

CHILE
POTENCIA ALIMENTARIA Y FORESTAL



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE AGRICULTURA
FIA

CREANDO
VALOR NUEVO A PARTIR DEL
CONOCIMIENTO ANCESTRAL
INNOVACIÓN EN LOS SISTEMAS
PRODUCTIVOS INDÍGENAS



CHILE
POTENCIA ALIMENTARIA Y FORESTAL



CREANDO
VALOR NUEVO A PARTIR DEL
CONOCIMIENTO ANCESTRAL
INNOVACIÓN EN LOS SISTEMAS
PRODUCTIVOS INDÍGENAS





ISBN 978-956-328-038-8
Registro de Propiedad Intelectual
Inscripción N° 186778

Fundación para la Innovación Agraria (FIA), Ministerio de Agricultura

Coordinación de contenidos: Comité de Asuntos Indígenas de FIA integrado por Paulina Silva, Fernando Arancibia y Francisco Obreque.

Sistematización y Documentación de lecciones aprendidas y recomendaciones:
Corporación Posicionamiento Local – POLOC

Diseño Gráfico: Unidad de Diseño FUCOA, Ministerio de Agricultura

Fotografía: Archivo FUCOA y FIA

Impresión: Gonsa Impresores

Derechos Reservados: Se autoriza la reproducción parcial de la información aquí contenida, siempre y cuando se cite esta publicación como fuente.

Santiago, Chile
Enero de 2010

PRESENTACIÓN

El conocimiento, acercamiento y trabajo con nuestros pueblos originarios da cuenta de un profundo respeto por nuestra propia historia: la que pasó y la que queremos continuar.

El Gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet viene a cerrar una etapa y a dar comienzo a una nueva. Hoy, a 16 años de la Ley Indígena, en el nuevo marco que nos propone el Convenio 169 y a partir de lo que hemos avanzado en democracia, debemos considerar una nueva definición institucional que garantice más sólidamente los derechos de los pueblos.

Una nueva institucionalidad que eleve y consolide, por una parte, la jerarquía de las decisiones en la política indígena y, por el otro, la eficiencia de las políticas públicas que se implementen fruto de ella.

No es casual entonces que la Presidenta Bachelet firmara los proyectos de ley que crean el Ministerio de Asuntos Indígenas y la Agencia de Desarrollo Indígena, y el Consejo de Pueblos Indígenas.

Esta publicación del Ministerio de Agricultura, a través de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA), llega, por lo tanto, en un momento en el cual como sociedad buscamos renovar nuestros esfuerzos para preservar nuestras raíces, nuestros orígenes, nuestros colores tan distintos, pero que todos juntos hacen una sola patria. En un mundo que cada vez es más global, en el cual interactuamos cada vez más con otras culturas, con otros mundos, con otras tradiciones.

Estas páginas resumen logros de hombres y mujeres, comunidades y asociaciones, de los diferentes pueblos que han visto en esta institución gubernamental un apoyo para llevar adelante sus ideas y sueños.

Aquí se refleja el aprendizaje del trabajo de años de productores y productoras que han podido aprovechar sus recursos naturales, su conocimiento ancestral y su cultura para generar productos exitosos.

Esta experiencia es un aliciente para continuar y perfeccionar la política de apoyo a la producción indígena. Los éxitos deben ayudarnos a generar las condiciones para que las comunidades en condiciones más precarias también puedan desarrollar actividades económicas que les permitan satisfacer sus necesidades básicas y lograr insertarse en mercados exitosos. Esta publicación debe ser también un llamado a resguardar y proteger los aspectos culturales y los recursos naturales hoy amenazados, ya que éstos pueden ser fuentes inagotables de innovaciones.

El desafío de Chile para ser una Potencia Alimentaria y Forestal convoca a todos los productores y productoras del país, sin exclusiones. Sin el merkén, la quinoa o el piñón, sin territorios con jóvenes que mantengan su cultura y tengan las capacidades para aprovechar la identidad para agregar, valor, ciertamente, la meta se dificulta. En el Bicentenario de la República, la sociedad en su conjunto debe ser capaz de dar un paso en reconocer el valor y las oportunidades que representa tener una sociedad multicultural.

A la larga, no olvidemos, triunfan los países cuya cultura, tradición y visión son sólidas y firmes.

Marigen Hornkohl Venegas
Ministra de Agricultura

4







P-40

Comunicación Integral y Plan Integral Las Encinas

PRÓLOGO

La Fundación para la Innovación Agraria (FIA) tiene por misión promover una cultura de innovación en el sector agroalimentario y forestal como un factor clave en el mejoramiento de la competitividad e inserción sostenible en los mercados. Para ello, pone a disposición del sector diferentes vías de apoyo para hacer realidad las ideas individuales y colectivas, de empresas y entidades tecnológicas, que den paso a soluciones novedosas para las limitantes de competitividad que se presentan hoy en día en los diferentes rubros.

