

TRABAJANDO POR LA PRESERVACIÓN Y MEJORA DE LOS BOSQUES Y LAS PERSONAS




SISTEMATIZACIÓN: CORAZÓN DEL BOSQUE

Curso virtual
Determinación de costos y experiencias de mercados en Bolivia

Un proyecto de:

Instituciones ejecutoras:

Con el apoyo de:
Mercados Inclusivos

 Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Embajada de Suiza

Cooperación Suiza en Bolivia

 **Suecia**
Sverige

ipdrs
INSTITUTO PARA EL
DESARROLLO RURAL
DE SUDAMÉRICA

 **swisscontact**

 **SOLIDAR**
SUDAMÉRICA

 **inter**
aprendizaje
Campo virtual por la tierra y el desarrollo rural



Corazón del Bosque: trabajando por la preservación y mejora de los bosques y las personas

Bishelly Elías¹

Trayectoria

Corazón del Bosque es una ONG Francesa que trabaja desde 2005, con varios proyectos en el Mundo, como Indonesia y también Bolivia por la preservación y mejora de los bosques y las personas.

En Bolivia inician acciones en 2012, preocupados por la problemática de la coca y su producción de monocultivo, que es muy dañino para el medio ambiente debido a que toma muchos nutrientes de la tierra y la desertifica, haciendo que los productores cada cierto periodo deban desmontar y quitar los árboles del bosque.



<https://www.facebook.com/corazondelbosqueCDB>

El objetivo del proyecto en Bolivia es intentar que los productores aprendan a dejar el monocultivo y hagan una producción más variada, por ello realizan tres tipos de actividades: i) entrega de plantines de plantas comerciales como café, hierba luisa, cítricos, o también entregan colmenas para los productores que quieren dedicarse a la miel; ii) formación y capacitación para el manejo de las plantas, para que puedan cultivar estas plantas sin químicos, y en el manejo de las abejas y cultivo de la miel; iii) reforestación y educación ambiental, promoviendo el cuidado del medio ambiente en las distintas comunidades con las que trabajan.

Corazón del Bosque tiene dos grandes áreas: El área asociativa es la encargada de hacer las actividades mencionadas y el área empresarial la responsable de la compra de los productos que provienen de su parcela más diversificada:

¹ Es economista e investigadora. Maestría en investigación participativa en la UCM (Madrid) cursando el doctorado en Economía de la UPB, tiene experiencia de trabajo en desarrollo rural y mercados campesinos en instituciones de desarrollo rural y desarrollo productivo y planificación estratégica en el Estado. También es parte de la Red de Mujeres Transformando la Economía - REMTE y el grupo de trabajo de CLACSO género y agroecología.



"Compramos hierba luisa, café, flor de Jamaica o miel, se transforman estos productos para venderlos en los mercados, en la feria o a nuestros clientes". Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque

En el caso del café son los productores los que hacen la transformación, ellos cuentan con su propia marca y entregan los productos directamente para su comercialización, en los demás productos la parte empresarial de Corazón del Bosque (CDB) realiza distintos procesos: En el caso de la hierba luisa realizan la destilación y en el caso de la miel la limpieza, filtración, envasado y etiquetado.

Algunos resultados que se pueden ver en las memorias del proyecto de los últimos tres años² en la parte comercial son: En 2017: Más de 820 kg de miel fueron comprados para venderlo en el mercado local, generando cerca de 4.000 € en beneficio directo de los productores. Paralelamente, 2,5 kg de aceite esencial se produjeron en 2017 (principalmente de naranja y hierbaluisa) y se vendieron en el mercado local.

En 2018: 362 paquetes de café se vendieron, por un total de aproximadamente 90 kg de café tostado y 6 kg de café verde, usado como infusión adelgazante, pero también 1 kg de sultana que es la cáscara del grano de café secado y utilizado para infusiones.

En 2019 se vendieron más de 200 kg de miel en tienda (consignación) y ferias. También 1,4 toneladas de miel fueron compradas por Corazón del Bosque a 29 apicultores beneficiarios. Se compraron 797 paquetes de café, que equivale a 200 kg de las marcas: Pachamama, Coroicafe, Café Vida, Maya, Warmacita. También se compraron 250 kg de Hierba Luisa que se utilizó para hacer infusiones y algunos aceites esenciales de los que se vendieron 36 unidades y 171 L de hidrolato. Finalmente, 2 kg de hibisco seco fueron comprados a los productores

Se generaron ventas por Bs 91,446 y el objetivo para 2020 es desarrollar la venta de productos del proyecto en el mercado local y de exportación.

