



ipdrs
INSTITUTO PARA EL
DESARROLLO RURAL
DE SUDAMÉRICA

SISTEMATIZACIÓN

**Ferías y mercados
guaranís de los
municipios de
Macharetí,
Villamontes y
Huacaya**



El proyecto de apoyo a las ferias productivo culturales es una iniciativa apoyada por Manos Unidas, España.

Rendón, Varinia; Dávalos, Jhaquelin; Bazoberry, Oscar; Palacios, Clelia y Cuitira, Alberto (2020). **Sistematización:** Ferias y mercados guaraníes de los municipios de Macharetí, Villamontes y Huacaya. Macharetí: IPDRS.

Fotografías: Gonzalo Baptista y Jhaquelin Dávalos, IPDRS

Diseño y diagramación: Daniela Cabrera

Producción IPDRS, Gobierno Autónomo Municipal de Macharetí, Capitanía Zona de Macharetí, Capitanía Zona Villamontes y Capitanía Zonal Santa Rosa.

Agosto, 2020

Contáctanos



www.sudamericarural.org



/IPDRS



/CapitaniaMachareti



/Capitania-Zona-Villamontes-125024325564103



/Capitanía-Zonal-Santa-Rosa-112423770116509



/sudamerica_rural



@IPDRS



Sudamérica Rural IPDRS

Índice

1. Introducción	6
1.1. Objeto del proyecto de sistematización.....	7
1.2. Ubicación de las ferias guaraníes analizadas.....	7
2. Mapeo de las ferias	9
2.1. Ferias de Villamontes	9
2.2. Ferias de Macharetí	11
2.3. Ferias de Huacaya.....	15
3. Experiencia en Tentamí, Macharetí	18
4. Dimensión económica.....	21
5. Dimensión social	24
6. Dimensión cultural.....	28
7. Acompañamiento institucional.....	35
7.1. Capacitación e interaprendizaje	35
7.2. Logros	37
7.3. Dificultades.....	40
7.4. Retos	41
8. Conclusiones	46
Anexo: Calendario de Ferias	48

Tablas

Tabla #1 Grupo etario Villamontes.....	9
Tabla #2 Ganancia en la Feria Villamontes.....	11
Tabla #3 Grupo etario Macharetí	13
Tabla #4 Ganancia en la Feria Macharetí.....	14
Tabla #5 Grupo etario Huacaya.....	15
Tabla #6 Ganancia en la Feria Huacaya	16

Gráficos

Gráfico #1 Mapa: Municipios de Macharetí, Villamontes y Huacaya, Bolivia.....	7
Gráfico #2 Productos que se ofrece en la feria Villamontes.....	10
Gráfico #3 Productos que mas se venden Feria Villamontes	10
Gráfico #4 Productos que se ofrecen, Feria Macharetí (julio)	12
Gráfico #5 Productos que se ofrecen, Feria Macharetí (octubre).....	14
Gráfico #6 Productos que se ofrecen Feria Huacaya.....	15
Gráfico #7 Idiomas aprendidos en Macharetí	30
Gráfico #8 Idiomas aprendidos en Huacaya	31
Gráfico #9 Idiomas aprendidos en Villamontes.....	31



Foto: Cestería de doña Nercida Clemente y Valentín Evangelista, Macharetí Estación, Macharetí

1. Introducción

El mercado es más que un espacio de intercambio de bienes. Es un espacio de relación interpersonal e intergrupala, producción cultural, cohesión social y familiar, búsqueda de mejores condiciones de vida, un espacio para promocionar la gastronomía local e impulsar la soberanía alimentaria. En el mercado campesino guaraní, se pueden distinguir diferentes mecanismos particulares de la región, además de la compra y venta de productos. Por ejemplo, el yepuepi guaraní: *"Doy, porque tuve buena cosecha y espero que algún día tengas la misma gracia para dar. El yepuepi no es una forma de intercambio."*

El mercado guaraní, como todo ámbito social, no ha sido estático, sino que ha cambiado con el paso de los años. Fenómenos externos a éste han significado modificaciones y necesidad de adaptación; por ejemplo, el desarrollo del transporte, la construcción de carreteras, la llegada de nuevas tecnologías de comunicación (teléfonos móviles e internet), así como también los cambios políticos y sociales en el país. Lo más importante: Los productos de la matriz productiva de los campesinos tienen una demanda creciente.

La participación de los pueblos indígenas y campesinos en los mercados, tanto en su papel de oferentes como en el de demandantes de productos, debe ser fomentada, porque, como veremos, es una actividad que impulsa el desarrollo de la región, contribuyendo a la gestión territorial, promueve e incentiva la producción local, además de generar estabilidad económica y mejorar la calidad de vida en los hogares guaraníes.

Los mercados campesinos y de pueblos indígenas deben constituirse independientes y sustentables, sin que eso signifique cerrarse a la adaptación y aprovechamiento que alianzas externas significa. Es decir que la vigencia de estos mercados, no debe depender de su penetración a los sistemas de comercialización que representan el mercado capitalista moderno, si bien se pueden abrir y participar en sus canales, no se debe hacerlo a costa de los mecanismos tradicionales e *"informales"* existentes. De igual manera, se debe siempre guardar un margen de autonomía de los mercados campesinos y de los pueblos indígenas con respecto al estado. Se debe evitar el desarrollo de economías de enclave, pues no significan desarrollo a largo plazo.

Como veremos más adelante, el desarrollo y el fortalecimiento económico a nivel macro y micro en el territorio no es el único beneficio ni la única razón de ser de este proyecto. Una función muy importante de los mercados y ferias es el fomento a la cultura. Se busca entonces, rescatar prácticas ancestrales propias del pueblo guaraní para reforzar la identidad e incentivar el uso del lenguaje.

Si se busca mejores condiciones de sostenibilidad de los territorios, se debe promover una participación activa de los actores locales como productores y compradores en ferias y mercados de manera permanente, sostenible y autónoma.

El mercado es una actividad económica ampliamente desarrollada en zonas del occidente del país, factor que significó un elemento clave en el desarrollo y crecimiento de su población. Los indígenas de tierras bajas son productores de alimentos y artesanías de alta calidad, pero necesitan establecer redes y espacios comerciales para el mejor aprovechamiento de su producción.

1.1. Objeto del proyecto de sistematización

Se abordan dos aspectos en la presente sistematización: a) las ferias agro productivas, artesanales, gastronómicas y culturales que se desarrollan en tres municipios guaraníes. b) Las acciones del proyecto *“Territorios indígenas en el acceso al mercado y su agenda económica en el Chaco boliviano”*, impulsado por el IPDRS y apoyado financieramente por Manos Unidas (2019-2020).

1.2. Ubicación de las ferias guaraníes analizadas

Este documento pretende comprender mejor las ferias productivas, artesanales y gastronómicas guaraníes de tres capitanías del Chaco boliviano: Capitanía Zona Macharetí (Macharetí), Capitanía Zona Villamontes (Villamontes) y Capitanía Zona Santa Rosa (Villa de Huacaya).

Gráfico #1 Mapa: Municipios de Macharetí, Villamontes y Huacaya, Bolivia



Fuente: Elaboración propia.



Foto: Productos nativos de la Comunidad de Tentamí, Macharetí

2. Mapeo de las ferias

A continuación, analizaremos las características económicas, productivas y sociales de las principales ferias de los tres municipios.

2.1. Ferias de Villamontes

La feria de Villamontes se lleva a cabo en el mes de diciembre. El año 2019, se realizó el 15 de diciembre. Tiene como principales objetivos revalorizar y conservar el Ñandereko, además de generar ingresos para las familias guaraníes. Por lo mismo, es un espacio donde el aspecto cultural es sumamente importante y tiene mucha presencia en todas las actividades de la feria. El año pasado, contó con la participación de las quince comunidades que comprenden la capitanía de Villamontes, además de la participación de feriantes de las capitanías de Macharetí y Santa Rosa. Entre los vendedores de la feria de Villamontes encontramos una participación predominantemente femenina. También encontramos que la mayoría de los feriantes tienen más de 35 años.

Tabla #1 Grupo etario Villamontes

Sexo / Edad	Hasta 35 años	36 años o más	Total
Mujer	3	14	17
Varón	1	1	2
Total	4	15	19

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

La gastronomía (repostería como roscas y queques) y las bebidas locales como la chicha juegan un papel preponderante en esta feria, seguidos de la artesanía (tejidos a mano, trabajos en madera, alfarería y trabajos en barro).

Los productos que más se venden en esta feria son la chicha de maíz y las artesanías, las cuales son consideradas de alta calidad por la población demandante.

Gráfico #2 Productos que se ofrece en la feria Villamontes



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Gráfico #3 Productos que mas se venden Feria Villamontes



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

En cuanto al movimiento económico que representa la feria de Villamontes, tenemos que alrededor de la mitad de los feriantes trajo a la feria un valor de entre 50 a 200 Bs. en productos y la otra mitad, entre 200 y 1000 Bs. El número de feriantes que normalmente gana un monto de 50 a 200 Bs. en las ferias es de igual manera, cercano a la mitad del total

y la otra mitad, de 200 a 1000 Bs. Aunque los feriantes que ganan más no siempre son los mismos que los que invierten más. Estos datos son aproximados, basados en la encuesta realizada por el equipo. El monto de ganancia generada depende de muchos factores como la comunicación, la presentación, los precios y el tipo de productos que se ofrece.

Tabla #2 Ganancia en la Feria Villamontes

El valor en Bs. del producto que trajo a la feria	Número de productores	Monto en Bs. que normalmente gana en la feria	Número de productores
De 50 a 200 Bs.	10	De 50 a 200 Bs.	10
De 200 Bs a 1000 Bs.	9	De 200 Bs a 1000 Bs.	9
Total	19	Total	19

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Una de las ferias artesanales bien particular, a nivel de la comunidad guaraní, es Chimeo. Chimeo comenzó con 10 personas y actualmente son 34 hombres y mujeres productores los que están involucrados. A pesar de la pandemia, han hallado modos de promocionarse y crecer aprovechando las ventajas de las redes sociales como son los grupos de WhatsApp. Se trabajó con las mujeres que tienen huertos familiares. Los productos que son comercializados son el repollo, el tomate, la acelga, la cebolla, la espinaca y el cebollín, obras artesanales en bejuco como sillas y mesas que también se promocionan por WhatsApp. Por el tema de la seguridad sanitaria, los productores no salen de sus casas y son los compradores quienes recogen los productos de sus casas los días miércoles o viernes. Según la Mburuvicha Paulina Cuevas, los beneficios van más allá de los económicos. Todas estas actividades permiten la unidad y el diálogo constante entre los comunarios.