Si bien FIA ha apoyado desde sus inicios iniciativas de innovación en beneficio de los pueblos originarios del país, a través de instrumentos abiertos a cualquier grupo humano, el período 2006-2010 marca un punto de inflexión en la incorporación de la dimensión indígena en el quehacer de la institución. Hoy en día, más que antes, estamos conscientes como institución de las singularidades que alberga el trabajo con los habitantes originarios como, a su vez, de las enormes oportunidades de innovación que se les ofrecen en el mundo de hoy. También a partir del 2008, se creó por primera vez en la historia de FIA una convocatoria especial para pueblos originarios. Es el Programa de Giras Técnicas, en el cual se han realizado ya dos concursos y ha tenido un éxito rotundo, cofinanciando 19 giras llenas de contenido para que diferentes grupos indígenas puedan mejorar sus productos y servicios. Adicionalmente, conforme a la política del Gobierno de hacer transversal esta materia a la institucionalidad pública, FIA cuenta en la actualidad con un comité de asuntos indígenas el que, entre otras tareas, ha preparado esta publicación.

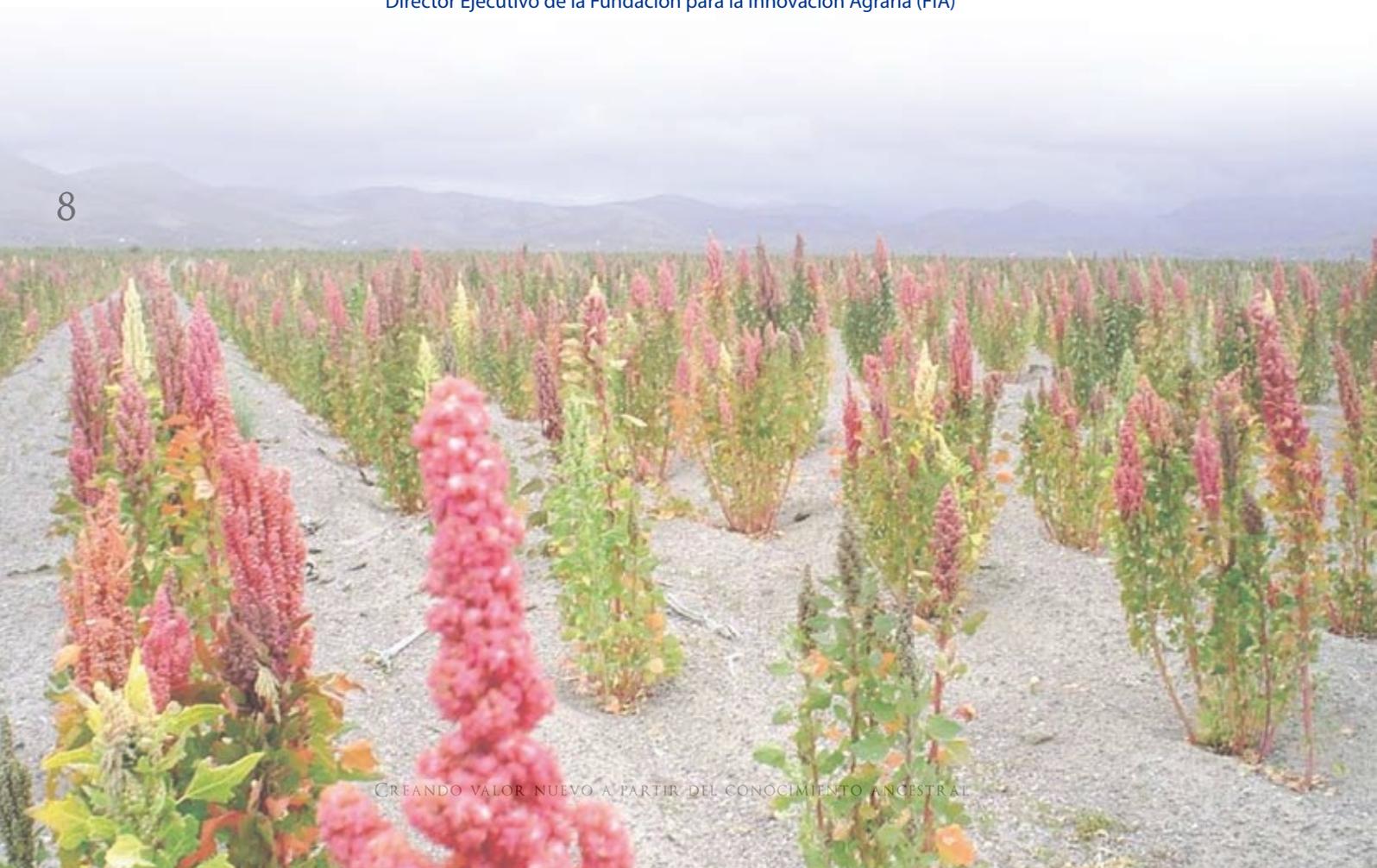
Innovación y pueblos originarios no son antónimos. ¿Cómo hacer confluir lo que conlleva este concepto, lo nuevo o novedoso, con todo aquello que forma parte de la tradición ancestral, sinónimo más bien de lo antiguo y lo ya conocido? ¿Es posible innovar a partir del saber-hacer transmitido por generaciones? Sí. La experiencia de FIA se resume en que el conjunto de los recursos naturales y patrimoniales de los pueblos puede ser un inmenso activo de creación de valor nuevo, con nuevos productos y servicios, con nuevas formas de producir, procesar y vender, con nuevas formas de gestión. Ésta no es una lección sacada de libros, sino una conclusión del día a día y de mucho tiempo de acompañar las innovaciones de productores y productoras indígenas, con los huevos azules, el pehuén, la fibra de vicuñas, el merkén y tantos otros productos. Es la forma de expresar un hecho constatado en la práctica de nuestras variadas iniciativas. Nuestro trabajo se basa en la convicción que este valor nuevo puede generar riqueza y bienestar en las comunidades y para todo el país.

