

INFORME FINAL

1.- PROYECTO DE MEJORAMIENTO DEL VALOR Y LA CALIDAD DE LA CEBOLLA EN LOS VALLES DE CAPINOTA

2.- IDENTIFICACION DEL PROYECTO - INFORMACION GENERAL.-

Codigo:	Pita 001/I
Cadena / Programa:	Cebolla
Demandantes:	Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota
Oferente:	Centro Nacional de Producción de Semillas de Hortalizas
Financiado:	Fda – VALLES (BID – FOCAS)
Periodo – Inicio y fin de proyecto:	17/03/04 - 17/09/05
Ubicación:	Municipio de Capinota Provincia de Capinota Departamento de Cochabamba
Costo Total del Proyecto:	710618 bolivianos
Objetivo:	<i>Incremento del ingreso neto de cada agricultor que incorpore la tecnología, por concepto de venta de cebolla, con la presentación de un nuevo producto con características de calidad, competitivo y alto valor agregado.</i>

3.- RESUMEN DEL PROYECTO

INTRODUCCION.-

El Proyecto de Mejoramiento del Valor y de la Calidad de la Cebolla en los Valles de Capinota, arranca sus actividades de manera oficial con la firma de contrato entre partes el 17 de Marzo de 2004.

Dentro de la estrategia tanto de establecimiento como de ejecución del proyecto, se contemplo cuatro componentes:

- COMPONENTE DE PROCESO PRODUCTIVO
- COMPONENTE DE COSECHA Y POS – COSECHA
- COMPONENTE COMERCIALIZACION
- COMPONENTE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

- **COMPONENTE DE PROCESOS VARIOS**

OBJETIVO DEL PITA.- El Proyecto, centró y dirigió sus actividades a consolidar un “incremento del ingreso neto de cada agricultor que incorpore la tecnología, por concepto de venta de cebolla, con la presentación de un nuevo producto con características de calidad, competitivo y alto valor agregado”.

INDICADOR DEL PITA.- Este objetivo se ve a 18 meses de la intervención y conclusión del proyecto reflejado en el indicador: “un incremento en al menos 20% del ingreso neto de cebolla vendida en finca por los asociados a la unidad comercializadora de la Central de Cooperativas y los agricultores en general del municipio de Capinota”.

COMPONENTE DE PROCESO PRODUCTIVO.-

Para garantizar y asegurar la uniformidad genética dentro del cultivo y la producción, el C.N.P.S.H. estableció para las tres campañas 0.9 hectáreas de almaciguera entre las variedades cebolla mizqueña, cebolla criolla rosada y cebolla camaneja, esta superficie fue establecida en la localidad de Playa Ancha, garantizando el éxito y la calidad del plantín, la experiencia de los agricultores de ASEHPLA.

Este almacigo para estas tres campañas permitieron establecer aproximadamente 22 hectáreas de cultivo con la incorporación de tecnología y un fuerte proceso de sistematización de la producción, incorporando conceptos como uso de semilla certificada, densidad de siembra, plantación, desinfección de plantines, niveles de fertilización, análisis microbiológico y de nutrientes, protocolos de producción, pero por sobretodo el concepto de nueva época de producción de cebolla en cabeza para la zona de Capinota.

COMPONENTE DE COSECHA Y POSCOSECHA

Uno de los principales componentes dentro la ejecución del proyecto lo constituye el proceso de validación y adopción de la tecnología y/o practicas tecnológicas en los procesos de cosecha y pos cosecha.

En las aproximadamente 22 hectáreas implantadas en las tres épocas de cultivo, se incorporaron los conceptos de cosecha y poscosecha con toda la tecnología y las practicas que conlleva esta innovación tecnológica.

Entre las actividades realizadas referidas a la innovación tecnológica se contempla la cosecha mecanizada, planeada inicialmente para una superficie de 5 hectáreas pero que alcanzaron en todo el proceso una superficie de 5.3 hectáreas, en estas tres campañas llegaron a cosechar 37 parcelas implantadas, mas que un proceso de demostración tubo un carácter inductivo, puesto que se verifica objetivamente el tiempo y las características de la actividad frente a otra que viene desarrollándose ancestralmente.

