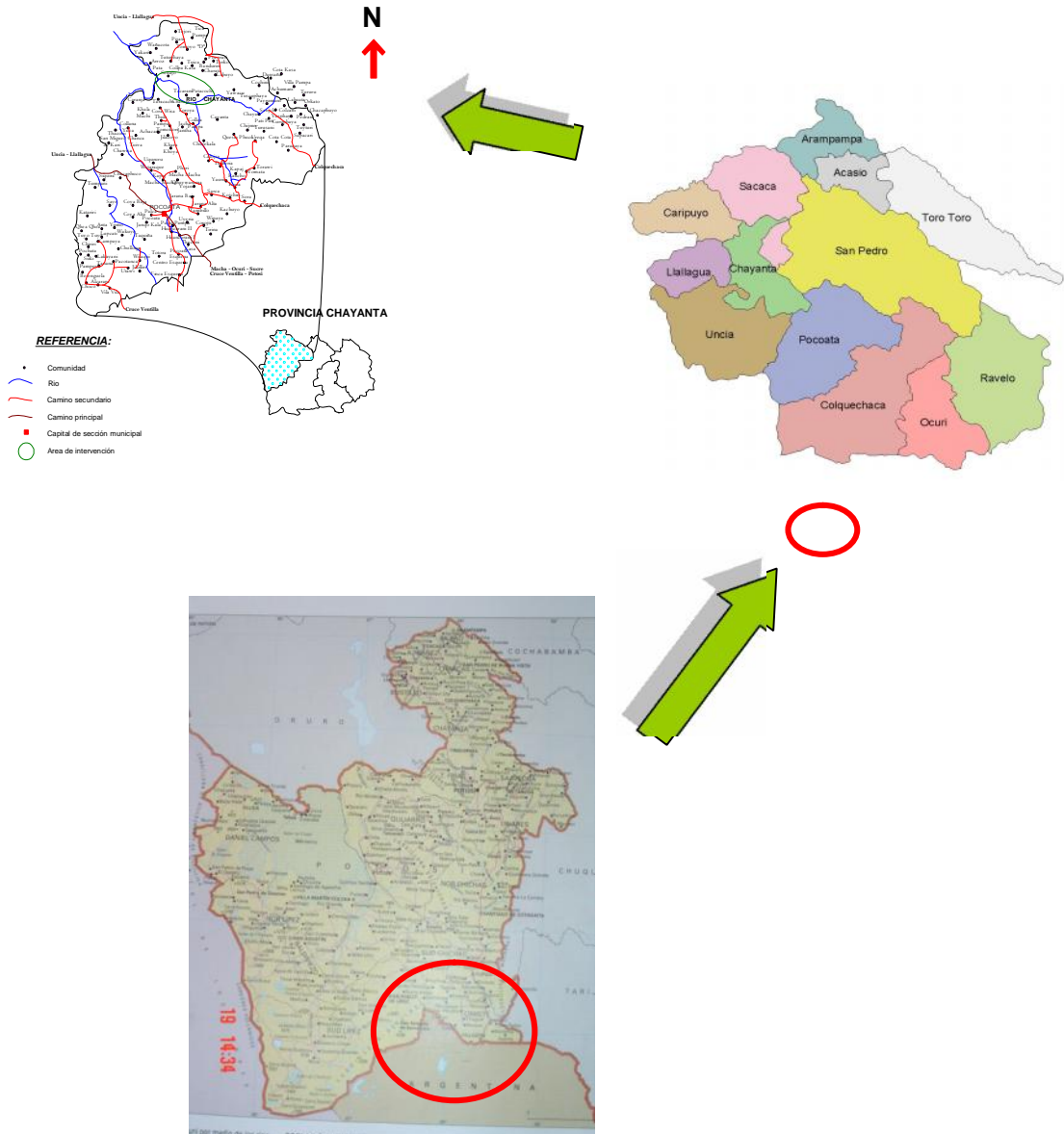
Productos Uma Uma como una línea de alimentos primarios y transformados, es fruto de una serie de alianzas estratégicas que fueron desarrollados por organizaciones tanto públicas, privadas, cooperación internacional y principalmente por la participación activa de hombres y mujeres organizados al interior del Distrito Municipal Indígena Uma Uma.

La promoción y comercialización de productos Uma Uma, tiene su origen después de una serie de eventos realizados por las autoridades del Distrito y funcionarios de PRODII, donde se ha motivado generar estrategias de desarrollo, considerando que hasta entonces en el Distrito, los pueblos indígenas y comunidades campesinas, no habían recibido ningún tipo de apoyo de organismos nacionales, internacionales como del mismo municipio; en este sentido se hace la necesidad de buscar el desarrollo generando una estrategia endógena a partir de sus potencialidades identificadas.

El desarrollo y posicionamiento de Productos Uma Uma, se debe al esfuerzo y la voluntad política de los mismos actores (organizaciones indígenas locales – institución), al cual el PRODII ha gestionado, motivado e interesado en apoyar a distintos actores quienes han impulsado a contribuir el desarrollo del Distrito con un enfoque de gestión empresarial.

² vocablo quechua, que significa zona de transición entre la puna y los valles.

Figura 1-1. Ubicación geográfica de la experiencia



En la siguiente matriz se observa la participación y apoyo de las diferentes organizaciones que han impulsado esta iniciativa.

Tabla 1-2 Organizaciones, apoyo brindado y resultados tangibles

ORGANIZACIÓN	APOYO BRINDADO	RESULTADOS TANGIBLES
Programa de Desarrollo Integral Interdisciplinario PRODII	Organismo No Gubernamental que nace en el Distrito e inicia la gestión de proyectos en beneficio de las comunidades del Distrito. PRODII se ha constituido en la institución facilitadora para el desarrollo de los pueblos indígenas de Uma Uma.	<ul style="list-style-type: none"> • Proyectos formulados y ejecutados, con enfoque de gestión empresarial. • Fortalecimiento de las capacidades de las autoridades de las comunidades indígenas. • Convenios con diferentes entidades para el fortalecimiento de las iniciativas productivas en los diferentes eslabones de la cadena.
Distrito Municipal	Organización de base que desde el inicio juntamente con el PRODII, ha impulsado moralmente para la gestión de proyectos que beneficien al Distrito.	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades distritales comprometidas para buscar el apoyo para las comunidades indígenas.
Proyecto LIL/INDIGENA	Organismo Estatal que con recursos del Banco Mundial, ha financiado dos proyectos sobre	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de dos centros de transformación.

ORGANIZACIÓN	APOYO BRINDADO	RESULTADOS TANGIBLES
	empresariales con base sobre las potencialidades de pueblos indígenas.	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamiento con un molino. • Equipamiento con herramientas y materiales. • Capacitación en gestión empresarial a dos organizaciones productivas.
Programa de Desarrollo Agropecuario Sostenible PROAGRO GFA/GTZ	Organismo de cooperación internacional, que gracias a la gestión de PRODII, ha contribuido con recursos de subsidio local.	<ul style="list-style-type: none"> • Financiamiento de recursos para la compra de plantas frutales y envases para los sub productos. • Financiamiento de recursos para la participación en ferias. • Capacitación a los productores en Gestión empresarial
CRS – Bolivia	ONG Internacional, apoyó con un proyecto piloto de capacitación e intercambio de experiencias entre diferentes organizaciones productivas de los departamentos de La Paz, Cochabamba y Norte de Potosí.	<ul style="list-style-type: none"> • Se han desarrollado tres talleres de capacitación sobre: La metodología CEFE, la Metodología CIALs y Negociación en tres Departamentos. • Existe un documento publicado que sistematiza la experiencia.
Programa de Pequeñas Donaciones – Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo PPD/PNUD	El PPD/PNUD apoyó con la asignación de recursos a través de un proyecto presentado en una convocatoria.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de secadoras solares. • Implementación de molino. • Apoyo con Personalidad jurídica. • Tramite de Registro sanitario. • Publicación de materiales (folleto, tríptico y díptico).

ORGANIZACIÓN	APOYO BRINDADO	RESULTADOS TANGIBLES
		<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación a una organización de productores.
Grupo Nacional de Trabajo para la Participación GNTP	Una Red organizaciones que apoyan procesos participativos y de inclusión social, principalmente en la toma de decisiones de los sectores marginados.	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al personal del PRODII, el cual ha sido replicado en el distrito.
CIAT - Colombia	A través del proyecto Fomentando Cambios FOCAM, se ha coordinado actividades de capacitación.	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en eventos de capacitación del personal técnico y productores sobre la metodología CIALs, Comité de Investigación Agrícola Local. • Apoyo en la implementación de la metodología CIALs.
Proyecto de Servicios de Asistencia Técnica para Pequeños Productores Rurales PROSAT	Proyecto de financiamiento Estatal, que ha apoyado al desarrollo de planes de negocios productivos.	<ul style="list-style-type: none"> • Asistencia técnica en la producción, transformación y comercialización del durazno. • Asistencia técnica en la Producción y comercialización de Hortalizas.

Estas son las organizaciones que directamente han contribuido al desarrollo, promoción y difusión de Productos Uma Uma; sin embargo cabe resaltar, que también han existido otras organizaciones estatales, privados y de la cooperación internacional, que indirectamente han contribuido al desarrollo de la experiencia, tales como SENASAG Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria, PROINPA, Programa de Investigación de Productos Andinos, AGRECOL, Municipio de Llallagua, la GTZ Cooperación Técnica Alemana y otros, en el posicionamiento de los diferentes productos.

2 RELACIÓN DE LAS POLÍTICAS QUE COBIJABAN EL PROYECTO/EXPERIENCIA O LAS POLÍTICAS QUE SURGIERON A PARTIR DE LA APLICACIÓN DEL PROYECTO

En Bolivia desde hace más de 20 años, se han dado cambios estructurales en el desarrollo del país, a través de la promulgación de diferentes leyes entre las principales la Ley de descentralización administrativa, participación popular, municipalización, diálogo nacional y otras, que han contribuido a desarrollar estrategias de lucha contra la pobreza.

