INFORME FINAL

Estudio de sistematización, evaluación de cadenas de valor, identificación de buenas prácticas, comunicación y difusión de resultados

Santa Cruz de la Sierra, diciembre de 2021

INFORME FINAL DE CONSULTORÍA

CONTENIDO

1. ANTECEDENTES 3

2. REPLANTEAMIENTO POR EMERGENCIA SANITARIA ANTE EL COVID 19 3

3. ALCANCE DE RESULTADOS 9

A. ESTUDIO DE SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE CADENAS DE VALOR EXITOSAS E IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PARA SU ESCALAMIENTO Y MULTIPLICACIÓN 9

B. EDICIÓN E IMPRESIÓN 9

B.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 9

B.2. DISEÑO Y EDICIÓN DE LOS MATERIALES DIGITALES PARA LA DIFUSIÓN/COMUNICACIÓN CONTEMPLADOS EN LA ESTRATEGIA DISEÑADA. 11

- **CARTILLA** 11
- **CALENDARIOS** 13
- **BANNERS DE INFOGRAFÍAS** 15
- **AGENDA – CUADERNO DE NOTAS** 18
- **OBRA DE TEATRO** 20
- **PRODUCCIÓN DE VIDEODOCUMENTALES** 23

C. TALLERES Y EVENTOS 24

- **FERIA VIRTUAL** 24
- **TALLERES DE SOCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS** 28
- **EVENTO BINACIONAL - WEBINAR** 30

ANEXOS 35

EDICIÓN E IMPRESIÓN 36

DISEÑO Y EDICIÓN DE LOS MATERIALES DE COMUNICACIÓN 36

- **CALENDARIO. GUIÓN NARRATIVO** 52
- **BANNERS DE INFOGRAFÍAS. GUIÓN NARRATIVO** 67
- **AGENDA. GUIÓN NARRATIVO** 78
- **OBRA DE TEATRO. GUIÓN NARRATIVO** 88

PRODUCCIÓN DE VIDEO DOCUMENTALES 98

- **ALMENDRA CHIQUITANA. GUIÓN NARRATIVO** 98
- **CAFÉ. GUIÓN NARRATIVO** 101

- **ACEITE DE CUSI. GUIÓN NARRATIVO** 103
- **ACEITE DE COPAIBO. GUIÓN NARRATIVO** 109
- **MADERA. GUIÓN NARRATIVO** 113

TALLERES Y EVENTOS 115

EVENTO BINACIONAL – WEBINAR. Informe técnico 115

Anexo 3 - Artes elaborados para la difusión del evento 135

1. ANTECEDENTES

APCOB es una Asociación Civil sin fines de lucro que promueve el desarrollo integral y el ejercicio pleno de los derechos individuales y colectivos de las naciones indígenas de Tierras Bajas de Bolivia, a través del desarrollo de propuestas que propician el bienestar social, la participación ciudadana, gestión de los territorios indígenas y el cuidado del medio ambiente, mediante acciones de investigación e innovación tecnológica, comunicación, capacitación y formación, asesoramiento e incidencia para políticas justas y equitativas. En este marco es que APCOB viene trabajando desde hace 40 años con comunidades indígenas de Tierras Bajas, apoyando en la construcción de un futuro en el que las naciones indígenas de Tierras Bajas de Bolivia logren un cambio que les permita pasar de la vulnerabilidad a la resiliencia climática, a partir del ejercicio pleno de sus derechos individuales y colectivos, con el uso equitativo y sostenible de sus recursos naturales.

Coincidentemente, en la zona de trabajo donde se encuentra **APCOB**, **la FUNDACIÓN PARA LA CONSERVACIÓN DEL BOSQUE CHIQUITANO (FCBC)** lidera un consorcio de instituciones de la sociedad civil del que forman parte **BOSQUES DEL MUNDO**, (BdM), **el Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz, (GAD SC), Fundación Amigos de la Naturaleza, (FAN), Ecología e Açao, (ECOA), la Asociación para la Conservación, Investigación para la Biodiversidad y el Desarrollo Sostenible, (SAVIA)**, para la ejecución del proyecto denominado "Conectando paisajes en el Bosque Seco Chiquitano, el Cerrado y el Pantanal de Bolivia y Brasil, para la sostenibilidad del desarrollo productivo, la conservación de sus valores ambientales y la adaptación al cambio climático", cofinanciado por la Comisión Europea.

Uno de los resultados del proyecto es; la promoción de sistemas de producción sostenible con comunidades y asociaciones rurales campesinas e indígenas que están vinculadas a unidades de conservación y que participan en cadenas de valor desarrolladas y consolidadas, basadas en la biodiversidad, en sectores clave para la conectividad dentro y entre biomas y vinculados a áreas protegidas. Para el alcance de este resultado, se facilitó el acceso a información útil y oportuna a los pobladores rurales, de manera que puedan adoptar prácticas sostenibles y emprendimientos basados en la biodiversidad, que les permitan mejorar sus medios de vida, asegurando la conservación de su entorno natural.

Para ello, el estudio sistematización de experiencias sobre las cadenas de valor de los productos del Bosque Chiquitano: ***Almendra chiquitana, café en sistemas agroforestales, aceite de cusi, aceite de copaibo y madera***; fueron encargados a APCOB, que difundió los resultados de la implementación de estos sistemas a través de una estrategia de comunicación, difusión y sensibilización, con la finalidad de promover buenas prácticas en el manejo de estos recursos del bosque.

2. REPLANTEAMIENTO POR EMERGENCIA SANITARIA ANTE EL COVID 19

A partir de la declaración de Estado de Emergencia Sanitaria mediante DS. 4200 desde el 22 de marzo del año 2020, APCOB se vio, como todas las instituciones públicas y privadas, en la obligación de adscribirse al movimiento mundial para frenar el contagio, replanteando todas las actividades insertas en sus proyectos que fueran planificadas con la participación de grupos de personas y comunidades, especialmente las poblaciones indígenas, al ser más susceptibles a la enfermedad y

su sintomatología, precautelando la salud tanto de los asistentes como de su personal técnico y administrativo.

En ese marco, también las actividades del estudio fueron replanteadas, especialmente en actividades tales como talleres y reuniones de socialización que implican la presencia física de los participantes y técnicos del proyecto, las mismas se adaptaron al uso de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), por una parte; y, al momento en el que las restricciones de la pandemia fueron flexibilizadas, se realizaron también algunos eventos de difusión en espacios abiertos, con el uso de medidas de bioseguridad recomendadas por el sistema de salud. De esta manera, los objetivos y resultados propuestos fueron cumplidos sin poner en riesgo la salud de los participantes.

OBJETIVO GENERAL

Sistematizar, evaluar y difundir 5 cadenas de valor exitosas desarrolladas con productos elaborados con recursos del bosque en comunidades indígenas, que serán comunicadas mediante documentación impresa y audiovisual, en eventos a nivel municipal y en un evento binacional con participación de autoridades relevantes, para buscar oportunidades de réplica y escalamiento en Bolivia y Brasil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Sistematizar la evaluación realizada de 5 cadenas de valor exitosas y la identificación de buenas prácticas para su escalamiento y multiplicación.
- Difundir los resultados de la sistematización a través de una estrategia comunicacional acordada con el responsable de comunicación de ECCOS, y el asesor de BdM proponiendo el uso de materiales y métodos innovadores de comunicación y difusión en la edición, producción e impresión de medios y materiales con la participación de los integrantes de Jóvenes Chiquitanos Unidos por el Medio Ambiente (JUMA),
- Diseñar, planificar y organizar eventos de difusión (Talleres/reuniones), para la comunicación de los resultados de los estudios de sistematización de las cadenas de valor, dirigidos a productores agropecuarios, autoridades y otros públicos involucrados, para que éstos implementen prácticas sostenibles que mejoren su resiliencia y reduzcan la presión sobre los ecosistemas en sitios críticos para la conectividad y funcionalidad.

De manera conjunta con los asesores de BdM y técnicos de la FCBC, se presentó y ajustó el replanteamiento de resultados y actividades a desarrollar, asegurando que los objetivos de la consultoría sean alcanzados sin modificaciones.

MATRIZ DE REPLANTEAMIENTO

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	RESULTADOS	PRODUCTOS	
		PROPUESTA INICIAL	**REPLANTEAMIENTO**
A. Sistematizar la evaluación realizada de 5 cadenas de valor exitosas y la identificación de buenas prácticas para su escalamiento y multiplicación.	**5 documentos de sistematización de los estudios de las cadenas de valor de los productos del bosque chiquitano.**	Un documento de sistematización y evaluación de cinco cadenas de valor exitosas (Cusi, copaibo, café, almendra, madera) e identificación de buenas prácticas para su escalamiento y multiplicación	SIN MODIFICACIÓN
B. Difundir los resultados de la sistematización a través de una estrategia comunicacional acordada con el responsable de comunicación de ECCOS, y el asesor de BdM proponiendo el uso de materiales y métodos innovadores de comunicación y difusión en la edición, producción e impresión de medios y materiales con la participación de los integrantes de Jóvenes Chiquitanos Unidos por el Medio Ambiente (JUMA).	**Edición e impresión (Estrategia de Comunicación)**	B.1. Una estrategia de comunicación/difusión de los resultados del estudio de evaluación y sistematización.	SIN MODIFICACIÓN
		B.2. Un documento del estudio de evaluación y sistematización de las 5 cadenas de valor exitosas, editado y diagramado para su impresión a cargo de la FCBC. (Máx. 32 páginas).	SIN MODIFICACIÓN
		B.3. Materiales de difusión editados y producidos de acuerdo a lo establecido en el Plan de comunicación, que comprende:	SIN MODIFICACIÓN
		· 5 diseños de calendarios (1 por cada cadena de valor)	· Diseño de 1 calendario de difusión de las 5 cadenas.
		· 5 videos producidos (1 por cada cadena de valor) para redes sociales con un máximo de duración de 3 min c/u.	SIN MODIFICACIÓN
		· Una obra de teatro montada con JUMA	SIN MODIFICACIÓN
		· 5 presentaciones de la obra de teatro	

			· Producción de 5 banners de 2x1 mts, 1 por cadena.
			· Diseño de una agenda - cuaderno de notas, con información sistematizada de cada cadena de valor.
			Letreros de identificación de los centros de producción
C. Diseñar, planificar y organizar eventos de difusión (Talleres/reuniones), para la comunicación de los resultados de los estudios de sistematización de las cadenas de valor, dirigidos a productores agropecuarios, autoridades y otros públicos involucrados, para que éstos implementen prácticas sostenibles que mejoren su resiliencia y reduzcan la presión sobre los ecosistemas en sitios críticos para la conectividad y funcionalidad.	**Talleres y eventos**	8 talleres de difusión realizados sobre estudio de cadenas de valor con grupos de productores del área del proyecto ECCOS en los municipios de Concepción, San Ignacio de, San Miguel, San Rafael, Roboré, San José, San Matías y Puerto Suárez.	Realización de una Feria Virtual.
			Organización de 5 Talleres de difusión (Concepción y SAL)
		1 evento binacional organizado.	Webinar - Evento binacional

Fuente: Elaboración propia

ESPECIFICACIONES DE LOS PRODUCTOS COMUNICACIONALES

PRODUCTOS COMUNICACIONALES	PÚBLICO	MENSAJE	MEDIOS	DIFUSIÓN	RESULTADOS
Calendario	Asociaciones de productores, centros de producción, autoridades locales, instituciones, puntos de ventas	Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos. ***Tu día a día, pero mejor***	Gráfico/Impreso 1 calendario con los cinco productos (café, almendra, madera, aceite de cusi, aceite de copaibo)	Entrega en los talleres de socialización	Posicionamiento de los productos del bosque chiquitano y sus beneficios para la sostenibilidad social y ambiental de sus comunidades
Agendas	Asociaciones de productores, centros de producción, autoridades locales, instituciones, socios del proyecto	Valores de cada producto. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos. Información económica y comercial de cada producto.	Gráfico/Impreso con hojas separadoras con información técnica y comercial de cada producto y las asociaciones que los elaboran	Entrega en los talleres de socialización	Posicionamiento. Información técnica y comercial de uso permanente y constante al contener una agenda perpetua.
Producción de 5 videos	Asociaciones de productores, centros de producción, autoridades locales, instituciones, socios del proyecto. Público joven y adulto consumidor de los productos. Usuarios de redes sociales. Nuevos consumidores.	Ubicación y procesos de producción. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos. Valores de cada producto. Tu día a día, pero mejor	Audiovisual	Redes sociales. Cortos de promoción y difusión de la plataforma web y Foro Binacional	Información documental de los estudios de cadenas de valor de cada producto. Posicionamiento basado en sus valores y beneficios sociales y ambientales. Incremento de la demanda de ventas.
Banners	Asociaciones de productores, centros de producción	Infografía de la cadena de valor de cada producto. Valores de cada producto. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos	Gráfico/Impreso 1 banner por producto (café, almendra, madera, aceite de cusi, aceite de copaibo)	Ferias, eventos promocionales	Posicionamiento de los productos del bosque chiquitano y sus beneficios para la sostenibilidad social y ambiental de sus comunidades
Letreros de identificación de los centros de producción	Centros de producción	Información técnica del centro de producción	Gráfico/Impreso		Ubicación y señalización
Obra de Teatro - JUMA	Público en general joven y adulto consumidor de los productos. Usuarios de redes sociales. Nuevos consumidores.	Valores de cada producto. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos. Información económica y comercial de cada producto.	5 Presentaciones en directo en Concepción y comunidades.	Transmisión vía streaming por redes sociales y retransmisiones en difererido	Sensibilización y educación sobre los valores de los productos del bosque. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos.

EVENTO	PÚBLICO	EJES TEMÁTICOS	MEDIOS	DIFUSIÓN	RESULTADOS
Organización de Talleres de difusión (Concepción y SAL)	Asociaciones de productores, centros de producción, autoridades locales, instituciones locales.	Información documental de los estudios de cadenas de valor de cada producto. Valores de cada producto. Sostenibilidad social y ambiental. Beneficios socioeconómicos	Presencial en los municipio de Concpeción y San Antonio de Lomerío y 3 comunidades cercanas.	Entrega de materiales comunucacionales. Promoción de otros eventos en que están involucrados	Socialización y difusión de los resultados de los estudios de cadenas de valor. Sensilización y movilización comunitaria hacia la producción responsable para la sostenibilidad social y ambiental de sus territorios.
Organización de Plataforma Web (Feria Virtual)	Asociaciones de productores, centros de producción, autoridades locales, instituciones, socios del proyecto. Público joven y adulto consumidor de los productos. Usuarios de redes sociales. Nuevos consumidores.	Información documental de los estudios de cadenas de valor de cada producto. Valores de cada producto. Información económica y comercial de cada producto. Contacto directo con productores y consumidores/nuevos clientes.	Sitio web	Promoción y difusión por redes sociales y media marketing	Posicionamiento de los productos del bosque chiquitano y sus beneficios para la sostenibilidad social y ambiental de sus comunidades. Promoción de ventas de productos. Nuevos negocios y mercados.
Webinar - Evento binacional	• Productores, autoridades y otros públicos involucrados, para apoyar la toma de decisiones, que fomenten e implementen prácticas sostenibles, que mejoren la resiliencia y reduzcan la presión sobre los ecosistemas; sobre todo, en sitios críticos para la conectividad y funcionalidad del paisaje. • Organizaciones de la sociedad civil, para que puedan potenciar su participación e incidencia, en propuestas de políticas públicas, para la gestión integral y sostenible de los territorios.	Oportunidades de réplica y escalamiento en Bolivia y Brasil donde se presenten los factores de éxito, lecciones aprendidas y buenas prácticas identificadas en cadenas de valor, desarrolladas con recursos del bosque de forma integral y sostenible, en comunidades indígenas y campesinas. TEMAS TRANSVERSALES DE INTERÉS MUTUO: • Aspectos comerciales, materia prima, productos elaborados, planes de negocio, otros. • Conservación y producción, Áreas protegidas • Género y generación	Sitio web ORGANIZADORES/FACILITADORES • FCBC, coordinación del proyecto ECCOS • FECOA, ejecutores del proyecto ECCOS en Brasil • FBDM, responsable del resultado frente a ECCOS • FAPCOB, organización contratada para la organización, facilitación y logística del evento	Promoción y difusión por redes sociales y media marketing. Trasnsmisión en directo por la plataforma y sitios web del proyecto y organizadores	Presentación e intercambio de los factores de éxito, lecciones aprendidas y buenas prácticas identificadas en las cadenas de valor de los productos del bosque en ambos países. Fomento a la implementen de prácticas sostenibles para mejorar la resiliencia y reduzcan la presión sobre los ecosistemas.

Fuente: Elaboración propia

3. ALCANCE DE RESULTADOS

A. ESTUDIO DE SISTEMATIZACIÓN Y EVALUACIÓN DE CADENAS DE VALOR EXITOSAS E IDENTIFICACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS PARA SU ESCALAMIENTO Y MULTIPLICACIÓN

La sistematización realizada de las cinco cadenas de valor y los documentos concluidos, entregados y aprobados, luego de revisiones y ajustes, se hallan adjuntos al presente informe como Anexo 1.

Entre los desafíos que enfrentó el desarrollo de este estudio destacan:

La realización del estudio sufrió modificaciones en su cronograma de ejecución a consecuencia de los incendios en la Chiquitanía, en primera instancia, lo que provocó que las prioridades se enfoquen en brindar la ayuda humanitaria necesaria durante la emergencia y posterior a ello, en la gestión y ejecución de medidas para rehabilitar los medios de vida de las comunidades afectadas.

Apenas superados los incendios, sobrevino la emergencia sanitaria por el COVID 19, lo que nuevamente obligó a replantear acciones alternativas para culminar los estudios, demorando de esta manera el inicio de los resultados planificados dentro de los puntos B y C del estudio.

B. EDICIÓN E IMPRESIÓN

B.1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La estrategia de comunicación/difusión estuvo orientada a provocar cambios en los conocimientos, actitudes, opinión y conductas sobre la importancia de la producción sostenible, el mantener la funcionalidad de los ecosistemas, el valor de la conectividad y el rol de las áreas protegidas en la adaptación al cambio climático, destinada principalmente a los productores y autoridades de la zona del proyecto, y su posterior réplica hacia audiencias más amplias.
La estrategia diseñada y validada comprende:

"Del Bosque Chiquitano", es el nombre seleccionado de la campaña, para unir los principales valores identificados en el estudio realizado.

Como objetivos de la estrategia de comunicación diseñada se tienen:

- Difundir la información de las cinco cadenas de valor de los productos del Bosque Chiquitano.
- Promover el aprovechamiento sostenible del bosque para la obtención de beneficios económicos, sociales y ambientales en favor de las productoras, sus familias y sus comunidades,
- Conocer desde la voz de las productoras sus story telling para incentivar nuevos emprendimientos con enfoque de cadenas de valor.

En la conceptualización general de la campaña de comunicación, se privilegió la utilización de símbolos de la región y elementos de la naturaleza. Con un estilo orgánico, que fusionan lo moderno con lo étnico para crear patrones que se apliquen a los materiales de comunicación se acordó el estilo de los materiales de difusión.

La línea gráfica fue construida utilizando el recurso de repetición como estilo y significación, para reforzar una idea de cantidad y riqueza del bosque que se impone sobre la mayoría de los materiales. En ese sentido, las ilustraciones tienen un estilo moderno para complementar el sentido que se deseaba transmitir.

La estrategia, cuenta con una guía conceptual que orientó tanto los contenidos como las narrativas creadas para cada material, de manera independiente y en función a su naturaleza, funcionalidad y público. Los ***ejes temáticos*** base para la construcción de los materiales identificados fueron:

¿QUIÉNES SON?
- Mujeres organizadas en asociaciones
- De territorios indígenas
- En medio del Bosque Chiquitano

¿CÓMO LO HACEN?
- Uso sostenible de los recursos
- Cosechan productos naturales
- Buenas prácticas en la elaboración
- Usos limitado de recursos técnicos

¿QUÉ PRODUCEN?
- Productos puros, orgánicos, para el uso diario

¿CUÁLES SON SUS BENEFICIOS?
- Para las comunidades
- Para las familias de las mujeres productoras
- Para los consumidores

¿POR QUÉ TRABAJAR EN CADENAS DE VALOR?
- Equidad
- Distribución de recursos y responsabilidades
- Fortalecimiento organizativo
- Desarrollo integral y sostenible
- Aprovechamiento sostenible del bosque

LECCIONES APRENDIDAS
- En lo organizativo
- En lo productivo
- Comercialización
- Oportunidades de réplica

LOGOTIPO Y LEMA DE LA CAMPAÑA

ELEMENTOS GRÁFICOS



B.2. DISEÑO Y EDICIÓN DE LOS MATERIALES DIGITALES PARA LA DIFUSIÓN/COMUNICACIÓN CONTEMPLADOS EN LA ESTRATEGIA DISEÑADA.

- **CARTILLA**

  DOCUMENTO SÍNTESIS DE LA SISTEMATIZACIÓN DE LOS CINCO ESTUDIOS DE CADENAS DE VALOR

  Este material, fue presentado en formato de cartilla en el que se sintetizó toda la información contenida en los documentos de sistematización de cadenas de valor realizados, está dirigido a autoridades, líderes comunales, tomadores de decisión, y otros interesados.

  La narrativa de la cartilla contiene:

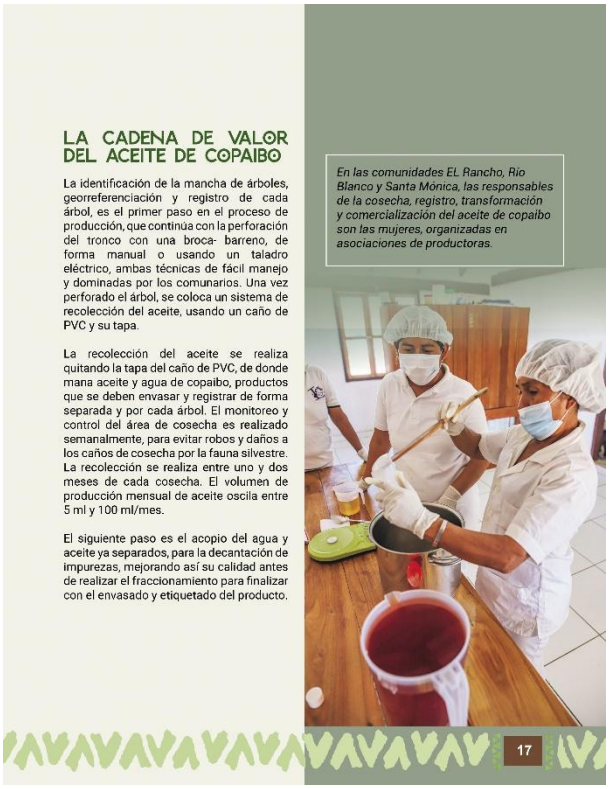
  - Historia del emprendimiento - Ubicación
  - Quiénes y qué producen
  - Cómo lo hacen – enfoque de cadena de valor
  - Beneficios. Ambientales, comunidad, productores, consumidores
  - Lecciones aprendidas. Entender – adoptar – replicar

El resultado, un material informativo, de consulta y difusión de información de cadenas de valor del Bosque Chiquitano, para mejorar los procesos de las experiencias en curso y promover que éstas puedan ser replicadas en otras comunidades.

MUESTRA DE LA CARTILLA









❖ CALENDARIOS

En coordinación con el equipo técnico de FCBC, se definió la elaboración de un calendario bianual (2021 – 2022) tipo poster (40x60 cm) distribuido en las comunidades, instituciones, socios del proyecto y otras comunidades interesadas, se utilizaron imágenes llamativas que puedan ser preservados como elemento decorativo posteriormente. Se incluyó un espacio para escribir notas y/o recordatorios útiles para los usuarios, que le otorguen un valor y uso añadido al material. Finalmente, se incluyó el ciclo lunar, como información útil para la siembra y cosecha, principalmente.

La información fue dosificada de la siguiente manera:

HOJA/MES 1	Quiénes y cómo lo hacen
HOJA/MES 2	El proceso de la cadena de valor: materia prima-transformación
HOJA/MES 3	Lecciones aprendidas – buenas prácticas
HOJA 4	Productos derivados – datos comerciales

Muestra:

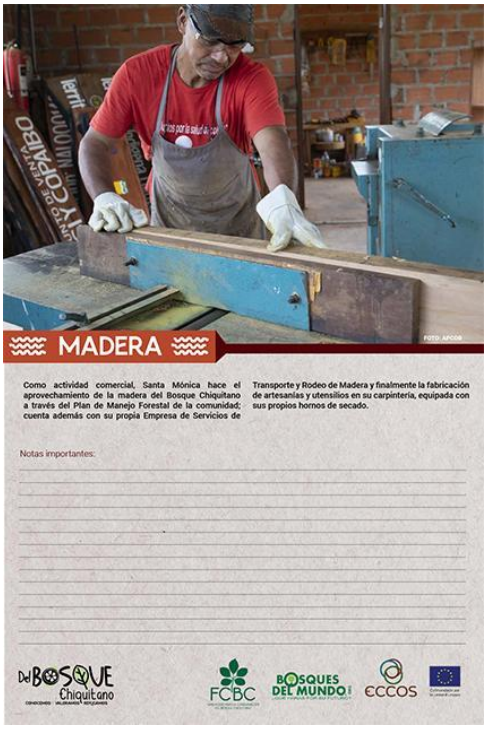












El guion narrativo del calendario se encuentra en la sección Anexos.

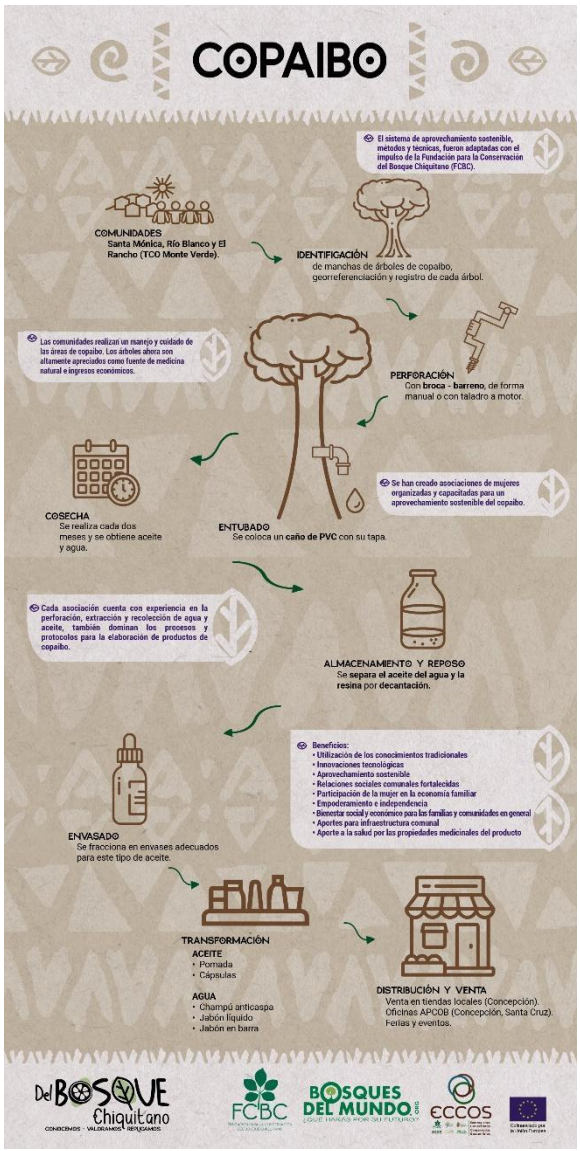
❖ BANNERS DE INFOGRAFÍAS

Con información de los estudios de las cadenas de valor, se hizo el diseño de cinco banners de 2x1 m en los que se expone en formato de infografía, cada uno de los eslabones del proceso de producción.

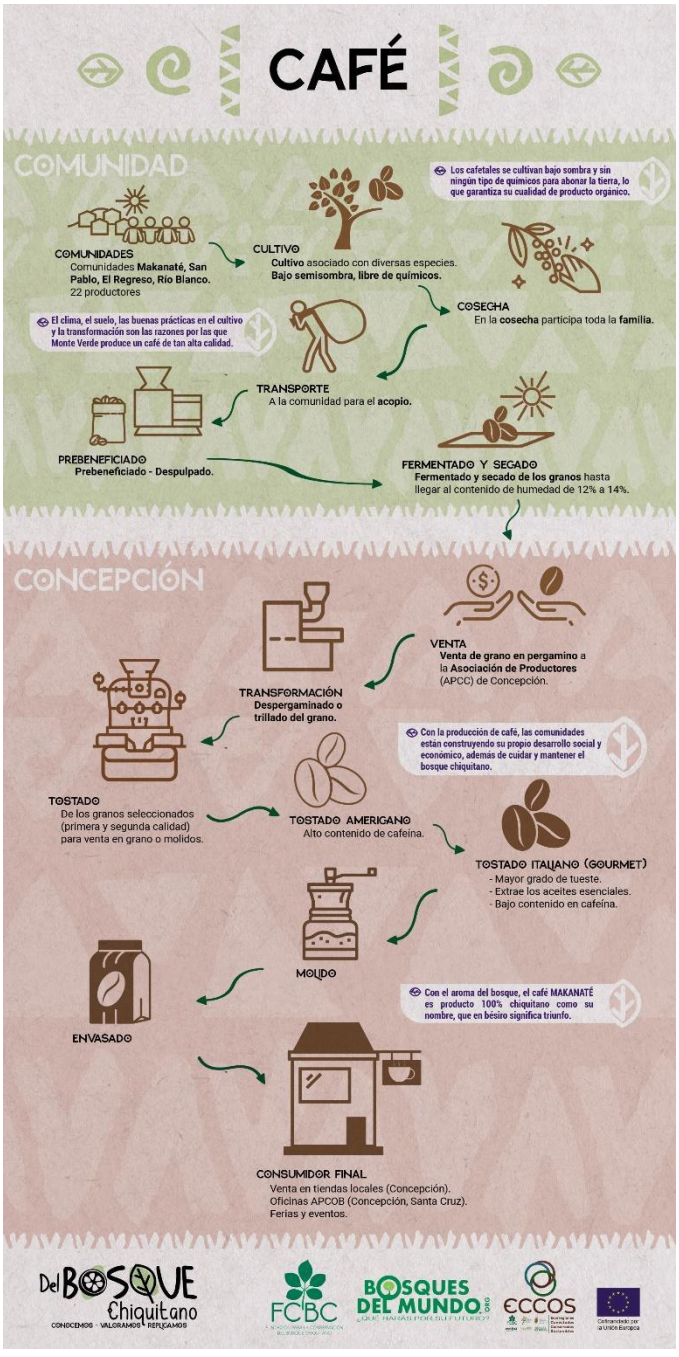
La información se complementa con datos importantes a resaltar, referidos a los puntos identificados como ***Ejes Temáticos*** de la Estrategia de Comunicación. Estos materiales podrán ser utilizados como apoyo de exposición en ferias, eventos y para su uso en las comunidades y sus centros de producción.

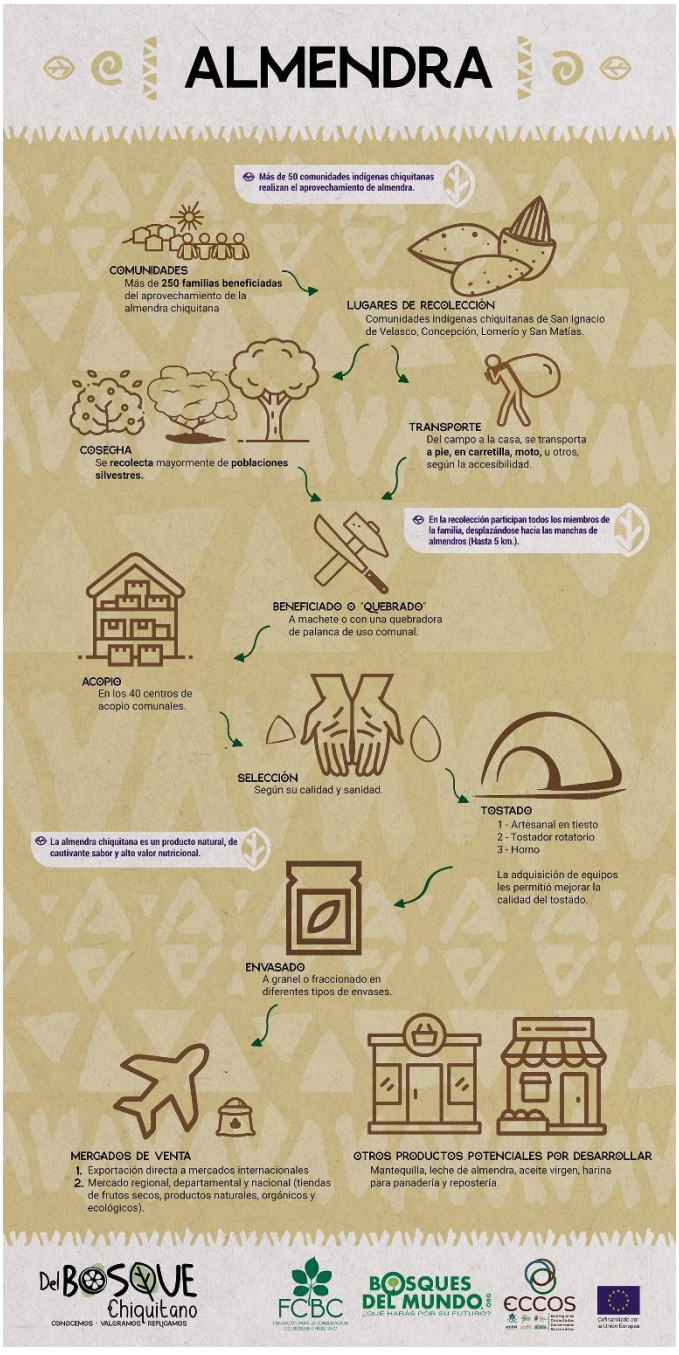
Los banners cumplen la función de informar de manera gráfica los aspectos fundamentales de cada cadena y sus productos de valor, con la finalidad de difundir la información como apoyo para el posicionamiento de la cadena, sus procesos, beneficios y productos elaborados, incentivando así a que las experiencias sean replicadas en otras comunidades.

