



Preparación de pan con harina de quinua en el Ayllu Bajo Laura.

Articulación comercial de pequeños productores

de quinua, cañahua y transformados

Créditos

Articulación comercial de pequeños productores de quinua, cañahua y transformados

Serie de sistematizaciones en Seguridad Alimentaria y Cambio Climático

Autores:

Luis Ruiz (autor principal)

Wilfredo Rojas (autor principal)

Dionicio Corina

Javier Gonzáles

Susana Mejillones

María Quispe

Revisión de pares:

Tania Aslla

Edición:

Rigliana Portugal

Fotografías:

Proyecto Seguridad Alimentaria y Cambio Climático

Número de Depósito Legal: 4-1-2755-19

Diseño e impresión:

Teleioo SRL

Este material ha sido producido con la asistencia técnica y financiera del Proyecto Seguridad Alimentaria y Cambio Climático de HELVETAS Swiss Intercooperation, implementado por la alianza PROSUCO, PROINPA y HELVETAS Bolivia. La participación de las autoridades, familias, comunidades de los municipios de Corocoro, Caquiaviri, Santiago de Callapa y Waldo Ballivián del departamento de La Paz, ha sido fundamental para el desarrollo de este material.

Septiembre, 2019

Contenido

Presentación.....	5
1. Introducción.....	6
2. Eje de la sistematización	6
3. Actoras/es directos e indirectos de la experiencia	7
4. Reconstrucción de la experiencia.....	9
4.1 Situación inicial y contexto.....	9
4.2 Proceso de intervención y contexto	11
4.3 Situación actual y contexto.....	18
5. Lecciones aprendidas.....	19
6. Recomendaciones	19





Presentación

En el marco del Proyecto Seguridad Alimentaria y Cambio Climático – SACC, se construyó participativamente esta experiencia de ‘Articulación comercial de pequeños productores de quinua, cañahua y transformados’ con agricultores del territorio Jach’a Suyu Pakajaqi de la provincia Pacajes del departamento de La Paz y la participación de un conjunto de actores que tienen alguna relación con la jurisdicción del territorio.

Uno de los elementos centrales es la vinculación de la producción excedentaria de quinua y cañahua a mercados diversificados y escalonados, como estrategia para hacer más resiliente los sistemas productivos de las pequeñas familias de productores del Jach’a Suyu Pakajaqi. Se partió de la identificación de las necesidades, el diálogo de saberes entre los participantes para mejorar las condiciones y mecanismos para llegar al mercado de forma adecuada.

Esperamos que el material sirva de apoyo para implementar en áreas o territorios con dinámicas similares, donde los productos que se obtienen de los sistemas productivos de pequeños productores, además de contribuir a la seguridad alimentaria de las familias que lo producen, también pueden contribuir a generar ingresos.

Wilfredo Rojas
Coordinador Regional Altiplano
Fundación PROINPA

1. Introducción



El objetivo del Proyecto Seguridad Alimentaria y Cambio Climático (SACC), en su segunda fase (2016-2018), enfatiza en hacer más resiliente los sistemas productivos de las pequeñas familias de productores, donde uno de los elementos centrales es la vinculación a mercados diversificados y escalonados. El Proyecto identificó la necesidad de mejorar las condiciones y mecanismos para llegar al mercado de forma adecuada.

La sistematización de la experiencia comercial contribuye al aprendizaje del proceso, que implica la vinculación a mercados de circuitos cortos, caso Asociación Integral de Productores de Alimentos Nutritivos Ecológicos (AIPANE) relacionado al desayuno escolar del Municipio de Corocoro; a mercados nacionales a través de empresas de alimentos que valoran un producto de calidad tal el caso de la Asociación de Productores de Quinoa Orgánica de Corocoro (APROQCO), con la implementación de un Sistema Participativo de Garantía (SPG) en quinoa y la Asociación Procesadora de Productos Orgánicos Andinos (APPOA) con la certificación orgánica de cañahua, con efectos en la demanda externa (caso cañahua al mercado de Estados Unidos y la Unión Europea).

2. Eje de la sistematización



La importancia de la sistematización, radica en documentar el proceso desarrollado por el Proyecto, hacia el logro de objetivos, con los aprendizajes que esto ha demandado. La experiencia fue desarrollada en el territorio del Jach'a Suyu Pakajaqi (provincia Pacajes del departamento de La Paz, Estado Plurinacional de Bolivia).

La experiencia se centra en el fortalecimiento organizacional/comercial de los productores Proyecto, la formación natural de grupos organizados con objetivos comunes para converger en pequeñas Asociaciones, que articulan creativamente su producción excedentaria de quinoa y cañahua. Es importante realizar este análisis para rescatar los mecanismos que promovieron favorablemente y consolidaron la vinculación a los mercados.

3. Actores directos e indirectos de la experiencia



Producción de quinua variedad Jacha Grano en Jutani.

Actores Directos. Conformados por familias de productores de 16 comunidades de 4 Municipios de la Provincia Pacajes de La Paz, a quienes se aportó con el fortalecimiento de capacidades organizacionales y comerciales (Tabla 1).

Tabla 1. Comunidades que participaron en la experiencia pertenecientes a 9 Markas y 4 Municipios de la Provincia Pacajes

N°	Comunidades	Markas	Municipios
1	Caquingora	Caquingora	
2	Ninoca Sewencani	Sewencani	
3	Jankosaya		
4	Pando Calari	José Manuel	Corocoro
5	Sillapaca	Pando Kalari	
6	Ninoca Baja	Rosapata Huancarama	
7	Bajo Laura	Putuni	
8	Jutani		
9	Suramaya	Villa Anta	Caquiaviri
10	Villa Anta		
11	Callirpa	Antaquira	
12	Acero Marka	Kasillunca	
13	Viloco	Tumarapi	Waldo Ballivián
14	Viluyo		
15	Centro Yaribay		Santiago de Callapa
16	Rosa Pata Yaribay		

Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, en las comunidades se identificó a grupos de agricultores motivados y organizados, tanto en la producción de quinua y cañahua, como

en la transformación (panes, galletas y queques fortalecidos con harina de quinua y cañahua) de los mismos.