2.2. Ferias de Macharetí

Macharetí tiene dos ferias importantes, una realizada en julio y otra en octubre.

En el mes de Julio, se celebra la fiesta patronal del pueblo. Se realizan diferentes actividades entre cívicas, económicas y culturales. En las ferias artesanales gastronómicas y productivas, se ofrecieron obras de artesanía como muebles de bejuco, canastas de caña hueca, la gastronomía típica como roscas y la infaltable chicha de maíz, además de la medicina tradicional. También hay participación de ganaderos, lo cual dota a la feria de una característica más heterogénea. Nuevamente, la presencia de las mujeres comerciantes es superior en número que la de los hombres. Ellas conforman alrededor del 80% de los feriantes, según las encuestas.

Gráfico #4 Productos que se ofrecen, Feria Macharetí (julio)



Fuente: *Elaboración propia en base a encuestas. (2019).*

En las ferias de julio de Macharetí, los principales productos ofertados son los gastronómicos (repostería, platos típicos, etc.) junto con las bebidas locales (chicha, aloja y somó) y también los licores artesanales. También hay gran variedad de artesanías (tejidos, muebles de bejuco, poros, tutumas, trabajos en madera, trabajos en cuero). El producto con más demanda es la chicha de maíz. Los alimentos elaborados a base de maíz son muy requeridos, lo que convierte al maíz en el principal pilar productivo de la feria.

La feria de octubre es parte de los festejos por la fundación de la Capitanía Zona Macharetí y aglutina a una gran cantidad de productores miembros de la misma Capitanía y de otras capitanías de la región. En esta feria, de igual manera, la presencia de las mujeres es predominante.

La Feria de octubre de 2019 ha recibido 133 expositores, de los cuales 98 fueron mujeres productoras y 35 hombres productores. Otra característica de esta feria es la alta participación indígena guaraní, si se la compara con la feria de julio. Para hacer la respectiva convocatoria a los feriantes, se llamó a una asamblea zonal y se logró que nueve jóvenes, cinco mujeres y cuatro varones, guaraníes participaran activamente en la etapa de planificación. También se aprovechó la página de Facebook de la capitanía para la convocatoria.

Las autoridades que participaron de la feria fueron las autoridades comunales y el directorio de la capitanía. También se contó con la participación de autoridades invitadas de las capitanías Santa Rosa y Villamontes y dos mujeres feriantes de Paraguay. Las instituciones públicas que formaron parte fueron el Gobierno Municipal de Macharetí, el concejo Municipal de Macharetí,

la Coordinadora del pueblo guaraní - Gobernación de Tarija y finalmente, las instituciones privadas CIPCA Regional Camiri, IPDRS, Fundación ACLO- Villamontes, FA-MMAyA.

Los productos que se ofrecen en esta feria son artesanías (tejidos, obras en barro, madera, bejuco, caña hueca, cuero, tutumas bordados), medicina tradicional, miel, derivados del maíz (como la chicha, la aloja, el tujuré, achi cocido, tostado de maíz blando, mote pelachi, tamales, bizcochos, queques, chima, etc), semillas nativas (zapallo, anco, camote, yuca, maíz blando, maíz duro, maíz overo, cumanda wiraya, maní), lácteos y derivados, licores de frutas, alimentos criollos (locro de gallina criolla, asado de chancho, sopa de maní, dulce de anco, tostado con chicharrón, empanada de maíz, tostado con huevo criollo, tujuré con leche de vaca, etc). Leguminosas, verduras, hortalizas, cereales, fruta. También hay presencia de ganaderos que ofrecen la venta de ganado mayor, carne y lácteos. También hay feriantes que ofrecen artículos de formación, entretenimiento y educación, como pinturas y libros.

La mayor parte de los oferentes en esta feria tiene más de 35 años. La preponderante participación de personas mayores en las ferias debe ser resaltada y también debe significar una invitación a las poblaciones más jóvenes a participar de las mismas. Gracias a las encuestas, podemos apreciar un aproximado de la cantidad de feriantes menores de 35 años con relación al número de feriantes mayores.

Tabla #3 Grupo etario Macharetí

Sexo / Edad	Hasta 35 años	36 años o más	Total
Mujer	10	26	36
Varón	0	5	5
Total	10	31	41

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Como podemos ver en el gráfico (ver infra), En la feria de Octubre de Macharetí también son las artesanías, los productos con más oferta, junto con la gastronomía (repostería como queques y roscas, productos derivados del maíz) y las bebidas locales (chicha y somó).

Sin embargo, en esta feria, el producto más vendido fue la chicha de maíz.

Gráfico #5 Productos que se ofrecen, Feria Macharetí (octubre)



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Según las encuestas, la mayor parte de los feriantes trajo a la feria un valor inferior a 200 Bs en productos y es similar la cantidad de feriantes cuya ganancia normalmente es de 50 a 200 Bs. Pero un dato interesante es que hay feriantes que lograron una ganancia de más de 1000 Bs.

Tabla #4 Ganancia en la Feria Macharetí

El valor en Bs. del producto que trajo a la feria	Número de productores	Monto que generalmente gana en las ferias	Número de productores
De 50 a 200 Bs.	27	De 50 a 200 Bs.	23
De 200 Bs a 1000 Bs.	12	De 200 Bs a 1000 Bs.	10
Más de 1000 Bs.	2	Más de 1000 Bs.	2
Total	41	Más de 1000 Bs.	6
		Total	41

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

2.3. Ferias de Huacaya

La XII feria productiva y de comidas saludables típicas de Santa Rosa de Lima en el municipio de Huacaya se llevó a cabo en agosto del pasado año. Contó con la presencia de feriantes de las diez comunidades que comprenden la Capitanía Zonal de Santa Rosa, además de la participación de productores de la capitanía zonal de Macharetí. La presencia de las mujeres es una vez más predominante en términos numéricos y la mayor parte de los y las vendedoras tenían más de 36 años de edad.

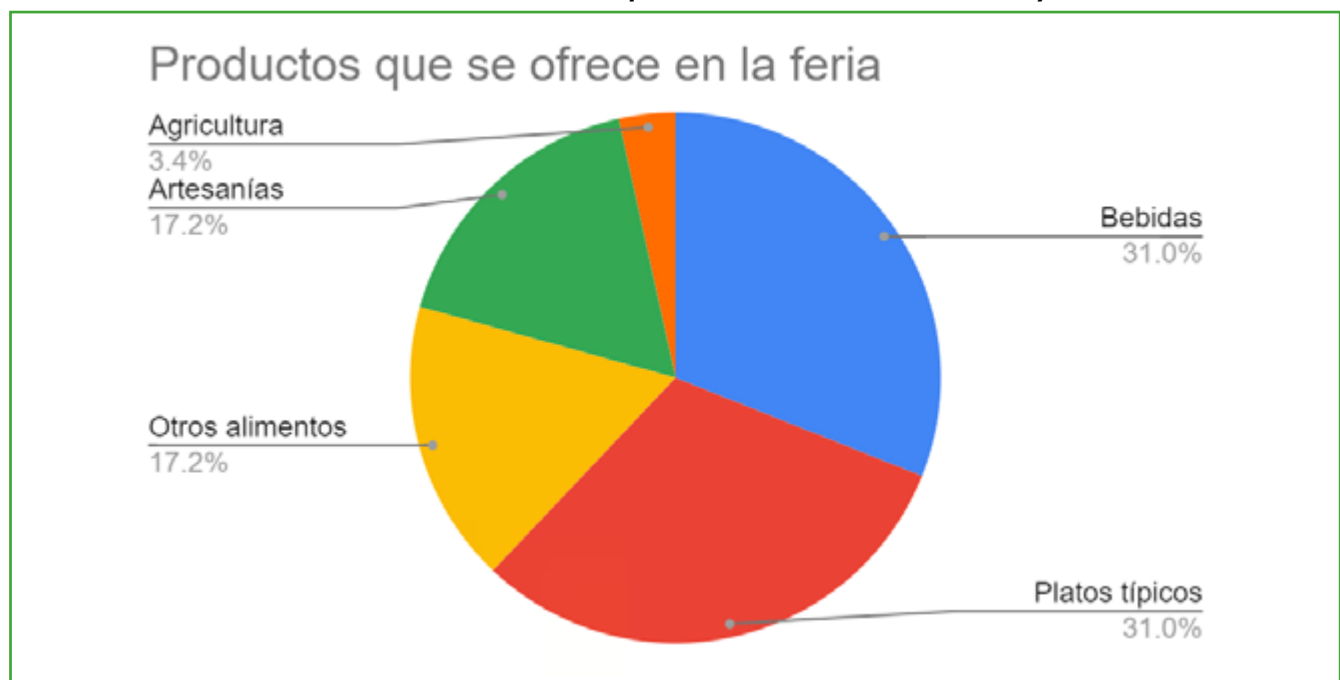
Tabla #5 Grupo etario Huacaya

Sexo / Edad	Hasta 35 años	36 años o más	Total
Mujer	7	18	25
Varón	0	3	3
Total	7	21	28

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Los principales productos comercializados fueron los platos típicos (locro de gallina o frangollo) y las bebidas (chicha de maíz y somó), pero también otros alimentos de repostería (rosca, queques y piri). Entre las artesanías se vendieron tejidos, muebles de bejuco y obras en cuero.

Gráfico #6 Productos que se ofrecen Feria Huacaya



Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

La mayoría de los productores trajeron a la feria un equivalente a menos de 200 Bs. en productos. Más de la mitad gana normalmente por encima de 200 Bs. en cada feria. Significa que hay muy buena acogida por parte de los visitantes. Hay buena venta y oportunidades de crecimiento.