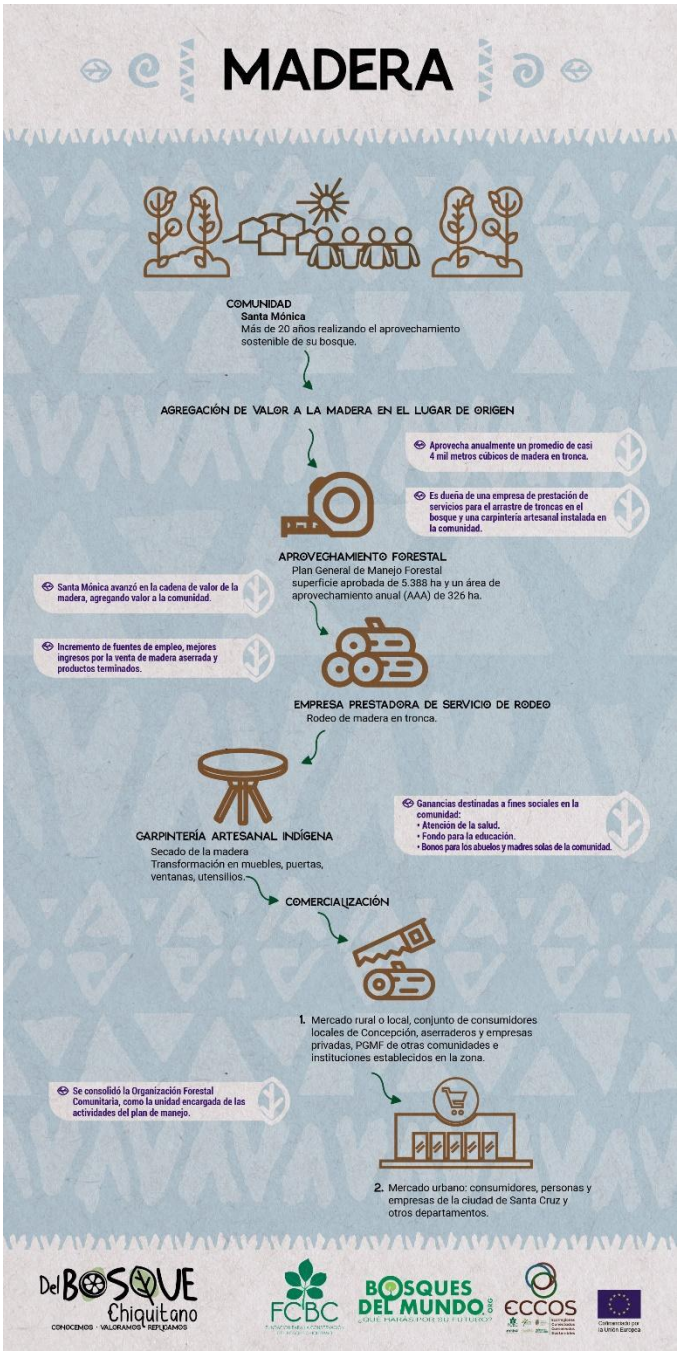
MUESTRA DE LOS BANNERS






CAFÉ
COMUNIDAD
Los cafetales se cultivan bajo sombra y sin ningún tipo de químicos para abonar la tierra, lo que garantiza su cualidad de producto organico.
COMUNIDADES
Comunidades Makanaté, San Pablo, El Regreso, Río Blanco.
22 productores
CULTIVO
Cultivo asociado con diversas especies.
Bajo semisombra, libre de químicos.
COSECHA
En la cosecha participa toda la familia.
El clima, el suelo, las buenas prácticas en el cultivo y la transformación son las razones por las que Monte Verde produce un café de tan alta calidad.
TRANSPORTE
A la comunidad para el acopio.
PREBENEFICIADO
Prebeneficiado - Despulpado.
FERMENTADO Y SECADO
Fermentado y secado de los granos hasta llegar al contenido de humedad de 12% a 14%.
CONCEPCIÓN
VENTA
Venta de grano en pergamino a la Asociación de Productores (APCC) de Concepción.
TRANSFORMACIÓN
Despergaminado o trillado del grano.
Con la producción de café, las comunidades están construyendo su propio desarrollo social y económico, además de cuidar y mantener el bosque chiquitano.
TOSTADO
De los granos seleccionados (primera y segunda calidad) para venta en grano o molidos.
TOSTADO AMERICANO
Alto contenido de cafeína.
TOSTADO ITALIANO (GOURMET)
- Mayor grado de tueste.
- Extrae los aceites esenciales.
- Bajo contenido en cafeína.
MOLIDO
ENVASADO
Con el aroma del bosque, el café MAKANATÉ es producto 100% chiquitano como su nombre, que en bésiro significa triunfo.
CONSUMIDOR FINAL
Venta en tiendas locales (Concepción).
Oficinas APCOB (Concepción, Santa Cruz).
Ferias y eventos.
Del BOSQUE Chiquitano
CONOCEMOS · VALORAMOS · REPLICAMOS
FCBC
BOSQUES DEL MUNDO
ECCOS


ALMENDRA
Más de 50 comunidades indígenas chiquitanas realizan el aprovechamiento de almendra.
COMUNIDADES
Más de 250 familias beneficiadas del aprovechamiento de la almendra chiquitana
LUGARES DE RECOLECCIÓN
Comunidades indígenas chiquitanas de San Ignacio de Velasco, Concepción, Lomerío y San Matías.
COSECHA
Se recolecta mayormente de poblaciones silvestres.
TRANSPORTE
Del campo a la casa, se transporta a pie, en carretilla, moto, u otros, según la accesibilidad.
En la recolección participan todos los miembros de la familia, desplazándose hacia las manchas de almendros (Hasta 5 km.).
BENEFICIADO O "QUEBRADO"
A machete o con una quebradora de palanca de uso comunal.
ACOPIO
En los 40 centros de acopio comunales.
SELECCIÓN
Según su calidad y sanidad.
TOSTADO
1 - Artesanal en tiesto
2 - Tostador rotatorio
3 - Horno
La adquisición de equipos les permitió mejorar la calidad del tostado.
La almendra chiquitana es un producto natural, de cautivante sabor y alto valor nutricional.
ENVASADO
A granel o fraccionado en diferentes tipos de envases.
MERCADOS DE VENTA
1. Exportación directa a mercados internacionales
2. Mercado regional, departamental y nacional (tiendas de frutos secos, productos naturales, orgánicos y ecológicos).
OTROS PRODUCTOS POTENCIALES POR DESARROLLAR
Mantequilla, leche de almendra, aceite virgen, harina para panadería y repostería.
Del BOSQUE Chiquitano
CONOCEMOS · VALORAMOS · REPLICAMOS
FCBC
BOSQUES DEL MUNDO
ECCOS



El guion narrativo de los banners se encuentra en la sección Anexos.

❖ **AGENDA – CUADERNO DE NOTAS**

Este material para uso de escritorio, fue propuesto para cumplir la función de organizador. Su diseño comprende 4 secciones:

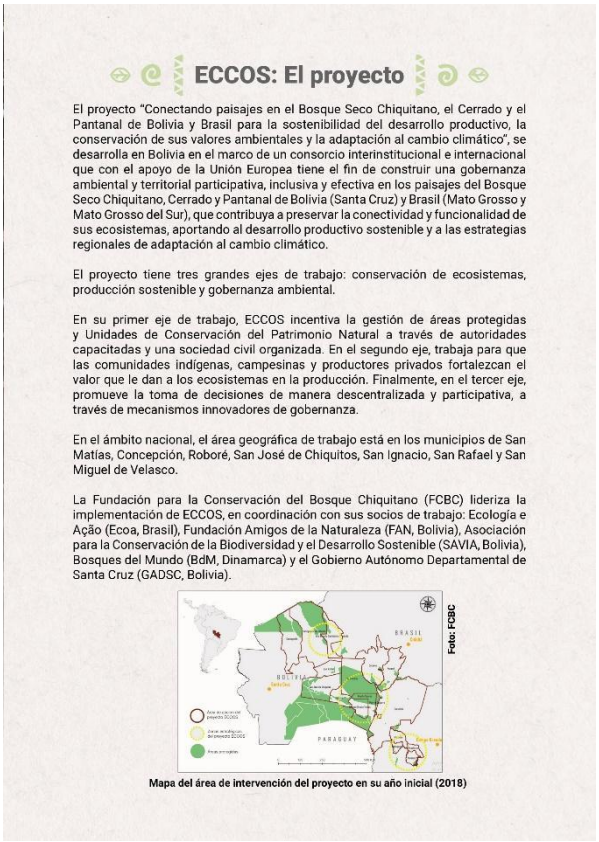
1. Láminas de información corporativa y del proyecto ECCOS.
2. Hojas de información y uso personal del portador de la agenda.
3. Hojas de anotaciones.
4. Láminas informativas de cada una de las cadenas de valor de los productos estudiados (4 páginas por producto).

El contenido de las láminas informativas fue elaborado con una narrativa más técnica, acorde al tipo de material y el público usuario de la agenda. Se entregó a autoridades, asociaciones, instituciones socias del proyecto, laboratorios de producción, organizaciones productivas y otros usuarios, para quienes la agenda es un instrumento de información y difusión de destacada utilidad.

El guión narrativo de la agenda se encuentra en la sección Anexos.

MUESTRA DE LA AGENDA





ECCOS: El proyecto

El proyecto "Conectando paisajes en el Bosque Seco Chiquitano, el Cerrado y el Pantanal de Bolivia y Brasil para la sostenibilidad del desarrollo productivo, la conservación de sus valores ambientales y la adaptación al cambio climático", se desarrolla en Bolivia en el marco de un consorcio interinstitucional e internacional que con el apoyo de la Unión Europea tiene el fin de construir una gobernanza ambiental y territorial participativa, inclusiva y efectiva en los paisajes del Bosque Seco Chiquitano, Cerrado y Pantanal de Bolivia (Santa Cruz) y Brasil (Mato Grosso y Mato Grosso del Sur), que contribuya a preservar la conectividad y funcionalidad de sus ecosistemas, aportando al desarrollo productivo sostenible y a las estrategias regionales de adaptación al cambio climático.

El proyecto tiene tres grandes ejes de trabajo: conservación de ecosistemas, producción sostenible y gobernanza ambiental.

En su primer eje de trabajo, ECCOS incentiva la gestión de áreas protegidas y Unidades de Conservación del Patrimonio Natural a través de autoridades capacitadas y una sociedad civil organizada. En el segundo eje, trabaja para que las comunidades indígenas, campesinas y productores privados fortalezcan el valor que le dan a los ecosistemas en la producción. Finalmente, en el tercer eje, promueve la toma de decisiones de manera descentralizada y participativa, a través de mecanismos innovadores de gobernanza.

En el ámbito nacional, el área geográfica de trabajo está en los municipios de San Matías, Concepción, Roboré, San José de Chiquitos, San Ignacio, San Rafael y San Miguel de Velasco.

La Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano (FCBC) lideriza la implementación de ECCOS, en coordinación con sus socios de trabajo: Ecología e Ação (Ecoa, Brasil), Fundación Amigos de la Naturaleza (FAN, Bolivia), Asociación para la Conservación de la Biodiversidad y el Desarrollo Sostenible (SAVIA, Bolivia), Bosques del Mundo (BdM, Dinamarca) y el Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz (GADSC, Bolivia).

Foto: FCBC

Mapa del área de intervención del proyecto en su año inicial (2018)



LA ALMENDRA CHIQUITANA

En el año 2004, la FCBC, al reconocer el potencial de la almendra chiquitana, realizó proyectos que al mismo tiempo de aprovechar los frutos del bosque sean una alternativa de generación de ingresos económicos para las familias, teniendo una actividad complementaria a sus usos y costumbres tradicionales. Las primeras acciones se desarrollaron en alianza con MINGA años más tarde productores de Concepción y San Matías replicaron las experiencias. Para el año 2012 el área de cosecha de almendra se amplió a los municipios de Lomerío y San Matías.

La almendra es cuidadosamente seleccionada y clasificada en los centros de acopio instalados en cada comunidad. Conservando su pureza de origen, el tratamiento de la almendra chiquitana combina técnicas tradicionales y tecnología en el quebrado, para la extracción de las semillas y el tostado, que en algunas comunidades aún es realizado de manera artesanal en tiestos, en tostadoras de cilindro; y en otras, en máquinas tostadoras de café industriales o semi industriales.





LA MADERA

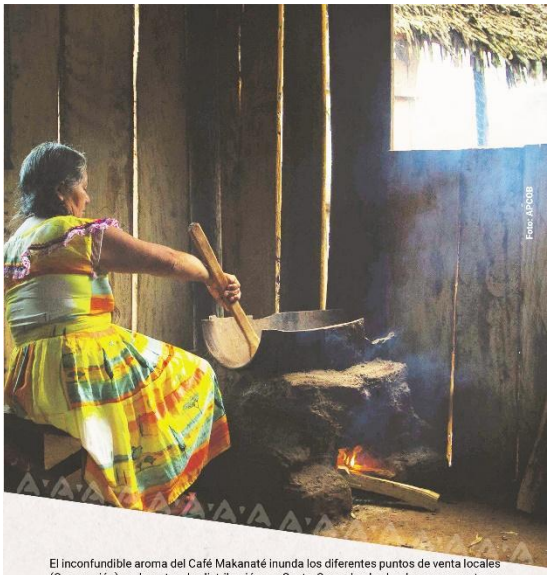
La comunidad de Santa Mónica, lleva más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque, tiempo en el que ha pasado de la venta de árboles en pie a la transformación de la madera en productos terminados.

Partiendo del plan general de manejo forestal, el censo identifica los árboles con el tamaño permitido para su corte. La comunidad se encarga del tumbado del árbol, del arrastre hasta patio de rodeo donde las troncas son saneadas. La madera que queda en el monte es recuperada en la carpintería artesanal donde se transforma en muebles, puertas, ventanas y utensilios domésticos, para la comunidad y el mercado.

El esfuerzo y trabajo conjunto de hombres y mujeres organizados que han desarrollado un modelo de empresa comunitaria, se refleja en cada una de las actividades de la cadena productiva de la madera chiquitana, que les otorga un margen de ganancia aproximado del 65%.







El inconfundible aroma del Café Makanaté inunda los diferentes puntos de venta locales (Concepción) y el centro de distribución en Santa Cruz, desde donde mayormente es comercializado bajo pedidos de comercios unipersonales y clientes regulares.
Se ofertan dos tipos de café:

- Tostado americano, contiene un alto contenido en cafeína, el grano adopta un color castaño muy característico. Se utiliza sobre todo para el preparado de café en cafeteras de filtro.
- Tostado italiano, este grado de tueste es utilizado normalmente para tostar cafés gourmet, que serán preparados en cafetera expreso. Su color muy oscuro, indica el mayor grado de tueste, con el que se extraen la mayoría de sus aceites esenciales. Los cafés tostados así suelen tener un bajo contenido en cafeína.

❖ OBRA DE TEATRO

Desarrollada con JUMA (Jóvenes Unidos por el Medio Ambiente), estuvo orientada a difundir las cadenas a un público en comunidades y ciudades intermedias con los siguientes objetivos:

- Comunicar los resultados del estudio de las cinco cadenas de valor sistematizadas (cusi, copaibo, almendra, madera, café), en relación a: procesos, dificultades, beneficios, logros obtenidos y desafíos.
- Sensibilizar a los productores, autoridades, líderes comunales y asociaciones, sobre el uso sostenible de los recursos del bosque chiquitano para el beneficio económico y ambiental de todas sus comunidades.
- Promover la réplica de las actividades productivas y logros alcanzados por las comunidades productoras.

Para cumplir con el resultado, se contrató un profesor de teatro con experiencia previa en el montaje de obras de teatro con JUMA. Se desarrollaron tres etapas:

1. **ELABORACIÓN DEL GUIÓN DE LA OBRA,** en base al estudio de sistematización de las cadenas de valor de la madera, almendra chiquitana, café, aceite de cusi y aceite de copaibo, el texto, validado y aprobado comprendió la estructura dramatúrgica, creación y descripción de los personajes, cuadros de las escenas de la obra de teatro, definición de vestuario y utilería.

   La historia fue denominada ***"Yo soy del bosque chiquitano"*** y fue construida en torno a las cualidades de cada uno de los productos que fueron plasmados en las características de cada personaje. Por ejemplo, el café fue personificado por "Doña Negrita", una señora de edad adulta, seria y orgullosa de sus cualidades; la almendra chiquitana, fue personificada por "Alma", una joven amable, inteligente, vivaz y consentida.

   El espacio dramatúrgico en el que se desarrolla la historia fue diseñado en una feria, para permitir que los cinco productos y sus respectivos personajes puedan interactuar entre sí y con el público, recurso que además del lenguaje coloquial y el toque de humor, son característicos del trabajo teatral de JUMA. La participación de la música y la danza también fueron incorporadas con ritmos tradicionales de una tamborita de músicos locales.

   El guión de la obra de teatro se encuentra en el apartado de **Anexos.**

2. **TALLER DE TEATRO DESDE EL AREA SOCIOCULTURAL,** en un primer taller desarrollado del 28 al 30 de abril de 2021 en Concepción, en el que participaron 17 jóvenes se impartieron técnicas básicas de introducción a la actuación, como ser: expresión corporal, vocalización y dicción, además de realizar la lectura dramatizada del guión de la obra de teatro.

Primer Taller de Teatro. Concepción, del 28 al 30 de abril de 2021.






3. **PUESTA EN ESCENA Y DIRECCION DE LA OBRA DE TEATRO,** incorporó ejercicios de gesticulación corporal, vocalización y dicción; el trabajo individual y grupal en la interpretación de cada uno de los personajes, mediante la marcación del movimiento escénico por recuadros; se finalizó con los ensayos generales de la obra con la incorporación de utilería y vestuario.

Taller de montaje de la obra de teatro. Concepción, del 10 al 14 de mayo de 2021







PRESENTACIÓN DE LA OBRA DE TEATRO

El sábado 28 de agosto se realizó la presentación de la obra ***"Yo soy del bosque chiquitano"***, en coordinación con la Secretaría de Cultura del Gobierno Municipal de Concepción, como parte del programa de actividades de la **1a FERIA FORESTAL CHIQUITANIA 2021,** realizada del 27 al 29 de agosto en Concepción.

La obra fue presentada ante la presencia de un numeroso público conformado por habitantes del pueblo, comunidades productoras y visitantes de instituciones y empresas que asistieron al evento ferial.









Dentro de los resultados planteados, se tenía previsto llevar la obra de teatro ***"Yo soy del bosque chiquitano"*** a las comunidades productoras de los municipios de Concepción y San Antonio de Lomerío, con cuatro presentaciones masivas que permitan socializar en un lenguaje y situaciones cotidianas, los principios del proyecto, en cuanto al enfoque de trabajo en cadenas de valor, sus procesos, resultados y beneficios.

Sin embargo, las comunidades implementaron restricciones para el resguardo de la salud de su población durante la pandemia del Covid 19. Ello obligó a la postergación de las cuatro presentaciones programadas, debiéndose acatar las medidas de seguridad para la realización de reuniones y la imposibilidad de realizar eventos masivos.

Cabe aclarar que el presupuesto asignado para este resultado fue ejecutado en lo correspondiente a la capacitación actoral, producción general de la obra y montaje. El monto previsto para gastos operativos de transporte para las presentaciones en comunidades se halla en reserva, esperando poder completar las presentaciones previa coordinación con las comunidades.

Como parte de la utilería, se diseñó un pasacalle para escenificar una feria de productos dentro de la que se desarrolla la historia.

Diseño del pasacalles



Los videos de la presentación de teatro se hallan adjuntos en la sección de ***Anexos.***

❖ PRODUCCIÓN DE VIDEO DOCUMENTALES

La producción de los video documentales tuvo como objetivos centrales:

- Exponer y difundir la información de los estudios de cadenas de valor de la almendra chiquitana, la madera, el café, el aceite de cusi y el aceite de copaibo.
- Generar vínculos entre consumidores, nuevos clientes y potenciales nuevos productores, afianzando la calidad de réplica.

El equipo de producción compuesto por técnicos de APCOB, JUMA, la productora VAMOS.COM y BdM trabajó en:

- Elaboración de la estructura narrativa, desde el análisis de la información proporcionada por los estudios de las cadenas de valor.
- Revisión, ajustes y validación de los asesores de Bosques del Mundo a los guiones narrativos.
- Guionización, con el pauteo de imágenes y entrevistas por capturar, de acuerdo a las características específicas de cada producto resaltadas en los estudios de cadenas de valor.

- Planificación técnica y pauteo para el registro fílmico, determinando las diferentes locaciones para cada producto: comunidades, entorno medio ambiental, espacios de producción (siembra, cosecha, recolección), y transformación, informantes clave para la captura de testimonios vivos.
- Coordinación con el grupo JUMA para la participación de sus miembros en calidad de "pasantes" para el aprendizaje de campo en la producción de documentales audiovisuales.
- Plan de recorrido para el registro fílmico, que comprendió dos etapas:

  Primer ingreso, del 13 al 23 de mayo de 2021, trabajando en las comunidades Makanaté, Palestina, Río Blanco, San Lorenzo (Lomerío), el Carmen y Santa Mónica.

  En esta primera etapa estaba previsto el trabajo en la comunidad Palmarito de la Frontera con la producción de la almendra chiquitana, que debió ser suspendido ante las medidas de confinamiento establecidas por los gobiernos municipales de Concepción y Santa Cruz, provocando retrasos en la producción.

El segundo ingreso, del 15 al 24 de julio, permitió reforzar y complementar el material logrado en las comunidades Río Blanco, Santa Mónica, El Rancho, Piedra de Calama y Palmarito de la Frontera.

Es importante resaltar la capacitación teórica y práctica de los jóvenes de JUMA en la producción de video documentales, mediante el trabajo de campo, como acompañantes en los viajes a comunidades y a través de un taller presencial de comunicación audiovisual realizado en Concepción del 14 al 17 de junio de 2021, dictado por la bióloga Gabriela Tavera y el realizador/sonidista Verty Bracamonte, de VAMOS.COM.

Dada la amplitud de la información textual, la riqueza de los testimonios de los productores y de los escenarios vivos donde se hizo el registro fílmico, los documentales superan la duración prevista de 3 minutos, lo que magnifica el valor de estos video documentales y su capacidad de difusión y sensibilización sobre las cadenas de valor de los productos del Bosque Chiquitano.

C. TALLERES Y EVENTOS

RESULTADO

❖ FERIA VIRTUAL

Este resultado, TALLERES Y EVENTOS, es el que más modificaciones ha sufrido a consecuencia de las restricciones por Coronavirus. Inicialmente, se planteó la realización de Jornadas Virtuales en las que los productores hicieran presentaciones de su trabajo, en tiempo real y desde sus comunidades y centros de producción. Sin embargo, las dificultades de acceso a internet desde los territorios indígenas, no son suficientes para emitir la señal con los requerimientos necesarios.

Por estos motivos, se propuso la realización de un evento en la ciudad, en el que se reúnan a todos los productores en una Feria Virtual transmitida online desde una plataforma que permita:

- Exposición de productos
- Presentaciones personales de los productores
- Muestras de algunos procesos de producción, en vivo o en video, según disponibilidad

- Espacio de ventas
- Realización de mesas de negociaciones, mediante reuniones privadas o grupos de interés.

Para la realización de la Feria Virtual en reemplazo de los talleres presenciales en comunidades, se hicieron diferentes consultas y contacto con empresas que tengan experiencia en este tipo de eventos, lamentablemente el elevado costo de esta iniciativa, nos obligó a cambiar de actividad (en el anexo se presentan los términos de referencia y propuestas económicas)

Ante un primer análisis de los costos por el alquiler de una plataforma virtual, considerando que estas herramientas han sido creadas para eventos con la participación de más de 30 expositores, lo que justifica su elevado precio, se vio una segunda opción a través de la creación de un sitio web creado en formato de tienda virtual en la que cada producto (cadena de valor) tenga una página independiente; desde este sitio se mantendría el espacio para la difusión de materiales audiovisuales y la creación de la sala virtual para la realización del evento binacional, con su respectiva campaña promocional a través de redes sociales y otras plataformas web.

A esto sumó la disminución en la rigidez de las medidas de confinamiento en el último semestre del 2021, permitiendo finalmente la organización de eventos, por lo que se acordó la incorporación de esta actividad en el marco de la organización de la **1a FERIA FORESTAL CHIQUITANIA 2021**, evento realizado del 27 al 29 de agosto 2021 en el que se presentó un stand para la socialización de los estudios de cadenas de valor, la difusión de sus resultados del proyecto ECCOS y la exposición de los productos de elaboración artesanal por las comunidades que conforman el proyecto.

Objetivo:

- Exponer resultados del proyecto ECCOS
- Difundir los resultados de los estudios de las cadenas de valor realizados dentro del proyecto ECCOS

CARACTERÍSTICAS DEL STAND:

Tamaño: 5x4 m.

El fondo y lado derecho del espacio se dejó a disposición de la FCBC para su diseño y montaje.

En el lateral izquierdo se colocó:

- 1 banner 1,6 x 1,6 m con infografía sobre el enfoque de cadena de valor y cómo hizo el estudio de los productos del Bosque Chiquitano.
- 1 banner 2 x 1,6 m con infografía sobre las cadenas de valor de los 5 productos estudiados
- Mobiliario con exposición de productos
- Pantalla de proyección de los 5 videos documentales

Dentro del programa de la **1a FERIA FORESTAL CHIQUITANIA 2021** se coordinó con la Secretaría de Turismo y Cultura del GAMC la presentación de la obra de teatro **"Del Bosque Chiquitano"** montada por los jóvenes de JUMA.

Como fue imposible contar con los materiales comunicacionales de la campaña, se realizó la diagramación e impresión dos banners: el primero, de 1,6 x 1,6 m con infografía sobre el enfoque de cadena de valor y cómo se hizo el estudio de los productos del Bosque Chiquitano; y el segundo, de 1,6 x 2 m con infografía sobre las cadenas de valor de los 5 productos estudiados. Así mismo, se realizó la

impresión láser de 8 ejemplares de la Cartilla, para su entrega a autoridades municipales y departamentales.



Muestra del Stand de ECCOS en la 1a FERIA FORESTAL CHIQUITANIA 2021



Fotos: APCOB

Banners expuestos en la 1a FERIA FORESTAL CHIQUITANIA 2021





Fotos: APCOB

❖ TALLERES DE SOCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN DE RESULTADOS

Los talleres de socialización y difusión de los resultados de la sistematización de las cadenas de valor, se realizaron el último bimestre del año, aprovechando la flexibilización de las medidas de restricción por COVID 19, en los Municipios de Concepción, San Antonio de Lomerío y San Javier con el objetivo de poner a consideración tanto por autoridades municipales como productores, las experiencias reflejadas en los diferentes estudios de cadenas de valor.

En los diferentes talleres se aprovechó para hacer la entrega de un juego de materiales de difusión que consistía en un calendario, un documento de la síntesis de las cinco cadenas de valor y una agenda de anotaciones, con información referente a puntos de comercialización.











❖ EVENTO BINACIONAL - WEBINAR

El encuentro binacional virtual **“Bosques conectados ‘Conocemos - Valoramos - Replicamos'' formó** parte de la etapa de conclusión del proyecto ECCOS. Fue desarrollado los días 20, 21 y 22 de octubre del año 2021 mediante la plataforma Zoom y en transmisión directa a través de Facebook Live desde la página oficial de “ECCOS”.

Los objetivos para el evento fueron:

- Propiciar un espacio virtual para el intercambio de los resultados obtenidos, así como las experiencias de los actores clave dentro del proyecto ECCOS, con énfasis en el trabajo desarrollado en base a las cadenas productivas en Brasil y Bolivia
- Identificar factores de éxito, cuellos de botella, lecciones aprendidas y buenas prácticas con el fin de buscar oportunidades de réplica y escalamiento en ambos países.

Organización del evento

El evento fue diseñado en tres sesiones correspondientes a las etapas que pueden identificarse dentro de las cadenas de valor de los procesos productivos:

- Obtención de la materia prima
- Transformación y organización dentro de la producción
- Comercialización

Desde Bolivia, la coordinación de participantes en el evento estuvo a cargo de APCOB (Vania Rueda y Ana Belén Serrano) y la Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano (FCBC - Rossy Montaño); mientras que por parte de Brasil estuvo a cargo de ECOA (Nathália Eberhardt).

Participantes

El evento tuvo una buena aceptación y una participación activa de un buen número de asistentes en la reunión del Zoom. Incluso considerando que la difusión del evento comenzó con tres días de anticipación.

	Día 1: 20/10/2021	**Día 2: 21/10/2021**	**Día 3: 22/10/2021**
Registrados en Zoom	62	56	58
Promedio activo en sesión	30	27	25

Resultados

Se aplicaron encuestas en tiempo real a los asistentes, las cuales luego fueron evaluadas con el apoyo de los presentadores. Los resultados obtenidos a continuación han sido redactados de acuerdo a esta interacción dentro de las sesiones.

Propuesta	**Resultado obtenido**
Los participantes conocen las prioridades, las buenas prácticas y las acciones desarrolladas por los productores en relación a la obtención de la materia prima, considerando la importancia de la sostenibilidad de los bosques en el proceso.	Mediante las diferentes presentaciones, los asistentes lograron conocer las principales transformaciones que se han desarrollado en torno a la obtención de la materia prima - especialmente aquellas que proveen mayor sostenibilidad en tema de recursos forestales maderables y no maderables (tomando como ejemplo clave la extracción de aceite de copaibo y la producción agroforestal).
Los participantes identifican los cuellos de botella, así como las oportunidades de escalamiento y réplica en relación a la transformación de productos con énfasis en la cadena de valor.	Gracias a las diferentes presentaciones tanto de Bolivia como de Brasil, los participantes conocieron las potencialidades en la transformación de productos forestales no maderables. En esta línea también se abordó la temática de la organización dentro de procesos productivos, los participantes conocieron experiencias valiosas en torno a la organización desde el factor humano para lograr producciones sostenibles.
Los participantes conocen diversas experiencias en torno a los planes de negocio y las prácticas de comercialización desarrolladas, considerando la importancia de la articulación entre diversos actores.	Mediante las presentaciones de productores en Bolivia y en contraste con productores en Brasil, los participantes conocieron las experiencias de comercialización en ambos países, considerando aquellos factores de diferencia - como el acceso a una certificación sanitaria - que posibilitan mayor escalación y acceso a mercados.

A manera de evaluación, se concluye con que el Encuentro Binacional abrió un espacio de intercambio enriquecedor, en el que productores, técnicos y especialistas compartieron sus experiencias en torno a diversas cadenas de valor de productos forestales maderables y no maderables. (Informe completo del Encuentro Binacional en la Sección Anexos).

Entre las presentaciones y comentarios de participantes se pueden destacar:

- Factores de éxito: la organización colectiva en la extracción y transformación de los recursos forestales, el apoyo técnico por parte de organizaciones y/o centros de investigación pertenecientes a universidades; y las experiencias de intercambio entre productores que han sido muy productivas.
- Cuellos de botella: desde la parte boliviana, el acceso a una demanda continua y estable que permita lograr una producción continua - y relacionado con ello la necesidad de certificar los productos bajo las normas sanitarias vigentes.

- Además, en ambos lados el factor climático ha sido nombrado desde la sequía hasta los incendios forestales que les han afectado de forma directa (sobre todo mencionado por los productores de Brasil) e indirecta.

Existen múltiples oportunidades de réplica y de escalamiento en torno a la producción sostenible en los bosques de Bolivia y Brasil, los proyectos nuevos que se han presentado tienen mucho potencial y los proyectos más antiguos son sobre todo útiles como fuentes de experiencia que permiten diseñar mejor las cadenas productivas.

Imágenes del evento por día

Día 1: Participaciones de Rosa Leny Cuellar, Delcy Macoñó, Carlos Masay, Marcelo Cardozo, Juan Melgar, Ramón Román, y síntesis final.





Día 2: Enfocado en la transformación y en la organización dentro de la producción. Enfocado en la participación de diversos productores.







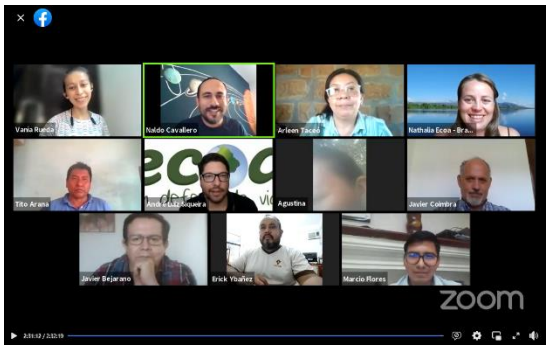






Día 3: Cierre del evento enfocado en la cadena de valor y la comercialización de productos forestales.









Artes elaborados para la difusión del evento









ANEXOS

EDICIÓN E IMPRESIÓN

DISEÑO Y EDICIÓN DE LOS MATERIALES DE COMUNICACIÓN

❖ CARTILLA. GUIÓN NARRATIVO

PÁGINA		CONTENIDO	IMAGEN
1	TAPA	Imagen panorámica. Logos ECCOS	
2	RETIRA	El proyecto **"Conectando paisajes en el Bosque Seco Chiquitano, el Cerrado y el Pantanal de Bolivia y Brasil para la sostenibilidad del desarrollo productivo, la conservación de sus valores ambientales y la adaptación al cambio climático"**, se desarrolla en Bolivia en el marco de un consorcio interinstitucional e internacional liderizado por la FCBC y el apoyo de la Unión Europea. El proyecto plantea, entre sus resultados, promover la práctica de sistemas de producción sostenible con comunidades y asociaciones rurales campesinas e indígenas que están vinculadas a áreas protegidas y que participan en cadenas de valor desarrolladas y consolidadas. En toda la región chiquitana**, ECCOS** priorizó sus esfuerzos en conocer a profundidad el trabajo de poblaciones indígenas que aportan desde su comunidad, a la gestión integral y sostenible del territorio. Es así que, a través del estudio y análisis de las experiencias de las cadenas de valor de los productos del bosque: **café, almendra chiquitana, aceite de cusi, aceite de copaibo y madera,** se han identificado cada uno de los procesos, las experiencias y desafíos, y su aporte al desarrollo productivo, social, económico y ambiental.	
3	CAFÉ	**EL CAFÉ** ***La iniciativa*** En el 2004 se da la primera experiencia de producción de café en Monteverde, en el interior de la comunidad Makanaté, con la participación de 10 productores locales y el apoyo del DED, el municipio y la organización de productores MINGA, quien se hizo responsable de la comercialización. Finalizada la subvención, 4 años más tarde, se interrumpió el proceso hasta el 2010, cuando APCOB retoma el trabajo implementando sistemas agroforestales con el café como el principal cultivo, con enfoque de cadenas de valor, empezando con la organización hasta llegar a la consolidación en el mercado. De esa forma se amplió la superficie de cultivo para la producción de café procesado, tostado y molido, producto de 17,7 has cultivadas en siete comunidades indígenas donde hombres y mujeres han habilitado áreas de entre media y una ha de producción por familia.	