Capacitación y adopción no implica un momento en el espacio, por el contrario una serie de procesos consuetudinarios y sistemáticos, estos procesos se tradujeron desde Difusión y Promoción del Proyecto y la Tecnología, Transplante, Aporque y Control de Malezas, Producción de Cebolla, Manejo Integrado de Plagas y Plaguicidas, Cosecha Mecanizada, Poscosecha, Costos de Producción etc.

De estos agricultores capacitados en los diferentes eventos, contabilizamos a 242 agricultores que participaron con sus parcelas en la producción de cebolla con la nueva tecnología ya sea en parcelas propias individuales, parcelas comunitarias y parcelas en compañía, tuvieron un seguimiento personalizado y desarrollaron de manera sistemática absolutamente todos los procesos de la tecnología., es decir que trabajan con el proyecto en parcelas productivas y/o participaron de un proceso de capacitación teórico practico.

COMPONENTE DE COMERCIALIZACION.-

Tomando en cuenta consideraciones para evitar la duplicidad de organizaciones es que el plantel ejecutivo del proyecto participo en el desarrollo de las reuniones mensuales y extraordinarias, tanto a nivel de asambleas de la Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota como de las reuniones en cada cooperativa de manera mensual, para insertar y establecer dentro de la organización demandante al C.I.C.A como elemento articulador y especifico en el proceso comercial.

Parte importante de la estrategia de comercialización de la producción de cebolla en el Municipio de Capinota consistía en recuperar la vocación hortícola de la zona, decimos recuperar por que desde hace algunos años se torna en monocultivo (papa).

El establecimiento de una organización comercial dentro de la Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota implica como dijimos romper el anonimato, por lo que en el marco de esta nueva estrategia comercial se desarrollo la marca que identifica y rompe el anonimato de la producción de cebolla al por menor.

En ese sentido es que con la marca e identificación propia como La Capinoteña Hortalizas, encamino estrictamente a consolidar y formalizar una oferta de hortalizas con alto concepto de calidad y por sobretodo de responsabilidad de quien la produce.

Como mencionamos la estrategia comercial aglutinaba la producción total de los agricultores para una comercialización en bloque de estas tres campañas de comercialización.

La estrategia comercial incorporo un elemento que desestructura el mercado de mayoristas, pero no los elimina, por el contrario los incorpora en su nueva estrategia con sus reglas; este elemento lo Constituye el Centro Integrado de Comercialización Agrícola (C.I.C.A).

Por consiguiente, en el área de intervención de la Provincia Capinota, el cultivo de cebolla se restringía a una campaña marcada para el cultivo de cebolla seca en cabeza, esta campaña se desarrolla entre los meses de Julio hasta Noviembre con la Variedad peruana y/o criolla rosada, esta circunstancia limitaba los procesos de rotación y restringía a un período una excesiva oferta de cebolla seca en cabeza. Con la intervención del proyecto se propicio una época alternativa de producción desestacionalizando completamente la oferta de cebolla en la zona y ofertando al mercado nacional mas de 5838 bolsas de 25 kilogramos de red en los meses de Octubre – Diciembre 2004 y Octubre Noviembre 2005, que desestacionalizaron la oferta manteniendo estandares de calidad y presentación

COMPONENTE DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL

Para este componente el área de trabajo se centro y dirigió en acciones para consolidar la Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota como el ente referencial de la producción agropecuaria del Municipio de Capinota, mediante el Centro integrado de Comercialización Agrícola C.I.C.A., como proveedora de servicios agropecuarios, de transformación y comercialización de hortalizas.

En el proceso de contratación de personal se contrato a la secretaria de la Central de Insumos y al Gerente del C.I.C.A., este personal fortalece la actividad administrativa en su conjunto de toda la organización, además de constituir parte del grupo de comercialización para la unidad comercial. Estas personas son de la Comunidad y le proporciona al proyecto un fuerte componente de incorporación de la comunidad a la ejecución del proyecto.

