



©FAO Bolivia

## PROMOCIÓN DEL COMERCIO PARA PRODUCTOS CON IDENTIDAD DE MARCA Y ORIGEN

Febrero 2024

ODS:



País: El Estado Plurinacional de Bolivia

Código del proyecto: TCP/BOL/3806

Contribución de la FAO: 125 000 USD

Duración: 1 de febrero de 2022-30 de noviembre de 2023

Contacto: Oficina de la FAO en Bolivia  
FAO-BO@fao.org



#### Asociado en la ejecución

Viceministerio de Comercio Exterior e Integración del  
Ministerio de Relaciones Exteriores.

#### Beneficiarios

Asociaciones y Organizaciones Económicamente productivas de productos de la agrobiodiversidad en territorios rurales de Bolivia, vulnerables de permanecer al margen en la inclusión en mercados nacionales e internacionales.

#### Marco de Programación por Países

##### Objetivos estratégicos

OE 2: Hacer que la agricultura, la silvicultura y la pesca sean más productivas y sostenibles.

OE 3: Reducir la pobreza rural.

OE 4: Fomentar sistemas agrícolas y alimentarios integradores y eficientes.

##### Iniciativas Regionales

IR 1: Alimentación saludable para todos.

IR 2: Iniciativa Mano de la mano para lograr sociedades rurales prósperas e inclusivas.

IR 3: Agricultura sostenible y resistente al clima.

##### Áreas prioritarias

PG2: Sistemas agroalimentarios ecológicos, agricultura familiar comunitaria y campesina.

PG3: Manejo integral y sustentable de suelos, bosques, agua y biodiversidad.

##### Efectos

Incremento de ingresos familiares y mejora de la sostenibilidad de los sistemas productivos agroalimentarios de base comunitaria, a través de la consolidación y apertura de mercados locales, nacionales e internacionales para productos de la agrobiodiversidad con alto valor nutricional.



## DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Bolivia reconoce a 36 pueblos y naciones indígenas originarias que ostentan sistemas tradicionales de producción de alimentos, característicos por el desarrollo de prácticas de uso no consuntivo como la recolección de productos del bosque, la realización de actividades agroecológicas, pecuarias y pesca, entre otros. Dichos sistemas de producción se vinculan con un fuerte valor al saber ancestral y a la identidad cultural de los pueblos que los producen, caracterizados por altos índices de pobreza y estructuralmente al margen de los mercados. El reto más importante de estos productos son los bajos volúmenes de producción y la falta de innovación y tecnología, que dificultan ganar competitividad y abrir nuevos mercados nacionales e internacionales.

En dicho contexto, el Gobierno boliviano pretende diseñar una estrategia para fomentar el consumo nacional de los productos con identidad y marca de origen, así como abrir mercados intrarregionales e internacionales con altos estándares de inocuidad, fomentando la inversión para la innovación, inclusión y la sostenibilidad técnica financiera de las comunidades rurales que los producen. Esto implica profundizar el análisis en los productos específicos con potencial de exportación a nivel regional, donde Bolivia pueda aprovechar su producción orgánica y con identidad vinculada a pueblos y naciones indígenas y asociaciones de pequeños agricultores.

El proyecto logró identificar las principales necesidades de las organizaciones para la comercialización de sus productos y establecer una estrategia de promoción comercial a nivel nacional e internacional. Como consecuencia, se fortalecieron las capacidades de las organizaciones de productores/recolectores en cuestiones de mercado internacional, comercio exterior, estructura de costos, y logística de exportación. El proyecto fortaleció a su vez su capacidad en emprendimiento socioeconómico, transformación de la producción agroecológica para la promoción comercial, Sistemas Participativos de Garantías (SPGs), y certificaciones orgánicas basadas en la agricultura familiar sustentable y comunitaria.

## IMPACTO

El impacto esperado del proyecto fue contribuir al incremento de ingresos familiares (ODS 1) y a la mejora de la sostenibilidad de los sistemas productivos agroalimentarios de base comunitaria (ODS 15), a través de la consolidación y apertura de mercados locales, nacionales e internacionales para productos de la agrobiodiversidad con alto valor nutricional y certificación de registro de marca origen.



Tras la ejecución de este proyecto llevado a cabo a través de la colaboración y coordinación con el Viceministerio de Comercio Exterior e Integración del Ministerio de Relaciones Exteriores, y el Viceministerio de Desarrollo Agrícola del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, se construyó una estrategia en el país para el comercio local, nacional e internacional, articulando políticas públicas para promover el consumo y la exportación de productos estratégicos de la agrobiodiversidad, con identidad y enfoque de igualdad de género. El proyecto contribuyó a diferentes Prioridades Gubernamentales y Productos del MPP 2018-2022 de Bolivia, como el fortalecimiento de capacidades de sistemas agroalimentarios ecológicos, agricultura familiar comunitaria y campesina, y el manejo integral y sustentable de suelos, bosques, agua y biodiversidad.