		Actualmente se cuentan 22 productores activos de café en las comunidades Makanaté y San Pablo que abarcan poco más de 17 has de cultivos; hombres y mujeres, que comparten el orgullo de elaborar el **Café Makanaté,** calificado con 80 puntos en sabor, aroma y cuerpo en las catas de taza aplicadas. ***Café Makanaté***, es el resultado del esfuerzo de pequeños productores que han desarrollado un modelo de producción sustentable y sostenible con el medio ambiente, con un manejo adecuado de los recursos naturales, con el que han logrado mejorar el nivel de vida en sus comunidades. El sistema de cultivo aplicado combina diferentes especies maderables y no maderables, en el que el café se cultiva bajo sombra y sin utilización de químicos para el abono de la tierra. A 17 años de las primeras experiencias, actualmente el cultivo de café como producto del bosque chiquitano, representa el 2% de del cultivo a nivel nacional; sin embargo, los volúmenes de producción son muy altos, con 515 Kg/Hora de trabajo.	
4	CAFÉ	**LA CADENA DE VALOR DEL CAFÉ** La actividad de **cosecha** es realizada por hombres y mujeres que forman parte de la Asociación de Productores de Café de Concepción, APCC. El café en cereza, guinda o fruta, se **traslada** a la vivienda del caficultor, donde desarrolla las labores de **pre-beneficiado,** consistente en **el despulpado**, realizado con maquinaria manual, misma que garantiza un menor tiempo de obtención del grano y debe hacerse dentro de las 24 horas siguientes a la cosecha. Los granos despulpados son colocados en turriles con agua, para el proceso de **fermentado y lavado**, en el que se retira la capa mucilaginosa del fruto. Para el **secado**, el café es colocado en las canchas de cemento durante 2 a 3 días hasta conseguir un contenido de 12% al 14% de humedad, protegiéndolo de los animales, basura y de la lluvia. Los productores llevan su producción a Concepción, donde la APCC adquiere el café en pergamino seco, previo control de calidad a cargo de personal capacitado para la selección y correcto almacenaje, hasta el siguiente eslabón de la cadena, consistente en la **transformación** que comprende el **despergaminado**, el **tostado**, **molido** y **envasado.** El proceso de **despergaminado** es realizado con trilladora mecánica para la obtención del grano limpio y seleccionado por tamaño, que denomina café verde o grano de oro. Para el **tostado** se utiliza una tostadora semiautomática de tambor, de acuerdo a la clasificación del grano de oro: primera, segunda y tercera calidad. La selección de primera calidad se vende como grano tostado; el resto pasa a ser **molido** y **envasado** para la **comercialización**.	

5	CAFÉ	La oferta del café **MAKANATÉ** presenta dos productos: ● *Tostado americano*, contiene un alto contenido en cafeína. El grano adopta un color castaño muy característico. Se utiliza sobre todo para el preparado de café en cafeteras de filtro. ● *Tostado italiano*, produce granos de color muy oscuro que indica un mayor grado de tueste, con el que se extraen la mayoría de sus aceites esenciales. Los cafés tostados así suelen tener un bajo contenido en cafeína y son utilizados en cafeteras de tipo espresso y gourmet. Tostado y clasificado, el café es **molido** en un molino semiindustrial y **envasado** en sus diferentes presentaciones, de 100, 250, 500 grs de **Makanaté** tostado y molido; y de 500 y 1000 grs, de café tostado en grano entero. El **envasado** es realizado de forma manual, utilizando equipos sencillos como una balanza de precisión al gramo, selladora eléctrica y etiquetas. Esta fase genera fuentes de empleo a otro grupo de mujeres de la asociación. ***Mercadeo y ventas*** En Concepción, como en la ciudad de Santa Cruz, se cuenta con un **mercado de consumidores** conocedores de la calidad del café, que durante todo el año consumen el total de la producción. El **café Makanaté** se distribuye de manera directa en tiendas locales, en las oficinas de APCOB y también se oferta a través de medios de comunicación o redes sociales y mediante la participación en eventos y ferias itinerantes, locales y provinciales.	RECUADRO El estudio de cadena de valor realizado demostró que sólo el mercado local demanda un volumen de café superior a los 800kg, similar al volumen actualmente producido, lo que asegura que el **Café Makanaté**
6	CAFÉ	**BENEFICIOS DEL CAFÉ: DEL BOSQUE, CON AROMA Y VALOR PROPIOS** ***Del Bosque Chiquitano para su gente.*** Al ser parte de la cadena de valor del Café, los productores de Monteverde cuentan con ingresos económicos para su estabilidad familiar, con notables mejoras en su calidad de vida y los beneficios de la reinversión de las ganancias en maquinarias y herramientas para la Asociación. De igual manera, han desarrollado sus capacidades a través de la formación recibida, lo que les permite trabajar a otro nivel. La premisa es la de garantizar la sostenibilidad, resiliencia y el fortalecimiento del desarrollo social y económico de las familias. ***Del Bosque Chiquitano para el medio ambiente.*** En todo el proceso se mantiene la aplicación de buenas prácticas asegura la conservación del suelo, el agua, flora, fauna. Con este criterio, ya son 7 las comunidades de Monteverde que han implementado los sistemas agroforestales, aplicando la combinación de especies para la organización de la parcela a través del asocio de cultivos de corto plazo para el consumo, el café como generador de ingresos seguros y los árboles frutales y maderables, como cosecha de mediano y largo plazo. Al mismo tiempo, han trabajado en la instalación de viveros comunales, el establecimiento y manejo cultural de los cultivos, buenas prácticas durante la cosecha, post cosecha y pre beneficiado del fruto.	

		Del Bosque Chiquitano para el mundo. Los consumidores, conocedores del buen café, aprecian las cualidades de producto orgánico de Makanaté elaborado con materia prima natural y libre de químicos. Así mismo, reconocen el apoyo indirecto que ejercen para la conservación del bosque chiquitano y las comunidades indígenas chiquitanas, a través de su compra. Estos valores, suman la fidelización de los consumidores estables y la captación de nuevos.	
7	CAFÉ	**APRENDIZAJES Y DESAFÍOS** A partir del año 2017, con el apoyo Bosques del Mundo se retomaron los aprendizajes e implementaron acciones concretas para la producción de plantines en viveros comunales, se formularon diferentes combinaciones de cultivos, además de la asistencia técnica permanente para el establecimiento, manejo del cultivo y cosecha del café. En materia de producción, se incorporó innovación tecnológica realizando inversiones en maquinaria y equipos, así como la capacitación de los productores en cada una de las fases de producción, desde la selección del grano, hasta el tipo de tostado de café. En la gestión administrativa-financiera, la APCC recibe apoyo y asesoría permanente en la implementación de su control social y transparencia, para con sus asociados. Los desafíos a encarar apuntan a: ● **Formalizar su personalidad jurídica de la APCC** y certificación de SENASAG. ● **Aplicar gestión empresarial comunitaria,** que articule los aspectos sociales y ambientales y las costumbres propias de las comunidades indígenas. ● **Consolidar la Alianza productor-Asociación productiva**, para garantizar la dotación de materia prima a un precio conveniente para ambos, compromisos serios y responsabilidades compartidas. ● **Mejorar la calidad del café,** potenciando sus cualidades en busca de la excelencia para la captación de nuevos y mayores mercados de comercialización. ● **Construcción de infraestructura propia y ampliación de la capacidad de producción.** ● **Desarrollo de un modelo de negocio comunitario,** con alto compromiso social y medio ambiental, que sea replicable en otras comunidades para promover la mejora en la calidad de vida en poblaciones con vulnerabilidad económica y climática. ● **Diseñar e implementar una estrategia de marketing,** que promueva los valores de la producción, desde lo social y cultural, mejore el posicionamiento de la marca, con identidad, calidad y capaz de satisfacer la demanda del producto.	**RECUADRO** El trabajo con enfoque de cadenas de valor en la producción de café en Monte Verde ha demostrado que: **REFUERZA,** el tejido social y cultural **MANTIENE,** redes de apoyo a los emprendimientos con identidad territorial. -
8	ALMENDRA	**LA ALMENDRA CHIQUITANA** **La iniciativa** El aprovechamiento comercial de la almendra chiquitana fue promovido por la Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano (FCBC) hacia el año 2004, dentro de su programa de uso y manejo de los Productos Forestales No Maderables (PFNM). La finalidad fue la de compatibilizar el	

		desarrollo socioeconómico y la conservación del bosque; para ello, inicialmente se aprovechó la solidez organizativa y productiva de MINGA en San Ignacio de Velasco, para incorporar la almendra como producto alternativo. Para el 2010, se habían logrado asegurar espacios comerciales y la actividad de cosecha se amplió a Concepción, Lomerío y San Matías, contando con el apoyo de sus gobiernos municipales en la dotación de máquinas quebradoras y tostadoras, además de implementar centros de acopio comunales en diferentes comunidades que fácilmente se adaptaron a su dinámica social. En estos últimos años, la empresa exportadora BARUKAS, dinamizó la cadena de la almendra chiquitana. Es una empresa cuya sede se encuentra en USA, con una subsidiaria en Brasil y se ha consolidado como la principal compradora de la almendra chiquitana para su exportación a Estados Unidos. Otros actores privados con emprendimientos que buscan posicionar a la almendra chiquitana en el mercado nacional. Con ellos, se ha promovido la rearticulación de la cadena, mejorando la dinámica de los sistemas de acopio, la competencia en precios y la demanda de mayores de volúmenes de cosecha, como fin último para elevar la calidad de vida de las comunidades productoras.	
9	ALMENDRA	**CADENA DE VALOR DE LA ALMENDRA CHIQUITANA** La cadena de valor de la almendra chiquitana, está conformada por una red de recolectores y centros de acopio comunales, quienes entregan el producto a empresas privadas para la exportación internacional y para su transformación y comercialización, a nivel local. La ***recolección*** se hace en los predios de la comunidad y en las manchas de almendros identificados, a veces a varios kms. de distancia. Es una actividad familiar de la que en un principio sólo algunos miembros de la familia participaban; ahora se han sumado mujeres y jóvenes, además de hombres adultos, quienes cosechan y reúnen los frutos en sus viviendas para realizar el primer beneficiado, o extracción de la almendra. El transporte se hace a pura fuerza humana, sobre la espalda o empujando una carretilla, con el esfuerzo físico que conlleva, por las distancias a recorrer. El ***beneficiado*** es realizado principalmente por mujeres, en los tiempos libres que sus actividades domésticas les permiten; ellas parten los frutos con quebradoras adaptadas, en reemplazo del tradicional machete, lo que ha permitido incrementar la eficiencia, seguridad y reducir el esfuerzo de este proceso. Se realiza una primera ***preselección*** de la almendra previo a su entrega al centro de acopio comunal.	

		En el total de 40 centros de acopio comunales en 35 comunidades de los municipios de San Ignacio de Velasco, Concepción, Lomerío y San Matías, los encargados que han recibido la capacitación necesaria, reciben, clasifican y despachan las almendras a las empresas privadas.	
10	ALMENDRA	Antes de ser despachadas a centros de comercialización, las almendras son ***seleccionadas*** por tamaño y sanidad; las grandes, lisas e intactas, consideradas de primera calidad, son envasadas para el mercado externo, aproximadamente el 70%; un 20% se caracteriza como grano partido o almendra de segunda calidad, que es separada para ser tostada y comercializada internamente. Este pequeño porcentaje es aprovechado por ancianos y niños, quienes se incorporan a la cadena de valor, con la producción y venta local de productos derivados, como la harina de almendra, confite, aceite, mermelada y chicha de almendra. El 10% restante significa pérdida. Para el **tostado**, se aplican diferentes tecnologías que varían dependiendo de las condiciones operativas y tecnológicas de cada emprendimiento. Se destaca el tostado artesanal en tinajas, tostadora de cilindro; y el tostado en máquinas tostadoras de café, acondicionadas para el tostado de la almendra, que pueden ser industriales o semi industriales. Después del tostado nuevamente se clasifican, porque pueden aparecer almendras partidas, teniendo almendra tostada entera o de primera calidad y almendra tostada quebrada de segunda calidad. Finalmente se procede al **empaquetado** y **etiquetado** para su comercialización. A partir del despacho y acopio en depósitos de las empresas compradoras, lo mismo que en las fases de transformación y comercialización, la organización y planificación de las acciones responde a una organización empresarial. Son las empresas, al final, las que dinamizan las acciones de los demás eslabones en la cadena de valor de la almendra chiquitana.	
11	ALMENDRA	**BENEFICIOS DE LA ALMENDRA CHIQUITANA** La etiqueta “Chiquitano Premium Varietale”, con la que se comercializa en Estados Unidos, es la que distingue a la almendra chiquitana. Es un producto de alta calidad tomado directamente del bosque de manera sostenible para garantizar la conservación de la naturaleza, lo que permite, además, que las comunidades indígenas productoras promuevan la conservación de sus valores culturales. La almendra chiquitana, por sus características de producto natural, orgánico, de buen sabor y altamente nutritivo, es un producto que tiene alto potencial de mercado local, departamental y nacional. Con elevado nivel de aceptación, por el sabor y las propiedades nutricionales. Por ello se la comercializa, aunque aún en pequeñas cantidades, en tiendas naturistas a nivel nacional en diferentes presentaciones: de 250 gramos, 500 gramos y 1 kilogramo.	

12	ALMENDRA	**APRENDIZAJES Y DESAFÍOS** El estudio de la cadena de valor de a almendra chiquitana permitió identificar aquellos factores críticos que, al ser encarados como desafíos, posibilitarán el escalamiento de esta actividad productiva. ***Factores Críticos*** ● ***El transporte:*** Los recolectores deben recorrer distancias de 3 Km o más a pie y con las bolsas cargadas de frutas de almendra, de aproximadamente 45 kg. Consideran que el esfuerzo es muy alto para un rendimiento bajo del que obtienen 2,5 Kg de almendra por bolsa quintalera. ● ***El beneficiado:*** Requiere de innovaciones en maquinarias y herramientas para optimizar este proceso. ● ***Apoyo del sector público:*** Es necesario que las autoridades reconozcan el potencial económico que representa la producción de la almendra chiquitana como estrategia de desarrollo económico local y nacional. ● ***Nuevos actores comerciales:*** Ampliar la red de actores y cadenas de clientes, de manera que la actividad no dependa de una demanda reducida o se vea afectada por la salida de la cadena de alguno de ellos. ***Desafíos*** ● ***Involucrar al sector público*** en el apoyo a la cadena con recursos e infraestructura para el funcionamiento óptimo de la cadena, viendo en ello, como estrategia del desarrollo económico local. ● ***Mantener la recolección de la almendra como actividad familiar***, debido a la dispersión de los árboles, ocupación de tiempos libres y condiciones de beneficiado. ● Mejorar los procesos productivos que actualmente son cuellos de botella, como el beneficiado, transporte de los frutos y almacenamiento de la almendra. ● ***Diseñar e implementar una estrategia de posicionamiento*** de producto, destacando los atributos de calidad, sabor y valor energético. ● ***Potenciar*** la comercialización a nivel local y nacional con puntos de distribución masiva, de forma que los consumidores tengan un acceso continuo al producto. ● ***Desarrollar nuevas líneas de productos***, incorporando la almendra como alimento energético y nutracéutico natural, y otros. Esta diversificación puede aportar a la resiliencia de la producción de la almendra	

		• ***Potenciar la producción de almendra en sistemas agroforestales***, ya que concentra la cosecha, la pulpa del fruto sirve de alimento al ganado, produce alimentos y es otra fuente de otros ingresos para las familias. Además, reduce la presión en los bosques nativos.	
13	CUSI	**EL ACEITE DE CUSI** **La iniciativa** Hacia el año 2010, las mujeres de Palmarito de la Frontera, motivadas por insertarse en la actividad productiva de su comunidad y generar ingresos para sus familias, se iniciaron en la extracción del aceite cusi ante la existencia de gran cantidad de cusisales que estando cerca, estaban siendo aprovechados dentro de proyectos enfocados en el manejo integral del bosque. En vista de los logros obtenidos, la actividad se extendió a las comunidades de Santa Mónica y Palestina, donde se conformaron asociaciones de mujeres productoras de aceite de cusi. En 10 años, ellas han logrado consolidar sus emprendimientos, mejorando sus formas de producción con uso de maquinarias y herramientas para tener mayores y mejores resultados de sus esfuerzos, ya que el aceite de cusi es muy exigente en cada una de las etapas de producción, desde la cosecha, el transporte, el partido y selección. Así, la extracción y transformación del aceite de cusi ha sido el motor del crecimiento económico y personal de las damas productoras, quienes hoy son ejemplo de empoderamiento femenino, fruto de su esfuerzo y de la calidad de sus productos. Ellas han participado en la elaboración de una marca propia a nivel territorio; ahora las mujeres son conocidas por la elaboración de los diferentes productos, que son parte del mercado local y urbano de la ciudad de Santa Cruz.	**RECUADRO** Estudios satelitales indican que las superficies con presencia de Cusi en el departamento de Santa Cruz, con potencial para el aprovechamiento, alcanza un total de 231.097 has, de las cuales alrededor de 187 mil has, están en el área del proyecto ECCOS.
14	CUSI	**LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE CUSI** Tiene la particularidad de agrupar a mujeres de tres comunidades, bajo sus propias características organizativas, quienes han consolidado asociaciones de productoras. La cadena comprende la cosecha, la extracción del aceite virgen y su transformación para la elaboración de otros productos a partir de éste. ***Aprovisionamiento de materia prima*** La actividad inicia con la ***recolección*** de los cocos de la palmera en el bosque, seleccionando los frutos recién madurados y sanos para su ***traslado*** hasta las viviendas en la comunidad. En su tiempo libre, las familias hacen el ***partido de los frutos*** para extraer las almendras o calas que son sometidas a ***exposición al sol*** por espacio de al menos 2 días.	

		Las calas son ***molidas*** en molinos manuales y finalmente, la harina obtenida del molido, se lleva a la prensa hidráulica de la Asociación, para obtener por medio del ***prensado en frío***, el aceite virgen de Cusi. El aceite virgen de cusi, obtenido por las socias y las familias de la comunidad, es ***revisado*** en calidad y ***medido*** en cantidad para la compra en efectivo por la Asociación y su ***almacenamiento,*** en los espacios de producción establecida de los que cada asociación dispone. El aceite pasa por un proceso de ***decantación de impurezas***, para obtener aceite puro y transparente. Este producto es ***fraccionado y envasado*** en envases de 60 ml y aceite a granel o por litro, este último se comercializa generalmente a pedido.	
15	CUSI	***Operaciones de transformación*** La búsqueda de incrementar las ventas motivó a las asociaciones a ***agregar valor*** y crear otros productos utilizando el aceite de cusi como materia prima. En un tiempo menor a dos años pasaron por muchas etapas de pruebas y aprendizajes, para la elaboración de champú y crema de enjuague. En las tres asociaciones, alrededor del 90% las socias han sido capacitadas para realizar el proceso de transformación. El trabajo de elaborar champú y crema son parte de las labores de cada asociada, de manera que los ingresos que se genera por la venta son destinados para la reinversión en compra de materia prima e insumos. La **distribución** de los productos se realiza ya sea de manera directa ***del productor al consumidor;*** en tiendas locales; y a través en eventos o ferias itinerantes, locales, provinciales o departamentales y nacionales. La solicitud de pedidos se recepciona vía telefónica, a través de familiares de las socias, o mediante APCOB. El envío de pedidos se realiza a través de transporte interprovincial, contra pago bancario.	
16	CUSI	**BENEFICIOS** Como ***producto***, el aceite de cusi de Monteverde tiene la particularidad de ser extra virgen, ya que es obtenido de un primer prensado realizado en frío, razón por la que no tiene olor ni color, lo que lo diferencia de otros aceites ofertados en el medio. La producción del aceite de cusi tiene gran importancia en la ***economía de la comunidad***, donde son escasas las posibilidades de empleo e ingresos. El beneficio económico es mayor que emplearse para labores fuera del hogar; además, al brindar ingresos a las mujeres, las empodera social y económicamente.	RECUADRO Las mujeres en Actualmente, las comunidades indígenas que realizan la actividad de aprovechamiento del aceite de copaibo en el Territorio Indígena de Monte Verde son Santa Mónica, Río Blanco y El Rancho sus diferentes roles, tomaron la

		A nivel de asociaciones, éstas han aprendido el ***valor de la organización***, la delegación de funciones, el trabajo comunitario, la ***re inversión y distribución de ganancias*** y la búsqueda permanente de formas para ***optimizar los diferentes procesos de la cadena de valor***. En ella, la capacitación es una constante que motiva su trabajo. Para las familias de las comunidades, la participación en esta actividad además de la obtención del aceite, obtienen ***otros beneficios*** como el uso de la cáscara de los frutos como combustible; también elaboran artesanías y de la torta de la harina del fruto, una vez extraído el aceite, les sirve de alimento para sus animales.	
17	CUSI	**APRENDIZAJES Y DESAFÍOS** La identificación de los problemas a superar en las diferentes etapas de producción, ha motivado a la investigación e innovación técnica y tecnológica. Las mejoras en el quebrado de los cocos, con las partidoras de palanca; el molido de la almendra del cusi con molinos mecánicos y eléctricos; los sistemas de secado de las semillas y la selección de las mismas, además de mejoras en la prensa hidráulica y el filtrado de impurezas del aceite, han sido innovaciones que han permitido la producción del aceite virgen de cusi en mayor volumen, menor tiempo y mejor calidad. En la cadena de valor, con la producción actual se tiene márgenes de utilidad superiores al 45%. ***Desafíos*** ● **Estructuras organizativas y productivas fortalecidas,** para la administración eficiente de los recursos e implementación adecuada de los procesos de producción. ● Potenciar el trabajo bajo criterios de ***gestión empresarial en las organizaciones***, sin dejar de lado el enfoque comunitario, lo cual garantiza la sostenibilidad social y ambiental de los emprendimientos. ● Los diferentes productos ofertados son considerados artesanales, pero requieren de ***un proceso de estandarización y protocolos de producción***, para uniformizar la producción y calidad. ● Para mejorar la comercialización de los productos, requieren de ***estrategias que garanticen la distribución y venta.*** Es necesario que las asociaciones inviertan, en la promoción de los productos a través de medios masivos. ● Se necesita medidas acordadas, en las comunidades donde se encuentran las asociaciones, para garantizar la ***sostenibilidad del uso y protección de las palmeras de cusi***, ya que estas son la fuente principal de la materia prima de esta cadena.	

		• Para las asociaciones es necesario ***redefinir y reforzar las relaciones interinstitucionales***, públicas y privadas para sumar sus experiencias de apoyo y, no duplicar esfuerzos y recursos.	
18	COPAIBO	**EL ACEITE DE COPAIBO** **La iniciativa** En el año 2015, la comunidad indígena Río Blanco identificó un área con una mancha de árboles de copaibo que despertó el interés de las familias para su aprovechamiento. Fruto de ello, iniciaron la actividad luego de recibir el solicitado apoyo institucional a SNV Bolivia y técnicos del municipio de Concepción, mediante la utilización métodos y técnicas adaptados a partir de la experiencia de aprovechamiento del aceite de copaibo, impulsada por la FCBC. La técnica aplicada permite la extracción del aceite de copaibo mediante perforación del árbol, sin dañarlo reduciendo así la presión de aprovechamiento tanto para el árbol como para el bosque. Posteriormente la actividad se replicó a las comunidades de Santa Mónica y El Rancho, con apoyo de APCOB, en el fortalecimiento de la gestión técnica y socio-organizativa, además del trabajo con enfoque de cadena valor, centrando la atención de la búsqueda de nuevas áreas para mejorar la producción, y al poco tiempo, la diversificación de productos. Las mujeres de estas comunidades, tomaron la iniciativa de transformar la realidad productiva de su territorio. Con ello, también lograron rescatar los conocimientos culturales y medicinales que sumados a su espíritu emprendedor y de lucha como mujer indígena, las llevó a demandar su inclusión en las actividades productivas comunales, bajo el enfoque de manejo integral del bosque. El aceite por sí solo, ya es una fuente de ingreso importante para las familias, pero su potencial se extiende más allá, ya que se transforma en subproductos del aceite que generan ganancias adicionales, añadiendo valor a la cadena productiva con un margen de utilidad de hasta un 50%.	**RECUADRO** Actualmente, las comunidades indígenas que realizan la actividad de aprovechamiento del aceite de copaibo en el Territorio Indígena de Monte Verde son Santa Mónica, Río Blanco y El Rancho.

20	COPAIBO	**LA CADENA DE VALOR DEL ACEITE DE COPAIBO** La ***identificación*** de la mancha de árboles**,** ***georreferenciación*** y ***registro*** de cada árbol, es el primer paso en el proceso de producción, que continúa con la ***perforación del tronco*** con una broca-barreno, de forma manual o usando un taladro eléctrico, ambas técnicas de fácil manejo y dominadas por los comunarios. Una vez perforado el árbol, se coloca un ***sistema de recolección*** del aceite, usando un caño de PVC y su tapa. La ***recolección del aceite*** se realiza quitando la tapa del caño de PVC, de donde mana aceite y agua de copaibo, productos que se deben ***envasar y registrar*** de forma separada y por cada árbol. El monitoreo y control del área de cosecha es realizado semanalmente, para evitar robos y daños a los caños de cosecha por la fauna silvestre. La recolección se realiza entre uno y dos meses de cada cosecha. El volumen de producción mensual de aceite oscila entre 5 ml y 100ml/mes. El siguiente paso es el ***acopio*** del agua y aceite ya separados, para ***la decantación de impurezas,*** mejorando así su calidad antes de realizar el ***fraccionamiento*** para finalizar con el ***envasado y etiquetado*** del producto.	**RECUADRO** En las comunidades EL Rancho, Río Blanco y Santa Mónica, las responsables de la cosecha, registro, envasado y comercializado del aceite de copaibo son las mujeres, organizadas en asociaciones de productoras.
21	COPAIBO	***Operaciones de transformación*** El proceso de ***transformación y agregación de valor*** utiliza como mano de obra a las mujeres de las asociaciones, quienes fueron debidamente capacitadas para asumir la responsabilidad de elaboración de todos los productos. A partir del ***aceite de copaibo*** se elaboran ***pomada y cápsulas*** de copaibo, la primera de gran aceptación en el mercado por su efectividad para curar dolores musculares. El ***agua de copaibo*** es utilizada como materia prima para la elaboración de ***champú, jabón líquido y jabón en barra***, con propiedades antimicóticas, anti acné, antialérgicas y anti pitaí. El aceite y los sub productos elaborados en las comunidades se ***trasladan a los centros poblados*** más cercanos para la distribución a los consumidores, siendo los puntos iniciales de ***distribución*** las casas comunales de cada asociación, ya sea por distribución y venta directa; así mismo se tiene ***exposición y venta*** de productos en oficinas de APCOB (Concepción y Santa Cruz) y la oferta en eventos y ferias itinerantes a nivel local y departamental.	
22	COPAIBO	**BENEFICIOS** La extracción del aceite de copaibo abrió la oportunidad de realizar un ***uso integral*** de los recursos del bosque desde un enfoque de cadena de valor, que además asegura la ***sostenibilidad ambiental*** por la baja intensidad y técnica de aprovechamiento no destructivo del árbol.	El árbol que antes era utilizado como madera para la construcción, hoy es protegido para la obtención de un aceite, con buena demanda, calidad y excelente relación costo/beneficio

		A nivel comunal, se han establecido normas internas que garantizan la ***protección de los árboles*** por parte de las comunidades beneficiarias. Desde el aspecto ***social***, las mujeres encargadas del aprovechamiento, han conformado organizaciones consolidadas con amplio respaldo de sus comunidades y se han consolidado como lideresas capaces de generar cambios positivos en el núcleo familiar y comunal. Desde el punto de vista ***financiero,*** la actividad es rentable, se tiene un margen de utilidad que llega al 50%. El beneficio económico obtenido del aprovechamiento del copaibo se traduce ***en mejoras para las familias y la comunidad en genera***l, potenciando su uso con el ***desarrollo de subproductos*** del aceite.	
23	COPAIBO	**APRENDIZAJES Y DESAFÍOS** Dentro del conjunto de aprendizajes, identificados como factores de éxito para el desarrollo y crecimiento de la cadena de valor del copaibo, sobresalen aspectos relacionados a las organizaciones, a saber: Las organizaciones de productores cuentan con ***estructuras simples, viables y reconocidas*** por sus pares en el nivel comunal y territorial. Las tres organizaciones productivas en la cadena de valor de copaibo, han avanzado en su consolidación e independencia, en el marco de su estructura comunal. Los emprendimientos de la cadena de valor de copaibo, al mantener el ***enfoque comunitario*** en la administración, producción y comercialización, garantizan beneficios para todas las familias de la comunidad, sostenibilidad de las asociaciones y su llegada a mercados comerciales con un sello propio. Por otro lado, se destaca el fortalecimiento de ***las relaciones sociales comunales*** en torno a intereses comunes: respecto de sus recursos naturales; distribución general y equitativa de los que se derivan de la utilización de los ***conocimientos tradicionales, las innovaciones, la capacitación constante y el aprovechamiento del bosque***. ***Desafíos*** ● **Recursos humanos capacitados,** mediante la actualización de estos conocimientos y la innovación hacia nuevas tecnologías, para que estén preparados para adaptarse a los cambios del contexto.	

		• **Acuerdos de provisión de materia prima con la comunidad,** para garantizar la producción y sostenibilidad del emprendimiento. • **Disponibilidad de infraestructura física adecuada,** que reúna las condiciones necesarias para garantizar la inocuidad y calidad, en los procesos de producción y almacenamiento, para las diferentes líneas del producto. • **Innovación tecnológica permanente,** que permitan optimizar los procesos productivos, a nivel tecnológico, investigativo y capacitación de recursos humanos, reconociendo la experiencia y aprendizajes de otros emprendimientos, para así superarlos y mejorar sus acciones. • **Presencia activa en espacios de distribución,** con el objetivo de ampliar la red de clientes y llegar a nuevos mercados. **Estrategias de marca para los productos,** estandarizar los protocolos, procesos de producción, con criterios de calidad entre las tres asociaciones productivas de copaibo. Así mismo, es necesario que, una vez colocado un producto en el mercado, se mantenga su imagen y presentación.	
24	MADERA	**LA MADERA** **La iniciativa** La Chiquitanía, por la riqueza de sus bosques, ha desarrollado la vocación maderera en la mayor parte de sus comunidades; sin embargo, limitadas por las altas inversiones requeridas para contar con la tecnología necesaria, la mayoría de ellas se limitan ser proveedoras de materia prima a través de la venta de árboles en pie a clientes externos que se encargan de los procesos de transformación. El cambio de paradigma se dio en la comunidad de Santa Mónica, que ahora cuenta con una superficie aprobada de 5.388 Ha y un área de aprovechamiento anual (AAA) de 326 Has de las que extrae un promedio de 4 mil metros cúbicos de madera en tronca. Esto es el resultado de más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque, con la visión de avanzar en la cadena y agregar valor en ella y en toda su comuna. El emprendimiento se inició con el apoyo de la Asociación Forestal Indígena Nacional (AFIN) y Bosques del Mundo (BDM), lo que les permitió articularse en toda la cadena de la madera, desde la cosecha de árboles en el bosque, hasta la elaboración de productos finales en la carpintería artesanal, en un esfuerzo y trabajo conjunto de hombres y mujeres organizados que han desarrollado un modelo empresarial comunitario, con un margen de ganancia aproximado del 65%.	RECUADRO Santa Mónico consolidó la Organización Forestal Comunitaria, desarrollando buenas prácticas a partir de una sólida estructura organizativa.

25	MADERA	**LA CADENA DE VALOR DE LA MADERA** Las operaciones de transformación, cuentan con las siguientes acciones: ***Aprovechamiento Forestal*** El proceso inicia con la gestión de aprobación del Plan General de Manejo Forestal (PGMF) a partir del cual, se determina la canasta de especies a aprovecharse, diámetro mínimo de corta e intensidad de aprovechamiento. Con el censo forestal se realiza un deslinde del área de aprovechamiento anual (AAA) y luego se elabora el Plan Operativo Anual Forestal (POAF), que es presentado a la ABT, para su evaluación y respectiva aprobación. El PGMF genera empleo de forma eventual para hombres y mujeres de la comunidad. Los clientes son empresas con aserradero asentado en Concepción e intermediarios, quienes compran las maderas del PGMF de acuerdo a un contrato establecido. Santa Mónica cuenta con una organización (comité forestal) que realiza las gestiones respectivas para la actividad forestal: aprobación del POAF, ejecución del aprovechamiento forestal, administración y rendición de cuentas, distribución y re inversión de los recursos generados. ***Prestación de servicios de rodeo*** A través de la creación de su propia empresa de servicios de transporte y rodeo, Santa Mónica tiene otro agregado en la cadena de valor de la madera. Esta instancia cuenta con una estructura organizativa propia y autónoma, encargada de realizar los acuerdos de prestación de servicios con otras comunidades y/o empresas; además de la rendición de cuentas que se realiza en asamblea con toda la comunidad. El rodeo se realiza en base al mapa de aprovechamiento del POAF que comprende la identificación de árboles, apertura de la pista de arrastre principal y arrastre de troncas hasta el patio de rodeo o acopio, donde son divididas y saneadas para ser cubicadas y despachadas a los compradores: comunidades aledañas que cuentan con PGMF y realizan aprovechamiento forestal y empresas e intermediarios locales de Concepción.	Actualmente la modalidad de venta se denomina “árbol en tronca, saneado en rodeo”, lo que significa que la comunidad se encarga del corte, arrastre y saneado de las troncas extraídas.
26	MADERA	***Carpintería artesanal*** De reciente creación, cuenta con una estructura muy pequeña para su funcionamiento y se provee de materia prima madera de los planes de chaqueo y la recuperación de gajos y árboles muertos que, dentro de la fase de transformación de la cadena de valor de la madera, se transforman en muebles, puertas, marcos, ventanas y utensilios domésticos, para la comunidad y el mercado. La madera aserrada es recibida en su patio de secado, donde el responsable de la carpintería verifica la calidad, humedad y dimensión de la madera a procesar en el taller de la carpintería. Dado el caso, la madera pasa a la cámara de secado solar. La carpintería cuenta con personal capacitado en la escuela taller del Vicariato de Concepción, formación que garantiza la calidad del trabajo en las diferentes líneas de muebles.	