COMPONENTE DE PROCESOS VARIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACION GEOGRAFICA.-

Saber en que terreno uno se ubica y la historia que representa este, necesariamente requiere de incorporar la tecnología para poder precisarlo y almacenarla, por lo que se desarrollo un sistema de información geográfica para un acompañamiento de la planificación de la producción en función a la comercialización.

NORMA BOLIVIANA DE COMERCIALIZACION DE CEBOLLA SECA EN CABEZA.-

Como parte de la estrategia de desarrollo de la cadena a nivel nacional dentro el Programa Cebolla, se establecieron estrategias que normen políticas que incidan directamente en nuestra cadena, además de acompañar el desarrollo de las actividades y estrategias programáticas del componente de comercialización, por lo que se estableció como plan la consolidación de una normalización, inicialmente en lo que concierne al tema comercio de cebolla, por lo que se estableció un Comité de Legumbres y Hortalizas en el Instituto de Normalización y Calidad, que permitió sacar la norma de Cebolla seca en Cabeza .

CENTRO DE ACOPIO

Por las características de nuestro financiamiento no se contemplaba la construcción de un Centro de Acopio, por lo que se realizo un convenio interinstitucional con el Programa de Desarrollo de Área Los Vecinos y el proyecto de Mejoramiento del Valor y la Calidad de la Cebolla en los Valles de Capinota para la Construcción de un Centro de acopio para el almacenamiento y acopio de la producción de cebolla seca y papa en el municipio de Capinota.

5.- ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACION.-

Así como todo el desarrollo del proyecto la estrategia se centro en los cinco pilares descritos como componentes:

COMPONENTE DE PROCESO PRODUCTIVO

Provisión de Almacigo

PROBLEMA

Deficiente suministro de material genético tanto en semilla como en prácticas productivas del eslabón elevando costos de producción.

ESTRATEGIA

Garantizar semilla y/o plantines fiscalizados que permitan y garanticen uniformidad y elevada calidad del producto final.

ACTIVIDADES

Generar la especialización de los diferentes eslabones para garantizar la producción con la tecnología adecuada, de tal manera los agricultores que producen semilla y plantines estén especializados en esta practica garantizando un producto de calidad a un costo razonable.

DIFUSION

Se resalto la importancia del aislamiento en la producción de semillas de hortalizas, la optimización y el aprecio de la semilla de calidad y las practica s necesarias para producir esta.

Asistencia Técnica

PROBLEMA

El cultivo de cebolla en Capinota se encontraba en un tercer lugar en el orden de importancia según la línea base realizada, por lo que las prácticas culturales eran incipientes el uso se restringía a una variedad y las prácticas de cosecha y poscosecha son exactamente iguales a las que actualmente realizan en el ajo.

ESTRATEGIA

La coyuntura al inicio del proyecto, obbligo y/o motivo a iniciar actividades en una época en el que el cultivo de cebolla no se realizaba para bulbo por la

restricción genética a la que accedían, por lo que se inicio la campaña fuera de época a la acostumbrada por el agricultor de Capinota, esto permitió una mayor apertura al asesoramiento y seguimiento de las practicas e instrucciones impartidas por el técnico.

ACTIVIDADES

Entre las actividades realizadas en este campo se realizaron seguimiento personalizado a cada parcela y agricultor, talleres de campo así como en ambientes cerrados con material audiovisual, escuelas de campo, practicas inductivas, días de campo demostraciones giras y viajes de interacción de experiencias.

DIFUSION

La difusión fue personal además de promover mediante el acceso a productos de alta calidad fraccionados en la medida de los requerimientos, así como propagandas de socialización en la radio.

Protocolos de Cultivo

PROBLEMA

Desconocimiento del ciclo del cultivo, aplicación de agroquímicos una vez manifestada la enfermedad y/o plaga, poca planificación en el desarrollo de producción.

ESTRATEGIA

Se estableció y difundió un cronograma de las dos variedades su época de transplante, periodo de fumigaciones preventivas y riegos incorporando el concepto de planificación.

ACTIVIDADES

Se realizo una serie de actividades de grupo y personales para motivar y permitir realizar el seguimiento según cronograma, en el desarrollo de cada una de las etapas del cultivo.