Tabla #6 Ganancia en la Feria Huacaya

El valor en Bs. del producto que trajo a la feria	Número de productores	Monto en Bs. que normalmente gana en la feria	Número de productores
De 50 a 200 Bs.	19	De 50 a 200 Bs.	11
De 200 Bs a 1000 Bs.	9	De 200 Bs a 1000 Bs.	17
Total	28	Total	28

Fuente: Elaboración propia en base a encuestas. (2019).

Además de las ferias previamente detalladas, existen, en estos municipios, otras ferias con diferentes características. Existen ferias más chicas, comunales y ferias municipales cuya convocatoria es mayor.

Un aspecto que llama la atención y que está presente en todas las ferias estudiadas es la poca participación de la población menor a 35 años. En base a entrevistas a productores de las distintas comunidades y a la Mburuvicha, Paulina Cuevas, se tiene que esto se debe a que los jóvenes no tienen interés en las ferias, pero que tampoco existe la convocatoria necesaria para que estos formen parte. Es un punto de gran importancia para tomar en cuenta, pues según detalla Paulina Cuevas, en algunos hogares existe la violencia, el machismo y otros problemas que fomentan que los y las jóvenes salgan de sus casas. La inserción de la población joven al rubro productivo-comercial constituye una alternativa para los y las jóvenes. En este sentido, se ha logrado la participación de algunos jóvenes en el caso de Chimeo. Los varones jóvenes empezaron como aprendices de los artesanos que elaboran sillones rústicos y los jóvenes empezaron con el oficio de tejedoras. Esto significa un ingreso extra para las familias, una alternativa de ocupación sana para la juventud y un logro para la comunidad entera.



Foto: De izquierda a derecha. Niño Abraham Mani, Santa Carbajal, Cristina Félix, Bartolina Segundo, Antonia Cuellar y la niña Milenia Mani, Feria de octubre de 2019, Capitanía Zona Macharetí

3. Experiencia en Tentamí, Macharetí

La Capitanía Zona Macharetí está en el municipio de Macharetí, el cual se encuentra al este del departamento de Chuquisaca y pertenece a la provincia Luis Calvo en el Chaco boliviano. Es un territorio dividido en 27 comunidades guaraníes.

La población de Macharetí tiene como principal rubro económico, la producción agrícola, pero la ganadería también es importante en la región. Como principal producto agrícola se tiene al maíz en cual se comercializa también en productos elaborados como la chicha de maíz o en platos típicos y repostería. Se desarrollan, en este territorio, diversas ferias de diferentes características. Las mencionadas ferias de julio y de octubre son algunos ejemplos. Las ferias sabatinas de reciente creación son un caso sobresaliente.

Las ferias de fin de semana y en semana desde las iniciativas de las mujeres.

La comunidad de Tentamí que está ubicada a 30 minutos de Macharetí, comprende unas 45 familias guaraníes, en su mayoría productoras.

Las mujeres de Tentamí han ido consolidando las llamadas “ferias sabatinas” desde inicios del año 2019, para comercializar su producción en Macharetí Central (llevadas a cabo en la plaza principal del municipio cada fin de semana) y también en Villamontes. Esta iniciativa ha encontrado tropiezos, pero éstos sólo han mostrado la fortaleza y decisión de las productoras. Se trata de un grupo de mujeres que empezaron a organizarse para vender sus productos semanalmente y de esta manera, aportar a la economía familiar. Según el relato de ellas mismas, no ha sido fácil empezar con estas ferias periódicas, pues significó conquistar nuevos retos como vencer la timidez y lograr hablar con las personas. Ahora, ellas se sienten mucho más cómodas e impulsan a otras mujeres a unirse a esta actividad y de esa manera disfrutar de los beneficios que la misma trae a las familias. Las ferias sabatinas aportan a la mejora de la calidad de vida de las familias que forman parte, pero también al desarrollo y gestión territorial a nivel más general. En palabras de Santa Carvajal, miembro del Grupo de mujeres de Tentamí:

“La iniciativa de poder participar en el mercado, para nosotras como mujeres, es de manera favorable y sobre todo, esto ayuda a la economía familiar, el sustento de nuestros hijos y el hogar. Como mujeres, siempre buscamos las maneras de contribuir a mejores días, y esta iniciativa que se ha dado por parte de las mujeres y gracias al apoyo de las instituciones para nosotros como pueblo guaraní es un desarrollo.”

Ya en el año en curso, 2020, las ferias sabatinas han sido fuertemente afectadas por la pandemia del Covid-19 y por las nuevas medidas de seguridad como la cuarentena y el distanciamiento social. No sólo fueron las nuevas disposiciones del gobierno central que se dispusieron a nivel nacional, las que afectaron la continuidad de las ferias, sino también el temor al contagio por parte de los mismos pobladores. Paralizándose esta actividad económica, la economía familiar de las y los productores empezó pronto a notar la falta de esos ingresos en el presupuesto de sus familias.

Sin embargo, las y los productores han sabido sobrellevar la crisis e incluso salir fortalecidos por la alta demanda, por parte de los compradores, de productos saludables para precisamente precautelar la salud en esta crisis sanitaria.

Las autoridades de la Capitanía Macharetí y el IPDRS adquirieron dos variedades de maíz nativo con el fin de sembrar 20 hectáreas para ayudar a paliar los efectos negativos que trajeron la pandemia sumada a la invasión de langostas y que las familias productoras puedan retomar las actividades productivas y reactivar la economía de manera autónoma. Otra actividad de las mujeres que ha sido y es fomentada es la transformación del maíz nativo para su posterior comercialización.

Este es un fragmento de la opinión de uno de los esposos de una productora de Tentamí que forma parte de las mujeres que llevan a cabo las ferias sabatinas. Él es artesano de artículos de madera. En su comentario, refleja la mejora de las condiciones de venta de sus artículos:

“Está bien esa feria, porque ahí es más fácil vender (...) ella (su esposa) lleva chicha y yo llevo las bateas. Es más fácil. Yo ya no he caminado calle por calle, sino que ahí nomás, tengo compradores.” (Productor de Tentamí, Gabriel Segundo).



Foto: Erminia Durán, ceramista de la Comunidad La Vertiente, Villamontes

4. Dimensión económica

Las comunidades guaraníes tienen como principal actividad económica la agricultura y como producto más importante, el maíz. Practican también la ganadería a pequeña escala. El crecimiento de la economía de la región es una prioridad y este crecimiento puede ser garantizado si existe un permanente flujo de recursos e inversiones con autonomía.

Además de la agricultura y el ganado, las comunidades guaraníes de la región han participado, a manera de generar más ingresos, en la venta circunstancial de mano de obra fuera de su territorio, además del aprovechamiento y explotación de los recursos naturales donde son terceros quienes se benefician de los recursos de la región. Existen muy pocos casos en los que los habitantes de estas comunidades han conseguido realizar una actividad económica sustentable que responda a las expectativas y necesidades de la creciente población. Es muy importante entonces incursionar en nuevos y mejores mecanismos de obtención de ganancias para el desarrollo y bienestar de las familias.

El comercio es una actividad que permite:

- a) Generar recursos económicos para el sustento y bienestar de la familia al ser un ingreso extra que permite mejor alimentación, mayores niveles de educación, etc.
- b) Desarrollar habilidades como nuevas técnicas de agricultura, cuidado y aprovechamiento de las semillas, innovación en la artesanía, y perfeccionamiento de la técnica para responder a la demanda. El comercio de productos guaraníes incentiva la producción y la innovación local.
- c) Entablar relaciones sociales y crear redes de contactos que permitan más producción, más ventas, mayor promoción de los productos propios guaraníes en nuevos espacios y crear un mercado potencial cada vez más grande.
- d) Oportunidades de incursión en nuevas actividades y espacios que antes no eran considerados.

Todo esto se traduce en el mejoramiento de la calidad de vida de las familias guaraníes. Se estima que en cada una de las dos ferias realizadas en Macharetí, hubo un movimiento

económico de un promedio aproximado de 32.483 Bolivianos o su equivalente, 4.705 dólares americanos. Lo que quiere decir que, en promedio, cada uno de los 131 participantes tuvo una venta equivalente a 36 dólares.

En el caso de la feria de Villamontes, hubo un movimiento de aproximadamente 12.061 Bolivianos ó 1.747 dólares americanos y un promedio de venta de 46 dólares por cada uno de los 38 participantes.

En la feria de Huacaya, se tuvo en la gestión pasada un movimiento económico de alrededor de 10.114 Bolivianos ó 1.465 dólares americanos que significa un promedio en ventas de 28 dólares por cada uno de los 51 participantes.

En cuanto a las ferias sabatinas, se tiene como promedio de venta unos 2.147 Bolivianos, ó 315 dólares americanos en cada feria. En total, en 31 semanas, se había vendido un aproximado de 67.417 Bolivianos (9.765 dólares). Estos datos corresponden a la gestión 2019, es decir, previamente a la crisis sanitaria por el Covid-19 y la consecuente cuarentena.



Foto: Feria guaraní de la Capitanía Zona Villamontes, 15 de diciembre de 2019

5. Dimensión social

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda, CNPV 2012, en Macharetí había entonces una población de 7.418 habitantes, 54,48% de los cuales eran varones y 45,52%, mujeres. En Huacaya, 2.541 habitantes de los cuales el 55,18% eran varones y el restante 44,82%, mujeres. En Villamontes, una población de 9.639, siendo el 55,32% varones y el 44,68% mujeres (INE, 2012). En todos los territorios, la población masculina es superior en número a la femenina. En los municipios de Macharetí, Huacaya y Villamontes, el 79,76%, el 93,45% y el 33,78% respectivamente se identifica con la nación guaraní (INE, 2012). La población guaraní en todo el chaco boliviano comparte ciertas características socio-culturales, como por ejemplo: la unidad, la integridad y principalmente la reciprocidad que son valores muy importantes para esta sociedad.