		Para la producción, la carpintería cuenta con un galpón donde se encuentra la maquinaria necesaria para transformación de la madera, además de un secador solar para acondicionar la humedad y un generador eléctrico para el funcionamiento de las máquinas. **BENEFICIOS** Una gran parte de las ganancias es destinada a fines sociales en la comunidad, como la atención de la salud de todas las familias, un fondo para la educación, así como bonos para los abuelos y madres solas de la comunidad. El saldo de las utilidades era destinado a inversiones en otras actividades productivas, definidas en asamblea por la comunidad. Con las utilidades del manejo forestal, se adquirió un skidder, un camión y una camioneta, que en adelante pasó a ser la "Empresa prestadora de servicios de transporte y rodeo de la madera", de propiedad y administrada por la comunidad. Esta empresa presta sus servicios a la comunidad y en otras comunidades del territorio. Es una empresa es autónoma, cuenta con su propio directorio y rinde cuentas a la Asamblea Comunal de Santa Mónica.	
27	CONTRATAPA	**APRENDIZAJES Y DESAFÍOS** Para mejorar su competitividad, la comunidad de Santa Mónica debe enfocarse en: **Mantener la solidez de su sistema organizativo,** para garantizar la participación, control y transparencia en todos los emprendimientos en la comunidad. **Desarrollo de capacidades** en hombres, mujeres y jóvenes de la comunidad, tanto en las prácticas del manejo en el bosque, como en el área administrativa para lograr la autogestión de sus emprendimientos empresariales. **Innovación y tecnología,** con base en la capacidad de gestión de la comunidad. En el área de transformación, se requieren protocolos y guías específicas de procedimientos en la producción. **Consolidación de acuerdos formales,** para exigir el cumplimiento de los contratos con los clientes. **Fortalecer las actividades de Marketing y ventas,** en búsqueda de clientes con grandes demandas que garanticen un funcionamiento sostenido y la consolidación de alianzas estratégicas hacia nuevos mercados. El **establecimiento de redes** de colaboración, entre instituciones y emprendimientos similares, para el intercambio de experiencias y manejar ofertas conjuntas, para avanzar en escalas de mercado, así como también, el mantener redes con otros actores externos, que fortalezcan la innovación, aplicación de buenas prácticas, la investigación y/o garanticen la comercialización del producto.	
28	RETIRA	Esta cartilla es parte de la campaña de comunicación **"Del Bosque Chiquitano"**, diseñada para difundir las experiencias registradas sobre estas cadenas de valor, por su aporte al desarrollo productivo de la Chiquitanía y el enorme potencial que representan para su réplica en otras zonas y comunidades.	

❖ CALENDARIO. GUIÓN NARRATIVO

MES	PRODUCTO	TEXTO	IMAGEN
PORTADA		Logo ECCOS – Campaña de difusión Del Bosque Chiquitano **CALENDARIO 2021 - 2022**	**Foto aérea del bosque chiquitano.** **Collage de los productos**
RETIRA		El proyecto **ECCOS** busca que todos los chiquitanos reconozcamos el valor de nuestros ecosistemas, adaptándonos a los cambios en el clima para mejorar la forma en que aprovechamos los frutos del bosque y los transformamos, porque así le sumamos valor a la riqueza de nuestro bosque chiquitano. Con ese fin, el proyecto desarrolló investigaciones participativas que describen los diferentes eslabones de las cadenas de valor de nuestros principales productos: el aceite de cusi, el aceite de copaibo, el café, la madera y la almendra chiquitana; prácticas que siendo sostenibles y con una destacada presencia de la mujer chiquitana, aportan desde nuestras comunidades a la gestión integral de todo el territorio chiquitano. La campaña de comunicación ***"Del Bosque Chiquitano",*** es el medio para difundir las experiencias registradas sobre estas cadenas de valor, por su aporte al desarrollo productivo de la Chiquitanía y el enorme potencial que representan, para su réplica en otras zonas y comunidades.	**Foto aérea de Monte Verde**
JUNIO 2021	CAFÉ ***Quiénes y cómo lo hacen***	El clima, el suelo, las buenas prácticas en el cultivo y la transformación son las razones por las que Monte Verde produce un café de tan alta calidad. La especie que se produce es la Arábica, con variedades Catuai amarillo y rojo. Las experiencias acumuladas en 17 años han consolidado el trabajo de los 22 productores de 7 comunidades, estos hombres y mujeres, que comparten el orgullo de elaborar el Café Makanaté, calificado con 80 puntos en sabor, aroma y cuerpo en las catas de taza aplicadas.	Foto de familias cosechando café
JULIO 2021	CAFÉ ***El proceso de la cadena de valor: materia***	El cultivo del café se realiza en combinación con otras especies agrícolas, frutales y forestales, de manera que los cafetales se desarrollen bajo sombra, y que además al no usarse ningún tipo de químicos para abonar la tierra, garantiza su cualidad de producto orgánico.	Foto de comunaria tostando granos de café.

	prima-transformación	Doña María y sus hijos, al igual que otras familias productoras, trasladan los granos maduros de café hasta su casa. Allí hacen el pre-beneficiado, que consiste retirar la pulpa, fermentarla y secarla, para llevarla hasta la sede de la Asociación de Productores de Café de Concepción (APCC), donde se realiza el despergaminado, tostado, molido y envasado del café, listo para su distribución y venta.	
AGOSTO 21	CAFÉ ***Lecciones aprendidas – buenas prácticas***	En las parcelas establecidas en Monteverde se combinan cultivos de corto plazo para la alimentación diaria de las familias: el café, como generador de ingresos seguros; y los árboles frutales y maderables, como cosecha de mediano y largo plazo. Con este sistema se busca la conservación de los suelos, el agua, la flora y fauna que permitan una mayor producción de café, con diferentes ofertas, además del tostado en grano o molido. Para que, en suma, estas manos chiquitanas construyan su propio desarrollo social y económico.	Foto de cafetales con frutos maduros
SEPTIEMBRE 21	CAFÉ ***Productos derivados – datos comerciales***	Con el aroma del bosque, este producto 100% chiquitano lleva el nombre **MAKANATÉ**, que en bésiro significa ***triunfo,*** como el principal valor que dirige las acciones de la APCC, para ofrecer su café en las variedades de ***tostado americano,*** con un alto contenido en cafeína; y el tostado italiano, que, si bien es más intenso en sabor y aroma, tiene menor contenido de cafeína. El café **MAKANATÉ**, tostado y molido, se comercializa en presentaciones de 100, 250 y 500 grs. El tostado en grano, se encuentra en envases de 1 Kg. Esta última fase de producción hasta el envasado, genera empleos a mujeres jóvenes y madres de familia que gozan de mejores condiciones económicas y sociales para el crecimiento de su entorno y de sus comunidades en general.	Mujeres envasando el café.
OCTUBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Quiénes y cómo lo hacen***	Por el año 2010, estas mujeres de Palmarito de la Frontera se organizaron para ser parte de la actividad productiva, generando ingresos para sus familias y la comunidad. Fue a partir de los proyectos enfocados en el manejo integral del bosque que se iniciaron en la extracción del aceite	

		cusi, que en breve se extendió a las comunidades de Santa Mónica y Palestina. En 10 años, ellas han logrado consolidar sus emprendimientos, mejorando sus formas de producción con uso de maquinarias y herramientas para tener mayores y mejores resultados de sus esfuerzos. Han incorporado en sus vidas nuevos criterios: empoderamiento y calidad.	
NOVIEMBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Procesos***	El aceite de cusi de Monteverde tiene la particularidad de ser extra virgen, obtenido de un primer prensado realizad en frío, por ello no tiene olor ni color, a diferencia de otros. Luego de la cosecha y transporte de los frutos a sus viviendas, los productores parten uno a uno los frutos para extraer y seleccionar las calas venciendo así, a fuerza de conocimiento y experiencia, la parte más pesada del proceso. Los canchones dejan de ser espacios de recreo, ahora son áreas de secado de lo que en pocos días será "platita" para la casa. Volver a seleccionar, moler, prensar, envasar es ya la rutina que las lleva al laboratorio, donde siguen recetas y fórmulas para la elaboración del champú y crema de enjuague con el aceite extraído, igual de puros y naturales, con la esencia del bosque chiquitano.	
DICIEMBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	Motivadas y con la autoestima fortalecida, las comunarias han agregado valor a su producción mediante la capacitación constante en la elaboración de nuevos productos, pasando por muchas etapas de pruebas y aprendizajes para garantizar una fórmula ideal de los productos, principalmente del champú. Ellas han diseñado un nuevo modo de vida para sí mismas y sus familias. Son productoras, jefas de hogar y comparten sus nuevos saberes y ganancias con toda su comunidad; ellas generan desarrollo y su producción es reconocida en el ámbito local y municipal, llegando al mercado departamental, en el que ya cuentan con consumidores fijos de su línea, con nombre y personalidad propios: ***Atalea***.	

ENERO 22	ACEITE DE CUSI ***Productos derivados Datos comerciales***	Con el sello MONTEVERDE como marca matriz de los productos naturales del bosque chiquitano, se representan la producción sostenible y la conservación de la naturaleza del territorio que se ven plasmados en la forma en que las comunidades han logrado mejorar su calidad de vida. La Línea Atalea, incluye el aceite de cusi extra virgen, comercializados en envases de 60 ml y por litro; además del champú y la crema de enjuague, como productos cosméticos de primera necesidad para sus consumidores.	
FEBRERO 22	ALMENDRA ***Quiénes y cómo lo hacen***	En el año 2004, la **FCBC**, al reconocer el potencial de la almendra chiquitana, realizó proyectos que al mismo tiempo de aprovechar los frutos del bosque sean una alternativa de generación de ingresos económicos para las familias, teniendo una actividad complementaria a sus usos y costumbres tradicionales. Las primeras acciones se desarrollaron en alianza con MINGA años más tarde productores de Concepción y San Matías replicaron las experiencias. Para el año 2012 el área de cosecha de almendra se amplió a los municipios de Lomerío y San Matías. Al principio solo algunos miembros de la familia participaban en la cosecha de la almendra. Ahora, viendo los beneficios, se suman mujeres y jóvenes, además de hombres adultos. La calidad de los centros de acopio y la introducción de máquinas quebradoras que facilitan la extracción de la semilla y las tostadoras facilitan el trabajo, lo que motiva a otras comunidades de la Chiquitania a unirse y hacer suya la recolección de almendra chiquitana.	Foto de grupo familiar en la cosecha de la almendra
MARZO 22	ALMENDRA ***Procesos***	La almendra es cuidadosamente seleccionada y clasificada en los centros de acopio instalados en cada comunidad. Aproximadamente el 70% del grano que sale del almacén se vende como grano entero y de primera calidad y un 20% se caracteriza como grano partido o almendra de segunda calidad. Este pequeño porcentaje es aprovechado por ancianos y niños, quienes se incorporan a la cadena de valor, con la producción y venta local de la almendra chiquitana.	Familia clasificando las semillas de almendra Cúmulo de almendras en centro de acopio

		El transporte se hace a pura fuerza humana, sobre la espalda o empujando una carretilla. Lo principal es respetar el bosque que provee de un fruto único, con alto valor nutricional, del que además se obtiene diversos productos derivados como la harina de almendra, confite, aceite, mermelada y chicha de almendra.	
ABRIL 22	ALMENDRA ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	Conservando su pureza de origen, el tratamiento de la almendra chiquitana combina técnicas tradicionales y tecnología en el quebrado, para la extracción de las semillas y el tostado, que en algunas comunidades aún es realizado en tinajas, en tostadora de cilindro y en otras, en máquinas tostadoras de café industriales o semi industriales. La producción es vendida a la empresa brasileña BARUKAS que la exporta hacia Estados Unidos. Llevamos 17 años de aprendizajes centrados en mejorar cada etapa de la producción, trabajando de manera organizada como familias y a nivel comunidad. Fieles a nuestras tradiciones, respetamos el bosque y su diversidad, no lo forzamos, tomamos de él lo que nos ofrece y con nuestro esfuerzo tenemos una alternativa para vivir mejor, preservando nuestros saberes, costumbres y el contacto con el territorio que habitamos.	Señora tostando almendra en tinaja
MAYO 22	ALMENDRA ***Productos derivados Datos comerciales***	La etiqueta “Chiquitano Premium Varietale” es la que distingue a la almendra chiquitana. Es un producto de alta calidad tomado directamente del bosque de manera sostenible para garantizar la conservación de la naturaleza, lo que permite, además, que las comunidades indígenas productoras promuevan la conservación de sus valores culturales. La almendra chiquitana tiene un excelente potencial de aceptación en la creciente demanda de productos orgánicos y nutritivos. Por ello se la comercializa, aunque aún en pequeñas cantidades, en tiendas naturistas a nivel nacional.	Foto de empaque comercial de la almendra. Display en lugares de expendio
JUNIO 22	ACEITE DE COPAIBO	Ellas, lideresas chiquitanas y pioneras en sus comunidades, tomaron la iniciativa de transformar la realidad productiva de su territorio, rescatando conocimientos culturales y medicinales que, sumados a su	

	Quiénes y cómo lo hacen	espíritu emprendedor y de lucha como mujeres indígenas, las llevó a hacer escuchar sus demandas para desarrollarse en una actividad productiva que les permita capacitarse, cuidar el bosque y obtener ingresos económicos adicionales. Alrededor de 40 familias de las comunidades de Río Blanco, Santa Mónica y El Rancho han desarrollado la extracción del aceite y agua de copaibo de una forma que no daña al árbol y les permite crear nuevos productos. Son parte de la cadena de valor del aceite de copaibo: usan y transforman lo que el bosque chiquitano les provee, en productos de uso medicinal y cosmético.	
JULIO 22	ACEITE DE COPAIBO ***Procesos***	Con estas iniciativas, las comunidades del territorio indígena de Monte Verde realizan un manejo y cuidado de las áreas de copaibo. Los árboles ya no son vistos sólo como madera de construcción, ahora son altamente apreciados por las familias, como fuente de medicina natural y de ingresos económicos. Identificadas las manchas de árboles, se hace la perforación con broca y colocación de los tubos de pvc donde se almacena la oleorresina que es cosechada cada uno o dos meses. Separar, purificar y transformar el agua y el aceite, son los pasos previos para la transformación en pomada, champú y jabones.	
AGOSTO 22	ACEITE DE COPAIBO ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	La cadena productiva del copaibo se caracteriza por la técnica de aprovechamiento no destructiva del árbol; además de que se aplican buenas prácticas, tales como la protección de semilleros y el cuidado de la regeneración natural del bosque. En lo organizativo, los productores comparten el trabajo y las ganancias entre todos y de forma equitativa. Para cada familia, a los beneficios económicos y ambientales, se suma la recuperación de conocimientos tradicionales, junto al aprovechamiento sostenible del bosque, lo que les permite la búsqueda de innovaciones técnicas y de transformación en productos derivados como el champú, jabón líquido y en barra, etc.	

SEPTIEMBRE 22	ACEITE DE COPAIBO ***Productos derivados*** ***Datos comerciales***	Bajo la marca matriz MONTEVERDE, las asociaciones productoras de aceite de copaibo y sus derivados participaron de la definición de su propia línea de productos, hoy identificados con el nombre de KOPAIBO. Con la línea KOPAIBO ellas definen su identidad y marcan su presencia comercial, tan apreciadas por las cualidades medicinales y cosméticas, además de la pureza en la elaboración del Jabón Líquido (250 ml), Champú anticaspa (250 ml), jabón en barra (50 – 100 grs) y el aceite puro en su presentación de 30 ml.	
OCTUBRE 22	MADERA	La comunidad de Santa Mónica, lleva más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque, tiempo en el que ha pasado de la venta de árboles en pie a la transformación de la madera en productos terminados. Cuenta con una superficie aprobada de aprovechamiento anual de 326 Ha, de las que aprovecha casi 4 mil metros cúbicos de madera en tronca. Además, es dueña de una empresa de prestación de servicios para el arrastre de troncas en el bosque y una carpintería artesanal instalada en la comunidad.	
NOVIEMBRE 22	MADERA ***Procesos***	El esfuerzo y trabajo conjunto de hombres y mujeres organizados que han desarrollado un modelo de empresa comunitaria, se refleja en cada una de las actividades de la cadena productiva de la madera chiquitana, que les otorga un margen de ganancia aproximado del 65%. Partiendo del plan general de manejo forestal, el censo identifica los árboles con el tamaño permitido para su corte. La comunidad se encarga del tumbado del árbol, del arrastre hasta patio de rodeo donde las troncas son saneadas. La madera que queda en el monte es recuperada en la carpintería artesanal donde se transforma en muebles, puertas, ventanas y utensilios domésticos, para la comunidad y el mercado.	
DICIEMBRE 22	MADERA	Santa Mónica demostró que la mejor forma de aprovechar y a la vez defender su territorio, es a través de planes de manejo forestal en sus bosques. Las buenas prácticas como el uso de tecnología simple, de bajo	

	Lecciones aprendidas. Beneficios	costo ya accesible a todos los comunarios le agrega valor a la actividad maderera, en la cosecha y venta de troncas, así como la recuperación y transformación de madera que queda en el monte, generando empleos para hombres y mujeres. Una buena parte de las ganancias logradas de la cadena de la madera es destinada a fines sociales en la comunidad, como la atención sanitaria de todas las familias, un fondo para la educación, bonos para los abuelos y madres solas. El saldo de las utilidades es invertido en otras actividades productivas.	
RETIRA	MADERA ***Productos derivados*** ***Datos comerciales***	Como actividad comercial, Santa Mónica hace el aprovechamiento de la madera del bosque chiquitano a través del Plan de Manejo Forestal de la comunidad; cuenta además con su propia Empresa de Servicios de Transporte y Rodeo de Madera y finalmente la fabricación de artesanías y utensilios en su carpintería, equipada con sus propios hornos de secado.	
CONTRAPORTADA		Logo ECCOS – Financiadores – Consorcio -	
MES	**PRODUCTO**	**TEXTO**	**IMAGEN**
PORTADA		Logo ECCOS – Campaña de difusión Del Bosque Chiquitano **CALENDARIO 2021 - 2022**	**Foto aérea del bosque chiquitano. Collage de los productos**
RETIRA		El proyecto **ECCOS** busca que todos los chiquitanos reconozcamos el valor de nuestros ecosistemas, adaptándonos a los cambios en el clima para mejorar la forma en que aprovechamos los frutos del bosque y los transformamos, porque así le sumamos valor a la riqueza de nuestro bosque chiquitano. Con ese fin, el proyecto desarrolló investigaciones participativas que describen los diferentes eslabones de las cadenas de valor de nuestros principales productos: el aceite de cusi, el aceite de copaibo, el café, la madera y la almendra chiquitana; prácticas que siendo sostenibles y con una destacada presencia de la mujer chiquitana, aportan desde nuestras comunidades a la gestión integral de todo el territorio chiquitano.	**Foto aérea de Monte Verde**

		La campaña de comunicación ***"Del Bosque Chiquitano",*** es el medio para difundir las experiencias registradas sobre estas cadenas de valor, por su aporte al desarrollo productivo de la Chiquitanía y el enorme potencial que representan, para su réplica en otras zonas y comunidades.	
JUNIO 2021	CAFÉ ***Quiénes y cómo lo hacen***	El clima, el suelo, las buenas prácticas en el cultivo y la transformación son las razones por las que Monte Verde produce un café de tan alta calidad. La especie que se produce es la Arábica, con variedades Catuai amarillo y rojo. Las experiencias acumuladas en 17 años han consolidado el trabajo de los 22 productores de 7 comunidades, estos hombres y mujeres, que comparten el orgullo de elaborar el Café Makanaté, calificado con 80 puntos en sabor, aroma y cuerpo en las catas de taza aplicadas.	Foto de familias cosechando café
JULIO 2021	CAFÉ ***El proceso de la cadena de valor: materia prima-transformación***	El cultivo del café se realiza en combinación con otras especies agrícolas, frutales y forestales, de manera que los cafetales se desarrollen bajo sombra, y que además al no usarse ningún tipo de químicos para abonar la tierra, garantiza su cualidad de producto orgánico. Doña María y sus hijos, al igual que otras familias productoras, trasladan los granos maduros de café hasta su casa. Allí hacen el pre-beneficiado, que consiste retirar la pulpa, fermentarla y secarla, para llevarla hasta la sede de la Asociación de Productores de Café de Concepción (APCC), donde se realiza el despergaminado, tostado, molido y envasado del café, listo para su distribución y venta.	Foto de comunaria tostando granos de café.
AGOSTO 21	CAFÉ ***Lecciones aprendidas – buenas prácticas***	En las parcelas establecidas en Monteverde se combinan cultivos de corto plazo para la alimentación diaria de las familias: el café, como generador de ingresos seguros; y los árboles frutales y maderables, como cosecha de mediano y largo plazo. Con este sistema se busca la conservación de los suelos, el agua, la flora y fauna que permitan una mayor producción de café, con diferentes ofertas, además del tostado en grano o molido. Para que, en suma, estas manos chiquitanas construyan su propio desarrollo social y económico.	Foto de cafetales con frutos maduros

SEPTIEMBRE 21	CAFÉ ***Productos derivados – datos comerciales***	Con el aroma del bosque, este producto 100% chiquitano lleva el nombre **MAKANATÉ**, que en bésiro significa ***triunfo,*** como el principal valor que dirige las acciones de la APCC, para ofrecer su café en las variedades de ***tostado americano,*** con un alto contenido en cafeína; y el tostado italiano, que, si bien es más intenso en sabor y aroma, tiene menor contenido de cafeína. El café **MAKANATÉ**, tostado y molido, se comercializa en presentaciones de 100, 250 y 500 grs. El tostado en grano, se encuentra en envases de 1 Kg. Esta última fase de producción hasta el envasado, genera empleos a mujeres jóvenes y madres de familia que gozan de mejores condiciones económicas y sociales para el crecimiento de su entorno y de sus comunidades en general.	Mujeres envasando el café.
OCTUBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Quiénes y cómo lo hacen***	Por el año 2010, estas mujeres de Palmarito de la Frontera se organizaron para ser parte de la actividad productiva, generando ingresos para sus familias y la comunidad. Fue a partir de los proyectos enfocados en el manejo integral del bosque que se iniciaron en la extracción del aceite cusi, que en breve se extendió a las comunidades de Santa Mónica y Palestina. En 10 años, ellas han logrado consolidar sus emprendimientos, mejorando sus formas de producción con uso de maquinarias y herramientas para tener mayores y mejores resultados de sus esfuerzos. Han incorporado en sus vidas nuevos criterios: empoderamiento y calidad.	
NOVIEMBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Procesos***	El aceite de cusi de Monteverde tiene la particularidad de ser extra virgen, obtenido de un primer prensado realizad en frío, por ello no tiene olor ni color, a diferencia de otros. Luego de la cosecha y transporte de los frutos a sus viviendas, los productores parten uno a uno los frutos para extraer y seleccionar las calas venciendo así, a fuerza de conocimiento y experiencia, la parte más pesada del proceso. Los canchones dejan de ser espacios de recreo, ahora son áreas de secado de lo que en pocos días será “platita” para la casa. Volver a seleccionar,	

		moler, prensar, envasar es ya la rutina que las lleva al laboratorio, donde siguen recetas y fórmulas para la elaboración del champú y crema de enjuague con el aceite extraído, igual de puros y naturales, con la esencia del bosque chiquitano.	
DICIEMBRE 21	ACEITE DE CUSI ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	Motivadas y con la autoestima fortalecida, las comunarias han agregado valor a su producción mediante la capacitación constante en la elaboración de nuevos productos, pasando por muchas etapas de pruebas y aprendizajes para garantizar una fórmula ideal de los productos, principalmente del champú. Ellas han diseñado un nuevo modo de vida para sí mismas y sus familias. Son productoras, jefas de hogar y comparten sus nuevos saberes y ganancias con toda su comunidad; ellas generan desarrollo y su producción es reconocida en el ámbito local y municipal, llegando al mercado departamental, en el que ya cuentan con consumidores fijos de su línea, con nombre y personalidad propios: ***Atalea***.	
ENERO 22	ACEITE DE CUSI ***Productos derivados Datos comerciales***	Con el sello MONTEVERDE como marca matriz de los productos naturales del bosque chiquitano, se representan la producción sostenible y la conservación de la naturaleza del territorio que se ven plasmados en la forma en que las comunidades han logrado mejorar su calidad de vida. La Línea Atalea, incluye el aceite de cusi extra virgen, comercializados en envases de 60 ml y por litro; además de el champú y la crema de enjuague, como productos cosméticos de primera necesidad para sus consumidores.	
FEBRERO 22	ALMENDRA ***Quiénes y cómo lo hacen***	En el año 2004, la **FCBC**, al reconocer el potencial de la almendra chiquitana, realizó proyectos que al mismo tiempo de aprovechar los frutos del bosque sean una alternativa de generación de ingresos económicos para las familias, teniendo una actividad complementaria a sus usos y costumbres tradicionales. Las primeras acciones se desarrollaron en alianza con MINGA años más tarde productores de Concepción y San Matías replicaron las experiencias. Para el año 2012 el	Foto de grupo familiar en la cosecha de la almendra

		área de cosecha de almendra se amplió a los municipios de Lomerío y San Matías. Al principio solo algunos miembros de la familia participaban en la cosecha de la almendra. Ahora, viendo los beneficios, se suman mujeres y jóvenes, además de hombres adultos. La calidad de los centros de acopio y la introducción de máquinas quebradoras que facilitan la extracción de la semilla y las tostadoras facilitan el trabajo, lo que motiva a otras comunidades de la Chiquitania a unirse y hacer suya la recolección de almendra chiquitana.	
MARZO 22	ALMENDRA ***Procesos***	La almendra es cuidadosamente seleccionada y clasificada en los centros de acopio instalados en cada comunidad. Aproximadamente el 70% del grano que sale del almacén se vende como grano entero y de primera calidad y un 20% se caracteriza como grano partido o almendra de segunda calidad. Este pequeño porcentaje es aprovechado por ancianos y niños, quienes se incorporan a la cadena de valor, con la producción y venta local de la almendra chiquitana. El transporte se hace a pura fuerza humana, sobre la espalda o empujando una carretilla. Lo principal es respetar el bosque que provee de un fruto único, con alto valor nutricional, del que además se obtiene diversos productos derivados como la harina de almendra, confite, aceite, mermelada y chicha de almendra.	Familia clasificando las semillas de almendra Cúmulo de almendras en centro de acopio
ABRIL 22	ALMENDRA ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	Conservando su pureza de origen, el tratamiento de la almendra chiquitana combina técnicas tradicionales y tecnología en el quebrado, para la extracción de las semillas y el tostado, que en algunas comunidades aún es realizado en tinajas, en tostadora de cilindro y en otras, en máquinas tostadoras de café industriales o semi industriales. La producción es vendida a la empresa brasileña BARUKAS que la exporta hacia Estados Unidos. Llevamos 17 años de aprendizajes centrados en mejorar cada etapa de la producción, trabajando de manera organizada como familias y a nivel comunidad. Fieles a nuestras tradiciones, respetamos el bosque y su diversidad, no lo forzamos, tomamos de él lo que nos ofrece y con	Señora tostando almendra en tinaja

		nuestro esfuerzo tenemos una alternativa para vivir mejor, preservando nuestros saberes, costumbres y el contacto con el territorio que habitamos.	
MAYO 22	ALMENDRA ***Productos derivados Datos comerciales***	La etiqueta “Chiquitano Premium Varietable” es la que distingue a la almendra chiquitana. Es un producto de alta calidad tomado directamente del bosque de manera sostenible para garantizar la conservación de la naturaleza, lo que permite, además, que las comunidades indígenas productoras promuevan la conservación de sus valores culturales. La almendra chiquitana tiene un excelente potencial de aceptación en la creciente demanda de productos orgánicos y nutritivos. Por ello se la comercializa, aunque aún en pequeñas cantidades, en tiendas naturistas a nivel nacional.	Foto de empaque comercial de la almendra. Display en lugares de expendio
JUNIO 22	ACEITE DE COPAIBO ***Quiénes y cómo lo hacen***	Ellas, lideresas chiquitanas y pioneras en sus comunidades, tomaron la iniciativa de transformar la realidad productiva de su territorio, rescatando conocimientos culturales y medicinales que, sumados a su espíritu emprendedor y de lucha como mujeres indígenas, las llevó a hacer escuchar sus demandas para desarrollarse en una actividad productiva que les permita capacitarse, cuidar el bosque y obtener ingresos económicos adicionales. Alrededor de 40 familias de las comunidades de Río Blanco, Santa Mónica y El Rancho han desarrollado la extracción del aceite y agua de copaibo de una forma que no daña al árbol y les permite crear nuevos productos. Son parte de la cadena de valor del aceite de copaibo: usan y transforman lo que el bosque chiquitano les provee, en productos de uso medicinal y cosmético.	
JULIO 22	ACEITE DE COPAIBO ***Procesos***	Con estas iniciativas, las comunidades del territorio indígena de Monte Verde realizan un manejo y cuidado de las áreas de copaibo. Los árboles ya no son vistos sólo como madera de construcción, ahora son altamente apreciados por las familias, como fuente de medicina natural y de ingresos económicos.	

		Identificadas las manchas de árboles, se hace la perforación con broca y colocación de los tubos de pvc donde se almacena la oleorresina que es cosechada cada uno o dos meses. Separar, purificar y transformar el agua y el aceite, son los pasos previos para la transformación en pomada, champú y jabones.	
AGOSTO 22	ACEITE DE COPAIBO ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	La cadena productiva del copaibo se caracteriza por la técnica de aprovechamiento no destructiva del árbol; además de que se aplican buenas prácticas, tales como la protección de semilleros y el cuidado de la regeneración natural del bosque. En lo organizativo, los productores comparten el trabajo y las ganancias entre todos y de forma equitativa. Para cada familia, a los beneficios económicos y ambientales, se suma la recuperación de conocimientos tradicionales, junto al aprovechamiento sostenible del bosque, lo que les permite la búsqueda de innovaciones técnicas y de transformación en productos derivados como el champú, jabón líquido y en barra, etc.	
SEPTIEMBRE 22	ACEITE DE COPAIBO ***Productos derivados Datos comerciales***	Bajo la marca matriz MONTEVERDE, las asociaciones productoras de aceite de copaibo y sus derivados participaron de la definición de su propia línea de productos, hoy identificados con el nombre de KOPAIBO. Con la línea KOPAIBO ellas definen su identidad y marcan su presencia comercial, tan apreciadas por las cualidades medicinales y cosméticas, además de la pureza en la elaboración del Jabón Líquido (250 ml), Champú anticaspa (250 ml), jabón en barra (50 – 100 grs) y el aceite puro en su presentación de 30 ml.	
OCTUBRE 22	MADERA	La comunidad de Santa Mónica, lleva más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque, tiempo en el que ha pasado de la venta de árboles en pie a la transformación de la madera en productos terminados. Cuenta con una superficie aprobada de aprovechamiento anual de 326 Ha, de las que aprovecha casi 4 mil metros cúbicos de madera en tronca. Además, es dueña de una empresa de prestación de servicios para el	

		arrastre de troncas en el bosque y una carpintería artesanal instalada en la comunidad.	
NOVIEMBRE 22	MADERA ***Procesos***	El esfuerzo y trabajo conjunto de hombres y mujeres organizados que han desarrollado un modelo de empresa comunitaria, se refleja en cada una de las actividades de la cadena productiva de la madera chiquitana, que les otorga un margen de ganancia aproximado del 65%. Partiendo del plan general de manejo forestal, el censo identifica los árboles con el tamaño permitido para su corte. La comunidad se encarga del tumbado del árbol, del arrastre hasta patio de rodeo donde las troncas son saneadas. La madera que queda en el monte es recuperada en la carpintería artesanal donde se transforma en muebles, puertas, ventanas y utensilios domésticos, para la comunidad y el mercado.	
DICIEMBRE 22	MADERA ***Lecciones aprendidas. Beneficios***	Santa Mónica demostró que la mejor forma de aprovechar y a la vez defender su territorio, es a través de planes de manejo forestal en sus bosques. Las buenas prácticas como el uso de tecnología simple, de bajo costo ya accesible a todos los comunarios le agrega valor a la actividad maderera, en la cosecha y venta de troncas, así como la recuperación y transformación de madera que queda en el monte, generando empleos para hombres y mujeres. Una buena parte de las ganancias logradas de la cadena de la madera es destinada a fines sociales en la comunidad, como la atención sanitaria de todas las familias, un fondo para la educación, bonos para los abuelos y madres solas. El saldo de las utilidades es invertido en otras actividades productivas.	
RETIRA	MADERA ***Productos derivados Datos comerciales***	Como actividad comercial, Santa Mónica hace el aprovechamiento de la madera del bosque chiquitano a través del Plan de Manejo Forestal de la comunidad; cuenta además con su propia Empresa de Servicios de Transporte y Rodeo de Madera y finalmente la fabricación de artesanías y utensilios en su carpintería, equipada con sus propios hornos de secado.	
CONTRAPORTADA		Logo ECCOS – Financiadores – Consorcio -	

❖ BANNERS DE INFOGRAFÍAS. GUIÓN NARRATIVO

CAFÉ

Textos resaltados (pueden ser o no en recuadros)

El clima, el suelo, las buenas prácticas en el cultivo y la transformación son las razones por las que **Monte Verde** produce un café de tan alta calidad**.**

Los cafetales se cultivan bajo sombra y sin ningún tipo de químicos para abonar la tierra, lo que garantiza su cualidad de producto orgánico.

Con el aroma del bosque, el café **MAKANATÉ** es producto 100% chiquitano como su nombre, que en bésiro significa ***triunfo.***

Con la producción de café, las comunidades están construyendo su propio desarrollo social y económico, además de cuidar y mantener su bosque chiquitano.

