

PRODUCTO YUNGAS

• LÍNEA COMUNITARIA •



Producciones campesinas en la Reserva de
Biósfera de las Yungas: *vinculando conservación
de la naturaleza con desarrollo local sustentable*



LAS YUNGAS



INTRODUCCIÓN

Sobre la vertiente oriental de las cadenas montañosas de los Andes se extiende el sistema de los bosques nublados y selvas de montaña que pueden ser llamados globalmente como Bosques Andinos Yungueños, o simplemente Yungas. Estos bosques y selvas están definidos principalmente por ocurrir en las laderas de las montañas en una franja altitudinal en donde el ambiente, dependiente de su localización específica se caracteriza por una persistente o estacional cobertura de nubes y neblinas. Este gradiente en altura genera, a su vez, pisos de vegetación (Selva Pedemontana en el nivel inferior, Selva Montana en el intermedio y Bosque Montano en el nivel más alto) que se caracterizan por una elevada diversidad de especies vegetales y animales exclusivas que en ellos habitan.



Los bosques nublados o Yungas presentan una enorme diversidad biológica, pero también su importancia se basa en su rol en regular los importantes caudales hídricos de los ríos que atraviesan el norte argentino y, sobre todo, por compartir una historia de uso y de oferta de recursos en forma ininterrumpida con la humanidad durante, por lo menos, la última decena de miles de años. En la actualidad, los bosques nublados están considerados como uno de los sistemas naturales más frágiles ante la intervención humana. Al mismo tiempo, son muy pocas las experiencias de manejo de los recursos naturales que sobre la base de criterios de sustentabilidad encuentran un mercado atractivo para los productos generados en esta ecoregión y que brindan un beneficio directo para las poblaciones humanas que los habitan y que en ellas trabajan. Hacia ahí vamos con PRODUCTOYUNGAS.

PROBLEMAS Y NECESIDADES DETECTADAS EN LAS COMUNIDADES

Entre los principales problemas que se observan en las comunidades rurales se hallan la falta de herramientas técnicas para producir, gestionar y comercializar sus productos y servicios adecuadamente, la limitada visibilidad de la Reserva de Biósfera de Yungas y la escasez de acceso a financiamiento que les permita aumentar su nivel de producción para atender las demandas de las grandes ciudades cercanas y por consiguiente incrementar significativamente sus ingresos. Esto ha ocasionado que las actividades económicas de las personas residentes en las Yungas sean primordialmente de subsistencia, atravesando dificultades que afectan todos los ámbitos de sus vidas: salud, educación, perspectivas futuras, acceso a oportunidades de desarrollo económico y social. La dimensión de la problemática abarca los pueblos enteros.

En este contexto socioeconómico, desde ProYungas, con apoyo económico de las empresas socias de esta iniciativa (Allianz, Carrefour, Ledesma) y de capacitación y

planificación de herramientas financieras y de desarrollo local por parte de Planet Finance Argentina, la estrategia se basa en la conformación e impulso de la marca de origen PRODUCTOYUNGAS, con connotaciones de compromisos ambientales y sociales, que se sustente en los siguientes pilares:

A) compromisos ambientales concretos y visibles que redunden en mejoras significativas de la protección ambiental (prácticas productivas sustentables, implementación de áreas de reservas privadas, control de ilícitos, planificación territorial);

B) solidaridad social entre actores que comparten un territorio, apoyando iniciativas concretas de mejora de calidad de vida de los habitantes rurales de las Yungas (comunicación, capacitación, fortalecimiento de sus organizaciones de base);

C) mejora económica a través de progresos en sus niveles de producción, en el desarrollo de espacios para comercialización de productos (ferias, puestos de venta) y en la promoción de la región y sus particularidades y valores (Red Embajadores de las Yungas, página web, materiales de Ediciones del Subtrópico, videos).





OBJETIVOS DEL PROGRAMA «LÍNEA COMUNITARIA»

El objetivo general es la promoción del desarrollo local sustentable en el interior de la Reserva de Biósfera de las Yungas, fomentando la articulación de actores que comparten el mismo territorio (comunidades, empresas, organismos públicos, ongs) pero que normalmente no se vinculan entre sí.

