|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Proyecto** | Mercados Inclusivos | | |
| **Componente** | Acceso a Mercados de Productos | | |
| **1. Nombre de la intervención** | **DESARROLLO DE MERCADOS PARA PRODUCTOS DE LA AGROBIODIVERSIDAD DEL BOSQUE SECO CHIQUITANO** | | |
| **2. Ubicación/región** | Municipios de la Chiquitania (San José de Chiquitos, Roboré, Pailón, Concepción, San Antonio de Lomerío y San Ignacio de Velasco) | | |
| **3. Complejo/rubros** | Jasayé (canasta) de productos silvestres y cultivados del Bosque Seco Chiquitano. Incluyen Almendra Chiquitana, Pulpas de frutas silvestres (Asaí, Guapurú y otros), Aceites (Cusi, Pesoé, Copaibo). | | |
| **4. Grupo meta** | Familias indígenas y campesinas | | |
| **5. Actores del sistema** | * Empresas sociales. * Empresas del sector alimentario (principalmente gastronómico), cosmética y farmacéutica, que utilizan, transforman y comercializan los productos de la Chiquitania. * Familias indígenas y campesinas productoras y recolectoras | | |
| **6. Problemas/Cuellos de botella** | * Desconocimiento, baja demanda y de consumo de los productos ofertados desde la Chiquitania. * Importante dinámica económica que genera la agroindustria y ganadería en la Chiquitania, no genera oportunidades de empleo para la población local en las comunidades. * Población local ha concentrado sus medios de vida en actividades productivas de subsistencia excedentaria (trabajan para producir sus alimentos, ocasionalmente venden los excedentes). * Experiencias desarrolladas por diversas instituciones no han logrado poner en valor y un reconocimiento social de los productos de la agrobiodiversidad chiquitana. * Experiencias desarticuladas, carecen de posibilidades de escalamiento de las iniciativas y de generar una inclusión equitativa de la población chiquitana a los sistemas de mercado. * Iniciativas que funcionan de manera autónoma y las que tienen apoyo institucional, son en su mayoría muy recientes en el tiempo, se caracterizan por estar aisladas, con limitada información tecnológica tanto en el manejo de la silvicultura, como de los procesos de transformación y aprovechamiento integral de los productos. * Poco intercambio de aprendizajes, no se han identificado acciones colaborativas que faciliten la construcción de conocimiento, ni las posibilidades de generación de escala y valor agregado en los productos. | | |
| **7. Oportunidades** | * Nichos de mercado que valoran la calidad de los productos de la agrobiodiversidad de la Chiquitania * Interés de las empresas del sector agroalimentario por transformar y comercializar productos de la Chiquitania. * La alianza entre instituciones de apoyo al desarrollo de iniciativas locales puede facilitar la oferta de servicios efectivos y de calidad. * Consumidoras/es dispuestos a pagar por productos de calidad en ciertos segmentos de mercado. | | |
| **8. Soluciones** | * Se considera una segmentación del mercado y promoción de los productos en nichos de mercado que valoran la calidad de los productos de la agrobiodiversidad de la Chiquitania, los incorporan en sus prioridades de consumo y cuentan con empresas que facilitan la disponibilidad frecuente. * Las Unidades Productivas Familiares (UPF) indígenas y campesinas participan en el mercado con productos silvestres y cultivados de la Chiquitania (calidad, empaque, precio, otros) y se promueve su consumo consciente. * Se ha facilitado el acceso y articulación de proveedores organizados en los mercados de servicios, insumos y tecnologías innovadoras que fortalece la resiliencia de los ecosistemas naturales de la Chiquitania. * Fortalecimiento de las capacidades del entorno de la economía plural (público, asociativo/comunal y privado) para aportar a la resiliencia del grupo meta, ante shocks económicos, ambientales y sociales. | | |
| **9. Descripción de la intervención** | **Enfoque territorial** se concentra de manera estratégica en temas relacionados con el desarrollo económico con una mirada desde la pobreza multidimensional, sin perder de vista las oportunidades que vienen desarrollando diferentes actores territoriales, dando prioridad al dialogo colaborativo entre actores del sector público, las instituciones de apoyo y las organizaciones locales.  **Escalamiento horizontal y vertical:** A partir de experiencias en diferentes niveles de desarrollo, se fortalecerá y vinculará diferentes iniciativas con características similares que permitan diversificar la gama de productos y complementar la oferta de una canasta de productos chiquitanos. Establecimiento de alianzas comerciales con el sector gastronómico, de cosmética e industrial, para el desarrollo de mercados nicho, con productos diferenciados por sus características naturales y de una sola identidad territorial el Bosque Seco Chiquitano.  **Estrategia de acceso en nichos de mercado** que llegué a consumidoras/es de mayor valor adquisitivo, entre los cuales se ha identificado el sector gastronómico para los productos alimenticios y el de la cosmética para los productos que son aceites naturales. En este sentido se desarrollará un sector de consumidores conscientes con la realidad de la Chiquitania y se logrará un mejor aprovechamiento comercial de productos silvestres y un mayor beneficio económico en las familias de las comunidades.  **Diálogo y alianza colaborativa** que identificará iniciativas locales muy valiosas y de instituciones que realizan un apoyo comprometido con un espíritu de responsabilidad compartida con actores de la sociedad civil y también con otros actores del estado y la academia, buscando desarrollar soluciones innovadoras a partir de las evidencias recogidas del patrimonio natural y cultural de las comunidades indígenas de la Chiquitania. | | |
| **10. Impactos** | **GRUPO META:**  **Acceso**   * Acceden a nuevos mercados para sus productos silvestres y cultivados. * Acceden a proveedores en los mercados de servicios, insumos y tecnologías. * Acceden capacitación y procesos de fortalecimiento de capacidades.   **Mejora**   * Mejoran sus procesos de aprovechamiento de los recursos naturales.   **Impacto**   * Incrementan sus ingresos * Ofertan producto de calidad a consumidoras/es finales del subsidio de lactancia   **ACTORES DEL SISTEMA:**  **Mejora**   * Logros de objetivos institucionales * Cumplimiento de metas operativas * Incrementan ventas de insumos, materiales y servicios * Capacidad de apoyo a familias productoras * Ganan credibilidad y mejoran la gobernabilidad de su gestión * Las empresas compran productos de la agrobiodiversidad y generan mayor valor agregado   **Impacto**   * Incrementan el volumen de ventas. * Incrementan sus ingresos * Mayor número de beneficiarios | | |
| **11. Aspectos Transversales** | **Empoderamiento de las mujeres** | **Cambio climático** | **Gobernabilidad** |
| * **Mujeres comercializan los productos de la agrobiodiversidad:** Se mejoran las capacidades de negociación, costos y fortalecimiento de los emprendimientos * **Derechos económicos y políticos:** se promoverá una mejor participación en el ejercicio de los derechos económicos y políticos de las mujeres. | * Se promueve el fortalecimiento de los mecanismos de resiliencia como la diversificación de medios de vida de las familias mediante aprovechamiento de agrobiodiversidad de bosque (Resiliencia Económica y Ambiental) en un contexto de cambio climático. | * Se promueve un mayor diálogo y articulación colaborativa entre actores públicos y privados en los territorios. |