Dibujo que exprese ambos criterios: el cuidado del bosque y la generación de desarrollo social y económico

TEXTUAL	ICONOGRAFÍA (Dibujos sencillos)
Comunidades Makanaté, San Pablo, El Regreso, Río Blanco 22 productores	Grupo de 4 o 5 personas delante de unas casitas
CULTIVO asociado con diversas especies Bajo semisombra Libre de químicos	Árboles y arbustos
COSECHA Participa toda la familia	Arbusto de café y familia cosechando
TRANSPORTE A la comunidad para el acopio	Dos o tres personas con bolsas grandes sobre la espalda. Se denota cansancio por el esfuerzo físico
PREBENEFICIADO 1. Despulpado	Máquina despulpadora (ejemplo)
2. Fermentado y secado de los granos hasta llegar al contenido de humedad de 12% a 14%.	Granos extendidos sobre hules secando al sol

<table>
<tr><td colspan="2">Utilizar algún recurso (color de línea u otro) para diferenciar que las etapas anteriores se realizan en las comunidades y la transformación en adelante se realiza en Concepción</td></tr>
<tr><td>VENTA DE GRANO EN PERGAMINO
A la Asociación de Productores (APCC) de Concepción</td><td>Manos haciendo del intercambio de producto por billetes</td></tr>
<tr><td>TRANSFORMACIÓN
1. Despergaminado o trillado del grano</td><td>Trilladora mecánica (ejemplo)

</td></tr>
<tr><td>TOSTADO
De los granos seleccionados (primera y segunda calidad) para venta en grano o molidos</td><td>Tostadora de tambor
</td></tr>
<tr><td>PRODUCTOS:
1. Tostado americano
Alto contenido de cafeína</td><td>

granos de color más claro</td></tr>
<tr><td>2. Tostado italiano (Gourmet)
Mayor grado de tueste
Extrae los aceites esenciales
Bajo contenido en cafeína</td><td>

Granos de color muy oscuro</td></tr>
</table>

MOLIDO	
ENVASADO	 Tostado en grano: 500 y 1000 grs. Tostado molido: 100, 250grs
CONSUMIDOR FINAL **Venta en tiendas locales (Concepción)** **Oficinas APCOB (Concepción, Santa Cruz)** **Ferias y eventos**	Taza de café preparado (Si se puede incluir una tienda o stand de feria) 

ALMENDRA

Textos resaltados (pueden ser o no en recuadros)

53 comunidades indígenas chiquitanas realizan el aprovechamiento de almendra	En la recolección participan todos los miembros de la familia, desplazándose desde su comunidad hacia las manchas de almendros (3 a 5b km)	La almendra chiquitana, es un producto natural, orgánico, de buen sabor y altamente nutritivo con un alto potencial de venta en el mercado local, departamental y nacional

TEXTUAL	ICONOGRAFÍA (Dibujos sencillos)
Comunidades 22 productores	Grupo de 4 o 5 personas delante de unas casitas
RECOLECCIÓN Comunidades indígenas chiquitanas de San Ignacio de Velasco, Concepción, Lomerío y San Matías	Frutos de almendra con flechas hacia los municipios mencionados en un mapa.
TRANSPORTE Los recolectores recorren grandes distancias a pie. **Mucho esfuerzo físico y bajo rendimiento**	Dos o tres personas con bolsas grandes sobre la espalda. Se denota cansancio por el esfuerzo físico
TRANSPORTE Potenciar la producción de almendra combinando cultivos de plantas comestibles y maderables	Grupo de árboles y arbustos de diferente especie, se destaca el almendro con frutos en el suelo que come una vaca
REPRESENTAR UN PARALELISMO EN EL PUNTO DE TRANSPORTE A UN LADO LAS DIFICULTADES (DISTANCIA A PIE) Y A SU LADO LA ALTERNATIVA PARA MEJORAR LA SITUACIÓN (SISTEMAS AGROFORESTALES) 	

BENEFICIADO O "QUEBRADO" A machete o con una quebradora de palanca de uso comunal	  Partido tradicional del fruto y usando partidora de palanca
ALMACENAMIENTO En los 40 centros de acopio comunales	Fachada de casa comunal con letrero que dice Centro de Acopio
SELECCIÓN Según su **calidad** (grano entero o quebrado) y **sanidad** (sana, sin hongos)	Manos separando las almendras: derecha las almendras enteras, izquierda con las almendras que se ven partidas.
TOSTADO 1. Artesanal en tinajas 2. Tostadora de cilindro 3. Tostadoras de café La adquisición de equipos les permitió mejorar la calidad del tostado.	
PELADO **Mecánico y manual de la almendra tostada**	 peladora mecánica
MERCADOS DE VENTA **1.** Exportación directa a mercados internacionales **2.** Transformación para consumo local	1. Avión hacia Brasil y EEUU 2. Harina de almendras, confites

3. Tiendas de frutos secos, productos naturales, orgánicos y ecológicos en la ciudad de Santa Cruz	
DESARROLLAR NUEVAS LÍNEAS DE PRODUCTOS Mantequilla, leche de almendra, harina para panadería y repostería. Potenciar su cualidad energética y nutracéutica natural.	Variedad de productos con flechas a muchas tiendas comerciales
REPRESENTAR UN PARALELISMO EN EL PUNTO ANTERIOR. A UN LADO LOS MERCADOS (1,2,3) Y AL OTRO LADO LA DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS	

CUSI

Las comunidades del Territorio de Monte Verde, aplican el enfoque de la gestión integral de los bosques y tierra.	Sustentan sus procesos productivos en el reconocimiento y valorización de sus organizaciones y normas	Trabajan en asociaciones de productoras que comparten equitativamente los beneficios logrados de la

BENEFICIOS

Palmarito y Santa Mónica cuentan con ambientes propios para el procesamiento, elaboración y envasado.

Las asociaciones cuentan con normativa interna para la administración de recursos y rendición de cuentas.

El trabajo es compartido entre las asociadas y las ganancias son distribuidas en toda la comunidad

Investigación e innovación técnica y tecnológica, para el diseño de herramientas, equipos y maquinarias, que mejoren procesos y optimicen los recursos.

-Margen de ganancias del 45%.

TEXTUAL	ICONOGRAFÍA (Dibujos sencillos)
Palmarito de la Frontera, Santa Mónica y Palestina	Grupo de 4 o 5 personas delante de unas casitas
RECOLECCIÓN de cocos de cusi en el bosque	

TRANSPORTE hasta la comunidad	Camión viejo frente a algunas casas de comunidad. Dos señoras cargando bolsas grandes en la espalda
QUEBRADO para extraer las calas o almendras de cusi	 
SECADO AL SOL al menos 2 días, luego de seleccionarlas	Calas de cusi en esteras. Icono del sol
MOLIDO en molino manual	
PRENSADO EN FRÍO para obtención del **ACEITE VIRGEN DE CUSI**	
REGISTRO Y CONTROL DE CALIDAD personal capacitado de las asociaciones	Botella grande llena sobre plancheta con planilla de registro
PAGO AL CONTADO	Intercambio de billetes
Se almacena durante un mes para **DECANTACIÓN DE IMPUREZAS**	Botella en primer plano con sedimentos en el fondo
ENVASADO DEL ACEITE EXTRA VIRGEN para su comercialización	Botellitas de aceite
AGREGACIÓN DE VALOR PONER TEXTO QUE QUEDE COMO SEPARADOR DEL PROCESO DE OBTENCIÓN DEL ACEITE VIRGEN Y LA TRANSFORMACIÓN EN CHAMPÚ	
TRANSFORMACIÓN en champú y crema de enjuague Las socias han sido capacitadas para la elaboración de productos cosméticos	Botella con etiqueta de aceite extra virgen de cusi siendo vaciada en olla grande

PRODUCTOS	
CONSUMIDOR FINAL **Venta en tiendas locales (Concepción)** **Oficinas APCOB (Concepción, Santa Cruz)** **Ferias y eventos**	Fachada de tienda Stand de feria

COPAIBO

El sistema de aprovechamiento sostenible, métodos y técnicas, fueron adaptadas con el impulso de la (FCBC).

Las comunidades realizan un manejo y cuidado de las áreas de copaibo. Los árboles ahora son altamente apreciados como fuente de medicina natural e ingresos económicos.

Se han creado asociaciones de mujeres productoras organizadas y capacitadas para un aprovechamiento sostenible del copaibo.

BENEFICIOS:

Utilización de los conocimientos tradicionales

Innovaciones tecnológicas

Aprovechamiento sostenible

- Relaciones sociales comunales fortalecidas
- Participación de la mujer en la economía familiar: empoderamiento e independencia
- Bienestar social y económico para las familias y comunidades en general
- Aportes para infraestructura comunal
- Inversión para la producción

Cada asociación se cuenta con personal calificado con experiencia en la perforación, extracción y recolección de agua y aceite, también dominan los procesos y protocolos para la elaboración de productos con base al aceite de copaibo.

TEXTUAL	ICONOGRAFÍA (Dibujos sencillos)
Comunidades Santa Mónica, Río Blanco y El Rancho	Grupo de 4 o 5 personas delante de unas casitas
IDENTIFICACIÓN de mancha de árboles de copaibo	

georreferenciación y registro de cada árbol	
PERFORACIÓN con broca- barreno, de forma manual o con taladro eléctrico	
SISTEMA DE RECOLECCIÓN Se coloca un caño de PVC con su tapa	
COSECHA del agua y aceite de copaibo se hace cada dos meses y es realizada por los varones	
REGISTRO del volumen de cosecha de cada árbol	Anotación que indique AGUA ACEITE 35 ml 20 ml
ALMACENAMIENTO en domicilios y asociaciones comunales	
REPOSO Separación del agua y el aceite Filtración de impurezas	Botella en primer plano con sedimentos en el fondo 
FRACCIONAMIENTO Y ENVASADO Del aceite libre de impurezas	envases de plástico de 15 ml con etiqueta

	
TRANSFORMACIÓN **ACEITE** ● Pomada ● Cápsulas **AGUA** ● Champú anticaspa ● Jabón líquido ● Jabón en barra	
DISTRIBUCIÓN Y VENTAS Venta en tiendas locales (Concepción) Oficinas APCOB (Concepción, Santa Cruz) Ferias y eventos	Fachada de tienda Stand de feria

MADERA

Santa Mónica avanzó en la cadena de valor de la madera, agregando valor a su la comunidad

→ Incremento de fuentes de empleo, mejores ingresos por la venta de madera aserrada y productos terminados.

Aprovecha anualmente un promedio de casi 4 mil metros cúbicos de madera en tronca.

→ Es dueña de una empresa de prestación de servicios para el arrastre de troncas en el bosque y una carpintería artesanal instalada en la comunidad.

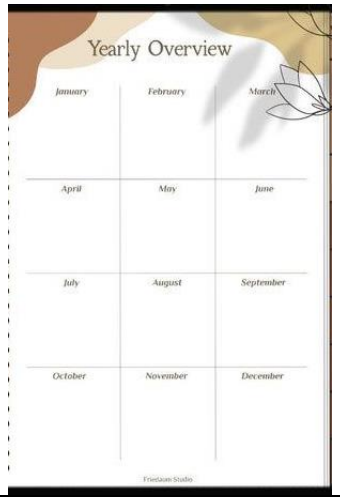
Se consolidó la Organización Forestal Comunitaria, como la unidad encargada de las actividades del plan de manejo

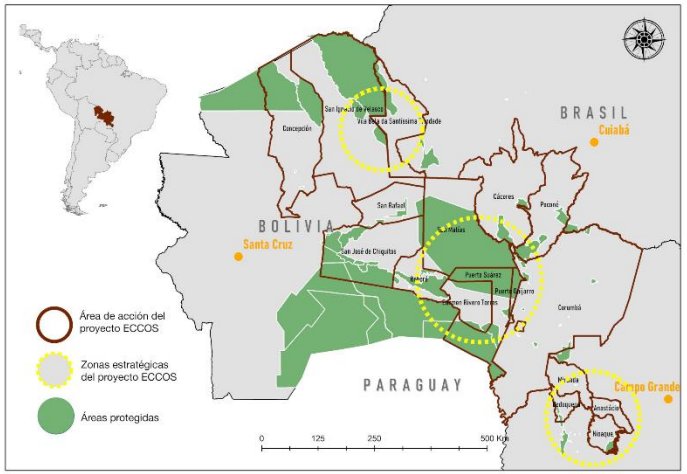
Ganancias destinadas a fines sociales en la comunidad:
- Atención de la salud
- Fondo para la educación
- Bonos para los abuelos y madres solas de la comunidad.

TEXTUAL	ICONOGRAFÍA (Dibujos sencillos)
Comunidad Santa Mónica Más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque	Bosque
AGREGACIÓN DE VALOR A LA MADERA EN EL LUGAR DE ORIGEN	
APROVECHAMIENTO FORESTAL Plan General de Manejo Forestal superficie aprobada de 5.388 Ha y un área de aprovechamiento anual (AAA) de 326 Ha.	 medición de árbol
EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO DE RODEO Rodeo de madera en tronca.	
CARPINTERÍA ARTESANAL INDÍGENA Secado de la madera Transformación en muebles, puertas, ventanas utensilios	
COMERCIALIZACIÓN 1. Mercado rural o local, conjunto de consumidores locales de Concepción, Aserraderos y empresas privadas, PGMF de otras comunidades e instituciones establecidos en la zona.	
2. Mercado urbano, consumidores personas y empresas de la ciudad de Santa Cruz y otros departamentos.	

❖ AGENDA. GUIÓN NARRATIVO

PÁGINA	TEXTO	IMAGEN
		
3	Datos personales Web – Facebook – otras redes	
4 - 5	Calendario 2021 - 2022	Los dos años en la misma página
6	Calendario ambiental	

7	Eventos importantes (PLANIFICADOR MENSUAL 2021)	
8	Eventos importantes (PLANIFICADOR MENSUAL 2022)	Idem anterior
9	CONTACTOS Nombre – Email – Whatsapp (Se puede usar íconos) Institución – Cargo – Web	
10	FINANZAS (tipo planilla, pueden ser unas 4 por página) Mes ……. Pedidos……. Cliente…… Detalle…… …… …… Total: …..…… Pagado:…… Por pagar:……	

11	El proyecto **"Conectando paisajes en el Bosque Seco Chiquitano, el Cerrado y el Pantanal de Bolivia y Brasil para la sostenibilidad del desarrollo productivo, la conservación de sus valores ambientales y la adaptación al cambio climático"**, se desarrolla en Bolivia en el marco de un consorcio interinstitucional e internacional que con el apoyo de la Unión Europea tiene el fin de **construir una gobernanza ambiental y territorial participativa, inclusiva y efectiva en los paisajes del Bosque Seco Chiquitano, Cerrado y Pantanal de Bolivia (Santa Cruz) y Brasil (Mato Grosso y Mato Grosso del Sur), que contribuya a preservar la conectividad y funcionalidad de sus ecosistemas, aportando al desarrollo productivo sostenible y a las estrategias regionales de adaptación al cambio climático.** El proyecto tiene tres grandes ejes de trabajo: ***conservación de ecosistemas, producción sostenible y gobernanza ambiental***. En su primer eje de trabajo, **ECCOS** incentiva la gestión de áreas protegidas y Unidades de Conservación del Patrimonio Natural a través de autoridades capacitadas y una sociedad civil organizada. En el segundo eje, trabaja para que las comunidades indígenas, campesinas y productores privados fortalezcan el valor que le dan a los ecosistemas en la producción. Finalmente, en el tercer eje, promueve la toma de decisiones de manera descentralizada y participativa, a través de mecanismos innovadores de gobernanza. En el ámbito nacional, el área geográfica de trabajo está en los municipios de San Matías, Concepción, Roboré, San José de Chiquitos, San Ignacio, San Rafael y San Miguel de Velasco. La Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano (FCBC) lidiriza la implementación de ECCOS, en coordinación con sus socios de trabajo: Ecología e Ação (Ecoa, Brasil), Fundación Amigos de la Naturaleza (FAN, Bolivia), Asociación para la Conservación de la Biodiversidad y el Desarrollo Sostenible (SAVIA, Bolivia), Bosques del Mundo (BdM, Dinamarca) y el Gobierno Autónomo Departamental de Santa Cruz (GADSC, Bolivia).	 

12	**EL BOSQUE CHIQUITANO** Ubicado en una de las últimas regiones forestales tropicales secas no sólo de Bolivia, sino de toda la América del Sur, el bosque Chiquitano es valioso por su ecología única y por su importancia histórica y cultural. El Bosque Seco Chiquitano[1] es una ecorregión caracterizada por su ubicación transicional entre el clima húmedo de la Amazonia y el semi seco del Gran Chaco. Ocupa una superficie total de 24.75 millones de ha en Bolivia, Paraguay y Brasil. En Bolivia se extiende sobre 16,5 millones de has donde habitan tres pueblos indígenas: ayoreos, guarayos y chiquitanos, que suman unos 22 mil miembros, los cuales conviven armónicamente desde la prehispania con otras 180 mil personas, en 124 comunidades. El desarrollo económico del territorio está relacionado a la extracción de recursos naturales, predominando actividades económico-productivas de la industria forestal, ganadería y agrícola de granos, pero también existen otros sectores, como minería, turismo, artesanía e industria. Es una región de alta biodiversidad que, por la baja densidad poblacional, tiene abundancia de recursos como la madera, los cuales sirven de base a la economía familiar comunal. Por el valor de su riqueza natural y el buen estado de conservación, sumado a su valor histórico y cultural, el bosque seco chiquitano es parte del sistema de sitios de Patrimonio Cultural de la Humanidad de la UNESCO. En esta ecorregión existen tres áreas protegidas municipales que suman 410 mil ha y 40.620 ha de reservas privadas de patrimonio natural. Más allá del factor humano, este bosque cumple un rol hidrológico fundamental, ya que abastece de agua a la cuenca Amazónica (norte) y a la cuenca del Plata (sur), además que posibilita la formación del pantanal (PN San Matías y Otuquis) y es clave como regulador del equilibrio hídrico de los suelos de toda la región que adolece de sequías durante aproximadamente 6 meses cada año.	
13	El proyecto **ECCOS**, en la implementación del eje de "***Promoción de sistemas de producción sostenible a múltiples escalas espaciales, con acciones enfocadas en promover la adopción de prácticas sostenibles en***	

[1] https://es.wikipedia.org/wiki/Bosque_Chiquitano

	comunidades indígenas, campesinas y productores privados", busca que todos los chiquitanos reconozcamos el valor de nuestros ecosistemas, adaptándonos a los cambios en el clima y las mejoras en los sistemas de producción que tenemos implementados, sumando valor a las cadenas de aprovechamiento de los productos forestales maderables y no maderables de nuestro bosque chiquitano.	
14	Tras ese cometido, el proyecto desarrolló investigaciones participativas que describen los diferentes eslabones de las cadenas de valor de nuestros principales productos: el aceite de cusi, el aceite de copaibo, el café, la madera y la almendra chiquitana; prácticas que siendo sostenibles y con una destacada presencia de la mujer chiquitana, aportan desde nuestras comunidades a la gestión integral de todo el territorio chiquitano, se ha priorizado el recopilar aquellas prácticas sostenibles de poblaciones indígenas, particularmente de mujeres, que aportan desde su comunidad a la gestión integral del territorio. La campaña de comunicación **"Del Bosque Chiquitano"**, es el medio para difundir las experiencias registradas sobre estas cadenas de valor, por su aporte al desarrollo productivo de la Chiquitanía y el enorme potencial que representan para su réplica en otras zonas y comunidades. Estas experiencias merecen y deben ser conocidas, desde la voz de sus actores. Porque somos todos "Del Bosque Chiquitano". ¡Bienvenido!	
15	**CAFÉ MAKANATÉ** Con un modelo de producción basado en sistemas de cultivo bajo sombra, dentro de los que el café es el protagonista, pequeños agricultores del territorio indígena Monteverde han logrado desarrollar una caficultura amigable con el medio ambiente y beneficiosa para sus comunidades. A 17 años de las primeras experiencias, actualmente el cultivo de café como producto del bosque chiquitano, representa el 2% de del cultivo a nivel nacional; sin embargo, los volúmenes de producción son muy altos, con 515 Kg/Hora de trabajo. Los granos de ese café orgánico y libre de químicos son despulpados, seleccionados y secados en las comunidades, de donde se trasladan a	Fotos: 1. Granos maduros en planta. 2. Chapapas de secado 3. Comunarios seleccioanando granos de café 4. Tostado en máquina y diferencias del tostado

	Concepción para continuar el proceso de transformación consistente en el despergaminado, el tostado, molido y envasado. Es así que, en el territorio indígena de Monteverde, tenemos a 22 productores activos de las comunidades Makanaté y San Pablo que abarcan poco más de 17ha de cultivos en 7 comunidades; hombres y mujeres, que comparten el orgullo de elaborar el Café Makanaté, calificado con 80 puntos en sabor, aroma y cuerpo en las catas de taza aplicadas.	
16	El inconfundible aroma del Makanaté inunda los diferentes puntos de venta locales (Concepción) y el centro de distribución en Santa Cruz, desde donde mayormente es comercializado bajo pedidos de comercios unipersonales y clientes regulares. Se ofertan dos tipos de café: ● Tostado americano, contiene un alto contenido en cafeína, el grano adopta un color castaño muy característico. Se utiliza sobre todo para el preparado de café en cafeteras de filtro. ● Tostado italiano, este grado de tueste es utilizado normalmente para tostar cafés gourmet, que serán preparados en cafetera expreso. Su color muy oscuro, indica el mayor grado de tueste, con el que se extraen la mayoría de sus aceites esenciales. Los cafés tostados así suelen tener un bajo contenido en cafeína. La comercialización se hace en presentaciones de 100, 250, 500 y 1000 gramos. Puntos de venta: Hoteles y almacenes en Concepción. Oficina de APCOB: Concepción Santa Cruz Ferias, eventos itinerantes locales.	
17	**EL ACEITE DE CUSI** Hacia el año 2010, las mujeres de Palmarito de la Frontera, motivadas por insertarse en la actividad productiva de su comunidad y generar ingresos para sus familias, se iniciaron en la extracción del aceite cusi ante la existencia de gran cantidad de cusisales que estando cerca, estaban	

	siendo aprovechados dentro de proyectos enfocados en el manejo integral del bosque. En vista de los logros obtenidos, la actividad se extendió a las comunidades de Santa Mónica y Palestina, donde se conformaron asociaciones de mujeres productoras de aceite de cusi. En 10 años, ellas han logrado consolidar sus emprendimientos, mejorando sus formas de producción con uso de maquinarias y herramientas para tener mayores y mejores resultados de sus esfuerzos, ya que el aceite de cusi es muy exigente en cada una de las etapas de producción, desde la cosecha, el transporte, el partido y selección. Así, la extracción y transformación del aceite de cusi ha sido el motor del crecimiento económico y personal de las damas productoras, quienes hoy son ejemplo de empoderamiento femenino, fruto de su esfuerzo y de la calidad de sus productos.	
18	El aceite de cusi de Monteverde tiene la particularidad de ser extra virgen, ya que es obtenido de un primer prensado realizado en frío, razón por la que no tiene olor ni color, lo que lo diferencia de otros aceites ofertados en el medio. Su producción es reconocida en el ámbito local y municipal, llegando al mercado departamental, en el que ya cuentan con consumidores fijos de su línea, con nombre y personalidad propios: ***Atalea,*** que se encuentra dentro del sello **MONTEVERDE**, como marca matriz de los productos naturales del bosque chiquitano. La Línea ***Atalea***, incluye el aceite de cusi extra virgen, comercializados en envases de 60 ml y por litro; además del champú y la crema de enjuague, como productos cosméticos de primera necesidad para sus consumidores. Puntos de venta: Hoteles y almacenes en Concepción. Oficina de APCOB: Concepción Santa Cruz Tiendas de productos naturales en Santa Cruz.	

	Ferias, eventos itinerantes locales.	
19	**EL ACEITE DE COPAIBO** El proyecto comenzó el año 2015 en la comunidad indígena Río Blanco, con el apoyo de instituciones como la FCBC, SNV Bolivia y técnicos del municipio de Concepción. Posteriormente se replicó a las comunidades de Santa Mónica y El Rancho, con apoyo de APCOB. Las mujeres de las comunidades, tomaron la iniciativa de transformar la realidad productiva de su territorio. Con ello, también lograron rescatar los conocimientos culturales y medicinales que sumados a su espíritu emprendedor y de lucha como mujer indígena, las llevó a demandar su inclusión en las actividades productivas comunales, bajo el enfoque de manejo integral del bosque. Actualmente la técnica de perforación que se aplica para la extracción del aceite de copaibo es mucho más simple y reduce la presión de aprovechamiento, tanto para el árbol, el cual queda vivo, como para el bosque, ya que es sostenible a lo largo del tiempo, porque la actividad es tan rentable que tiene un margen de utilidad de hasta un 50% y un flujo de caja positivo, desde el primer año de producción. El aceite por sí solo, ya es una fuente de ingreso importante para las familias, pero su potencial se extiende más allá, ya que se transforma en subproductos del aceite que generan ganancias adicionales.	
20	Cada comunidad tiene sus propios productos secundarios. Sin embargo, el principal es el aceite, porque deja mayores márgenes de ganancia. También se producen pomadas, jabones y champú anticaspa, hoy identificados con su nombre comercial: ***KOPAIBO***. Con la línea ***KOPAIBO*** las productoras asociadas definen su identidad y marcan su presencia comercial, tan apreciadas por las cualidades medicinales y cosméticas, además de la pureza en la elaboración de sus productos: Jabón Líquido (250 ml)	

	Champú anticaspa (250 ml) Jabón en barra (50 – 100 grs) Aceite puro, en su presentación de 30 ml. Las ventas se realizan a través de instituciones con las que ya se tienen acuerdos previos para trabajar en la exposición y venta de la línea ***KOPAIBO***. Los productos se ofrecen y venden de forma oral, en ferias, a pedido en mercados de Concepción, Sucre, Santa Cruz y La Paz, entre otros.	
21	**LA ALMENDRA CHIQUITANA** En el año 2004, la **FCBC**, al reconocer el potencial de la almendra chiquitana, realizó proyectos que al mismo tiempo de aprovechar los frutos del bosque sean una alternativa de generación de ingresos económicos para las familias, teniendo una actividad complementaria a sus usos y costumbres tradicionales. Las primeras acciones se desarrollaron en alianza con MINGA años más tarde productores de Concepción y San Matías replicaron las experiencias. Para el año 2012 el área de cosecha de almendra se amplió a los municipios de Lomerío y San Matías. La almendra es cuidadosamente seleccionada y clasificada en los centros de acopio instalados en cada comunidad. Conservando su pureza de origen, el tratamiento de la almendra chiquitana combina técnicas tradicionales y tecnología en el quebrado, para la extracción de las semillas y el tostado, que en algunas comunidades aún es realizado en tinajas, en tostadora de cilindro y en otras, en máquinas tostadoras de café industriales o semi industriales. La producción es vendida a la empresa brasileña BARUKAS que la exporta hacia Estados Unidos.	
22	La etiqueta “Chiquitano Premium Varietable” es la que distingue a la almendra chiquitana. Es un producto de alta calidad tomado directamente del bosque de manera sostenible para garantizar la conservación de la naturaleza, lo que permite, además, que las	

	comunidades indígenas productoras promuevan la conservación de sus valores culturales. La almendra chiquitana tiene un excelente potencial de aceptación en la creciente demanda de productos orgánicos y nutritivos. Por ello se la comercializa, aunque aún en pequeñas cantidades, en tiendas naturistas a nivel nacional.	
23	**LA MADERA.** La comunidad de Santa Mónica, lleva más de 20 años realizando el aprovechamiento sostenible de su bosque, tiempo en el que ha pasado de la venta de árboles en pie a la transformación de la madera en productos terminados. Partiendo del plan general de manejo forestal, el censo identifica los árboles con el tamaño permitido para su corte. La comunidad se encarga del tumbado del árbol, del arrastre hasta patio de rodeo donde las troncas son saneadas. La madera que queda en el monte es recuperada en la carpintería artesanal donde se transforma en muebles, puertas, ventanas y utensilios domésticos, para la comunidad y el mercado.	
24	Una buena parte de las ganancias logradas de la cadena de la madera es destinada a fines sociales en la comunidad, como la atención sanitaria de todas las familias, un fondo para la educación, bonos para los abuelos y madres solas. El saldo de las utilidades es invertido en otras actividades productivas. Como actividad comercial, Santa Mónica hace el aprovechamiento de la madera del bosque chiquitano a través del Plan de Manejo Forestal de la comunidad; cuenta además con su propia Empresa de Servicios de Transporte y Rodeo de Madera y finalmente la fabricación de artesanías y utensilios en su carpintería, equipada con sus propios hornos de secado.	

❖ OBRA DE TEATRO. GUIÓN NARRATIVO

Personajes:

1. **Reportera:** Mujer de 22 años, que conoce muy poco del municipio, pero tiene gran interés por aprender, más aún por lo que ha podido investigar acerca de las mujeres emprendedoras y los maravillosos productos que tienen transformando frutos en aceites que son amigables con el medio ambiente.
2. **Chico1:** Conoce algunas cosas, del pueblo, pero le falta mucho por conocer acerca de los productos que realizan las mujeres emprendedoras.
3. **Almendra = Alma:** Ella está sólo llena de virtudes, es inteligente vivaz, dinámica que siempre cuida y protege el corazón de todos.
   Dentro del equipo ya aprendieron a identificar a las maduras, secas y además seleccionar y clasificar.
   De donde nace a ella la transportan en Carretilla y Moto para juntarse con las otras chicas de la comunidad, además cuando le toca darse baño de sol, algunos lo hacen de manera tradicional (horno) otros en los cilindros, pero hay quienes han accedido a los semi industriales (horno).
4. **Café = Doña Negrita:** Si bien su familia es de origen extranjero ella ya nació y se adaptó a estas hermosas tierras chiquitanas, siempre esta alerta, es toda una atleta y tiene un excelente sentido del humor.
5. **Cusi = Avelinda:** La amada diva del grupo es suave pelo largo
6. **Copaibo = Don Tipa:** Él es el defensor de los más débiles, cuida a los enfermos, ofreciendo alternativas naturales para mejorar la salud de quien lo necesita.
7. **Madera = Don Cuchi:** Hombre noble que busca día a día mejorarse, a pesar

Al momento de crear estos personajes se hace énfasis en las cualidades de los productos, para que a través de ellos podamos recrearlos en la obra y que sean ellos quienes hablen.

Señora del puesto de copaibo

Historia:
Se acerca el aniversario del pueblo y dentro de las celebraciones las mujeres emprendedoras han decidido organizar una feria para promocionar sus diferentes productos, ya que los medios de comunicación le darán cobertura y por ende eso ayudará a mejorar sus ventas.

El periódico más leído (canal on line) por la población, está planificando visitar y hacer un reportaje del aniversario de este municipio, al reportero que irá al lugar quiere conocer más allá de celebrar la fundación, que otros atractivos se tiene y los motivos que tendría el televidente para volver muchas veces hasta este lugar, es ahí cuando inicia su ardua labor de investigación y descubre que las mujeres emprendedoras organizadas tienen una variedad de productos amigables con el medio ambiente, quienes realizarán una feria para acompañar la celebración.

Su investigación periodística le ha dado grandes sorpresas y ha coordinado con su jefe, para que más allá de la celebración, mostrar al grupo de mujeres emprendedoras esto le proporcionará un gran aprendendizaje para conocer las bondades de los productos que ofrecen este grupo de mujeres.

Como no conoce, más allá de lo que ha leído, al llegar encuentra a un joven muy amable, que le dice que él lo va acompañar en su recorrido por todo el pueblo para mostrarle para que no pierda detalle de la celebración.

La reportera va con el joven a conocer la feria de las mujeres emprendedoras ya que he leído maravillas de lo que ellos producen, el joven le explica que es cierto, Almita y sus almendras tiene un gran trabajo, ahí con Doña Negrita, quien prueba su café no quiere tomar otros, la hermosa Avelinda que con el aceite de Cusi sirve

desde bajar la fiebre en los muchachos, aliviar la tos, curar el arrebato y por si fuera poco también se usa para mantener el cabello con un brillo natural, usando el Champú y crema de enjuague.

Casi me olvidaba del trabajo de Don Tipa con la producción del aceite de Copaibo tienen jaboncillo en barra, líquido, crema para los dolores de rodilla, y otras cosas más que ahora no me acuerdo.

Por otro lado, Don Cuchi que junto a las mujeres tienen una gran producción con la madera de nuestro bosque Chiquitano.

La verdad es que acá tenemos mucho que aprender, incluso yo.

Dentro de la feria se tiene que elegir a la hermosa reina que anualmente tienen, pero este año, pasará algo diferente, ya que no se puede tener sólo una representante, todos y cada uno de los que asisten y participan(expositores) son parte activa y se denominan así mismo como: **“Yo soy el bosque Chiquitano”** desde los diferentes espacios del salón se levantan hombres y mujeres diciendo: **“Yo soy el bosque Chiquitano”.**

OBRA DE TEATRO
"Yo soy del bosque Chiquitano"

EL PÚBLICO ESTÁ ORGANIZADO EN FORMA DE SEMI CÍRCULO, DEJANDO UN ESPACIO COMO PASILLO EN EL CENTRO, PARA EL PASO DE LOS ACTORES QUE ESTARÁN ENTRE EL PÚBLICO.

Escenografía:
Los 5 Stands de la feria con la exhibición de productos (aceite de cusi, aceite de copaibo, almendra, café, madera), con música de fondo la Tamborita y una voz en que invita: Pase por acá, los estamos esperando con todos nuestros productos estrella, pase señora. Pase señor

La Reportera: (**Llega mirando con curiosidad todo lo que se está exhibiendo, disfrutando de la música de fondo).**

Chico1: (**Le toca el hombro a la Reportera, le dice)**: Señorita

La Reportera: (Ella que estaba distraída se asusta), ¡¡¡Ayyyyy!!! ¿Sí?

Chico1: ¿Es la primera vez que usted visita esta feria?

La Reportera: Sí, y la verdad estoy sorprendida por todos los productos que tienen, nunca lo hubiera imaginado.

Chico1: Ujuuuu, si quiere yo la acompaño, para que pueda charlar con calma con las señoras de los puestos.

La Reportera: Mmmm **(Ella piensa en voz alta)** "este chico al ser de acá conoce a todos a quienes quiero entrevistar" **dice como susurrando para sí misma). Luego responde,** Sí, me gustaría, muchas gracias.

Chico1: A ver, empecemos por acá. Ella es Doña Negrita, pruebe esta delicia, **(le pasa un vaso pequeño de café)**

La Reportera: (Ella recibe el vaso de café y lo saborea) Que delicia!! ¿Se produce aquí?) **Le pregunta mirando a Doña Negrita).**

Doña Negrita: (Con una amable sonrisa, le responde haciendo énfasis en el SI mostrando orgullo) Siiiii, señorita, acá hemos aprendido a producir este delicioso café que usted está probando, lo sembramos, cosechamos, lo tostamos y molemos.

Mientras la reportera está muy atenta a la explicación de Doña Negrita sobre la producción del café, entra una señora renga, apoyándose en la reportera.

Y entra gritando:

Doña María: Don Tipaaaaa, ¿Dónde anda? vengo por mi dosis de menjunje, ya se me acabó, el del otro día.

Don Tipa: (Sale corriendo de detrás de su puesto con una pomada en la mano lista para sobarte la rodilla a Doña María) Ay Doña María, usted siempre le saca el jugo a la pomada.

Doña María: jajajajajaja ya no me la esté charlando, apúrese. Escuche esa Tamborita que me está llamando a mover el toco.

La Reportera: (Ella sonríe mientras ve como le aplican la pomada en la rodilla y escucha la conversación entre don Tipa y doña María) ¿Qué le está aplicando a la señora?

Don Tipa: Le sobé con pomada de Copaibo, es un calmante y antiinflamatorio natural. Eso le hace bien para que no le duela su taba y vaya a bailar **(se ríe a carcajadas).**

La Reportera: (cara de asombro) Es la primera vez que escucho del aceite de**….. (DON TIPA LA INTERRUMPE)**

Don Tipa: Copaibo, se llama Señorita, venga por acá mire todo lo que hacemos en base a este bendito árbol.

La Reportera: (Cara de Asombro) O sea del aceite de CO PA I BO **(deletrea el nombre)** se puede elaborar Champú, Jabón en barra, jabón líquido, ¿y la pomada ayuda a calmar los dolores?

Don Tipa: Así mismo, es más **(le aplica en su mano)** esta picadura de mosquito rapidingo va a desaparecer con esta pomada. Mínimo usted se va a llevar uno de cada uno de nuestros productos.

La Reportera: Pero no entiendo cómo pueden sacar aceite de un árbol.

Don Tipa: Ujuuu señorita, es una práctica milenaria. Los abuelos de mis abuelos ya recolectaban la oleorresina del árbol de copaibo. Nosotros hemos aplicau otras formas pa que sea más fácil y así nuestros hijos también aprendan y sigan la tradición.

La Reportera: (Ríe nerviosa y se rasca la cabeza dirigiéndose al público). ¿Le digo que sigo sin entender?