En este contexto desde el Estado boliviano se impulsó la construcción participativa de la Estrategia Nacional de Desarrollo Agropecuario y Rural ENDAR, que en el corto plazo debería constituirse en el instrumento que oriente las iniciativas de desarrollo productivo por parte de la sociedad civil, Dicha estrategia también debería de constituirse en el marco de referencia de la cooperación internacional y de la intervención gubernamental, para lograr el bienestar y progreso de las familias rurales,

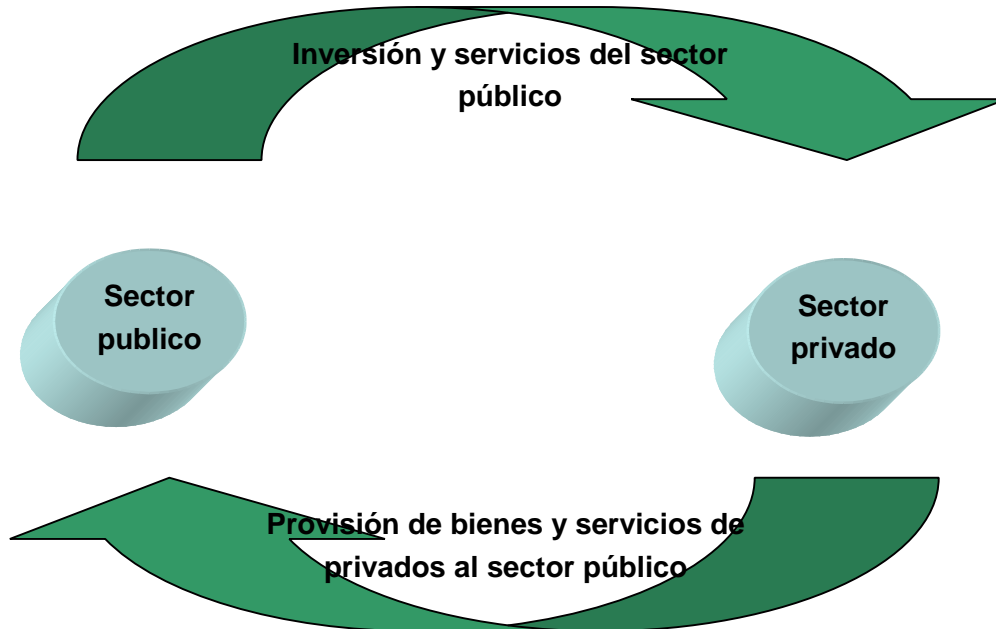
El diseño de la ENDAR en el marco del Diálogo Nacional Bolivia Productiva, parte de una propuesta gubernamental a ser implementada a través de tres ejes: el Desarrollo Económico Local (DEL) mediante el cual se vinculan el Gobierno Municipal y las Asociaciones de productores como actores fundamentales para promover su desarrollo, buscando la priorización participativa de las inversiones; las Cadenas Productivas como mecanismo destinado a mejorar la productividad y lograr la competitividad de productos agropecuarios y su acceso a mercados internos y externos; y finalmente la Transferencia directa de recursos a las comunidades, otorgando capacidad financiera mediante recursos de administración directa con control social, para implementar los proyectos priorizados.

A continuación se describen algunas políticas públicas que se han propuesto para promover el Desarrollo Económico Local.

2.1 MARCO LEGAL EN EL QUE SE IMPLEMENTAN LOS PROCESOS DE PROMOCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL

Los principales actores de la Promoción y el Desarrollo Económico Rural son las instituciones del sector público y los productores, que forman parte del sector privado (empresarios o pequeños productores). Entre el sector público y los productores hay una relación reglamentada por normas de ida y de vuelta, como se muestra en la siguiente gráfica:

Figura 2-1. Relación reglamentada por normas entre el Sector Público y los Productores



- Analizando el marco legal dentro del cual se implementan los procesos de Promoción al Desarrollo Económico Local, podemos diferenciar cuatro tipos de ámbitos con sus normas que se refieren a:
 - Las entidades del sector público.
 - Las personas naturales o jurídicas del sector privado.
 - Las inversiones y servicios del sector privado.
 - La provisión de bienes y servicios del sector privado para el sector público.
- No es posible analizar el marco legal independientemente de las políticas de gobierno que responden a un determinado modelo de intervención del Estado, con respecto al desarrollo económico local.

Estas políticas públicas que a continuación se detalla enmarcan desde el año 2000. Donde en Bolivia existe una transición entre un "Estado Regular" hacia un "Estado Promotor" del desarrollo económico.

En este periodo se aprobó la Ley 2235, del 3 de julio de 2001, denominada Ley del Diálogo

Nacional, También se aprobaron entre otros los decretos supremos que reglamentan los CODEPES, la Tarjeta Empresarial. Todos estos que están orientados a promover el Desarrollo Económico Local. Por otro lado, el resto de Leyes, Decretos y Resoluciones Municipales, aprobadas en el marco de un Estado Regular, no fueron modificados generando un conjunto confuso y contradictorio.

- En cuanto a las normas que regulan el sector público, la Ley de Organización del Poder Ejecutivo (LOPE), asigna responsabilidades a los ministerios, dándoles las facultades suficientes como para actuar en el campo de la promoción y el desarrollo económico rural, no obstante esto, los continuos cambios de gobierno y de ministerios, particularmente en el referido al ministerio de participación Popular, dio lugar a un evidente estancamiento del desarrollo de la Participación Popular, dejando casi al olvido la Ley del Diálogo Nacional y sus reglamentos.

La Ley de Descentralización Administrativa establece, entre otras, que las prefecturas deben formular y ejecutar los planes departamentales, desarrollo económico y social, de acuerdo a las normas del sistema nacional de planificación, en coordinación con los gobiernos municipales del departamento, así mismo, establece que las prefecturas deben promover la inversión privada. No obstante lo anterior a éstas no asumieron efectivamente su rol promotor que les corresponde.

- Las normas que regulan al sector privado, son, entre otras, el Código Civil, Código de Comercio y Ley de Cooperativas, las mismas que entran en contradicción con la Ley del Diálogo Nacional y sus reglamentos, particularmente con el reglamento de Tarjeta Empresarial, lo que, en los hechos, se traduce en una limitante para que los pequeños productores puedan promover bienes y servicios al sector público, en especial a las municipalidades.
- La principal norma que establece la provisión de bienes y servicios del privado al público, es el "Sistema de Administración de Bienes y Servicios" que no favorece a los pequeños productores. En el último tiempo, la aprobación del Decreto Supremo N° 27328 de fecha de 31 de enero de 2004, denominado "Bienes y Servicios Públicos – Compro Boliviano", es un avance que, sin embargo, todavía encuentra barreras en otras disposiciones.
- Las normas que regulan la inversión pública, encuentra grandes dificultades cuando se trata de aprobar y ejecutar proyectos de promoción económica. Los problemas se encuentran principalmente en la forma de aplicación de las disposiciones existentes por parte de la Contraloría y en su revisión del gasto público y del Ministerio de Finanzas en su aprobación de proyectos con fondos del gobierno central, por otro lado, los reglamentos y criterios de elegibilidad del Fondo Productivo y Social (FPS), aprobados por las entidades de financiamiento, tampoco favorecen la aprobación y ejecución de

proyectos de promoción económica. Existe un estudio, encargado por el Ministerio de Asuntos Campesinos y Agropecuarios y el FPS (2004) por el cual se establece que no hay norma expresa que prohíba la ejecución de proyectos que favorezcan a los diferentes sectores productivos y, de hecho, existen muchos antecedentes de proyectos y transferencias directas del sector público al privado (apoyos a la banca privada, subvenciones a los productores en el marco del desarrollo alternativo, etc.).

- El hecho que hasta el momento, en las normas no está inscrita de forma expresa la posibilidad de inversión directa en productores o que son considerados sujetos beneficiarios de los recursos públicos como las OTBs. Las normas de promoción económica últimas son esencialmente políticas, sin instrumentos técnico jurídicos de aplicación y compatibilización con los ya existentes.

En resumen, este fue el marco legal en el cual se desarrolló los procesos de promoción al desarrollo económico local, confuso y contradictorio y fue blanco de duras críticas principalmente por parte de las organizaciones de pequeños productores.

Con la caída del gobierno de Sánchez de Lozada (octubre 2004) y después del ascenso al gobierno del sr. Evo Morales (enero 2006), Bolivia inicia una nueva etapa en su historia, colmada de esperanzas y desafíos, y en la que prevalece la necesidad de consolidar la Revolución Cultural y Democrática que plantea el Gobierno. En este marco el Plan Nacional de Desarrollo PND presentado por el Presidente de la República, busca lograr una BOLIVIA PRODUCTIVA, "Política pública productiva que priorizará el desarrollo rural, considerando que el subdesarrollo y la pobreza se concentran en dicha área. En esta visión de lo rural, se toma en cuenta que el desarrollo agropecuario, forestal y territorial tiene relaciones complementarias y serán fortalecidas por el Estado.

En este marco es fundamental la transformación, integración y diversificación de la matriz productiva en el marco del nuevo patrón de desarrollo, de tal manera que ocupe el conjunto del territorio y logre el desarrollo de los complejos productivos, alcanzando a la industrialización de los recursos naturales, aumentando el valor agregado en la economía de las familias campesinas; este proceso se dará el impulso con el apoyo del Estado, promotor y protagonista del desarrollo con políticas productivas y un mercado fortalecido.

A partir de una política planteada desde la gestión 2000 y con el gobierno actual, Productos Uma Uma, no solo ha teorizado dichas políticas, mas al contrario, se considera que las organizaciones productivas del Distrito Uma Uma, con el apoyo de PRODII, han puesto en la práctica dichas políticas y en muchos eventos de socialización han presentado una experiencia práctica de promoción del desarrollo económico local, mostrado resultados ligados a las políticas como también situaciones ajustadas en los procesos de implementación.

3 ASPECTOS TEÓRICO METODOLÓGICOS

El fortalecimiento de Productos Uma Uma, se debe a los esfuerzos que se han desarrollado desde los conceptos, teorías y experiencias prácticos en el contexto nacional, departamental y regional con respecto a la Promoción Económica en los diferentes municipios, a partir de la formulación de propuestas que se han promovido iniciativas económicas productivas.

En este escenario el enfoque del Desarrollo Económico Local aplicado, fue un proceso de verdadera búsqueda de cambio de actitud y voluntad de las organizaciones sociales del Distrito y las instituciones que apoyaron dichas iniciativas, en el sentido de fomentar una mentalidad que permita encarar cambios sustanciales y profundos con relación a la situación de la pobreza, la marginalidad y la exclusión social, a partir de planteamientos y propuestas que surjan desde la misma sociedad civil, y que se construya una visión estratégica del futuro para vivir bien, a través del desarrollo de acciones concretas de corto y mediano plazo; esta situación ha permitido utilizar con eficiencia las condiciones y fortalezas de su propio entorno, aprovechando las oportunidades de mercado; en este proceso muchos productores manifestaron que la pobreza estaba en la mente de la gente y no en las capacidades socio productivas.

Para que la propuesta del Desarrollo Económico Local se fortalezca a nivel del Distrito, fue importante articular las experiencias endógenas con los conocimientos científicos, situación que ha logrado promover cambios sustanciales. Como factores o condiciones objetivas se consideran a las potencialidades y disponibilidad de los recursos naturales, en este contexto fue importante no dejar de lado las costumbres, tradiciones y ritos culturales que conviven los pueblos indígenas en relación con el medio ambiente y los sistemas de producción.