Plantines donados



Fuente:

<https://www.facebook.com/corazondelbosqueCDB>

² Informes Anuales 2017, 208 y 2019 en <https://www.coeurdeforet.com/>



Institucionalidad

En la parte asociativa trabajan 5 personas: la responsable del proyecto, 3 técnicos agrícolas y 1 responsable de vivero, que están en la oficina, parcela y vivero de Coroico, y son quienes se encargan del apoyo productivo.

El proyecto se sostiene también con el apoyo de voluntarios, por ejemplo Oriane es voluntaria que ha venido a Bolivia por tres años para contribuir en el desarrollo comercial de CDB.

La parte empresarial son dos personas Oriana y otra persona que nos apoya en comunicación y ferias. Hace 3 años se inicia con la parte empresarial, ya que para la Asociación no era posible dirigir todo.

La parte empresarial no cuenta con NIT aparte, la Asociación sí. Se encuentran en planes el desarrollo de la parte jurídica para crear una empresa de exportación.



Fuente: <https://www.facebook.com/corazondelbosqueCDB>

Mercado

Productos. Los principales productos comercializados son: Miel de 3 tamaños de 250 gr, de 500 gr y de 1 kg, propóleo, aceite esencial de hierba luisa, hidrolato de hierba luisa, infusiones de hierba luisa, infusiones de flor de Jamaica y café.

Realizan una diferenciación de precios solo en la miel entre el producto que se entrega a tiendas y al cliente, pero no en los demás productos.

Comercialización. El mercado de estos productos es nacional. Actualmente trabajan en La Paz y Cochabamba, y el objetivo es llegar a otras ciudades como Santa Cruz y después lograr la exportación.



Corazón del Bosque participa en ferias (mercados) locales, la asociación es parte del colectivo Luis Espinal, colectivo que reúne a varios productores orgánicos, artesanales y éticos y se ha logrado participar en una tienda que, aumenta la visibilidad de los productos resultantes del proyecto en La Paz, espacios en los que además de ofertar los productos se puede sensibilizar al público sobre el enfoque del proyecto.



A futuro se está pensando en exportar la miel, porque tienen un mayor stock y consideran que existe demanda en Francia y luego trabajar con la exportación de otros productos.

Fuente: <https://www.facebook.com/corazondelbosqueCDB>

Relación con productores

Actualmente la experiencia trabaja con 50 productores, antes eran 150, pero se ha filtrado para trabajar con aquellos que están realmente interesados y porque con el personal existente, no alcanzaban a realizar un seguimiento personalizado de los avances en la parcela.

"Se ha filtrado a los productores en función de su interés, a un principio muchos querían participar porque bueno eran plantas gratis, pero no han querido continuar después con la producción sin químicos". Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque



Las personas interesadas en trabajar con CDB deben firmar un compromiso de cambiar su forma de producción y CDB se compromete a entregar plantas y/o colmenas, realizar la capacitación y seguimiento y comprar toda la cosecha que se produzca, principalmente en el caso de la miel.

Fuente: <https://www.facebook.com/corazondelbosqueCDB>

Para trabajar con la asociación debe existir la motivación y el compromiso para cambiar la forma de producción, que se impliquen en el proyecto que acepten el seguimiento regular, al



menos 1 vez al mes, se inicia con la entrega de plantas, se hace seguimiento y formaciones para una producción sin químicos, y una vez se ha cosechado compran la producción.

El aporte que realizan los productores es el compromiso, la tierra de producción y el tiempo de dedicación a su parcela para aprender nuevas técnicas y producir sin pesticidas.

Principales costos e ingresos:

Los principales costos están en la compra de materia prima, luego los insumos necesarios para transformar los productos hasta su comercialización.

Los principales costos adicionales son el envasado de la miel, embolsar la hierba luisa, los frascos para los aceites esenciales entre otros. Sobre esto se incluye un margen de utilidad, exceptuando en el caso del café que los productores hacen todo el proceso, es el que existe un menor margen de utilidad.

La miel de manera general se compra a un precio fijo, a bs 30 o 35 el kilo, aunque ahora en la pandemia se ha subido debido a la demanda, ha subido hasta 45 bs. Esto es algo que se concerta con los productores, pero puede cambiar según la demanda. Después de la compra la empresa lleva la tarea de filtrar y envasar la miel para su comercialización.

La parte empresarial no tiene una relación directa con los productores, la relación es a través de la parte asociativa:

Yo voy a hablar con los productores de café solo cuando quiero comprar o saber más de los productos, son mis colegas en Coroico quienes se relacionan directamente. Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque

Certificación:

Los productores y los productos que se comercializan no cuentan con ningún tipo de certificación, para Oriana no existe una certificación adecuada para este tipo de productores

"Aquí en Bolivia no existe certificación agroecológica, o están las de las empresas que piden muchas cosas, entonces nosotros hacemos un contrato donde se les indica que aspectos deben cumplir siguiendo los principios agroecológicos". Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque

Financiamiento y Sostenibilidad

En el caso del proyecto la idea es que el proyecto sea sostenible y que pueda durar más tiempo, no tiene fecha de término. El objetivo es estar el mayor tiempo posible, e ir incorporando al equipo a personas bolivianas para que trabajen en el proyecto.



"La empresa todavía no es sostenible, se mantiene gracias a las donaciones de Francia, tenemos una obligación de compra con los productores, en el caso de la miel, tenemos un gran stock de miel y es un gran costo la compra" Al ser nosotros voluntarios, no estamos todo el tiempo, "yo estoy hace un año, nosotros tenemos ventas, pero no es suficiente para cubrir la compra de la miel y solamente en el periodo de pandemia he visto compras increíbles, pero ahora ya está disminuyendo". . Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque

En Francia la ONG se financia con auspicios de empresas, y también con donaciones de la población, a través de la página web: <https://www.coeurdeforet.com/> puedes hacer donaciones, o puedes adoptar un árbol.

"Desde el principio del proyecto la empresa no es sostenible, sabemos que tenemos estos costos enormes con la miel, debido a la obligación de compra a los productores, estamos pensado en cambiar este contrato con los productores y vamos a cambiar el Proyecto". Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque



Esta gestión 2020 ha sido un poco particular se ha tenido gastos por Bs. 162.000 e ingresos 142.000 Bs. considerando que ha sido un buen año. Generalmente el déficit es mayor, aproximadamente la mitad de los costos son subvencionados desde Francia. Estos números no incluyen el salario de Oriana, ni el personal de la parte asociativa. Incluyen el trabajo

eventual de la persona encargada de comunicación y ferias y de envasado de la miel.

Esta gestión 2020 la ONG desde Francia les ha entregado una donación bastante grande que les permitirá seguir estos años y crecer. Los productores a quienes compran no conocen la situación de la empresa.

Contexto COVID y Post Covid

La empresa ha reforzado sus canales de venta a través de las redes sociales, incluyendo delivery o puntos de encuentro y de esta manera han realizado mayor cantidad de ventas durante la cuarentena.

Oriana plantea la reformulación del proyecto incluyendo el desarrollo de otros productos con mayor mercado como la coca por ejemplo y el cambio en el contrato de



la obligatoriedad de compra de la miel que es uno de los aspectos que les incrementa sus costos.

“Vamos a tratar de desarrollar otros productos como la coca, por ejemplo. Había este estigma con la coca, pero ahora hemos hablado y vamos a cambiar, para hacer coca ecológica, y desarrollar otros productos como aceite esencial de coca, y vamos a seguir con la miel, porque funciona, pese a los costos y la gente ya nos conoce por nuestra miel y no podemos dejar a nuestros clientes y dejar un poco el café que es el producto donde no hacemos mucho margen y no sabemos si seguir con este producto, vamos a ver estas posibilidades”. . Oriana Roberti, encargada de Desarrollo Comercial, Corazón del Bosque

Aprendizajes

Esta experiencia nos ayuda a ver cómo algunos emprendimientos inician a partir de proyectos de instituciones:

- Es importante contar con personal específico para la parte comercial que pueda dedicarse completamente a esta actividad
- Contar con el flujo de ingresos y egresos, así sea solamente un Proyecto, permite ver que tan cerca o lejos estamos de lograr la sostenibilidad.
- Poder implicar a los productores que realmente están interesados y técnicos locales contribuye a garantizar el abastecimiento de productos necesarios.
- El querer apoyar a productores no necesariamente debe implicar contratos poco favorables a la empresa. menos si va en desmedro de la sostenibilidad del proyecto.

Referencias

Entrevista a Oriana Roberti, Encargada de Desarrollo Comercial, realizada el 3 de diciembre en La Paz-Bolivia, 2020.

Informe anual del Proyecto en Bolivia Coroico 2017

Cómo citar este documento

Bishelly Elías (2020). La experiencia de Corazón del Bosque: Reforestando los bosques de Coroico. En: Curso Virtual: Determinación de costos y experiencias de mercado en Bolivia. La Paz: IPDRS - Swiscontact