Don Tipa: (Entendiendo las dudas de la reportera). Le voy a explicar. A ver vení pelau **(agarrando al chico y lo hace pararse frente a él y explica):**

Primero perforamos el tronco **(presionando con su dedo índice en el estómago del chico. El chico mira al público y a la reportera con expresión de asombro)**

Después metemos un tubo de plástico y le ponemos una tapita. **(El chico sostiene el tubo como si lo tuviera incrustado en su barriga. La reportera se agacha a mirarlo de todos lados y luego mira a Don Tipa en busca de más explicación).**

Don Tipa: Desde el corazón del árbol chorrea de a poquingo aceite y agua. Nosotros los recolectamos, lo hacemos descansar pa que se separe el agua del aceite y se los llevamos a nuestras señoras en la comunidad. Ellas ya se encargan de hacer el champú, el jabón líquido, este en barra, mire… huele rico y es lo mejor para la piel… si tiene dolores en los huesos, por ahí se machucó o le picaron los bichos como estoy viendo… esta pomada de copaibo es mágica. **(Le va poniendo en las manos uno a uno los productos a la reportera.**

La Reportera: Ya… le entiendo que a mí me hace bien si me tiré un porrazo por ahí, pero ¿y el hueco en el árbol? ¿Eso no lo mata? **(El chico que sigue sosteniendo el tubo como si estuviera dentro de su barriga lo mira con asombro y miedo luego de que la reportera dice que eso lo puede matar.**

Don Tipa: Así como lo hacemos ahora no le hace ningún daño al árbol. Antes le hacían un corte así **(SEÑALANDO UNA FORMA EN EL COSTADO DEL CHICO QUE HACE.**

EXPRESIÓN DE MUERTE CON LA CABEZA) y le sacaban un pedazo, por lo que el árbol al final se secaba y pun! caía muerto.

La Reportera: ¡Entonces con esta técnica aprovechan el copaibo sin dañar el medio ambiente y se benefician las comunidades! (**Ella mira con asombro los productos que tiene en la mano mientras don tipa le explica y al final se dirige a la señora del stand y le dice…)**

La Reportera: Anóteme toda doñita, que me los voy a llevar **(sonriendo) Le pregunta a la señora. ¿**Trabajan en organización por lo que me cuenta don tipa?.

Señora del puesto: Aquí todingos trabajamos en asociaciones señorita. Así organizamos el trabajo, hemos aprendido a trabajar en cadena…

Don Tipa: Cadena de valor… **la corrige desde donde está en voz alta.**

Señora del puesto: Así la cosa funciona bien porque entre todos nos jalamos pa' no flojear porque al final, los beneficios son pa' todingos pues **(haciendo gesto de contar dinero con la mano**) y la platita que ganamos es pa' la casa y pa' comprar herramientas pa seguir trabajando.

VOZ EN OFF: Les recordamos a todos los visitantes que en breve vamos a elegir y a coronar a nuestra hermosa reina del Bosque Chiquitano, no se vayan.

SE APAGAN LAS LUCES PARA HACER PAUSA AL SEGUNDO ACTO

SEGUNDO ACTO

VOZ EN OFF: Les recordamos a todos los visitantes que en breve vamos a elegir y a coronar a nuestra hermosa reina del Bosque Chiquitano, no se vayan.

Se oye los murmullos de los visitantes, en base al anuncio.

Reportera: (se acerca al público para hacer un sondeo entre los visitantes, para saber si es la primera vez que vienen y qué se le ha gustado más) Sra. buen día, ¿es la primera vez que viene a esta feria?

Mujer1: (en primera fila, con su bolsón lleno de varios productos que compró) Buen día, siempre que puedo vengo. Los productos que hacen estas señoras son buenísimos, si puede pase por allá donde Doña Avelinda, del aceite de Cusi hacen un champú, crema de enjuague y el aceite que es, como diría mi comadre, una bendición de Dios.

Reportera: Que buen dato señora, ahora mismo voy para allá **(se mira su pelo)** que lo necesito ¡¡¡URGENTE!!!

Doña Avelinda: (El stand está lleno y está dando recomendaciones a las clientes, de cómo usar el producto de acuerdo a las necesidades de su pelo) Primero deben mojarse su pelo y aplicar el champú, hacer un masaje por algunos minutos y enjuagar, luego se ponen la crema de enjuague y dejan también actuar, se deben lavar tres veces a la semana con nuestros productos. En menos de un mes, verán las mejoras en su cabello.

Reportera: (**Se acerca al Stand de Doña Avelinda, mientras escucha las recomendaciones que ella está dando, alza un champú y lee las etiquetas de los productos hecho a base de aceite de Cusi).**

De a poco las mujeres se van retirando del espacio y es ahí cuando aprovecha la reportera para charlar con Avelinda.

Reportera: Doña Avelinda, estuve atenta a las recomendaciones que les daba a sus clientas, sobre el uso de los productos hechos a base de Aceite de Cusi.

Doña Avelinda: El mágico aceite de Cusi, mire **(le muestra, la semilla)** de acá sale todo ese montón de beneficios. Es que nuestro bosque Chiquitano es mágico.

Reportera: ¿Cómo están organizadas para elaborar sus productos?

Doña Avelinda: Somos un grupo de mujeres emprendedoras. Nos vamos al campo a cosechar los frutos, los traemos a nuestra comunidad para partirlos y sacar las calas, las prensamos las calas para sacarles el aceite natural, así en frío. Por eso el nuestro es aceite de cusi extra virgen, prensado en frío**. (Doña Avelinda hace gestos exagerados de lo que está explicando y la reportera la imita).**

Reportera: ¿Extra virgen?

Doña Avelinda: Puringo señorita, y de la mejor calidad. El mejor del todingo el país. (**HABLA ENFÁTICAMENTE)**

Reportera: Yaaa, entiendo… en toda esta región hay muchas palmeras, por eso lo producen.

Doña Avelinda: Nuestro bosque chiquitano nos provee, pero los cusisales están lejos de nuestras comunidades. Tenemos que caminar hasta 8 km para llegar a cosechar el cusi, y la vuelta es con el panacú o la carretilla lleningos y pesaus… por eso nos ayudan nuestros maridos. Cuesta señorita, pero es nuestro trabajo y gracias a la virgencita, se vende bien pa tener más quintos en la casa y por favor no me pida rebaja (RIE).

Reportera: **(tocando con curiosidad un fruto de cusi sin partir y otro partido)**

¿Doñita, y cómo sacan el aceite? Porque veo que no tiene color ni olor (**oliendo un frasco de aceite envasado)**

Doña Avelinda: Pucha que es duro el cusi. Antes lo partíamos a punta de machete, y despúes la molida era en tacú. Pero hoy esas instituciones de desarrollo están ayudando hartísimo. Nos han facilitado máquinas, herramientas, hasta cursos nos dan. Gracias a ellos hemos aprendido a esforzarnos para sacar buenos productos.

Reportera: ¿Y hacen lo mismo en toda la región?

Doña Avelinda: Mire, desde que vieron que nos iba bien y que vale la pena el esfuerzo por la familia, por la comunidad y hasta por la gente, porque son productos que tienen grandes beneficios pa los que usan… varias comunidades nos han copiau… cosa buena… porque ahora ellas también son productoras.

(Entran a escena doña María y don Cuchi bailando. La reportera se distrae y mira a Doña María feliz bailando, mientras sonríe y le comenta a Doña Avelinda)

Reportera: Se le pasó rápido su dolor, llegó que no podía caminar y le pusieron una crema de CO PA I BO, si no me equivoco en el nombre y está chalinga.

Chico1: Puej, Doña María es bien alegre, conoce a todo mundo, mire ya se trajo a Don Cuchi para no bailar solita.

Reportera: (expresión de asombro pregunta) ¿Don Cuchi?

Chico1: Sí, él, Don Cuchi, trabaja con otras asociaciones en todo lo que es Madera, y elaboran un montón de cosas, ¿ha visto los tallados en madera de la iglesia de Concepción?

Reportera: Si, es una obra de arte en madera.

Chico1: Pues ya desde ahí es que empiezan a hacer las maravillas. Mire, hablémosle a Don cuchi antes que se vaya, Don Cuchi, venga, un ratingo.

Don Cuchi: Qué ha pasau, miechi, Doña María me ha dejau sin respirar, es que ya no estoy pues para estos trotes, jejejejejej

Reportera, Chico1 y Don Cuchi: Se ríen.

Reportera: He visto sus trabajos en madera, ¿sólo esos tienen?

Don Cuchi: Le cuento que los chiquitanos trabajamos en el aprovechamiento forestal sostenible desde hace muchos años. Y con parte de la madera producimos algunos muebles, que nos han pedido, pero acá puede ver los tallados a mano que hacemos, gavetas panaderas, pa' su cocina y los adornos pa' su casa. Acá pues en la feria es lo que la gente más lleva.

Reportera: Me gusta mucho la calidad de sus productos, ¿será que les puedo sacar algunas fotos?

Don Cuchi: Sí, a ver si se anima a llevar alguna cosita.

Chico1: Párese ahí señorita, yo le saco las fotos, junto a Don Cuchi, ya pues sonrían, ujuuuu que parecen amargaus.

Reportera: (Termina de posar para lo foto, mira y pasa por su lado Alma con un quiboro lleno de almendras tostadas. Toma algunas y come) haber me voy a llevar este para mi recuerdo de esta feria. **Mirando los frutos en su mano y come una.**

Reportera: (cara de asombro) ¿estas delicias también las producen en esta zona?

Alma: Así es señorita, la almendra también es producto de nuestro bosque chiquitano, y es de calidad internacional.

Reportera: Yo siempre pensé que sólo en el Beni se producían las almendras.

Alma: Todos creen eso, lo que pasa es que nuestra producción se vende fuera de Bolivia, pero nosotras nos ocupamos del cultivo, de la cosecha, la selección… y…

Reportera: Empoderamiento femenino **(lo dice con énfasis y tono de orgullo)**

Alma: Así es, y nuestros hijos y esposos también participan de la cosecha y el traslado. Ya en la casa, yo me encargo del beneficiado y la selección.

Reportera: ¿Beneficiado?

Alma: Es el partido de los frutos y extracción de las almendras. De ahí las tengo que seleccionar pa después tostarlas. A mí me dieron capacitaciones pa hacerlo, por eso yo le estoy enseñando a mi hija.

Reportera: ¿Es rentable la almendra chiquitana?

Alma: Claro. Todo lo que juntamos lo compran pa llevar a Brasil y Estados Unidos. A mayor producción que hacemos, nos pagan un mejor precio, por eso hasta los abuelos nos acompañan a cosechar… porque ganamos todos.

Reportera: Realmente el bosque chiquitano tiene muchísimo valor… allá en la ciudad poco se sabe. ¿Y no hacen otros productos con la almendra? Porque es deliciosa… invíteme unas cuantas más.

Alma: Coma, aproveche que las tiene aquí fresquingas. Si supiera todo lo que tenemos que andar y cargar y las horas de trabajo que tiene esa almendra que va a comer **(la reportera se queda con la almendra entre los dientes a punto de morder) (JAJAJAJA ríen Alma, el chico y don Cuchi).**

Don Cuchi: Señorita esa es nuestra almendra chiquitana, qué tal. Pero hija invitale también un poquingo de harina y los confites pa' que sepa lo que es bueno.

Alma: Venga pa' que le invite…. (**SALEN CAMINANDO MIeNTRAS LA REPORTERA SIGUE COMIENDO ALMENDRAS)**

TERCER ACTO

(La reportera entra mirando y guardando su adorno de madera y la bolsa de almendras a su bolso ayorea... se dice a sí misma):

Reportera: Qué me iba a imaginar todo esto del bosque chiquitano… en la ciudad se tienen… qué digo en la ciudad… en todo el mundo se tienen que enterar de lo que aquí se produce **(dice enfáticamente).**

(Frena en seco. Empieza a sentir el aroma a café en el ambiente La reportera se vuelca en un sobresalto. Detrás de ella doña Negrita la mira riendo mientras bate su olla de café).

Reportera: (Empieza a caminar hacia doña Negrita y de pronto se detiene y se vuelca para hablar con el público)

Reportera: Han visto en la tele que los dibujos animados los arrastra en el aire un rico aroma, ¿no? Usted doñita lo vio, ¿no? **(apuntando a una señora del público)** y usted **(apunta a otra persona).** ¡Así me está llevando el aroma de ese café! Yo quieroooooo **(dice mientras camina hacia doña Negrita).**

Doña Negrita: JAJAJA (RÍE CON MALICIA) Nadie se resiste a mi negrito.

Reportera: Es que su aroma es…. **(la interrumpe Negrita)**

Doña Negrita: Si el aroma es…. Probá su sabor niña. Café puro, orgánico, natural. Mi negrito Makanaté.

Reportera: ¿¿¿¿La macana de quién???? **MIRANDO AL PÚBLICO CON ASOMBRO** Bah, ¡qué importa! Invíteme otro poquito, doñita, que cosa más buena.

Doña Negrita: Tome que no va a probar otro igual.

Reportera: ¿Y todo lo hacen aquí?

Doña Negrita: Todingo pues, desde el cultivo de los cafetales, la cosecha, después lo seleccionamos, pa tostar los granos y luego molerlos. Aquí está **(LE ENTREGA UNA BOLSA DEL CAFÉ YA ENVASADO).**

Reportera: MA KA NA TÉ

Chico: Makanaté significa Triunfo en Bésiro, por eso la Asociación de productores eligió ese nombre, porque están en constante crecimiento. Mi mamá es presidenta de una de las asociaciones de productoras y toda mi familia trabaja en la producción de café.

Reportera: ¿Toda la familia? ¿Y hace mucho?

Chico: Hace cuanto haaaa….. con ese trabajo mi papá compró la motito pa´ la familia y en la comunidad se han hecho mejoras con las ganancias de las productoras y las donaciones de las instituciones que cooperan.

Reportera: ¡Cómo no les va a ir bien a toda la comunidad si es tan rico este café… y su aroma… **SE VUELCA HACIA EL PÚBLICO**… es perfecto!

Le responde un actor sentado entre el público. Mira a los lados asegurándose que es a él a quien le habla. Acomodándose el pelo y humedeciéndose las cejas con saliva

YEIZZON SURUBÍ: ¡Mienchi qué piropango! (**SE ACERCA A LA REPORTERA Y SE PRESENTA CON VOZ FINJIDA DE GALÁN).**

YEIZZON SURUBÍ: Hola, soy Yeizzon (hace el seseo de la Z)

Reportera: ¡Mienchi qué nombresango! Cómo va oye… por lo que veo… (**CAMINA ALREDEDOR DEL ACTOR MIRANDOLO DE PIES A CABEZA)**… vos también sos producto de calidad del bosque chiquitano.

YEIZZON CON NERVIOSISMO SE DIRIGE AL PÚBLICO: ¿Y ahora qué hago? ¿Qué le digo?

(AQUÍ EL ACTOR TIENE QUE IMPROVISAR PARA HACER QUE LOS ASISTENTES LE RESPONDAN Y ACTÚEN)

YEIZZON: Chiquitanango! Mirá a los cumpas **(LA HACE MIRAR A LOS HOMBRES EN EL PÚBLICO)** Somos lo mejor del bosque… o sea… ellos son del bosque y yo soy el mejor **(ARREGLANDO ORGULLOSO EL CUELLO DE SU CAMISA)**

Reportera: ÑIEEEECHI… le pelaste… lo mejor del bosque es el café y ese aroma delicioso… la almendra… deliciosa…. El cusi… **(DON CUCHI grita de atrás) …** el cusi que me voy a llevar en aceite, champú y crema

pa que mi cabello se vea… delicioso. El bai… co….pa…bai…. ¿Cómo era? **(LE PREGUNTA AL PÚBLICO. INTERACTÚA CON LOS ASISTENTES).**

Reportera: Nooo, vos estás mal choco. Mirá estos tallados, estas almendras… todos esto es puringo valor, del bosque chiquitano!

YEIZZON: Ja! ¿Y con qué crees que se sacó de su calucha esa almendra que estás comiendo?

SE DA PALMAS EN LOS BICEPS CON ORGULLO

Reportera: Hmmm ahorita me vas a decir que vos también sembraste los cafetales.

YEIZZON: No…. Yo me dedico al ganado. Ppp ppero yo vi como hicieron sus cafetales los poquiviquices y traje semillas pa sembrar en este lau de la comunidad.

Reportera: ¿Y ya están produciendo? Esa es la condición de réplica que tienen las cadenas de valor **(Habla enfáticamente)** Es lo que estuve leyendo y don Tipa y don Cuchi me contaron sus experiencias. Ahora veo que todos en la Chiquitanía están trabajando los productos Del Bosque con ese enfoque de cadenas de valor. ¡Esto lo tengo que publicar!

SE BAJAN LAS LUCES PARA HACER CAMBIO DE ACTO

VOZ EN OFF: Como les habíamos dicho a todos nuestros visitantes, vamos a elegir a nuestra reina, pero……

Alma: (pasa al centro y en voz alta menciona) después de saber lo que somos, no podemos tener solo una persona que nos represente porque **todos y cada uno de nosotros (con énfasis)** pertenecemos a esta tierra sagrada, por eso Yo Soy del bosque Chiquitano**.**

Don Tipa: (Desde atrás se dirige junto a Alma) Yo trabajo la tierra… Yo Soy del bosque Chiquitano

Doña María: Yo protejo la naturaleza de mi territorio… Yo soy del Bosque Chiquitano.

Desde los diferentes espacios de la sala, se levantan y se dirigen al escenario diciendo Yo Soy Del bosque Chiquitano.

Y así sucesivamente cada uno de los personajes menciona: **Yo Soy Del bosque Chiquitano**.

YEIZZON: ¿Y vos? (**Le habla a la reportera)**

Reportera: ¿Yo? ¡Yo me lo llevo todo!

Doña Negrita: Mi niña… si te llevas algo, vos también ya sos del bosque chiquitano

Reportera: Siiiiiiiiii **(haciendo baile de felicidad)**

Y voy a ayudarlos a que todo el mundo conozca el valor que tenemos.

TODOS BAILAN AL RITMO DE LA TAMBORITA

Reportera: Un ratingo, un ratingo….

SE PARA LA MÚSICA Y TODOS DEJAN DE BAILAR PARA MIRAR A LA REPORTERA

Reportera: ¡Yo quiero ser la reina del bosque Chiquitano!

TODOS: Del Bosque, del Bosque…. Siguen bailando y salen de escena. SE BAJA LA LUZ

SE ENCIENDE LA LUZ Y TODOS LOS ACTORES VUELVEN A ESCENA PARA AGRADECER AL PÚBLICO Y CERRAR LA PRESENTACIÓN.

Fin.

PRODUCCIÓN DE VIDEO DOCUMENTALES

➢ ALMENDRA CHIQUITANA. GUIÓN NARRATIVO

La almendra chiquitana, es de aquí, de la región, de estos bosques, no se encuentra en ninguna otra parte del mundo. Igual que el bosque seco chiquitano es único en el mundo, la almendra chiquitana también, es única en el mundo.

Y es que el bosque, el monte, no es solo lo que se ve, tiene su propia historia, también tiene sus propios secretos. Cada planta, cada animal necesita su tiempo y hay que respetar esos tiempos, si no, no se recupera, no vive.

El consumo de la almendra chiquitana, se remonta a nuestros ancestros, ellos la comían, pero después esa costumbre se perdió, ya casi no se usaba, solo la pulpa era para los animales del monte o para el ganado y las semillas, ahí, para que vuelvan a nacer. Casi nadie hacía uso de ella, este fruto quedó relegado al mismo bosque.

. **Desde el año 2004, la Fundación para la Conservación del Bosque Seco Chiquitano FCBC promueve el aprovechamiento de la almendra chiquitana con fines de comercialización para COMPATIBILIZAR el desarrollo socioeconómico de la región y la conservación del Bosque Chiquitano, bosque tropical único en el mundo.**

Todo el proceso de recuperar el consumo y promover el aprovechamiento de este fruto de alto valor nutritivo y cultural, comenzó por la etapa de organización. Involucrar a todos los actores y los interesados en participar, sentarlos a todos en una mesa, y explicar las razones por las cuales sería beneficioso para todos tener participar de este nuevo emprendimiento. La etapa de organización puede ser muy dura, hasta incómoda, pero es esencial para poner en marcha un proyecto. Si no, no funciona.

Después de tantos años de trabajo y tantas lecciones aprendidas, es importante comunicar los resultados, compartirlos, ver qué se puede aprender, rescatar lo bueno y mejorar todo lo que haga falta mejorar para tener mejores beneficios todavía.

De las primeras reuniones surgió la Asociación de Grupos Mancomunados de Trabajo, MINGA, que consistía en aproximadamente 300 productores de café en San Ignacio de Velasco. La primera cosecha de almendra se hizo el año 2006 y se vendieron 1.500 Kg de almendra chiquitana.

A partir de este inicio, se buscó dar a conocer el producto a nivel local en el departamento de Santa Cruz y a nivel nacional en Bolivia. Porque en las ciudades muy poca gente conocía la almendra chiquitana. Es más común la almendra común, castaña o conocida como almendra brasilera, aunque es de procedencia boliviana, pero, muy poca gente sabía siquiera de la existencia de la almendra chiquitana.

El almendro es un árbol, con manchas dispersas en el bosque. En las comunidades, si los árboles están en predios de la comunidad, pueden ser aprovechados sin problemas, pero si los árboles están dentro de parcelas familiares o en propiedades privadas, se considera que los árboles mismos tienen dueños, y hay que pedir permiso.

Generalmente los árboles se encuentran entre 5 a 7 Km de distancia de las comunidades, florecen entre octubre y febrero, frutea y da semilla entre julio y septiembre. La cosecha se realiza, entre los meses de agosto y octubre.

Después de las primeras experiencias de aprovechamiento fueron mejorándose las etapas del proceso, por ejemplo, introduciendo máquinas quebradoras que facilitaban la extracción de la semilla. Algunos municipios vecinos fueron sumándose al emprendimiento, como San Ignacio de Velasco y Concepción, comprando quebradoras y además tostadores para los productores. Esto hizo crecer las alianzas a través de las que se trabajó la promoción del producto final y se motivó a otras comunidades de la Chiquitania a sumarse a la recolección de la almendra.

Para el año 2012 el área de cosecha de almendra se amplió a los municipios de Lomerío y San Matías

Cada paso del proceso para la producción fue mejorando poco a poco. La calidad de los centros de acopio y la introducción de maquinarias que facilitaran el trabajo. Todas las actividades fueron adaptándose a la dinámica social de cada comunidad y fue fácilmente comprendida por las familias recolectoras.

Al principio solo algunos miembros de la familia participaban en la colecta. Sin embargo, con el tiempo esto se convirtió en una actividad propia de las familias chiquitanas, en las que participan más de un miembro familiar. Existe una gran participación de mujeres y jóvenes, considerablemente mayor a la cantidad de hombres adultos que participan en la actividad. El año 2019 participaron de la recolección 300 familias con un porcentaje de participación de 60% mujeres, 22% jóvenes y el resto compuesto por varones adultos.

Al día de hoy, después de la cosecha, se llevan los frutos a los centros de acopio, donde se cuenta con quebradoras para la extracción de las semillas. Sin embargo, no siempre abastecen para tratar la cosecha entera. Es por esto que los procesos aún se realizan de manera combinada entre tecnología y técnicas tradicionales, como el quebrado, o el tostado. Este último puede realizarse de manera artesanal en tinajas, en tostadora en cilindro o en máquinas tostadoras de café industriales o semi industriales.

Después de los primeros años de aprovechamiento MINGA fue perdiendo impulso, tuvieron problemas con el acopio y se enfrentaron con falta de capital operativo. Entonces ingresó a la cadena productiva la empresa BARUKAS.

BARUKAS es una empresa con sede en USA, con una subsidiaria en Brasil que, en sus inicios compraba la almendra a MINGA. Desde hace algunos años, BARUKAS dinamiza la cadena de la almendra chiquitana ya que, contrató personal local, implementó mejores precios por Kg y garantizó la compra del producto. Esto generó motivación en las comunidades y se incrementó la cosecha. Actualmente es el principal comprador de almendra chiquitana para exportación con principal mercado en Estados Unidos.

La etiqueta “Chiqutiano Premium Varietable” es la que distingue al producto. Es un producto de alta calidad proveniente directamente del bosque, el cual no se produce en cantidades industriales, pero, ofrece una mejor calidad y se produce de manera sostenible promoviendo la conservación del bosque y la recuperación de valores culturales de las comunidades en la Chiquitania.

Este giro en la comercialización obliga a que, el producto sea altamente seleccionado en el lugar de origen. Es decir, las semillas son clasificadas. Aproximadamente el 70% del grano que sale del almacén se vende como grano entero y de primera calidad, 20% del grano comercializado se caracteriza como grano partido o almendra de segunda calidad, con las almendras quebradas se obtienen diferentes subproductos: harina de almendra, confite, aceite, mermelada y chicha de almendra. También funciona como insumo para un procesamiento primario como harina para tortas, fabricación de chocolate y otros. El 10% de la producción será a pérdida.

En todo este proceso, para que exista un mayor volumen y mejor calidad del producto cosechado, las familias se asocian para conseguir mejores resultados y así mejor precio. En estas actividades incluso participan niños y ancianos quienes aprovechan las pequeñas cantidades desestimadas, para comercializar productos menores de manera personal.

En 2019 se logró la cosecha récord de la historia de la almendra, 16.000Kg de semilla acopiadas, superando el récord de 2018 que era de 6.000Kg.

La almendra chiquitana es un producto del bosque y el rendimiento puede variar por distintos factores, desde las condiciones climáticas hasta escenarios específicos donde crecen los árboles. Sin embargo, estas variaciones pueden ocurrir incluso en cultivos agroindustriales. La gran diferencia es que este tipo de producto no maderable contribuye a que se cuida mucho más la composición del bosque que otra cosa.

Después de la colecta y selección de semillas, son varios actores los que intervienen en las demás partes del proceso antes de tener un producto acabado. Entre as fases de producción se reconocen, la recolección de fruto, el beneficio de

la almendra, el acopio del grano ya descascarado, el almacenamiento, tostado, pelado, molido y empacado. Entre los actores se reconocen las comunidades, la empresa BARUKAS, Fátima Dorado, Ecomanos, entre otros.

Poco a poco los procesos van mejorando, resultando en producto de mejor calidad. Sin embargo, que la actividad se convierta en autosostenible del todo, es todavía un desafío. Se requiere mejorar el transporte durante la colecta, que resulta pesado, pues el fruto debe cargarse entero hasta los centros de acopio. Disminuyendo la eficiencia de los colectores. Es también importante considerar la diversificación de los productos derivados para un mejor aprovechamiento y abrir los mercados nacionales, los cuales poco a poco van tomando impulso a través de empresarios pequeños nacionales quienes han empezado a introducir la almendra chiquitana a través de la distribución directa al consumidor, en tiendas ecológicas de nutrición, en ferias agroecológicas y a través de la promoción de la almendra en redes sociales.

Es importante mantener la comunicación, analizar el bosque, monitorear las cosechas, los datos climáticos que hoy en día cambian tanto, revisar los mercados, los costos y los beneficios una y otra vez, sin perder de vista que este proceso provee una alternativa digna a las comunidades para vivir y recuperar una actividad cultural que, además, provee un merecido descanso al bosque, aprovechando un producto de alto contenido nutricional y energético.

PREGUNTAS:

¿PARA QUÉ SE USA LA ALMENDRA CHIQUITANA?

¿CÓMO SE COME?

¿CUÁLES SON SUS PARTES Y PARA QUÉ SIRVE CADA PARTE?

¿QUÉ SALE DE ELLA? (Semilla, chala para quemar, harina, etc.)

Nuestros bosques pueden producir, nos pueden mantener, nosotros podemos producir, y hacer que el mundo nos conozca, enseñar también, diversificar la capacidad de producción de las comunidades es bajarle presión al bosque, una de las cosas que más se necesita hoy en día. A través de este tipo de emprendimientos se benefician los consumidores, las comunidades y por supuesto, el planeta, porque si queda el bosque queda la vida, para nosotros, pero también para el mundo.

➢ CAFÉ. GUIÓN NARRATIVO

CAFÉ MAKANATE

En el departamento de Santa Cruz solo se cultiva el dos por ciento del café producido en Bolivia. Sin embargo, la capacidad de producción por hectárea es mucho mayor que en otras zonas del país, 515kg/ha vs 391kg/ha.

La experiencia de producción de café en Monteverde se inicia en 2004. En 2010 APCOB retoma el apoyo a los productores para el cultivo del café, se incrementaron áreas de producción en otras comunidades, se replicó el sistema a través de la dotación de plantines. La especie producida es la Arábica, con variedades Catuai amarillo y rojo.

Café Makanaté se produce en comunidades del territorio Monteverde bajo un sistema de producción agroforestal. Promueve una cultura sostenible con el medio ambiente y un mejor nivel de vida para las comunidades.

Comunidades involucradas en la experiencia: Santa Mónica, Palestina, Palmarito de la Frontera del Territorio Indígena Monteverde.

Actualmente son siete comunidades las que son parte de la organización de cafetaleros, la mayoría se encuentra en etapa de producción inicial, solo Makanaté y San Pablo cuentan con producción de café en el Territorio Indígena Monteverde.

Esta actividad inició en Makanaté el 2004 con ayuda de DED quienes garantizaron la compra de la producción para exportación a Alemania bajo el sello de certificación de café orgánico. La producción recién se consiguió después de tres años. Al cuarto año se retiró el apoyo, la producción decayó al igual que el incentivo y los ánimos para producir.

El 2010 con el apoyo de APCOB ser retoma el apoyo a los sistemas agroforestales en Monteverde y se reinician las actividades con cultivos de café. Es un paquete tecnológico que inicia con la dotación de plantines para establecer los cultivos asociados, se recuperan parcelas antiguas con café y se comienza con las mejoras para producción cosecha, acopio, etc.

Aquí entran las imágenes de las plantaciones de café, el cuidado, la cosecha y el acopio del grano, el grano en fruta.

Poco a poco se han diseñado los sistemas agroforestales, con cítricos, almendra Chiquitana, cayú, piña, ceibo, tarara y como cultivo principal el café.

Todo inició con un productor que apostó por retomar las actividades con café. Las ganancias de este productor se fueron incrementando año tras años. Los vecinos, al ver el éxito suyo, se sumaron a re habilitar sus parcelas con café, implementar las nuevas técnicas de poda y mezcla de cultivos y así se retoman los grupos de organización cafetalera, la Asociación de caficultores quienes tuvieron problemas con la comercialización y el grupo nuevamente se debilitó.

Desde 2017 entre caficultores y APCOB se decide impulsar cultivos inteligentes con el clima. En este último periodo se ha ampliado la superficie del cultivo y se ha logrado comercializar café procesado, tostado y molido, respondiendo al interés de los caficultores. Los cultivos son familiares y se integra esta actividad en la comunidad.

Actualmente participan siete comunidades indígenas en esta actividad productiva y los productores han consolidado una nueva organización, la Asociación de Productores Cafetaleros de Concepción (APCC). Existe un fondo de inversión en apoyo con APCOB que ayuda a que se puedan cubrir los gastos hasta que se procese y se comercialice el café. Así se asegura el acopio y la transformación del recurso.

Todo el proceso comienza por la aplicación de buenas prácticas en sistemas agroforestales, en los que se produce el café sin uso de agroquímicos. SE cosechan los granos y se trasladan a las viviendas de los productores, donde se hace el pre-beneficiado, que es básicamente el despulpado, fermentado y secado del café hasta que se tiene un bajo porcentaje de humedad.

Se hace secar los granos de café en mesas de secado.

Luego se lleva la producción a Concepción, se comprueba el peso y el contenido de humedad, así como el color del grano y el sonido.

Los granos son seleccionados por tamaño y almacenados en bolsas de yute y apilados.

Las buenas prácticas para la cosecha contribuyen a tener un mejor rendimiento y a cuidar el suelo, el agua, la flora, fauna y la diversificación en la producción.

La transformación del producto consiste en el despergaminado, el tostado, molido y envasado.

Se ofertan en el mercado dos tipos de tostado de café: tostado americano y tostado italiano.

Escena de cafecito en taza

Luego del tostado el café para el mercado local es molido y envasado en presentaciones de 100, 250, 500 y 1000 gramos. El envase se realiza de forma manual utilizando equipos sencillos.

Escenas de todos los procesos y los equipos involucrados, balanzas, transporte, etc.

La distribución del producto terminado se realiza en ferias, centros urbanos más poblados, a través de boca a boca, en cuñas radiales, posters, cortos televisivos y algunos hoteles del país.

Se calcula que el mercado local, consume en promedio entre 10 a 14 kg semanales. Por lo que la actual producción de 800 Kg de la APCC, solo abastecería 5 meses a este mercado, quedando claramente demanda insatisfecha, y posibilidades de crecer con la producción. Es por esto que, el aprovechamiento de este producto de manera sostenible tiene aún un amplio margen de posibilidades.

El servicio post venta es todavía la actividad más débil en la cadena del café y se necesita mejorarla. Al igual que, el desarrollo tecnológico.

➢ ACEITE DE CUSI. GUIÓN NARRATIVO

La palmera de Cusi (*Atallea speciosa*), de donde se cosecha los frutos para la extracción de aceite, se encuentra en una faja que abarca más de 300 km de este a oeste en el centro del Bolivia. El análisis con imágenes satelitales, indica que las superficies con presencia de Cusi en el departamento d Santa Cruz, con potencial para el aprovechamiento, alcanza un total de 231.097 hectáreas, de las cuales alrededor de 187 mil hectáreas, están en el área del proyecto ECCOS.

El municipio con mayor presencia de Cusi es San Ignacio de Velasco con un 70% y el segundo municipio con mayor porcentaje de Cusi es Concepción con un 11% del total analizado (Rémillard, Flores, & Fernánd, 2012). Se estima que todos los años, varios cientos de toneladas de frutos de Cusi, caen de las palmeras sin ser aprovechados.

El Cusi es la principal fuente de aceite silvestre para el uso doméstico del mundo, teniendo también uso industrial. El aceite se extrae de las semillas de los frutos maduros y tiene aplicación cosmética y medicinal; aunque no frecuentemente, la gente consume tanto el palmito de Cusi como la semilla. (Rémillard, Flores, & Fernánd, 2012).

Para las familias indígenas la palmera de Cusi, es una especie de uso tradicional, con múltiples beneficios: sus hojas sirven para el techado de las viviendas, para el tejido de utensilios como baquitú o soplador, sombreros, entre otros; en la medicina y cosmética natural, el aceite que se extrae sirve para el tratamiento de dolencias, bajar la fiebre, para el acondicionamiento del cabello; las semillas, son alimento para algunos animales; el coco leñoso es utilizado como combustible, además de la elaboración de algunos productos artesanales.