De la misma forma es fundamental las condiciones subjetivas de los actores, es decir, promover un cambio de actitud, de mentalidad, voluntad para poder desarrollar acciones bajo un enfoque de gestión empresarial, no siempre ha sido fácil la adopción, en sentido de que estos cambios han abierto grandes posibilidades de concertación y coordinación público – privado donde antes no existía esta experiencia, además se asumen responsabilidades para encarar nuevos procesos de cambio. Este proceso se ha desarrollado en la medida del fortalecimiento de las capacidades en conocimientos, cambio de actitud, habilidades/destrezas, con principios y valores, acciones desarrolladas en los diferentes procesos de capacitación realizada.

Promover el desarrollo Económico Local, tiene un enfoque de desarrollo social y participación integral, es decir, que en las acciones emprendidas fue fundamental la participación de hombres y mujeres de manera equitativa, la experiencia ha demostrado que la distribución de roles en el desarrollo de la cadena, es muy importante, porque, tanto las mujeres y los hombres tienen conocimientos, destrezas para trabajar y lograr mayores rendimientos en la sistemas de producción; esta distribución de roles entre hombres y mujeres en el Distrito se muestra de la siguiente manera:

Tabla 3-1 Participación de hombres/mujeres en la cadena productiva

ACTORES	PROD	TRANSF	COMERC
Hombres	H (++)	H (-)	H (++)
Mujeres	M (-)	M (++)	M (++)

Haciendo un análisis del cuadro, tanto hombres y mujeres tienen un rol y función de manera equitativa en el desarrollo de los diferentes eslabones de la cadena productiva. De esta manera podemos manifestar que las mujeres tienen mejores habilidades en el proceso de la transformación, ellas trabajan con más atención, más delicadeza en el pelado del durazno, la oca, cosecha de plantas medicinales, etc. Mientras los hombres participan en el proceso de la producción, aunque la mujer también participa cuando el hombre está fuera de la comunidad; en la actividad comercial, tanto hombres y mujeres tienen las mismas capacidades para poder ofertar y comercializar los productos, aunque en esta última actividad muy pocas mujeres y hombres han participado.

A partir de la implementación de la experiencia de Productos Uma Uma, se ha visibilizado la participación de la mujer. Dicha visibilización se manifiesta porque anteriormente en el sistema de producción tradicional, aunque los roles de la mujer y del hombre siempre fueron equilibrados, lamentablemente, no era reconocido por los hombres, y por una baja autoestima, las mujeres no tomaban en cuenta su rol productivo y reproductivo. El proceso de capacitación con la ejecución de los proyectos, ha permitido que en principio los hombres reconozcan el trabajo de las mujeres, asimismo las mujeres con la capacitación han elevado su autoestima y conocen que su rol en el desarrollo comunitario es muy importante y fundamental.

A partir del manejo compartido de los sistemas de producción con enfoque de cadena productiva, donde se ha generado ingresos económicos adicionales, se ha incrementado una mayor participación de las familias indígenas, y esto es una señal que en el tiempo puede continuar con las actividades emprendidas de manera autosostenida.

En la coyuntura actual del gobierno de Bolivia, se está dando mayor impulso para el apoyo y fortalecimiento de emprendimientos productivos a través de diferentes programas como: el Instituto Nacional de Innovación Agropecuaria INIA, Comunidades en Acción CA, Programa de Alianza Rural PAR y otros, que directamente están impulsando el desarrollo económico

productivo. Por su parte, las Prefecturas y los municipios, gracias a los recursos de coparticipación tributaria, los recursos del IDH (Impuesto Directo a los Hidrocarburos) han duplicado sus ingresos y como política de Estado, estos recursos están orientados a promover y fortalecer el desarrollo productivo. Productos Uma Uma a nivel regional, se constituye como una experiencia piloto que en diferentes eventos (talleres, seminarios, reuniones, etc.) socializa las experiencias que les ha permitido avanzar en la práctica.

Para llegar a ser uno de los ejemplos exitosos en el enfoque de desarrollo económico local, los actores que han intervenido en Productos Uma Uma, desde la concepción teórica, la puesta en marcha y posicionamiento de productos en el mercado, han experimentado que no ha sido muy sencillo, durante la implementación se han encontrado con diferentes barreras que no han sido fácil romper o sobreponerse, en esto no solo se trata de la disponibilidad de recursos económicos, sino también, en otras dimensiones como el sociocultural, educativo en el nivel micro, y como la alta incredulidad y desconfianza de agentes externos para poder invertir en las propuestas que se han formulado y gestionado los recursos.

Una de las primeras manifestaciones del público y organismos de cooperación, cuando se solicitaba apoyo financiero, y después de la presentación de los productos en el mercado, las interrogantes usuales y comunes fueron: en el Norte de Potosí Frutales?, son productos del Norte de Potosí?, el Norte de Potosí no es una zona de pobreza?, No creo que sean productos del Norte de Potosí.

Ante estas interrogantes tanto productores y técnicos en muchos casos, no se sentían impulsados y estimulados, mas al contrario veían en la gente como que no les tomaban en cuenta las propuestas que presentaban y aún cuando vieron los productos acabados en los diferentes mercados, mencionaban que no procedían del Norte de Potosí.

La experiencia desarrollada como se mencionó mas anteriormente, ha tomado un proceso metodológico participativo, donde hombres y mujeres han sido los actores principales para el desarrollo de la experiencia. A continuación se desarrolla el proceso metodológico desarrollado:

- Punto de Partida.
- Fase de Planificación.
- Diagnóstico Rural Participativo (DRP).

El Diagnóstico Rural Participativo una metodología participativa, fue el inicio para que hoy se sistematice la experiencia; con el DRP se han aplicado diferentes herramientas como los niveles de bienestar, transectos, diagrama de flujo, líneas de tendencia, perfil histórico entre las

principales, esto ha permitido la identificación de la problemática, las debilidades y las potencialidades productivas y sociales de las comunidades del distrito; la información recogida y sistematizada, ha ayudado a los actores de base, a analizar, reflexionar de la situación en la que se desarrollan, se han identificado los problemas macro, se han priorizado los problemas y a partir de esta priorización, se han planteado estrategias de aprovechamiento de la biodiversidad productiva y buscar mecanismos de apoyo externo para mejorar las bases productivas; en este contexto se ha planteado que las propuestas a ser implementadas deben tener un equilibrio entre el hombre y la naturaleza, es decir, que en las acciones de emprendimientos productivos se debe promover y fortalecer la producción orgánica para preservar los recursos naturales.

Este desafío también requirió desarrollar capacidades en los actores sociales; por esta circunstancia, en el proceso del Diagnostico realizado, la participación de hombres, mujeres fue muy importante porque son ellos los que conocen su entorno, su realidad, en ese sentido, ellos han planteado cómo, con qué, quienes, cuándo van ha desarrollar acciones que les permita mejorar su situación de Vida.

Como síntesis de la aplicación de la metodología, se ha podido identificar que las potencialidades productivas de la zona priorizadas con un puntaje elevado fueron:

Tabla 3-2 Priorización de productos

Puna	Cabecera de valle	Valle
• Oca	• Haba	• Durazno
• Arveja	• Biodiversidad flora nativa	• Maíz
• cebada	• Papa	• Haba
• papa	• cebada	• Biodiversidad flora nativa

En el anterior cuadro, detalla los principales cultivos priorizados por las familias indígenas según pisos ecológicos.

A partir de los resultados de la aplicación de la metodología del DRP, se han elaborado, formulado y ejecutado proyectos, con la inversión de diferentes fondos de financiamiento. En este proceso un elemento importante fue construir una visión de desarrollo para el Distrito, el cual ha orientado que las propuestas se planteen en el logro del cumplimiento de la visión:

“Organizaciones productivas legalmente establecidas, aprovechan de manera sostenible sus bases productivas, generan valor agregado de sus productos, participan en el mercado bajo alianzas estratégicas de manera competitiva, beneficiando al desarrollo

3.1 FASE DE IMPLEMENTACIÓN

A partir de la gestión de micro proyectos y proyectos, y tomando en cuenta la visión de desarrollo del Distrito, se han implementando los proyectos con recursos provenientes de diferentes entidades de cooperación. En este contexto la asistencia técnica también ha requerido realizar ajustes desde la institución ejecutora, desarrollando un sistema de extensión horizontal y participativa.

El desarrollo, manejo y mejoramiento de las bases productivas con enfoque de cadena productiva, ha permitido ajustar la aplicación de métodos participativos en cada uno de los eslabones de la cadena; en ese marco en los procesos de producción y transformación se han aplicado las siguientes metodologías:

3.1.1 Comités de Investigación Agrícola Local (CIALs)

El Comité de Investigación Agrícola Local (CIALs), son organizaciones creadas y conformadas al interior de la organización indígena de productores, que tienen el rol de implementar procesos de investigación en temas productivos que atingen a las familias indígenas que conforman la organización local. Para ello, la comunidad elige a 5 miembros quienes conforman el comité de investigación.

Esta metodología involucra directamente a los productores indígenas, como actores y responsables directos para realizar investigación participativa, aplicando herramientas participativas. Durante el proceso de implementación de los CIALs, los temas que han sido identificados, priorizados e investigados con la participación de los productores, se muestra en la siguiente Tabla:

Tabla 3-3 Temas investigados a partir de CIALs

Cultivo	Temas de investigación	Eslabón
Oca	<ul style="list-style-type: none"> Identificación varietal de la oca Técnicas de deshidratado de la oca 	Producción Transformación
Durazno	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de deshidratado del durazno 	Transformación
Plantas medicinales	<ul style="list-style-type: none"> Época de cosecha y deshidratado de plantas 	Producción y transformación

ulupica	• Cosecha y deshidratado de la ulupica	Producción y transformación
Haba	• Control de plagas y enfermedades	producción

Los pasos que sigue la aplicación de la metodología CIALs son ocho, las cuales durante la implementación de las experiencias, han generado aspectos relevantes como también los obstáculos que se han presentado durante el mismo:

Tabla 3-4 Lo positivo y lo negativo de la aplicación de la metodología CIALs

ETAPAS	ASPECTOS RELEVANTES	OBSTACULOS
Motivación	Decisión unánime de conformación del CIAL por parte de los productores.	La poca participación de mujeres.
Elección del comité	Participación activa de todas las familias indígenas.	Al inicio se consideró que la investigación era responsabilidad de expertos y académicos.
Diagnostico	Visión del CIALs para articular sus productos al mercado identificando a los diferentes cultivos como el potencial productivo.	Faltó articular las investigaciones con la visión de desarrollo.
Planificación	Aporte de tecnología local para la definición de los métodos de producción y transformación.	Las familias indígenas no están acostumbradas a escribir.
Montaje del ensayo	Se utilizaron diferentes ensayos en la siembra, control sanitario y deshidratado.	Faltó mayor interés de algunos miembros del comité
Evaluación	Fueron los directos involucrados en el análisis de los resultados del CIAL.	Algunos productores no se involucraron.
Análisis de resultados	A través de talleres de pre evaluación durante la implementación de la investigación y la evaluación final.	No todos participaron en el proceso.
Retroalimentación	Los resultados de la investigación generan automáticamente adopciones de los resultados.	Fue muy poco.