En la Tabla 2, se presentan las organizaciones identificadas, formadas y/o en proceso de consolidación.

Tabla 2. Grupos de agricultores que producen y transforman quinua y cañahua

Municipios	Comunidades	Productores Organizados
Corocoro	Pando Calari	Grupo Emprendedor Jach'a Ayllu Calari
	Pando Calari	APROQCO
	Ninoca Baja	
	Sillapaca	
Corocoro	Bajo Laura	Asociación de Productores Agropecuarios de Bajo Laura Putuni - APABLAP
	Jutani	Asociación de Productores Agropecuarios de Jutani - ASPA Jutani
Caquiaviri	Jankosaya	Asociación de Productores Agropecuarios Integral Jankosaya - APAI Jankosaya
	Acero Marka	APPOA
	Callirpa	
	Suramaya	
	Villa Anta	

Fuente: Elaboración propia.

En función a sus capacidades y potencialidades productivas, se identificaron tres organizaciones de base consolidadas, que agrupan a productores del Proyecto y que formaron parte de la estrategia de vínculo a mercado de forma efectiva. La asociación AIPANE con Personalidad Jurídica N° 351/2018, con la 'transformación de alimentos nutritivos – panadería'; APPOA con Personalidad Jurídica N° 125/2014, con producción de cañahua orgánica certificada por BIOLATINA; y APROQCO con la producción de quinua con sello ecológico SPG.

La estrategia de aglutinación de los productores fue clave para un proceso más ágil de vinculación al mercado, de esta forma se contribuyó a mejorar la resiliencia de los sistemas agropecuarios al cambio climático, a las fluctuaciones de precios de mercado y la seguridad alimentaria.

Actores Indirectos. Se considera a las empresas y entidades públicas con un rol y una especialidad definida, que participaron de manera directa o indirecta en la vinculación al mercado de las tres organizaciones: AIPANE, APROQCO y APPOA (Tabla 3).

Tabla 3. Empresas y entidades públicas que participaron en el vínculo al mercado de AIPANE, APROQCO y APPOA

N°	Empresas / Instituciones	Especialidad	Forma de participación
1	PAN CASERO	Empresas panificadoras.	Adjudicación de ACE GAM Corocoro 2018 AIPANE
2	AURELIANA		Adjudicación de ACE GAM Corocoro 2019 AIPANE
3	INBOLCER S.R.L.	Empresa de procesamiento de productos	Quinua con sello ecológico APROQCO
4	QUINOA FOODS		Cañahua con certificación orgánica APPOA
5	MONTECRISTO		
6	ILLA MANQ'A		
7	AGRIPACIFIC	Empresa de alimentos en EE.UU.	Cañahua con certificación orgánica APPOA
8	ECOTERRA	Empresa de alimentos en Alemania.	
9	GAM COROCORO	Demanda de ACE	Apoyo en el vínculo de AIPANE con empresa adjudicada ACE
10	SENASAG (MDRyT)	Autoridad de control de alimentos	Otorga registro de SPG APROQCO
11	INIAF (MDRyT)	Certificación de semillas	Certificación semilla de quinua APAI-Jankosaya
12	UC CNAPE (MDRyT)	Promoción de la implementación de SPG	Capacita y promueve el nexo con Programas de Gobierno APROQCO
13	BIO LATINA BOLIVIA S.R.L.	Empresa certificadora internacional.	Certifica la producción orgánica de cañahua APPOA
14	ADEPQUIPAZ	Organización de productores de quinua de La Paz	Enlace con SENSAG, UC CNAPE y Comercio Interno del MDPyEP.

Fuente: Elaboración propia.

4. Reconstrucción de la experiencia



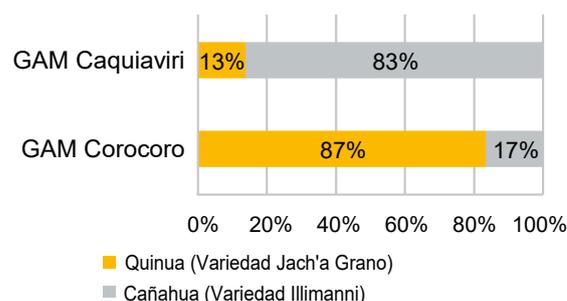
4.1 Situación inicial y contexto

Al inicio de la segunda fase del Proyecto (2016), se realizó un diagnóstico participativo por comunidad, con el fin de identificar el potencial productivo de quinua y cañahua, evaluar el porcentaje de autoconsumo como el porcentaje de producción para la venta, además de los canales tradicionales de comercialización. La hipótesis establecía que “Los productores especializados en quinua y cañahua están dispuestos a un incremento gradual de su producción excedentaria con destino a la venta y así generar ingresos adicionales que les permita una mejor capacidad de compra de otros alimentos no necesariamente locales, como el azúcar, aceite y otros.

Potencial productivo/comercial de quinua y cañahua.

En el Gráfico 1 se muestra la identificación del potencial productivo/comercial en las zonas de intervención del Proyecto. En el caso del municipio de Caquiaviri el 13% de la producción es de quinua y el 87% de cañahua. En el municipio de Corocoro el 83% de producción es de quinua y 17% de cañahua, concluyendo la especialización de producción de quinua en Corocoro y de cañahua en Caquiaviri.