La identidad guaraní incide en la vida social y política de la región, por ejemplo, la estructura tradicional comunitaria y la democracia comunitaria rotativa. Los guaraníes tienen una fuerte conexión con la tierra, pues ésta les provee de los medios de supervivencia. La actividad comercial no forma parte de la cultura guaraní, pero con el fin de mejorar la calidad de vida, es una alternativa muy buena que ha generado excelentes resultados. Hay una respuesta positiva de los clientes, pues existe una confianza en los bienes producidos por los pueblos guaraníes y son considerados de alta calidad, más saludables y además, únicos por el contenido simbólico cultural.

La emergente y creciente actividad comercial en el territorio modifica y re configura las características familiares y sociales de las comunidades. Modifica las relaciones sociales y crea nuevos lazos propicios para el crecimiento económico. Estas nuevas características se van dando a partir de la participación de la mujer en espacios públicos, la creación de redes de contactos entre productores y consumidores y la creación de nuevos hábitos de consumo a causa de una mejora en los ingresos económicos familiares.

Las mujeres juegan un rol de singular importancia en la economía familiar, ahora más que nunca, pues además del trabajo realizado en el hogar y la crianza de los hijos, ellas significan el cierre del ciclo productivo al incursionar en la comercialización de los productos que ellas mismas, junto con sus parejas, han producido.

En la entrevista a las productoras de la comunidad de Tentamí, Santa Carvajal y Mariela Banico en fecha 3 de octubre de 2019, pudimos identificar elementos sobre la participación de las mujeres en la actividad comercial. Su generación tuvo problemas económicos para continuar los estudios posteriores al bachillerato. Sin embargo, gracias a la mejora económica

por el aumento de ingresos debido a su participación en las ferias por medio del comercio, consideran que sus hijos ya tienen o tendrán la oportunidad de seguir estudiando después de salir bachiller. El futuro de sus hijos es su principal motivación. Son mujeres de actitud replicable. Producen sus productos, los comercializan y, además, buscan más espacios donde poder venderlos. También traen otros productos cada semana, para vender.

“En la casa, las mujeres siempre estamos trabajando, todavía más que el hombre. Cuidando la casa, producción y cría de animales. A parte que mantenemos la casa, también nos dedicamos a la producción, al cuidado de los animales Tenemos que ayudar al potrero.” (Santa Carvajal, ex mbruvicha, Comunidad Tentamí)

Las mujeres de las comunidades tienen disposición para trabajar, pero al principio no siempre es fácil salir de la zona de confort. Es importante que se pierda el miedo y la timidez. Las mismas mujeres se alientan entre sí y comparten sus buenas y malas experiencias para animar a otras, pues no siempre se vende igual y esto puede ser desmotivante para algunas al principio;

“... aunque a veces no se vende, a veces se vende todo, también. La venta es así. Yo, todo he hecho la prueba. A veces yo me dedico a vender, a veces vendo y a veces no vendo, pero yo no me rindo. Hay que ir, hay que ir.” Santa Carvajal, ex mbruvicha, Comunidad Tentamí)

Una vez que este grupo de productoras empezaron, demostraron un compromiso e interés genuino, materializándose en el hecho de acudir a las ferias de los sábados a pesar de las características climáticas que no siempre han permitido un fácil desplazamiento. No solo con el fin de obtener la ganancia que les permita alimentar a sus familias, sino también por consideración y compromiso con sus compradores, pues saben que ellos van a acudir a los mercados.

Sus hábitos productivos también han cambiado con las ferias. Ahora deben producir más, elaboran chicha para la venta, etc, pues deben responder a la demanda de los consumidores. A raíz de la emergencia sanitaria por el covid-19, acatando las normativas estatales, el Municipio de Macharetí ingresa a la cuarentena rígida a partir del 12 de Marzo, lo cual hace que las actividades del acceso al mercado por parte de las mujeres productoras de la comunidad de Tentamí se vean postergadas. Sin embargo, después de un análisis de la situación, en consenso con las autoridades de la Capitanía Zonal, Autoridades Municipales y el COEM Municipal y respetando los protocolos de seguridad sanitaria establecidos para cuidar la salud tanto de las productoras, como de los clientes, se decide dar continuidad a la actividad comercial cambiando las fechas, y trabajando según un cronograma establecido. Las comunidades que retoman la actividad comercial son tres: Isipotindi, Tatí y Tentamí, en la

plaza principal de 06:00 am a 12:00 pm con todas las medidas de seguridad y con amplia demanda, pues como se detalló previamente, precisamente la emergencia sanitaria insta a los consumidores a buscar alimentos sanos, de calidad y confiables.

Posteriormente, el Gobierno Municipal dotó de ambientes seguros para la realización de las ferias, el Mercado Municipal de Macharetí.

Las ferias sabatinas deben ser fomentadas para que puedan crecer en número de productoras y se consoliden en el tiempo. Es importante que se mantengan autónomas y que se adhieran mujeres productoras de más comunidades, a la vez de ampliar la convocatoria a más potenciales compradores. El beneficio que las mismas han otorgado a la economía de las familias productoras que las conforman es considerable y debe ser replicado en otras comunidades, valiéndose de la experiencia de las mujeres de Tentamí.



Foto: Artesanía y chicha guaraní de la Comunidad de Tentamí, Machareti

6. Dimensión cultural

La producción guaraní recoge el conocimiento ancestral. Los métodos de producción fueron transmitidos por generaciones y tienen gran significado para los pueblos. Su relación con la tierra se remonta a épocas previas a la colonia y mantienen la medicina tradicional local. En todas las ferias, están presentes la medicina tradicional, la gastronomía guaraní y las obras de artesanía locales, que son diferentes a las de cualquier otro grupo social. Todos estos elementos culturales deben ser promovidos e incentivados, pues no sólo dotan de un carácter único a las ferias guaraníes, sino que corren el riesgo de ser absorbidas por fuertes influencias culturales foráneas.

Particularmente, en la feria de Macharetí se ha ido desarrollando actividades culturales que tienen la finalidad de rescatar, conservar e incentivar los elementos propios de la cultura guaraní. Las nuevas actividades culturales llevadas a cabo en la feria de Macharetí son las siguientes. Una noche cultural, con la participación de artistas músicos y bailarines que ofrecen un espectáculo de música y danza guaraníes interpretado por las Capitanías de Villamontes y Macharetí y con la participación de niños.

También, se organizaron juegos tradicionales guaraníes. Para lo cual, se consultó con los abuelos y abuelas, cuyo resultado fue rescatar, por ejemplo: el lanzamiento de flecha con arco de madera, el juego del topo, el juego de la taba y adivinanzas en guaraní.

Lanzamiento de flecha con arco de madera



Foto: Porfirio Olegario, Comunidad de Tentamí, Macharetí.

El lanzamiento de la flecha con arco de madera es una actividad muy antigua y en la feria de Macharetí es un evento competitivo que atrae a muchos espectadores. Se valora la puntería de los participantes.

El juego del “topo”



Foto: Topo elaborado por don Carlos Cuellar, Comunidad de Tentamí, Macharetí.

El juego del topo consiste en la elaboración de una especie de pelota pequeña hecha de chalas de choclo que es posteriormente coloreada. Se juega entre dos participantes, los cuales se pasan el topo lanzándolo hacia el otro participante quien lo devuelve y así sucesivamente. El participante que lo deje caer al suelo, pierde. Se puede jugar entre varones, entre mujeres o varón con mujer. El ganador recibe un premio que puede ser una jarra de chicha o una artesanía.

El juego de la taba



Foto: De izquierda a derecha. Ediviges Chambaye, alcalde del Municipio de Macharetí y el mbruvicha Crispín Rojas en la Feria de octubre de 2019.

Para el juego de la taba, se necesita la taba y el queso. El queso es un cuadrado de barro que se prepara en el suelo. Es el espacio donde se lanzará la taba desde una distancia de 6 metros. La taba es una pequeña pieza de hueso de la vaca o del toro. El participante que

lance la taba al queso y que logre que ésta caiga con el lado hueco de la misma hacia arriba es el ganador y el participante que pierde debe pagar con chicha, cerveza o una artesanía, a manera de penitencia por haber perdido.

Adivinanza:

En guaraní:

*Iñakäguasu, iñakä chaiti
Tairusu yave ipõra michi
Okuakuama yave jjepotongoo.
¿Mbaerako, mbaerakoo...?
- Samuü*

En español:

*Tiene la cabeza grande, cabeza de bruja.
Cuando es jovencita, es muy hermosa.
Cuando se hace más grande, es súper panzón.
¿Qué es? ¿Qué es?
- El Taborochi*

Las adivinanzas en guaraní, que a veces tienen un toque picaresco, también juegan un papel importante, pues no sólo sirven de entretenimiento para los visitantes, sino también tienen el fin de rescatar y revalorizar el idioma. Según el Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2012, el idioma en el cual aprendió a hablar la mayor parte de la población en las comunidades de Macharetí, Huacaya y Villamontes es el español con un 83%, 80% y 69% respectivamente. El guaraní es la segunda lengua más importante según el número de personas que lo aprenden en su niñez, en los municipios de Macharetí (11%) y Huacaya (18%), siendo el tercer idioma en el municipio de Villamontes, donde el idioma Weenhayek es la lengua que aprendió en su niñez un 20% de la población y el guaraní, la de un 4%.

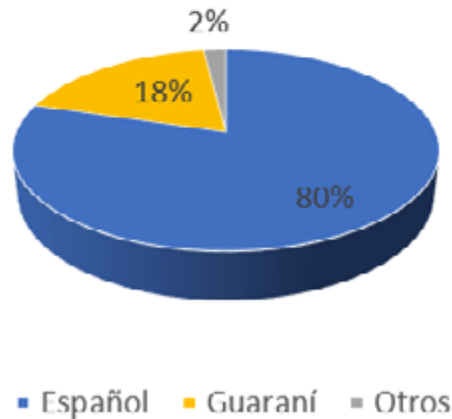
Gráfico #7 Idiomas aprendidos en Macharetí



Elaboración propia en base a los datos del CNPV 2012 (INE).

