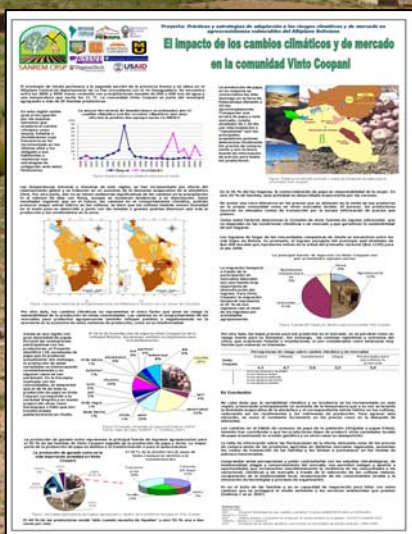




MEMORIA DE SOCIALIZACION DE RESULTADOS

“EI IMPACTO DEL CLIMA Y DE MERCADOS EN COMUNIDADES DEL MUNICIPIO DE UMALA”



Equipo Universidad de la Cordillera*
La Paz – Bolivia
2009

*Elizabeth Jiménez (Coordinación), Alejandro Romero y Olga Yana (Desarrollo de talleres y análisis).

CONTENIDO

1.	INTRODUCCION	4
2.	OBJETIVO	4
3.	METODOLOGIA.....	4
4.	DESARROLLO DEL TALLER Y PERCEPCIONES	4
3.4	Comunidad Vinto Coopani.....	4
5.	CONCLUSIONES Y REFLEXIONES	8

1. INTRODUCCION

El proyecto “Adaptándose a los cambios en los Andes”: Prácticas y Estrategias para Enfrentar Riesgos Climatológicos y de Mercado en Agro-Ecosistemas Vulnerables” SANREM CRSP, se plantea como uno de sus objetivos establecer enlaces entre los conocimientos locales y los conocimientos científicos generados por la investigación participativa para generar prácticas de adaptación a los cambios climáticos y de mercado.

En este sentido se ha organizado un taller de socialización en la comunidad Vinto Coopani perteneciente al municipio de Umala del Altiplano central del Departamento de La Paz, a fin de devolver los resultados de la información obtenida de la encuesta de hogares realizada entre julio y septiembre del año 2006 sobre el tema de comercialización y mercados.

2. OBJETIVO

El principal objetivo de los talleres, es el retorno de la información recabada en el Proyecto para la generación de espacios de conocimiento y reflexión con los pobladores de las comunidades del Municipio de Umala sobre las características climáticas y de comercialización de sus principales productos de acuerdo a sus percepciones y los estudios realizados.

3. METODOLOGIA

La metodología utilizada en el taller de socialización fue consensuada por los facilitadores de la Fundación PROINPA y la Universidad de la Cordillera de acuerdo al siguiente esquema:

1. Presentación de objetivos y metodología del taller
2. Proyección del Video “Cambio Climático: el desafío de hoy”
3. Exposición de los resultados de la línea base sobre el tema de comercialización y mercados
4. Entrega de cartillas y gigantografía a la comunidad
5. Trabajo en grupos para la identificación de barreras y fortalezas en los temas de clima y mercados.

4. DESARROLLO DEL TALLER Y PERCEPCIONES

3.4 Comunidad Vinto Coopani

El taller se realizó el día 3 de febrero, con la participación de 28 personas de la comunidad (13 mujeres y 15 hombres) y los facilitadores de la Fundación PROINPA y la Universidad de la Cordillera. Esta actividad fue incluida por los productores, en el Orden del Día de la Asamblea comunal que realizan mensualmente por lo que se presume una participación de más del 90% de las familias de la comunidad.

La exposición del tema “El impacto del clima y de mercados en la comunidad Vinto Coopani” se inició con la explicación de los resultados obtenidos en la encuesta realizada el año 2006, particularmente sobre los cambios percibidos por la comunidad respecto a la mayor frecuencia de eventos extremos como la helada y la sequía. Dichos resultados se relacionaron con el video observado previamente sobre “Cambio Climático: el desafío de hoy” del Viceministerio de Planificación Territorial y Ambiental.



Al culminar la proyección del video, se inició una reflexión con los participantes sobre los impactos que se estaban generando por el mayor efecto de eventos extremos de clima en todo el mundo al igual que en el país. La preocupación que tenían los participantes es la sequía que se estaba dando en esta zona y que amenazaba con reducir la cosecha de sus cultivos además de la incertidumbre a la que los mantiene no conocer los periodos de precipitación actuales.

Posteriormente se pasó a describir, en la gigantografía entregada a la comunidad, los aspectos referidos a la comercialización de los principales productos agrícolas, la diversidad de papas con la que cuenta la comunidad y los costos en los que incurren al momento de comercializar el producto. Durante la explicación de estos resultados, la participación de los/las agricultores fue muy activa, ya que permitió una reflexión conjunta sobre los problemas encontrados y las posibles alternativas de solución.



Los participantes resaltaron las dificultades que se tienen para comercializar sus productos en la Feria de Patacamaya, principalmente por no contar con puestos de venta fijos donde realizar la transacción. Adicionalmente, los precios que obtienen son bajos y no cubren los costos de producción

por ejemplo del chuño. No cuentan con experiencias de comercialización asociada u organizada, sin embargo una de las participantes manifestó que no sería posible tal actividad porque las familias no contaban con las mismas condiciones de tierra, tamaño y ubicación de este recurso, por lo cual no todas podrían cumplir con cantidades mínimas para vender.

Por otro lado, también se manifestó que si se acuerda en una asamblea general las familias podrían estar dispuestas a experimentar esta actividad, porque las decisiones que se toman en la asamblea general son acatadas por todos.

Las variedades locales de papa, son altamente apreciadas dependiendo de su uso, por ejemplo la waycha por su buen precio en el mercado, mientras las variedades chunchu, lucki, sacampaya y sutamari son para chuño, la variedad kuli es buena para khati. El cultivo de estas variedades les permite disponer siempre de alimentos y consumirlos de diversas formas. Una de las asistentes al taller dijo: *“no nos falta la papa, siempre tenemos”* y por ello estas variedades representan una garantía para la seguridad alimentaria.

Otro aspecto importante, manifestado por los/las participantes al evento, son las cualidades de algunas variedades para el mercado. Por ejemplo la variedad Kuli tiene alta demanda en la feria principal y al parecer son pocas las familias que la producen aún cuando el precio de su venta es superior a cualquiera de las otras variedades. El problema de su mínima producción tiene que ver con el requerimiento de buenos suelos que tiene tal variedad y con los que no disponen la mayoría de los hogares.

Finalmente, los participantes mostraron su preocupación por la falta de lluvias en esta zona y que se evidencia en el reducido tamaño de los cultivos de papa. Ante esta situación solicitaron información sobre alternativas para lidiar con estos problemas.

Concluida la explicación de los resultados de la encuesta y la reflexión conjunta sobre los problemas que enfrentan los agricultores en la comercialización de sus productos, se organizaron tres grupos de trabajo para discutir sobre las berreras, fortalezas y las posibles alternativas de solución en el tema de clima y mercados.

La organización de los grupos de trabajo, en esta comunidad, se hizo al azar, tomando en cuenta la participación de ambos géneros en cada grupo. Cabe aclarar que las percepciones de los y las participantes no han sido diferenciadas por género, sino se ha registrado de manera conjunta.

Es importante resaltar que la participación de ambos géneros fue activa, pues todos los participantes manifestaron sus percepciones sobre el tema. Sin embargo, se evidenció que algunos varones contaban con más información sobre la dinámica de comercialización de las variedades de papa.

Los resultados de la discusión en los tres grupos de trabajo, se presentan en los siguientes cuadros:

Identificación de barreras y fortalezas

Tema: **clima**

¿Cuales son las fortalezas?	¿Cuales son las barreras?	¿Cómo romper las barreras?
<ul style="list-style-type: none"> • Hacemos humear para el granizo y la helada. • Helada: en un awayu colocamos sal en el patio de la casa. 	<ul style="list-style-type: none"> • El agua está faltando últimamente, se están secando los cultivos y los gusanos atacan más. • En este mes los pozos se han secado. • Helada, granizo y sequía afecta la producción. • El sol quema mucho. En seco ataca más el gorgojo. • Enfermedades, tos, gripe. • Mucha lluvia afecta. • Enfermedades de los animales. 	<ul style="list-style-type: none"> • La thola mantiene agua y cerca de estos hay papa. • Es necesario arrepentirse de los pecados. • No hay votar las bolsas porque pueden comer los animales. • Otros hacen pitas con los plásticos. • No hay nada que hacer con el clima. • Riego • Acudir al gobierno • Solicitar ayuda al prefecto. • Fumigar bichos.

Identificación de barreras y fortalezas

Tema: **mercados**

¿Cuales son las fortalezas?	¿Cuales son las barreras?	¿Cómo romper las barreras?
<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos buena papa. • Las variedades waycha, lucki, chunchu tienen alto precio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los precios son bajos y los costos son altos para el chuño. De 1 qq. de papa es igual a 1 @ chuño. El chuño se hace en tres heladas • Vender es difícil en Patacamaya porque no tienen puesto de venta. • El negocio es para los intermediarios. Su romana es otra y pesa menos. • Ellos tienen puesto y conocen cuando vender. • Nunca han intentado vender en grupo. • Mala producción: papas pequeñas. • Nos votan de las ferias • No hay mercados, solo ferias • Es difícil llevar no hay transporte. • Los mayoristas compran en bajo precio. • Solo vendemos una temporada (cosecha) • A veces volvemos con nuestro producto (papa) • No vendemos • Solo llevamos los días de ferias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pensábamos vender en grupo de 10 personas, pero no tenemos tierra igual para cumplir. • Hay el mercado campesino pero todos llegan ahí. • Otros hacen con contrato y tal vez puede funcionar de esa forma. • Si llega a todos es posible con el mismo precio. • Necesitamos mercado. • Vender directo al consumidor. • Buscar mercado, ofrecer y vender en grupo • No ser egoístas, ser unidos • Vender en volumen.

5. CONCLUSIONES Y REFLEXIONES

El taller de socialización se caracterizó por desarrollarse en idioma aymará, lo cual motivó la participación activa de los asistentes al evento y la reflexión conjunta de los puntos tratados en cada tema. De la misma forma, fue de gran ayuda el video mostrado sobre el cambio climático, puesto que también se encontraba en el idioma materno de la región, despertando el interés de los participantes por el argumento y las imágenes mostradas.

La información presentada sobre las tendencias climáticas en la región y los impactos que pueden tener las fuerzas del mercado en la producción agropecuaria y en la preservación de la diversidad de variedades de papa, generó una reflexión conjunta que derivó en varias interrogantes sobre las acciones que debieran tomarse en cuenta para mitigar estos problemas.

Se ha evidenciado que la comunidad percibe estos cambios en el clima como un factor que pone en riesgo su sostenibilidad, puesto que su producción se basa en el cultivo de la papa y las sequías prolongadas disminuyen su rendimiento.

Algunos productores han logrado identificar otras variedades de gran demanda en el mercado, sin embargo manifiestan que la reducida producción de las mismas se debe a las condiciones de suelo que requieren y la dificultad de acceder ellos. En el taller no se mencionaron las actividades llevadas a cabo en la comunidad para la mejora de las variedades de papa que tienen demanda en el mercado.

El principal problema que afrontan los productores en la comercialización de papa, es la falta de información sobre los precios de este producto en el principal centro de comercialización (Patacamaya). Los precios son determinados e impuestos por los comerciantes intermediarios que como estrategia mencionan la “baja calidad” de los mismos o los niveles de demanda que tienen en determinadas épocas. Por otro lado, la variabilidad permanente de los precios de los productos comercializados influye negativamente para la posible conformación de organizaciones de productores, por los beneficios inciertos que tendría, aunque se mostraron entusiastas con la idea.

Al conversar sobre la venta organizada de productos, como una de las alternativas para superar las barreras de la comercialización, algunas participantes manifestaron que, por la heterogeneidad de las áreas de cultivo con la que cuentan no podrían cumplir con la cantidad que se requería (por cada familia) para cumplir con el pedido del comprador o compradores; por ejemplo, algunas disponen de áreas ubicadas en las laderas de las serranías cuyos suelos son áridos. Otros, señalan que disponen de tierras en la parte plana de la comunidad, pero de menor tamaño. Consideran a estos factores como determinantes de la baja y desigual oferta de papa por familia que tendrían, lo cual les impediría responder a los requerimientos fijos y constantes de la demanda.

Según la percepción de los participantes, un puesto fijo les permitiría negociar mejor el precio de sus productos. Vale decir que contarían con más tiempo para obtener información de los precios en la feria (por producto, por calidad y variedad) y así determinar el mejor precio de venta.

Los productores manifiestan que tienen información sobre los altos precios de sus productos en el mercado, sin embargo, los intermediarios no les compran de acuerdo a estos incrementos, sino que se valen de la información que manejan y sus habilidades para negociar precios bajos.