Desde hace algunos años, esta palmera ha pasado del uso tradicional, a ser parte de la actividad productiva que lideran organizaciones de mujeres en el territorio Monteverde. Son tres las asociaciones, que con apoyo de instituciones y de las organizaciones comunales, han logrado consolidar sus emprendimientos e innovar en los procesos de producción con tecnología y criterios de calidad.

Cuentan con áreas de aprovechamiento identificadas y realizan un manejo sostenible de esta especie de alto valor para las comunidades. Han participado en la elaboración de una marca propia a nivel territorio; ahora las mujeres son conocidas por la elaboración de los diferentes productos, que son parte del mercado local y urbano de la ciudad de Santa Cruz.

El trabajo de las comunidades del Territorio de Monte Verde, aplican el enfoque de la gestión integral de los bosques y tierras. Con base a sus “planes de gestión integral”, trabajan en la regulación y control del uso y aprovechamiento sustentable de los componentes de la Madre Tierra, mediante el reconocimiento y valorización de sus organizaciones, instituciones y normas locales. Base sobre la que, se sustentan los procesos productivos, garantizando el uso integral y sostenible de sus recursos naturales.
En este documento, se podrá apreciar la experiencia desde las voces de las mujeres que lideran esta actividad productiva, una sistematización que refleja el avance en la cadena de valor que, actualmente se desarrolla, con la interacción entre los diferentes actores, los factores críticos que sustentan esta actividad, además, de un análisis para conocer si esta actividad es escalable, o si este modelo de negocio, puede ser replicable con base a las experiencias sistematizadas.

La diversificación: es una estrategia que implica desarrollar nuevos productos y nuevos mercados, por tanto, la organización amplía la oferta de sus productos y servicios.
El escalamiento transversal: se centra en difundir y compartir las innovaciones desarrolladas con otros

actores, por lo que requiere del apoyo de un sistema de redes que favorezca la transferencia de conocimientos.
- El escalamiento a profundidad: se enfoca en mejorar los procesos actuales con el fin de incrementar el impacto en los consumidores o de los beneficiarios.
- Escalamiento ampliado: se concentra en el desarrollo de estructuras y procesos organizacionales que mejoren o hagan más eficientes las operaciones, a fin de llegar a nuevos clientes o beneficiarios aún no atendidos por la empresa.

BUENAS PRACTICAS, LO BUENO QUE SE APRENDE ES IMPORTANTE TRANSMITIRLO ¿POR QUÉ?
Son tres asociaciones del territorio indígena de Monte Verde, las que son parte fundamental de la articulación de la cadena del aceite de Cusi: "Buscando Nuevos Horizontes" de la Comunidad de Palmarito de la Frontera, la "Asociación de mujeres emprendedoras" en la comunidad de Santa Mónica y la Asociación de mujeres artesanas "1ro de mayo" de la comunidad de Palestina.

La recuperación de lecciones aprendidas (positivas y negativas), y los factores de éxito que han impulsado a la consolidación de emprendimientos, como iniciativas económico-productivas exitosas.
Además, el proceso contempla el análisis de los costos por actividad, a lo largo de la cadena, la rentabilidad y factores que influyen en los resultados.

El Cusi es una especie parte del paisaje chiquitano, de alto valor en la vida de la población indígena. Por los múltiples usos que le da; las hojas son utilizadas en el techado de las viviendas; utensilios domésticos como: canastos, baquitú (soplador), sombreros, entre otros. Los frutos son comestibles tanto para la población, como para los animales silvestres y domésticos. Los cocos, como combustible sustituto de la leña.
La semilla o almendra, tostado, molida, es hervida en agua y luego decantada para obtener aceite de Cusi, conocido y practicado tradicionalmente por las abuelas, con reconocidos beneficios como medicina; para bajar la fiebre en los niños, alivianar la tos, curar el arrebato[2]. Además, es utilizado en la limpieza del cabello, para que mantenga el brillo natural.

La producción de aceite cocido, en ocasiones se intercambia, por otros productos en las comunidades y escasamente comercializada en centros poblados de Concepción y San Xavier.
El factor común que motivo a las comunidades, para el inicio de actividades en la cadena del aceite de Cusi, fue la identificación de áreas con abundantes palmeras de Cusi; abundancia respaldada técnicamente, por diversos estudios realizados en la zona.

El aprovechamiento de este recurso no maderable a partir de la obtención del aceite de Cusi, se sustentó a partir del análisis colectivo de las mujeres; quienes, en busca de recuperar esos conocimientos culturales de la medicina natural y la necesidad de generar otros ingresos para las familias, impulsaron el desarrollo de iniciativas productivas, con el uso integral de los recursos del bosque.

PARTES IMPORTANTES QUE EL BOSQUE TENÍA POTENCIALIDAD DE APROVECHAMIENTO, SE NECESITABA DIVERSIFICAR LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS PARA LAS COMUNIDADES Y LA INICIATIVA PARTE DE LAS MUJERES DE LAS COMUNIDADES QUIENES QUISIERON RESCATAR LA ACTIVIDAD, GENERAR INGRESOS CON LA PRODUCCIÓN, MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA Y SER INCLUIDAS COMO PARTE DE LOS PROCESOS ECONÓMICOS.

FCBC, SNV Bolivia, APCOB, GIZ, CIPCA, HIVOS y Bosques del Mundo, entre otras organizaciones de cooperación

En la comunidad de Palmarito de la Frontera, nace la primera asociación de mujeres en el territorio de Monteverde, convirtiéndose en la experiencia pionera de la cadena del aceite de Cusi, comenzando con a trabajar el 2010. Posteriormente en el 2015, se organizan las mujeres de la comunidad de Santa Mónica y el año 2016 las mujeres en Palestina, se organizan para ingresar en esta actividad productiva

.

ACTUALMENTE LA ASOCIACIÓN BUSCANDO NUEVOS HORIZONTES CUENTA CON 13 SOCIAS ACTIVAS. PUEDEN SONAR NÚMEROS PEQUEÑOS COMPARADOS CON OTROS TIPOS DE NEGOCIOS, PERO DE ESO SE TRATA, DE SER PEQUEÑOS Y NO SACAR DEL BOSQUE DE MANERA AGRESIVA, SI NO RESPETAR LOS TIEMPOS Y OBTENER LO MEJOR DE LO MEJOR.

LAS MUJERES SON CAPACES DE TOMAR DECISIONES OPORTUNAS PARA SACAR ADELANTE EL EMPRENDIMIENTO.

PUNTOS DIFÍCILES Y A MEJORAR, EL QUEBRADO, PARTIDO DEL FRUTO, DIFICULTAD POR ADQUIRIR LA MATERIA PRIMA Y TODAVÍA DISPUTAS CON OTROS COMUNARIOS QUE TUMBAN LAS PALMERAS DE CUSI PARA SACAR LAS HOJAS PARA TECHOS DE SUS CASAS O PARA OBTENER PALMITO.

INFRAESTRUCTURA, ACOPIO, TRANSFORMACION DE PRODUCTOS DERIVADOS.

Las mujeres de la comunidad de Palestina, se habían organizado un año antes para la confección de cojines bordados y el 2016 con la identificación de la mancha de Cusi en su comunidad y el intercambio de experiencias en la asociación de la comunidad Palmarito de la Frontera, motivó a que puedan consolidar su Asociación productiva, aumentando la línea de aceite de Cusi, a la que denominaron Asociación 1ro de mayo. Actualmente cuenta con 9 mujeres artesanas;¨*Siempre se ha demostrado que las mujeres, cuando se proponen hacer algo son muy capaz¨ Raquel Masai, lideresa comunal.*

La Asociación 1ro de mayo, afronta problemas como, el área de Cusi se encuentra a más de 8km de la comunidad, dificultando el transporte del fruto recolectado, las palmeras de Cusi están en medio de denso monte, con muchos peligros para el ingreso de las mujeres.

Esta situación no ha impedido que las mujeres de Palestina, continúen con su emprendimiento, están produciendo aceite para el mercado local de Concepción. Sin embargo, la prioridad es la producción de champú y crema para el cabello, productos que los venden principalmente en su comunidad. La gestión para la asistencia técnica, capacitación, adquisición de maquinaria y promoción, logró concretarse, a través de proyectos que desarrolla APCOB en la zona.

Todo el mundo quiere verse bien, en algún momento todos, hombres y mujeres pensamos en la belleza. Aquí en campo también, y el aceite es lo que utilizamos para eso. Mas que todo el cusi se utiliza para hacer aceite, que se puede usar para comer, pero el aceite de cusi es mucho más que eso, se utiliza para hacer shampoo, crema para el cabello, productos vendidos principalmente en la comunidad hasta… que salió afuera de la comunidad.

El proceso consiste en la recolección de cocos de Cusi en el bosque, y se los traslada a la comunidad, donde se inicia el quebrado para sacar la almendra. Ésta se selecciona, desechando las dañadas y con gusanos. Se expone para el secado. Luego esta almendra es molida, se lleva para ser prensada y se obtiene el aceite, el mismo que es envasado puro y almacenado para la decantación de impurezas. Pasado al menos una semana, finalmente se envasa para la venta de un aceite puro.

Aquí me imagino una mujer sosteniendo un frasco con aceite puro envasado, oliendo el aroma del aceite lo más puro posible. Recordar que esto en la mente femenina es extremadamente potente.

Es importante, se ha aprendido con el tiempo, a seleccionar los frutos de cusi en monte, se sabe cuáles producen buen aceite y mayor cantidad. Son frutos que todavía están en la planta, los que ya están en el suelo generalmente ya tienen bichitos… esos se dejan pa' que se los coman los animalitos del monte y también para que nazcan nuevas plantas.

La recolección de los frutos de Cusi se realiza en el monte, a 8 km de la comunidad, el transporte se lo hace en el camión de la comunidad, pagando 100 bolivianos por viaje. Un día de recolección en grupos de 3 mujeres, se recolecta 7 bolsas de cocos. Siempre acompañan en este trabajo los maridos, por el peligro en el monte, una vez una mujer se perdió en el bosque, por no estar acostumbradas a andar Enel monte. La recolección y el transporte son nuestras mayores dificultades. Asociación 1ro de mayo, Palestina.
No es tan fácil partir el Cusi, es una tarea dura. Con el tiempo se pudo conseguir quebradoras a palanca, y se dejó de usar el hacha y machete

Ahora son las mujeres las que asumen el rol de protección de la palmera. Porque este producto es colectado por ellas para generar beneficios y también es un producto muy requerido por el público femenino, aunque todos los productos pueden ser utilizados por hombres y mujeres, da igual, cabello tenemos todos. Por ejemplo, en santa Mónica a través de una decisión comunal se estableció la prohibición de tumbar la palmera y que se tiene que realizar un manejo y aprovechamiento sostenible del cusi. Esto antes que se les ocurra tumbar todos los árboles de cusi.

Esto permite a cuidar mejor el bosque e incrementar la productividad y continuar aprendiendo y fortaleciendo la cadena de valor de productos derivados de esta palmera.

Hacer este tipo de aprovechamiento en escalas relativamente pequeñas permite el fortalecimiento de los vínculos sociales de la comunidad.

Otro aspecto que garantiza la sostenibilidad social, es que la participación en los diferentes procesos de la cadena, esta normado por los usos y costumbres de las estructuras organizativas tradicionales, este respaldo involucra el nombre de la comunidad, por lo que exigirá cumplimiento de compromisos tanto desde las comunidades, como a los clientes.

Inicialmente el trabajo era sólo de las mujeres de la asociación, el proceso de intervención de las familias era escaso. La experiencia en la obtención del aceite virgen y su comercialización en el área urbana de Concepción, superó sus expectativas, la generación de ingresos para las mujeres fue fundamental para motivarlas. De a poco, la familia (esposo, hijos), se involucraron en tareas de recolección, partido del fruto y molido de la calucha.

La elaboración champú y crema de cabello, generó el interés de familias de la comunidad, comunidades vecinas y de terceros (propietarios privados vecinos), conocedores de las propiedades del aceite de Cusi y al ser productos de uso frecuente, llegan a la comunidad para adquirir estos productos.

Los ingresos se fueron incrementando paulatinamente, generan impactos importantes en la economía de las mujeres asociadas; contaban con recursos económicos para la adquisición de bienes para el hogar; función que antes lo realizaba solo el hombre. Motivadas y con la autoestima fortalecida, las mujeres con su esfuerzo, han logrado consolidar su Asociación y el proceso de producción.

El dinero que recibimos, sirve para adquirir otros productos en la comunidad, esa platita circula y beneficia a

varias personas es como nuestro aporte, no solo nosotras ganamos, se distribuye a nivel comunal. Agustina Aponte.

Antes el uso era esporádico y solo para consumo en las comunidades, para el cuidado del cabello. Ahora se comercializan productos derivados que son de uso diario y la gente que conoce las propiedades del aceite de cusi, busca específicamente estos productos para su uso, es así que el mercado, la demanda va aumentando.
El proceso de aprovisionar la materia prima, empieza con la recolección de los cocos de la palmera en el bosque, seleccionando los frutos recién madurados y sanos, luego trasladan hasta las viviendas en la comunidad. En su tiempo libre, las familias van partiendo los frutos para extraer las almendras, que luego de expuestas al sol, al menos 2 días, se las pasa por molinos manuales. La harina obtenida por le molido, se lleva a la prensa hidráulica de la Asociación, para obtener por el prensado en frío, el aceite virgen de Cusi.
"El aceite almacenado en un tiempo aproximado de un mes, nos garantiza una mejor calidad del mismo libre de impureza, queda listo para colocarlo en los envases de 60ml". Agustina Aponte.

Los precios para la adquisición del aceite de Cusi, ha sido establecida bajo acuerdos entre asociadas. Cabe aclarar, que el monto establecido es una retribución al trabajo desarrollado por las mujeres, dado que el mismo no compensa los costos de producción, para la obtención de un litro de aceite, con las técnicas actuales.

El aceite virgen purificado y estacionado, es colocado en jarras y fraccionado en envases pequeños de 60 ml; el rendimiento estimado de 16 envases por 1lt de aceite, con un porcentaje de perdida menor al 5 %.
Los envases para la venta, se limpian para el colocado de las etiquetas y contra etiquetas, donde se describen características del producto, la asociación Buscando Nuevos Horizontes, tiene su propia etiqueta; mientras que Santa Mónica y Palestina, usan un diseño de etiqueta que representa la marca definida a nivel territorio de Monteverde.

Las asociaciones se vieron en la necesidad de generar cambios, innovar, agregar valor "porque el aceite casi no se vende mucho, se ha tenido que buscar otras cosas, para mejorar las ventas", manifiestan las señoras de la Asociación de Santa Mónica. Es así inician la producción de champú y crema para el cabello, aplicando técnicas distintas en cada una, para la obtención de estos productos.

El hecho de que en dos años las mujeres hayan aprendido a hacer shampoo y crema, a punta de prueba y error muestra que este tipo de emprendimientos de verdad promueven la adaptación al cambio climático.
La distribución de los productos, aceite virgen de Cusi, fraccionado y litro, champú y crema, hasta llegar al consumidor final en la cadena, se realiza de la siguiente manera:

a) Distribución directa productor-consumidor, entregado a tiendas locales, a través en eventos o ferias itinerantes, locales, provinciales o departamentales y nacionales.
b) Venta directa en casa comunal.
c) Solicitud de pedidos vía telefónica, registradas por la presidente o tesorera de cada asociación, también se atienden pedidos a través de familiares de las socias, o mediante APCOB.
d) Envío de pedidos a través de transporte interprovincial, contra pagos vía entidad bancaria.

"Se reconoce ese trabajito de salir a vender, a veces las compañeras no se animan, les da vergüenza o no pueden dejar su casa, por eso hemos pensado en ese aporte, porque las mujeres que van, dejan de hacer los quehaceres de la casa y luego tienen que llegar con algo para su hogar". Asociación de productoras de Santa Mónica.

La comercialización se da en ferias, y eventos mercados locales, y también con el apoyo de instituciones como APCOB

“Las socias tienen que aceptar pasar por el control de calidad. Se tiene que revisar bien los productos, antes de sacar a vender, para no pasar la vergüenza de que le rechacen su producto y para evitar reclamos”. Santa Mónica.

Son pocas o casi nulas, las propuestas de venta y promociones desde las asociaciones. Aún es necesario desarrollar capacidades de negociación y mercadeo. Se reconoce que la publicidad de los productos con aceite virgen de Cusi, es desarrollada prácticamente de voz a voz, es decir, que se basa en la buena opinión o transmisión oral de la calidad y beneficios de los productos, afianzando de a poco el crecimiento del consumo.

AUTORREGULACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.
EQUIPOS UTILIZADOS
PRENSA
PARTIDORAS
MOLINOS ELECTRICOS
CENTRIFUGADOR
MAS QUE CUALQUIER OTRA COSA, YA QUE LOS MARGENES DE GANANCIA NO SON TANTOS CON ESTE PRODUCTO SE DESTACA LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES COMO LÍDERES DE EMPRENDIMIENTOS PRODUCTIVOS Y UN PROCESO DE PRUEBA Y ERROR A TRAVÉS DEL CUAL VAN APRENDIENDO DISTINTAS COSAS.
IMPORTANTE PARA EL CONSTANTE DESARROLLO DE LAS CAPACIDADES LA PARTE DE COMUNICACIÓN Y COMPARTIR LAS EXPERIENCIAS APRENDIDAS.
ESCENA MUJER CONTACTO CON EL BOSQUE CON LA MISMA PALMERA (ESTAS ESCENAS PUEDEN SER DE LA ESPERANZA DE LA RECONCILIACIÓN DE UN MUNDO TAN PERO TAN GOLPEADO POR EL ACEITE DE PALMA)
En este guion se tiene que destacar, la belleza, la mujer indígena como una emprendedora económica y el relacionamiento con la palmera, con el cusi y como un entorno puede ser tan distinto en un bosque.

➢ ACEITE DE COPAIBO. GUIÓN NARRATIVO

El copaibo es una medicina tradicional que, viene tomando fuerza en los ámbitos urbanos. Cada vez más gente en los distintos centros poblados y ciudades conoce el copaibo en forma de pomada o aceite y lo utilizan, tal cual lo utilizaban de forma tradicional en los pueblos de la Chiquitania, para aliviar toda clase de dolores superficiales y afecciones de la piel.

Escena lenta, haz de luz en campo, una mujer en el pueblo frotando las manos arrugadas de su abuela, mirada entre ambas, ligera sonrisa en cámara lenta.

A continuación, las imágenes de apoyo dan a entender que responderemos a la pregunta ¿De dónde viene la pomada?

Actualmente los pueblos de la Chiquitania dependen mucho de la agricultura como medio de subsistencia. Sin embargo, en los últimos años los cambios drásticos en el clima y los eventos extremos cada vez más frecuentes ponen en riesgo a las comunidades y con ellas todos los valores culturales que los acompañan. Es por esto que, los pobladores necesitan variar sus fuentes de aprovechamiento y buscar la manera de conservar sus bosques, de los que viven y los cuales proveen protección.

En este sentido, el copaibo se ha convertido en un producto ideal para los pueblos del Bosque Seco Chiquitano, porque son el ejemplo perfecto de que, se puede hacer un aprovechamiento del bosque que no sea agresivo y obtener beneficios tanto para la naturaleza como para el ser humano que la habita.

Quizá aquí podría un poblador local describir el árbol de copaibo, dónde se da, cómo se reconoce, qué tamaño tiene, cómo son sus hojas. (Estos datos no están en el informe). Nombre científico del árbol *Copaifera langsdorffii*

Antiguamente el **aceite de copaibo** se extraía de los árboles de una manera agresiva, a través de una técnica de alto requerimiento físico y por esto realizada por los varones de la comunidad. Consistía en hacer una apertura profunda en la base del tronco del árbol, desde donde se drenaba el aceite “como sea”. Debido a que la herida era tan profunda el árbol generalmente moría y era aprovechado para madera.

Actualmente la técnica que se aplica para la extracción es mucho más simple y reduce la presión de aprovechamiento, tanto para el árbol, el cual queda vivo, como para el bosque, ya que es sostenible a lo largo del tiempo, porque la actividad es tan rentable que tiene un margen de utilidad de hasta un 50% y un flujo de caja positivo, desde el primer año de producción.

Diálogo: Antes se hacheaba el árbol, en la base, para que de ahí salga el aceite, ese aceite se ponía en botellas de plástico, se ensuciaba, se vendía muy poco y después casi siempre el árbol se moría. Eso lo hacían los hombres, ahora ya con la nueva técnica no se necesita cortar tanto, solo se hace un huequito, se perfora, esto ya es más sencillo, no se necesita tanta fuerza, y el árbol queda vivo, no se necesita cortarlo, nada, queda vivo y además se puede seguir usando.

El proyecto comenzó el año 2015 en la comunidad indígena Río Blanco, donde se identificó una mancha de árboles de copaibo que pertenecía a 13 familias a las cuales se les despertó el interés para el aprovechamiento con ayuda de las instituciones FCBC, SNV Bolivia y técnicos del municipio de Concepción. La primera producción de Río Blanco se vendió en su totalidad. La actividad se replicó posteriormente a las comunidades de Santa Mónica y El Rancho con apoyo de APCOB.

Cada comunidad tiene sus propios árboles, manchas que varían en tamaño y capacidad de producción, al igual que, la cantidad de los miembros de sus organizaciones aprovechadoras. Por ejemplo, en la comunidad El Rancho la cooperativa “Los Copaiberos” cuenta solo con seis asociados. Sin embargo, la producción de esta comunidad es considerablemente mayor a la de las otras dos. Tienen mayor cantidad de árboles y mejor rendimiento por cosecha/árbol.

Como todo recurso natural, la producción está condicionada a las características y condiciones naturales del recurso. Es decir, la mancha de árboles, cantidad de árboles y también capacidad de producción de cada árbol. Esto hace que, la conservación de los árboles sea integral ya que no se considera cada árbol solo, sino como parte de un sistema que los sostiene y alimenta.

Comunidad Santa Mónica, Asociación de "Mujeres Emprendedoras de Santa Mónica"
Comunidad Río Blanco, Asociación "Las Pioneras"
Comunidad El Rancho Cooperativa "Los Copaiberos"

Toda actividad al inicio es difícil, sobre todo cuando es nueva, requiere esfuerzo, dedicación y organización.

A veces es difícil producir algo nuevo, y después ¿cómo lo sacamos? ¿Cómo lo vendemos?, pero eso se aprende también, paso a paso, aprendiendo de los errores (risas)
La imagen puede ser de grupos organizados, o mujeres organizadas en la comunidad

Pero el copaibo lo vale. El aceite por sí solo, ya es una fuente de ingreso importante para las familias, pero su potencial se extiende más allá, ya que, se generan también subproductos del aceite que generan ganancias adicionales.

Ya que nosotros aprovechamos este aceite, también tenemos que compartir este conocimiento, porque hay otras comunidades en la Chiquitania que también tienen copaibo y capaz también lo pueden aprovechar.

Actualmente este negocio se ha convertido en una actividad casi exclusiva de mujeres, desde la organización, la recolección, la fabricación de los productos derivados y también la administración de los beneficios obtenidos.

La nueva técnica aplicada para la extracción del aceite es mucho más sencilla, de fácil aplicación y no requiere de altos esfuerzos físicos. Además, los árboles permanecen vivos y pueden seguir siendo aprovechados.

Lo primero es identificar los árboles que serán cosechados, teniendo cuidado de dejar intactos árboles que son considerados buenos semilleros. Se procede a hacer una perforación y colocar un tubo PVC al que se le pone una tapa. Desde la cual se realiza la cosecha cada dos meses. Eso sí, el tubo es revisado permanentemente para controlar que no haya robos o daños por parte de la fauna silvestre. Esta técnica permite sacar el aceite con mayor facilidad y mucho más limpio.

Entre las mejoras que se han hecho al proceso está, la cosecha en envases limpios, el traslado a centros de acopio específicos para esta actividad. El decantado y separación del aceite y el agua de copaibo, el registro de producción tanto del agua como del aceite y el monitoreo de las manchas de los árboles.

Escena del proceso que consiste en identificación de la mancha de árboles, registro de cada árbol. Proceso de perforado con broca y taladro, colocado de tubo PVC y una tapa. Desde el tubo se extrae aceite y agua de copaibo, cada producto se envasa y se registra por separado y los volúmenes de cosecha son registrados por cada árbol. Se acopia, se decantan las impurezas, se trabaja para producir derivados. El monitoreo de los caños se realiza semanalmente para evitar robos o daño a los tubos por parte de la fauna silvestre. La recolección se realiza entre uno y dos meses de diferencia entre cada cosecha.

Destacar el personal capacitado para hacer el monitoreo de los árboles.

En el proceso de traslado, almacenamiento y elaboración de productos, los insumos y máquinas o técnicas adicionales también son necesarias de mostrar como las actividades de apoyo, al igual que, las herramientas y materiales adicionales que se utilizan.

PREGUNTAS

¿HASTA DONDE SE PERFORA? ¿SE PERFORAN TODOS LOS ÁRBOLES O SE DEJAN ALGUNOS SIN PERFORAR?

La participación de la gente de las comunidades es a lo largo de toda la cadena productiva. Los usos y costumbres en esta región indican que, la cosecha debe ser realizada solo por los varones, por esta actividad reciben el pago de un jornal, otorgado por las asociaciones de mujeres.

Siguiente paso los procesos de transformación, reposo, separado del agua, fraccionamiento, limpieza y colocado de las etiquetas.

Cada comunidad tiene sus propios productos secundarios. Sin embargo, el principal es el aceite. Este es el que deja mayores márgenes de ganancia. A pesar de esto, también se realizan pomadas, jabones, shampoos.

Los usos varían como desinflamante de golpes, heridas y picaduras de insectos, alivia dolores reumáticos, desinfectante y cicatrizante.

También se realizan, pero muy poco, cápsulas blandas que contrarrestan inflamaciones internas del cuerpo, como úlcera, faringitis e inflamación de la próstata, pero tiene menos fuerza en la comercialización en el mercado y por eso su producción no es continua.

Mostrar quizá cómo se aplica la pomada. Los jabones a partir del agua de copaibo.

Cómo se hacen los jabones. Estos tienen propiedades antimicóticas, anti acné, antialérgicas y anti pitaí.

Cuando se tiene todos los insumos a mano generalmente la producción de todo, toma media jornada de trabajo.

Luego se junta stock que permita abastecer la demanda del mercado. El almacenamiento de la producción se hace en ambientes de la comunidad. Y desde ahí se trasladan los productos a los centros poblados más cercanos para la distribución a los compradores. También a instituciones con las que ya se tienen acuerdos previos para trabajar en la exposición y venta de los productos.

Los productos se ofrecen y venden de forma oral, en ferias, a pedido en mercados de Concepción, Sucre, Santa Cruz y La Paz entre otros.

Mostrar la marca que se está tratando de posicionar MONTEVERDE O KOPAIBO

Todavía existen oportunidades de mejora, como la fidelización de los clientes y la atención post compra. La constante capacitación de personal y mejora de la calidad de producción e innovación tecnológica permanente. Actualmente todavía el producto que más beneficio económico aporta a las comunidades es la venta de aceite a granel.

Estos productos son el esfuerzo de las comunidades, de sus mujeres y del trabajo constante.

Las mujeres de las comunidades, tomaron la iniciativa de transformar la realidad productiva de su territorio. Rescatar los conocimientos culturales y medicinales, sumados a su espíritu emprendedor y de lucha como mujer indígena, esto llevó a poner dentro de las demandas comunales, la necesidad de trabajar en otras actividades productivas bajo el enfoque de manejo integral del bosque. La principal finalidad fue de mejorar la calidad de vida de las familias, capacitarse, cuidar el bosque y obtener ingresos económicos adicionales.

Las organizaciones productivas de mujeres, si bien están avanzando en articularse al mercado, de a poco van desarrollando capacidades de negociación, estableciendo acuerdos comerciales formales (contratos) e informales (de

palabra). También han acumulado conocimientos en lo productivo, en los procesos de transformación y sobre todo, en la aplicación de buenas prácticas para elaboración de productos y el manejo sostenible del copaibo.

Acompañamiento y apoyo de Gobierno Municipal de Concepción, SNV Bolivia, APCOB y PROBOSQUE, instituciones de las cuales dependen las mujeres para la colaboración con la distribución y venta de los productos. Es necesario fortalecer este aspecto para que lo realicen enteramente desde las cooperativas y asociaciones de mujeres productoras.

Valores replicables

Rescatar los conocimientos culturales y medicinales.
Introducir en la agenda de distintas instancias el desarrollo de actividades productivas
El fortalecimiento organizacional de las comunidades
Fortalecimiento interinstitucional con las organizaciones de apoyo técnico en la zona
Promoción del trabajo en red.

➢ MADERA. GUIÓN NARRATIVO

Escena de una casa construida con madera, un hombre mirando los horcones, algo que el mismo construyó.

La madera siempre ha servido a las comunidades, para hacer casas, carretones, todo lo que uno necesita, para construir, para todo sirve la madera.

El proyecto ECCOS promoviendo acciones de prácticas sostenibles en comunidades indígenas, campesinas y con productores privados, busca dar a conocer el valor de los ecosistemas, rescatar la resiliencia de sus sistemas productivos e incentivar el desarrollo de cadenas de valor basadas en la biodiversidad en sitios vinculados a la conservación.

La comunidad de Santa Mónica se creó con pobladores que venían de una Hacienda de cerca. Antes ahí se trabajaba casi todos los días de la semana, se sacaba la madera con hacha del monte para hacer muebles, puertas, ruedas pa los carretones, pero los que entraban al monte no ganaban nada. A veces hasta le debían al patrón. Costó salir de eso. Del patronazgo.

Imágenes de la comunidad Santa Mónica

Ya cuando las familias salieron del patronazgo, la vida fue diferente, ya éramos independientes, pero había que buscárselas para vivir. Antes el patrón era el que daba casa y comida, pero uno no era libre. Ahora era libre, pero ya había que trabajar. Algunas familias se volvían a las haciendas, pero otras empezaron a usar lo que ya uno había aprendido en la hacienda y hacer uno mismo. Los hombres sacar madera, hacer desde cucharones, bateas, hasta carretas. Las mujeres se dedicaron a trabajar el barro.

Ya después se sacaba madera, buena madera pa las iglesias. Cedro, morado, tajibo, jichituriqui y tarara.

Después ya vino el apoyo de la cooperación, para usar el territorio más ordenado y que no sea sacar por sacar no más. Todo eso tardó años y bueno para que sea legal vinieron los “planes de manejo forestal”

BOSQUE MADREBLE/ IMÁGENES

En Bolivia el manejo forestal comunitario abarca 2,99 millones de hectáreas dentro de territorios indígenas, superficie que es aprovechada bajo la responsabilidad de comunidades y organizaciones indígenas. Las estadísticas oficiales indican que, existen 174 planes de manejo forestal aprobados. En base a estos planes, anualmente se intervienen 74 mil hectáreas, colocando en el mercado al menos 875 mil metros cúbicos de madera por año.

Generalmente la mayoría de las veces, las comunidades indígenas que participaban en un plan de manejo, no tenían los recursos para cortar los árboles, menos sacar la madera. Entonces se limitan a vender no más el bosque en pie y dárselo a alguna empresa que sí tenía los medios para hacer el aprovechamiento.

La idea fue, otra vez, resolver, salir de eso, para poder hacer uno el propio aprovechamiento de sus bosques, poder tener mejores ingresos, de la venta de la madera aserrada y también de productos terminados. Los más ancianos de la comunidad, motivaron a hacer cosas nuevas para mejorar. Así que era entender y aprender.

Gente entrando a trabajar al bosque

Al principio Santa Mónica solicitó a la Asociación Forestal Indígena Nacional el apoyo para resolver la limitante y poder contar con equipos para cortar la madera y AFIN empezó las gestiones y también ayudó para conseguir otros fondos para continuar con el proyecto.

Trabajos en o con madera
Ahora ya las comunidades participan en todo el proceso, desde la cosecha de la madera, hasta incluso las artesanías que se hacen aquí de manera artesanal. Así se gana mucho mejor, se cuida mucho mejor el monte también.

Si se vende solo el árbol, no se lo está aprovechando en el lugar, se gana mucho menos y para ganar más habría que vender más árboles, pero de esta manera, todo se hace aquí, se genera trabajo aquí, se aprovecha todo el árbol. La comunidad es dueña por ejemplo de una empresa ahora para el arrastre de troncas y también se tiene una carpintería artesanal.

Muestra del plan de manejo

De ahí se hizo rel plan de manejo, ya se sabía lo que había en nuestros montes, ahora cómo, cuánto de eso se podía aprovechar. Ese documento se presentó a la autoridad y así se empezó. Monteverde fue de las primeras experiencias de manejo forestal en territorio indígena. Y no creían ellos que se podía. Mandaban correcciones, otra vez ida y venida, y cada viaje desde la comunidad a Conce eran sus 6 horas por lo menos. Costó que nos aprueben.

De ahí vinieron también algunos errores. Lecciones duras, el primer año se cortó la madera y no se pudo transportar. Se quedó tumbado en el monte…

Escena de cara… reflexiva… tristeza…

SECUENCIA DE IMÁGENES DEL PROSESO DE TRANFORMACION DE LA MADERA/ Skider, talado/ acerradero/ valor agregado/ tallado/ muebles

Pero ahora ya son veinte años de trabajo, ahora Sana Mónica tiene consolidado el manejo sostenible sobre sus bosques, nos levantamos y con apoyo, buscando aquí y allá y aprendiendo, pudimos.

Ahora se tiene el reconocimiento del Consejo de Certificación Forestal (FSC) y el Sistema Boliviano de Certificación de Bosques e Incentivos que han aprobado las prácticas de manejo de Santa Mónica.

En la comunidad se tienen 5.388 ha. aprobadas, de las cuales se hace un aprovechamiento anual de 326 ha. Hay un comité forestal que se encarga de las gestiones, aprobación, administración y rendición de cuentas.

Las ganancias son destinadas a fines sociales en la comunidad, como salud, un fondo para educación, bonos para los abuelos y madres solas de la comunidad. El saldo de las utilidades es destinado a inversiones en otras actividades productivas que, se definen por la asamblea de la comunidad.

Son muchas las personas que participan aquí para que las cosas salgan bien. Estos aprendizajes son importantes porque hay otras comunidades que también tienen planes de manejo forestal aprobado y se necesita garantizar que se hagan de la mejor manera, que saquen el mayor beneficio. Son veinte años ya que aquí se hace. Cuando uno hace esto, también es parte de defender el territorio, porque todos los límites están bajo norma, para aprovechamiento de la comunidad, nadie más puede entrar.

Hay hartas cosas por mejorar, hay hartas oportunidades, se necesita mejorar la tecnología, también mejorar los mercados de venta, en fin oportunidades hay. Y es trabajando, y seguir con esto, pero aquí, desde aquí, cuidando que esto sea siempre de la comunidad.