### CONSECUCCIÓN DE LOS RESULTADOS

El diseño del proyecto respondió a las necesidades y al contexto del momento de su elaboración y su perspectiva de futuro y cuyos logros alcanzados son consecuencia de la ejecución de las actividades pertenecientes a su plan de trabajo. Durante la ejecución del proyecto cabe destacar el logro en la implementación de mecanismos y herramientas que permitieron la participación en eventos comerciales, como las ruedas de negocios, y la venta de productos a mercados internacionales y nacionales, que contribuyen directamente a mejorar los ingresos económicos de las familias.

Las acciones realizadas en el marco del proyecto han contribuido directamente a: reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida (ODS 1), a través de la apertura de mercados y la venta de productos, con el consiguiente incremento de ingresos familiares de las comunidades; a la creación de trabajo decente y desarrollo económico (ODS 8); a la mejora de la producción y el consumo responsable con productos de la agrobiodiversidad sin uso de contaminantes (ODS12); y a la mejora de la sostenibilidad de los sistemas productivos agroalimentarios de base comunitaria (ODS 15).

El proyecto avanzó según lo planificado, realizando algunos ajustes que no interfirieron en el desarrollo de las actividades.



### EJECUCIÓN DEL PLAN DE TRABAJO

El proyecto, cuyo progreso en la implementación se revisó regularmente, tomó en cada momento las acciones necesarias para abordar los inconvenientes detectados en cada fase y así poder adaptar la ejecución del plan de trabajo. La implementación del proyecto se estructuró en dos productos con los cuales fue posible dar respuesta al problema identificado. Dichos productos incluyeron acciones como: la asistencia para la elaboración de herramientas y mecanismos que posibiliten articular la política pública para la promoción comercial y la apertura del comercio de productos de la Agrobiodiversidad priorizados en mercados; la asistencia y guía hacia la innovación para el acceso a mercados; y la promoción, y diferenciación de los productos de las Organizaciones económicas y asociaciones de la Agricultura Familiar de los productos priorizados.

A grandes rasgos las acciones establecidas en el plan de trabajo fueron ejecutadas y finalizadas en su mayoría, sin embargo, el plan de trabajo sufrió ajustes, debido a ciertos impedimentos encontrados, entre los cuales destaca: las comunidades tenían debilidades en su información y documentación, existiendo un desconocimiento de los mercados internacionales, teniendo que incrementar como consecuencia, el esfuerzo en capacitación, apoyo en financiación, y adquisición de registros y permisos para la constitución legal de las asociaciones para comercializar; los procedimientos de contratación a empresas certificadoras tomó más tiempo de lo esperado. Como consecuencia, ciertas actividades no lograron ser cumplidas en los plazos establecidos, como las certificaciones orgánicas, y las denominaciones de origen.

### MEDIDAS DE SEGUIMIENTO A LA ATENCIÓN DEL GOBIERNO

El TPC definió roles clave para las entidades involucradas con el fin de favorecer la coordinación interinstitucional, contando con la representación de la FAO en Bolivia.

Para la implementación del proyecto se conformó un “Comité Directivo” liderado por el Viceministerio de Comercio Exterior e Integración, donde participaron el Viceministerio de Desarrollo Rural Agropecuario del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras, el Viceministerio de Comercio y Logística Interna del Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía plural, y la FAO, cuyo rol principal fue la toma de decisiones estratégicas. En forma complementaria se conformó un “Comité Técnico” con la participación de representantes de los actores institucionales y productivos aglutinados en plataformas consultivas por macrorregión.

Como medidas de seguimiento, cabe destacar que Bolivia todavía tiene desafíos para poder exportar productos estratégicos y productos de la agrobiodiversidad, habiéndose identificado principalmente las siguientes barreras iniciales: falta de información integrada entre las distintas instancias del Estado que promueven y fortalecen sistemas productivos agroalimentarios; necesidad de fortalecimiento de estrategias que promuevan el consumo local y nacional de productos de la agrobiodiversidad; y la falta de un Plan de Imagen País y certificación de origen de los productos que se base en la identidad cultural y la procedencia genética de productos de la agrobiodiversidad, para promover la exportación de los productos socialmente inclusivos, ambientalmente sustentables y económicamente viables.

## SOSTENIBILIDAD

### 1. Desarrollo de la capacidad

El presente proyecto contribuyó al fortalecimiento de capacidades institucionales para garantizar la sostenibilidad de manera directa, con una apropiación y articulación correcta para la promoción comercial y apertura de mercados. Además, se han creado plataformas de articulación con las Organizaciones Sociales, se ha fortalecido la Plataforma Interinstitucional de articulación de Complejos Productivos de Frutos Amazónicos (PICFA), y se ha gestionado la Creación de una Plataforma de Promoción Comercial para Productos Agrícolas con el Viceministerio de Desarrollo Agrícola. Estas plataformas son instancias fundamentales para articular acciones conjuntas entre distintas instituciones para la promoción comercial y apertura de mercados que apoyen a las pequeñas y medianas organizaciones productivas.



### 2. Igualdad de género

El proyecto visibiliza a las mujeres como parte importante de la población destinataria con acciones afirmativas considerando su limitado acceso y control sobre los recursos, los activos productivos, los servicios financieros, capacitación, y asistencia técnica, y se resalta el importante rol que cumplen en la cadena productiva y acceso al mercado.

La ejecución del proyecto fortaleció las capacidades de las mujeres en las distintas organizaciones productivas, destacando y revalorizando su papel en toda la cadena de valor de producción. Cabe destacar que, de las seis organizaciones productivas asistidas, tres están lideradas por mujeres.

### 3. Sostenibilidad del medio ambiente

Las acciones implementadas en el marco del proyecto han tenido impactos ambientales positivos, mediante la implementación de prácticas sostenibles para el manejo de los recursos naturales, así como mediante la promoción de la producción orgánica y ecológica.

### 4. Enfoque basado en los derechos humanos - en particular, el derecho a la alimentación

El proyecto estuvo enfocado directamente en la creación de empleo remunerado y desarrollo de iniciativas empresariales. La ejecución del proyecto generó mejoras en los ingresos económicos familiares, así como en las condiciones de higiene y salubridad laboral, contribuyendo al cumplimiento y respeto de los principios de los derechos humanos.

### 5. Sostenibilidad tecnológica

El proyecto ha fortalecido la capacidad comercial de las instituciones y organizaciones de productores participantes a través del desarrollo y uso de plataformas comerciales para la identificación de mercados, priorización de países, e investigación comercial. Debido al desconocimiento y falta de experiencia comercial de las organizaciones productivas participantes, las acciones de este proyecto han sido de gran relevancia. Las organizaciones participantes han desarrollado sus nociones y experiencia en eventos comerciales, análisis y determinación de costos, y mercados nacionales e internacionales. Sin embargo, y a pesar de los logros y positivos resultados tras la ejecución de este proyecto, existen todavía organizaciones cuya debilidad financiera y estructural debe ser trabajada para poder continuar con su actividad de manera independiente.

### 6. Sostenibilidad económica

A partir del trabajo realizado el proyecto también buscó el empoderamiento económico y social de las asociaciones de productores y productoras, a través de la comercialización de los productos locales, en el marco de las compras públicas que se mencionan en la Ley 622 de Alimentación Escolar y la apertura de mercados internacionales con la venta de estos productos (como cacao en grano, haba seca, ají molido y chocolate) a Dinamarca, Emiratos Árabes y los Estados Unidos. Cabe destacar en este aspecto, que el Ministerio de Relaciones Exteriores a través del Viceministerio de Comercio Exterior e Integración, ha puesto como contraparte pasajes y alojamiento para las organizaciones sociales que son apoyadas por el proyecto, para participar en la Rueda de Negocios de EXPOALADI en Cuba.



©FAO Bolivia



©FAO Bolivia

### DOCUMENTOS Y MATERIAL DE DIFUSIÓN

- ❑ **FAO.** 2022. *Fichas técnicas Organizaciones Productivas: ARCASY Cacao, ASOVITA Ají, FEDAFAP Asaí Liofilizado, FEDAFAP Asaí pulpa, SEFENBO Castaña, ASOHABA Haba.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria rueda de negocios: Encuentro comercial frutos amazónicos 2022.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria rueda de negocios: Feria productiva artesanal del cacao y chocolate San Carlos – Santa Cruz.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria Rueda de Negocios: Participación en la séptima rueda virtual de negocios, cadenas agroalimentarias de América Latina y el Caribe.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria rueda de negocios: Rueda de negocios frutos amazónicos.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria rueda de negocios: Participación XII versión del encuentro empresarial andino.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Memoria rueda de negocios: Macrorueda de negocios EXPOALADI 2023.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Guía de certificación: Certificaciones Orgánicas Promoción Comercial para productos de la agrobiodiversidad.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Guía de exportación.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Guía Denominación de origen.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Guía: Certificación ecológica nacional SPG.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Cacao en grano.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Ají Molido.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Almendra Chiquitana.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Asaí.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Castaña.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto Habas Secas.*



- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para ASOVITA – Producto AJI MOLIDO.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para FEDAFAP – Producto ASAI.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para MINGA – Producto ALMENDRA CHIQUITANA.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para ASOHABA – Producto HABA SECA.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para ARCASY – Producto CACAO EN GRANO.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Catálogo de promoción comercial para SEFENBO – Producto CASTAÑA.*
- ❑ **FAO.** Septiembre 2023. *Ficha País: Dinamarca, Alemania, Argentina, Colombia, Ecuador, Perú, Canadá, España, Israel, Uruguay, Estados Unidos y Países Emiratos Árabes Unidos.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Cacao en grano Dinamarca, Cacao en grano Suiza, Cacao en grano Alemania, Cacao en grano Estados Unidos, Cacao en grano Argentina.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Ají molido España, Ají molido Estados Unidos, Ají molido Chile, Ají molido Argentina, Ají molido Brasil.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Almendra Estados Unidos, Almendra Alemania, Almendra Italia, Almendra Brasil, Almendra Ecuador.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Asaí Estados Unidos, Asaí Alemania, Asaí Ecuador, Asaí México, Asaí Argentina.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Castaña Canadá, Castaña Estados Unidos, Castaña Alemania, Castaña Francia, Castaña Italia.*
- ❑ **FAO.** 2023. *Ficha Producto: Habas Emiratos Árabes, Habas Francia, Habas Italia, Habas Estados Unidos, Habas Argentina.*



CONSECUCIÓN DE LOS RESULTADOS - MATRIZ DE MARCO LÓGICO

<b>Impacto esperado</b>	<b>Incremento de ingresos familiares (ODS 1) y mejora de la sostenibilidad de los sistemas productivos agroalimentarios de base comunitaria (ODS 15), a través de la consolidación y apertura de mercados locales, nacionales e internacionales para productos de la agrobiodiversidad con alto valor nutricional y certificación de registro de marca origen</b>	
<b>Resultado</b>	El Ministerio de Relaciones Exteriores, en coordinación con el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT) y el Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural, elaboran una estrategia de promoción comercial para el comercio local, nacional e internacional, articulando políticas públicas para promover el consumo y la exportación de productos estratégicos de la agrobiodiversidad con identidad y enfoque de igualdad de género	
	<b>Indicador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Documento de la Estrategia de promoción comercial local, nacional e internacional de productos de la agrobiodiversidad, con enfoque de género socializada a las instituciones públicas involucradas.</li> <li>- Como parte de la estrategia, número de mecanismos de promoción comercial implementados en los planes de desarrollo de mercados a nivel nacional e internacional.</li> <li>- Número de embajadas y consulados bolivianos en el exterior que conocen la estrategia de promoción comercial en mercados internacionales para los productos priorizados de la agrobiodiversidad.</li> </ul>
	<b>Punto de partida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0</li> <li>- 0</li> <li>- 0</li> </ul>
	<b>Objetivo Final</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un documento de Estrategia Socializada. Actas de reuniones y/o informes.</li> <li>- Cuatro informes: tres informes de participación de organizaciones productoras en ruedas de negocios para promocionar sus productos; un informe sobre capacitación en rueda de negocios.</li> <li>- Siete Embajadas/Consulados a las que se socializó con el documento de Estrategia de promoción comercial.</li> </ul>
	<b>Comentarios sobre el nivel de realización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se elaboró el Plan Estratégico de Promoción comercial para productos de la agrobiodiversidad presentado al Viceministerio de Comercio Exterior.</li> <li>- Organizaciones productivas participaron en siete ruedas de negocios (seis a nivel internacional y un nacional).</li> <li>- Se realizó la reunión con el Viceministerio de Comercio Exterior e Integración (VCEI) de la Cancillería y 11 Misiones Diplomáticas de Bolivia en el Exterior para socializar el TCP/BOL/3806, sus resultados y definir lineamientos y acciones de trabajo para la promoción comercial y apertura de mercados donde se estableció una hoja de trabajo para dar continuidad.</li> <li>- A través del VCEI se podrá continuar con la participación de estas organizaciones en estos eventos en los próximos años.</li> </ul>

<b>Producto 1</b>	Asistencia técnica al Viceministerio de Comercio Exterior e Integración (VCEI y al Viceministerio de Medio Ambiente, al Viceministerio de Desarrollo Agropecuario y al Viceministerio de la Pequeña y Mediana Empresa para la elaboración de herramientas y mecanismos que posibiliten articular la política pública para la promoción comercial y la apertura del comercio de productos de la Agrobiodiversidad priorizados en mercados locales		
	<b>Indicadores</b>  - Número de espacios de diálogo y coordinación intersectorial establecidos, incluyendo al sector público, privado y la cooperación internacional para la producción y promoción sostenible de los productos priorizados. - Un Plan Intersectorial elaborado y socializado para la promoción comercial de productos de la agrobiodiversidad de las regiones priorizadas. - Número de productos que cuentan con guías y procedimientos para el registro de marcas colectivas, certificación orgánica y/o certificación de comercio justo. - Número de Consulados y/o Embajadas de Bolivia en el exterior, cuentan con información sistematizada de productos priorizados de la agrobiodiversidad para la promoción comercial en el exterior. - Cinco documentos de catálogos de los productos priorizados para la promoción comercial en el mercado nacional e internacional, donde se destaca la participación de pueblos indígenas, Organizaciones Económicas Productivas Comunitarias (OECOM's) y participación de la mujer.	<b>Objetivo final</b>  - En tres macroregiones, cinco actas de constitución y/o minutas de reunión con las organizaciones productivas para implementación del proyecto. - Dos actas/informes de espacios de coordinación intersectorial para promoción comercial. - Un documento de Plan Intersectorial para la promoción de productos de la agrobiodiversidad elaborado y socializado a entidades nacionales y organizaciones productoras. Al menos tres documentos de guías y procedimientos elaborados y socializados. - Siete Misiones diplomáticas Notas de envío de Documentos. Cinco catálogos de productos estratégicos de la agrobiodiversidad publicados.	<b>Logrado</b>  Si
<b>Punto de partida</b>	- 0 - 0 - 0 - 0 - 0		
<b>Comentarios</b>	- Se han constituido 10 espacios de diálogo con Organizaciones Productivas: Federación Departamental de Asai y Frutos Amazónicos de Pando (FEDAFAP), Asociación de productores de Ají de Alcalá, Sopachuy, El Villar y Tarvita (ASOVITA), Asociación de Recolectores de Cacao Silvestre Yuracaré (ARCASY), Sociedad Extractivista de Familias de Recolectores del Norte de Bolivia (SEFENBO), Asociación de Productores de Haba (ASOHABA), Asociación de Grupos Mancomunados de Trabajo (MINGA), Comunidades campesinas productoras de Tarwi del municipio de Tarabuco, Organizaciones de productores/recolectores de Río Blanco y San Martín del Municipio de Magdalena, Comunidad Campesina Los Mandarinos, Comunidad Campesina Agropecuaria El CEIBO. Asimismo, se ha reactivado la participación de organizaciones productoras en la Plataforma Interinstitucional de complejos productivos de frutos amazónicos (PICFA). Por otro lado, se está gestionando la plataforma de comercialización de productos agrícolas dirigida por el VDA. - Documento de Plan intersectorial de promoción comercial elaborado y presentado al Viceministerio de Comercio Exterior. - Se elaboraron cuatro guías: Certificación Orgánica, Guía de Exportaciones, Certificación Orgánica Ecológica (SPG), Guía para Denominación de Origen. - Información socializada en 11 embajadas/consulados de Bolivia en el Exterior respecto a los productos priorizados de la agrobiodiversidad, presentación de catálogos y fichas comerciales. - Seis catálogos elaborados: Un Aji-ASOVITA, un Haba-ASOHABA, un Almendra Chiquitana-MINGA, un Asai-FEDAFAP, un Castaña-SEFENBO, un Cacao-ARCASY.		



Actividad 1.1	Realizar reuniones de coordinación para la constitución de plataformas y/o espacios de diálogo para el diseño de estrategias y planes que posibiliten la comercialización local, nacional e internacional de productos de la agrobiodiversidad con identidad y enfoque de género	
	Logrado	Sí
Actividad 1.1	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realizó reuniones con entidades públicas: VCEI, Viceministerio de Comercio y Logística Interna (VCLI) y del Viceministerio de Desarrollo Rural (VDA), Institución Pública Desconcentrada Soberanía Alimentaria (IPDSA), Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria (SENASAG), Instituto Nacional de Innovación Agrícola y Forestal (INIAF), para la presentación del proyecto.</li> <li>- Conformación del Comité Directivo y del Comité Técnico para definir líneas estrategias y seguimiento al proyecto.</li> <li>- Reuniones con organizaciones productoras para presentar el proyecto, objetivos metas y resultados y creación de plataformas de dialogo participativo con las asociaciones de productores para encarar las actividades planificadas.</li> <li>- Uno de los obstáculos principales fue la falta de asociatividad y compromiso de algunas comunidades para estructurar y cumplir con los requisitos para poder comercializar y ser considerado como agroexportador.</li> </ul>
	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relevamiento de información en gabinete, diseño y elaboración de guías, reuniones con entidades certificadoras y realización de talleres de capacitación a asociaciones de productores sobre la certificación orgánica.</li> <li>- Los plazos establecidos por las entidades certificadoras se convierten en un obstáculo por que se tarda uno a dos años para productos de cosecha y tres años para los de cultivo.</li> </ul>
Actividad 1.2	Asistencia técnica a la realización de procesos de certificación de mercados justos, certificación orgánica y de origen de productos con alto potencial nutricional, todo ello basado en la gestión integral y sustentable de los recursos de la agrobiodiversidad y los sistemas agroalimentarios	
	Logrado	Sí
Actividad 1.2	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relevamiento de información en gabinete, diseño y elaboración de guías, reuniones con entidades certificadoras y realización de talleres de capacitación a asociaciones de productores sobre la certificación orgánica.</li> <li>- Los plazos establecidos por las entidades certificadoras se convierten en un obstáculo por que se tarda uno a dos años para productos de cosecha y tres años para los de cultivo.</li> </ul>
	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realizaron reuniones con entidades para la recopilación de información primaria y secundaria para la construcción del documento de estrategia de promoción comercial.</li> <li>- Las Organizaciones productivas en reuniones sostenidas con sus dirigentes y participación de las mujeres en un 35 % de asistencia han presentado algunas ideas básicas para el plan de promoción comercial.</li> <li>- Estas actividades se desarrollaron parcialmente, toda vez que se tuvieron pocas reuniones con las organizaciones, con las cuales era necesario profundizar más en la temática.</li> <li>- A través del VCEI se debe tener una retroalimentación y actualización al plan.</li> </ul>
Actividad 1.3	Elaborar mediante procesos de construcción participativa con igualdad de género el Plan Intersectorial para la promoción comercial de productos de la agrobiodiversidad priorizados	
	Logrado	Parcialmente
Actividad 1.3	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se realizaron reuniones con entidades para la recopilación de información primaria y secundaria para la construcción del documento de estrategia de promoción comercial.</li> <li>- Las Organizaciones productivas en reuniones sostenidas con sus dirigentes y participación de las mujeres en un 35 % de asistencia han presentado algunas ideas básicas para el plan de promoción comercial.</li> <li>- Estas actividades se desarrollaron parcialmente, toda vez que se tuvieron pocas reuniones con las organizaciones, con las cuales era necesario profundizar más en la temática.</li> <li>- A través del VCEI se debe tener una retroalimentación y actualización al plan.</li> </ul>
	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recopilación de información y revisión de plataformas digitales de comercio exterior para identificación de mercados internacionales para productos de la agrobiodiversidad.</li> <li>- Identificación de mercados internacionales para productos priorizados. Elaboración de la ficha producto/mercado (30). Elaboración de ficha perfil país (12).</li> <li>- Realización de 11 talleres de capacitación en comercio exterior, mercados internacionales, logística y costos de exportación, ruedas de negocios. Donde participaron 412 personas (244 varones y 168 mujeres).</li> </ul>
Actividad 1.4	Realizar procesos de capacitación en comercio exterior, manejo de fichas comerciales y estrategias de fomento financiero y técnico para la venta de productos de la agrobiodiversidad con certificación orgánica, de mercados justos y origen	
	Logrado	Sí
Actividad 1.4	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recopilación de información y revisión de plataformas digitales de comercio exterior para identificación de mercados internacionales para productos de la agrobiodiversidad.</li> <li>- Identificación de mercados internacionales para productos priorizados. Elaboración de la ficha producto/mercado (30). Elaboración de ficha perfil país (12).</li> <li>- Realización de 11 talleres de capacitación en comercio exterior, mercados internacionales, logística y costos de exportación, ruedas de negocios. Donde participaron 412 personas (244 varones y 168 mujeres).</li> </ul>
	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de 11 talleres de capacitación en comercio exterior, mercados internacionales, logística y costos de exportación, ruedas de negocios. Donde participaron 412 personas (244 varones y 168 mujeres).</li> </ul>
Actividad 1.5	Realizar procesos de investigación y espacios de diálogo y concertación técnico científico para el diseño del Catálogo de Productos de la Agrobiodiversidad con alto valor comercial	
	Logrado	Sí
Actividad 1.5	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de contenidos y diagramación de catálogos (seis). Entrevistas a productores (mujeres) de las asociaciones de los productos priorizados para visibilizar su historia, producción y cultura. Validación de catálogos por las asociaciones.</li> </ul>
	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Creación de contenidos y diagramación de catálogos (seis). Entrevistas a productores (mujeres) de las asociaciones de los productos priorizados para visibilizar su historia, producción y cultura. Validación de catálogos por las asociaciones.</li> </ul>

Brindar asistencia técnica a las organizaciones de productores en temas de promoción comercial y gestión de exportaciones	
Logrado	Si
Actividad 1.6	<p>- Identificación de mercados internacionales y potenciales compradores nacionales e internacionales para productos priorizados.</p> <p>- Se capacitó y brindó asistencia técnica (tres) a las organizaciones productoras sobre su participación en eventos comerciales (ruedas de negocios)</p> <p>- Se gestionó y apoyó la participación de organizaciones productores en ruedas de negocios:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Encuentro Comercial de Frutos Amazónicos: cuatro ofertantes de castaña y asaí, que tuvieron citas virtuales con seis compradores del exterior: dos de Estados Unidos, uno Nueva Zelanda, uno Chile, uno Alemania, uno Argentina.</li> <li>2. Cadenas Agroalimentarias de América Latina y El Caribe convocada por FAO Panamá: cinco asociaciones asistidas: ASOVITA, ASOHABA, MINGA, ARCASY y la Unión de Organizaciones de Productores de Cacao del Trópico de Cochabamba (CHOCOLATE TROPICAL).</li> <li>3. Encuentro Comercial de San Carlos: ARCASY citas de negocios con compradores de Estados Unidos, Argentina, Francia y Suiza.</li> <li>4. Encuentro Empresarial Andino 2023: se apoyó a 14 organizaciones: ASOVITA, ASOHABA, MINGA, SEFENBO, FEDAFAP, ARCASY, CHOCOLATE TROPICAL, Asociación Departamental de Apicultores de Santa Cruz (ADAPICRUZ), Asociación de Productores del Bosque (APB PORVENIR), BIOFOOD, Finca Alejandrina, Asociación Agropecuaria de Productos Amazónicos de Majo y Asai de Buen Retiro (AAGROPAMA), Asociación de pescadores TAHUAMANU y EL CEIBO) con 179 citas de negocios y 2 680 000 dólares en intenciones de negocios. Como resultado concreto del Encuentro empresarial EL CEIBO está entregando tres toneladas bimensuales de Cacao orgánico en grano a un comprador de Santa Cruz.</li> <li>5. EXPO ALADI Cuba 2023: se apoyó técnica y financieramente a nueve Organizaciones: ASOVITA, ASOHABA, MINGA, SEFENBO, FEDAFAP, CHOCOLATE TROPICAL, ADAPICRUZ, APB PORVENIR y EL CEIBO, tuvieron 134 citas de negocios y 2 072 000 dólares en intenciones de negocios. El Viceministerio de Comercio Exterior puso como contraparte para apoyar a estas organizaciones los pasajes aéreos y la estadía del hotel a algunas organizaciones (alrededor de 20 000 dólares).</li> </ol> <p>- En el marco del Intercambio de Experiencias entre Organizaciones de Productoras y Productores Agrícolas y Forestales (OPAF) en Santa Cruz se organizó:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Feria Comercial: 11 asociaciones de Bolivia, una de Perú, tres de Ecuador y una de Colombia.</li> <li>2. Rueda de Negocios: 10 asociaciones de productores como ofertantes, ocho compradores, se lograron 80 citas de negocios, 232 000 dólares en intenciones de negocios, y 470 dólares de ventas directas concretadas.</li> <li>3. Se concretó la venta de 500 kg de grano de cacao en Grano de ARCASY a Dinamarca (23 664 Bs).</li> <li>4. Se apoyó en la venta de un contenedor de 20 toneladas de haba seca de la Asociación ASOHABA a los Emiratos Árabes.</li> <li>5. Se gestiono la venta de dos toneladas de grano de cacao de EL CEIBO R. L. a Dinamarca.</li> <li>6. Se facilitó y apoyó en todos los trámites aduaneros y logística de exportación de cacao a Dinamarca.</li> <li>7. Coordinación con VCEI para envío de muestras comerciales y catálogos por valija diplomática a Cuba (EXPOALADI), China (China International <i>Import Export</i> -CIIE) Estados Unidos (Empresa Diestro LLC).</li> </ol>
Comentarios	

Producto 2	Asistencia técnica al Viceministerio de Desarrollo Rural y Agropecuario (VDRA), otras entidades involucradas del nivel nacional y las asociaciones de productores comunitarios hacia la innovación para el acceso a mercados, promoción y diferenciación de los productos de las cooperativas y asociaciones de la Agricultura Familiar de los productos priorizados		
	Indicadores	Objetivo final	Logrado
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un informe de Identificación de mercados locales, nacionales e internacionales potenciales, las limitaciones normativas y de políticas públicas que incentiven la comercialización local y nacional de productos de la agrobiodiversidad y las certificaciones necesarias para la exportación de productos.</li> <li>- Número de asociaciones de productores comunitarios y de pueblos indígenas capacitadas, para mejorar su acceso a mercados, revalorizando la identidad de los productos y visibilizando la participación de las mujeres, con el apoyo brindado al VDRA y otras instancias del Estado en la Capacitación.</li> <li>- Número de asociaciones que cuentan con registro sanitarios y/o certificaciones y/o inscripciones ante entidades públicas competentes para la comercialización de su producto en el mercado nacional y/o internacional.</li> <li>- Número de asociaciones capacitadas y asistidas en los procedimientos y acceso a certificaciones ecológicas, registros, inscripciones ante entidades públicas para ser considerado un agroexportador.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un documento de informe circunstanciado.</li> <li>- 25 asociaciones/ comunidades capacitadas en comercio exterior, mercados internacionales, certificaciones orgánicas.</li> <li>- Tres documentos de registro /Certificación /Inscripción</li> <li>- Cinco Organizaciones asistidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Si</li> <li>- Si</li> <li>- No</li> <li>- Si</li> </ul>
Punto de partida	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 0</li> <li>- 0</li> <li>- 0</li> <li>- 0</li> </ul>		
Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Informe circunstanciado de Identificación de mercados locales, nacionales e internacionales para los productos de la agrobiodiversidad priorizados presentado al VCEI.</li> <li>- Se brindó asistencia y fortalecimiento técnicos al Viceministerio de Desarrollo Rural (VDA) en el Taller Nacional de Estrategias de Comercialización de productos Agropecuarios.</li> <li>- Las Asociaciones con las cuales se trabajó suman un total de 67 comunidades con 1 238 beneficiarios. Fueron capacitados 412 personas (244 varones y 168 mujeres) en mercados internacionales, logística de exportación, estructura de costos, certificaciones orgánicas y participación en ruedas de negocios.</li> <li>- Se gestionó y solicitó la Certificación Kosher para ASOHABA, sin embargo, esta no pudo concretarse, por haberse detectado irregularidades con la Empresa adjudicada y restricciones de ingreso a Bolivia al personal técnico proveniente de Israel al haberse roto las relaciones diplomáticas con ese país. La otra opción que se investigó fue con otra empresa, pero los costos aumentaban en un 50% y los tiempos de ejecución también, por lo que no se alcanzó a cumplir por el cierre próximo del proyecto.</li> <li>- Se gestionó el Registro Único de Exportador (RUEX) para ASOVITA, sin embargo, no se concretó porque en SENAVEX la Actividad de Exportación debe estar señalada en su NIT, y para que se asigne eso en impuestos Nacionales, se debe modificar los estatutos de ASOVITA, para que se aumente esa actividad en sus estatutos.</li> <li>- Se apoyó y financió el análisis de las propiedades fisicoquímicas del ASAI en pulpa para FEDAFAP, como requisito inicial para el Registro Sanitario, el cual por falta de muestras de la fruta de asaí no se logró realizar en esta gestión, por estar fuera de temporada.</li> </ul>		
Actividad 2.1	Realizar talleres de construcción participativa con igualdad de género para el relevamiento de información y validación del informe circunstanciado de mercados locales, nacionales e internacionales respecto cinco productos de alto valor comercial		
	Logrado	Si	
	Comentarios	Informe Circunstanciado sobre mercados nacionales e internacionales sobre los productos priorizados, zonas de comercialización, identificación de países, ferias, eventos comerciales donde ofertar los productos.	



<b>Actividad 2.2</b>	Publicar el Informe Circunstanciado de mercados locales, nacionales e internacionales respecto 5 productos de alto valor comercial	
	Logrado	Si
	Comentarios	Se envió el informe al VCEI.
<b>Actividad 2.3</b>	Diseñar fichas comerciales y el plan de exportación para las asociaciones de productores con de potencial exportador de los productos priorizados	
	Logrado	Si
	Comentarios	Se han elaborado: - Seis fichas producto: asai, cacao, ají, haba, almendra chiquitana, castaña. - Seis fichas técnicas de los seis productos priorizados. - 12 perfiles país. - 30 fichas producto mercado. - Tres planes de Exportación: cacao, haba y castaña.
<b>Actividad 2.4</b>	Elaborar una página web que consigne información sobre productores, volúmenes de producción ofertados, precios en mercados locales e internacionales para comercialización	
	Logrado	Si
	Comentarios	Página web diseñada: <a href="http://www.tradeagrobo.org/">http://www.tradeagrobo.org/</a> .
<b>Actividad 2.5</b>	Brindar asistencia técnica a productores para la obtención de certificación de origen, productos orgánicos y de mercados justos	
	Logrado	Si
	Comentarios	- Se elaboraron guías y manuales de procesos de certificación orgánica: i) Guía de Exportación; ii) Guía de certificaciones Orgánica; iii) Guía SPG – Certificaciones Ecológicas; iv) Guía Denominación de Origen. - Los documentos generados se remitieron al VCEI para que se socialice con las embajadas de Bolivia en el exterior.
<b>Actividad 2.6</b>	Relevamiento de número de asociaciones de productores, familias de productores y volúmenes de producción por macro-región de productos con alto valor comercial y potencial para su venta en mercados internacionales y nacionales	
	Logrado	Si
	Comentarios	- Matriz de diagnóstico de las organizaciones productivas con las cuales se realizaron trabajos y actividades de fortalecimiento. - Algunas Comunidades no se encuentran estructuradas y no tienen una personería jurídica que aglutine a estas comunidades y puedan formalizar su comercialización.

**Asociaciones y promoción**

Para obtener más información, póngase en contacto con [Reporting@fao.org](mailto:Reporting@fao.org)

**Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura**

Viale delle Terme di Caracalla

00153 Roma, Italia