

ANÁLISIS Y PRIORIZACIÓN DE **CADENAS PRODUCTIVAS**



CHUQUISACA

**Director Ejecutivo:**

Juan Carlos Núñez V.

Coordinador General:

Waldo Gómez R.

Supervisión:

Raúl Velásquez G.

Sandra Sánchez C.

Responsable de edición:

Jorge Jiménez Jemio

Consultoría realizada por

Marcelo Cortez Calvimontes

Dirección:

Calle Quintín Barrios N° 768

Sopocachi, La Paz - Bolivia

Telf: (591-2) 2125177 – 2154641

Correo electrónico:

fundajub@jubileobolivia.org.bo
2021

Con apoyo de:



Pan para el Mundo

ÍNDICE

1	Introducción	3
2	Descripción y análisis de la economía de Chuquisaca	5
2.1	Contexto demográfico	5
2.2	Contexto territorial	7
2.3	Producto Interno Bruto	8
2.4	Exportaciones	11
2.5	Importaciones	13
3	Identificación y descripción de cadenas de valor con mayor potencialidad económica en el departamento de Chuquisaca	14
3.1	Complejo productivo del amaranto	14
3.2	Complejo productivo del ají	17
3.3	Complejo productivo del maní	22
3.4	Complejo productivo del orégano	26
3.5	Complejo productivo de la miel	29
4	Identificación de los principales problemas y factores críticos que enfrentan las cadenas productivas	31
5	Políticas públicas para incentivar las cadenas productivas en Chuquisaca	36
6	Análisis y conclusiones	38
7	Bibliografía	39



1. Introducción

Considerando la contracción de ingresos fiscales por concepto de regalías e IDH que se viene produciendo desde el año 2016, a raíz de la caída en los precios internacionales del petróleo, así como de la producción de hidrocarburos, Fundación Jubileo considera necesario impulsar el debate público sobre las potencialidades productivas en el departamento de Chuquisaca, como alternativa de desarrollo económico hacia la cual deberían orientarse los ingresos provenientes de la explotación de hidrocarburos.

Desde el planteamiento del Plan Nacional de Desarrollo para Vivir Bien, formulado el año 2006, el Gobierno nacional pretendió generar las bases de la economía plural, postulando un enfoque comunitario y productivo, sostenido en la consigna de la nacionalización y el fortalecimiento de sectores dinamizadores de la economía, con el fin de diversificar la economía nacional, para lo cual se planteó una serie de programas y proyectos que tenían como actor central al Estado. Sin embargo, los proyectos y programas, sean estos de industrialización, infraestructura caminera, exploración, explotación y comercialización de hidrocarburos, materia prima, manufacturera y minera, se concentraban, en su mayoría, en el eje central del país, donde Chuquisaca contaba con una baja participación en programas y proyectos relacionados con la agricultura, industria, infraestructura caminera y otros.

No es menos importante mencionar que el departamento de Chuquisaca ha sido seriamente afectado por la irrupción y el avance de la Covid-19. Una de las consecuencias inmediatas de la pandemia ha sido la profundización de la recesión económica con la casi total paralización de la economía, poniendo en riesgo la estabilidad de los emprendimientos y la actividad productiva en el departamento de Chuquisaca, incrementando aceleradamente el desempleo y afectando la seguridad alimentaria, con consecuencias sobre la pobreza que impacta en la calidad de vida de sus habitantes.

Ante esta nueva realidad, por una parte de contracción de los ingresos fiscales y por otra los efectos de la pandemia de la Covid-19, es fundamental que los actores que tienen competencia en promover e impulsar el desarrollo productivo en la región sean capaces de articular esfuerzos, iniciativas y principalmente orientar estratégicamente la inversión pública en proyectos de desarrollo productivo, principalmente para impulsar cadenas productivas con potencial económico y oportunidad de mercado.

El impacto del coronavirus obliga a repensar la forma actual de producción en la región, pero, además, abre la oportunidad de impulsar procesos de transformación productiva como parte de una reactivación económica que deje atrás los viejos paradigmas y que tome en cuenta los actuales preceptos económicos, ambientales y sociales.

En este contexto, el presente documento busca aportar al debate departamental con un análisis descriptivo y cuantitativo sobre la economía en Chuquisaca, orientado a identificar cadenas de valor con potencialidad productiva que podrían ser impulsadas a partir de un fondo de desarrollo productivo financiado con una porción de la regalía hidrocarburífera departamental.

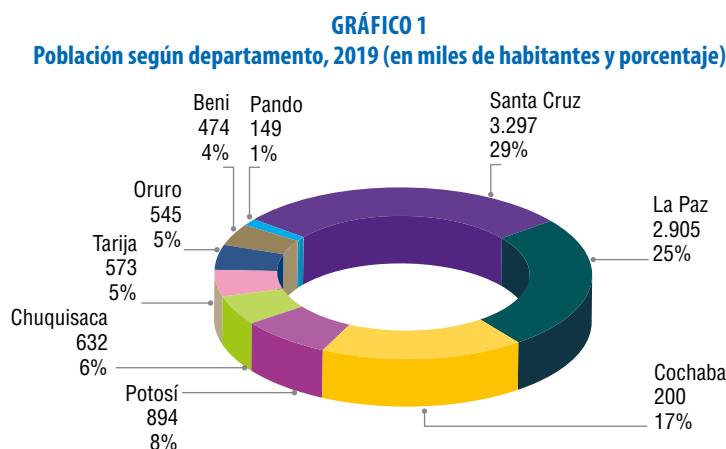


2. Descripción y análisis de la economía de Chuquisaca

2.1. CONTEXTO DEMOGRÁFICO

El departamento de Chuquisaca, ubicado al sudeste de Bolivia, limita al norte con los departamentos de Cochabamba y Santa Cruz; al sur con el departamento de Tarija; al este con el departamento de Santa Cruz y la República de Paraguay, y al oeste con el departamento de Potosí. Tiene una superficie de 51.524 kilómetros cuadrados.

De acuerdo con estimaciones oficiales, el departamento de Chuquisaca cuenta con una población de 632 mil habitantes a 2019, correspondiente a 6% de la población total de Bolivia, constituyéndose así en el quinto departamento por población a nivel nacional, luego de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y Potosí.

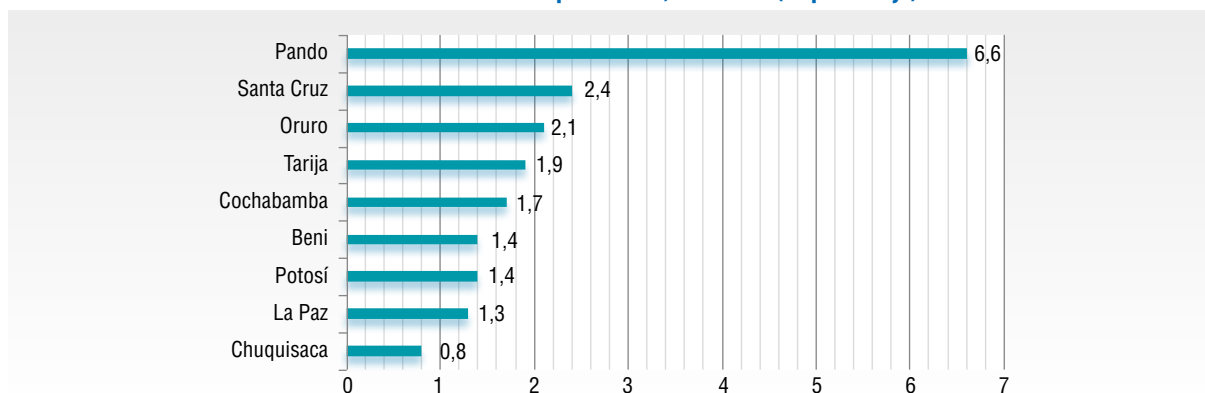


Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE.

Según el último Censo Nacional de Población y Vivienda de 2012, el departamento de Chuquisaca registra una tasa media de crecimiento poblacional de 0,8% anual, la más

baja del país y muy inferior a la tasa media nacional que se sitúa en 1,7%, debido a que la mayor parte de los municipios chuquisaqueños registran tasas negativas de variación poblacional intercensal.

GRÁFICO 2
Tasa media de crecimiento poblacional, 2001-2012 (en porcentaje)

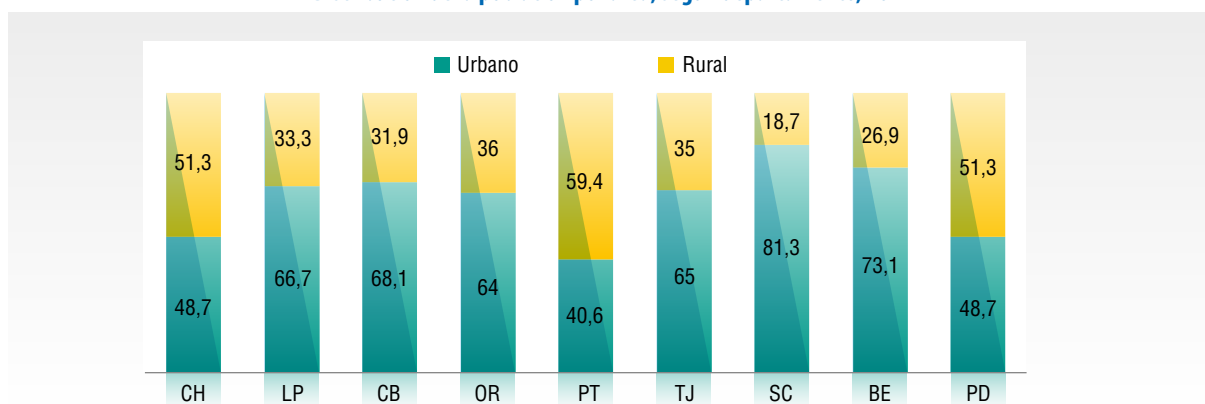


Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

A pesar de la comparativamente baja tasa de crecimiento poblacional respecto de los otros departamentos, la cantidad de población alcanzada por el departamento de Chuquisaca, al año 2019, determina una densidad poblacional de 12 habitantes por kilómetro cuadrado, superando así el promedio nacional, e incluso a los departamentos de Santa Cruz, Oruro y Potosí.

En el ámbito nacional, el generalizado fenómeno de la migración campo-ciudad determinó que a mediados de la década de los ochenta Bolivia se convierta en un país con una distribución poblacional predominantemente urbana. Sin embargo, según el último Censo Nacional de Población y Vivienda de 2012, el departamento de Chuquisaca continúa caracterizado como departamento rural, cuando 51,3% de su población se sitúa en el área rural, seguida por Potosí (59,4%) y Pando (51,3%).

GRÁFICO 3
Distribución de la población por área, según departamento, 2012



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

La tasa de *ruralidad* del departamento se debe a que el único municipio que ingresa en la categoría de urbano es Sucre, mientras que el resto de los 28 municipios son rurales, a pesar de ello, 11 municipios de éstos cuentan con algún porcentaje de población urbana.

2.2. CONTEXTO TERRITORIAL

Chuquisaca tiene un enfoque de manejo regional de su territorio con cuatro regiones:

Chuquisaca Norte: Está conformada por las provincias de Oropeza, Yamparáez y Zudáñez. Las tres provincias suman 9 municipios: Yotala, Poroma, Sucre, Tarabuco, Yamparáez, Zudáñez, Icla, Presto y Mojocoya.

La altitud varía desde 1.000 a 4.500 m s. n. m. Cuenta con cuatro pisos ecológicos: valle, cabecera de valle, subpuna y puna o cordillera. Se observan temperaturas entre 6° C a 25° C, con un clima frío, húmedo y subhúmedo. La precipitación pluvial es de 400 a 900 mm (entre los meses de octubre a abril). Los principales riesgos climáticos son las heladas entre los meses de mayo y agosto, las granizadas entre diciembre y marzo, las sequías entre agosto y diciembre, sin tomar en cuenta el periodo de estiaje; y, por último, las riadas entre diciembre y febrero.

Chuquisaca Centro: Está conformada por las provincias Belisario Boeto, Tomina y Azurduy. Entre las tres provincias, la región Centro cuenta con 8 municipios: Padilla, Tomina, Villa Serrano, Alcalá, Sopachuy, El Villar, Tarvita y Azurduy. La altitud fluctúa entre 660 m s. n. m. y 4.700 m s. n. m., y presenta cuatro pisos ecológicos: valle, cabecera de valle, subpuna o cordillera; y valle alto o temporal. La temperatura promedio es de 16,85° C con una temperatura máxima anual de 24,6° C y una mínima de anual de 9,0° C. El clima es templado y la precipitación pluvial es de 675 mm/año. Los principales riesgos climáticos son: las heladas entre mayo y agosto, granizadas entre octubre y enero, sequías entre mayo y octubre, y riadas entre octubre y abril.