Pregunta: Que desarrollen un poquito más cómo se decide en el plan de manejo forestal qué parte se aprovecha y que parte se deja al monte descansar, o cómo se recuperan los árboles. Que al espectador le quede claro cómo se sacan, pero también cómo se permite la resiliencia. VIVEROS/BIOREMEDIACION

TALLERES Y EVENTOS

EVENTO BINACIONAL – WEBINAR. Informe técnico

BOSQUES CONECTADOS "CONOCEMOS - VALORAMOS - REPLICAMOS"

Los días 20, 21 y 22 de octubre del año 2021 se llevó a cabo el encuentro binacional de forma virtual mediante la plataforma Zoom y con transmisión directa a través de Facebook Live a través de la página oficial del proyecto "ECCOS".

INTRODUCCIÓN: CONTEXTO DEL EVENTO

El encuentro binacional virtual "Bosques conectados 'Conocemos - Valoramos - Replicamos'" forma parte de la etapa concluyente del proyecto ECCOS, el cual se ha implementado desde el 2018 con el objetivo de construir una gobernanza ambiental y territorial participativa, inclusiva y efectiva en los paisajes del Bosque Seco Chiquitano, Cerrado y Pantanal de Bolivia (Santa Cruz) y Brasil (Mato Grosso y Mato Grosso del Sur), que contribuya a preservar la conectividad y funcionalidad de sus ecosistemas, aportando al desarrollo productivo sostenible y a las estrategias regionales de adaptación al cambio climático.

En el marco del proyecto, se han desarrollado e implementado diversas actividades en torno a los tres grandes ejes de trabajo de ECCOS: conservación de ecosistemas, producción sostenible y gobernanza ambiental. Dentro de las actividades relacionadas a la producción sostenible, el trabajo con las cadenas de valor desarrollado en ambos países ha dado lugar a múltiples experiencias, las cuales tienen un enorme potencial de réplica en otras zonas y comunidades. Es por ello que, en el marco del cierre del proyecto ECCOS, generar un espacio de intercambio y síntesis es de mayor relevancia y permitirá identificar las oportunidades de réplica y escalamiento en Brasil y Bolivia.

OBJETIVO PLANTEADO

"Propiciar un espacio virtual para el intercambio de los resultados obtenidos, así como las experiencias de los actores clave dentro del proyecto ECCOS, con énfasis en el trabajo desarrollado en base a las cadenas productivas en Brasil y Bolivia. Esto con el propósito de identificar factores de éxito, cuellos de botella, lecciones aprendidas y buenas prácticas con el fin de buscar oportunidades de réplica y escalamiento en ambos países."

DISEÑO Y ORGANIZACIÓN DEL EVENTO

El evento fue diseñado para tres sesiones correspondientes a las etapas que pueden identificarse dentro de las cadenas de valor de los procesos productivos:

- Obtención de la materia prima
- Transformación y organización dentro de la producción
- Comercialización

Desde Bolivia, la coordinación de participantes en el evento estuvo a cargo de APCOB (Vania Rueda y Ana Belén Serrano) y la Fundación para la Conservación del Bosque Chiquitano (FCBC - Rossy Montaño); mientras que por parte de Brasil estuvo a cargo de ECOA (Nathália Eberhardt).

Por parte de la comunicación y difusión del evento estuvo a cargo de APCOB, con el apoyo de Cecilia Berthon en el diseño gráfico y la supervisión de forma y contenido por parte de Carla Pinto (FCBC).

Desde la parte operativa, el control de la reunión y la transmisión por facebook live estuvo a cargo de Fabiola Beltrán (APCOB), la moderación y el guión del evento estuvo a cargo de Naldo Cavallero (APCOB).

CONVOCATORIA Y DIFUSIÓN

La difusión del evento inició el día sábado 16 de octubre con un arte difundido en redes sociales, principalmente Facebook y Whatsapp. Luego, se difundió con un día de anticipación los artes informando sobre el cronograma a ser abordado en la siguiente sesión. Esto con el objetivo de generar más expectativa e interés en la audiencia, como se verá más adelante, esta difusión continua nos permitió mantener constantes las cifras de participación en el evento.

PARTICIPANTES

El evento tuvo una buena aceptación y una participación activa de un buen número de asistentes en la reunión del Zoom. Incluso considerando que la difusión del evento comenzó con tres días de anticipación.

	Día 1: 20/10/2021	**Día 2: 21/10/2021**	**Día 3: 22/10/2021**
Registrados en Zoom	62	56	58
Promedio activo en sesión	30	27	25

RESULTADOS

Para agilizar la obtención de resultados en el encuentro nacional, se aplicaron encuestas en tiempo real a los asistentes, las cuales luego fueron evaluadas con el apoyo de los presentadores. Los resultados obtenidos a continuación han sido redactados de acuerdo a esta interacción dentro de las sesiones.

Propuesta	**Resultado obtenido**
Los participantes conocen las prioridades, las buenas prácticas y las acciones desarrolladas por los productores en relación a la obtención de la materia prima, considerando la importancia de la sostenibilidad de los bosques en el proceso.	Mediante las diferentes presentaciones, los asistentes lograron conocer las principales transformaciones que se han desarrollado en torno a la obtención de la materia prima - especialmente aquellas que proveen mayor sostenibilidad en tema de recursos forestales maderables y no maderables (tomando como ejemplo clave la extracción de aceite de copaibo y la producción agroforestal).

Los participantes identifican los cuellos de botella, así como las oportunidades de escalamiento y réplica en relación a la transformación de productos con énfasis en la cadena de valor.	Gracias a las diferentes presentaciones tanto de Bolivia como de Brasil, los participantes conocieron las potencialidades en la transformación de productos forestales no maderables. En esta línea también se abordó la temática de la organización dentro de procesos productivos, los participantes conocieron experiencias valiosas en torno a la organización desde el factor humano para lograr producciones sostenibles.
Los participantes conocen diversas experiencias en torno a los planes de negocio y las prácticas de comercialización desarrolladas, considerando la importancia de la articulación entre diversos actores.	Mediante las presentaciones de productores en Bolivia y en contraste con productores en Brasil, los participantes conocieron las experiencias de comercialización en ambos países, considerando aquellos factores de diferencia - como el acceso a una certificación sanitaria - que posibilitan mayor escalación y acceso a mercados.

SÍNTESIS POR DÍA

20 de octubre: Materia Prima

Tema	Resumen	Expositor/a	Organización
Video Cadena de Producción Madera			
Apertura oficial del evento	Inauguración El evento en el marco del proyecto ECCOS y en particular dentro del eje de producción sostenible.	Rosa Leny Cuéllar	FCBC - Coordinadora general del proyecto ECCOS
Madera y Copaibo: Experiencias de manejo sostenible para garantizar la protección de los bosques.	La transformación en la obtención de los recursos forestales maderables y no maderables. La señora Delcy habló en particular sobre los cambios en la extracción del aceite de copaibo, que anteriormente se realizaba tumbando o dañando severamente los árboles. Sin embargo, la nueva forma de extracción permite mayor cuidado a los árboles, extendiendo su tiempo de vida. El señor Carlos Masay nos habló sobre las formas en las que se realiza la extracción de madera de forma responsable, permitiendo la sostenibilidad de los bosques. Explicó los detalles de marcado	Delcy Macoñó	Asociación de Mujeres Emprendedoras Jenecherú de la comunidad “El Rancho”
		Carlos Antonio Masay Pasabare	Representante comunidad “Santa Mónica”

	que permiten respetar aquellos árboles destinados para semilleros o aquellos que no están aún a tiempo de ser cortados.		
Video cadena de producción del café			
Producción de aceites esenciales de plantas nativas en Santo Corazón	Marcelo Cardozo nos presentó un nuevo emprendimiento que busca aprovechar un recurso forestal no maderable innovador: hierbas naturales para elaborar aceites esenciales. Este proyecto lo está desarrollando la Asociación de mujeres en Santo Corazón, con el apoyo de la FCBC quienes han colaborado con la instalación de un centro de procesamiento para la extracción de los aceites, que se adapte a las necesidades de las mujeres. En este caso, la elaboración de aceites está en una etapa inicial pero desde este momento se piensa en la sostenibilidad de los recursos a ser empleados.	Marcelo Cardozo	FCBC
El potencial de la producción agroforestal: la experiencia de productores de Café en la Chiquitania de Bolivia	Estas últimas participaciones de Juan Melgar y Ramón Román presentaron las ventajas de la técnica agroforestal como una manera de preservar los bosques durante la producción cafetalera. Tuvimos el punto de vista técnico (por parte de Juan Melgar) y el señor Ramón nos comentó, en primera persona, sobre los beneficios para los productores; destacando la ventaja de poder producir bajo sombra.	Juan Melgar	APCOB
		Ramón Román	Comunidad Makanaté - Productor

21 de octubre: Transformación y Organización dentro de la producción

Tema	Resumen	Expositor/a	Organización
Video cadena de producción de Cusi			
Envasado y transformación de aceite de copaibo	La señora Delcy presentó el proceso de elaboración del aceite de copaibo. Mencionando diversos aspectos que forman parte de esta cadena de valor productiva. Nos mencionó los diversos productos que se elaboran como derivados del aceite de copaibo y cómo las mujeres se organizan para llevar a cabo la producción con una alta calidad. Adicionalmente, la señora Delcy nos comentó sobre la diferencia entre la elaboración de productos en base al aceite de copaibo, en comparación con aquello que se produce usando el agua de copaibo.	Delcy Macoñó	Asociación de Mujeres Emprendedoras Jenecherú de la comunidad "El Rancho"
Envasado y transformación de aceite de cusi	La señora Nancy Paine nos compartió la elaboración del aceite de cusi y la transformación del mismo en otros productos derivados. Ella también nos compartió la experiencia formando la asociación de mujeres para el aprovechamiento del recurso que no era muy conocido y del cual no se sabían los beneficios. La señora Nancy también nos habló sobre la comercialización de los diferentes productos que se elaboran en base al aceite de cusi.	Nancy Paine	Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Mónica
Tema Productos elaborados a base de pacú de naranja, acurí y bocaiuva / totaí en el Pantanal brasileño.	Las tres productoras del Brasil nos comentaron sobre sus experiencias trabajando con productos nativos de los bosques. Resaltaron el valor que tiene la conservación de los ecosistemas en sus procesos productivos y también destacaron la fuerte afectación que han tenido debido a las sequías y el impacto de los incendios que las han dejado directamente sin producción, por lo que han optado por comercializar artesanías durante este año. Pese a la dura realidad que han enfrentado, las señoras han hablado fuertemente convencidas de que	Natalina Mendes	Comunidad Porto Esperança, Fruto Acurí
		Leonida Aires	Comunidad Barra do São Lourenço / Renascer, Fruto Laranjinha-de-Pacu
		Edil Albuquerque	Comunidad de Antonio Maria Coelho,Fruto Bocaiuva/ Totai

	su rol como productoras es valioso y que les permite conectarse con la naturaleza y con los saberes ancestrales de sus territorios.		
Video cadena de producción Copaibo			
Escalamiento transversal y a profundidad en la producción del café del bosque chiquitano.	En esta presentación, Juan Melgar nos comentó sobre cómo se había establecido la producción agroforestal entre los productores del territorio indígena Monteverde. Él nos comentó también sobre cómo se pueden cuantificar los beneficios que este tipo de producción tienen para los productores, a modo de fomentar la escalación de este modelo productivo que fomenta el cuidado de los bosques. En el caso del señor Ramón, el relato fue más testimonial, comentando cómo la producción agroforestal en muchos casos ha competido con otras ofertas productivas - especialmente en torno a la ganadería. En muchos casos los productores han quedado afectados, sin ingresos y con el bosque bastante dañado.	Juan Melgar Ramón Román	APCOB Comunidad Makanaté - Productor
El sistema organizativo en la comunidad Santa Mónica (tema manejo de bosque y producción forestal)	Carlos Masay habló sobre la producción forestal de maderables en el bosque, siguiendo un plan de manejo y con una sólida organización comunitaria como base de la producción. Adicionalmente, también se habló sobre los procesos de toma de decisión y de rendición de cuentas, a fin de garantizar la transparencia colectiva dentro de la producción.	Carlos Antonio Masay Pasabare	Comunidad Santa Mónica

22 de octubre: Planes de Negocio y Comercialización

Tema	Resumen	Expositor/a	Organización
Video cadena de producción de almendra chiquitana			
Intercambio de experiencias en la comercialización de especies nativas: comparación y contraste entre comercializadores/ as en Bolivia y Brasil.	Rosana y Altair hablaron sobre la experiencia de comercializar productos nativos desde el Cerrado. Mencionaron la importancia del apoyo de la investigación que les brindó la universidad local y también hicieron referencia al enriquecimiento que hubo, mediante el proyecto ECCOS, en el intercambio entre productores de almendra entre ambos países. También mencionaron la importancia que ha tenido para la comercialización el lograr el acceso a la certificación sanitaria que les permitió expandir sus mercados.	Rosana Sampaio	Presidenta del Centro de Producción de Investigación y Capacitación Cerrado
		Altair de Souza	Dirección del Centro de Producción de Investigación y Formación del Cerrado
Planes de negocios de productos forestales no maderables: cusi en Palmarito de la Frontera	La señora Agustina Ponce, mencionando su larga trayectoria como productora y comercializadora de aceite de cusi, nos mencionó las formas en las que ha comercializado su producto. Mencionó la importancia de asegurar un mercado estable que les permita regularizar su comercialización. Por ahora, nos comentaba también que uno de los frenos para la asociación de mujeres es que aún no cuentan con un registro sanitario que les permita acceder a más mercados.	Agustina Ponce	Asociación de Mujeres de Palmarito de la Frontera
Video cadena de producción apicultores en Brasil - comentario adicional por André Luiz Siqueira (ECOA)			
Experiencia en la investigación y promoción del manejo de abejas nativas en la Chiquitania	En su presentación, Javier Coimbra mencionó las diversas ventajas que tiene la producción de miel de abejas nativas, por un lado para las familias productoras y así como para la floración de los bosques.	Javier Coimbra	FCBC

CONCLUSIONES

El encuentro binacional ha sido un espacio de intercambio enriquecedor, en el que productores, técnicos y especialistas nos han compartido sus experiencias en torno a diversas cadenas de valor de productos forestales maderables y no maderables. Entre las presentaciones y comentarios de participantes se pueden destacar:

- Factores de éxito: la organización colectiva en la extracción y transformación de los recursos forestales, el apoyo técnico por parte de organizaciones y/o centros de investigación pertenecientes a universidades; y las experiencias de intercambio entre productores que han sido muy productivas.
- Cuellos de botella: desde la parte boliviana, el acceso a una demanda continua y estable que permita lograr una producción continua - y relacionado con ello la necesidad de certificar los productos bajo las normas sanitarias vigentes.
- Además, en ambos lados el factor climático ha sido nombrado desde la sequía hasta los incendios forestales que les han afectado de forma directa (sobre todo mencionado por los productores de Brasil) e indirecta.

Existen múltiples oportunidades de réplica y de escalamiento en torno a la producción sostenible en los bosques de Bolivia y Brasil, los proyectos nuevos que se han presentado tienen mucho potencial y los proyectos más antiguos son sobre todo útiles como fuentes de experiencia que permiten diseñar mejor las cadenas productivas.

Anexo 1 - Lista de Registrados en Zoom por día

Total día 1: 62

Rubén Miguel Ribera Gómez	ruben041797@gmail.com	Yoliana Vaca Dorado	Yolivacadorado@gmail.con
Neyda Salinas Gutierrez	sng.emp@gmail.com	J. Miguel Castro	josemiguelcastroclaros@gmail.com
Limbert Yarby	yarlim875@gmail.com	Rosa Leny Cuéllar	rosalenycuellar@fcbc.org.bo
Liliana Gonzales Ale	liliana.gonzales.ale@gmail.com	Rossy Montaño	rossymontano@fcbc.org.bo
Sebastian Soquere supepi	Sebastiansoqueresupepi@gmail.com	Mariana Escobar-WW	marianaww@gmail.com
Ysrael Ribera Panoso	ysraelribera@gmail.com	MARIA NOHELIA ROJAS SÁENZ	noherojas77@gmail.com
Carla Pinto	carlapintoherrera@gmail.com	Catalina Rivadeneira	catariva27@gmail.com
Vania Rueda	va.rueda.c@gmail.com	Alfonzo guzman	alguzes@gmail.com
		marialuisa salvatierra	m.salvatierra@bo.fsc.org

Yasna Jennyfer Viruez Recamo	yasnaviruez1988@gmail.com	Marcelo Álvarez	jmalvarezb@gmail.com
Karen Rosales	karendeniss2612@hotmail.com	Antonio Sanjinez	agroecologia@probioma.org.bo
Nilda Maras guaita	nildamaras@gmail.com	Pablo Rodriguez	rodriguezpablo26@hotmail.com
LIC. MARIA DEL CARMEN PASCUAL	mariadelcarmen291@outlook.com	Elisbeida Peña	elisbeid@gmail.com
Ana Belén Serrano Angulo	cruciserrano96@gmail.com	Julieta Vargas	jvargasm70@gmail.com
Rebecca Maekeler	maekelerrebecca@gmail.com	Ana Gabriela Chambilla Luque	anagabrielachambilla@gmail.com
Arleen Taceó	arleentaceo@gmail.com	Paola Alejandra Mamani Arias	mapa.alejandra@gmail.com
Kathrin bARBOZA	batikathrincita@gmail.com	Luz Mery Asbun Rojas	luzmeryasbun@hotmail.com
Angélica Guevara León	Angelicaguevara.forestal@gmail.com	Aracely Ibañez Llano	aracelyibanezllano@gmail.com

Gloria Balcazar	gloriaestefaniabalcazar@gmail.com	Juan	Juanmelgarc@gmail.com
Zulema Barahona	Zbarahona@hotmail.com	Adrien Marzec	amarzec@apcob.org.bo
Javier Bejarano	javierbejol@gmail.com	Tomás Cuasace	tcuasace.s@gmail.com
Faviola Michell	michellfaviola@gmail.com	Osvaldo Peñafiel Ortiz	openafielo@gmail.com
Patricia Patiño	ppatino@apcob.org.bo	Lenny Rodríguez	ayoreoscz@apcob.org.bo
Naldo Cavallero	naldocav@gmail.com	Cindy Carolina Ramos Terrazas	cindycarolinaramost@gmail.com
Victor Fernando Huanca Nava	Victorinosfernando@gmail.com	Marcio Flores	geobotanico@gmail.com
Brigithe Hellen Blanco Dury	ing1hellen@gmail.com	Miguel Angel Bailaba	bailabaortiz01mb@gmail.com
Alexander Letellier Heinrich	aletellierh@hotmail.com	Nathalia Ecoa - Brasil	nathalia@riosvivos.org.br

Vania Rueda	vania.rueda@goethesantacruz.org
Paulo Alberto Gil Cuellar	servicio.capacitarte@gmail.com
Marcia Adler	marcia_asler@hotmail.com
Aura Teresa Barba López	barbaaurateresa5712@gmail.com
Raquel Pires Campos	raquel.campos@ufms.br
raquel cortez	raquel.cortez.q@gmail.com
Erick Ybañez	Erick.ybanez.rodriguez@gmail.com
Erick Ybañez	erick.ybanez.rodriguez@gmail.con
Marcelo Cardozo	mcardozo@fcbc.org.bo

Total día 2: 56

Julieta Vargas	jvargasm70@gmail.com
Lenny Rodriguez	xroxanarodriguezx@gmail.com
edil Corrêa	edilcorrea5@gmail.com
Raquel Hurtado	raqehs@gmail.com
Rosana claudina da Costa Sampaio Sampaio	Ceppec.cerrado@gmail.com
Marcelo Cardozo	mcardozo@fcbc.org.bo
Leonida de Souza	leonidaaires@gmail.com
Luz Angelica Alcoba Rojas	angelicalcoba@gmail.com
raquel cortez	raquel.cortez.q@gmail.com

Nathalia Ecoa - Brasil	nathalia@riosvivos.org.br
Miguel Angel	bailabaortizmb01mb@gmail.com
Arleen Taceó	arleentaceo@gmail.com
Erick Ybañez	Erick.ybanez.rodriguez@gmail.com
Vania Rueda	vania.rueda@goethesantacruz.org
Javier Coimbra	jcoimbra@fcbc.org.bo
Carla Pinto	carlapinto@fcbc.org.bo
Zulma Justiniano	zulma.justiniano@gmail.com
Paola Soraya Sotelo Guzmán	paolaguzman2020@gmail.com

Kleider Duban Carrillo Pereira	kleider.duban.carrillo.pereira@gmail.com
Natalina SILVA DE OLIVEIRA MENDES	natalisilvaoliver2017@gmail.com
Aura Teresa Barba López	barbaaurateresa5712@gmail.com
Adrien Marzec	amarzec@apcob.org.bo
Osvaldo Peñafiel Ortiz	openafielo@gmail.com
Marcio Flores	geobotanico@gmail.com
Miguel Angel Bailaba	bailabaortiz01mb@gmail.com
Gloria Balcazar	gloriaestefaniabalcazar@gmail.com
Javier Bejarano	javierbejol@gmail.com

Patricia Patiño	ppatino@apcob.org.bo
Naldo Cavallero	naldocav@gmail.com
Victor Fernando Huanca Nava	Victorinosfernando@gmail.com
Antonio Sanjinez	agroecologia@probioma.org.bo
JHANNYNE GALARZA ALVAREZ	jhannys91@gmail.com
Pablo Rodriguez	rodriguezpablo26@hotmail.com
Elisbeida Peña	elisbeid@gmail.com
Ana Gabriela Chambilla Luque	anagabrielachambilla@gmail.com
Paola Alejandra Mamani Arias	mapa.alejandra@gmail.com

Aracely Ibañez Llano	aracelyibanezllano@gmail.com
LIC. MARIA DEL CARMEN PASCUAL	mariadelcarmen291@outlook.com
Ana Belén Serrano Angulo	cruciserrano96@gmail.com
Rebecca Maekeler	maekelerrebecca@gmail.com
Kathrin bARBOZA	batikathrincita@gmail.com
Angélica Guevara León	Angelicaguevara.forestal@gmail.com
Yoliana Vaca Dorado	Yolivacadorado@gmail.con
Rosa Leny Cuéllar	rosalenycuellar@fcbc.org.bo
Rossy Montaño	rossymontano@fcbc.org.bo

Mariana Escobar-WW	marianaww@gmail.com
MARIA NOHELIA ROJAS SÁENZ	noherojas77@gmail.com
Yasna Jennyfer Viruez Recamo	yasnaviruez1988@gmail.com
Alfonzo guzman	alguzes@gmail.com
marialuisa salvatierra	m.salvatierra@bo.fsc.org
Neyda Salinas Gutierrez	sng.emp@gmail.com
Ariel Miranda	Hamir777@gmail.com
Sandra Romero Ortega	saromeroo@gmail.com
Roberto Acebey Aldunate	roacebeya@gmail.com

Sebastian Soquere supepi	Sebastiansoqueresupepi@gmail.com
Ysrael Ribera Panoso	ysraelribera@gmail.com

Total día 3: 58

Rolvis Pérez Ribera	rolvisperez@gmail.com	Jennyfer viruez	yasnaviruez1988@gmail.com
Karen Asturizaga Valdivia	k.asturizaga.v@gmail.com	Marcia Adler	Marcia_adler@hotmail.com
María Gonzales	jasivia.gonzales.bio@gmail.com	Tito Arana	tanana@fcbc.org.bo
105357	aponteagustina@gmail.com	Nathalia Ecoa - Brasil	nathalia@riosvivos.org.br
Diana Guasace cesari	guasacediana2@gmail.com	Erick Ybañez	Erick.ybanez.rodriguez@gmail.com
Verónica Bejarano	veronica972220@gmail.com	Marcelo Alvarez	jmalvarezb@gmail.com
Nelio Rocha	neliorochasorioco@gmail.com	Arleen Taceó	arleentaceo@gmail.com
Gómez Rubén Miguel Ribera	ruben041797@gmail.com	Vania Rueda	vania.rueda@goethesantacruz.org
André Luiz Siqueira	andre@riosvivos.org.br	Rosana claudina da Costa Sampaio Sampaio	Ceppec.cerrado@gmail.com

Tomás Cuasace Supepi	tcuasace.s@gmail.com	Osvaldo Peñafiel Ortiz	openafielo@gmail.com
Ana Maria Mostacedo	ana.maria.mostacedo.aguilera@gmail.com	Marcio Flores	geobotanico@gmail.com
Lenny Rodriguez	xroxanarodriguezx@gmail.com	Miguel Angel Bailaba	bailabaortiz01mb@gmail.com
Raquel Hurtado	raqehs@gmail.com	Gloria Balcazar	gloriaestefaniabalcazar@gmail.com
Marcelo Cardozo	mcardozo@fcbc.org.bo	Javier Bejarano	javierbejol@gmail.com
raquel cortez	raquel.cortez.q@gmail.com	Patricia Pati;o	ppatino@apcob.org.bo
Javier Coimbra	jcoimbra@fcbc.org.bo	Naldo Cavallero	naldocav@gmail.com
Carla Pinto	carlapinto@fcbc.org.bo	Victor Fernando Huanca Nava	Victorinosfernando@gmail.com
Aura Teresa Barba López	barbaaurateresa5712@gmail.com	Antonio Sanjinez	agroecologia@probioma.org.bo

JHANNYNE GALARZA ALVAREZ	jhannys91@gmail.com
Pablo Rodriguez	rodriguezpablo26@hotmail.com
Elisbeida Peña	elisbeid@gmail.com
Ana Gabriela Chambilla Luque	anagabrielachambilla@gmail.com
Paola Alejandra Mamani Arias	mapa.alejandra@gmail.com
Aracely Ibañez Llano	aracelyibanezllano@gmail.com
Adriana Gareca	Adriana.gt.30@gmail.com
LIC. MARIA DEL CARMEN PASCUAL	mariadelcarmen291@outlook.com
Ana Belén Serrano Angulo	cruciserrano96@gmail.com

marialuisa salvatierra	m.salvatierra@bo.fsc.org
Neyda Salinas Gutierrez	sng.emp@gmail.com
Sebastian Soquere supepi	Sebastiansoqueresupepi@gmail.com
Ysrael Ribera Panoso	ysraelribera@gmail.com

Rebecca Maekeler	maekelerrebecca@gmail.com
Kathrin bARBOZA	batikathrincita@gmail.com
Angélica Guevara León	Angelicaguevara.forestal@gmail.com
Yoliana Vaca Dorado	Yolivacadorado@gmail.con
Rosa Leny Cuéllar	rosalenycuellar@fcbc.org.bo
Rossy Montaño	rossymontano@fcbc.org.bo
Mariana Escobar-WW	marianaww@gmail.com
MARIA NOHELIA ROJAS SÁENZ	noherojas77@gmail.com
Alfonzo guzman	alguzes@gmail.com

ANEXO 2 - IMÁGENES DEL EVENTO POR DÍA

Día 1: Participaciones de Rosa Leny Cuellar, Delcy Macoñó, Carlos Masay, Marcelo Cardozo, Juan Melgar, Ramón Román, y síntesis final.

















Día 2: Enfocado en la transformación y en la organización dentro de la producción. Enfocado en la participación de diversos productores.



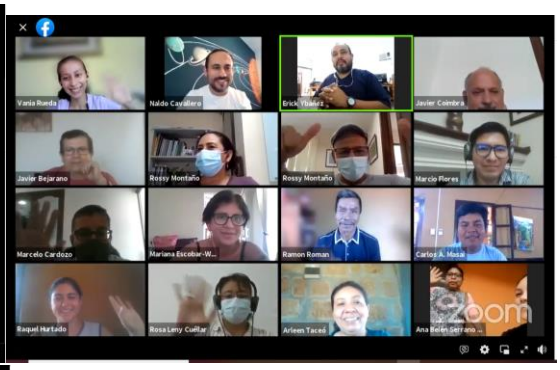




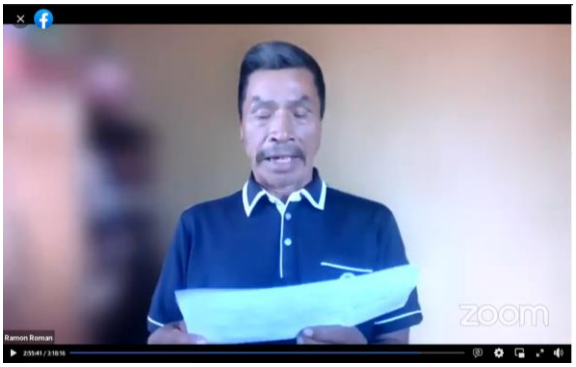





Breve historia del café en Concepción
INTRODUCCION DEL CAFÉ EN CONCEPCION
•En 1997 se inicio la siembra del café en Concepción por una cooperación alemana.
•Comunidades que se inicio fue en la comunidad: Makanaté
•Primera presentación a feria fue en el 2014
zoom


zoom


zoom

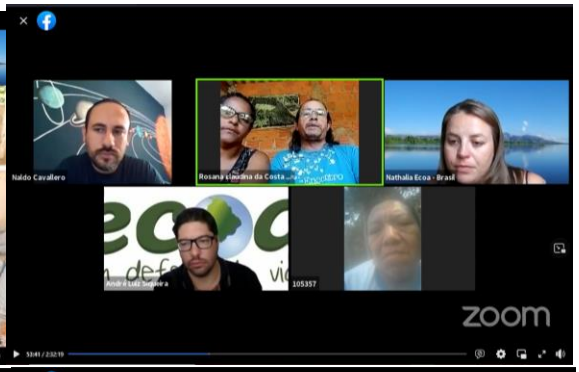

zoom

Día 3: Cierre del evento enfocado en la cadena de valor y la comercialización de productos forestales.





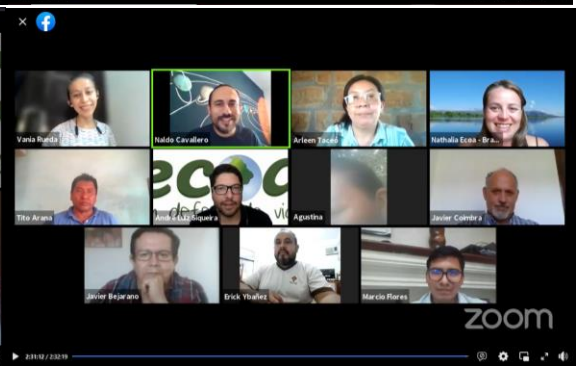












ANEXO 3 - ARTES ELABORADOS PARA LA DIFUSIÓN DEL EVENTO




Encuentro binacional Bolivia - Brasil
BOSQUES CONECTADOS
CONOCEMOS - VALORAMOS - REPLICAMOS
Octubre 21
TEMA: TRANSFORMACIÓN Y ORGANIZACIÓN DENTRO DE LA PRODUCCIÓN
9: 10 Envasado y transformación de aceite de copaibo
Delcy Macoñó - Asociación de Mujeres Emprendedoras Jenecherú de la comunidad "El Rancho"
9:30 Envasado y transformación de aceite de cusi
Nancy Paine - Asociación de Mujeres Emprendedoras de Santa Mónica
9:50 Productos elaborados en base a laranjinha de pacú, acurí y jaracatiá en el Pantanal brasileño
Natalina Mendes - Comunidad Porto Esperança, Fruto Acurí
Leonida Aires - Comunidad Barra do São Lourenço / Renascer, Fruto Laranjinha-de-Pacu
Edil Albuquerque - Comunidad de Antonio Maria Coelho,Fruto Bocaiuva/ Totai
10:40 Escalamiento transversal y a profundidad en la producción del café del bosque chiquitano
Juan Melgar - APCOB
Ramón Román - Productor de la comunidad Makanaté
11:20 El sistema organizativo en la comunidad Santa Mónica (tema manejo de bosque y producción forestal)
Carlos A. Masay - Comunidad Santa Mónica
LIVE
zoom
Transmisión por facebook.com/ECCOSzicosur
#UE #eccoszicosur
ORGANIZAN
CON APOYO DE
FCBC
BOSQUES DEL MUNDO
ecoa Em defesa da vida
APCOB
ECCOS
Cofinanciado por la Unión Europea


Encuentro binacional Bolivia - Brasil
BOSQUES CONECTADOS
CONOCEMOS - VALORAMOS - REPLICAMOS
Octubre 20
TEMA: MATERIA PRIMA Y SOSTENIBILIDAD
9: 00 Apertura oficial del evento y presentación de los resultados obtenidos del proyecto.
Rosa Leny Cuéllar. FCBC - Coordinadora general del proyecto ECCOS
9:20 Madera y copaibo: Experiencias de manejo sostenible para garantizar la protección de los bosques.
Delcy Macoñó - Asociación de Mujeres Emprendedoras Jenecherú de la comunidad "El Rancho"
Carlos A. Masay - Representante de la comunidad "Santa Mónica"
10:30 Producción de aceites esenciales de plantas nativas en Santo Corazón.
Marcelo Cardozo - FCBC
11:10 El potencial de la producción agroforestal: la experiencia de productores de café en la Chiquitania de Bolivia.
Juan Melgar - APCOB
Ramón Román - Productor de la comunidad Makanaté
LIVE
zoom
Transmisión por facebook.com/ECCOSzicosur
#UE #eccoszicosur
ORGANIZAN
CON APOYO DE
FCBC
BOSQUES DEL MUNDO
ecoa
Em defesa da vida
APCOB
ECCOS
Cofinanciado por la Unión Europea


Encuentro binacional Bolivia - Brasil
BOSQUES CONECTADOS
CONOCEMOS - VALORAMOS - REPLICAMOS
Intercambio de experiencias y buenas prácticas entre actores clave de cadenas de valor de productos del Bosque Chiquitano y Pantanal.
Con la participación de productores de cusi (babaçu), almendra chiquitana (barú), copaibo (copaíba), madera, café y diversos productos nativos; además de apicultores y pescadores.
zoom
LIVE
Transmisión por facebook.com/ECCOSzicosur
#UE #eccoszicosur
Inscripciones:
Octubre
20 - 21 - 22
9:00 - 12:30
ORGANIZAN
CON APOYO DE
FCBC
BOSQUES DEL MUNDO
ecoa
Em defesa da vida
APCOB
ECCOS
Cofinanciado por la Unión Europea

LISTADO DE ARCHIVOS ANEXOS

CARPETA ADJUNTA

- **SISTEMATIZACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE LAS CADENAS DE VALOR DE LOS PRODUCTOS DEL BOSQUE CHIQUITANO.**

- **ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN. UNICORNIO SOCIAL**

- **CALENDARIO**
  Guión narrativo
- **AGENDA**
  Guión narrativo
- **CARTILLA**
  Guión narrativo
- **BANNERS**
  Guión narrativo
- **VIDEOS**
  Guiones
- **OBRA DE TEATRO**
  Guion “Yo soy del bosque chiquitano”
- **EVENTO BINACIONAL**
  Informe técnico-narrativo

PRODUCCIÓN DE MATERIALES DE DIFUSIÓN Y SOCIALIZACIÓN

Los archivos finales de diseño fueron entregados por la Imprenta Ramber a la FCBC.