DIFUSION

Se realizo la difusión mediante una cartilla de producción, realizando el llenado de manera personalizada por cada productor además de su explicación en talleres específicos para el efecto

COMPONENTE DE COSECHA Y POS – COSECHA

Capacitación en prácticas de Cosecha y Poscosecha

PROBLEMA

Desconocimiento de procesos de cosecha y poscosecha para conservar e incorporar valor agregado al producto final.

ESTRATEGIA

Generar un paquete tecnológico y de transferencia en procesos de cosecha y poscosecha fáciles de aplicar y de bajo costo y requerimiento de servicios.

ACTIVIDADES

Curricula sistematizada, talleres, días de campo, giras y viajes de captura tecnológica, practicas inductivas y parcelas comunitarias que respondieron a un proceso de difusión y comprobación de los procesos descritos en las capacitaciones.

DIFUSION

Este proceso fue acompañado de un proceso de difusión y retroalimentación en reuniones de cooperativas, reuniones de directorio de la central de Cooperativas y reuniones de productores de cada campaña.

Cosecha Mecanizada

PROBLEMA

Con la intervención en los procesos de cosecha y pos cosecha el ítem de mano de obra aumenta en un 15 % por lo que la reducción de esta en alguno de los procesos productivos se tornaba en necesidad. La otra situación es el cultivo de papa y su requerimiento de mano de obra en los periodos en que se deba realizar la cosecha de cebolla, que generaba una demanda de mano de obra inusual y un fenómeno de elevar el precio del jornal.

ESTRATEGIA

La estrategia sentó las bases en el análisis de los factores productivos, para que este incremento en el uso de mano de obra sea contrareestado en los procesos productivos con la utilización de maquinaria.

ACTIVIDADES

Se realizó una serie de demostraciones y talleres de inducción en parcelas de producción para comprobar y corroborar las bondades y ventajas de la cosecha mecanizada, se subvenciona este elemento por que permitió que el agricultor realice una cuantificación de sus resultados.

DIFUSION

Como dijimos se realizó varias cosechas en todas las comunidades de acción trasladando el implemento y tractor para realizar la práctica donde se convocaba a los interesados y comunidad en general.

COMPONENTE COMERCIALIZACION

Centro Integrado de Comercialización Agrícola

PROBLEMA

Los mercados y los accesos a estos es lo que pone al agricultor a expensas de los mayoristas y en una situación desventajosa frente a este, en un proceso de negociación.

ESTRATEGIA

Generar una oferta organizada identificada con alto valor agregado en procesos de selección y clasificación además de contar con el concepto de calidad incorporado al producto.

ACTIVIDADES

Reuniones de socialización para vender la idea de comercialización en bloque, organización de los sistemas y medios de trabajo, generar vínculos institucionales.

DIFUSION

El proceso de socialización y difusión se dio por la misma comunidad y la radio local, sobre las ventajas del C.I.C.A..

Comercialización de Cebolla en Bolsas de Red

PROBLEMA

El retobo es una practica arraigada en la comercialización de hortalizas en Capinota, que se constituye en sobrepasar el volumen real de la bolsa de 100 kilos, embolsando la totalidad de la producción como resarcimiento al comerciante del producto de desecho no cuantificado incorporado en la bolsa; generando de esta manera una perdida cuantiosa en desmedro del agricultor.

ESTRATEGIA

Difundir la comercialización por peso que garantice el retorno real de la producción en base a los medios productivos, adoptando el concepto de cebolla comercial y descarte.

ACTIVIDADES

Planificación de la cosecha, cosecha, selección, acopio, clasificación, embolsado, pesado, etiquetado, acopio y comercialización.

DIFUSION

La difusión fue sistemática y oral de parte de los productores y socializada las experiencias en todas la reuniones y eventos desarrollados.

Estrategia de Comercialización

PROBLEMA

Comercialización individual, producto anónimo, carente de lineamientos de mercado y poca penetración en otros eslabones comerciales y ciudades.

ESTRATEGIA

Comercialización en bloque para ofrecer un producto altamente competitivo con fuerte componente de calidad y segmentación de mercados, diversificando la oferta en tipos clases y empaques.

