

El valioso toque competitivo que otorga “el alma de la gente”

Por: Sofía Törey
 Periodista



Foto: Cortesía Ruta de Aprendizaje DTR-IC

En Bolivia hay un creciente número de experiencias de gestión comunitaria basadas en la identidad, que generan empleo e ingresos y que son sostenibles.

Pasar de iniciativas puntuales a un escalamiento de las experiencias, involucrar a más actores públicos y privados, e ir articulando estrategias más consistentes y de más largo plazo, son algunas de las “ambiciones” compartidas por una serie de instituciones y personas comprometidas con el desarrollo rural con un enfoque de identidad cultural. Así lo dejó claro el foro internacional sobre este tema realizado en Bolivia, que dio cuenta de la riqueza de experiencias en ese país y otros de América Latina.

En Bolivia, el Estado ha definido la identidad cultural y territorial como un eje central no solo de la nueva Constitución Política, sino también del Plan Nacional de Desarrollo, del Plan de Desarrollo Sectorial: Revolución Rural, Agraria y Forestal, y del Plan de Lucha contra la Pobreza. Además, en la última década, un creciente número de localidades rurales del país han ido implementando iniciativas en torno a este eje.

Basado en las presentaciones y resultados del foro internacional “Desarrollo Territorial con Identidad Cultural: una alternativa para promover el desarrollo sostenible con equidad e inclusión social” (La Paz, octubre 2009). Para acceder a las presentaciones, información de los expositores internacionales, notas de prensa, actividades complementarias y acciones post-foro, ver [AQUÍ](#).

Por ello, el escenario boliviano no podía ser más propicio para acoger un debate que se está difundiendo en América Latina: cómo generar desarrollo local, inclusivo y ambientalmente sustentable, a través de la valorización económica de productos y servicios basados en la biodiversidad y el patrimonio cultural.

El interés que despierta el tema quedó demostrado en la amplia y diversa participación que tuvo el foro internacional "Desarrollo Territorial con Identidad Cultural: una alternativa para promover el desarrollo sostenible con equidad e inclusión social", realizado el 8 y 9 de octubre en La Paz, organizado por Rimisp y la Fundación Nuevo Norte. El encuentro, con más de 180 participantes, incluyó a actores del sector empresarial, cuya participación anteriormente era poco frecuente en este tipo de eventos; a las principales instituciones privadas del país vinculadas al desarrollo rural, la cultura y la biodiversidad; a representantes de municipios y asociaciones de municipalistas; y a las principales organizaciones económicas de base de matriz nacional, como las aglutinadoras de los productores orgánicos. Se contó con expositores de ocho países (Italia, Chile, Uruguay, Ecuador, Perú, Colombia, México y Argentina) y participantes de seis departamentos de Bolivia (La Paz/EI Alto, Santa Cruz, Tarija, Cochabamba, Oruro y Potosí).

"Lo bueno de estos encuentros es que permiten mostrar que en el país hay proyectos creativos y exitosos a partir de la puesta en

"La economía exportadora de materias primas puede ser una 'pierna' en la cual apoyarse para avanzar, pero es la otra 'pierna' -la de la innovación y la especificidad país, territorio, productos/servicios- la que nos conducirá a un futuro distinto".

valor de productos y servicios basados en la biodiversidad y el patrimonio cultural, una especie de vanguardia de la revolución productiva, y muestran con claridad meridiana que por supuesto hay vida más allá de la economía de los recursos naturales (...). Los bienes o servicios ofrecidos tienen el alma de la gente que los elabora y este activo intangible los hace diferentes, les da un toque competitivo muy valioso en ciertos nichos de mercados. Es un camino de construcción de oportunidades económicas para un desarrollo socialmente inclusivo y ambientalmente sostenible", escribió en esos días el economista Gonzalo Chávez, Director del Programa de Maestrías de la Universidad Católica Boliviana, sobre la base de las conclusiones elaboradas por los organizadores del foro.

Caminos poco transitados...

Las experiencias basadas en identidad cultural han abierto una reflexión sobre las apuestas "tradicionales" para el desarrollo rural y las que se inclinan por otro tipo de innovaciones.