En la siguiente Tabla se muestra la relación de problemas y oportunidades a partir de la aplicación de la metodología CIAL.

Tabla 3-5 Problemas y oportunidades experimentadas durante la aplicación de la

metodología CIAL

PROBLEMAS	OPORTUNIDADES
No participa toda la comunidad	La existencia de organizaciones productivas, el cual se puede fortalecer, con la aplicación de las metodologías participativas.
Mayor responsabilidad de los miembros del CIAL	La investigación ayuda a mejorar la calidad de la producción, y como consecuencia, se genera mejoras en los ingresos económicos para las familias.
Falta generar espacios de información y comunicación entre los miembros del CIAL y la comunidad	Se debe dar capacitación y motivación a los innovadores. Mostrar resultados tangibles, ayuda en mayor involucramiento de los productores.
No se ha documentado la experiencia	Los productores conocen más que nadie, su entorno y su realidad. Se debe capacitar mas a los productores para que también empiecen con la sistematización.
El 90 % de la población no lee ni escribe	

En el eslabón de la comercialización la metodología utilizada fue el CEFE:

3.1.1.1 Competencia de Emprendimientos y Formación Empresarial CEFE

Competencia de Emprendimientos y Formación Empresarial CEFE, es una metodología participativa que se ha aplicado en el eslabón de la comercialización de productos Uma Uma, el desarrollo de esta metodología ha ayudado a sensibilizar a los productores, hacia el fortalecimiento sobre emprendimientos empresariales, para que desarrollen capacidades en el proceso de comercialización de los productos. La aplicación de las herramientas de la metodología promueve el cambio de actitud en el productor, por lo tanto esta metodología tiene como el centro de atención al individuo, es decir, que la persona desarrolle su capacidad como empresario o empresaria. La finalidad principal de la aplicación de CEFE busca incrementar una mayor probabilidad de éxito de una empresa, para llevar adelante el negocio con más profesionalismo. La metodología ha ayudado a que los productores eleven su capacidad de percepción crítica de su propia persona, de su organización y su contexto económico, asimismo con las herramientas aplicadas, han desarrollado conocimientos teóricos, destrezas y habilidades prácticos situación que ha permitido posicionar productos competitivos en el mercado como son: el api de oca (diferentes presentaciones), infusión de plantas medicinales, ulupica molida, durazno fresco, durazno deshidratado y otros.

Durante el proceso de aplicación de esta metodología, se ha desarrollado un proceso modular de capacitación, con temas y contenidos desarrollados como se resume a continuación:

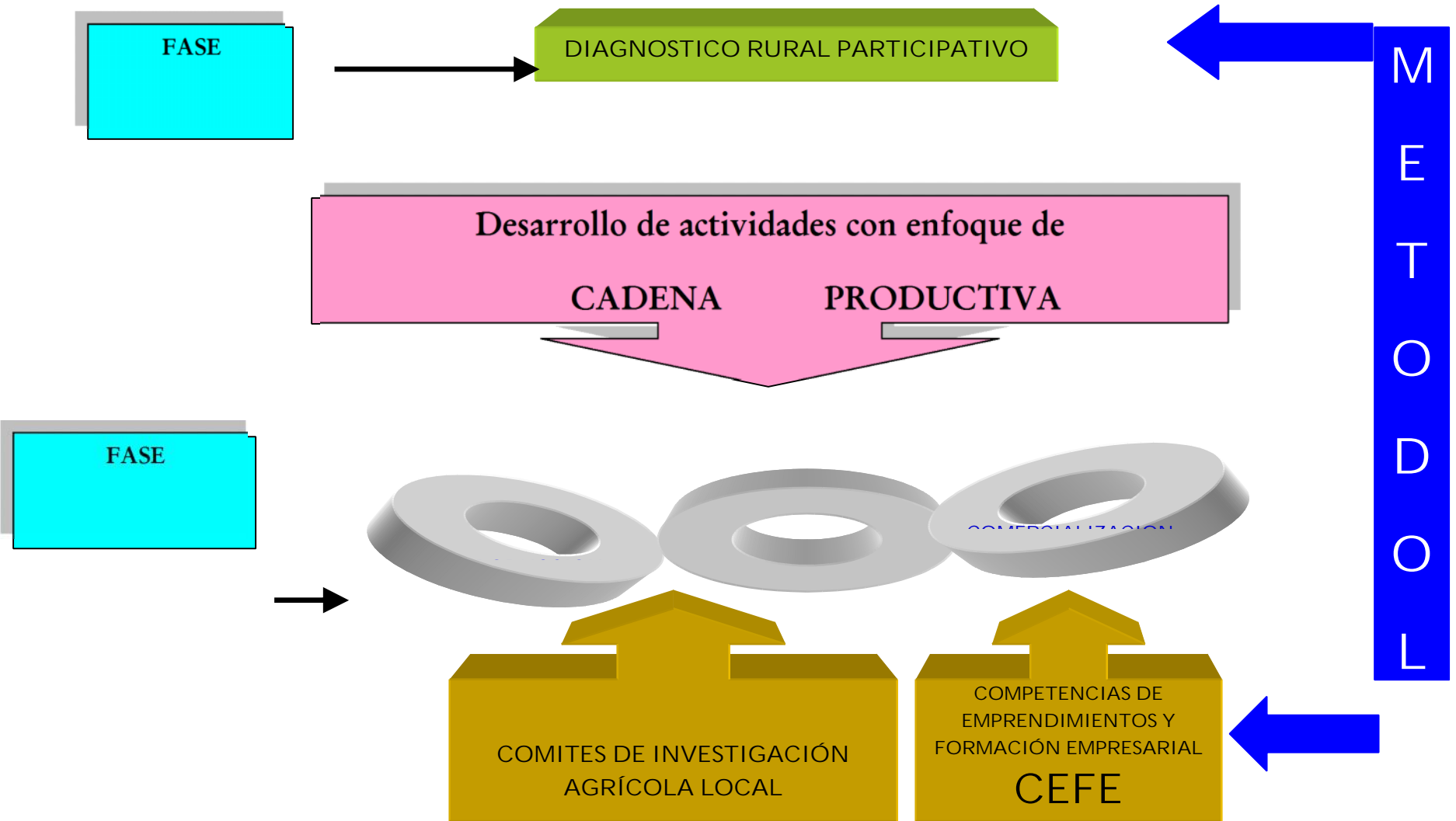
Tabla 3-6 Proceso Modular de capacitación, temas y contenidos

MODULO	TITULO	TEMAS PRINCIPALES
I	Características emprendedoras personales (CEPs) y creatividad aplicada a la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción a las CEPs. • Sensibilización y desarrollo de las CEPs. • Auto evaluación de las CEPs y generación de ideas de proyectos. • Identificación y selección de ideas de negocio.
II	Introducción a la administración de empresas.	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa y el entorno. • Conceptos básicos de administración. • Trabajo en equipo, liderazgo y motivación en la administración de empresas. • Elementos para la administración de personal.
III	Costos, rentabilidad y administración financiera.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al cálculo de costos de producción. • Aplicación de conceptos de costos y punto de equilibrio en pequeñas empresas. • Determinación de la rentabilidad de la empresa. • Presupuestos y financiamiento.
IV	Contabilidad básica.	<ul style="list-style-type: none"> • Registros básicos. • La contabilidad aplicación de conceptos de costos y punto de equilibrio en pequeñas empresas. • La contabilidad y los estados financieros.
V	Marketing básico.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al marketing. • Conceptos básicos de marketing. • Análisis del mercado y estrategias de marketing. • Aplicación de conceptos y estrategias marketing.
VI	Instrumentos de gestión empresarial.	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión empresarial. • Herramientas de planificación empresarial. • Herramientas de análisis de mercado. • Herramientas de gestión de recursos humanos y gestión de la producción.
VII	Planificación estratégica, productividad y calidad".	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al cálculo de costos de producción. • Análisis del entorno competitivo de pequeñas empresas agroindustriales. • Estrategias de intervención en el mercado.
VIII	Organización y toma de decisiones.	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción al desarrollo organizacional. • Desarrollo organizacional y toma de decisiones. • Herramienta para la toma de decisiones gerenciales.
IX	Gestión	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa, el productor y el gerenciamiento

MODULO	TITULO	TEMAS PRINCIPALES
	agropecuaria para productores".	de la empresa agropecuaria. <ul style="list-style-type: none">• Indicadores productividad, calidad, económicos y financieros.• Parámetros de producción, rendimiento y uso adecuado de registros.• Comercialización y decisiones de financiamiento y crédito.

La experiencia desarrollada de la metodología, ligando bajo el enfoque de cadena productiva, tiene como una síntesis que se resume en la siguiente gráfica:

Figura 3-1. Desarrollo Metodológico de Productos Uma Uma



3.2 SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

El seguimiento y evaluación del desarrollo de Productos Uma Uma, como proceso por medio del cual los beneficiarios en los distintos niveles (familiar, comunal, proyecto, institución) se han involucrado, en la medida de las posibilidades y han participado en la evaluación desde una idea, un emprendimiento ó un proyecto; también es importante señalar que la política institucional de PRODII, tiene planteado en sus diferentes intervenciones desarrollar un enfoque participativo, en los procesos de seguimiento, monitoreo y evaluación.

A partir de este enfoque aplicado, se ha logrado los siguientes avances, en la implementación de la experiencia.

- Se ha generado mayor participación activa de las familias campesinas en el desarrollo de los emprendimientos económicos.
- Se ha logrado una participación real, visible de las mujeres campesinas.
- Se han ajustado y tomado medidas en el momento adecuado.
- Todos y todas conocen como se implementan los proyectos o emprendimientos económicos y tienen el derecho a la opinión.
- Se ha establecido en algunas organizaciones reuniones fijas de evaluación (trimestral).
- Las organizaciones conocen del desarrollo de los diferentes emprendimientos económicos.

Durante el desarrollo de la experiencia, con la implementación e innovación de técnicas y tecnologías respecto al desarrollo de emprendimientos productivos, se mostró cambios y mejoramiento en los sistemas de producción, transformación y mucho mas en la comercialización; Los avances de la experiencia, también ha demostrado que en una organización productiva los actores son seres humanos que tienen sentimientos, que piensan y tienen relacionamiento entre sí, esta relación interpersonal de las organizaciones productivas, necesita también ser fortalecido, para evitar problemas y conflictos de interés personal o grupal, en ese sentido para fortalecer las organizaciones productivas, se ha desarrollado una serie de eventos de capacitación sobre la gestión de recursos humanos, centrado en la temática de manejo y resolución de conflictos.

Finalmente, la experiencia ha permitido desarrollar una serie de innovaciones tecnológicas en las diferentes fases de la cadena productiva, las cuales se muestra a continuación:

Tabla 3-7 Innovaciones tecnológicas en la cadena productiva

DETALLE	Producción tradicional	Innovación tecnológica
Oca	<ul style="list-style-type: none"> • No se selecciona la semilla • Siembra sin uso de abono • No realiza el deshierbe • No seleccionan para el deshidratado • Deshidratado tradicional • Comercialización tradicional de oca deshidratada en mala calidad • La producción fue mas para consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de semilla • Abonamiento con abono orgánico • Deshierbe de malezas • Se selecciona la calidad de oca • Implementación de secadoras solares • Comercialización de productos derivados: Oca deshidratada de calidad, harina de oca, api de oca con y sin azúcar • Es un cultivo significativo en la generación de ingresos económicos
Durazno	<ul style="list-style-type: none"> • No se realiza el riego adecuado • No se realiza la poda y fertilización • Mala práctica en la cosecha • No seleccionan el durazno • Transporte en sacos • Deshidratado tradicional (fruta dañada, a campo abierto, sin pelar, sin ningún cuidado de la lluvia y plagas) • Los ingresos económicos son inferiores a los costos 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento de riego • Aplicación de labores culturales como la poda, fertilización • Cosecha adecuada para obtener el producto de calidad • Selección de durazno por tamaño • Transporte en cajas • Implementación de secadores solares, selección del durazno, pelado interlineado • Se mejora los ingresos económicos
Plantas medicinales	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca se interesaron en la producción y manejo • Comercializan las ramillas de la planta • Los ingresos económicos son insignificativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe cosecha de semilla y siembra de plantas medicinales • Cosechan, deshidratan, trituran y envasan en sobres de infusión y en cajas de 20 y 50 unidades para la comercialización. Se ha implementado secadores solares. • Existe incremento en los ingresos económicos
Ulupica Molida	<ul style="list-style-type: none"> • No conocían que tenía un valor económico, 	<ul style="list-style-type: none"> • Las acciones desarrolladas con la ulupica, genera ingresos económicos.

Actualmente los productores están ampliando la transformación de otros sub productos como el refresco de cebada, pelado de trigo, pelado de maíz, las cuales aún no se puede señalar los logros obtenidos.

Haber llegado a posicionar productos naturales de una región de extrema pobreza, de por sí, tiene su valor agregado, el cual se demuestra por el trabajo realizado bajo alianzas estratégicas, permitiendo así, articular ideas, propuestas, recursos, personal, logística y materiales en un solo enfoque de promover el desarrollo económico productivo. En esta estrategia también se ha aprovechado las políticas de desarrollo económico, que desde el Estado se han venido implementando, como la EBRP, ENDAR, Dialogo Nacional, PND y otros que buscan la reducción de la pobreza.

4 DESARROLLO DEL TRABAJO

Productos Uma Uma en base a la visión planteada, y a través de la gestión y canalización de recursos económicos, ha implementado las diferentes acciones en diferentes comunidades indígenas y pisos ecológicos, manejando los diferentes productos o cultivos que se han priorizado en la fase de diagnóstico. A continuación se explica como se inician las acciones que han logrado posicionar a productos Uma Uma.

En noviembre del 2002 el Ministerio de Asuntos Indígenas y Pueblos Originarios MAIPO, para el Proyecto LIL/IINDIGENA Proyecto de Innovación y Aprendizaje Productiva para el Desarrollo de Pueblos Indígenas PIAPDI, lanza una convocatoria nacional, para presentar ideas de proyecto con emprendimientos económicos, proyecto que fue financiado por el Banco Mundial.

Socializando la convocatoria entre el personal técnico y los productores, se ha concertado que se presente dos ideas de proyecto titulados como: "Producción de la oca, transformación y comercialización de Kawi" (en vocablo quechua oca deshidratada) y "Manejo de plantas medicinales, transformación y comercialización de mates de infusión en el Distrito Municipal Indígena Uma Uma". Ambos proyectos estaban orientados a la promoción y comercialización de la oca deshidratada (kawi) y mates en sobres de infusión de cedrón, hinojo, tusawayu, muña y manzanilla.

Hasta entonces, la oca deshidratada solo fue conocida por las familias campesinas; en los centros urbanos su consumo fue por gente migrante de las comunidades indígenas; el desafío de comercializar en un mercado más amplio del kawi, necesitaba una alta promoción, información y marketing para difundir un producto andino en los centros urbanos. En el caso de las plantas medicinales, la comercialización de plantas medicinales fue desarrollada de manera tradicional sin ninguna iniciativa innovadora al respecto.

Durante la formulación del perfil de proyecto, en los diferentes eventos de trabajo de campo, y rescatando el conocimiento local, se ha logrado elaborar el api de oca, producto con una buena palatabilidad y buen sabor.

En el caso de las plantas medicinales, se ha planteado mejorar e innovar la presentación del producto para generar valor agregado en la comercialización; es importante mencionar que los productos manejados como la muña, tusawayu e hinojo son nuevos en el mercado.

Durante la ejecución de estos proyectos, una agrupación de mujeres del Distrito, se han interesado en manejar el monte y aprovechar la ulupica, una planta que se desarrolla de manera natural en el monte; de esta forma se ha logrado posicionar un producto con bastante respuesta en el mercado.

De la misma forma los productores de durazno, se han motivado en innovar y articularse al

mercado, con sub productos de mejor calidad como el durazno y el deshidratado de durazno (mockochinchi). A esta iniciativa se han gestionado recursos de la Cooperación Técnica Alemana GTZ y el Programa de Asistencia Técnica PROSAT, financiado con recursos del FIDA.

La intervención de los diferentes proyectos fue ejecutado con acciones e iniciativas innovadoras, con la participación activa de las familias indígenas. Después de lograr y concretizar sub productos, ha existido la necesidad de promocionar los mismos en el mercado, para este propósito, se ha planteado crear una marca que identifique a los productos de la región. De varias discusiones con los productores, se logró bautizar con la marca PRODUCTOS UMA UMA, como una referencia e identidad étnica del Distrito.

En la actualidad la línea de alimentos que ofrece PRODUCTOS UMA UMA se detalla en a continuación:

Tabla 4-1 Ficha producto: Api de oca en caja con azúcar

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Api de oca en caja con azúcar	
Contenido	200 gr.	
Ingredientes	Harina de oca, ácido cítrico, azúcar, clavo de olor, canela	
Características	Es un producto en base a la oca que es producido naturalmente.	
Costo	Bs. 3,00	
Organización	APROKAT	

Tabla 4-2 Ficha producto: Api de oca en bolsa sin azúcar

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Api de oca en bolsa sin azúcar	
Contenido	100 gr.	
Ingredientes	Harina de oca, ácido cítrico, clavo de olor, canela.	
Características	Es un producto en base a la oca que es producido naturalmente.	
Costo	Bs. 2,00	
Organización	APROKAT	

Tabla 4-3 Ficha productos: Api de oca en bolsa con azúcar

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Api de oca en bolsa con azúcar	
Contenido	200 gr	
Ingredientes	Harina de oca, ácido cítrico, azúcar, clavo de olor, canela	
Características	Es un producto en base a la oca que es producido naturalmente.	
Costo	Bs. 2,50	
Organización	APROKAT	

Tabla 4-4 Ficha productos: Mates de infusión

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Mates de infusión	
Contenido	Cajas de 20 unidades, una caja por especie	
Ingredientes	Planta natural deshidratado y triturado de Cedron, Tusawayu, Manzanilla, Hinojo y Muña	
Características	Son plantas que se produce de manera natural bajo un plan de manejo en el monte.	
Costo	Bs. 5,00	
Organización	APROHIMA	

Tabla 4-5 Ficha productos: Mates de infusión


DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Mates de infusión	
Contenido	Cajas surtido de 50 unidades	
Ingredientes	Planta natural deshidratado y triturado de Cedron, Tusawayu, Manzanilla, Hinojo y Muña	
Características	Son plantas que se produce de manera natural bajo un plan de manejo en el monte.	
Costo	Bs. 10,00	
Organización	APROHIMA	

Tabla 4-6 Ficha productos: Durazno fresco de mesa

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Durazno fresco de mesa	
Contenido	Cajas de 5 Kg.	
Variedades	Ullincate amarillo, Ullincate blanco, criollo rosado y criollo blanco	
Características	Producto que es manejado de manera natural sin la aplicación de químicos.	
Costo	Bs. 35,00/caja	
Organización	AFRUCH	

Tabla 4-7 Ficha productos: Durazno deshidratado en caja


DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Durazno deshidratado en cajas	
Contenido	250 y 500 gr.	
Características	Producto de calidad que en el deshidratado se utiliza secadores solares	
Costo	Bs. 12,00/500 gr. Bs. 6,00/250 gr.	

Organización	AFRUCH	
--------------	--------	--

Tabla 4-8 Ficha productos: Refresco de cebada

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Refresco de cebada	
Contenido	150 gr.	
Ingredientes	Grano de cebada tostado, canela clavo de olor.	
Características	Producto producido y elaborado naturalmente	
Costo	Bs. 2,50	
Organización	APROKAT	

Tabla 4-9 Ficha productos: Pelado de maíz

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Pelado de maíz	
Contenido	250 gr.	
características	Pelado naturalmente sin uso de productos químicos	
Costo	Bs. 4,00	

Organización	AMPRODUMA	
--------------	-----------	--

Tabla 4-10 Ficha productos: Pelado de trigo

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Pelado de trigo	
Contenido	500 gr	
Características	Pelado naturalmente sin la aplicación de productos químicos	
Costo	Bs. 3,50	
Organización	AMPRODUMA	

Tabla 4-11 Ficha productos: Ulupica molida picante

DETALLE	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Producto	Ulupica molida picante	
Contenido	15 gr	
Ingredientes	Ulupica molida y sal	
Características	Producto producido y elaborado naturalmente	

Costo	Bs. 2,50	
Organización	AMPRODUMA	

Estos productos se lanzan al mercado por primera vez, en junio del 2004, en la feria de la “papa nativa” donde ha tenido buen acogimiento por parte del público. A partir de esa fecha se ha promocionado y comercializado participando en diferentes ferias como se cita en la siguiente página:

Tabla 4-12 Participación en Ferias para la comercialización de Productos Uma Uma

EVENTO	LUGAR	MES/AÑO
Feria Expogrup	Cochabamba	Agosto 2004
Feria Agrecol	Cochabamba	Septiembre 2004
Feria Agrecol	Cochabamba	Noviembre 2004
Feria Agrecol	Cochabamba	Diciembre 2004
Feria FIT	La Paz	Marzo 2005
Feria FEICOBOL	Cochabamba	Abril 2005
Feria LIL/INDIGENA	La Paz	Julio 2005
Feria Agrecol	Cochabamba	Septiembre 2005
Feria FEXTUR	Potosí	Octubre 2005
Feria Agrecol	Cochabamba	Febrero 2006
Feria FEICOBOL	Cochabamba	Abril 2006
Feria EXPOCRUZ	Santa Cruz	Septiembre 2006
Feria EXPOTECO	Oruro	Noviembre 2006
Feria Productiva	Potosí	Noviembre 2006

Al margen de la comercialización de los productos en las ferias, se ha realizado alianzas estratégicas con empresas y tiendas comerciales donde se entregan bajo consignación en la ciudad de Cochabamba y Llallagua, asimismo con el apoyo de PRODII, se cuenta con una tienda en la ciudad de Llallagua.

Es importante mencionar que con el api de oca, se ha logrado firmar un contrato para la dotación de 18 tn para el desayuno escolar en el municipio de San Pedro de Buena Vista, es relevante esta acción desarrollada considerando que en Bolivia como política de Estado, se está impulsando al consumo de productos nacionales. De la misma forma bajo un contrato con la GTZ se ha entregado 4 tn de api de oca, destinado a la entrega de alimentos en el Programa de desastres naturales que las familias campesinas en los municipios de Llallagua, Uncía y Chayanta han sufrido como efecto de granizadas y heladas.

Los proyectos gestionados y ejecutados se han orientado hacia una dirección en el logro de la visión, en ese sentido los diferentes proyectos han sido definidos con los siguientes objetivos planteados:

Tabla 4-13 Proyectos gestionados y ejecutados

PROYECTO	OBJETIVO GENERAL	Monto invertido \$us
Producción y comercialización de Té de hierbas y plantas medicinales	Promover el desarrollo sostenible en el marco de la Estrategia de Reducción de la pobreza, aprovechando las potencialidades, vocaciones, transformando la economía productiva, para mejorar las condiciones de vida de los habitantes del Distrito Indígena Ayllu Uma Uma.	26202
Proyecto de Producción y Comercialización de Kawi en el Distrito Municipal Indígena Uma Uma	Promover al aprovechamiento sostenible del cultivo de la oca, transformar y comercializar el Kaki (oca deshidratada) en el Distrito Municipal Indígena Uma Uma	29450
Recuperación de la Biodiversidad Genética del Cultivo de la Oca (Oxalis tuberosa) para el fomento del Desarrollo Económico Productivo en el distrito Municipal indígena Uma Uma.	Contribuir al manejo sostenido del cultivo de la oca, innovar tecnologías en los procesos de producción, transformación y comercialización, generando valor agregado para mejorar la situación económica de las familias campesinas del Distrito Municipal Indígena Uma Uma.	32131
Producción y comercialización del durazno en el distrito municipal indígena Uma Uma	Desarrollar e implementar acciones de desarrollo frutícola, con enfoque de cadenas productivas en comunidades campesinas del Distrito Municipal Indígena Uma Uma.	12500

Al margen de estos proyectos, PRODII ha gestionado pequeños fondos adicionales, con la finalidad de fortalecer las acciones a través de eventos de capacitación, materiales de capacitación, herramientas, insumos, envases y etiquetas, asistencia técnica, participación en ferias y otras que de manera directa ha fortalecido el posicionamiento de productos Uma Uma. En este nivel se ha asegurado la transformación y comercialización de la Ulupica molida, este producto no ha contado con un proyecto específico.

La ejecución de los proyectos no ha tenido mayores dificultades en el cumplimiento de las actividades, situación que en las diferentes evaluaciones realizadas desde las entidades financieras, se ha logrado recibir felicitaciones por el cumplimiento de las actividades y el alcance de los objetivos.

Es importante mencionar que los proyectos financiados por el Banco Mundial (LIL/INDIGENA) desde la primera convocatoria (ideas de proyecto), pasando por la formulación del proyecto a diseño final, la implementación, seguimiento y evaluación, han culminado exitosamente alrededor de 40 proyectos de aproximadamente 1000 proyectos presentados como ideas de proyecto en las tres convocatorias lanzadas por LIL/INDIGENA; y los proyectos de Uma Uma han culminado satisfactoriamente entre los 40 proyectos.

El proyecto de Recuperación de la Biodiversidad Genética del Cultivo de la Oca (*Oxalis tuberosa*) para el fomento del Desarrollo Económico Productivo en el distrito Municipal indígena Uma Uma que ha culminado el pasado año; en la evaluación final ha logrado felicitaciones y como consecuencia de los logros alcanzados, existe una segunda fase para consolidar el emprendimiento productivo.

Durante la ejecución de los proyectos, las diferentes organizaciones productivas con la finalidad de legalizar su organización, han elaborado sus estatutos y reglamentos para que posteriormente tramiten su personalidad jurídica. Hasta la actualidad las organizaciones conformadas que desarrollan actividades productivas son:

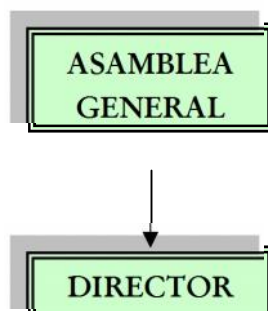
Tabla 4-14 Organizaciones productivas, rubro y personería jurídica

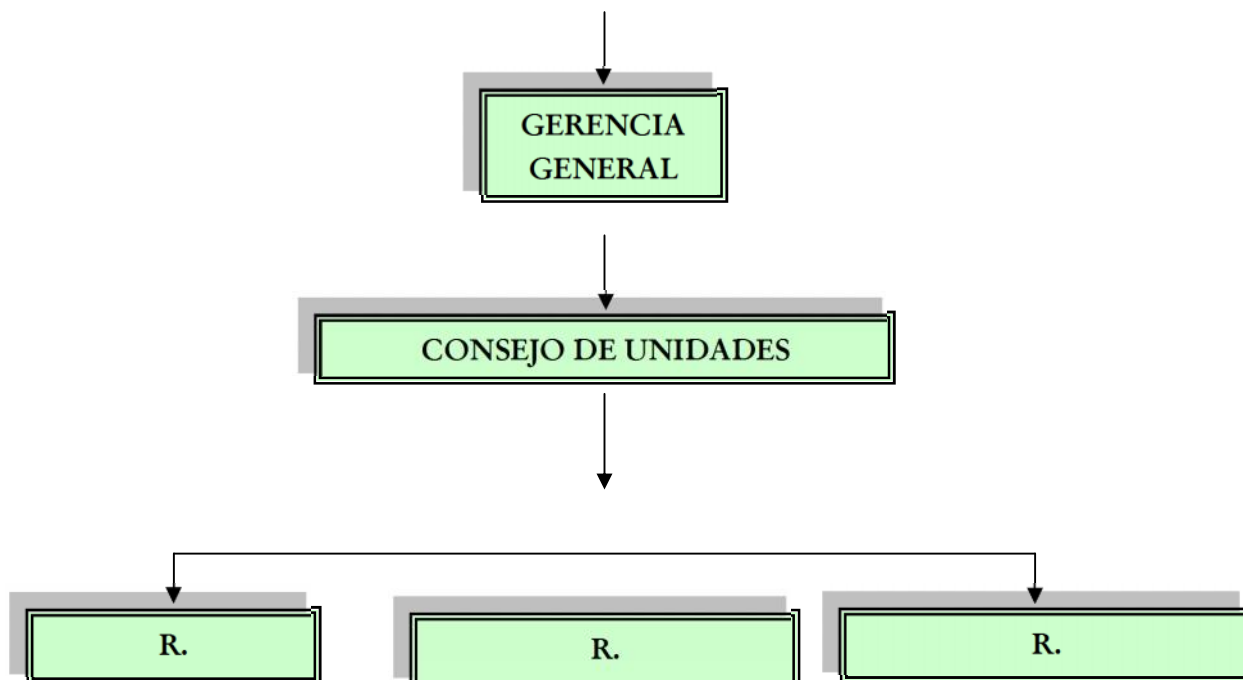
Descripción	Sigla	Rubro de trabajo	No de Socios	Personalidad Jurídica
Asociación de Productores de Kawi Torko Pocorasi	APROKAT	Oca, Cebada	65	Si
Asociación de		Biodiversidad	36	Si

Descripción	Sigla	Rubro de trabajo	No de Socios	Personalidad Jurídica
Productores de Hierbas y Mates	APROHIMA	de plantas medicinales		
Asociación de Fruticultores Río Chayanta	AFRUCH	Durazno	35	No
Asociación de Mujeres Productoras del Distrito Uma Uma	AMPRODUM A	Ulupica	15	En trámite

Estas organizaciones tienen una estructura conformada de la siguiente manera:

Figura 4-1. Estructura de las Organizaciones Productoras





De acuerdo a sus estatutos y reglamentos, el directorio consta de cinco miembros, y el Consejo de Unidades Técnicas conforman los responsables de cada eslabón.

A partir de la ejecución de los proyectos, los resultados que se han obtenido se señalan a continuación, tanto los resultados tangibles como también los intangibles:

Tabla 4-15 Resultados tangibles e intangibles

RESULTADOS TANGIBLES	RESULTADOS INTANGIBLES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se ha recuperado y habilitado tierras cultivables ampliando la frontera agrícola de los productores del Distrito Municipal Indígena Uma Uma. 2. Se han establecido incremento en las plantaciones de frutales, principalmente del duraznero. 3. Se ha innovado técnicas y tecnologías en los sistemas de producción agrícola, 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Productores de una región de extrema pobreza, han identificado sus potencialidades productivas para desarrollar y emprender acciones bajo el enfoque de cadena productiva. 2. Existe criterios sólidos en los hombres y mujeres, para conservar la biodiversidad de la flora nativa y de los cultivos. 3. Los miembros de las organizaciones de

RESULTADOS TANGIBLES	RESULTADOS INTANGIBLES
<p>donde las familias beneficiadas conocen y aplican las mismas en la producción, cosecha, post cosecha y transformación del cultivo de la oca, plantas medicinales, durazno, ulupica.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Se ha incrementado la producción y productividad del cultivo de la oca y durazno. 5. Los productores seleccionan, emban y comercializan fruta fresco de mesa, obteniendo mejores ingresos económicos. 6. Los productores organizados han generado valor agregado, por la transformación de productos primarios 7. Existen áreas manejadas en el monte para la explotación de las plantas medicinales. 8. Los sub productos como el api de oca, infusión de plantas medicinales, ulupica cuentan con análisis bromatológico y el registro sanitario otorgado por el SENASAG. 9. Los productores cuentan con infraestructura adecuada para la transformación de los diferentes sub productos. 10. Los productores se han articulado al mercado, ofertando productos competitivos (calidad, cantidad y permanencia) 11. Se cuenta con una marca que identifica los productos. 12. Los productores participan en diferentes ferias comercializando productos acabados en envases de calidad y buena presentación. 13. Los productores cuentan con tiendas y puestos de comercialización de los productos, además hacen la entrega a diferentes tiendas en consignación. 14. Los productores participan en diferentes ferias nacionales para comercializar sus productos. 15. Los productores de oca bajo un contrato con la GTZ, han entregado 18 tn de api de oca para el desayuno escolar en el municipio de San Pedro de Buena Vista como una estrategia de consumo de 	<p>productores, han desarrollado capacidades y fortalecimiento sobre gestión empresarial, marketing, comercialización y emprendimientos económicos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Existe en los productores miembros de las organizaciones productivas un cambio de actitud y mentalidad para desarrollar procesos de desarrollo con enfoque de gestión empresarial. (La pobreza había estado en nuestra mente. Testimonio de un Productor) 5. La participación de la mujer se ha visibilizado, porque existe un reconocimiento del rol que juegan en el desarrollo productivo. 6. Las organizaciones productivas han experimentado alianzas estratégicas con otras organizaciones, instituciones publico – privado para fomentar el desarrollo económico local. 7. Se cuenta con gente formada con visión empresarial. Conocen herramientas participativas como el DRP, CIALs y CEFE.

RESULTADOS TANGIBLES	RESULTADOS INTANGIBLES
<p>productos locales y la generación de la economía local.</p> <p>16. Tres asociaciones de productores han logrado legalizar su organización a través del trámite de la personalidad jurídica.</p> <p>17. Se ha participado y ganado entre los 30 mejores prácticas, en el concurso IMUS Innovaciones Municipales en dos oportunidades. Las experiencias están publicadas en dos documentos.</p> <p>18. Se cuenta con la publicación de diferentes documentos que explica las acciones implementadas y las lecciones aprendidas.</p>	

Analizando los resultados alcanzados en relación al tiempo y la asignación de recursos económicos, muestra claramente, el compromiso adquirido por los productores y la responsabilidad social del equipo técnico de PRODII, para poder lograr resultados positivos que contribuyen al desarrollo sostenible.

Aun cuando la experiencia se ha desarrollado con resultados exitosos, Productos Uma Uma todavía requiere un apoyo para que se pueda consolidar y que las innovaciones productivas desarrolladas enraícen y sean sostenibles en el tiempo y no sea solo acciones de ejecución de proyectos; en este marco, se continua formulando propuestas para consolidar las actividades iniciadas, asimismo para ampliar la oferta de Productos Uma Uma las organizaciones productivas están trabajando con otros productos como la Harina de oca, refresco de cebada, pelado de trigo, pelado de maíz, harina de maca.

Para el posicionamiento de Productos Uma Uma, la participación individual y colectiva de hombres y mujeres de las comunidades indígenas han sido un factor importante, porque sin el concurso de ellos, no se había hecho realidad los sueños que en el diagnostico plantearon. La participación desde el inicio de las actividades no ha sido igual; al inicio se involucraron y motivaron muchas familias, pero los cambios no son inmediatos y cuando no vieron resultados, también algunas familias se han retirado, principalmente en los productores de oca donde en un momento solamente la directiva se encontraba trabajando, ante esta situación la directiva se ha puesto fuerte y no se ha rendido y han continuado con las actividades planificadas; una vez que se ha llegado a la transformación y comercialización de productos, estas familias han generado ingresos económicos, a partir de estos logros, nuevamente las familias se han motivado y han ingresado a la organización para trabajar en la asociación productiva. Actualmente existe un crecimiento de socios e interés de participar de otros productores.

Como resultado final se ha logrado generar e incrementar los ingresos económicos para cada una

de las organizaciones productivas y como consecuencia para las familias miembros de las organizaciones.

El enfoque de trabajo de la experiencia desde su inicio, ha buscado generar ingresos adicionales para las organizaciones, en este escenario, los ingresos obtenidos está en función al trabajo de cada unidad productiva familiar, que depende de diferentes factores como: disponibilidad de superficie de parcelas agrícolas, disponibilidad de mano de obra, disponibilidad de recursos de inversión entre las principales; tomando estos factores, los ingresos generados por cada miembro o unidad familiar ha dependido de los volúmenes que se ha entregado a la organización, a continuación se describe un ejemplo de la distribución de recursos.

Tabla 4-16 Descripción de la distribución de los ingresos en cada organización productiva

Oca		Durazno	
Tradicional	Desarrollo empresarial	Tradicional	Desarrollo empresarial
1 quintal de oca deshidratada se comercializa a Bs. 100,00 12,5 \$us	El quintal de oca deshidratada tiene un costo de 240 Bs. ó 30 \$us De este monto el 17 % es aporte para los fondos de la organización y 83 % es para la familia.	100 unidades de durazno se comercializa entre 12 y 15 Bs. El Kg. De mockochinchi se comercializa a 8,0/Kg	Seleccionado y en cajas de 5 Kg. (entre 55 y 65 unidades) se comercializa a 35 Bs. de los cuales el 4 Bs. cubre el costo de la caja y el resto para la familia. La comercialización se realiza en cajas de 500 y 250 gr. a un costo de 12 y 6 Bs. respectivamente. El 80 % es para la familia y el 20 % cubre los costos de envases
MATES		ULUPICA	
Tradicional	Desarrollo empresarial	Tradicional	Desarrollo empresarial
Se comercializa las ramillas frescas en manojos a 0.50 Bs.	Se deshidrata, se tritura y se envasa en sobres de papel filtro de 2,0 gr. dispuestos en cajas de 20 unidades sin sobre envoltura a un costo de 5.00 Bs.	Comercialización en verde 200 gr. en 1,00 Bs. En su generalidad la comercialización no es una actividad importante, solamente las	Se comercializa molido en cajas de 15 gr. a 2.50 Bs. La familia entrega a la organización ulupica deshidratada a 30,00 Bs/Kg.

	También cuentan con infusión de mates en cajas de 50 unidades con sobre envoltura a un costo 10,0 Bs. Las familias reciben 10 Bs. por Kg de planta deshidratada,	familias cosechan para su autoconsumo, y en algunas situaciones se realiza el trueque con otros productos	Se ha generado ingresos adicionales para las familias campesinas.
--	--	---	---

5 LECCIONES APRENDIDAS

Después de tres años de ejecución y puesta en marcha productos Uma Uma, la ejecución y desarrollo de la experiencia, las lecciones aprendidas se detalla a continuación:

5.1 LECCIONES POSITIVAS

- ✓ Las comunidades andinas tienen un alto potencial productivo de especies nativas que en muchos casos no son reconocidos por propios y extraños.
- ✓ Reconocer, identificar y potenciar la biodiversidad productiva local, es más importante que introducir paquetes tecnológicos de afuera.
- ✓ El mejoramiento e innovación tecnológica de los sistemas de producción, rescatando el saber y conocimiento local, muestra mejores resultados.
- ✓ Revalorizar el saber campesino y compartir los conocimientos científicos, ayuda a elaborar propuestas más sólidas.
- ✓ La facilitación y acompañamiento en el propio idioma del lugar, ayuda a una mejor comunicación entre el personal técnico y los productores.
- ✓ Reconocer y promover el trabajo de hombres y mujeres ayuda en la articulación de acciones productivas integrales.
- ✓ Los aportes económicos por parte de las familias en efectivo (para la adquisición de equipos, infraestructura, herramientas y otros) demuestra la apropiación de las obras.
- ✓ La transformación de sub productos de manera artesanal, eleva los costos de producción.
- ✓ Es importante tomar en cuenta en los procesos de transformación, la seguridad industrial e higiene, para obtener productos de limpios.
- ✓ La promoción a partir de la participación en ferias ha ayudado en el posicionamiento de los productos primarios y sub productos.
- ✓ Generar una visión empresarial, cambio de actitud en los productores son fundamentales, porque son ellos, los actores centrales para promover el desarrollo económico local.
- ✓ Buscar la articulación de productos para la provisión del desayuno escolar, y otros servicios, ayuda promover la generación de económicas locales, asimismo el desarrollo de políticas públicas.

- ✓ La diversificación de productos transformados, abre mayores posibilidades de comercialización.
- ✓ La calidad de los envases son claves para la comercialización. El producto entra por los ojos.
- ✓ La participación de los miembros de las organizaciones productivas en los diferentes eslabones de la cadena, hace entender mejor el enfoque de trabajo, de la gestión empresarial.
- ✓ Generar alianzas estratégicas en diferentes niveles (organizativo, institucional) ayuda a una mejor inversión de recursos económicos, administración de recursos humanos y uso de materiales.

5.2 LECCIONES NEGATIVAS

- ✓ Los propios productores no valoran su propio recurso de biodiversidad nativa, en su modelo mental es "mejor" productos de afuera.
- ✓ Falta promocionar a los productos andinos, en el mercado los productos son nuevos y es difícil la comercialización (en el caso del api de oca).
- ✓ La falta de registro sanitario, limita la comercialización de manera amplia en el mercado.
- ✓ Los procesos de trámite en la certificación por SENASAG es muy burocrático, que en muchos casos los trámites se quedan en el camino.
- ✓ Las diferentes organizaciones productivas no cuentan con recursos para los gastos de operación, esto dificulta realizar contratos mayores.
- ✓ La falta de una constitución legal de las organizaciones, dificulta acceder a financiamiento locales.
- ✓ La mala calidad de los envases del api de oca, ha provocado invertir mayor mano de obra.
- ✓ Por la falta de equipos industriales, los costos de producción se elevan.
- ✓ El nivel educativo de los productores, dificulta la promoción de los productos y sub productos.

Productos Uma Uma
Una línea de alimentos del Norte de Potosí

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Productos Uma Uma después de haber experimentado una propuesta de desarrollo con enfoque de gestión empresarial, donde dichas acciones emprendidas, han mostrado que en las condiciones específicas del Distrito Uma Uma, como una región de extrema pobreza como lo conocen al Norte de Potosí, ha jugado un rol protagónico en el proceso de desarrollo y cambio; luego de tres gestiones de trabajo, es posible mencionar que las acciones desarrolladas ha permitido generar ingresos económicos con valor agregado. También es importante mencionar que dicha experiencias aún necesita fortalecer y consolidar con la finalidad de hacer sostenible en sus dimensiones económicas, sociales y ambientales.

Durante el tiempo de ejecución de la experiencia, las acciones sobresalientes que ha permitido mostrar los resultados se citan a continuación:

- El reconocimiento, la revalorización y manejo de la riqueza de la biodiversidad productiva de las comunidades indígenas, nos enseña que los procesos de desarrollo pueden ser más viables.
- Los enfoques de desarrollo rural, donde se involucra a hombres y mujeres de los pueblos indígenas como los verdaderos actores de su propio desarrollo y cambio, con la aplicación de herramientas y metodologías participativas, ha ayudado a un involucramiento efectivo en los proyectos de cambio.
- El compromiso social del personal técnico, apoyando en las condiciones del Distrito Uma Uma, tiene más valor que el conocimiento técnico.
- Después de experimentar las innovaciones tecnológicas y llegar al mercado con productos de calidad que han generado ingresos económicos, muchos de los productores manifestaron: Habíamos estado viviendo sobre la plata nomás.
- Los procesos de desarrollo con enfoque de cadena productiva, permite desarrollar una serie de acciones ligados entre uno y otro eslabón, esto facilita a una mayor comprensión del desarrollo sobre gestión empresarial.
- El desarrollo económico local, involucra a personas interesadas y motivados al cambio en los procesos productivos, muy pocas veces serán involucrados el 100 % de una comunidad, porque cada individuo, cada familia y cada grupo tienen intereses diferenciados. El éxito del Desarrollo Económico Local, dependerá de los miembros que trabajarán en la organización y se apoyen pensando TODOS PARA UNO y UNO PARA TODOS.

- El desarrollo económico local, por naturaleza involucra una participación amplia de hombres y mujeres, en este enfoque el desarrollo social es incluyente, con las mismas oportunidades en derechos y obligaciones.
- Las organizaciones sociales matrices o macro, juegan un rol importante en los procesos de articulación del sector público – privado.
- Desde el Estado boliviano se han promovido normas que han impulsado la promoción del desarrollo económico local, pero en muchos casos también otras normas del Estado, han sido cuellos de botella que han impedido u obstaculizado profundizar los avances en la promoción económica.
- Aun cuando existe normas que impulsan al desarrollo económico local, las autoridades municipales no prestan la atención necesaria con la asignación de recursos, no existe voluntad política de las autoridades municipales para invertir en acciones promoción económica productiva.
- El posicionamiento de nuevos productos en el mercado, ha demostrado la alta demanda, porque los productos son nuevos, asimismo para hacer sostenible de los productos es importante cumplir con las normas de certificación y registro sanitario.
- A partir de la acciones de emprendimientos económicos, se han generado mano de obra y empleo, de esta forma se ha reducido la migración hacia otras regiones de los productores y productoras.
- La participación de hombres y mujeres en los diferentes eslabones de la cadena productiva es fundamental, pero en la experiencia se ha demostrado que la participación se ha observado más en la producción y transformación, mientras que en la comercialización solamente han participado los miembros de la directiva.
- Las organizaciones de productores para continuar con sus actividades de promoción económica, es importante legalizar a través del tramite de personalidad jurídica, esto les facilita para que puedan realizar contratos, convenios y otras acciones en beneficio de fortalecer la organización y los emprendimientos económicos.
- Las alianzas estratégicas que se han desarrollado, ha permitido hacer avances sustanciales, en ese sentido el desafío de todos los actores que participan en la promoción económica deben tener un pensamiento: TU GANAS, YO GANO Y TODOS GANAMOS.

Como recomendaciones de la experiencia, se menciona a continuación:

- Valorar y reconocer la producción de cultivos andinos, la biodiversidad de la flora nativa, son elementos importantes que permiten construir propuestas de desarrollo económico, con la ventaja de que para los actores sociales o familias indígenas las innovaciones no son cambios de trabajo sustancial.
- La legalidad de las organizaciones productivas es importante porque este documento representa como el carnet de identidad, que sin ello no es posible avanzar y es frágil la organización, porque la organización no tiene bases en derechos y deberes para trabajar.
- Promover y fortalecer las alianzas estratégicas entre el sector público – privado, son medios importantes para promoción económica.
- Innovar las técnicas y tecnologías en los sistemas de producción, transformación ayuda en la generación de mayores ingresos económicos.
- Posicionar productos transformados en el mercado, no ha sido difícil, pero, para que sea sostenible es necesario contar con el registro sanitario, situación que garantizará la calidad del producto.
- Tomando en cuenta el enfoque de la revolución verde, es fundamental que las acciones que se desarrollen en la producción tenga una certificación de garantía como productos ecológicos.
- Revalorizar y conservar la biodiversidad productiva es tan fundamental, y en lo posible se debe patentar de la riqueza productiva antes que “otros” se apropien.
- Fortalecer las capacidades de líderes jóvenes entre hombres y mujeres, que les facilite oportunidades técnicas, empleo y capacitación, para evitar la migración, y evitar el ciclo de la pobreza, fomentando oportunidad, equidad y justicia social de hombres y mujeres de zonas rurales y marginadas.

ANEXOS

ANEXO I

TESTIMONIOS DE PRODUCTORES DEL DISTRITO UMA UMA

Extraído del documento: Desde el surco... Compartiendo saberes desde la experiencia. CRS
Catholic Relief Services 2005

Organización: APROHIMA	Nombre: Porfirio de Yucra	Comunidad: Tutuphaya
---------------------------	---------------------------	----------------------

“Mi principal fuente de ingresos económico es por la producción de haba, trigo, grano, venta de cerdos gallinas, también mi esposo viaja a Cochabamba a ganar plata en contracción. Ahora también estamos vendiendo mates naturales de cedrón, muña y tusawayu.

Antes las plantas medicinales eran solo para nuestro desayuno y para el té, nosotros siempre utilizado las plantas naturales con muña y tusawayu.

No hemos vendido nunca estas plantas porque están en el campo y cualquiera se puede recoger.

Para transformar las plantas medicinales la institución PRODII nos ha orientado y hemos recibido financiamiento del proyecto LIL/indígena.

Yo he participado en el proyecto porque tengo interés de vender mates y ganar más plata para que pueda hacer estudiar a mis hijos.

Para transformar las plantas en mates nos hemos capacitado con el Ing. Wilbor. Para cosechar y hacer secar las plantas, tenemos que hacer secar siempre en la sombra y estas plantas lo han llevado a Llalagua para empaquetar.

No todos los que comenzaron siguen la asociación hemos empezado mas de 60 socios ahora solo somos 30. los otros se ha salido porque no han podido cumplir con la contraparte en la construcción de la casa de acopio.

No entiendo bien todavía qué significa tener visión empresarial, necesitamos más capacitación.

Ha mejorado la situación de mi familia después de participar en el proyecto. Recién estamos

vendiendo, solo hemos vendido una vez pero el dinero me ha ayudado para comprar algunas necesidades que tengo en mi casa. El ingeniero nos ha dicho que este año tenemos que recoger más.

Ha sido beneficiosa la participación en el proyecto porque tenemos una casa para capacitarnos, hacer reuniones y donde don Martín recoge los mates si queremos entregar pesando.

Han vendido otros ingenieros de otro país y nos han dicho que en este lugar hay mucho producto.

Yo nunca antes había pensado que nuestros mates y plantas en el campo costaban plata para hacer mates de sopar. Ahora le damos más valor a lo que tenemos.

El año pasado solo hemos recogido plantas como prueba, ahora este año vamos a recoger la mayor cantidad. El año pasado nos hemos equivocado, si el proyecto empezaría de nuevo, recogería más plantas y mates”.

Organización: APROHIMA	Nombre: Martín Vega	Comunidad: Tutuphaya
---------------------------	---------------------	----------------------

“Nosotros aquí en la comunidad vivimos de la producción agrícola y de nuestros ganados, muchas veces viajamos a Llallagua, Huanuni, Cochabamba y Santa Cruz a ganar plata trabajando en construcción y en la mina.

Siempre, desde nuestros abuelos, hemos utilizado las diferentes hierbas para medicina y consumo en té de estas plantas que están en el campo. Otros nos dedicamos a sembrar manzanilla e hinojo.

Nunca hemos vendido las plantas porque en este sector hay mucho y la gente sólo se recoge en el campo. Muchos de nuestros familiares llevan para su consumo a Llallagua y otros lugares.

Los técnicos de PRODII nos han informado que podemos vender estos mates en papel filtro y de esta manera, juntamente con PRODII hemos elaborado un proyecto para LIL/indígena de las comunidades de Senajo, Tacarani, Patacochi y Tutuphaya.

Yo he decidido participar en el proyecto porque nos ayuda a tener más ingresos para nuestras familias, además participamos en la cosecha de plantas toda la familia.

En el proyecto hemos realizado mayormente capacitación en contabilidad, comercialización, cosecha, secado y otros, pero yo diría que necesitamos más capacitación porque con otras actividades no hemos podido captar todo y necesitamos folleros para seguir estudiando.

Muchos se han salido de la organización pero también otros han entrado. Creo que los que se fueron, el

motivo ha sido porque ha tardado el financiamiento del proyecto desde 2001 hasta 2005 cuando recién hemos recibido el dinero de la inversión. Yo antes no era parte de la asociación pero después de que se ha iniciado con la construcción del centro de acopio he ingresado porque me interesa este proyecto.

Tener visión empresarial significa que todos de la comunidad juntos podemos salir de la pobreza por eso hemos formado esta empresa para vender mates.

Solo he vendido una vez la materia prima pero nunca he pensado antes que esta plantas del campo iban a costar plata y pienso que en el futuro va ha ser bueno para toda nuestra familia.

Ha sido beneficiosa la participación en el proyecto porque tenemos una construcción, tenemos herramientas, motor, tenemos luz en la construcción y hay un responsable que recoge los mates para llevar a Llallagua.

Yo pienso que igual que los mates podemos vender otros productos como café de grano, haba, maíz y otros bien en bolsitas para que la gente nos compre más, esto no es fácil pero necesitamos mas proyecto para realizar inversiones. Ahora nos hemos dado cuenta de que tenemos muchos productos que se puede vender.

Todo lo que se ha hecho está muy bien, además recién nuestro producto está vendiéndose en el mercado. Tal vez mas adelante tengamos problemas, pero hasta ahora todo estamos realizando bien”.

Organización: APROKAT	Nombre: Victoriano Candi	Comunidad: Torko
-----------------------	--------------------------	------------------

“Nuestra principal fuente de ingreso es Kawi, tarwi, papa, oca, oveja y chivo.

El manejo de nuestras parcelas era tradicional y rústico, sin químicos y el rendimiento de las parcelas depende del tiempo de lluvia para que la cosecha sea bien.

Antes de que comenzara este proyecto vendíamos nuestros productos a lo que se podía, en barato, no conocíamos nada de cómo vender.

La capacitación fue con metodologías CEFÉ por módulos (CEPs Contabilidad básica, planificación estratégica, marketing o comercialización, gestión agropecuaria, introducción a la administración de empresa y planeación en la administración de empresas).

La gente estaba feliz por aprender cosas nuevas para mejorar en sus familias y lo aceptación fácilmente porque hay cosas buenas que hemos aprendido pero fue un poco difícil aplicar lo aprendido, porque no comprendíamos mucho.

Nuestra estrategia de venta fue cambiando, produciendo de calidad para vender mejor en mercado utilizando técnica de marketing.

También aprendido que es importante hacer manejo transparente de los recursos, no gastar dineros en oculto, hacer conocer de todos los gastos que se hace. Eso hace que la gente confíe y da fuerza a la Asociación.

Ha mejorado la situación de mi familia después de participar en el proyecto en lo económico, y la producción de mis cultivos.

Ha sido beneficiosa la participación en el proyecto porque nos ayuda en la formación de líderes, y tener una visión empresarial.

Nuestra estrategia de venta actual es llegar a más mercados con nuestro producto, aplicando las técnicas y herramientas de comercialización las 4 Ps, las 4 Cs y AIDA.

Ha cambiado nuestra forma de ver las cosas, hemos aprendido a tener visión de empresario, competir en el mercado, mejora siempre nuestro producto, ser persistentes para seguir adelante.

El marketing y la contabilidad básica nos ha ayudado a mejorar los ingresos, a tener más clientes, para vender en cantidad, manejar el dinero de la Asociación bien anotado y registrado”.