ACTIVIDADES

Generación de una marca y personaje, formalización tributaria, participación en ruedas de negocio, plataformas comerciales e institucionalidad representada., identificación de los posibles mercados y eslabones más redituables.

Penetración en el mercado minorista con un producto identificado, introducción de la diferenciación de hortalizas.

DIFUSION

Impresos, participación en ferias y eventos comerciales.

Capacitación en Comercialización Agrícola

PROBLEMA

Desconocimiento de canales y prácticas comerciales de valor agregado y venta, clientes, procesos administrativos y de gestión. Mercado eminentemente primario.

ESTRATEGIA

Generar procesos de capacitación, específicos y con fuerte énfasis en clientes, comercialización, calidad, administración, generación de ingreso y trazabilidad. Penetración y generación de nuevos mercados.

ACTIVIDADES

Ciclo de talleres periódicos y patrocinados por organizaciones formales de educación.

DIFUSION

Reuniones del directorio de la Central de Cooperativas y reuniones locales de la comunidad y/o cooperativa, para la selección de los participantes.

COMPONENTE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

Organización y Base Societaria

PROBLEMA

Carencia de una organización que aglutine a la comunidad para esfuerzos orientados a la producción y comercialización

ESTRATEGIA

Establecimiento de un brazo comercial dentro de la Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota.

ACTIVIDADES

Gestión y formalización dentro de impuestos internos, organización interna dependencias y flujos administrativos, afiliación e identificación de afiliados, denominación de marca, desarrollo de elementos adicionales a la producción,.

DIFUSION

Cartillas, emisor de radio, almanaques.

Servicios Agrícolas

PROBLEMA

Carencia de asistencia técnica especializada, insumos y servicios de maquinaria, provisión de empaques y logística de comercialización.

ESTRATEGIA

Generar un ente referente y de acceso a estos servicios permitiendo la adquisición de material de empaque para abaratar costos.

ACTIVIDADES

Seguimiento asistencia técnica específica con la provisión de insumos clave para la producción, logística de cosecha y poscosecha para un acopio sistemático, servicios de clasificación y empaque, comercialización paulatina y en bloque.

DIFUSION

Reuniones productores, cooperativas y directiva Central de Cooperativas Agrícolas de Capinota.

COMPONENTE DE PROCESOS VARIOS

Sistema Georeferenciado

PROBLEMA

No existe una dimensión y cuantificación real de zonas productoras así como sus potencialidades.

ESTRATEGIA

Generar un sistema de información de fácil acceso creado gradualmente y con una relación histórica.

ACTIVIDADES

Se realizó un relevamiento georeferenciado de las parcelas de producción y permitió introducir las características de la misma sobre insumos, problemas

productividad para cargar a un paquete computacional y manejar el entorno con una imagen satelital.

Norma Cebolla

PROBLEMA

No existía un elemento de referencia para motivar y propiciar una estrategia diferenciador de la cebolla producida por el programa y la comercializada además de las características de empaque.

ESTRATEGIA

Interactuar con instituciones del ramo para generar una norma que cualifique y avale las características del producto ofrecido.

ACTIVIDADES

Elaboración concertación y difusión de la normativa mediante reuniones con agentes involucrados en la cadena.

DIFUSION

Medios de comunicación escritos y norma impresa.

Centro acopio

PROBLEMA

Carencia de infraestructura para practicas de poscosecha y acopio

ESTRATEGIA

Generar una interacción entre instituciones que propicien la competitividad de la cadena en la zona, invirtiendo en la provisión de esta infraestructura.

ACTIVIDADES

Reuniones interinstitucionales y firma d eun convenio con PDA Los Vecinos.

6.- RESULTADOS OBTENIDOS.-

A continuación reflejamos el desarrollo y los alcances del proyecto, durante los 18 meses de trabajo y tres campañas productivas, esquematizados en base a la matriz de los objetivos y sus consiguientes resultados, tanto el esperado como el obtenido:

RESULTADOS PROYECTO

OBJETIVO PRINCIPAL		
OBJETIVO PRINCIPAL	RESULTADO ESPERADO	RESULTADO OBTENIDO
Incrementar el ingreso neto del productor por concepto de venta de cebolla en finca, con la presentación de un nuevo producto con características de calidad, competitivo y alto valor agregado.	Al menos 20% el ingreso neto de cebolla vendida en finca por los asociados a la unidad comercializadora de la Central de Cooperativas.	24 % en promedio y 21 % la media ponderada por hectárea es el incremento del ingreso neto de cebolla vendida en finca por los 242 asociados a la unidad comercializadora de la Central de Cooperativas
OBJETIVO POR COMPONENTES	RESULTADO ESPERADO	RESULTADO OBTENIDO
MEJORAMIENTO DEL SISTEMA DE COSECHA Y POSCOSECHA		
PORCENTAJES DE MERMAS DE COSECHA Y POSCOSCHA REDUCIDAS POR LA APLICACIÓN DE PAQUETE TECNOLÓGICO.-	Reducir en al menos 40% las pérdidas de cosecha y pos cosecha.	Se redujeron hasta 12.08 % las pérdidas de cosecha y pos cosecha de 466 toneladas producidas.
MECANIZACIÓN DE LA COSECHA	Reducción del uso de Mano de Obra en al Menos 55%. Reducción en al menos 10% de los costos de producción.	La incorporación de la tecnología redujo el uso de Mano de Obra en al Menos 55%. Con esta tecnología se alcanzó una reducción del 10% de los costos de producción, por efecto de la incidencia en la relación rendimiento / horas trabajo .
NUMERO DE AGRICULTORES CAPACITADOS Y ADOPTANDO TECNICAS EN COSECHA Y POS COSECHA.	360 agricultores capacitados en técnicas de cosecha y pos cosecha. 240 agricultores que adoptan nuevas técnicas de cosecha y pos cosecha.	960 agricultores fueron capacitados en técnicas de cosecha y pos cosecha, 552 asistieron en un promedio de 3 eventos de capacitación

		de los 58 realizados en el transcurso del proyecto. 242 agricultores adoptaron al menos 5 prácticas nuevas de las técnicas de cosecha y pos cosecha.
COMERCIALIZACION		
UNIDAD COMERCIALIZADORA CONSTITUIDA Y FORTALECIDA	1 Organización o rama comercial cuenta Sistema Contable, control interno.	El Centro Integrado de Comercialización agrícola C.I.C.A. se establece con una relación administrativa del directorio de la central y una gerencia como parte ejecutiva.
CEBOLLA CON MANEJO DE POSCOSECHA INTRODUCIDO A MERCADOS NACIONALES	Al menos 15000 bolsas de 25 kg de cebolla en red vendidas en el mercado con las características y estándares de calidad establecidos.	16551 bolsas de 25 kg de cebolla en red producidas en tres campañas fueron vendidas en el mercado con las características y estándares de calidad establecidos.

<p>NUMERO DE CONTRATOS DE VENTA ESTABLECIDOS</p>	<p>Al menos 6 contratos de venta establecidos</p>	<p>6 Contratos y canales de comercialización fueron establecidos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - CIM M;ercado Cbba - Luz Amparo Hidalgo Lazcano Merfcado El Alto -Monica Alvarado Maita Mercado El Alto y La Paz - Rosmery Alvarado Mayta mercado El Alto Y La Paz - Pedro Alvarado Brañez Mercado el Alto y la Paz - Juan Pablo Bustamante DEL PINO HF, Supermercado Ketal La Paz y Santa Cruz . - Isabel Montecinos Mercado Riberalta - Maria Céspedes Mercado Triangular Cbba.
<p>AGRICULTORES CAPACITADOS , Y ACTORES DEL ESLABÓN DE COMERCIALIZACIÓN</p>	<p>40 Agricultores capacitados e involucrados en practicas de negociación con mayoristas, intermediarios y ruedas de negocios</p>	<p>48 Agricultores capacitados e involucrados en practicas de negociación con mayoristas, intermediarios y ruedas de negocios</p>

MUJERES ADOPTANDO NUEVAS PRACTICAS DE MERCADEO	10 Mujeres agentes de venta en mercados intermediarios, mayoristas y rueda de negocios.	17 Mujeres agentes de venta en mercados intermediarios, mayoristas y rueda de negocios.
DESESTACIONALIZAR LA OFERTA GARANTIZANDO LA CALIDAD, PRESENTACIÓN Y AL MENOS RETORNO DE INVERSION	Al menos 4000 bolsas de red comercializadas y/o en acopio fuera de época.	3264 bolsas vendidas en el periodo Sep.- Nov. 2004 y 4554 bolsas en el periodo Oct. – Nov 2005 comercializadas y/o en acopio fuera de época.
FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL		
ORGANIZACIÓN FORTALECIDA CON UNA BASE SOCIETARIA	240 afiliados a la Unidad Comercial de la Central de Cooperativas con membresía vigente y cuotas al día.	432 afiliados a la Unidad Comercial de la Central de Cooperativas con membresía vigente y cuotas al día.
DIRECTORIO CONFORMADO Y FORTALECIDO EN SUS ACTIVIDADES	1 Comisión administrativa conformada	1 Comisión administrativa conformada. Directorio de la Central de Cooperativas y Gerencia C.I.C.A.
ORGANIZACION CON PLAN ESTRATÉGICO ELABORADO	1 P.O.A. 1 Plan Bienal 1 Plan Quinquenal	1 P.O.A. El Plan Bienal y el Plan Quinquenal se fusionan para encarar y diseñar un plan estratégico multi sectorial a 5 años.
MUJERES CON CAPACIDAD DE ORGANIZACIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y TOMA DE DECISIONES EN LA ORGANIZACION	10 mujeres en comités de comercialización, planificación, producción y directiva.	17 mujeres en comités de comercialización, planificación, producción y directiva.

7.- EFECTOS E IMPACTOS.-

El proyecto a generado un impacto social, económico y técnico.

Impacto Social.-

El impacto social en un período de tiempo de 18 meses es difícil de medir, la concepción de calidad y trabajo en bloque marca la referencia, el agricultor ha visto de que la manera de enfrentar al mercado es haciendo conocer su producto y vender de manera conjunta, el fortalecimiento de una actividad económica productiva a la

adicional de la papa genera implícitamente un mayor rédito comercial y económico en la economía familiar.

El establecimiento de una comercializadora formal institucionalizada es el referente para compradores y los productores de la región, permitiendo percibir que las oportunidades se amplían.

Impacto Técnico.-

El desarrollo de la cadena cebolla ha generado una suerte de nuevos elementos productivos el incorporar una alternativa respecto a la variedad, la cosecha mecanizada y su importancia en el costo productivo, así como el control fitosanitario preventivo , implicaron el abrir el horizonte productivo a un nivel de producción técnicamente cualificado.

El concepto de marca y distribución minorista identificada ha permitido que los canales comerciales sean reconocidos por los compradores finales y diferencien cualitativamente del resto de la oferta generando responsabilidad en la producción.

Impacto Económico.-

El proyecto desde la concepción pretendía y alcanzo un impacto económico, mejorando el ingreso del agricultor, percibido en el retorno de la inversión con una utilidad.

COSTO SIN PROYECTO POR HECTAREA		COSTO CON PROYECTO POR HECTAREA		VENTAS SIN PROYECTO POR HECTAREA		VENTAS CON PROYECTO POR HECTAREA	
RENDIMIENTO EN KILOS	PRECIO POR KILO	RENDIMIENTO EN KILOS	PRECIO POR KILO	RENDIMIEN TO EN KILOS	PRECIO POR KILO	RENDIMIENTO EN KILOS	PRECIO POR KILO
12000	0.63	19600	0.52	12000	0.76	19600	0.76
TOTAL Bs.	7560	TOTAL Bs.	10192	TOTAL Bs.	9120	TOTAL Bs.	14896
242 AGRICULTORES		242 AGRICULTORES		242 AGRICULTORES		242 AGRICULTORES	
INVERSION TOTAL	219542.4	INVERSION TOTAL	295975.68	INGRESO TOTAL	264844.8	INGRESO TOTAL	432579
COSTO DE PRODUCCION POR KILO SIN TECNOLOGIA .63 BS.		COSTO DE PRODUCCION POR KILO CON TECNOLOGIA .52 BS.		RELACION BENEFICIO/COSTOSIN PROYECTO 1.19		RELACION BENEFICIO/COSTO CON PROYECTO 1.44	

Como observamos en el cuadro el porcentaje total estimado del incremento en los costos de producción por hectárea es de 34% que reditúa en una reducción del costo por kilo producido de 18%. Este incremento implica en una relación beneficio costo de 1.19 sin la tecnología, ascendiendo a 1.44 con la incorporación de esta, equivalente a un 21 % de incremento en los ingresos por agricultor y de 14900 bolivianos por hectárea.