Según Álvaro Paz –Coordinador del [Programa Regional de Escalamiento de Innovaciones Rurales](#), del Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo/Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (IDRC-FIDA)– los modelos de innovación territorial han sido caminos poco transitados. Entre las características de estos modelos destaca: tienen base en las dinámicas



Foto: Cortesía Ruta de Aprendizaje DTR-IC

Características asociadas a la localización de los viñedos, particularidades de su terroir y tradición histórica de su producción, posicionan a vinos de Tarija en nuevos mercados.

locales y recursos naturales; pretenden utilizar la competencia y el interés individual, al mismo tiempo que la cooperación y el *partnership*; la innovación es producto de la colaboración; su éxito se asienta en la capacidad de aprendizaje social y cambio colectivo; y el enfoque de la innovación es eminentemente práctico. No obstante esas bondades, considera que tales modelos no tienen mucha difusión porque las condiciones para esa innovación son limitadas: bajo acceso a información y a activos financieros y no financieros, la institucionalidad local no sostiene las innovaciones o la interacción y cohesión social es débil.

En una [entrevista](#) concedida al Programa de Investigación Estratégica en Bolivia (PIEB) por otro de los participantes del foro, Roberto Haudry de Soucy –Gerente de Operaciones del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) para Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú– hace un contraste entre una vía tradicional de crecimiento, como es el caso de la exportación de materias primas, y el desarrollo de marcas y territorios asociados a una identidad. “Las únicas cosas que se venden bien en el mundo son las que tienen marca. Si vendes soya, no vendes nada. Si vendes maíz, no vendes nada. Pero si vendes tofú japonés marca Toshiro, sí vendes y ganas”, señaló. Según Haudry de Soucy, una marca puede convertirse en un vehículo de otros significados, como belleza, cuidado de la biodiversidad, preservación de ecosistemas, producción de un bien, conocimientos tradicionales, particularidad cultural, entre otros. En su opinión, la economía exportadora de materias primas puede ser una “pierna” en la cual apoyarse para avanzar, pero es la otra “pierna” –la de la innovación y la especificidad país, territorio, productos/servicios– la que nos conducirá a un futuro distinto.

En la misma línea de dar un giro en las estrategias de desarrollo, Daniela Sánchez presentó el informe temático sobre desarrollo humano del

PNUD/Bolivia: “[La otra frontera](#). Usos alternativos de recursos naturales en Bolivia (Ver video [AQUÍ](#)). La investigadora, miembro del equipo que preparó este informe, explicó que la “otra frontera” es una metáfora para describir múltiples actividades e iniciativas de desarrollo y conservación que no están basadas en un patrón extractivista y depredador de los recursos naturales, en oposición a la “vieja frontera” dominada por la expansión de la actividad agropecuaria, minera e hidrocarburífera. En la “otra frontera” existen experiencias de gestión comunitaria y empresarial que generan empleo, ingresos y que son sostenibles en el tiempo. De hecho, el informe analiza 24 experiencias exitosas en ámbitos como la agricultura orgánica, biocomercio, manejo forestal sostenible, ecoturismo y servicios ambientales. Según el documento, la “otra frontera” representa al menos a medio millón de productores, 370.000 fuentes de empleo directo y 300 millones de dólares anuales para la economía boliviana.

Evidencia empírica

El foro constituyó una vitrina de iniciativas de desarrollo territorial rural con identidad cultural que han tomado cuerpo en Bolivia. Algunos ejemplos son el emprendimiento ecoturístico Chalalán y la Cadena Uvas Vinos y Singanis en el valle de Tarija (ver recuadro pág. 18). Otros casos son las [misiones chiquita-](#)

[nas](#) en el oriente del país, con su patrimonio arquitectónico y el renacimiento de la música barroca y de los productos artesanales indígenas; el sistema socio-sanitario en Potosí como gatillador de procesos más amplios de desarrollo territorial rural con identidad cultural; la exportación de chocolates finos de El Ceibo, organización que agrupa a 49 cooperativas con más de 1.200 familias socias productoras del grano cacao en el Departamento de La Paz; el proyecto [Walisuma](#) que promueve productos con identidad y calidad para mercados alternativos; el albergue de Pampalarama, abierto a fines de 2008, gestionado por el Gobierno Municipal de La Paz y la Comunidad Originaria de Chacaltaya; y las apuestas de desarrollo sobre la base de la identidad cultural y del patrimonio natural emprendidas en Curahuara de Carangas y Entre Ríos (ver [artículo](#) en *Equiterra* N°4).

Todas ellas son evidencias empíricas de que estas iniciativas no son ninguna utopía. El poder compartirlas en el marco del foro sirvió a Bolivia para mirarse en esta dimensión y, al mismo tiempo, contrastarse con otras experiencias internacionales. Entre los casos expuestos se encontraba el del [Corredor Puno-Cusco](#), reconocido recientemente por el FIDA como uno de los tres mejores proyectos de desarrollo rural de América Latina. Impulsado por el Programa de Desarrollo Productivo Agrario Rural (AgroRural) de Perú en asociación

Valorización de la identidad y el territorio Bolivia: dos botones de muestra

Ecoturismo comunitario en la zona de influencia del Parque Nacional Madidi. En este territorio -que involucra los municipios Rurrenabaque, San Buenaventura y Santa Rosa, con más de la mitad de su población indígena y altos niveles de pobreza- se ha promovido el desarrollo del turismo de base comunitaria durante los 90 y la presente década con apoyo, entre otros, de la ONG Conservación Internacional. Y los resultados están a la vista: en Rurrenabaque se recibía en los años 80 a menos de 100 turistas al año, mientras que hoy llegan 17 mil. Un caso ejemplar es el del ecoalbergue indígena Chhalán, que en 2009 fue incluido por National Geographic Adventure entre los 50 "top" ecoalbergues del planeta. Hoy hay en la zona 29 operadores locales de turismo, 35 hoteles y una variada oferta gastronómica, con lo cual se abren perspectivas de desarrollo más inclusivo. (Ver presentación)

Cadena Productiva de Uvas, Vinos y Singanis. Esta es una iniciativa público-privada que cuenta con el apoyo de la Fundación Educación para el Desarrollo (FAUTAPO) y con financiamiento de la Embajada de los Países Bajos. Surgida en 2002, está orientada a mejorar la productividad de todos los eslabones del sector vitivinícola de los valles de Tarija, Chuquisaca, Santa Cruz, Potosí y La Paz, y posicionar las uvas, vinos y singanis (aguardiente andino destilado de vino de la variedad Moscatel de Alejandría) a nivel internacional como productos diferenciada en base a la altura sobre el nivel de mar de sus viñedos y las particularidades de su terroir. Entre sus principales actores se encuentran la Asociación Nacional de Viticultores (ANAVIT), la Asociación Nacional de Industriales Vitivinícolas (ANIV) y el Centro Nacional Vitivinícola (CENAVIT). Una de sus características es su foco en el impacto social, a través de un mayor acceso de los pequeños productores a recursos financieros y tecnológicos, y distribución más equitativa de los beneficios de la cadena. (Ver más)



Fotos: Eduardo Forno, Cándido Pastor y Andre Bartschi.

con el FIDA y el Fondo Nacional de Cooperación para el Desarrollo Social (FONCODES), esta iniciativa ha contribuido a fortalecer los mercados de servicios y a desarrollar negocios rurales apoyados fuertemente en los elementos identitarios del territorio. Otra línea de acción la demuestran los esfuerzos del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) en Argentina, que ha trabajado con otras instituciones y con actores locales en la construcción de una indicación geográfica para el salame de Colonia Caroya, en Córdoba, y en la denominación de origen para el Chivito Criollo de Neuquén. También resultan interesantes las iniciativas de puesta en valor de saberes y prácticas indígenas que se encuentran impulsando la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), y la experiencia que viene desarrollando el Centro de Educación y Tecnología (CET) de Chiloé para promover un desarrollo territorial basado en la agroecológica y la valorización de la identidad cultural.

Con estatus de política pública

En el foro también se vio que en algunos países estos temas estarían adquiriendo estatus de política pública. En una noticia divulgada por el PIEB a partir de las presentaciones del foro, el secretario nacional de Planificación y Desarrollo de Ecuador, René Ramírez, indicaba que su país está apostando por una consolidación de la industria nacional y cambio de la matriz energética, la diversificación y sustitución de importaciones, y la reconversión de la economía a través del bioconocimiento y de servicios turísticos, mientras que el plan nacional de desarrollo está territorializado para aprovechar las potencialidades de cada región y tomar en cuenta su diversidad cultural.


Por su parte, José Sialer –director del [Proyecto de Desarrollo Sierra Sur](#) del Perú– se refirió a los esfuerzos para que experiencias exitosas de generación de oportunidades para superar la pobreza en el área rural se puedan transformar en políticas públicas en Perú, como es el caso de los proyectos del FIDA con el Ministerio de Agricultura de ese país ([ver presentación](#)).

Y Noemí Marmanillo, de la Comunidad Andina de Naciones, explicó que el desarrollo territorial con identidad cultural es, desde 2004, un enfoque importante para dirigir las políticas públicas nacionales y subregionales y, a través de los encargados gubernamentales de las políticas agrarias de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú, se está trabajando en la generación de una plataforma para el desarrollo e intercambio de iniciativas en este ámbito.

Desafíos para Bolivia

A partir de las conclusiones del evento, Henry Oporto y Claudia Ranaboldo –coordinadores del foro– destacan que para Bolivia –donde las demandas identitarias y de autonomías territoriales han tomado un primer plano en la agenda nacional– uno de los desafíos actuales es transitar desde el reconocimiento político y simbólico de estas demandas a la capacidad de sacar provecho económico de la diversidad cultural y territorial. “El reto es encontrar estrategias innovadoras de intervención en la economía y la producción para movilizar y transformar los recursos de la biodiversidad y la cultura, mediante cadenas de valor, redes productivas y la inserción competitiva en los mercados nacionales e internacionales”, señalan.

Un segundo desafío, indican, es pasar de las experiencias puntuales y los proyectos aislados a la articulación de emprendimientos de mayor magnitud, que puedan desencadenar y catalizar procesos de desarrollo territorial y sobre poblaciones más numerosas. Esto, en su opinión, solo es posible con un rol activo y eficaz del sector público con políticas gubernamentales de fomento que complementen y faciliten la acción emprendedora

de los productivos y de la inversión privada, así como la labor promotora de las organizaciones no gubernamentales. Enfatizan la necesidad de ver cómo escalonar o ampliar los efectos de estas experiencias de desarrollo rural con identidad cultural a nivel horizontal y vertical, cómo multiplicar los territorios que realmente estén practicando este enfoque, y cómo desde estos territorios pueden surgir insumos para políticas públicas. 

Nuevas iniciativas en marcha

A partir del foro realizado en Bolivia han surgido diversas iniciativas tanto de difusión como de profundización de estrategias de desarrollo territorial rural con identidad cultural (DTR-IC):

- A través de una acción colaborativa entre distintas entidades públicas y privadas, se está formulando un proyecto que, sobre la base de algunas de las experiencias más maduras de DTR-IC existentes en Bolivia y Perú, buscará valorizar estos territorios, enlazándolos en un circuito para generar mayores valores agregados, medidas más efectivas de lucha contra la pobreza y un desarrollo territorial sostenible. Todo ello en la perspectiva de avanzar hacia un escalonamiento del DTR-IC.
- En Bolivia se distribuirán próximamente unas 30 mil copias de un dossier sobre DTR-IC a través del periódico La Prensa, de

circulación nacional, como una forma de llegar en forma masiva a la opinión pública con esta temática y provocar una discusión al respecto.

- En etapa de diseño se encuentra una iniciativa para realizar en 2010 una "Ruta Intercontinental de Territorios y emprendimientos de DTR-IC", con el fin de tender puentes directamente entre operadores públicos y empresarios de América Latina y Europa.
- Rimisp y el Instituto Nacional de Economía Agraria (INEA) están analizando la viabilidad de realizar este año en Roma (Italia) una conferencia internacional sobre enfoques territoriales e identidad, convocando a experiencias latinoamericanas y europeas influyentes en la política pública.