Gráfico #8 Idiomas aprendidos en Huacaya

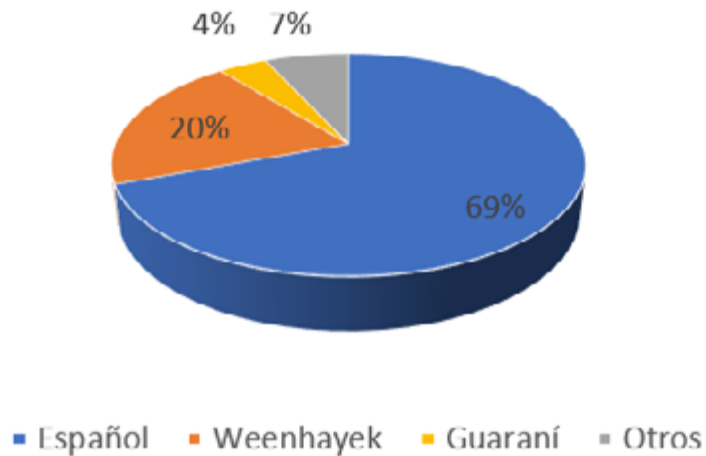
Idioma que aprendió a hablar en su niñez (Municipio de Huacaya)



Elaboración propia en base a los datos del CNPV 2012 (INE).

Gráfico #9 Idiomas aprendidos en Villamontes

Idioma que aprendió en su niñez (Municipio de Villamontes)



Elaboración propia en base a los datos del CNPV 2012 (INE).

El idioma es una parte esencial de toda identidad cultural. Un fenómeno que ocurre en todo el globo es que algunos idiomas, ya sea por su practicidad, la necesidad u otros aspectos, van ganando terreno en detrimento de otros. Es urgente, entonces, fomentar el aprendizaje y uso de nuestras lenguas para que no desaparezcan. Por esto, el maestro de ceremonias en las ferias también tiene el rol de rescatar el uso de la lengua guaraní empleándola en sus funciones de presentación, introducción y amenización a lo largo de las jornadas de feria. Esto ha sido apreciado positivamente por los visitantes.

Además de los productos ofertados, los juegos tradicionales y el idioma, la vestimenta también es un elemento en la construcción de la identidad guaraní. Fue iniciativa de algunas mujeres la utilización, en las ferias, del tipoy, prenda tradicional propia de la población femenina del oriente del país.



Foto: Amanda Ferreira, mbruvicha Capitanía Zonal Macharetí en su visita a la feria de la Capitanía Zona Santa Rosa, Huacaya.

Rescatar los elementos culturales es importante porque apela a la necesidad del sentido de pertenencia a un grupo social por parte del individuo. Cada persona construye su identidad propia sintiéndose parte de una colectividad particular y diferente al resto. El capital simbólico cultural presente en las ferias guaraníes, las distingue dentro del espectro de la actividad comercial en el país, lo cual, además de ser atractivo para los clientes y los visitantes a

nivel nacional e internacional, fortalece la identidad, la cohesión y los valores propios de los habitantes del Chaco.

Sobre los productos

Avati es la palabra guaraní para maíz. Este producto es el principal alimento de las familias guaraníes, pero su importancia va más allá de su uso en la alimentación. Alrededor de su producción y su consumo, existe una construcción de relaciones sociales cuyo núcleo es la reciprocidad que se manifiesta en la vida cotidiana de cada individuo. El don que no exige retribución. El dar simplemente porque se tiene. Esta construcción crea cohesión social y sentido de comunidad fuertes. El arete es la celebración de la cosecha del maíz, la cual es un gran acontecimiento en el sentido social, cultural y económico. Es la manifestación del agradecimiento y relación cercana de la población con la tierra.

El avati, a su vez, representa pues en sí, en productos elaborados con maíz y principalmente en la chicha que se vende, constituye el principal pilar de la economía de estas comunidades. También se comercializan otros productos derivados del maíz. Como la aloja, el pito, el tujuré, achi cocido, tostado de maíz blando, mote pelachi, tamales, bizcochos, queque, winti, masitas, chima y pan.

Los productores también venden y compran semillas de zapallo, anco, camote, yuca, maíz blando, maíz duro, maíz overo, cumanda wiraya y maní.

Estando el ganado presente en la región, también se encuentran los productos derivados de la leche, como el queso y el quesillo, disponibles en los mercados.

Los principales platos criollos que se ofrecen en las ferias son: Locro de gallina criolla, Asado de chancho, Sopa de maní, Tostado de chicharrón, Tostado con huevo criollo. Otros alimentos: dulce de anco, tujuré con leche de vaca, empanada de maíz.

Los materiales de las artesanías que son ofrecidas en las ferias son los que se encuentran en el medio natural de este territorio: Barro, madera, bejuco, caña hueca, hilo. Los productos comestibles también provienen de la producción regional. Las actividades sociales, económicas y culturales de los guaraníes están estrechamente relacionadas y condicionadas por el medio natural donde habitan. Sin embargo, existe la necesidad de diversificar la producción para ampliar los mercados y así atraer a una población consumidora más heterogénea y mayor en número.



Foto: Georgina Minza, Capitanía Zona Santa Rosa, participa de la Escuela de Música y Artes que produce textiles para comercializar en ferias

7. Acompañamiento institucional

Con el objetivo de incentivar la participación de los productores guaraníes en las ferias agro productivas, artesanales gastronómicas, de manera cuantitativa y también cualitativa, se ha organizado una serie de actividades como talleres, reuniones, elaboración de material impreso, su distribución y constante comunicación interinstitucional y con los feriantes, en el marco del proyecto "Territorios indígenas en el acceso al mercado y su agenda económica en el Chaco boliviano.



Foto: Ronda guaraní en la Feria de octubre de 2019.

7.1. Capacitación e interaprendizaje

En los talleres, se abordó la importancia de conocer a los visitantes y compradores, las maneras de presentar los productos de forma atractiva, las estrategias de diseño comunicacional acorde a la clientela, consejos para la participación en la feria, manejo de los productos, cómo definir el precio de los mismos, etc. Toda esta información construida a partir de la experiencia, el análisis y el diálogo con las capitanías de Macharetí, Santa Rosa de Huacaya y Villamontes.

Las habilidades emocionales y sociales son determinantes para que un productor logre buenos resultados en la actividad comercial o no. Una actitud positiva, el contacto visual, escoger las palabras correctas para describir un producto, el lenguaje corporal son habilidades que forman parte de la estrategia de venta y deben ser aprendidas y desarrolladas a través de la experiencia y los procesos de comunicación e interaprendizaje. Otras prácticas necesarias para lograr buenos resultados son por ejemplo llevar un cuaderno de notas y elaborar un balance sobre todas las experiencias prestando atención a las diferentes situaciones y

circunstancias donde se gane más o se gane menos para aprender de las vivencias y mejorar las futuras actividades comerciales.

Los detalles en la presentación del producto al público consumidor pueden hacer la diferencia sobre vender más o vender menos. Entre estas estrategias de comunicación encontramos el diseño y creación de un logo que identifique nuestros productos. Se puede aprender, además de la experiencia y la creatividad, de las técnicas utilizadas por el resto de productores oferentes, construyendo una dinámica de competencia sana.

El aprendizaje es constante y permanente. La conversación entre oferente y demandante resulta beneficiosa para ambas partes. Hacer preguntas cordiales de tipo casual a los compradores para conocerlos mejor ayuda a mejorar el servicio que se ofrece, además de generar simpatía y propiciar una mejor relación vendedor-comprador.

Al organizar la feria. Se deben considerar siempre , entre otros factores, las expectativas, opiniones y posibilidades de los compradores. Para determinar, por ejemplo, los precios, se debe conocer la capacidad adquisitiva de los compradores, pero tener también en cuenta el costo de producción y transporte además de los precios de productos similares en otras ferias.

Las actividades que se vayan a realizar como la entrega de incentivos a los feriantes, deben ir acorde a los objetivos del proyecto. Entonces, siendo algunos de los pilares la revalorización de la cultura guaraní, la educación ambiental y la innovación, entonces los premios e incentivos deben ser entregados a los productores que ciertamente cumplan con dichos objetivos, revalorizando la cultura, adoptando alternativas ecológicas en su producción y fomentando el reciclaje. Esto es incentivar prácticas positivas para su perpetuación.

Una parte muy importante de todo proyecto es el seguimiento antes, durante y después de la feria. Debe haber una comunicación constante entre feriantes, organizadores y autoridades durante todo el proceso para lograr la retroalimentación adecuada.

Tomar en cuenta la opinión, posibilidades y necesidades de nuestra clientela nos ayudará a mejorar nuestro servicio, lo cual significa más ventas y más crecimiento de los mercados. Para tal fin, necesitamos comunicarnos con ellos. Por ejemplo, si les preguntamos cómo se enteró de la feria, sabremos cuáles son los medios de comunicación más efectivos para la convocatoria. Si los visitantes se sienten cómodos y les gusta la experiencia de la feria, regresarán las siguientes veces e invitarán a más personas, si no les gustó, ocurrirá lo contrario.

7.2. Logros

Podemos clasificar los logros identificados a lo largo del proyecto, desde una mirada retrospectiva, de la siguiente manera:

Logística y organización

El IPDRS promovió, coordinó y acompañó las diferentes ferias de los productores guaraníes desde su etapa de planificación, identificando estrategias de crecimiento y consolidación de las mismas.

La adquisición y envío de carpas para las tres capitanías guaraníes, ayudó a la organización, distribución de espacio y comodidad de los feriantes, pues al ser las ferias usualmente en espacios abiertos, ellos se encuentran expuestos al sol y la lluvia durante sus jornadas en el mercado. Otras dotaciones realizadas fueron mandiles, gorros, manteles y pizarras para los y las productoras. En el caso del mercado municipal de Macharetí, se entregó muebles para mejorar las condiciones y ambiente de trabajo.

El IPDRS organizó el diseño e impresión de etiquetas, banners, tarjetas para distintos feriantes. También se trabajó en el diseño de logotipos, lo cual fue aprovechado para invitar a nuevos productores a unirse a la actividad comercial.