8.- LECCIONES APRENDIDAS.-

Es preciso señalar que el desarrollo del proyecto se vio marcado por una inestabilidad política municipal que necesariamente incidió en una interrelación con mayor eficiencia que la alcanzada, el éxito de incorporar una alternativa productiva para la época invernal, impidió que se incorporasen una mayor cantidad de agricultores en la primera campaña.

Asimismo, la interacción alcanzada entre las O.N.G`s, industrias y organizacionales locales permitió que exista un emprendimiento local de intervención conjunta plenamente identificado con "La Capinoteña, evitando de esta forma la duplicidad de intervenciones lecturas diferentes e inversiones innecesarias.

9.- RECOMENDACIONES.-

Comenzar con una idea venderla a los interesados (beneficiarios), trabajar para consolidarla y comprometerlos para un futuro a mediano plazo es una tarea que no se puede consolidar en 18 meses, se dio el primer paso pero aun falta mucho para que una comercializadora de propiedad y administración campesina pueda sentar las bases de una organización sólida de venta de servicios, la diversificación productiva necesariamente debe redituar en el C.I.C.A., en la generación de un capital de operaciones que se incremente constantemente para la incorporación de una masa societaria creciente.

El concepto de comercialización identificada debe ser explotado por los atributos ganados como región y mantener el posicionamiento en el mercado mayorista de la ciudad de Cochabamba, ubicado en tres campañas de comercialización.

10.- EJECUCION FINANCIERA.-

Como mencionamos el proyecto de Mejoramiento del Valor y la Calidad de la Cebolla en los Valles de Capinota, ejecuto un presupuesto de 710618 Bolivianos, planificando el desembolso en 6 pagos, descritos a continuación:

**RESUMEN DEL PRESUPUESTO COSTO DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO
FINAL Y EJECUCION DEL PITA**

DESCRIPCION		FASES					TOTAL
		FASE 1	FASE 2	FASE 3	FASE 4	FASE 5	
DETALLE	PERSONAL	67064	95520	49728	66304	33152	311768
	COSTOS OPERATIVOS	66764	56474	53874	62039	41650	280801
	COSTOS INDIRECTOS	29404				201.25	29605.25
	GARANTIAS						0
	TOTAL/FASE	163232	151994	103602	128343	75003.25	622174.3
	PORCENTAJE/FASE	0.26	0.24	0.17	0.21	0.12	1.00

CRONOGRAMA DE DESEMBOLSOS			
DESEMBOLSO	PORCENTAJE	MONTO	FECHA
ANTICIPO (OPCIONAL)	20.00	142097.68	18/03/2004
PRIMER DESEMBOLSO	20	142945.38	26/07/2004
SEGUNDO DESEMBOLSO	20	144816.17	09/12/2004
TERCER DESEMBOLSO	20	144816.17	20/04/2005
CUARTO DESEMBOLSO	10		
DESEMBOLSO FINAL	10		
PERSONAL	100.00	574675.40	

Dentro el proyecto los activos fijos adquiridos fueron una mesa clasificadora de cebolla, entre lo activos intangibles tenemos la imagen corporativa y diseño de marca de "La Capinoteña", imagen personaje y logotipo parte de la estrategia de comercialización e introducción de mercados, para el posicionamiento alcanzado.

11.- FECHA DE ENTREGA Y FIRMA DEL RESPONSABLE LEGAL DEL OFERENTE.-

Cochabamba, 2 de Diciembre de 2005

Ing. Víctor Quiroga R.
DIRECTOR
C.N.P.S.H.