Los principales cultivos son: ají – amaranto – maíz – maní – orégano - manzana – naranja – durazno – trigo – papa semilla – frejol – cebada – arroz – cebolla – arveja

Chaco Chuquisaqueño: Está conformada por las provincias Hernando Siles y Luís Calvo, con una superficie de 18.772 Km². Las dos provincias chaqueñas tienen 5 municipios: Monteagudo, Huacareta, Muyupampa, Huacaya y Macharetí. La altitud promedio es de 1.471,90 m s. n. m, en cuatro pisos ecológicos: Chaco semiárido seco; Chaco subhúmedo seco; Chaco subhúmedo y Chaco árido. La temperatura media es de 21° C, con un clima: húmedo-seco, una precipitación pluvial media anual de 476,09 mm.

Los principales riesgos climáticos son: las heladas entre mayo y agosto; las granizadas entre octubre y enero; la sequía entre mayo y octubre; y las inundaciones entre octubre y abril.

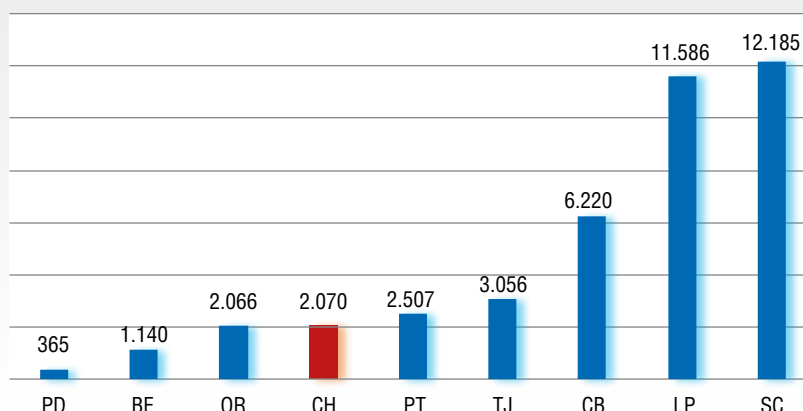
Chuquisaca Cintis, está conformada por las provincias Nor y Sud Cinti, con una superficie de 13,467 Km². Las dos provincias están conformadas por 6 municipios: Camargo, San Lucas, Incahuasi, Villa Charcas, Culpina y las Carreras. Tiene una altitud promedio de 2.700 m.s.n.m. y cuenta con cuatro pisos ecológicos: La temperatura media anual es de 20°C con un clima de Húmedo-Seco con una Precipitación Pluvial Media anual de 476.09 mm. Los principales riesgos climáticos son: las heladas entre marzo y agosto; granizadas entre diciembre y febrero; sequía entre mayo y agosto; e Inundaciones entre octubre y febrero.

Respecto a la actividad minera, existen minerales metálicos, principalmente zinc, que representa 12% de la reserva nacional; y no metálicos, fundamentalmente reservas importantes de calizas.

2.3. PRODUCTO INTERNO BRUTO

Comparando el Producto Interno Bruto, el departamento de Chuquisaca es el sexto departamento por su aporte al PIB nacional, que en 2019 generó un ingreso bruto departamental de 2.070 millones de dólares que, respecto al PIB nacional de 41.193 millones de dólares, representa un aporte de 5% al PIB nacional.

GRÁFICO 4
Producto Interno Bruto por departamento, gestión 2019 (En millones de dólares)

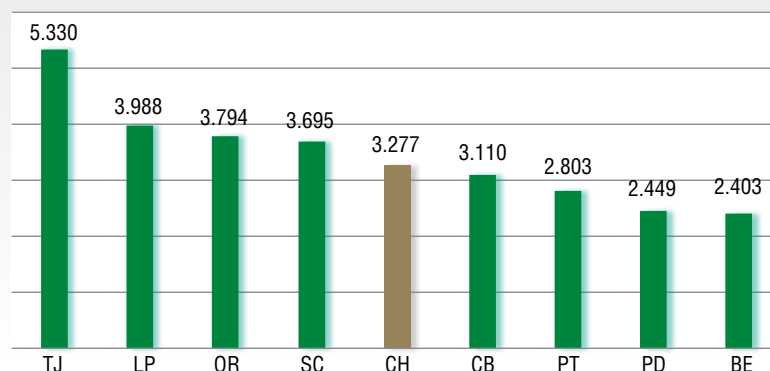


Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

Se observa también que, debido a los niveles del valor agregado departamental y la menor población comparativa, el departamento de Chuquisaca alcanza el quinto puesto de ingreso per cápita a nivel nacional, lo cual evidencia la mayor productividad departamental en determinados sectores, en particular el de hidrocarburos.

El PIB per cápita a 2019 del departamento de Chuquisaca asciende a 3.277 dólares, superando al obtenido por Cochabamba y Potosí para el mismo año; sin embargo, se encuentra a 8,7% por debajo del promedio nacional que se sitúa en 3.591 dólares por persona.

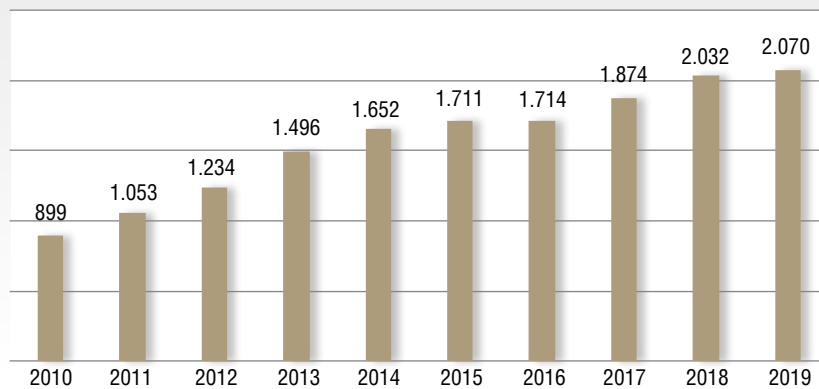
GRÁFICO 5
Producto Interno Bruto per cápita departamental, 2019 (en dólares)



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

En términos nominales, la evolución del PIB departamental de Chuquisaca muestra un comportamiento creciente, cuando registraba un valor de 899 millones de dólares para el año 2010, mientras que para 2019 alcanzó a 2.070 millones de dólares.

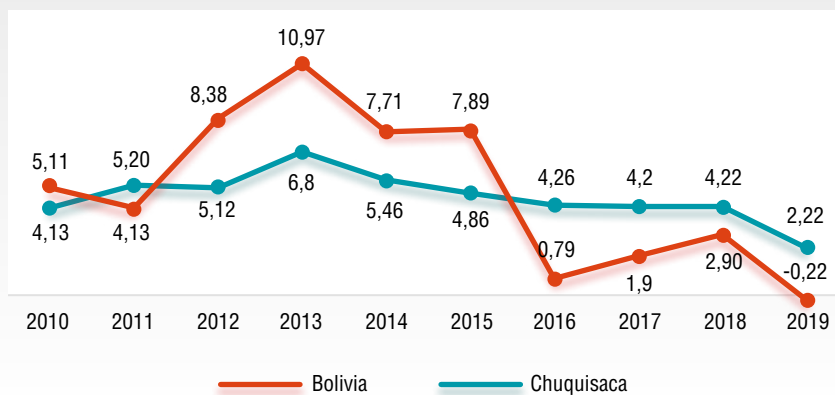
GRÁFICO 6
Evolución del PIB departamental de Chuquisaca, 2010-2019 (En millones de dólares)



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

La vocación gasífera del departamento de Chuquisaca condiciona su situación macroeconómica a las condiciones del mercado externo de hidrocarburos, así las crisis internacionales de 2016–2017, y la fuerte caída de los precios de las materias primas de 2019 afectaron en términos generales el desempeño de la economía chuquisaqueña, cuyo crecimiento promedio departamental en el periodo 2010 a 2019 fue de 4,9%, tasa ligeramente superior a 4,7% logrado a nivel nacional.

GRÁFICO 7
Tasas de Crecimiento de Bolivia y Chuquisaca, 2010-2019 (En porcentaje)



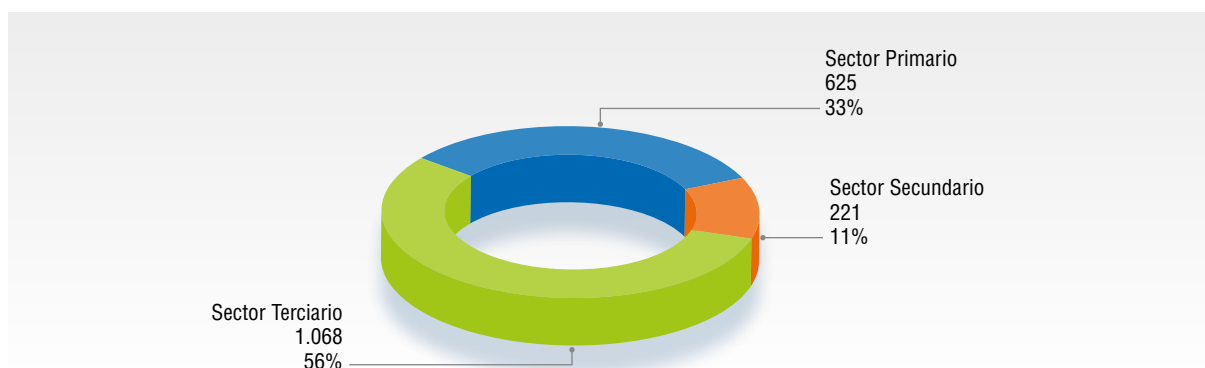
Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

Chuquisaca registró una caída de su PIB en 2019 debido a las fuertes contracciones en la producción de sus sectores extractivos, como la caída de -7,54% en la extracción de gas natural y fuerte contracción de la extracción minera de -9,61%. En esta gestión, la industria manufacturera también se vio afectada debido a la caída en la producción de minerales no metálicos de -4,72%, debido a las dificultades que enfrentó la industria cementera de Chuquisaca.

Según cifras oficiales, el Producto Interno Bruto (PIB) del departamento de Chuquisaca para 2019 fue de 2.070 millones de dólares a precios de mercado; es decir, incluidos impuestos indirectos a los productos y derechos de importaciones, por lo que el PIB correspondiente a la producción de bienes y servicios fue de 1.913 millones de dólares.

La producción de bienes generó un ingreso de 846 millones de dólares, conformado por los sectores primarios, principalmente agrícolas y extracción de gas natural, que representaron 33% de PIB departamental para ese año; mientras que el sector secundario, correspondiente a la producción de bienes transformados y procesados por la industria manufacturera, aportó con 11% al PIB departamental.

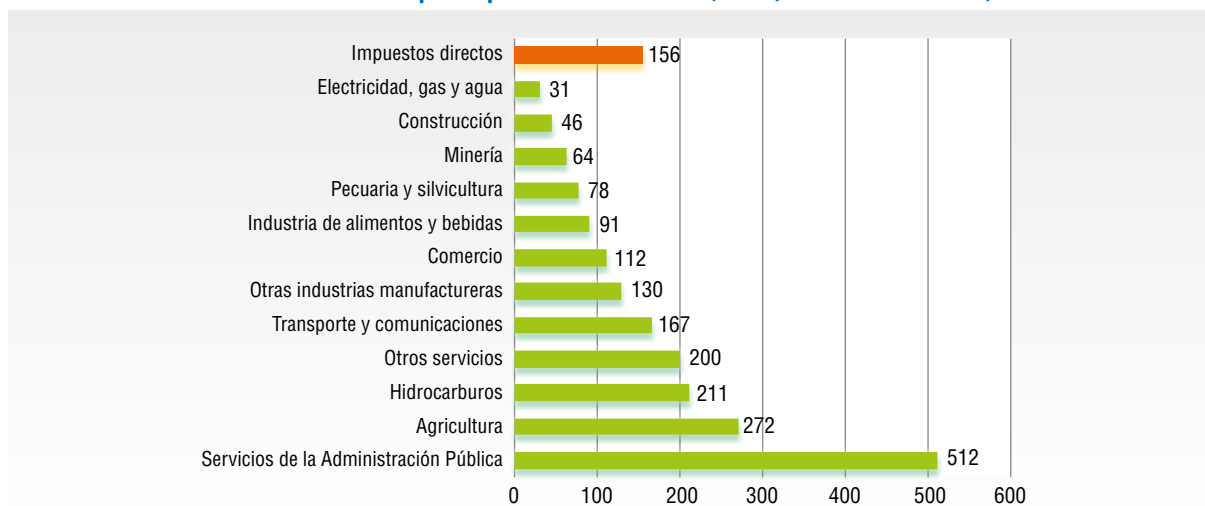
GRÁFICO 8
PIB de Chuquisaca, según sectores, 2019 (En millones de dólares y porcentaje)



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

La estructura productiva del departamento de Chuquisaca fue terciarizándose, pese a su carácter rural, debido al notable crecimiento de los sectores de servicios, en particular los servicios de la administración pública que, para el año 2019, alcanzaron una participación de 27% a precios básicos, debido principalmente al desarrollo institucional del Sistema Jurídico de Bolivia. Contribuyeron también a este fenómeno sectores como el comercio y transporte, que representaron, en conjunto, algo más de 15% del PIB departamental en 2019.