Se coordinó la contratación de transporte para el traslado a Santa Rosa de 10 feriantes de la Capitanía Macharetí para su participación en la feria. Se participó en la organización, acompañamiento y coordinación para las ferias, aunque el objetivo es lograr la movilización independiente de los comerciantes, aún de los que viven en comunidades más alejadas.

Gracias a las redes sociales y al crecimiento de seguidores que se tiene, se hizo posible que la transmisión en vivo de las actividades de la feria fuera vista incluso por seguidores de otros países.

El IPDRS apoyó en la logística y organización de las ferias durante el periodo de cuarentena y el posterior periodo de flexibilización.

Cultural

Las ferias dan a conocer y promocionan la producción cultural de los pueblos guaraníes. Así, se promueven las prácticas ancestrales para que no se pierdan. Esta característica de las ferias guaraníes atrae a muchos visitantes urbanos y rurales.

Se está trabajando en la recuperación de prácticas antiguas propias de los guaraníes. Se hizo un énfasis particular en este punto en la feria de Machareti con buenos resultados, rescatando juegos tradicionales. De igual manera, se incentiva el uso de la lengua guaraní durante la feria para fortalecerla y crear el sentido de identidad en la población. Es importante poner énfasis en las poblaciones jóvenes para este cometido.

Interaprendizaje

Se organizaron talleres de motivación e interaprendizaje con los productores, pero es importante que éstas continúen. En los resultados de las encuestas a los productores, se identificaron los contenidos que los feriantes consideran que necesitan ser abordados en futuros talleres. En todas las ferias donde se han realizado las encuestas, la mayor parte de los feriantes mencionaron la necesidad de aprender acerca del negocio de la comercialización de productos y en segundo lugar, talleres sobre mejorar la producción y capacitación para aprender nuevas técnicas y saberes en la culinaria y la artesanía.

Económico

Se ha evidenciado cómo la calidad de vida de los participantes que se insertaron en las ferias ha mejorado claramente. Esto incentiva a los mismos a continuar en las ferias y trabajar en pos de su crecimiento. Según las encuestas, los feriantes tuvieron ingresos variados, pero hay quienes tuvieron ingresos considerables. La experiencia permitirá que los comerciantes crezcan y obtengan mejores ganancias con el tiempo y el crecimiento de las ferias.



Foto: De derecha a izquierda. Comprador de Villamontes; Juan Carlos Yantuina, mbruvicha de la Capitanía Zonal Santa Rosa; Lorena Potina, artesana y profesora de textil, Liseth Arancibia, tejedora y Mariluz Aruchari, joven de Santa Rosa

Participación

Se registra un incremento considerable en la participación de productores en la feria de Macharetí de octubre de 2019 con respecto a la de julio del mismo año.

Las mujeres encontraron en el mercado un espacio en el ámbito público donde poder desenvolverse y poder incrementar los ingresos de la familia. Esto también significa un fortalecimiento a nivel individual de cada una de ellas, el aprendizaje de nuevos rubros, nuevas técnicas y el perfeccionamiento de sus habilidades productivas ya existentes.

Vale mencionar también la participación de la juventud y la niñez en las ferias, aunque debe trabajarse para que esta crezca.

La consolidación de las ferias sabatinas, a pesar de las dificultades que la situación sanitaria mundial, significa para las productoras un gran logro que debe mantenerse en el tiempo y ser incentivado por las autoridades e instituciones, pues aporta mucho en la economía de cada familia y a la independencia económica de las mujeres.

Social

Se lograron consolidar nuevas relaciones entre productores y consumidores, además de nuevos ámbitos de relacionamiento y cohesión. Nuevas actividades económicas siempre significarán cambios en el ámbito social, en los cuales la población debe aprender a adaptarse. La mayor participación de las mujeres en espacios públicos fuera del hogar no anula ni reemplaza las actividades en el ámbito privado, pero modifica el paradigma familiar en un sentido positivo. Las mujeres al generar entradas económicas de manera independiente logran empoderarse y superarse.

Ambiental

Las ferias y mercados en las tres comunidades tienen la característica de ser amigables con el medio ambiente y la ecología. Las prácticas ecológicas y de reciclaje son fomentadas e incluidas en el proyecto. Se pretende que dichas prácticas se institucionalicen y repliquen en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana. La concientización respecto al cuidado del medio ambiente debe ser una constante en toda práctica e incluida en el discurso del proyecto de la consolidación y crecimiento de las ferias.



Foto: De izquierda a derecha. Saúl Aparicio, de la juventud guaraní, entrevistando a la señora Ángela Chavarría, en la Feria de octubre de 2019.

7.3. Dificultades

Todo proyecto encuentra dificultades que deben ser identificadas para prestar especial atención a las mismas y poder vencerlas.

Existió en un momento, rechazo por parte de ciertas autoridades y vecinos al asentamiento de comerciantes en la plaza, con el argumento de que la plaza no es un espacio diseñado para el comercio. Desde el IPDRS, consideramos que los espacios públicos deben estar a disposición de la población para su uso y aprovechamiento y que es importante tener un diálogo, exponiendo los diferentes puntos de vista.

Existen trabajos artesanales elaborados con mucho detalle cuyo costo, por el tiempo y esfuerzo invertido en su elaboración, es elevado. Estos trabajos no lograron ser vendidos, lo cual pudo haber sido frustrante para los artesanos. Es importante diversificar la mercancía y,

como se dijo previamente, estudiar bien a los visitantes para conocer las características que nos ayuden a tomar las mejores decisiones respecto a los productos ofertados. Conviene también tener variedad de costos.

Por motivos de practicidad y comodidad, se ha utilizado recipientes plásticos, dejando, en muchos casos, de lado las tinajas, cántaros y Yambuy, recipientes tradicionales para almacenar chicha o agua en la XII versión de la Feria Agroproductiva, Cultural y Gastronómica del municipio de Santa Rosa. Vale la pena incentivar constantemente la eliminación del plástico en los stands, ya que esto significa un daño al medio ambiente y un desplazamiento de los utensilios tradicionales propios de la cultura guaraní.

Prácticamente toda actividad económica en Bolivia se ha visto afectada por la llegada del Covid-19 al país. Las ferias guaraníes de larga data y las de reciente creación no son una excepción. Sin embargo, se ha dado continuidad a las actividades económicas en la medida de lo posible y siempre precautelando la seguridad sanitaria de la población obedeciendo a las normativas nacionales y utilizando todas las medidas de bioseguridad.

Existen diferentes comunidades en los tres municipios que desean participar de las ferias, pero la distancia física les impide lograrlo. Tenemos en Macharefí a la comunidad Kaipependi, quienes son artesanos, músicos, preparan gastronomía tradicional y conservan el maíz nativo. En Huacaya, tenemos a las comunidades de Yaparenda y Chimbe y en Villamontes, las comunidades de Huacareta y Tucaiti.

Se tuvo dificultades en la etapa de planificación por haber sido subestimada especialmente en términos de tiempo y, como se vio en el documento, tuvo consecuencias de desorganización. Es necesario tomar estas experiencias para mejorar las sucesivas ferias.

7.4. Retos

Las autoridades de las comunidades deben estar preparadas para asumir el reto de la dirección de las futuras ferias y mantenerlas fortalecidas e institucionalizadas con autonomía de gestión y organización.

Es importante también plantearse y plantear a los feriantes el tema del reciclaje. Evitar el uso de plásticos, aunque esto suponga cierta incomodidad. El cuidado al medio ambiente debe convertirse en una premisa que identifique y distinga a las ferias guaraníes.

Se debe prestar especial atención al rescate de elementos culturales que puedan estar perdiendo. Reforzar la identidad guaraní mediante actividades propias de la región poniendo especial énfasis en las poblaciones jóvenes. En este sentido, la experiencia en Macharefí

debe replicarse en las diferentes zonas de la región.

Se debe diversificar los productos en todas las ferias. La innovación y la diversificación traerán grandes beneficios al crecimiento de las mismas.

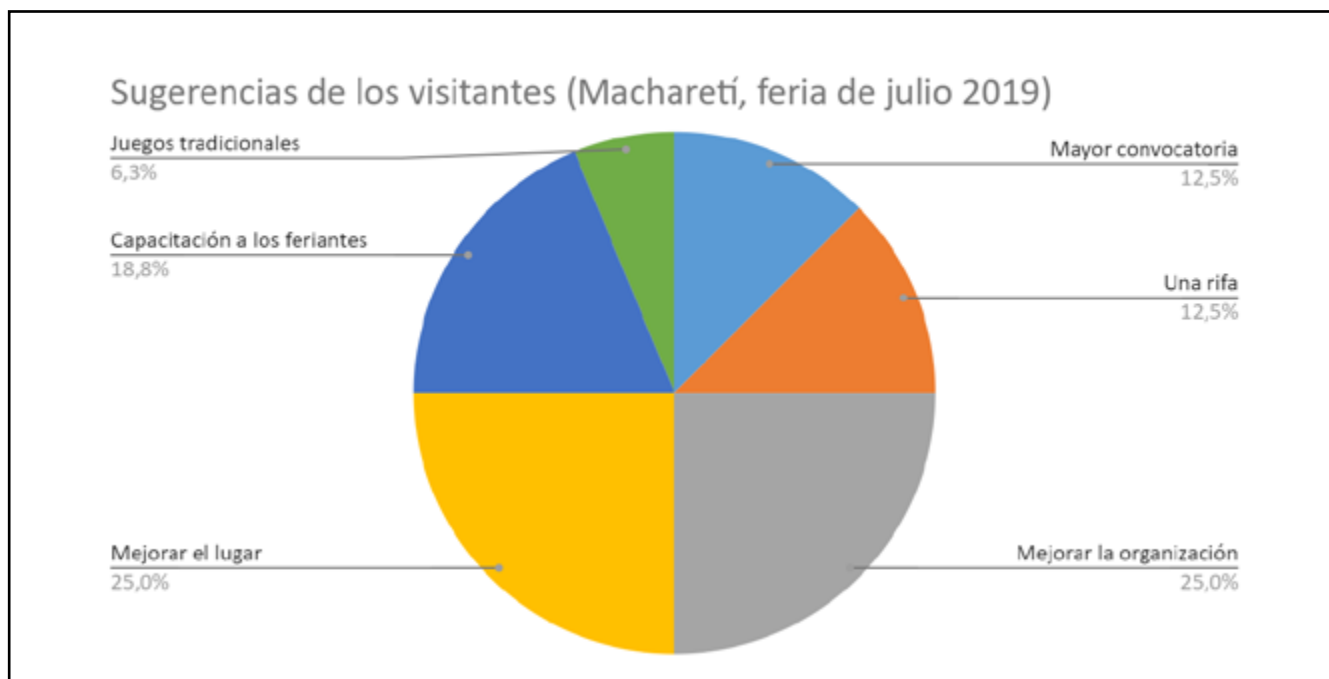
Trabajar en una mayor convocatoria tanto de productores como de consumidores. Es importante que haya equilibrio en el número de estos. Para esto, se debe hacer uso de todos los recursos de comunicación y tomar en cuenta un tiempo de anticipación prudente que permita una mayor convocatoria.