Gráfico 1. Potencial de producción de quinua y cañahua en Caquiaviri y Corocoro (cosecha 2016)



Fuente: Elaboración propia.

Como resultado del diagnóstico organizacional del 2016, encontramos al municipio de Corocoro con potencial productivo en quinua y de Caquiaviri como potencial en la producción de cañahua. En la Tabla 4 se indican las comunidades potenciales de cada municipio.

Tabla 4. Comunidades con potencial para producir quinua y cañahua

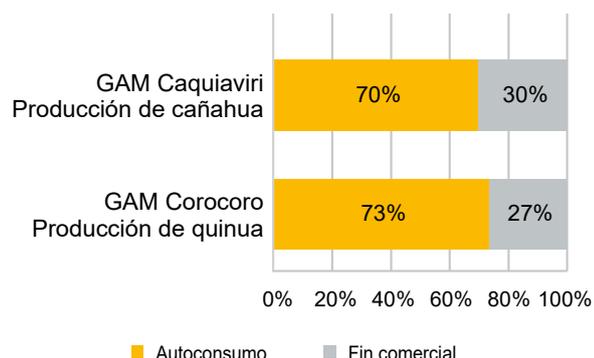
Municipio Corocoro (quinua)	Ninoca Baja Jankosaya Pando Calari Sillapaca Bajo Laura Jutani	Municipio Caquiaviri (cañahua)	Acero Marca Callirpa Suramaya Villa Anta
-----------------------------	---	--------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

Autoconsumo Vs. Comercialización. De acuerdo al potencial productivo encontrado, el autoconsumo de quinua y cañahua es igual o mayor

al 70%, lo cual implica un consumo tradicional. El Gráfico 2 muestra dichas proporciones.

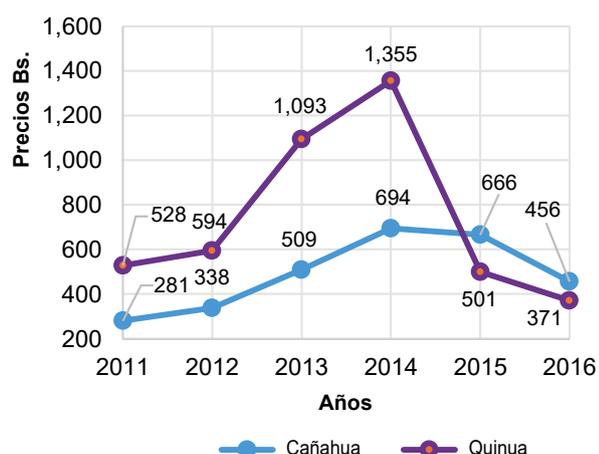
Gráfico 2. Porcentaje de producción destinada al autoconsumo y comercialización



Fuente: Elaboración propia, en base al diagnóstico organizacional/comercial.

Precios bajos de quinua y cañahua en ferias locales. A inicios del 2016, encontramos un escenario de precios bajos, principalmente en las ferias de Caracollo y Lahuachaca (ferias donde usualmente llevan los beneficiarios su producción). La quinua estaba en 371.- Bs./qq y la cañahua 456.- Bs./qq, en promedio. El Gráfico 3, muestra el comportamiento de los precios desde el 2011 al 2016.

Gráfico 3. Fluctuación del precio de quinua y cañahua en Caracollo y Lahuachaca de 2011 al 2016 (En bolivianos/quintal)



Fuente: Elaboración propia en base a datos de sondeos de precios (2016).

El escenario de precios en ferias locales, al inicio de la segunda fase del Proyecto, no era favorable, como se puede ver en el Gráfico 3. El pico más

alto de precios se dio el año 2014 llegando en el caso de la quinua a 1.355.- Bs./qq y de cañahua de 694.- Bs./qq, en promedio anual.



Parcelas de quinua en producción.

Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en la producción y comercialización de quinua y cañahua. Las fortalezas y debilidades se identificaron internamente con los actores directos en la producción primaria, mientras que las oportunidades y amenazas fueron a partir del entorno. Las líneas estratégicas de análisis son: productivo; investigación/tecnología; económico/mercado y político/normativo.

Tabla 5. Fortalezas y debilidades identificadas

	Fortalezas	Debilidades
Productivo/Social	Agricultores con un conocimiento tradicional del cultivo de quinua y cañahua.	No todos cultivan quinua y cañahua como antes.
	Producción bajo un sistema agroecológico.	Variabilidad de rendimiento (kg/ha).
	Quinua y cañahua con altos valores nutritivos.	Población local disminuye su consumo tradicional de quinua y cañahua.
Investigación/Tecnología	Existen productores organizados con objetivos comerciales comunes.	Deslealtad de los asociados en la etapa de acopio.
	Poseen diversidades genéticas.	Intensidad de uso de mano de obra en el período de cosecha de granos.
	Existe producción de bioinsumos.	Prácticas inadecuadas de cosecha y post cosecha.
	Carencia de asistencia técnica local en la producción.	El poco recurso humano capacitado no es valorado en sus comunidades.

Continúa

	Fortalezas	Debilidades
Económico/Mercado	Comercialización de quinua y cañahua excedentaria, genera ingresos adicionales.	Costos de producción altos, uso intensivo de mano de obra en el cultivo.
	Existen aliados comerciales, Municipios y/o Empresas nacionales de alimentos.	Baja capacidad de negociación de los productores y proliferación de comerciantes locales que pagan precios bajos.
	Producto no perecible, se puede almacenar.	Deficiente sistema de información a las familias productoras en cuestión de: precios, calidades y volúmenes.
Político/Normativo	Existen normas bolivianas de fomento al consumo como la Ley 622 (ACE).	Existe un desconocimiento de los técnicos de los GAM'S acerca de la Ley, limitando posibilidades a los productores organizados.
	Voluntariedad Municipal de generar normas que incentiven la producción local.	Débil gestión Municipal al desarrollo productivo.
	Rol y competencia definidas del MDRyT (SENASAG, UC CNAPE e INIAF) y MDPyEP (Viceministerio de comercio interno).	No se aprovecha adecuadamente el apoyo de las instituciones del gobierno central.