GRÁFICO 9
PIB nominal de Chuquisaca por actividad económica, 2019 (En millones de dólares)



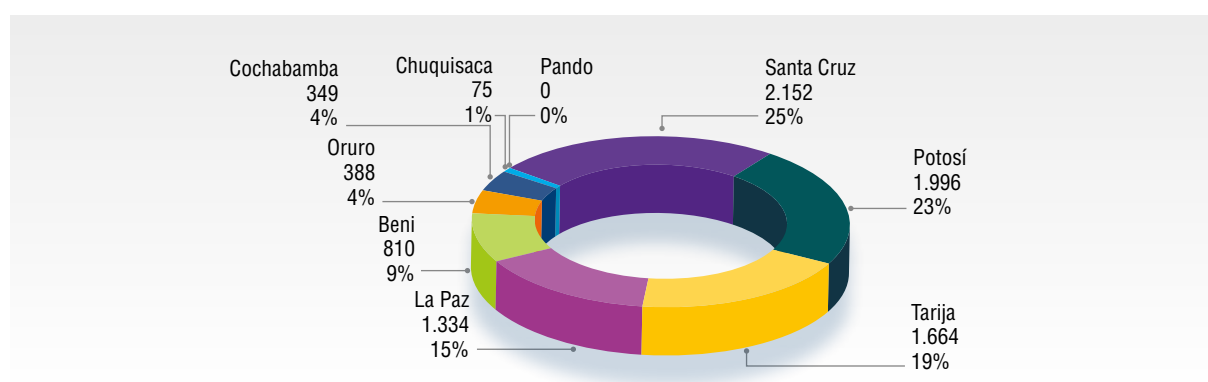
Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

En el ámbito productivo de bienes, el sector agropecuario, incluido silvicultura, caza y pesca, participó con 18% del PIB departamental, generando ingresos por 350 millones de dólares en 2019. Las otras industrias manufactureras, donde destaca principalmente la industria cementera del departamento, generaron 7% del PIB departamental en 2019, lo que en términos monetarios representó 130 millones de dólares. Le siguen la industria de alimentos y bebidas, que generó 91 millones de dólares, mientras que el sector minero aportó con 64 millones de dólares.

2.4. EXPORTACIONES

A pesar de la importancia del sector hidrocarburos departamental, y acorde al tamaño relativo de la economía chuquisaqueña, las exportaciones del departamento alcanzaron en 2019 un valor de 75,3 millones de dólares, que representa menos de 1% del total de exportaciones a nivel nacional, que fueron de 8.796 millones de dólares. El valor de las exportaciones chuquisaqueñas es solo superior al departamento de Pando, lo que evidencia que la estructura productiva departamental se orienta de manera prioritaria al mercado interno.

GRÁFICO 10
Valor y participación de exportaciones según departamento, 2019
(En millones de dólares y porcentaje)



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE.

La evolución de las exportaciones del departamento de Chuquisaca para el periodo de análisis por actividad muestra que el contexto internacional incide notoriamente en su evolución, debido a la fluctuación de los precios de materias primas, en particular de hidrocarburos.

CUADRO 1
Chuquisaca: Valor de exportaciones según actividad económica, 2010-2019
(En millones de dólares)

DESCRIPCIÓN	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,3	0,5	0,6	1,1	1,4	1,1	2,2	2,1	1,8	1,7
Extracción de hidrocarburos	153,9	164,4	148,6	130,0	96,7	57,8	30,2	32,0	52,8	50,3
Extracción de minerales	7,0	6,2	3,9	9,7	5,0	6,5	4,2	15,9	15,3	15,3
Industria manufacturera	3,6	73,4	296,7	52,7	6,5	7,2	7,4	7,1	8,3	8,1
Total	164,8	244,4	449,7	193,4	109,7	72,6	43,9	57,2	78,1	75,3

Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE



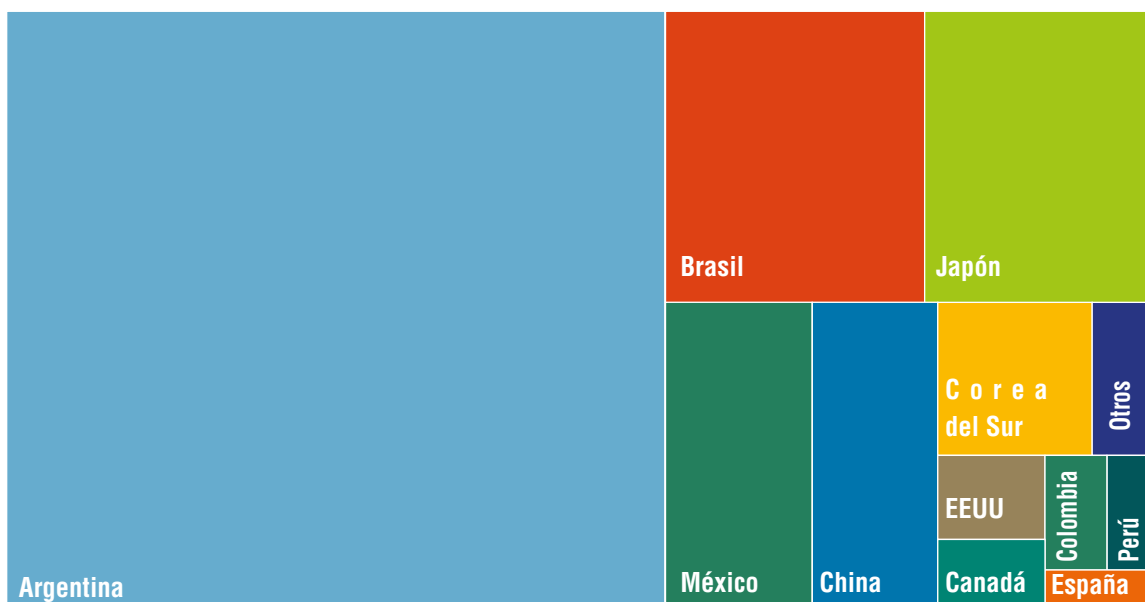
El gas natural se mantiene como el principal producto de exportación del departamento de Chuquisaca, con destino a los mercados de Argentina y Brasil, cuyo valor para 2019 llegó a 50 millones de dólares, lo que representó 66% del total de exportaciones chuquisaqueñas.

Por otra parte, destaca en las últimas dos gestiones el fuerte incremento en el valor de exportaciones de minerales, que ascendió a más de 15 millones de dólares cada año, debido al incremento en los volúmenes de producción de zinc, plata y plomo, más que el factor de cotizaciones internacionales.

En las exportaciones de la industria manufacturera destacan las campanas de fieltro de lana de oveja para sombreros para el año 2019, mientras que en el grupo de productos agrícolas resalta la exportación de orégano, en la misma gestión.

Dada la baja inserción de la producción chuquisaqueña en el mercado internacional, tres países (Argentina, Brasil y Japón) representan 60% de países de destino de las exportaciones de Chuquisaca, siendo los primeros dos mayores en valor debido a las exportaciones de gas natural, mientras que Japón adquiere relevancia en 2019 debido a las exportaciones de mineral de zinc.

GRÁFICO 11
Chuquisaca: Valor de exportaciones según país de destino, 2019 (En millones de dólares)

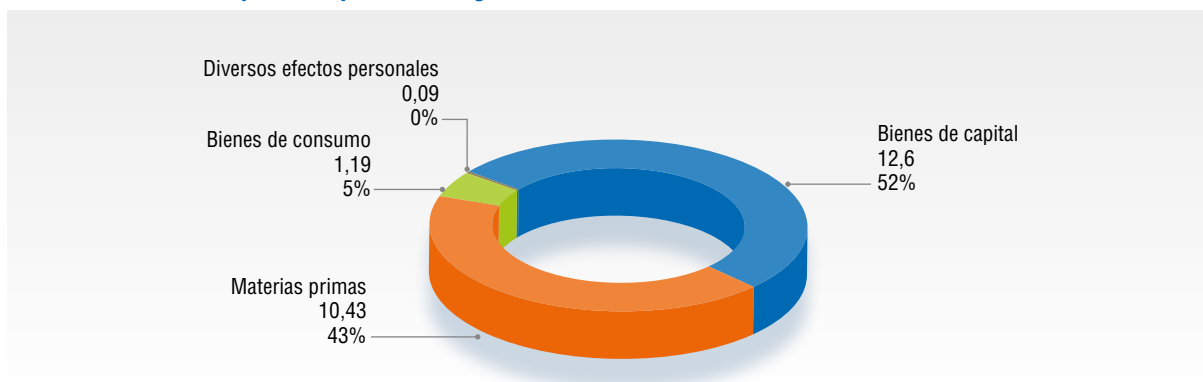


Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE.

2.5. IMPORTACIONES

Las importaciones del departamento de Chuquisaca ascendieron a 24,31 millones de dólares en 2019, que también representó menos de 1% de las importaciones nacionales; sin embargo, la composición de las mismas muestra que se concentró en importaciones de materias primas y productos intermedios que representaron 43% de las importaciones del departamento para ese año, hecho que contrasta con la estructura observada a nivel nacional, que priorizó las importaciones de materias primas y productos intermedios.

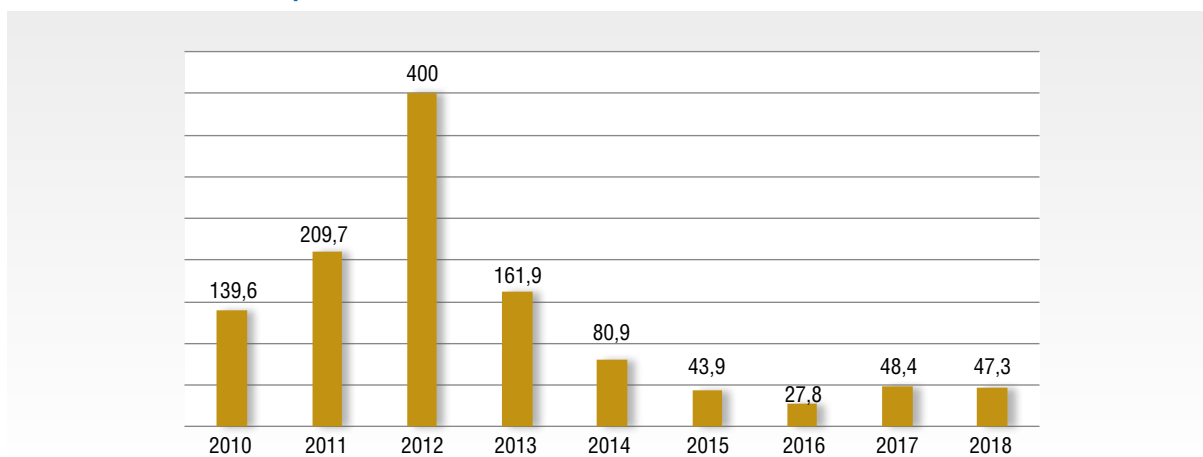
GRÁFICO 12
Chuquisaca: Importaciones según uso o destino económico, 2019 (En millones de dólares)




Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE

El saldo comercial externo del departamento de Chuquisaca evidencia que se mantuvo positivo durante el periodo de análisis, debido a que el valor de las exportaciones fue superior al valor de las importaciones, aunque este saldo fue decreciente en las últimas seis gestiones, explicado principalmente por las condiciones del mercado internacional.

GRÁFICO 13
Chuquisaca: Evolución del saldo comercial, 2010-2019 (En millones de dólares)



Fuente: Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural. Con datos oficiales del INE.



3. Identificación y descripción de cadenas de valor con mayor potencialidad económica en el departamento de Chuquisaca

La actividad agrícola del departamento se caracteriza por la producción de cultivos tradicionales, como la papa, el maíz y el trigo. Sin embargo otros cultivos agrícolas no tradicionales vienen adquiriendo mayor relevancia económica por sus potencialidades, apoyo institucional, mayores posibilidades de procesos de transformación y agregación de valor, acceso competitivo a mercados y surgimiento de emprendimientos; entre ellos se encuentran el ají, maní, amaranto y orégano. Estas cadenas productivas tienen potencial de mercado, tanto interno como externo.

3.1. COMPLEJO PRODUCTIVO DEL AMARANTO

El amaranto (*Amaranthus caudatus*) es una especie originaria de las zonas altoandinas de Bolivia que tiene una importancia histórica y social, siendo un grano que se cultiva desde el periodo incario y que presenta propiedades nutritivas y alimenticias que en la actualidad captan la atención mundial en una perspectiva de fuente de nutrientes que contribuye a la mejora de la calidad alimentaria.

En Bolivia, el amaranto se cultiva sobre todo en los valles interandinos que se encuentran asentados en la Cordillera Oriental y caracterizados por estar comprendidos entre los 1.800 a 2.800 m s. n. m., con temperaturas medias de 15° C y 19° C, en regiones con clima templado.

El amaranto es uno de los productos agrícolas con gran versatilidad en su preparación y consumo, por ello, es considerado un alimento con un valor nutritivo excelente y gran potencial agrícola, alimentario, industrial y de exportación. La creciente demanda de los consumidores y el cambio generalizado de la población en los patrones alimenticios lo ubican con grandes posibilidades de estar en las preferencias tanto de los consumidores como de los industriales y comercializadores; lo que, a su vez, abre perspectivas favorables para el desarrollo de este cultivo.

El amaranto es aprovechado en su totalidad: el grano y la planta en sí, como verdura o forraje para los animales. Se puede emplear en muchos alimentos como sopas (grano y harina), pasteles, galletas, panes (harina, grano entero, grano reventado), cereal para el desayuno (entero, reventado o germinado y molido).

Chuquisaca se ha venido perfilando como uno de los departamentos principales para la producción de amaranto, ya que por las zonas agroecológicas que tiene, reúne las condiciones como para poder generar una mayor dinámica en pro de la mejora de este cultivo. Varias organizaciones, tanto locales como de la cooperación internacional, han apostado por promover una mayor competitividad de este cultivo. Consecuentemente, se ha generado un ambiente favorable como para impulsar iniciativas que permitan aunar esfuerzos en esta dirección y poder concretar negocios del tipo inclusivo, que articulen de una mejor manera las relaciones de los distintos actores que intervienen en esta cadena productiva.

Actualmente, se tienen seis variedades de buena capacidad de adaptación por su tolerancia a sequías y precipitaciones fuertes, además de su sanidad. Las mismas fueron desarrolladas en Chuquisaca por la Fundación PROINPA:



El amaranto es un producto de origen vegetal muy completo, es una de las fuentes más importantes de proteínas (14,5%). Según la FAO y la OMS, sobre un valor proteico ideal de 100, el amaranto posee 75, la leche vacuna 72, la soja 68, el trigo 60 y el maíz 44. Contiene el doble de proteínas que el arroz.

Cuando se realizan mezclas de harina de amaranto con harina de maíz, la combinación llegando a índices de valor proteico cercano a 100, porque el aminoácido que es deficiente en uno abunda en el otro.

Contiene un excelente balance de aminoácidos, minerales y vitaminas naturales: A, B, C, B1, B2, B3; asimismo, es rico en ácido fólico, niacina, calcio, hierro y fósforo. Es de alto valor calórico, carbohidratos, fibras y sales minerales.

El componente principal en la semilla del amaranto es el almidón, representa entre 50% y 60% de su peso seco, lo que facilita su digestión, pues resulta de 2,4 a 5 veces más rápida que el almidón de maíz.

Por sus propiedades, el amaranto se puede utilizar como un recurso para proporcionar a la población los requerimientos proteicos y de calorías necesarias, y los cuales en la actualidad se obtiene tan sólo de 20 especies vegetales, entre ellos el trigo, arroz, mijo, sorgo, papa, frijol, soya, azúcar, etc.

Adicionalmente a lo descrito en el texto anterior, se presenta un cuadro con las propiedades nutricionales del amaranto, comparado el mismo con productos como la quinua y la carne de res.

CUADRO 2
Valor nutricional del amaranto

En 100 GRS	QUINUA	AMARANTO	SEMILLA DE RES (80% PROT./ 20% GRASA)
Calorías	143	374	254
Proteínas	5	14,5	17,2
Carbohidratos	26	66	0
Grasas	2,2	16	20
Grasa saturada	0,22	1,7	7,7 y 1,2 gr de grasas trans (tóxicas)
Fibra	2,3	9.3	0
Colesterol	0	0	71
Sodio	196	21	67
Potasio	283	366	270

Fuente: Situación actual del sistema de amaranto en el departamento de Chuquisaca INOVARE 2018.

De acuerdo con el estudio realizado por el SNV y CAINCO Chuquisaca, por encargo de la organización de cooperación ICCO, el año 2015, la oferta total de amaranto a nivel nacional fue de 699 toneladas; siendo Chuquisaca el departamento con mayor volumen de oferta, en total 350 toneladas (50% del total nacional); le siguen La Paz, con 255 toneladas (37%); Cochabamba, con 36 toneladas (5%); Tarija, con 35 toneladas (5%) y, finalmente, Santa Cruz, con 23 toneladas (3%).

En el siguiente cuadro se puede apreciar de manera específica, la oferta de amaranto, tanto convencional como orgánico del departamento de Chuquisaca.



CUADRO 3
Oferta de amaranto orgánico y convencional en Chuquisaca

Oferta de Amaranto	Productores	Toneladas
Amaranto Convencional	Mojocoya, Alcalá, Padilla, Sopacuy, Tarvita, Tomina, Serrano, Yamparaez, Zudáñez, El Villar y Azurduy	290
Amaranto orgánico	Mojocoya	60
Total amaranto convencional y orgánico		350

Fuente: Estudio del Mercado Interno del Amaranto SNV – CAINCO 2015.

Del total de 350 toneladas de amaranto que produce Chuquisaca, 82,9% es producción convencional, en tanto que el restante 17,1% es orgánica. Asimismo, 122 toneladas están destinadas para el abastecimiento del mercado interno de la ciudad de Sucre; es decir que 228 toneladas salen del departamento para cubrir la demanda principalmente de La Paz y en menor cantidad de Cochabamba y Santa Cruz.

El amaranto chuquisaqueño tiene una buena reputación por su matiz de producto orgánico, el mismo que está siendo posicionado por diferentes empresas comercializadoras que han desarrollado mercados en el hemisferio norte.

Analizando la demanda local, nacional e internacional de amaranto, esta alcanza a 1.828 toneladas distribuidas entre producto convencional y orgánico. De acuerdo con el Estudio de Mercado Interno del Amaranto SNV-CAINCO, se ha identificado una demanda interna equivalente a 729 toneladas de producto convencional y 1.098 toneladas de orgánico (cuyo destino de este último es 100% para mercado de exportación). Los productos demandados en Chuquisaca por la micro, pequeña y mediana empresa, más asociaciones de productores requieren de 123 toneladas distribuidas en tres tipos de producto: grano (115 t), tostado (3 t) y harina (5 t) de amaranto.



Considerando la demanda de amaranto en Chuquisaca, los productos demandados por la micro, pequeña y mediana empresa, más asociaciones de productores, requieren de 122 toneladas, siendo las empresas de mayor importancia, por el volumen demandado: Sobre La Roca - Agro negocios, La Glorita, Misky Simi, Productos Cocinero, Pajumoto, Asovita y las empresas panificadoras que han introducido el amaranto para la producción de panes especiales.

A nivel nacional, Santa Cruz se constituye en un departamento que, en los últimos años, ha triplicado su demanda de productos con base en el amaranto. Los productos demandados son 7 toneladas de harina, 40 toneladas de amaranto en grano y 71 toneladas de tostado / pop de amaranto.

Por otra parte, está el departamento de La Paz que se constituye en la región de mayor demanda a nivel nacional (44%) un total de 318 toneladas distribuidas por grano en mayor cantidad (315,5 t), tostado / pop (1,8 t) y harina (0,2 t).

3.2. COMPLEJO PRODUCTIVO DEL AJÍ

La importancia del Complejo Productivo Integral del Ají no solo se enfoca desde una perspectiva productiva y económica. Probablemente, su mayor importancia radica en el arraigo cultural del ají como parte de la identidad nacional y del cotidiano vivir de los bolivianos. Desde la producción de variedades nativas o autóctonas hasta el consumo como complemento alimenticio de carácter tradicional en la cultura de la región, el ají es un cultivo de alta importancia económica en la región de los valles y chaco del departamento de Chuquisaca (principal centro de producción).

La producción del ají se caracteriza por ser de pequeños y medianos productores. Los sistemas de producción son tradicionales, las labores de producción desde las almacigueras, trasplantes, labores culturales, control de malezas, cosecha y poscosecha se realizan manualmente con una alta participación de la mano de obra familiar.

De acuerdo con el estudio de mercado del ají, desarrollado por el Servicio Holandés de Cooperación al Desarrollo SNV 2015, si bien el complejo productivo en su conjunto genera un valor aproximado de 50 millones de dólares, su aporte al PIB nacional sigue siendo muy bajo (0,16%). No obstante, el crecimiento productivo y comercial del ají, en los últimos años, ha permitido que su contribución al PIB agrícola del departamento de Chuquisaca llegue a representar aproximadamente entre 2% y 3% del total.

Cerca de 14 mil familias de pequeños productores están directamente vinculadas a la producción del ají. Asimismo, el área de cultivo establecida representa el 0,14% del área de producción nacional. El aporte más relevante está relacionado con el volumen de producción del ají que representa aproximadamente 5% del volumen total de las hortalizas del país, ya que se lo considera en ese grupo.

El Complejo Productivo Integral del Ají se encuentra en un proceso de franca consolidación. Se lo identifica como un sector productivo que ha crecido en los últimos 10 años de forma sostenida, tanto en cuanto al área de cultivo que pasó de 2.500 ha a 5.461 ha en ese periodo de tiempo, como en el incremento en volúmenes de producción y oferta (de 3.500 tn a 15.448 tn); asimismo, se puede evidenciar una mejora en cuanto a rendimiento del cultivo que pasó de 1,4 toneladas por hectárea en el 2010 a cerca de 2,83 toneladas por hectárea para el 2019.

Como se muestra en el siguiente cuadro, la producción del cultivo de ají se concentra principalmente en el departamento de Chuquisaca, representando aproximadamente 90% de la producción total del país (dato coincidente con información de PROINPA y FDTA Valles).

CUADRO 4
Concentración de la producción de ají

Departamento	Nacional (%)	ha
Chuquisaca	90%	4.915
Cochabamba	3%	164
La Paz	3%	164
Santa Cruz, Potosí, Tarija y Beni	4%	218
Total	100%	5.461

Fuente: Estudio del Mercado Interno del Ají SNV – CAINCO 2015.

Este fenómeno de incremento significativo en el área de producción de ají en el país, que ha transformado la realidad del complejo, ha sido motivado por diversos factores, siendo el crecimiento en la demanda el más influyente. Por otra parte, analizando el contexto predominante en el área rural del departamento de Chuquisaca, que es donde se concentra la mayor producción de ají del país (90%), se considera que la conjunción de varios proyectos e instituciones de apoyo al desarrollo rural que estaban trabajando específicamente en apoyo al sector productor de ají, el último decenio, con énfasis en todos los eslabones de la cadena, han influido en este resultado¹.

El complejo integral del ají involucra de forma directa e indirecta a varios actores distribuidos en los eslabones de agregación de valor. El más importante es el sector productor compuesto por más de 14 mil familias de productores y el sector menos desarrollado es el industrial, compuesto mayormente por empresas medianas y pequeñas, así como por las propias asociaciones de productores que, gracias al apoyo institucional y de la cooperación, han logrado implementar plantas de procesamiento para canalizar la producción de sus asociados, generando valor agregado y para absorber la producción de otros productores de sus regiones.

La competencia directa de la producción nacional constituida por el ají peruano es un peligro latente porque puede incrementarse repentinamente, influenciada por el comportamiento del mercado internacional, ya que Perú, por el momento, está invirtiendo esfuerzos en internacionalizar su oferta a Estados Unidos, siendo

¹ Se menciona entre los más relevantes: el Programa de Innovación Continua (PIC), sistemas ají apoyados por PROINPA; el Proyecto Capsicum GIZ-BMZ; el Proyecto de Competitividad comercial de Chuquisaca Centro y Norte, ejecutado por el asocio CARE–Fundación Nor Sud; al menos tres Proyectos de Innovación Tecnológica Aplicada (PITA) apoyados por la FDTA-Valles



el tercer país más importante proveedor de esa plaza. Por otra parte, el producto peruano se ha posicionado en el mercado nacional, habiendo incluso desplazado al ají chuquisaqueño en preferencia en mercados importantes como la ciudad de La Paz y los departamentos del occidente.

Los principales mercados externos para el ají boliviano, en orden de importancia, son España y Estados Unidos, a los que se ha exportado la mayor cantidad del producto 5,4 t y 0,9 t, respectivamente.

Las principales variedades o “ecotipos” de ají producidos en Bolivia pertenecen a las especies *Capsicum baccatum* y *Capsicum pubescens* (en menor escala). Dentro los mercados locales y nacionales se los conoce por sus nombres comunes o tradicionales que co-

múnmente guardan relación con la zona de producción: Huacareteño, San Julián, Sauce Mayo; o por el aspecto y/o sabor predominante del fruto: chicutillo delgado rojo, chicutillo grueso rojo, ancho dulce, punta de lanza, punta de lanza rojo, ladrillo, asta de toro (los más comunes).

El valor nutricional de los ajíes es alto, se destaca su alto contenido de ácido ascórbico (fuente natural de la vitamina C), superior al de los cítricos y su contenido de caroteno (provitamina A). Los ajíes rojos tienen mayor contenido de ambas sustancias, en comparación con los amarillos y los verdes. En general, son una buena fuente de la mayoría de las vitaminas B, especialmente de la B6. Son muy ricos en potasio y ricos en magnesio y hierro. Su alto contenido en vitamina C también puede incrementar sustancialmente la absorción de hierro no hem (hierro de origen vegetal) de otros ingredientes de la comida, como legumbres y cereales. En el siguiente cuadro se muestra la composición nutricional de muestras de ají fresco y ají seco (100 gr de cada uno), lo cual permite apreciar los principales aportes de este tipo de productos cuando son consumidos por el ser humano.

A nivel culinario, el ají se constituye en uno de los principales ingredientes que aportan sabor a todo tipo de comidas tradicionales e internacionales. Es la base de diversos platos, actualmente se consumen frescos, fritos o asados, en conserva y en polvo (molidos cuando están secos). Es un ingrediente tradicional en las cocinas de México, el Caribe, Tailandia y Perú.

CUADRO 5
Composición nutricional (100 gr de ají)

ELEMENTO/	FRUTO FRESCO	FRUTO SECO
Agua (ml)	74,00	8,00
Calorías (cal)	94,00	2,91
Proteína (gr)	4,10	15,00
Grasa (gr)	2,30	11,00
Fibra (gr)	18,00	33,00
Calcio (mg)	58,00	150,00
Hidratos de carbono (gr)	18,00	33,00
Fósforo (mg)	101,00	-
Hierro (mg)	2,90	9,00
B-Caroteno (UI)	7.140,00	1.000,00
Tiamina (mg)	0,25	0,60
Riboflavina (mg)	0,20	0,50
Niacina (mg)	2,40	12,00
Ac. Ascórbico (mg)	121,00	10,00

Fuente: Estudio del Mercado Interno del Ají SNV – CAINCO 2015.



Desde la perspectiva medicinal, una propiedad de la capsaicina que contienen la mayoría de los ajíes es que puede adormecer la región de la epidermis en la que se deposita, de forma que se aplica en forma de tópicos sobre la piel para hacer desaparecer el dolor en pacientes de artritis, herpes zóster, neuropatía diabética, mastectomía y cefalea. Uno de los productos comerciales más conocidos en el país es el “Parche León”, que a partir de su contenido de capsaicina tiene la propiedad de producir un efecto térmico en el área del dolor, reduciéndolo.

A pesar de lo descrito anteriormente, la actividad empresarial de transformación de ají dentro el complejo aún no es representativa. Su aporte dentro la generación de valor es bajo (aproximadamente 4,52%) y su aporte en el valor bruto de la producción es de aproximadamente un 6,30%. La demanda actual del eslabón transformación con relación a la oferta es mínima. No obstante, el incremento de competencia y la introducción en el mercado de nuevas transformadoras y marcas indica que el mercado ofrece buenas oportunidades de proporcionar márgenes a sus inversiones.

Entre las variedades de ají, destacan el deshidratado, molido, pasta, escabeche y mermelada de ají. El deshidratado o secado del ají es parte del proceso que realizan los productores antes de comercializar su producción. Adicionalmente, dentro el proceso de transformación que realizan las organizaciones de productores, que también son un mercado nicho de los propios socios productores de ají, se constituye como una de las principales actividades productivas.

El principal proceso en la transformación del ají en la industria nacional es el “molido y fraccionado”. Este proceso responde a la demanda del mercado consumidor nacional, que requiere un producto de mayor facilidad de uso en la preparación de alimentos. El ají molido ha incrementado su consumo en los últimos años, se estima que se destina a este proceso el 30% de la producción nacional (FDTA-Chaco, GTZ – PDR, 2004). Es importante destacar el incremento de valor que tiene el ají molido respecto al ají seco en vaina (aproximadamente 66%). En este sector de industrialización del ají molido se pueden diferenciar tres tipos de industrias que lo componen: artesanales, semiindustriales e industriales.

En virtud a que el ají es uno de los productos más utilizados en la cocina boliviana, se presentan oportunidades para comercializar productos procesados que faciliten su consumo. La producción de la pasta de ají, fue una innovación introducida por los comerciantes minoristas para aprovechar el producto de baja calidad (descarte), como el ají “negreado” y/o ajíes resquebrajados o más viejos.

Las pastas de ají se han constituido en uno de los productos con mayor incremento en la demanda, tanto en mercados informales como en mercados formales. Es así que se tiene este producto en presentaciones totalmente artesanales (pasta en bolsa), así como productos industrializados que han alcanzado elevados estándares de calidad en cuanto al producto mismo y a su presentación.

Con la intención de darle valor agregado a algunos ajíes nativos, el Instituto de Tecnología de Alimentos (ITA) desarrolló tres nuevos productos procesados con potencial para ser introducidos al mercado nacional: mermelada, pasta y escabeche de ají. Se definieron como mercado meta las ciudades de La Paz y Santa Cruz (ciudades con mayor índice de demanda de ají en el país).

En lo referido al mercadeo y la comercialización, el cultivo de ají es eminentemente comercial, puesto que casi la totalidad de la producción nacional (96%), se comercializa ya sea en vainas secas, molido o con otro tipo de procesamiento, generando una importante actividad para diferentes agentes socioeconómicos vinculados a la producción, comercialización, transporte, transformación u otros procesos. Su producción tiene especial importancia económica en las regiones del Chaco y Valle central del departamento de Chuquisaca. Las familias dedicadas a la producción de ají son principalmente pequeños productores con superficies de cultivo menores a una hectárea en el Chaco y de menos de media hectárea en el Valle central. Su aporte a la economía familiar representa entre 20% y 50% de la generación de ingresos familiares provenientes de la agricultura.

Al igual que con muchos otros productos agrícolas bolivianos, en el complejo del ají no existe una planificación logística, que abarque desde la recolección en la cosecha, transporte hasta almacenes, centros de acopio y distribución en los mercados locales. Para trasladar el ají del área de producción (los chacos de los productores) hasta los centros de acopio y/o mercados cercanos, se utilizan los denominados turnos, que son camiones de baja capacidad de carga y/o vagonetas que hacen un servicio periódico por las comunidades para transportar pasajeros y carga. El principal medio de transporte para llevar el ají a los mercados regionales o de las ciudades son los camiones de mediana capacidad (160 a 400 arrobas); este transporte, en la mayoría de los casos, pertenece a los comerciantes intermediarios, que también brindan este servicio.

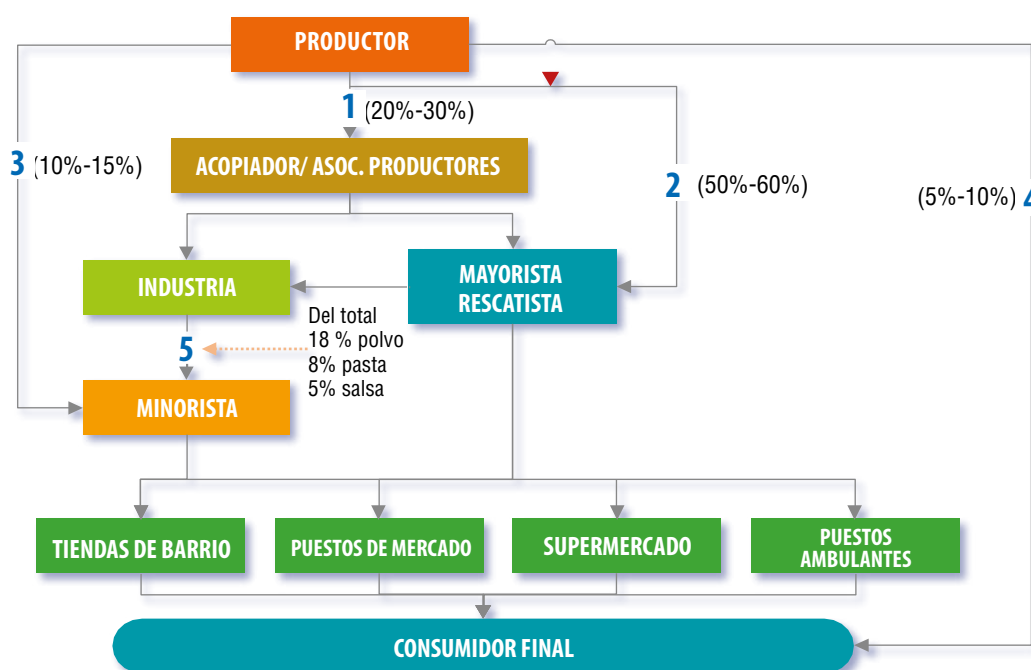
Uno de los actores más importantes para la transformación y comercialización del ají es la Asociación de Productores de Alcalá, Sopachuy, El Villar y Tarvita, cuyas iniciales dan origen a su denominación como “ASOVITA”, que es el brazo comercial operativo para penetrar a nuevos mercados, con productos de calidad y de manera competitiva.



ASOVITA es una organización económica asociativa campesina conformada por más de 200 productores y productoras de cuatro asociaciones de la región central del departamento de Chuquisaca.

Disponer de productos en el mercado regional ha sido fruto del resultado de un nuevo modelo de negocio ajustado a la realidad de ASOVITA para hacer posible el encadenamiento productivo y comercial, articulando los productos de las plantas donde procesan los productos finales cuya proveeduría de materia prima corresponde a los socios de las cuatro asociaciones.

ILUSTRACIÓN 1
Canales de comercialización del ají



Fuente: Estudio del Mercado Interno del Ají SNV – CAINCO 2015.

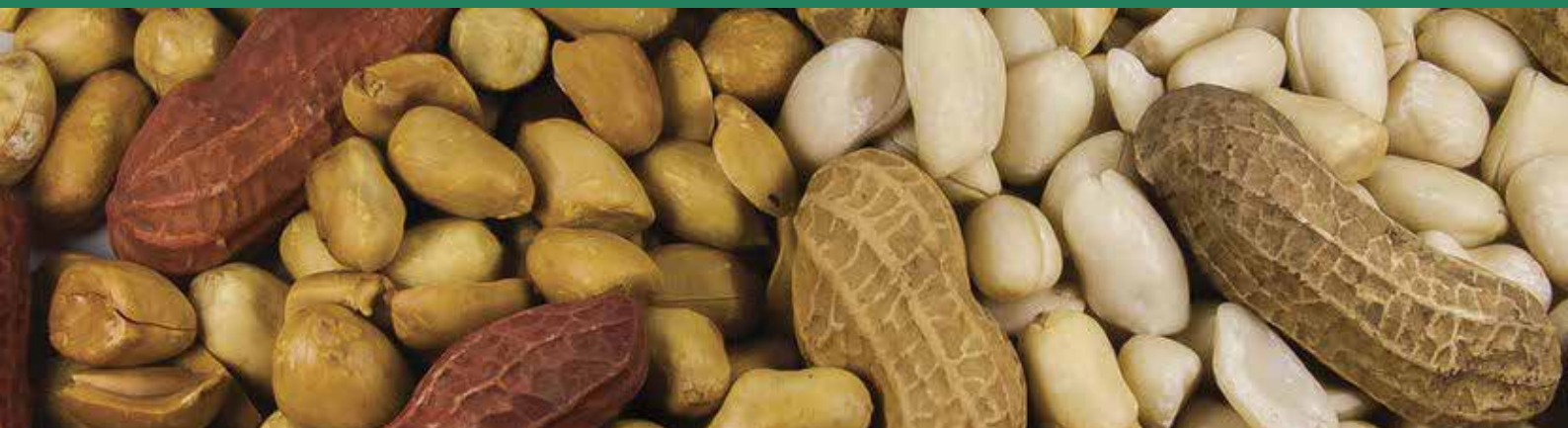
Como se mostró en la figura anterior, se pueden distinguir dos canales de comercialización de ajíes en Bolivia: por un lado, está el canal para la comercialización de los ajíes producidos en el interior del país, y, por el otro lado, el canal para comercializar los ajíes que son importados de Perú (importación formal y contrabando). El principal canal de comercialización de los ajíes nacionales está constituido por los mayoristas acopiadores en los mercados urbanos, los cuales ofrecen mejores precios.

Los minoristas constituyen otro canal de comercialización en los mercados locales, los cuales, en ocasiones visitan el cultivo, aseguran la compra y ofrecen precios aceptables a los agricultores. Algunos agricultores venden ají directamente a los consumidores y a la industria procesadora de ají molido, pero esta venta solo se concreta cuando se desarrollan las ferias semanales o mensuales en los pueblos. Igualmente, venden a acopiadores rurales y camioneros que visitan la comunidad.

En el caso de los productores que pertenecen a organizaciones o asociaciones que también industrializan y comercializan la producción, generalmente entregan entre 20 y 30% de su producción a su organización y el resto de su producción comercial la negocia con los intermediarios, como una estrategia de acceso a liquidez financiera. Se calcula que, anualmente, los productores destinan una arroba o menos de ají seco para el autoconsumo, y la cantidad destinada al mercado depende del rendimiento de la cosecha. Para el caso de ajíes deshidratados se destina 95% de la producción para el mercado. La mayoría de los productores (60%) comercializa los ajíes en el mercado local, donde es vendido principalmente a acopiadores y mayoristas. Otra parte de la producción es vendida en el mercado de Sucre, a asociaciones y a la industria.

3.3. COMPLEJO PRODUCTIVO DEL MANÍ

El maní cultivado se ubica entre las 20 especies vegetales más importantes para la agricultura y la alimentación humana mundial. El grano posee propiedades beneficiosas para la salud humana, es una fuente natural de proteína con más de 30% y 50% de grasas insaturadas. Contiene fitosteroles favorable para disminuir el colesterol, muy rico en vitamina E y aporta minerales como sodio, potasio, hierro, magnesio, yodo, cobre, flúor,



zinc, selenio y calcio. Sus sustancias antioxidantes, como los tocoferoles y resveratrol, tienen importancia en la prevención del cáncer y enfermedades cardiovasculares. También su consumo previene litiasis, diabetes de T2 y ciertos tipos de cáncer.

El origen botánico de la leguminosae “oleaginosa” *Arachis hypogaea* L. (Maní, Cacahuete, Cacahuete, Caca-huey, Mandubí o Avellana Americana, etc.) es Bolivia. Como tal, esta leguminosae se constituye en un producto estratégico para el departamento de Chuquisaca. Es una alternativa productiva para la soberanía alimentaria del país. Es un alimento nutraceutico propio de la biodiversidad boliviana. Por su alto valor nutricional, ha sido incorporado a la dieta ancestral de sectores tradicionalmente dedicados a su producción primaria.

CUADRO 6
Composición y usos del maní

COMPOSICIÓN		USOS		
		GRANO	CÁSCARA	INDUSTRIAL
Vitaminas	E, B1, B2, B3 y B6. Fosfatos fundamentales en la formación del tubo neutral de los embriones	Alimentación humana	Alimentación animal	• Cartones
Fibra	Mejora la digestión y reduce el colesterol que obstruye las venas y las arterias	• Tostado	• Alimento balanceado	• Envases
Minerales	Potasio, sodio, hierro, calcio, magnesio, flúor, zinc, cobre y selenio	• Turrone	• Forraje	• Abonos
Grasas insaturadas	Ácido oleico y linoleico, benéficos para el sistema cardiovascular y funcionamiento del cerebro	• Confitería		• Tableros
		• Culinaria		• Pegantes
		• Refrescos		

Fuente: Estudio del Mercado Interno del maní SNV – CAINCO 2015.

La enorme biodiversidad de maníes genera ventajas comparativas de acceso al mercado interno y nichos especializados de exportación (maníes del tipo convencional y orgánico).

La producción de maní en Bolivia se encuentra distribuida en cuatro (4) regiones: valles cruceños, valles subandinos, chaco y valles meso térmicos ubicados principalmente en Chuquisaca, con características climáticas diferentes entre ellas, temperatura, precipitación y radiación solar, y cuya variación altitudinal oscila entre los 1.000 a 2.500 m s. n. m.

Existe una superficie anual de 12.552 hectáreas de maní, distribuidos entre los municipios de Villa Vaca Guzmán (31,1%), Padilla (24,1%) y Monteagudo (21,3%) son los principales productores de maní tipo confitería en Chuquisaca; otras zonas importantes de producción son Mizque (11,8%) en Cochabamba, Entre Ríos (9,3%) en Tarija y Mairana (2,4%) en Santa Cruz.

Los agricultores dedicados a la producción, son principalmente de origen étnico quechua, guaraní y guarayo, quienes siembran entre 0,25 a 5 hectáreas en promedio de maní por familia. En Bolivia, se estima que existen 12.000 productores de maní. De estos, 3.000 se concentran en las tierras bajas de Santa Cruz, 3.000 en la

región del Chaco, 1.500 en los valles de Cochabamba, 3.000 en los valles de Chuquisaca y 1.500 en los valles mesotérmicos de Santa Cruz.

El valor del negocio de maní es de aproximadamente 18 millones de dólares a nivel nacional. La producción está orientada al consumo como grano. Este mercado comprende el maní en grano y el transformado. A su vez, el maní en grano puede presentarse en dos formatos: en vaina y en grano. El maní en grano alcanza a un volumen bruto de 11 millones de dólares, mientras que el maní transformado industrial y artesanalmente alcanza a 7 millones de dólares.

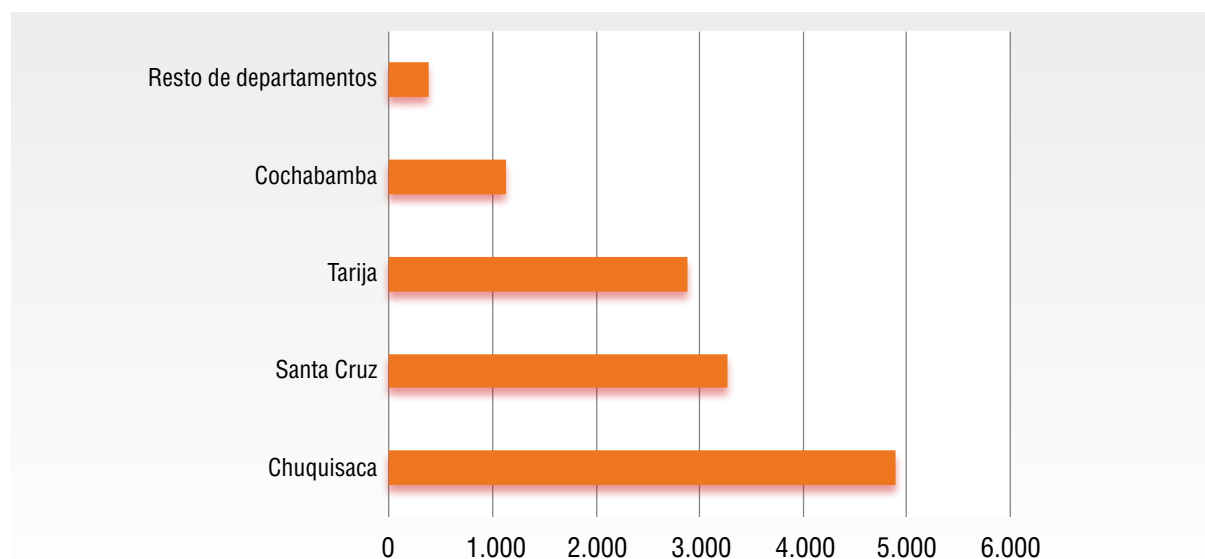
Una demanda emergente es la del maní pelado (peanuts blanched) sin tegumento. En el ámbito nacional, este maní ha manifestado una mayor demanda en los últimos años y se perfila como un producto “estrella”, con grandes posibilidades de crecimiento en el volumen de ventas. Los mercados internacionales también demandan este maní, lo que significa una importante posibilidad de exportación con valor agregado y a mejores precios.

De acuerdo con datos obtenidos de fuentes primarias y de la revisión de documentos generados en los últimos años, se establece que 70% de la producción se comercializa, 20% se utiliza en autoconsumo, 5% para algún proceso de transformación, 3% para semilla y 2% para trueque.

En cuanto a la competencia directa, la principal proviene de Argentina y Paraguay, países productores de maní con tradición exportadora. Es habitual encontrar en el mercado nacional maní de estos países, particularmente cuando existe poca oferta o la misma tiene un precio alto.

Las siembras con cultivo de maní en territorio nacional son de aproximadamente 12.552 hectáreas (registro actual en promedio de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO y el Instituto Nacional de Estadística - INE). Están comprendidas las tres macrorregiones de Bolivia, es decir, valles, trópico húmedo y chaco. La mayor concentración de cultivos se encuentra en el departamento de Chuquisaca, con 39%; Santa Cruz, con 26%; Tarija, con 23% y Cochabamba, con 9%. El resto de los departamentos suman 3 % (La Paz, Potosí y Beni).

GRÁFICO 14
Superficie cultivada de maní por departamentos



Fuente: Estudio del Mercado Interno del maní SNV – CAINCO 2015.

Los departamentos de Chuquisaca, Santa Cruz y Tarija concentran la mayor producción de maní por año agrícola, con 14.354 toneladas, lo que equivale a 90% del total nacional. Seguidamente, los departamentos de Cochabamba, La Paz (8,5%) y, Potosí y Beni (1%); mientras que en los departamentos de Oruro y Pando no existe producción de maní.

El departamento de Chuquisaca ha conservado el mayor potencial en la producción del maní, alcanzando un promedio de producción de 5.939 toneladas de maní anuales; asimismo, con respecto al rendimiento, la producción del departamento registra el promedio más alto de superficie cultivada con 4.895,28 hectáreas.

La oferta organizada a partir de las principales asociaciones de productores identificadas como actores de mercado se detalla a continuación:

CUADRO 7
Principales productores de maní en Chuquisaca

ENTIDAD ASOCIADA	SIGLA
Asociación de Productores Agropecuarios y Forestales de Ají y Maní	APAFAM
Asociación Integral de Productores de Ají y Maní Padilla	APAJIMPA
Propiedad agrícola juntas de Mojotorillo	PAJUMOTO
Asociación de Productores de Maní y Ají Villa Serrano	APROMAJI Villa Serrano
Asociación de Productores Agrícolas	APA
Asociación de Productores Agrícolas Tabacal Integrado	APATI
Cooperativa Agropecuaria Integral San José Obrero-Padilla	CASJ
Asociación de Productores de Maní y Ají Sauces	APROMAJI Sauces
Asociación de Productores de Maní y Ají Pedernal	APROMAJI Pedernal
Asociación de Productores de Semilla Artesanal Monteagudo	APROSAM
Asociación de Productores de Maní y Ají Muyupampa	APROMAJI Muyupampa
Asociación de Productores de Semilla Luis Calvo	APROSELC
Asociación de Productores de Maní Ingre	APROMANI INGRE

Fuente: Estudio del Mercado Interno del maní SNV – CAINCO 2015.

Existe una diversidad de especies como el larguillo y el oclliri que se producen principalmente en los valles interandinos y cuyo mercado es local y nacional. En el chaco Chuquisaqueño existen otras variedades como el Pitavae 2000, Colorado de Iboperenda, los Overos, entre otros, que también son para el mercado nacional. Las variedades del maní boliviano son muy apreciadas en mercados internacionales por su inigualable sabor y variada presentación en formas y colores, y su mayor tamaño en comparación con el maní producido en el resto del mundo.

La comercialización, desde el punto de vista de los productores asociados, es uno de los mayores problemas al que se enfrentan todos los años. Más de 86% de la producción se comercializa por canales tradicionales donde impera la intermediación, es decir, venta en finca a acopiadores rurales, camioneros/rescatistas, mayoristas, minoristas, etc.; en mínimo porcentaje, el productor puede obviar a la intermediación y vender su producto al intermediario o empresario en las ciudades de Cochabamba, Sucre y Santa Cruz, principalmente, donde puede generar un mayor margen de ganancia.

La reducida adecuación del producto y las inexistentes perspectivas de promoción y expansión de ventas se constituye en uno de los puntos más débiles que podrían explicar, de cierta manera, por qué la producción nacional no se ha expandido y ganado mercados internacionales.

En el interior de la fase de comercialización priman los intereses especialmente de los comerciantes, quienes pretenden obtener mejores réditos comerciales en cada transacción. Esta actitud se constituye en una barrera que impide mejorar las proyecciones de todo el CIP del maní.

3.4. COMPLEJO PRODUCTIVO DEL ORÉGANO



El orégano es un cultivo no tradicional en Chuquisaca. Está reconocido como un producto de renta porque conlleva mejores ingresos para el productor con relación a productos tradicionales como el maíz o la papa. Una gran ventaja para quienes cultivan orégano es que la inversión es baja y menor respecto a la que exigen otros cultivos. El orégano se cosecha hasta tres veces al año y permanece en terreno hasta seis años. Se considera el cultivo “caja de ahorros” para el productor.

Si bien en los valles chuquisaqueños no existía una sola planta de orégano, hoy, cerca de 340 hectáreas se siembran en Bolivia de manera permanentemente, de las cuales 140 corresponden a Chuquisaca. En este contexto, se han presentado diversas innovaciones locales altamente relevantes relacionadas con el negocio de este cultivo en la región. Antes de esto, los productores estaban concentrados en los cultivos de papa, maíz, trigo, etcétera, los cuales son productos tradicionales en muchas zonas de los Andes. Sin embargo, las fluctuaciones en los precios, entre otras condiciones del entorno, generaban algunos problemas de inestabilidad y falta de liquidez entre las familias productoras, por lo cual las ubicaba en una situación de mayor vulnerabilidad frente a la dinámica propia del mercado.

Por ello, la introducción del orégano constituyó una buena alternativa para complementar las actividades agrícolas existentes, no solo por diversificar la producción, sino también por abrir paso a una serie de procesos de innovación que permitieron mejorar la organización y participación de los productores en el sector comercial en general.

Desde el año 2002, Fundación Valles, en alianza con SOCODEVI (Sociedad de Cooperación para el Desarrollo Internacional) de Canadá, implementa el Programa de Especies y otros productos alternativos en los valles de Chuquisaca, y concentra sus esfuerzos en el orégano. Los primeros Proyectos de Innovación Tecnológica Aplicada estuvieron dirigidos a beneficiar a socios de cinco cooperativas de productores agropecuarios afiliados a AGROCENTRAL.

En 2005 se constituyó, en Chuquisaca, la Unidad de Negocios de Especies y Condimentos (UNEC S. A.) como una empresa constituida entre AGROCENTRAL, SOCODEVI y Fundación Valles. Ésta se hace cargo integral de la cadena productiva del orégano, es decir, producción de material vegetal, asistencia técnica a pequeños productores en manejo integrado del cultivo, cosecha, deshidratado, acopio, procesamiento y beneficiado (despalillado, desempolvado, selección y clasificación) y comercialización.

El cultivo del orégano se ha convertido, en Chuquisaca, en una alternativa para el pequeño agricultor en la generación de ingresos económicos sostenibles. La producción de orégano a través de la Unidad de Negocios de Especies y Condimentos (UNEC S. A.), que opera desde Tomina en Chuquisaca, actualmente trabaja con 1.800 familias agricultoras en los departamentos de Chuquisaca, Cochabamba, Tarija y Potosí.

En Chuquisaca, los municipios involucrados en la producción de orégano son:



De las 1.800 familias productoras distribuidas en los cuatro departamentos, 67% se encuentra en Chuquisaca, 22% en Cochabamba, 6% en Potosí y 5% en Tarija.

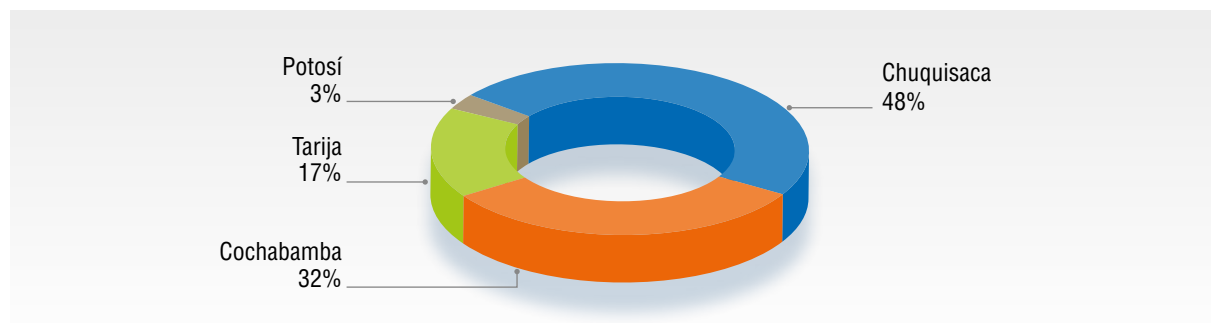
El objetivo de la Unidad de Negocios de Especies y Condimentos (UNEC S. A) es atender a la mayor cantidad de familias que reúnan las condiciones productivas; sin embargo, existen limitaciones que no permiten beneficiar a un número mayor de familias.

Esas limitaciones son la disponibilidad de agua de riego en cantidad, calidad y de manera permanente; la contaminación del agua de riego, la presencia de metales pesados en la tierra cultivable en porcentajes no permitidos y, por último, las tierras contaminadas por el uso irracional de productos químicos.

En términos de producción, es importante mencionar que el país en su conjunto alcanzó una producción de 730 toneladas de orégano, de las cuales 650 toneladas fueron exportadas hacia distintos países en plena pandemia del coronavirus. Actualmente se trabaja con el objetivo de incrementar la producción de orégano en Chuquisaca y superar la barrera de producción de 1.000 toneladas al año.

De las 730 toneladas producidas y comercializadas en la pasada gestión agrícola, Chuquisaca aportó con 48%, Cochabamba con 32%, Tarija con 17% y Potosí con 3%

GRÁFICO 15
Producción de orégano en Bolivia



Fuente: Elaboración propia con base en datos proporcionados por la Unidad de Negocios de Especies y Condimentos (UNEC S. A.)

Durante las últimas seis gestiones la producción de orégano se incrementó de manera progresiva, cumpliendo la planificación productiva en todos los departamentos donde interviene UNEC S. A. La fidelidad y el compromiso generado en los productores de orégano ha permitido alcanzar los volúmenes programados,

aun considerando las pérdidas significativas por efecto del cambio climático con severas heladas, nevadas, sequías, granizadas y lluvias torrenciales; por esta razón, el cultivo de orégano se convierte una alternativa al cambio climático.

Las principales variedades, entre muchas probadas, que se utilizan actualmente en Bolivia son el orégano Maru y el Kaliteri. La más popular entre los agricultores es la variedad Maru, por su buen rendimiento.

Muchas otras variedades han sido introducidas y probadas en distintas condiciones agroclimáticas, siendo las siguientes las ya validadas:

- Variedad Maru
- Variedad Kaliteri
- Variedad Onites

Como cualquier producto alimentario, la calidad y sanidad son factores de suma importancia para el orégano. Los mercados internacionales están normados en cuanto a requerimientos de calidad y sanidad, así como las exigencias varían dependiendo el cliente y el país destino del producto.

Las normas básicas que deben cumplirse para exportar orégano son las siguientes.

- Autenticidad de la especie y la parte utilizada
- Color y aroma
- Límite de contenido de palos y materias extrañas
- Límite de contenido de polvo
- Cumplimiento de requerimientos fitosanitarios de exportación

Las normas de la Internacional Standard Organization (ISO) para el orégano requieren los siguientes puntos:

- Color verde grisáceo o verde olivo
- Olor fuerte y aromático característico, fragante, pungente y un poco amargo
- Debe estar libre de insectos vivos o muertos, mohos y contaminación por roedores
- El total de materias extrañas no puede ser mayor a 1% (en masa) en orégano procesado, 3% (en masa) en orégano semiprocado
- La proporción de restos de palos u otras partes de la planta no debe ser mayor a 3%

Por otra parte, se debe tener mucha precaución sobre los siguientes aspectos específicos:

Metales pesados

Análisis microbiológico

Residuos de plaguicidas

El orégano chuquisaqueño, en su estado deshidratado, se comercializa en Brasil, Uruguay, España y Australia. Brasil es el principal mercado de las exportaciones bolivianas de orégano. Así, en la pasada gestión agrícola, 71% del volumen total se exportó a ese país.

Francia y Canadá compran aceite esencial de orégano producido por la Unidad de Negocios de Especies y Condimentos, cuyo envío hacia esos mercados es aéreo, a un costo de 250 dólares el kilo.

La comercialización de orégano boliviano, a través de UNEC S. A., cuenta condiciones muy competitivas para pelear el mercado europeo, así como lo hizo en Brasil, donde es el principal competidor en calidad incluso por encima de Perú, que es el mayor productor de orégano en Sudamérica.

En cuanto al mercado interno, el consumo anual de Bolivia es de aproximadamente 45 toneladas, de las cuales UNEC S. A. atiende con 27 toneladas (60%), el resto proviene de Perú que, dada su capacidad, puede ofrecer precios más bajos.

Si bien Perú es el mayor productor de la región, Bolivia le lleva ventaja en calidad. Un ejemplo de ello es que, en Brasil, el orégano peruano cuesta 1,50 dólares por kilo, mientras que el orégano boliviano vale \$us 3,80. La calidad del orégano boliviano es indiscutible en color, olor e impurezas, por eso la preferencia del mercado internacional.

3.5. COMPLEJO PRODUCTIVO DE LA MIEL

La producción es el eslabón principal de la cadena de la miel de Chuquisaca, donde se combinan todos los insumos y recursos para la obtención del producto, posteriormente abastecer la demanda de diferentes agentes: intermediarios, procesadores, comercializadores. A partir de este eslabón se identifican a los principales dinamizadores (actores directos), caracterizados por la presencia de productores apícolas.

La miel es producida prácticamente en todo el departamento de Chuquisaca; es decir, en las cuatro regiones: Norte, Centro, Chaco y los Cintis, abarcando un rango altitudinal entre 800 a 2.800 m s. n. m. Para efectos de delimitar la ubicación espacial de la producción, se toma en cuenta a nivel de provincia y municipio. De acuerdo con esta delimitación, la actividad productiva de la miel en Chuquisaca se encuentra localizada en las 10 provincias, 27 municipios y al menos en 195 comunidades.

La producción primaria es practicada por 2.200 apicultores (incluyendo hombres y mujeres), con 11.599 colmenas en producción, distribuidas en 27 municipios del departamento de Chuquisaca.



En el siguiente cuadro se presenta el número de colmenas y la producción de miel por regiones, calculadas sobre la base de colmenas en funcionamiento. Tomando las estimaciones para el año 2018, el Chaco es el principal productor con 7.857 colmenas y 141.043 kilogramos. Le sigue la región de Chuquisaca Centro con 1.768 colmenas y 30.340 kilogramos. En tercer lugar, los Cintis, con 1.356 colmenas y 21.623 kilogramos. Por último, la región Norte presenta el menor número de colmenas, consiguientemente, en producción más baja a nivel departamental, con un total de 617 colmenas y 9.580 kilogramos de miel.

CUADRO 8
Principales aspectos productivos de miel en el departamento de Chuquisaca

REGIÓN	APICULTORES		PRODUCCIÓN				
	NÚMERO	%			RENDIMIENTO KG/COLMENA	VOLUMEN	%
Norte	291	13,3	617	5,32	15,29	9.580,30	4%
Centro	572	26,2	1.768	15,2	16,88	30.349,84	15%
Cintis	578	26,4	1.356	11,7	15,43	21.623,04	11%
Chaco	745	34,1	7.857	67,7	18,64	141.042,68	70%
TOTAL	2.186	100	11.599	100	16,56	202.595,86	100%

Fuente: Estudio de mercado de la miel de abeja en Chuquisaca GIZ 2019.

En términos porcentuales, la producción actualmente se encuentra concentrada en la región del Chaco, que aporta el 70% del total departamental.


En Chuquisaca, una vez obtenida la cosecha, los apicultores utilizan una parte para su autoconsumo familiar (11,50%), otra parte mínima (1,25%) a otros usos como el consumo comunitario a través del intercambio u obsequios y, el resto (87,25%) se destinan a la comercialización. De esta manera, la producción apícola familiar se convierte en una fuente de acceso a alimentos energéticos de forma directa a través del autoconsumo, e indirecta a través de la comercialización, lo que ayuda a que los apicultores se provean de otros alimentos.

La comercialización de la miel de abeja en Chuquisaca se realiza mayormente a granel. Actualmente, existen diferentes iniciativas por parte de algunas asociaciones para fraccionarla con el fin de agregarle valor y llevarla al mercado directamente. Sin embargo, todavía no se han consolidado los mecanismos para que las asociaciones de apicultores fortalezcan su comercialización y logren un mayor beneficio para sus asociados.

Por otra parte, existen algunas condiciones en el mercado nacional de la miel:

- Los grandes acopiadores intermediarios son menos en número, pero con mayor poder de compra.
- Los canales de comercialización se están compactando porque el acopiador o intermediario va directo con el productor.
- Las asociaciones de apicultores se están consolidando en torno al mercado.

Esto significa que los productores deben organizarse para poder acceder a los mercados, tanto locales, regionales como nacionales, y así ganar una mayor participación: hacer propias las cadenas de valor, desarrollar marcas propias y hacer campañas de promoción.



4. Identificación de los principales problemas y factores críticos que enfrentan las cadenas productivas

A objeto de poder fortalecer e impulsar los complejos productivos descritos en el presente documento, es importante también analizar a cada uno desde la perspectiva de la problemática y las limitaciones que atraviesan dichos complejos y, como consecuencia, se puedan plantear alternativas de solución, intervenciones de los actores y políticas públicas orientadas a fortalecer y generar sostenibilidad y competitividad en las cadenas de valor.

Los principales problemas y factores críticos que enfrentan los complejos productivos son:

AMARANTO

Superficies pequeñas que no superan las 2 hectáreas. Esto, en cierta medida, también impide el desarrollo e implementación de maquinaria especializada.

Insuficiente maquinaria (cosechadoras y venteadoras) para realizar esta actividad, razón por la cual los agricultores tienen que realizarla de manera manual. Este factor impide también el incremento en superficies sembradas de amaranto.

El agricultor determina sus precios de venta con base en información que obtiene de los rescatistas y comparando con el precio del amaranto peruano. Esto demuestra que existe una red informal de información que funciona ineficientemente; la consecuencia es la alta especulación de los precios que dificulta las relaciones comerciales entre productores y empresas.

El precio del amaranto en Bolivia está definido prácticamente por la demanda y la oferta internacional, y sobre todo por el ingreso informal de amaranto de Perú, pues son los precios internacionales que derivan en decisiones de este tipo y que afectan al ciclo productivo y comercial del Complejo Integral Productivo del amaranto boliviano.

Los productores no tienen vínculos permanentes con el mercado y no han logrado desarrollar relaciones comerciales sostenibles con los intermediarios. Los productores



venden principalmente al intermediario que les ofrece mejores precios. Este desconocimiento y falta de información por parte de los productores genera en las empresas industriales y exportadoras inseguridad en el desarrollo de sus proveedores, lo que dificulta el trazado de estrategias comerciales de mediano y largo plazo.

Del total de 699 toneladas de amaranto solo 8,6% es producción orgánica; es decir, solo 60 toneladas aproximadamente, cuando la tendencia del mercado internacional está dirigida a abastecerse de amaranto orgánico. Esto demuestra una falta de visión del sector para aprovechar nuevas oportunidades de mercado.

Escasa difusión en cuanto a buenas prácticas del cultivo. La baja productividad, en muchos casos, se debe al desconocimiento de buenas prácticas de manejo del cultivo; asimismo, la calidad de grano que ofertan las asociaciones aún falta desarrollar, dada la inmadurez y las impurezas, lo cual tiene su efecto en el precio. Muy poca información es difundida acerca de innovaciones tecnológicas, precios, mercados, fenómenos climáticos que puedan influir en el cultivo.

No existe promoción del consumo de amaranto. Si bien el amaranto es reconocido por su valor nutritivo, no existe promoción del consumo en municipios ni en las capitales de departamento. Asimismo, existe muy poco consumo interno de grano de amaranto. El consumo en grano en ciudades donde están las zonas de producción es muy bajo, se desconocen formas de preparado del grano.

Al igual que en varios otros productos, el sector se enfrenta al comercio informal del amaranto; la presencia de intermediarios en la comercialización influye en el precio de la materia prima, lo cual representa menores beneficios para los productores.

Falta de políticas públicas municipales, departamentales y nacionales, para incentivar la producción, transformación, comercialización y consumo de amaranto.

La variabilidad climática. Las variaciones climáticas de precipitación, y las granizadas en particular, son una fuerte amenaza para el desarrollo del cultivo.

Nuevas plagas y enfermedades. En las zonas productoras existen plagas ocasionales que puede atentar contra el desarrollo del cultivo.

Variabilidad de precios. La variabilidad de precios es muy acentuada año a año, debido al ingreso del amaranto proveniente de Perú, que pasa por la frontera sin restricciones.

Nuevos competidores en el ámbito internacional. Actualmente, India y China están destinando su producción para consumo interno y para comercializar con Alemania, como producto orgánico y convencional.

Inestabilidad social, política y económica. Los conflictos sociales en el área rural (bloqueos), sumados a la coyuntura política (autoridades gubernamentales no priorizan este cultivo), y a los efectos de la pandemia / Covid-19, generan cierta incertidumbre en la actividad de la cadena de valor del amaranto.

AJÍ

La competencia directa de la producción nacional constituida por el ají peruano es un peligro latente porque puede incrementarse repentinamente, influenciada por el comportamiento del mercado internacional y producto del contrabando que ingresa al país por Desaguadero.

Pese a la introducción y difusión del uso de infraestructuras artesanales mejoradas, impulsadas principalmente por la FDTA-Valles, existe todavía un porcentaje considerable de productores que no utilizan este tipo de infraestructura tecnológica, lo cual les afecta directamente en la generación de ingresos, pero también afecta a la calidad del producto ofertado.

Los cultivos no abarcan grandes extensiones, pues el desarrollar los procesos de siembra, el almacigado y la falta de agua desaniman al productor en su siembra, ya que el cultivo es sensible a los escasez de agua.

El porcentaje de suelo dedicado al cultivo varía según piso ecológico y es inferior a la mayoría de los cultivos tradicionales, incluido el maní.

Volúmenes de producción son variables en función al comportamiento climatológico de cada año, aspecto que dificulta el acceso a mercados más grandes, así como contratos de largo plazo. Sin embargo, se espera que esta condición pueda ser superada dado que existe predisposición para incrementar la extensión de cultivos, siempre y cuando se den las condiciones de agua, crédito y terrenos fértiles.

No se cuenta con semilla certificada de ají. Aunque existe un proceso impulsado por los CIALES para la obtención de semilla básica, su reproducción y certificación, aún es incipiente, porque está en su inicio.

Existe variabilidad en los precios del ají y prima el establecido por el mercado, y no así el que ellos estimen en función a los costos de producción.

La comercialización del ají se desarrolla a precios que fijan los intermediarios y se apoya muy poco los procesos de acopio a nivel Asociación para lograr ventas a buenos precios, debido a la inexistencia de capitales para cumplir el cometido.

No existe una estructura organizacional clara de las asociaciones implementadoras de procesos de agregación de valor de ají.

El apoyo a la implementación de planes de negocio por parte de las instituciones ha disminuido.



MANÍ

Inexistencia de riego para el cultivo en los diferentes pisos ecológicos.

Los costos de producción del maní son altos y se debe pensar en formas de bajarlos para generar mayores ganancias.

El rendimiento del suelo va disminuyendo por los procesos de degradación que sufre y la falta de prácticas de conservación del mismo.

Existe asistencia técnica limitada en los procesos de producción del cultivo.

Desconocimiento de técnicas de producción orgánica.

Inexistencia de equipamiento para el cultivo del maní en terrenos accidentados.

No se cultiva considerando el tamaño óptimo de terreno en el que se generen ingresos mayores que los costos y se obtengan ganancias para el productor de maní.

Asociaciones específicas débiles para desarrollar el acopio y comercialización del maní de manera conjunta.

Falta de infraestructura y equipamiento para la transformación del maní en tostado y otro subproducto con agregación de valor.

El mercado del maní no está manejado por las asociaciones, sino por los intermediarios.

Existe muy poco apoyo de las instituciones públicas para impulsar el cultivo que es identificado como potencial.

Se observa debilitamiento de las asociaciones por falta de prácticas de asociatividad y manejo de la gestión empresarial en las asociaciones.

Desconocimiento de procesos de producción de productos transformados con calidad para impulsar la competitividad en mercados departamentales y nacionales.

Falta de organización de la estructura adecuada al negocio de acopio y transformación que tienen las asociaciones de productores.



ORÉGANO

Pérdidas significativas por efecto del cambio climático debido a severas heladas, nevadas, sequías, granizadas y lluvias torrenciales.

No existe igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres al interior de las asociaciones.

No existe apoyo para la mejora de la infraestructura productiva y las bases productivas.

Desconocimiento por parte de los productores para el acceso a créditos productivos.

Débil acceso a bienes: fertilizantes, maquinaria, herramientas y otros insumos.



MIEL

Deterioro ambiental (prácticas agropecuarias de las zonas rurales) impacta de manera directa y negativa sobre la productividad de las colmenas.

Cambios climáticos bruscos (frentes fríos, tormentas y granizadas más frecuentes y con mayor intensidad, e incendios forestales).

Enfermedades y plagas exóticas con posibilidad de ingresar a las zonas productivas del departamento.

No se busca una mejora en el precio mediante técnicas de comercialización ni diferenciación del producto. Existe una orientación hacia el producto no hacia el cliente.


Escasa participación de productores hacia delante de la cadena. Se percibe una frágil estructura comercial de los productores en lo organizativo.

Bajo volumen de producción, pues las zonas de valle se caracterizan por la producción de pequeño volumen por lo que desaprovecha las economías de escala. Se suma la baja productividad; actualmente, la producción promedio es de 16,5 Kg/colmena/año.

Incipiente investigación y desarrollo (producción y procesamiento) que derive en productividad e innovación.

No existe información centralizada y actualizada del sector apícola para la planificación local, regional o departamental. La información está fragmentada, manejada por asociaciones de productores, por el Gobierno departamental o por las instituciones privadas de apoyo al sector.





5. Políticas públicas para incentivar las cadenas productivas en Chuquisaca

Para promover e incentivar el desarrollo o fortalecimiento de cadenas productivas se requieren acciones orientadas a promover la inversión productiva, tarea en la que el Gobierno Autónomo Departamental de Chuquisaca y los gobiernos autónomos municipales tienen un rol fundamental.

La economía regional, pese al proceso de descentralización, refleja índices preocupantes de baja calidad del empleo y productividad. Una de las razones radica en que no existen inversiones destinadas a dinamizar la producción y el desarrollo económico y que los gobiernos regionales y locales todavía no encontraron las herramientas para facilitar y dinamizar la actividad productiva en sus territorios.

Los recursos de las regalías y del Impuesto Directo a los Hidrocarburos abren la posibilidad de que los gobiernos regionales y locales asuman de manera más amplia e integral el reto de promover el desarrollo local con estrategias, acciones y políticas públicas que incluyan a productores, empresarios y a otros agentes cuya actividad es intensiva en mano de obra y tiene relación la productividad.

En consecuencia, se plantea, de manera orientativa, el diseño de las siguientes políticas públicas que promuevan la productividad y fomenten el diálogo público y privado:

- Desarrollar en los ámbitos regional y local políticas y estrategias integrales de apoyo a la generación y consolidación de oportunidades de negocios dentro de las cadenas productivas priorizadas y otras con oportunidad de mercado.
- Financiamiento del desarrollo productivo como un componente de una estrategia de desarrollo regional, con un uso eficiente de los recursos disponibles.

- Innovación tecnológica para el desarrollo económico productivo que impacte en el establecimiento de ventajas comparativas y competitivas de la región.
- Desarrollo de redes productivas para la exportación a objeto de alcanzar las cantidades necesarias de producción, para cubrir la demanda, tanto en volumen como en calidad requerida.
- Desarrollo de infraestructura y equipamiento productivo orientado a incrementar la productividad, rendimientos y calidad en las cadenas productivas priorizadas con oportunidad de mercado.
- Desarrollo de una estrategia departamental de comercialización a través de una marca colectiva que aporte valor, visibilidad, garantía, calidad y reputación a la producción regional.
- Desarrollo y acceso a mercados para pequeños y medianos productores.
- Implementación de centros de formación y/o capacitación para la producción.
- Desarrollo de sistemas de gestión de la calidad de la producción regional.
- Lucha y control contra el contrabando.





6. Conclusiones

Considerando la contracción de ingresos fiscales por concepto de regalías e IDH que se registra desde el año 2016, a raíz de la caída en los precios internacionales del petróleo, así como de la producción de hidrocarburos, resulta necesario promover el debate público multiactor sobre las potencialidades productivas en el departamento de Chuquisaca, y cómo éstas pueden ser incentivadas a partir de los ingresos provenientes de la explotación de hidrocarburos.

El departamento de Chuquisaca ha sido seriamente afectado por la irrupción y el avance de la Covid-19. Una de las consecuencias inmediatas de la pandemia ha sido la casi total paralización de la economía y con ello se ha puesto en riesgo la estabilidad de los emprendimientos y la actividad productiva en el departamento de Chuquisaca. En consecuencia, es fundamental la articulación de esfuerzos, iniciativas y principalmente orientar estratégicamente la inversión pública en proyectos de desarrollo productivo, orientados a impulsar cadenas productivas con potencial económico.

La actividad agrícola del departamento se caracteriza por la producción de cultivos tradicionales; sin embargo, otros cultivos agrícolas vienen adquiriendo mayor relevancia económica como ser el ají, maní, amaranto, orégano y miel, por lo que podría constituirse un fondo de desarrollo económico para incentivar el desarrollo de estos sectores, con el financiamiento de una porción de la regalía hidrocarburífera departamental.

Chuquisaca se ha venido perfilando como uno de los principales departamentos para la producción de amaranto, ya que por las zonas agroecológicas que tiene, reúne las condiciones, como para poder generar una mayor dinámica en pro de la mejora de este cultivo. Varias organizaciones, tanto locales como de la cooperación internacional, han apostado por promover una mayor competitividad de este cultivo.

La importancia del Complejo Productivo Integral del Ají no solo se lo enfoca desde una perspectiva productiva y económica. Probablemente, su mayor importancia radica en el

arraigo cultural del ají como parte de la identidad nacional y del cotidiano vivir de los bolivianos; adicionalmente, es uno de los productos que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años y tiene un enorme potencial de crecimiento que, de ser incentivado, puede traducirse en una mayor dinámica económica para Chuquisaca.

El departamento de Chuquisaca ha conservado el mayor potencial en la producción de maní, alcanzando un promedio de producción de 5.939 toneladas de maní anuales; asimismo, con respecto al rendimiento, la producción del departamento registra el promedio más alto de superficie cultivada, 4.895 hectáreas.

El cultivo del orégano, definitivamente, se ha convertido en una alternativa para la generación de ingresos económicos sostenibles para el pequeño agricultor en Chuquisaca. Experiencias como la de UNEC S. A. han servido para potenciar esta alternativa, que bien puede ser amplificada a otros municipios del departamento a partir de un fondo de desarrollo departamental.

Si bien durante los últimos años han existido importantes avances en el desarrollo de las cadenas productivas del amaranto, ají, maní, orégano y miel; esto ha sido resultado principalmente del esfuerzo de asociaciones de productores, el Gobierno departamental y la cooperación internacional. Resulta fundamental promover el desarrollo de estos sectores que ya cuentan con una dinámica económica y enmarcar el mismo en un plan de desarrollo departamental que, además, considere a la regalía hidrocarburífera como un mecanismo de financiamiento.

Chuquisaca cuenta con un importante potencial hidrocarburífero, considerando al gas natural como un combustible que todavía será empleado en la transición energética. Es recomendable que los ingresos que recibe esta región del país, producto de la explotación de este energético, sean utilizados estratégicamente para el desarrollo de sectores con potencialidad económica, así como para el ahorro y sostenibilidad de la inversión pública en el mediano y largo plazo.

7 ■ Bibliografía

Fuentes de información secundaria relevantes:

- Estudio de mercado del amaranto SNV 2015
- Estudio de mercado del ají SNV 2015
- Estudio de mercado del maní SNV 2015
- Estudio de mercado de la miel GIZ 2019
- Informe Económico Productivo del Departamento de Chuquisaca, Dirección General de Análisis Productivo, Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural 2019
- Comité local del ají y el maní, una experiencia innovadora 2016
- Boletín informativo UMRPSFXCH, edición 3 - Nº 11 - 11 de octubre del 2021
- Manual del Manejo Integrado del Cultivo del Amaranto, ICCO cooperación 2016
- Situación actual del sistema de amaranto en el departamento de Chuquisaca, INOVARE 2018
- Transformar la crisis. Reactivación económica Friedrich Ebert Stiftung 2021



@JubileoBolivia



Fundacion Jubileo



@fundacionjubileo



Fundación Jubileo

www.jubileobolivia.org.bo