Lograr la institucionalización y consolidación de las ferias como actividad propia del territorio, que se lleve a cabo de manera constante, sustentable y autónoma y que los habitantes del territorio se apropien de las ferias como parte de su vida.

Para cada una de las ferias, se debe hallar espacios idóneos para su realización para evitar situaciones de divergencia.

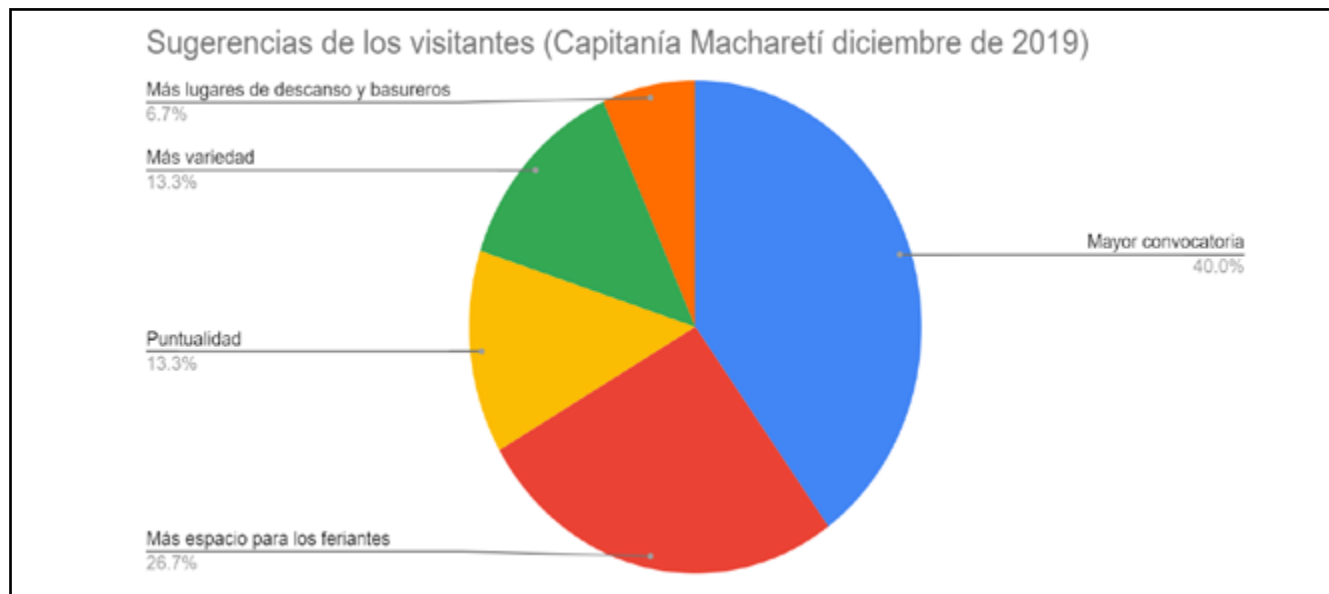
La experiencia a lo largo de todo el proyecto nos ayudó a concluir en la importancia de la planificación para que puedan alcanzarse las metas planteadas y los mejores resultados para el beneficio de todos. A continuación, se muestran las sugerencias para futuras experiencias por parte de los visitantes.

Gráfico #10 Sugerencias de los Visitantes en Macharetí



Elaboración propia en base a encuestas realizadas en Macharetí, julio 2019

Gráfico #11 Sugerencias de los Visitantes en Macharetí



Elaboración propia en base a encuestas realizadas en Macharetí, diciembre 2019

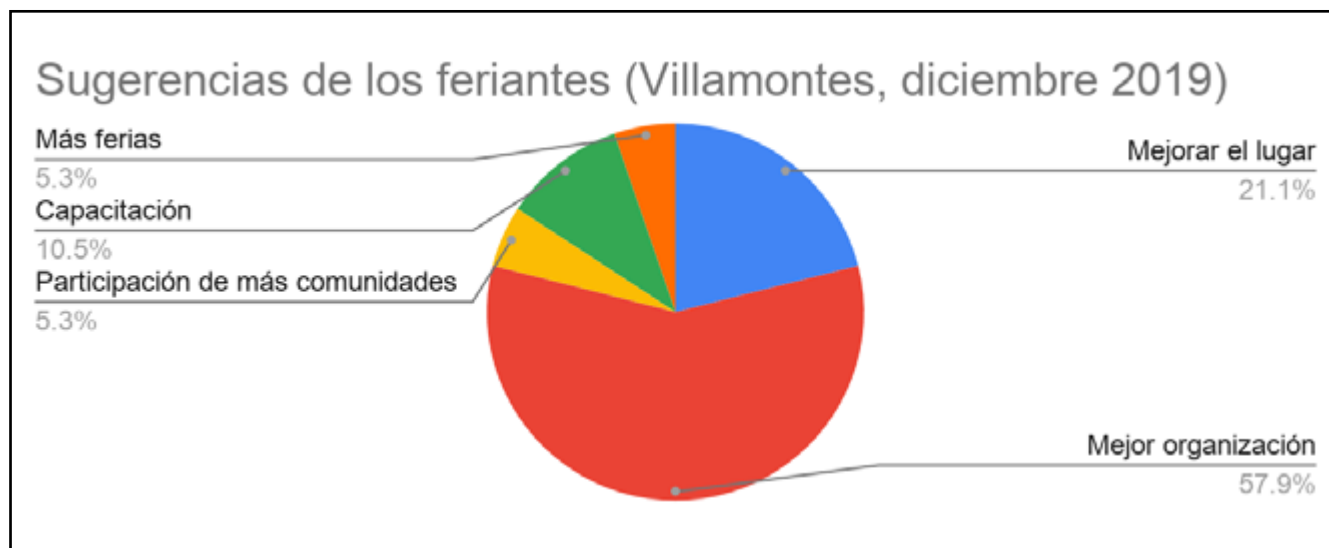
En la primera encuesta, el 62% de los encuestados sugirieron mejorar algo relacionado con la organización y en la segunda, el 77%.

Opinaron, por ejemplo, que debe haber mayor convocatoria, es decir, debe hacerse más publicidad y hacerla con mayor tiempo de anticipación para que la convocatoria sea mucho más efectiva. Varios visitantes lamentaron la poca concurrencia de compradores. Otro aspecto referente a la convocatoria es la sugerencia de que haya una mayor participación de otras capitanías, para que haya más variedad de productos y para que los otros municipios tengan también la posibilidad de participar en esta actividad que beneficia a todos.

Cuando los visitantes proponen mejorar el lugar, mencionan en primer lugar la necesidad de basureros disponibles, que sean accesibles para compradores y vendedores. La higiene del espacio tiene la función de hacer a la feria más atractiva y confiable y a la vez evitar la creación de focos de contaminación. En segundo lugar, mencionan la necesidad de tener espacios de descanso con sombra. Este segundo punto ayudará también a que los visitantes se queden más tiempo en la feria y tengan la posibilidad de visitar más carpas y consumir más productos. También se menciona en las encuestas, que haya más espacio para los feriantes y una mejor organización, por ejemplo, separarse en sectores según el tipo de producto que se ofrece. Es necesario tener un mapa de ubicación de cada feriante organizados por sectores y colocar señalética para que los clientes puedan encontrar lo que necesitan con más facilidad.

Ahora conozcamos las sugerencias de los mismos productores para tener un proceso de retroalimentación.

Gráfico #12 Sugerencias de los Visitantes en Macharetí



Elaboración propia en base a encuestas realizadas en Macharetí, diciembre 2019

La mayor cantidad de sugerencias por parte de los mismos feriantes para mejorar las siguientes ferias se centran de igual manera en la organización. Esto nos ayuda a comprender la vital importancia de esta etapa en cualquier proyecto. El tiempo y el esfuerzo que se empleen en la etapa de la organización previa y durante el evento es determinante. El 57% de los entrevistados sugirieron dedicar especial atención a este punto. Vemos con más detalle a continuación.

La mayor parte de los encuestados sugirieron que la convocatoria debe ser más masiva, llegar a más lugares y hacerla con más anticipación, no sólo la invitación a los visitantes, sino también que los mismos feriantes tengan el calendario con anticipación para poder preparar sus productos con calma y organizarse con tiempo. Sólo así se puede garantizar resultados más acordes al esfuerzo que significa la realización de una feria. Con el fin de garantizar el máximo número de visitantes, se puede aprovechar de los beneficios de la tecnología (Grupos de WhatsApp, Facebook, etc.).

En segundo lugar, las encuestas muestran la necesidad de mayor comunicación y coordinación antes y durante las ferias. Esto, entre el equipo organizador y los feriantes. Toda sugerencia e idea debe ser compartida y debatida.

Por último, es importante respetar el día y la hora acordada. Puede haber imponderables, pero se debe ser, en la medida de lo posible, más rigurosos en este tema. Un cambio de fecha o que la feria empiece más tarde de lo que dice la convocatoria y que algunos feriantes y visitantes deban esperar, siempre va a ser negativo.