Fuente: Elaboración propia,

El análisis interno identifica como una primera situación problemática *la oferta de granos en la zona de intervención que es desorganizada en precios, calidades y volúmenes estables.*

Tabla 6. Oportunidades y amenazas identificadas

	Fortalezas	Debilidades
Productivo/Social	Existen zonas con potencial productivo de quinua y cañahua en el JSP.	Incremento de la producción en países vecinos del altiplano de los Andes.
	Quinua y cañahua, una opción que mejorar la resiliencia a cambio climático de los sistemas agrícolas.	Variabilidad climática, eventos extremos, heladas y periodos largos de falta de lluvias.
	Crecimiento de la población nacional requiere más y mejores alimentos.	Migración poblacional a ciudades efectos cambio climático.

Continúa

Investigación/Tecnología	Instituciones públicas y/o privadas buscan mantener la agro biodiversidad del altiplano boliviano.	Pérdida de variedades locales de semilla de quinua y cañahua por efecto climático y/o comercial.
	Centros tecnológicos de investigación e innovación desarrollan BPA para quinua y cañahua.	Desarticulación de la investigación y transferencia tecnológica.
Económico/Mercado	Tendencia de consumo de alimentos sanos que está generando una revalorización de los súper alimentos.	Restricciones y barreras más drásticas de las empresas en relación a la calidad del grano (contaminación físico-química y/o microbiológica).
	Tendencia a mejorar y estabilizarse los precios de granos andinos.	Contrabando de quinua y cañahua de Bolivia al Perú. Distorsión de precios.
	Acceso a servicios financieros público y/o privado.	Creciente cartera en mora, aumenta barreras de acceso al crédito.
Político/Normativo	Estabilidad política y macroeconómica.	Conflictos sociales.
	Fomento al consumo interno, por el gobierno central. Compras estatales.	Desintegración de las relaciones entre el gobierno central, departamental y municipal.

Fuente: Elaboración propia,

El análisis externo identifica como problemas a resolver las *barreras de acceso de la producción de granos de pequeñas familias a mercados más formales (empresas de alimentos y compras estatales).*

Bajo este escenario productivo, comercial y político se plantea una articulación de actores, en los eslabones: producción, transformación básica y comercialización.

4.2 Proceso de intervención y contexto

Para la resolución de los problemas identificados, con el Proyecto se planteó una estrategia de acceso favorable al mercado de pequeños productores, así como la consolidación de sus clientes. La Figura 1, muestra los pasos seguidos para lograr una efectiva vinculación al mercado.

Figura 1, Pasos para un adecuado vínculo a mercado diversificado y/o escalonado.



Fuente: Elaboración propia.

Articulación de pequeños productores organizados.

En la primera fase del Proyecto (2012-2015) se consolidó a pequeños grupos de productores con objetivos comunes. La Figura 2, muestra cómo se vinculó los servicios productivos locales para fortalecer la producción primaria de quinua/cañahua y fortalece a los pequeños emprendimientos de transformación de alimentos (panes, galletas, queques y otros en base a granos andinos).

Figura 2. Articulación de pequeños productores



Fuente: Elaboración propia.

La estrategia de aglutinación de productores responde a una demanda interna de granos y de mercados más formales como son las pequeñas empresas de alimentos nacionales. Es posible enfrentar las barreras comerciales de las empresas si se fortalece la representatividad de una Asociación debidamente formalizada. Un ejemplo

de la articulación eficiente se expresa a través de la experiencia desarrollada por:

APROQCO, aglutina a productores de quinua de Ninoca Baja, Jankosaya, Pando Calari, Sillapaca, Bajo Laura y Jutani en el municipio de Corocoro.

APPOA, aglutina a productores de cañahua de Acero Marca, Callirpa, Suramaya y Villa Anta en el municipio de Caquiaviri.

AIPANE, representa a la Marca José Manuel Pando Calari, en el municipio de Corocoro.

Desarrollo de capacidades sociales, productivas y de mercado.

Este proceso se llevó adelante a través de la capacitación y fortalecimiento productivo comercial en las 16 comunidades beneficiarias del Proyecto. Así como el desarrollo de capacitaciones con grupos de productores organizados, enfatizando en sondeos participativos de mercado que propiciaron la adaptación de la oferta a la demanda del consumidor. También se realizaron capacitaciones especializadas a miembros de las Asociaciones en modelos de negocio y gestión administrativa. El método de capacitación implementado fue activo participativo, modelos de negocio inclusivo, donde el facilitador y los productores reflexionaron en temas de mercadeo y su mejor vinculación a mercados diferenciados.

El desarrollo de capacidades fue enfocado desde el punto social, productivo y mercado.

- **Social**, desarrollo personal (autoestima), la autovaloración en la producción de alimentos sanos/nutritivos y las ventajas de la asociatividad y la fijación de objetivos y metas realizables.
- **Productivo**, a través de la difusión y socialización de buenas prácticas de producción agroecológicas y de manipulación de alimentos.
- **Mercado**, con el objeto de facilitar el control de los productos y la ventaja de los sellos de calidad como el ecológico y orgánico.

Vínculo comercial, relacionamiento de pequeños productores a mercados escalonados y/o diferenciados según su contexto.

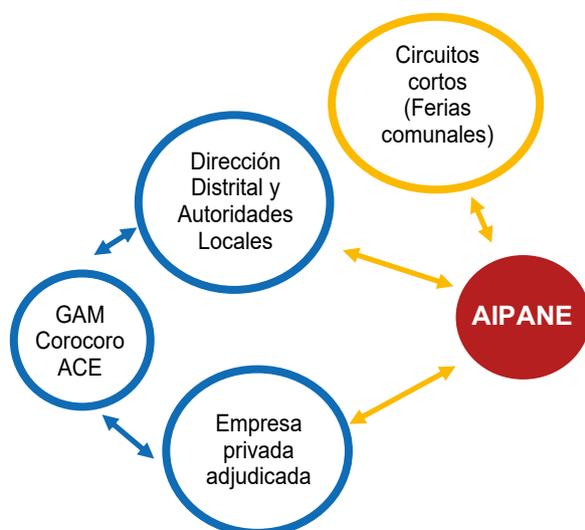
El éxito de una adecuada vinculación al mercado radica en que la asociación se convierte en el actor principal, gestor de sus oportunidades comerciales. En este afán el Proyecto en su segunda fase implementa una estrategia individual de mercadeo, una para AIPANE, otra para APROQCO y APPOA.

a) Vinculación a la Alimentación Complementaria Escolar de AIPANE en el Municipio de Corocoro.



La Figura 3 muestra a los actores involucrados y las relaciones de unos con otros.

Figura 3. AIPANE y su vinculación al desayuno escolar en el Municipio de Corocoro



Fuente: Elaboración propia.

AIPANE es una organización especializada en panadería, que cuenta con productos estrellas como son: los panes de quinua y las galletas de cañahua.

Al inicio su comercialización era en ferias locales, lugares donde el consumidor no es muy exigente en calidad y sí se deja guiar por el precio. Posteriormente, por la dinámica de crecimiento interna de la asociación y la forma artesanal de trabajo, decidió implementar de forma parcial las Buenas Prácticas de Manufactura, promovidas principalmente por el Proyecto, este hecho generó que se mejore la calidad de la producción para competir con otros productos manufacturados.

Este nuevo escenario genera nuevas opciones de circuitos cortos de mercado, ferias locales y específicamente la provisión de productos al Desayuno Escolar del Municipio. La ruta transitada para la obtención del contrato de AIPANE y la empresa adjudicada de provisión del ACE Corocoro, se describe a continuación.

- Se inicia el proceso con un intercambio de experiencia con otros municipios, principalmente para observar los procesos administrativos que favorecen la producción local, siendo el resultado la autovaloración.
- Se continúa con un proceso de incidencia en política local, teniendo al actor principal AIPANE, a las autoridades originarias para poder incidir en las autoridades Municipales. Luego con documentación de respaldo y evidencia (resultados de laboratorio sobre los análisis de calidad del producto; informe del aporte nutricional del producto) se logra incluir en el menú del desayuno escolar los productos propuestos, siendo reflejado esto en el Documento Base de Contratación del GAM Corocoro (gestiones 2018, 2019).
- Posteriormente se vincula AIPANE con la empresa privada adjudicada, firmándose un contrato de provisión parcial de la ración seca

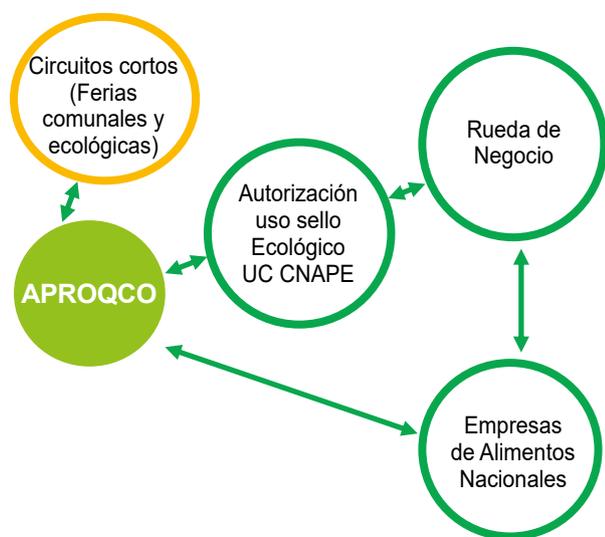
(pan de quinua y galletas de cañahua) donde se estipula la cantidad, calidad, frecuencia de entrega y precios. Por último, se realiza el monitoreo al abastecimiento regular por parte del técnico del municipio responsable. Con la implementación de este proceso se contribuye en la alimentación saludable de aproximadamente 2000 alumnos.

b) Vinculación de la producción de quinua de APROQCO con mercado interno.

El contexto de la segunda fase de Proyecto, fue un periodo de precios bajos de la quinua, este hecho desmotivó la producción y comercialización de la quinua. Para ver la mejor forma de vinculación se implementaron sondeos participativos de mercado, con el objeto de identificar las barreras comerciales que impiden un acceso más favorable a pequeñas empresas de alimentos. El resultado permitió identificar preferencias del consumidor en calidad, cantidad y precios de la quinua.

La estrategia comercial de APROQCO, fue la diferenciación de su quinua con sello ecológico. Para ello se implementó un SPG respaldado por la Ley Nacional 3525, dirigida al mercado interno.

Figura 4. Vinculación de producción de quinua de APROQCO a mercados formales



Fuente: Elaboración propia.

La Figura 4, muestra el relacionamiento comercial de APROQCO con la producción de quinua con sello ecológico, según la norma nacional, ley 3525. El involucramiento de actores directos e indirectos y sus relacionamientos.

APROQCO es una organización iniciada por Yapuchiris para la producción de bio insumos y servicios de buenas prácticas agrícolas en la producción de quinua (impulsó la difusión de la variedad Jach'a Grano). Se focaliza en la asociación como mecanismo de articulación para productores de quinua de las Markas: Sewencani, José Manuel Pando Calari, Rosapata Huancarama y Putuni, en el municipio de Corocoro. APROQCO es reconocida a nivel nacional como productores representativos de la provincia Pacajes. Con el objetivo de lograr el vínculo con el mercado la asociación se consolida mediante la implementación de un SPG.

A raíz de la ruta de la quinua de La Paz promovida por ADEPQUIPAZ, el 2017 se visualiza APROQCO como ente de representación de productores de quinua de Corocoro. Esta situación hace que el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras - MDRyT, promueva la formación del SPG, con talleres de socialización de la Ley 3525 (Regulación y promoción de la producción agropecuaria y forestal no maderable ecológica) y Resolución Ministerial 020 (Norma Técnica Nacional Sistemas Participativos de Garantía para el comercio nacional y/o local).

Posterior a la formación del SPG APROQCO y mediante evaluaciones del SENASAG se logra el Registro N° 04-15-0043, que acredita a APROQCO como ente calificador de producción ecológica a través de la implementación de un sistema interno de control y evaluación, respaldado por un Comité de Garantía cuyos miembros son: representantes de productores, consumidores, municipio e instituciones privadas de apoyo en la zona. Dicho Comité emite un dictamen con la lista de productores con volúmenes de producción de quinua ecológica o en transición, que

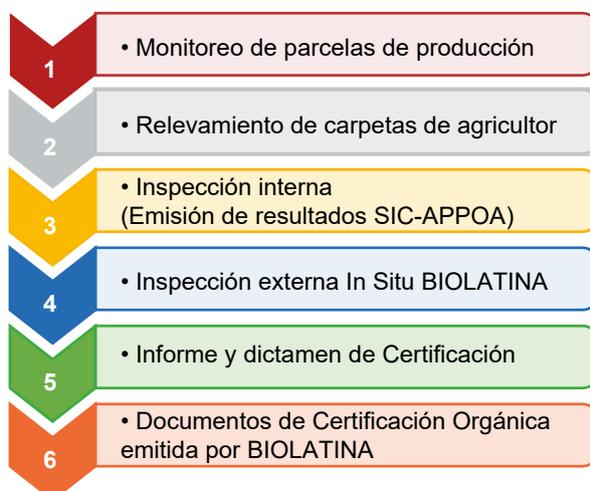
es enviado al UC CNAPE para la autorización de impresión y uso del sello en los envases de empaque de quinua.

El beneficio adicional es la inserción de APROQCO, en las ferias ecológicas promovidas por el MDRyT, abriendo de esta forma una ventana comercial. A raíz de la participación en las ferias y rueda de negocios es que se logra concretar el vínculo comercial con la empresa de alimentos INBOLCER S.R.L. con un pedido de 1.3 t de quinua.

c) Vinculación comercial, cañahua de APPOA con certificación orgánica. En la primera fase del Proyecto se introdujo la producción de cañahua con el propósito de lograr la seguridad alimentaria. En la segunda fase se consolida la producción con el vínculo al mercado en mejores condiciones (precios). La cañahua orgánica con certificación internacional proporcionó mejores oportunidades de negociación para pequeños productores.

Proceso de certificación de cañahua orgánica. La Figura 5, muestra la ruta que siguió APPOA para la certificación orgánica de cañahua con la empresa BIOLATINA BOLIVIA S.R.L. (gestiones 2016, 2017 y 2018).

Figura 5. Proceso de certificación de cañahua orgánica por BIOLATINA



Fuente: Elaboración propia.

El instrumento de relevamiento de información básica de cumplimiento de normas de producción orgánica es la carpeta de agricultor individual, que refleja el manejo orgánico en el predio agrícola.

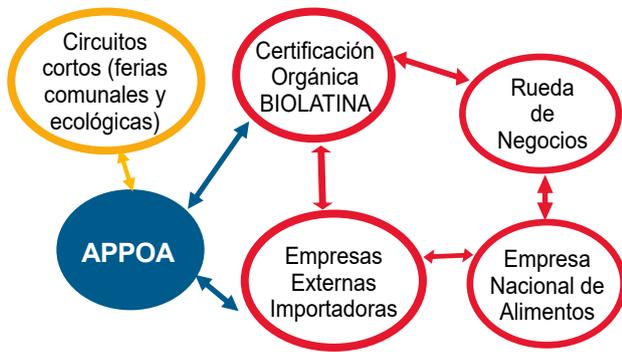
Para ello se proporcionan unas planillas para que se vayan registrando las actividades en el manejo de cultivo, el registro de insumos y los resultados de cosecha y post cosecha. Esto es viabilizado y monitoreado con la implementación de un Sistema Interno de Control - SIC de APPOA, cuya estructura integra a un Comité de Certificación Interna; responsable del SIC; promotor (Yapuchiri) y un equipo de inspectores (evaluadores) internos zonales.

El Comité Interno de APPOA emite un dictamen anual de producción que es enviado a la empresa certificadora BIOLATINA para que proceda con una verificación documental y una inspección externa in situ. Posteriormente se eleva un informe al comité revisor externo (casa matriz BIOLATINA) donde en un plazo estimado se devuelve el informe con tres posibles resultados: conformidad de cumplimiento de las normas internacionales de producción orgánica, por tanto emisión de certificados MASTER a nivel internacional; observaciones menores y/o dictámenes de no conformidad a ser resueltas en plazos cortos o de forma inmediata; y en el peor de los casos la suspensión de la certificación con fuerte incidencia comercial a nivel internacional.

En cuatro años de certificación de cañahua orgánica de APPOA sólo el 2017 presentó un dictamen de no conformidad que fue apelada y resuelta con un informe técnico y análisis de laboratorio que evidenció la no contaminación.

Con la certificación orgánica del producto, el Proyecto implementó una estrategia de articulación comercial con actores claves para la vinculación a mercado interno y levemente a mercado externo. La Figura 6, muestra el relacionamiento de APPOA con dichos actores.

Figura 6. Vinculación de producción de cañahua de APPOA a mercados formales



Fuente: Elaboración propia.

APPOA representa a pequeños productores de cañahua con experiencia comercial en el mercado interno y externo, a través de alianzas comerciales con empresas de alimentos nacionales.

Con la emisión de Certificado MASTER se inicia el proceso de vinculación comercial, contactando a clientes antiguos y nuevos a través de ruedas de negocio, convergiendo en la intencionalidad de compra. Posteriormente se envía una cotización que incluye el volumen solicitado, condiciones de entrega, precio ofertado y forma de pago.

Si la producción está destinada a consumo interno, la empresa de alimentos confirma la compra indicando lugar y fecha de entrega (Industrias Illa Mank'a S.R.L. y Quinoa Foods Company S.R.L.).

La documentación a ser preparada con la nota de venta, guía de remisión, lista de productores y la declaración de venta, la empresa certificadora emite un certificado de transacción nacional - TC, que básicamente es el movimiento de carga en territorio nacional del producto orgánico. Una vez internado el producto en almacén se espera la hoja de recepción y/o aceptación del producto, con este documento se inicia la solicitud de pago parcial o total del producto.

Si el producto está destinado a consumo externo, el contacto comercial inicial es de forma directa con la empresa procesadora de alimentos externa, en el país de destino. Esto se logra en las ruedas de negocio o mediante alianzas institucionales. Enviado la proforma se espera la aceptación y se consulta al comprador con qué empresa nacional se consolidará el contenedor, para luego hacer contacto y mediante una alianza comercial tripartita (proveedor, empresa nacional, empresa extranjera) negociar los plazos, condiciones de entrega y formas de transferencia de pagos.

La documentación a entregar es: Certificado de Transacción Nacional - TC emitido por BIOLATINA, el RAU de agricultor y el poder notariado del representante legal de APPOA para las transferencias bancarias.

Figura 7. Ruta de comercialización de la cañahua orgánica de APPOA



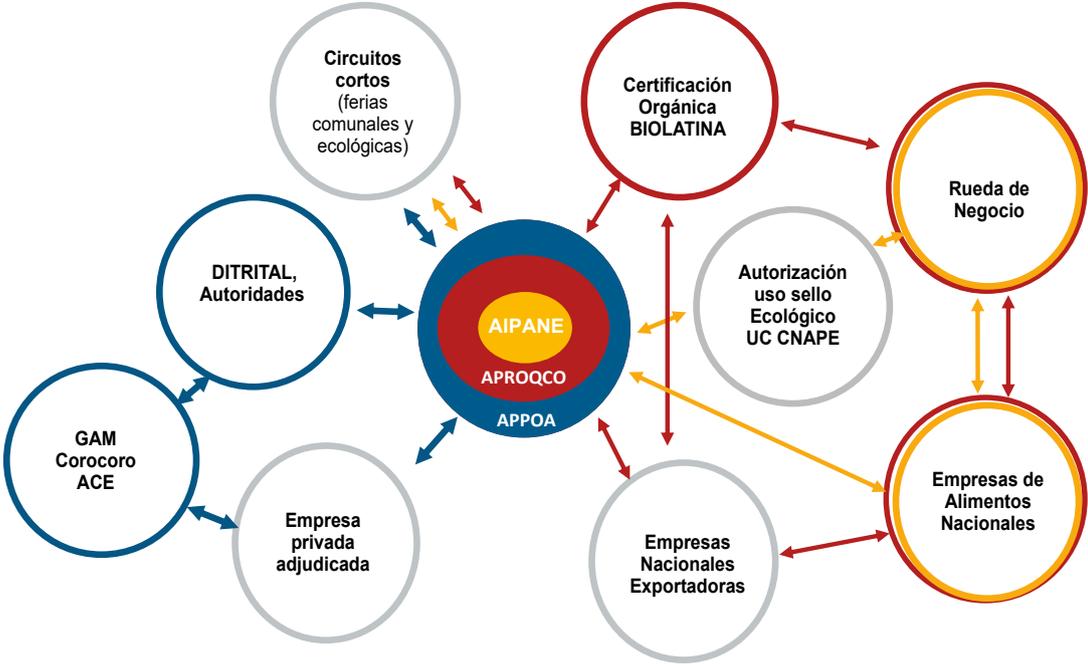
Fuente: Elaboración propia.

La documentación de exportación es preparada por la empresa nacional aliada. Con todo lo requerido se envía el producto con tránsito terrestre hasta puerto de mar de salida. Para concluir la transacción comercial se espera la nota de recepción de conformidad de la empresa importadora en país destino, procediendo de esta forma en la solicitud de pago total del producto, que vendrá vía la empresa nacional exportadora. Todo este proceso general evidencia en registros documentados para respaldar la trazabilidad del producto.

Trazabilidad de la cañahua orgánica con certificación. La trazabilidad muestra el recorrido del grano desde la parcela del productor hasta el consumidor final.

Relacionamiento del pequeño productor con mercados escalonados y/o diferenciados. La Figura 8, presenta la experiencia de vinculación de las asociaciones y el conjunto de actores de los tres casos: AIPANE con la provisión de panes de quinua y galletas de cañahua al desayuno escolar del Municipio de Corocoro; APROQCO con su oportunidad de vinculación a programas del gobierno y las compras públicas y/o privadas de quinua de calidad con sello ecológico y APPOA en la comercialización de cañahua con certificación orgánica para consumo interno como externo.

Figura 8. Vinculación de las asociaciones y el conjunto de actores (mercados diferenciados y/o escalonados)



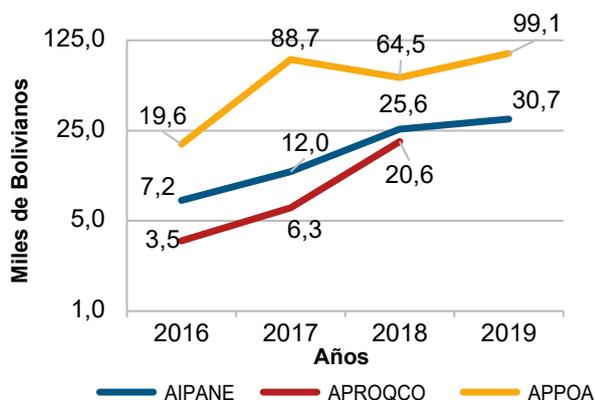
Fuente: Elaboración propia.

En todos los casos se implementaron modelos de negocios inclusivos para contribuir en la generación de ingresos adicionales y hacer más resilientes los sistemas productivos asegurando la alimentación.

Las tres organizaciones de base, AIPANE, APROQCO y APPOA generaron especialidades productivas, se fortalecieron organizacionalmente con la implementación de buenas prácticas de manufactura, sistemas participativos de garantía y un sistema interno de control respectivamente. El aprendizaje de hacer incidencia pública privada por las organizaciones garantizó el resultado obtenido comercialmente.

Resultados comerciales. Iniciado el proceso de vinculación a los mercados, se realizó el seguimiento a los compromisos contraídos por cada una de las Asociaciones (AIPANE, APROQCO y APPOA) para fidelizar su cartera de clientes. El Gráfico 4, muestra los resultados en ventas de las tres asociaciones.

Gráfico 4. Ventas alcanzadas por cada asociación: AIPANE, APROQCO y APPOA



Fuente: Elaboración propia.

En el Gráfico 4 se puede observar que APROQCO en el 2016 vendió semilla de quinua por un valor de Bs. 3.500.-, el 2017 por un valor de Bs. 6.300.- y el 2018 vendió 1,3 t de quinua con sello SPG por Bs. 20.600.- a la empresa INBOLCER S.R.L. En el caso de AIPANE, el 2016 y 2017 vendió (panes de quinua, galletas de cañahua y queques de quinua) por un valor de Bs. 7.200.- y Bs, 12.000.- respectivamente, en la feria local y a partir del 2018 con la participación en el desayuno escolar en el Municipio de Corocoro, vendió por un valor de Bs. 25.600.- y se estima para el 2019 un ingreso de Bs. 30.700. Entre tanto, APPOA logró la venta de cañahua orgánica el 2016 por un valor de Bs. 19.600, el 2017 alcanzó a Bs.

88.700, el 2018 a Bs. 64.500.- y a Bs. 99.100.- a septiembre de 2019.

4.3 Situación actual y contexto

Para el análisis de la situación actual, se consideran criterios de la cadena de valor de la quinua / cañahua. Los actores vinculados a la **producción**, su responsabilidad en la implementación de buenas prácticas agrícolas; **comercialización de la producción primaria** excedentaria, monitoreo de las buenas prácticas de post cosecha, un adecuado sistema de acopio y distribución comercial, con objetivos e intereses comunes centralizados en las asociaciones APROQCO y APPOA. En **transformación** la asociación AIPANE, un grupo de mujeres motivadas por la oportunidad, entregaron su esfuerzo para especializarse en la elaboración de panes, galletas y queques en base a quinua y cañahua, aplicando buenas prácticas de manufactura, se contribuyó a generar un cambio de actitud, lo cual permitió consolidar la iniciativa. Por último, el **consumo** interno de quinua y cañahua.

Estructuración de la cadena y facilitación del vínculo. En la cadena de valor de quinua/ cañahua y transformados, el Proyecto ha considerado los eslabones de la cadena de valor, y los actores directos e indirectos que hacen funcionar la vinculación de pequeños productores a mercados diversificados y escalonados. En este proceso es importante, el rol y función que juegan las interrelaciones entre actores directos e indirectos para el desarrollo de la cadena de valor.

5. Lecciones aprendidas



El efecto de la disminución del precio de la quinua, más allá de ser desmotivador para la producción en la comunidad, se debe ver como una oportunidad para hacer más resiliente a los sistemas agrícolas de las pequeñas familias de productores, como prestar atención a la calidad del producto por su repercusión en el precio.

Contar con grupos de productores organizados y con objetivos comunes, facilitó al Proyecto una rápida y efectiva articulación con empresas nacionales de alimentos, mejorando la oferta de quinua y cañahua tanto en calidad y como en cantidad.

El desarrollo de capacidades comerciales es asumido con mayor responsabilidad por las mujeres, no solo por ser detallistas y formales, si no por un empoderamiento de su rol en la familia.

6. Recomendaciones



Antes de iniciar una articulación comercial efectiva es importante comprender los hábitos y costumbres socio culturales de las familias de agricultores, el rol en su comunidad y su entorno territorial.

Es importante que los agricultores, a la hora de hacer su hoja de costos, incluyan los gastos comerciales, como, por ejemplo: pago de los sellos de calidad, almacenamiento, logística de acopio, control de calidad y otros relacionado a la entrega de producto.



HELVETAS Swiss Intercooperation

Calle Gabriel René Moreno, N° 1367
Edificio Taipi, zona San Miguel
La Paz, Bolivia

 www.helvetas.org/es/bolivia

 @Helvetas.bo

 @HelvetasBolivia

 @Helvetas Bolivia

 @helvetas_bolivia