Los objetivos específicos son:

- Fomentar la visibilidad de la región incentivando y promoviendo sus valores ambientales, sociales, culturales y productivos;
 - Implementar acciones de planificación territorial que impliquen acciones directas de preservación de la biodiversidad (reducción de la deforestación, reservas privadas, control de ilícitos, monitoreo de la biodiversidad y cambio en el uso de la tierra, etc.);
 - Contribuir a la mejora de la calidad de vida de poblaciones rurales marginadas geográficamente y con poco o nulo acceso al mercado para sus producciones, a través de acciones de promoción, capacitación y asistencia técnica;
 - Impulsar acciones de RSE destinadas a mejorar el acceso a las comunicaciones, la promoción social y el acceso a herramientas financieras (microcréditos) por parte de las comunidades insertas en la región de las Yungas;
 - Desarrollar la marca de origen PRODUCTOYUNGAS que promueva los valores de la ecorregión y compromisos en su preservación, manejo sustentable y compromiso social;
-

DESAFÍOS DEL PROGRAMA

1. Lograr la articulación entre empresas, organizaciones de la Sociedad Civil y locales en el marco de un territorio;
 2. Fortalecer a las organizaciones locales a través del diseño y dictado de talleres de capacitación a los emprendedores de las comunidades rurales de la zona del alto Bermejo en gestión de emprendimientos y educación financiera, así como la provisión de una asistencia técnica específica por rubro de actividad.
 3. Facilitar el acceso de estos emprendedores al crédito con el fortalecimiento de los fondos rotatorios autogestionados existentes en las comunidades.
 4. Consolidar la marca PRODUCTOYUNGAS permitiendo mejorar la comercialización de los productos regionales generando valor agregado justamente por la valoración ambiental y social de donde son producidos.
 5. Fomentar el desarrollo de acciones de RSE de empresas de la región y externas, para incorporar mejoras significativas a las comunidades en apoyo de los emprendimientos locales, el acceso a servicios indispensables y lograr mayor «visibilidad».
-



Acercáte y conocé los productos de la Reserva de Biósfera de las Yungas

La elaboración de estos productos se hace respetando el medio ambiente, con procesos artesanales, sustentables y solidarios que contribuyen al progreso de las comunidades que allí habitan.

Porque JUNTOS se pueden lograr CAMBIOS...

Misión Yungas
EMPRENDIENDO JUNTOS





ACTIVIDADES REALIZADAS

- Capacitación y talleres de asistencia técnica en los emprendimientos (turismo, artesanías, dulces y miel);
- Comercialización de los productos de las Yungas en mercados más masivos, por ejemplo el «Fin de Semana de las Yungas» en supermercados Carrefour en ciudades de la región (Salta, Jujuy, Tucumán). Se llevan a cabo periódicamente y permiten que los pequeños productores expongan y vendan sus productos, explicando directamente al consumidor las técnicas sustentables con que fueron elaborados (dulces, artesanías, miel de las Yungas);
- Comercialización de los productos con una finalidad puntual, por ejemplo: regalos empresariales a los empleados de empresas asociadas a la iniciativa (por ejemplo Allianz, Ledesma, Tabacal) con motivo del cierre del año y los festejos navideños;
- Difusión de los servicios turísticos mediante diferentes medios y mediante la creación de una red de colaboradores denominada «Embajadores de las Yungas». Se trata de unos 30 hoteles y restaurantes situados en zonas aledañas a las Yungas y que brindan información sobre las mismas con el objetivo de difundir la región y promover el turismo responsable. Estos “Embajadores” se encuentran en zonas con mucha afluencia turística, de esta manera se puede aprovechar estos visitantes para promover la región de Yungas;
- Creación y mantenimiento de una página web (www.productoyungas.org.ar) que promociona los valores ambientales y sociales de la región y promueve sus productos y servicios;



- Instauración de un fondo de microcréditos autogestionado por las organizaciones para fomento del turismo, destinado a la mejora de la oferta de infraestructura (construcción y/o restauración de hospedajes, comedores, etc.) y servicios (guiaturas);
- Facilitación del acceso a las comunicaciones con la instalación por ejemplo de una antena satelital para proveer el servicio de Internet en el pueblo de San Francisco (donación de Ledesma) y distribución de un servicio de wifi para los habitantes y emprendedores facilitando la promoción y comercialización de servicios para los que tienen una actividad turística (donación de Allianz);
- Instauración de un fondo de pre-financiación de pedidos autogestionado por las organizaciones en la comunidad de Los Toldos, para fomento de la actividad artesanal.



DESTINATARIOS DEL PROGRAMA

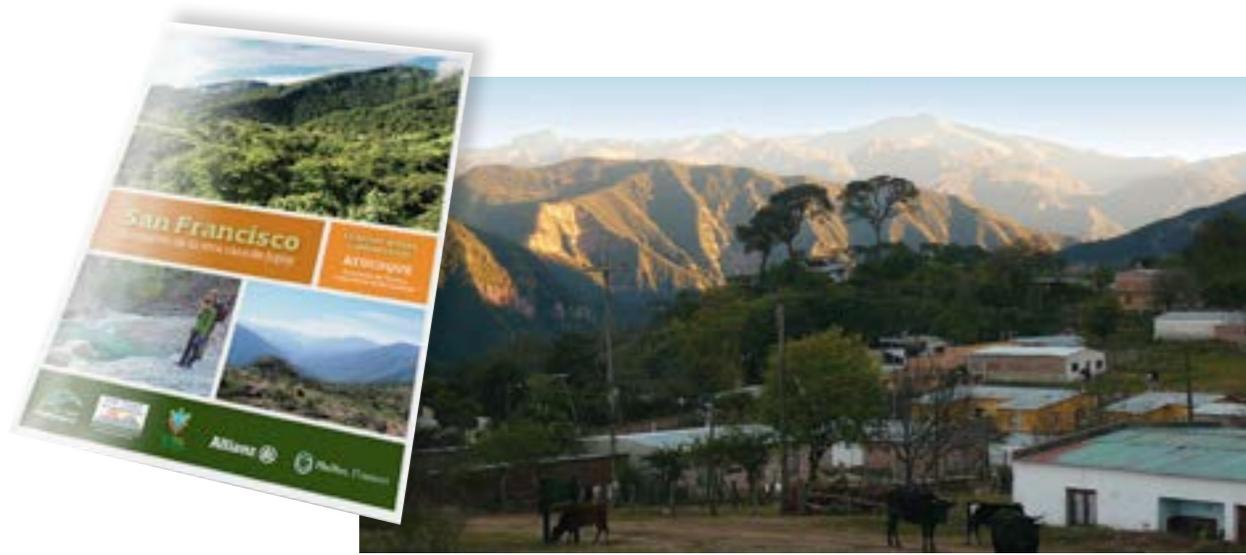
En la Reserva de Biósfera de las Yungas podemos encontrar diversos actores privados, estatales y comunitarios. Por ubicación geográfica, los beneficiarios comunitarios del programa son las comunidades del departamento de Valle Grande (Jujuy) y las comunidades incluidas en el Municipio de los Toldos (Salta).

En cada comunidad, entre 100 y 120 personas se capacitan en cuestiones técnicas vinculadas con la producción artesanal de dulces y miel de las Yungas, artesanías tradicionales, turismo con base comunitaria, gestión de emprendimientos y gestión de microcréditos. Estas personas a su vez, con sus labores, impactan en toda la comunidad, generando ingresos para sus familias e interactuando en su localidad para conseguir objetivos comunes.

En Los Toldos, alrededor de 100 mujeres se organizaron en Clubes de Madres para emprender diferentes actividades productivas como la elaboración de dulces y artesanías, con procesos de producción naturales (extracción de materias primas, elaboración manual, teñidos naturales, etc.). Un grupo de apicultores se dedica a la elaboración de miel de las Yungas, caracterizada por excelente calidad y su delicado sabor. También hay oferta de turismo rural de distinta calidad y alternativas de recorridos.

Actividades a realizar:

- Continuar con las actividades de capacitación y asistencia técnica para los diferentes emprendimientos;
- Acciones de capacitación en Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) para los jóvenes y para emprendimientos que tienen un proyecto relacionado con el turismo rural, en la localidad de San Francisco para el aprovechamiento del nuevo recurso de comunicación;
- Capacitación en emprendedurismo, liderazgo y autoestima para el involucramiento de los jóvenes en las actividades productivas de las localidades;
- Creación de una «Casa de las Yungas» para promoción y venta de productos y servicios «PRODUCTOYUNGAS» en la región (Localidad de Fraile Pintado sobre ruta 34, Jujuy);



En el Departamento de Valle Grande, la Asociación de Turismo Comunitario Las Queñoas (ATUCOQUE), desde hace aproximadamente 6 años viene perfeccionando su oferta al turista que incluye: servicios de guía para travesías, servicios de alojamiento y alimentación tradicional. Los socios de ATUCOQUE brindan estos servicios y con los años fueron capacitándose para mejorar sus fortalezas como asociación. La evolución en los servicios impacta además en mejoras infraestructurales para el pueblo, con las mejoras en los hospedajes, comedores, almacenes y la gestión de la asociación para posibilitar el acceso al crédito y otros beneficios. Recientemente se instaló una antena satelital que provee Internet con apoyo de las empresas colaboradoras en el marco de sus acciones de RSE. Con Internet, además de estar comunicados con el resto del mundo, pueden ofrecer de otra manera sus servicios, incrementando la afluencia turística, reportando ingresos más significativos a las familias, aportando el beneficio del desarrollo y el crecimiento del pueblo. Los jóvenes son sin duda una parte de la comunidad muy beneficiada con estas alternativas de comunicación, teniendo más oportunidades y contribuyendo con el manejo de la tecnología a la labor de la asociación.

El número estimado de destinatarios directos del Programa es de aproximadamente 300 personas/familias entre ambas localidades. Los beneficiarios indirectos son todos los habitantes de las Yungas.



Organizaciones destinatarias:

- Los Clubs de Madres tejedoras: 12 organizaciones de mujeres, entre clubes de madres y cooperativas del Municipio de los Toldos, Salta. Los clubes de Madres empezaron a surgir hace unos 10 años. Hoy, si bien aún no poseen una estructura formal en lo legal, tienen miembros activos, eligen autoridades y se reúnen periódicamente para producir textiles artesanales, actividad que realizan con fines comerciales desde hace unos 10 años;
- Dos cooperativas de tejedoras (Santa Ana y Sol Toldeño) con estructura formal de Asociación desde hace unos 10 años;
- Un grupo de productores de miel de Yungas de 4 años de organización y producción;
- Una Asociación de Turismo Comunitario (ATUCOQUE) con personería jurídica, autoridades y reuniones periódicas. ATUCOQUE también maneja una cartera de microcréditos;
- Una Asociación de Turismo Comunitario La Apacheta, en la localidad de Los Toldos, con personería jurídica en trámite y un funcionamiento institucional esporádico;
- Dos organizaciones de mujeres (en formación) para la producción de dulces artesanales con frutos producidos en las Yungas en Los Toldos y San Francisco;



PARTICIPANTES DEL PROGRAMA

De la sociedad civil:

- Fundación ProYungas destinada a contribuir al desarrollo sustentable y la conservación de la biodiversidad de las Selvas Subtropicales de Montaña;
- Fundación PlaNet Finance Argentina: su misión es reducir la pobreza en el mundo a través del desarrollo de las Microfinanzas;
- Fundación Carrefour: presta asistencia económica o social a entidades y/o a particulares en situación de necesidad;
- ATUCOQUE, Asociación civil comunitaria destinada al turismo;

Sector empresarial:

- Ledesma S.A.A.I: Empresa agroindustrial que emplea localmente más de 6.000 personas, liderando los mercados del azúcar, el papel para impresión y escritura, las frutas y jugos cítricos;
- Allianz Argentina: líder europeo en seguros y servicios financieros, presente en el país desde 1988, con 260 empleados, más de 200.000 clientes y 240.000 pólizas bajo su gestión;
- Carrefour Argentina: filial local de la Empresa internacional de Distribución Masiva Carrefour, con 30 años de implementación en el país.
- Otras empresas e instituciones de la región.

Nuestra estrategia de intervención se basa en un amplio conocimiento de la región fruto de más de una década de trabajo conjunto entre empresas, comunidades y organismos estatales. De esa experiencia de trabajo van surgiendo, de común acuerdo entre las partes interesadas, las temáticas prioritarias a ser abordadas. Durante los últimos años el «cuello de botella» ha sido la comercialización y las actividades implementadas en ese sentido apuntan a reducir el tiempo medio entre la confección de un producto y su venta.

Sin duda uno de los eventos más solicitados y que requiere mayor coordinación con los beneficiarios son los de capacitación que en general son grupales y muchas veces requiere reunir referentes de distintas organizaciones para sacar el mejor provecho posible de la actividad. Además, estos eventos de capacitación son una excelente oportunidad para reunir e intercambiar experiencias y puntos de vista entre los distintos grupos.

Otro elemento importante de intercambio y participación son las capacitaciones «campesino a campesino» mediante las cuales artesanos con mayor trayectoria o solvencia transmiten a otros sus saberes. Esto es particularmente útil en técnicas de tejido y uso de tinturas naturales.



OBJETIVOS A MEDIANO PLAZO

Está prevista, aunque aún no se ha puesto en marcha, la implementación de un mecanismo de conducción de la marca formado por representantes de distintos productos y servicios. Este «Comité de Seguimiento» será la instancia para planificar las capacitaciones y acciones prioritarias para dar mayor coherencia al interior de la marca PRODUCTOYUNGAS y una mayor participación social en su desarrollo futuro.

Algunos productos que pertenecen a la agroindustria y que también forman parte de la marca, apoyan el desarrollo sustentable de la región donde se encuentran radicados y esto incluye el compromiso ambiental y social, incorporado a sus prácticas habituales y sus planes de RSE.



CIFRAS DEL PROGRAMA AÑO 2012

MIEL · DULCES · ARTESANÍAS ·
PAPEL · TURISMO

5 Productos de la marca PRODUCTOYUNGAS

10 capacitaciones realizadas

MIEL · PRODUCTOYUNGAS · DULCES ·
ARTESANÍAS · MICROCRÉDITOS · VENTAS

150 personas capacitadas

17 “Embajadores de las Yungas”

EN CALILEGUA · LIBERTADOR ·
SAN SALVADOR DE JUJUY ·
QUEBRADA DE HUMAHUACA

4 “Fin de Semana de las Yungas” organizados

30 y más, microproyectos
financiados

2 SUPERMERCADOS CARREFOUR DE
SALTA · 1 DE TUCUMÁN · 1 DE JUJUY