Foto: De izquierda a derecha. José Mani, Bartolina Segundo, Mariela Banico y Sandra Carvajal de la Comunidad de Tentamí, Macharetí en la plaza principal del municipio

8. Conclusiones

La actividad comercial es una iniciativa que significa una mejora en la calidad de vida de las comunidades guaraníes. Es una actividad que debe ser promovida, e institucionalizada como parte importante de la vida de la población, con miras siempre al crecimiento. Mayor número de ferias, más grandes, con mayor diversidad de productos que ofrecer y sobre todo con independencia, autonomía y empoderamiento, debe ser la meta de todos.

Cada etapa de la feria tiene su tiempo e importancia que debemos respetar si pretendemos alcanzar los mejores resultados. No se debe subestimar ninguna. La organización, planeación y convocatoria debe realizarse con un tiempo prudente de anticipación.

Incluir la promoción, el incentivo y el fortalecimiento de nuestra cultura es parte esencial y distintiva de las ferias guaraníes. La juventud debe jugar un papel fundamental en el mantenimiento y rescate de la cultura y la lengua guaraní.

Los resultados hasta el momento son muy alentadores. Las familias han logrado incrementar sus ingresos. La población demandante de sus productos crece y hay enorme aceptación y confianza en los mismos.

Cabe también recalcar el papel importantísimo que juegan las mujeres en la actividad comercial y en la incursión de nuevas ferias y apertura de espacios donde desenvolverse.

Principalmente en la coyuntura actual de crisis debida al Covid-19, los medios de comunicación y el internet han facilitado de manera sustancial la actividades comerciales. Se debe seguir explotando y mejorando el uso de las redes sociales.

Principales conclusiones

Ejes	Hallazgos	Dificultades	Desafíos
Económico	Las actividades económicas de las ferias se basan en la producción venta y transformación de los recursos naturales a través de la artesanía y la gastronomía.	Se evidencia falta de variedad en los productos que se ofrecen.	Es importante trabajar en la diversificación de los productos, las actividades y en las técnicas de producción y comercialización.
Social	Los nuevos ámbitos productivos modifican las relaciones sociales del grupo. Se crean nuevos contactos, se modifican las características de la vida cotidiana en la comunidad, se modifican los hábitos de consumo, por el incremento de ingresos. Se modifica la estructura familiar, producto de la inserción de las mujeres en espacios públicos y se tiende a una independencia económica de las mismas.	Muchas mujeres pueden sentir indecisión y temor respecto de participar de las ferias. El tema de transporte es una dificultad para las comunidades que viven lejos de las ferias. Las autoridades regionales no se sienten listas para tomar las riendas del proyecto de consolidación de las ferias.	Lograr una mayor convocatoria de mujeres para participar de las ferias. Las mismas deben prepararse en temas de producción y estrategia de ventas. Se debe incentivar a los y las jóvenes a que participen de manera activa tanto en los procesos de producción como en el proceso de comercialización de productos.
Cultural	La recuperación y fortalecimiento de la identidad guaraní debe ser parte inherente de las ferias. La producción y elaboración de los productos está directamente ligada a lo guaraní y esto distingue a las ferias de este territorio y es atractivo para los clientes.	El idioma guaraní no es hablado por el total de la población de las diferentes comunidades. Muchas prácticas propias de la cultura guaraní se pierden a favor de la modernidad y culturas de otros lugares.	Las ferias deben constituir un espacio donde se incentive el uso de la lengua guaraní y se recupere prácticas culturales ancestrales.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo: Calendario de Ferias

Las Ferias productivas, artesanales y gastronómicas guaraníes de tres capitanías del Chaco boliviano: Capitanía Zona Macharetí (Macharetí), Capitanía Zona Villamontes (Villamontes) y Capitanía Zona Santa Rosa (Villa de Huacaya) son muy dinámicas, las fechas en las que se realizan pueden ir cambiando. Los siguientes datos corresponden al año 2018 y 2019.

Macharetí

Fecha	Nombre	Características
01-may	Tiguipa Pueblo	Feria comunal guaraní
16-jul	Feria Virgen del Carmen	Feria municipal. Aproximadamente 80 expositores. Feria agro productiva, con gran participación de ganaderos. Riña de gallos, corridas de caballos, remate de ganado.
16-ago	Estación Macharetí	Feria comunal guaraní
30-ago	Tati	Feria comunal guaraní
17-sep	Isipondi	Feria comunal guaraní
01-oct	Timboycito	Feria comunal guaraní
08-oct	Feria productiva, cultural, gastronómica y artesanal de la Capitanía Zona Macharetí	Feria de la Capitanía Zona Macharetí. Aproximadamente 30 expositores. Alimentos y artesanías. Organiza la Capitanía de Macharetí con apoyo del Municipio. Alto contenido cultural guaraní.
03-nov	Tentamí	Feria comunal guaraní
25-nov	Tiguipa Estación	Feria comunal guaraní
Sábados	Ferias Sabatinas	Llevadas a cabo por las mujeres de Tentamí, donde principalmente se comercializan bebidas (chicha) y alimentos como fruta, pito, miel, repostería, api, derivados del maíz, etc. Era una feria semanal constante, sin embargo, debido a la cuarentena y otras restricciones, su continuidad se ha visto muy afectada.

Fuente: Elaboración propia

Huacaya (Santa Rosa)

Fecha	Nombre	Características
11-abr	Feria de la leche y el queso	Feria municipal
1ra quincena de junio	Santo Patrono de San Antonio de Padua	Feria municipal
24-jun	Feria de la miel	Feria municipal
1ra quincena agosto	Santa Rosa	Feria municipal religiosa
20-dic	Comunidad Cuevo	Feria municipal

Fuente: Elaboración propia

Villamontes

Fecha	Nombre	Características
30-mar	Feria de la leche y sus derivados	Feria municipal Lácteos en Palmar Grande
21-abr	Aprolev II	Feria municipal Lácteos en el mercado Campesino
10 y 20 mayo	XX Feria de la Lima Artística y Cultural Tarairi 2018	Feria municipal y de la comunidad guaraní Lima en Tarairi
26-may	I Feria Productiva Artesanal y del Pescado	Feria municipal y del pueblo indígena Pescado Pueblo Weenhayek
02-jun	I Feria Productiva del Pescado y sus Derivados	Feria municipal y de la comunidad guaraní y weenhayek Pescado en la comunidad de San Antonio
14-jun	Feria Gastronómica Artesanal Cese de Hostilidades	Feria municipal y de la gobernación Alimentos y artesanías en las cabañas turísticas del Barrio Avaroa
16-jun	III Feria Pecuaria filial 14 de junio	Feria municipal En la Filial 13 de junio
23-jun	III feria de la Yuca y sus Derivados San Juan	Feria municipal Yuca en las cabañas del Barrio Bolívar
14 y 15-jun	IV Feria Agropecuaria, Gastronómica y Cultural	Feria comunal guaraní En la Comunidad Ibibobo

Fecha	Nombre	Características
24-jul	Feria Gastronómica y Artesanal	Feria municipal. Alimentos y artesanías en las cabañas turísticas del Barrio Avaroa
28-jul	XI Feria Productiva Cultural Artística	Feria comunal guaraní Comunidad Chimeo
03, 04 y 05 ago	FexpoChaco	Feria a nivel Gobernación. Desarrollada por Decreto Ley.
18-ago	I Feria Productiva, Gastronómica y Cultural San Roque 2018	Feria comunal y municipal en el Barrio Central.
26-ago	II Feria Productiva, Gastronómica Caigua 2018	Feria municipal y de comunidad guaraní en la Comunidad Caigua Feria de la Capitanía Zona Villamontes y la institución
Sep	Feria Nutricional de la Cultura Alimentaria Tradicional Guaraní	Impulsada por ACLO
16-sep	Feria Productiva Promoviendo el Comercio	Feria municipal. Feria del Mueble. Lugar por definir
13 y 14-oct	Feria de la Transición Tahiguatí 2018 "Filial Virgen de Guadalupe"	Feria municipal y de la comunidad
27-oct	Feria Regional de la Semilla Chaqueña 5ta versión 2018	Feria municipal. Semillas.
17-nov	I Feria Rural Pecuaria El Alambrado 2018	Feria municipal y de la comunidad. En la Comunidad Alambrado
24 y 25-nov	XII Feria Agropecuaria Artesanal Gastronómica y Cultural Tiguipa Estación 2018	Feria municipio y comunidad guaraní. Productos agropecuarios, artesanías y gastronomía en Tiguipa
Octubre	Feria Costumbrista	Feria municipal. Feria Gastronómica, Pecuaria y Cultural en Cutaiqui
Noviembre	Feria del Pacú	Feria municipal. En las cabañas turísticas Av. Costaneras
Diciembre	Feria Pecuaria y Cultural la Victoria	Feria municipal. En la Comunidad La Victoria
Diciembre	Feria Navideña Artesanal	Feria municipal. En las cabañas del Barrio Avaroa

Fuente: Secretaría Municipal de Desarrollo Productivo y Economía Plural, Gobierno Autónomo Municipal de Villamontes (2018).



Foto: En la Feria de octubre de Macharetí (2019) juegan al Topo la señora Audía Pérez de la Capitanía de Macharetí y Ana Rosa Sari de la Capitanía Zona Villamontes



Foto: Paulina Cuevas, Mbruvicha de género y artesana, Comunidad de Chimeo, Capitanía Zona Villamontes



Foto: Santa Carvajal, productora y ex-mbruvicha, Comunidad de Tentamí, Macharetí con el canastón de fiestas de fin de año guaraní



En este documento se sistematiza la experiencia de productoras y productores pertenecientes a las capitanías guaraníes de Macharetí, Huacaya y Villamontes. El objetivo del documento es devolver a la población información útil, que les permita, en el futuro, mejorar estas experiencias.

La participación en el mercado es importante, siempre que se cumpla la condición de fortalecer económicamente al territorio, a las familias que lo habitan y cuidan, así como a sus organizaciones.



En coordinación:



Ejecución y financiamiento:

