**PROYECTO:**

Estrategias asociativas para el empoderamiento económico de la mujer rural en la región andina

**Descripción de la Cadena productiva.**

***MERCADO***

**Mercado nacional:**

* Tiendas exclusivas de Organizaciones Económicas Campesinas en Bolivia.
* Ferias departamentales
* Ferias nacionales

**Mercado local:**

* Espacio de comercialización propia en la comunidad de Alota
* Ventas en tiendas de Uyuni
* Ventas en tiendas de Colchani

***TRANSFORMACION***

***PRODUCCION DE MATERIAS PRIMAS***

**Transformación:**

Tejido de punto:

* Producción textil en palillos

Tejido plano

* Producción textil en telar tradicional de piso
* Producción textil en telar tradicional de banca

**Mercado Internacional:**

* Nichos de mercado (Comercio Justo).
* Mercado de productos exclusivos de alta moda.
* Mercado de productos naturales

Producción de materias primas:

* Crianza de camélidos: Alpaca y llama

Transformación primaria

* Esquilado
* Hilado en rueca
* Teñido con extractos de plantas tintóreas y pigmentos naturales
* Hilado en torno a pedal

**Conclusiones:**

Los productores de camélidos, tienen una larga tradición de producción y comercialización de fibra y productos textiles.

Actualmente, su producción es comercializada de manera dispersa en ferias locales y entregas en consignación a comercializadores locales de artesanía, quienes deciden los precios.

Una estrategia asociativa, permitirá implementar una cadena comercial organizada y mejorar su posición en la negociación de precios con los comercializadores de artesanías.

La oferta comercial de su producción podrá ser adecuada a la demanda y exigencias del mercado

Existe un reconocimiento general, brindando un importante valor intangible a las artesanías, generando oportunidades para grupos de pequeños productores con identidad cultural, que puede ser aprovechado adecuadamente.

La cadena comercial local en Uyuni y sus alrededores ya esta implementada, y existe un flujo muy importante de turismo.

Las ferias nacionales brindan una oportunidad comercial de posicionar una producto en el mercado tradicional de artesanías.

Existen nichos de mercado (comercio justo), que puede ser una estrategia comercial para grupos de productores organizados.

Los gobiernos locales apoyan las iniciativas económicas que favorezcan el desarrollo económico local.