Esta publicación, junto con mirar el pasado a través de iniciativas de los últimos años, pretende proyectar el trabajo de FIA hacia el futuro. FIA espera seguir siendo una institución cercana para emprendedores y emprendedoras indígenas, de modo que en el futuro sean muchos más los éxitos que puedan relatarse. Se ha aprendido mucho en estos años y esperamos que este conocimiento acumulado, sintetizado en estas páginas, sirva a la propia institución y a tantas otras entidades empeñadas en apoyar el desarrollo económico de nuestros pueblos originarios. Esperamos también que esta publicación anime a las organizaciones indígenas a acercarse a FIA y a aprovechar los instrumentos que ofrece y, sobre todo, las motive a ser cada día más innovadoras.

Rodrigo Vega Alarcón

Director Ejecutivo de la Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

8









INTRODUCCIÓN

El presente trabajo busca reunir y documentar la contribución de FIA a la innovación en los sistemas productivos indígenas en los últimos años, especialmente en la administración 2006-2010. Además, este documento está dirigido a aprovechar la rica experiencia acumulada en la institución, haciéndola disponible a las organizaciones indígenas como, a su vez, a las instituciones públicas y privadas que promueven y apoyan la innovación y el emprendimiento de los pueblos originarios.

El documento fue básicamente preparado por el comité FIA de asuntos indígenas. Se contó con la participación de la Corporación Posicionamiento Local (POLOC), la que realizó entrevistas a ejecutivos de la Fundación para conocer sus diferentes experiencias con productores y productoras, y extraer aprendizajes. Esta Organización No Gubernamental contribuyó con su mirada externa a identificar el conocimiento acumulado en la institución, sobre todo aquél tácito que no se encuentra en informes ni actas de proyectos o estudios.

Este trabajo está dividido en tres partes.

En la primera sección, se presentan antecedentes generales sobre los pueblos indígenas en el país, la política relacionada y se abordan algunos conceptos claves que, desde la perspectiva de FIA, sirven para enmarcar los contenidos de los capítulos posteriores.

La segunda parte hace un recuento de las iniciativas que ha apoyado FIA en los últimos años. Se incluyen las principales estadísticas que dan una imagen al lector sobre las dimensiones del trabajo de la institución en la materia. Se deja para un anexo el listado detallado de todas las iniciativas cofinanciadas en el período.

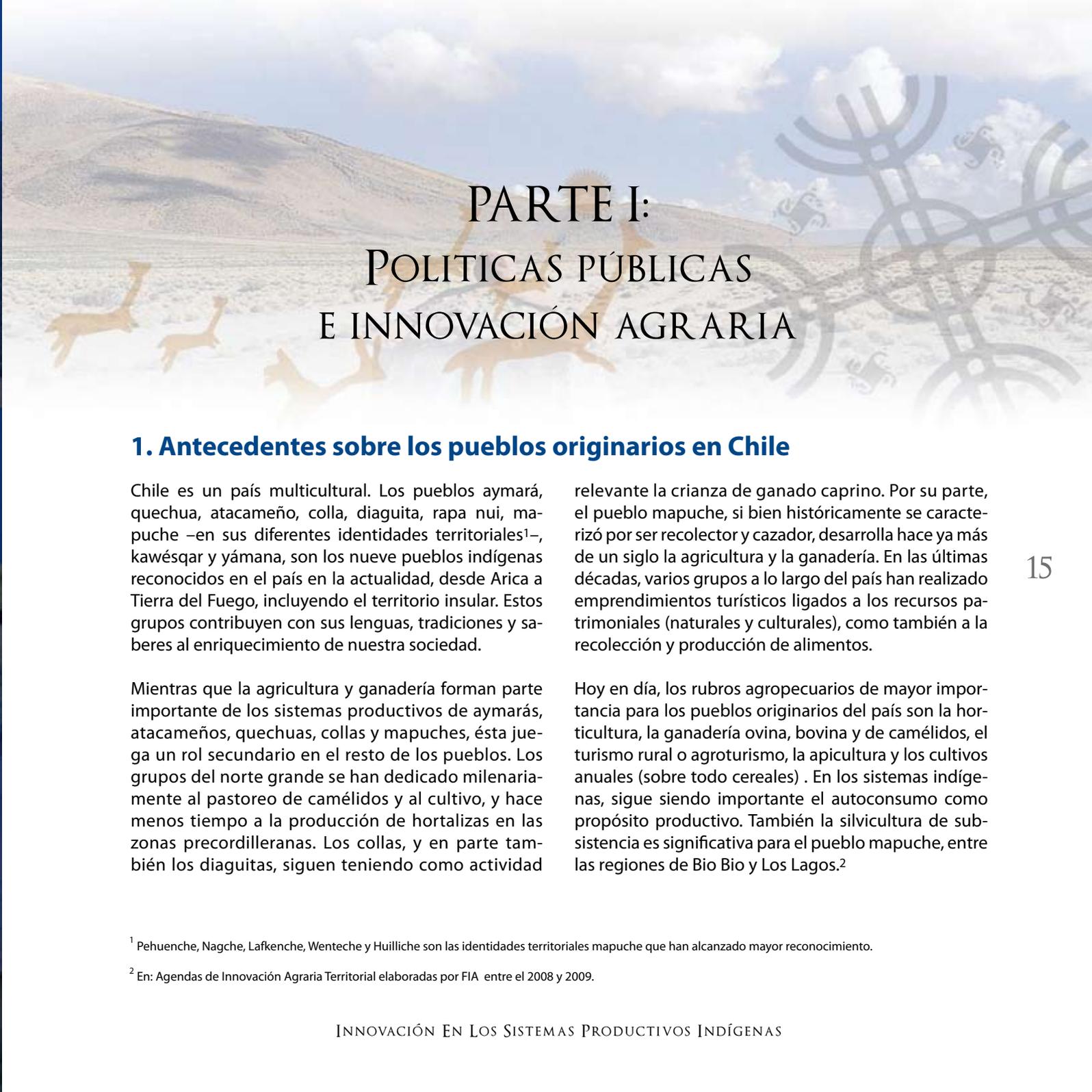
Finalmente, la tercera sección reúne las principales lecciones aprendidas y recomendaciones, ilustrándolas a través de ejemplos.



ÍNDICE

PARTE I: POLÍTICAS PÚBLICAS E INNOVACIÓN AGRARIA	15
1. Antecedentes sobre los pueblos originarios en Chile	15
2. Política indígena 2006-2010	17
3. Entendiendo las implicancias de la innovación en los sistemas productivos indígenas	18
PARTE II: CONTRIBUCIÓN DE FIA A LA INNOVACIÓN EN LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS INDÍGENAS 2006-2010	25
4. Instrumentos de apoyo	25
5. Resumen del aporte de FIA en el período 2006-2010	26
PARTE III: LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE FIA	33
6. Las economías indígenas rurales tienen particularidades – es necesario adecuar procedimientos	33
7. Acceder a mercados dinámicos es posible – el apoyo es clave para el despegue	36
8. El fortalecimiento organizacional es fundamental para una mejor gestión	38
9. Valorización de productos y servicios indígenas – calidad e identidad son cualidades requeridas por el mercado	40
10. Rescate de tradiciones culinarias – un mecanismo para valorizar productos indígenas	44
11. Inclusión digital del mundo rural indígena – un entorno favorable para acceder al conocimiento	47
Reflexiones finales	49
Bibliografía consultada	50
Anexos:	51
1. Detalle de las iniciativas de FIA de apoyo a la innovación en los sistemas productivos indígenas 2006-2010	51
2. Colaboradores	55





PARTE I: POLITICAS PÚBLICAS E INNOVACIÓN AGRARIA

1. Antecedentes sobre los pueblos originarios en Chile

Chile es un país multicultural. Los pueblos aymará, quechua, atacameño, colla, diaguita, rapa nui, mapuche –en sus diferentes identidades territoriales¹–, kawésqar y yámana, son los nueve pueblos indígenas reconocidos en el país en la actualidad, desde Arica a Tierra del Fuego, incluyendo el territorio insular. Estos grupos contribuyen con sus lenguas, tradiciones y saberes al enriquecimiento de nuestra sociedad.

Mientras que la agricultura y ganadería forman parte importante de los sistemas productivos de aymará, atacameños, quechuas, collas y mapuches, ésta juega un rol secundario en el resto de los pueblos. Los grupos del norte grande se han dedicado milenariamente al pastoreo de camélidos y al cultivo, y hace menos tiempo a la producción de hortalizas en las zonas precordilleranas. Los collas, y en parte también los diaguitas, siguen teniendo como actividad

relevante la crianza de ganado caprino. Por su parte, el pueblo mapuche, si bien históricamente se caracterizó por ser recolector y cazador, desarrolla hace ya más de un siglo la agricultura y la ganadería. En las últimas décadas, varios grupos a lo largo del país han realizado emprendimientos turísticos ligados a los recursos patrimoniales (naturales y culturales), como también a la recolección y producción de alimentos.

Hoy en día, los rubros agropecuarios de mayor importancia para los pueblos originarios del país son la horticultura, la ganadería ovina, bovina y de camélidos, el turismo rural o agroturismo, la apicultura y los cultivos anuales (sobre todo cereales). En los sistemas indígenas, sigue siendo importante el autoconsumo como propósito productivo. También la silvicultura de subsistencia es significativa para el pueblo mapuche, entre las regiones de Bio Bio y Los Lagos.²

¹ Pehuenche, Nagche, Lafkenche, Wenteché y Huilliche son las identidades territoriales mapuche que han alcanzado mayor reconocimiento.

² En: Agendas de Innovación Agraria Territorial elaboradas por FIA entre el 2008 y 2009.



Algunas estadísticas

Según el Censo de Población del 2002, 692.192 personas se consideraban pertenecientes a alguno de los ocho pueblos originarios reconocidos a esa fecha. El pueblo mapuche, con alrededor de un 87% de los habitantes indígenas totales, era y sigue siendo el grupo mayoritario. Le seguían aymarás y atacameños, con 7% y 3%, respectivamente. Por su parte, los pueblos quechua, rapa nui, colla, kawésqar y yámana representaban en conjunto el 2%. El pueblo diaguita, reconocido recién el 2006, aparece con un 0,8% en la encuesta CAsEN del 2006.

La región con mayor presencia indígena en el país es La Araucanía. Según los datos censales, el 2002 vivían allí 204.125 personas que representan el 29,6 % del total de la población indígena nacional. A continuación, se ubicaban las regiones Metropolitana de Santiago, con 28%; la ex Tarapacá (que incluye la actual región de Arica y Parinacota), con un 11%; y la de Los Lagos con cerca del 10%.

La agricultura ocupa el primer lugar entre las actividades económicas de los pueblos originarios. Actual-

mente, del orden de un 18 % de la población indígena con alguna ocupación, trabaja en esta actividad. También son importantes el sector comercio, con 16% de los ocupados; la industria manufacturera, con 13%; y los hogares privados con servicio doméstico, con 12%.

Según el censo silvoagropecuario del 2007 se contabilizan 46.355 productores indígenas individuales. Las comunidades y productores indígenas controlan 2.867.647 ha, de las cuales 1.921.254 ha forman parte de propiedades comunitarias, mientras que 946.393 ha corresponden a explotaciones individuales (lo que representa el 1,8% del total de explotaciones agrícolas del país).

La superficie agrícola utilizada alcanza las 592.362 ha y cerca del 80% de ella corresponde a praderas naturales, matorrales y bosque nativo.

Considerando sólo predios individuales, la producción indígena representa el 73% de la producción nacional de camélidos, el 30% de la de lupino, el 13% de la de papa, el 8% de la de trigo y avena, el 5,7% de la de ganado caprino y el 5,7% de la de ovino.

³ Fuente: Censo 2002 (www.ine.cl) y Censo Agropecuario 2007 (www.odepa.gob.cl)

2. Política indígena 2006-2010

El Gobierno de la Presidenta Michelle Bachelet estableció cuatro ejes principales para estructurar la política con los pueblos originarios del país. Éstos fueron: primero, reconocer constitucionalmente a los pueblos y dar cumplimiento a convenios y compromisos internacionales; segundo, reorientar el Fondo de Tierras y Aguas y promover la rentabilidad económica de las tierras otorgadas; tercero, promover la investigación y la difusión de la cultura y lengua de los diferentes pueblos, y favorecer el patrimonio cultural; y cuarto, crear mecanismos para la adecuada participación indígena en los asuntos públicos. Estos compromisos quedaron establecidos en el “Programa del Gobierno” del 2005, en los “Acuerdos de Nueva Imperial II” del 2006 y en los “Nuevos Ejes de la Política Indígena” del 2007.⁴

El 2008, un nuevo impulso del Gobierno a la política indígena quedó plasmado en el documento denominado “Re-conocer: Pacto Social por la Multiculturalidad”. En el área de desarrollo productivo, el Gobierno decidió entonces promover con mayor intensidad la incorporación de las economías indígenas a los sectores y mercados dinámicos del país, respetando las particularidades políticas, sociales, económicas y culturales de los pueblos. Así, el Gobierno optó por reforzar, entre otros aspectos, el apoyo a emprendedores y emprendedoras indígenas que pretendan incorporar innovaciones a sus actividades productivas. Al respecto, se precisó como medida del Plan de Acción la elaboración de un Programa especial de Innovación en el marco del trabajo de las Agencias Regionales de Desarrollo Productivo.

⁴ Toda la información de este párrafo como gran parte de los siguientes ha sido obtenida de MIDEPLAN 2008

Para un mejor entendimiento del alcance del documento *Reconocer*, es importante tener en cuenta las críticas que gatillaron la elaboración de este plan de acción. Éstas planteaban que la acción del Estado respecto de los pueblos indígenas muchas veces estaba orientada a logros de corto plazo, con enfoques de pobreza centrados en las carencias. A su vez, se aceptaba que las políticas habían estado limitadas por una mirada que no consideraba el conjunto de recursos materiales y culturales del territorio, y que a su vez tenía un sesgo agrícola-primario del fomento productivo rural que desestimaba oportunidades extra-agrícolas de desarrollo económico, complementarias en el uso y aprovechamiento de los recursos.

Uno de los logros más importantes en la implementación de esta política se consiguió el 2007 cuando, después de 17 años de discusión parlamentaria, el Congreso aprobó el Convenio 169 sobre pueblos indígenas de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Con su promulgación el 2008 y su puesta en vigencia en septiembre del 2009, el Estado chileno asume un compromiso con la comunidad internacional de avanzar en forma decidida hacia el pleno reconocimiento y resguardo de los derechos de los pueblos indígenas.

Desde el inicio del período, el Ministerio de Agricultura con todos sus organismos dependientes asumieron plenamente la tarea de promover el desarrollo productivo y la innovación entre los productores y productoras indígenas. Sólo en el 2009, el Ministerio ha invertido más de \$ 20 mil millones a través de sus diversos servicios, contabilizando los programas regulares e instrumentos especiales, para apoyar la asesoría técnica, el riego, la recuperación de suelos degradados, la forestación, los emprendimientos, entre otros.

3. Entendiendo las implicancias de la innovación en los sistemas productivos indígenas

¿Qué es innovación?

Desde la perspectiva de FIA, innovación implica fundamentalmente transformar conocimiento en mayor rentabilidad del negocio y mayor riqueza. Puede ser conocimiento nuevo, generado a través de investigaciones, o aquél ya existente. El que se usa para maximizar ingresos y/o reducir costos.

La realización, difusión y adopción de innovaciones resulta de un proceso social de generación, intercambio, apropiación y uso de conocimiento. En un territorio, una cadena o una industria se logra innovar en la medida que haya un vínculo entre los generadores de conocimiento y los agentes económicos que requieren este conocimiento para ser más competitivos. No es la concentración de información en instituciones tecnológicas que trabajan aisladamente la que dará paso a las innovaciones, si no, por el contrario, la interacción y cooperación entre actores diversos y disímiles (Devaux *et al.* 2006).

Un espacio propicio para aprovechar las oportunidades de innovación que se presentan, se produce al integrarse los agentes de una cadena en un marco de alianzas, en el cual se identifiquen en conjunto las prioridades de investigación y en donde todos se involucren en la generación, disseminación y adopción de las soluciones tecnológicas más apropiadas para dar respuesta a las señales del mercado.

La innovación no puede ser considerada un perfeccionismo de las industrias o empresas más avanzadas, si no más bien un proceso de cambio que puede ser

incremental a través del tiempo y a pequeña escala, incluso en territorios rurales y sistemas productivos precarios.

La innovación para generar mayor competitividad de la empresa, del territorio o de la industria se refiere no sólo a la tecnología o las técnicas de producción, si no también a la organización y gestión del negocio, como a su vez, a todo lo relacionado con la entrada y mantención de los productos en los mercados. Adicionalmente, incluye la realización de novedosos modelos de negocios, como ofrecer servicios en vez de bienes.

Innovación y las particularidades de las economías indígenas

Las particularidades sociales, ecológicas y culturales en que los distintos grupos humanos producen bienes y servicios, hacen que la innovación en los sistemas productivos de cada grupo sea también diferente. Por ello, promover el desarrollo productivo y la actividad innovadora exige tener en cuenta la especificidad cultural, organizacional y económica de cada iniciativa y cada pueblo involucrado.

Las iniciativas cofinanciadas por FIA no sólo han tenido una importante participación de personas de los diferentes pueblos indígenas, si no que han apoyado actividades económicas en realidades culturales específicas, e incluso han promovido productos y servicios únicos, que sólo esos grupos pueden generar y en territorios particulares.



Las economías rurales indígenas de nuestro país se caracterizan por tener un marcado énfasis en la producción primaria, incluyendo la recolección. Además, se orientan principalmente al autoconsumo, considerándose frecuentemente el mercado como una salida para los excedentes bajo la idea que *lo que sobra se vende*. Se trata, por lo tanto, de una producción centrada mayoritariamente en la oferta más que en la demanda. A esto se le suma comúnmente mecanismos de intercambio de bienes o *trueque* como base de la economía local, en circuitos más o menos amplios según sea la región. Incluso esta condición de los pueblos indígenas del país se encuentra también en pueblos de otras regiones del mundo donde el intercambio de bienes tiene aún plena vigencia como mecanismo generalizado de configuración de la trama económica local.

Otra peculiaridad común de diferentes pueblos indígenas, tanto en Chile como en otras partes, dice relación con la valoración del sentido de bienestar por so-

bre el del *lucro*. El desarrollo es entendido como *buen forma de vivir*⁵, lo que implica que no necesariamente se aspira a replicar modos de vida de los grupos humanos considerados *desarrollados* –en un orden marcado fuertemente por el capitalismo– o incluso costumbres de otros pueblos indígenas. El sentido del vivir está más bien de acuerdo a los anhelos, las proyecciones, las tradiciones y la identidad particular. Dada esta peculiaridad, es fácil concluir que las *empresas* y el *emprendimiento* son ajenas a la cultura o los intereses de los pueblos indígenas –por cierto, habrá algunos casos en que sí lo sea–. Sin embargo, la experiencia de instituciones como FIA muestra que los grupos indígenas también manifiestan interés por desarrollar emprendimientos y nuevas fuentes de ingresos, toda vez que éstos les permitan incrementar la calidad de vida de las familias. En muchos casos, si bien hay creación de *negocios* el foco del trabajo de la entidad indígena sigue siendo el bienestar colectivo, en el cual se condensa un fuerte arraigo identitario⁶.

⁵ Kume Mongen en mapudungún y Suma Qamaña en aymara pueden ser traducidos como “buena manera de vivir” (POLOC 2008)

⁶ Un ejemplo de ello es la Corporación Kom Kelluayhin (“Todos nos ayudamos”), la cual ha recibido apoyo FIA, y que se centra más que en maximizar ganancias, promover el desarrollo de sus asociados mediante una producción agroalimentaria, artesanal y sustentable (POLOC 2008).

Este rasgo no se presenta como un obstáculo a las intervenciones de apoyo e innovación en la medida que se considere la especificidad indígena, la cual debe ser puesta en valor a partir de su patrimonio natural y cultural, tangible e intangible, de manera que a través de una valorización de éste, se potencie el desarrollo de la identidad y se incorpore como parte del valor agregado de los productos⁷. FIA ha apoyado a las comunidades indígenas que ven en el mercado una oportunidad precisamente para dar mayor bienestar a las familias. Incluso se han apoyado grupos con mecanismos de intercambio en que se combina trueque y mercado, el que por lo general es informal y puede llegar incluso a ser formal.⁸

Si bien la economía informal es propia de productores y productoras indígenas, no es una condición exclusiva de ellos. Muchos campesinos no indígenas también operan de esta manera derivado de motivos prácticos que dicen relación con la dificultad de formalizarse, por el costo en dinero, por el esfuerzo que conlleva y porque implica en definitiva cambiar lo que se sabe hacer. En no pocos casos, se teme además eventuales consecuencias negativas de la formalización.

Otra característica es que prevalece un sentido de pueblo y de comunidad que se refleja especialmente en las reivindicaciones relativas a la cultura o recursos productivos (tierra, agua, otros). Sin embargo, en el plano productivo y de desarrollo de negocios se advierte la preferencia por actuar de manera individual o familiar, manifestándose cierta resistencia a la asociatividad. Desde la experiencia de FIA, los diferentes pueblos con

los que se ha trabajado manifiestan matices al respecto, como por ejemplo, queda la impresión que aymarás son más comunitarios –pudiendo llegar a comercializar asociativamente– y dan mayor valor monetario a sus productos que otros pueblos, o que rapa nui son más globales y abiertos al mercado. Cada pueblo mira desde su propio ángulo no sólo por la herencia cultural si no también porque su espacio vital es distinto, por ejemplo, en cuanto a geografía, recursos y conectividad.

También una característica predominante entre los productores rurales indígenas es su preocupación por el resguardo de los recursos naturales. Esto no tiene relación con una mirada ambientalista incorporada desde fuera, sino más bien con motivaciones endógenas. Muchos se sienten parte de la naturaleza, a la vez que tienen conciencia de que dependen de los recursos



⁷ En documento no publicado "Propuesta General de Estrategia de Intervención para el Desarrollo Económico-Productivo indígena". de Carlos Calderón para el Comisionado Presidencial para Asuntos Indígenas. Diciembre 2008.

⁸ Las ferias tradicionales del tiempo (Araucanía), en las cuales FIA ha participado en el marco del financiamiento del proyecto (cadeneta de tejido de lana), da cuenta de un espacio de intercambio que permite generar negocios e intercambiar semillas y productos.

naturales. También han heredado nociones religiosas que inspiran un respeto por la tierra y sus recursos, como ocurre con el culto a la *Pachamama* en el norte, o a la *Ñuke Mapu* en el sur. Por otra parte, hay quienes afirman que la preocupación por el medioambiente estaría mermando en las nuevas generaciones, en parte, por la escasez de tierra y de medios de producción, con la consecuente sobreexplotación de recursos.

Aprovechar la identidad cultural como un activo para generar valor

“El conocimiento y las prácticas culturales indígenas debe ser reconocidas como fuente invaluable de innovación e inspiración para la sociedad”⁹

El conocimiento y el saber-hacer local, son parte del capital social y cultural de un territorio, y por lo tanto potencial de su desarrollo (Flores 2007). En muchas partes del mundo, se ha utilizado el patrimonio cultural como factor de agregación de valor de bienes y servicios. Hoy en día, más que hace algunas décadas, los pueblos indígenas pueden aprovechar la creciente valorización de las culturas y particularidades locales. La identidad se puede manifestar en el producto o servicio en sí, en la forma en que se produce (técnicas), en el tipo de empaquetamiento y comercialización, como también en la forma de preparación y presentación. En muchos casos, los consumidores están dispuestos a pagar un sobreprecio precisamente por todo ello.

Entre los pueblos originarios existen diferentes puntos de vista sobre el aprovechamiento de elementos culturales en la venta de bienes y servicios. Mientras que para algunos la identidad siempre debería ser parte del emprendimiento¹⁰, por el contrario, otros advierten y enfatizan el peligro de no folklorizar los productos y no vender la cultura. Cada pueblo y comunidad debe estimar hasta dónde puede llegar con el uso comercial del patrimonio cultural ancestral. Por otra parte, debe protegerse el conocimiento mantenido y transmitido por generaciones, las marcas y denominaciones de origen, las que hoy en día son cada vez más apetecidas por el mercado y, por lo tanto, por individuos o empresas que buscan una oportunidad de negocios. Hoy en día existen convenios y leyes¹¹ que deben ser respetados en ese sentido, y por los que cualquier emprendimiento no indígena que se aventure en el campo del conocimiento tradicional, utilizando marcas y denominación de origen, debe contar con el consentimiento previo, libre e informado de las comunidades indígenas afectadas. En tal caso debe haber un reparto equitativo de beneficios.

La puesta en valor de la cultura no excluye que los pueblos indígenas puedan producir también commodities como cereales, carne, leguminosas de grano u otro. De hecho cualquier estrategia de fortalecimiento de la economía de los pueblos indígenas no puede dejar de lado la producción *más convencional*, donde la cultura e identidad juega más bien un rol importante en otras

⁹ Corresponde a una de las recomendaciones centrales de un documento preparado por el Instituto Australiano de Estudios Aborígenes (*Australian Institute of Aboriginal and Torres Strait Islander Studies*) en el marco de la Revisión del Sistema Nacional de Innovación, abril 2008, www.aiatsis.gov.au

¹⁰ David Barrera de la Organización Terrantai Lodge de San Pedro de Atacama, ex Presidente del Consejo Público Privado de Loa Emprende, ex Presidente del Consejo de Turismo de Intereses Especiales de San Pedro de Atacama, señaló que “la identidad está en el ADN del emprendimiento indígena” (Seminario de CONADI-FAO llevado a cabo el 27 y 28 de octubre del 2008 en Santiago).

¹¹ Convención de Biodiversidad, la Ley Indígena 19.253, el Convenio 169 de la OIT, la Declaración Sobre los Derechos de los Pueblos Indígenas, ley 19.039 de propiedad industrial (art. 3).

esferas, como son la organización para conseguir escalas adecuadas, el vínculo con otras asociaciones no indígenas para lograr encadenamientos productivos, entre otros. Fundamental en estas iniciativas es el respeto por las formas organizacionales y los liderazgos legitimados por las entidades indígenas. También es fundamental que la repartición de beneficios sea justa, de acuerdo a los criterios que operen al interior de la organización.¹²

La identidad juega también un papel importante en la sostenibilidad de la vinculación a los mercados. Es un factor de cohesión e incremento del capital social que permite un mejor desempeño de la acción colectiva. La experiencia ha demostrado que la identidad cultural y cosmovisión en común han servido como ejes de motivación, perseverancia y superación de conflictos entre las organizaciones indígenas, al mismo tiempo que incorporan nuevos conocimientos y tecnologías para enfrentar cambios productivos e insertarse en los mercados dinámicos.

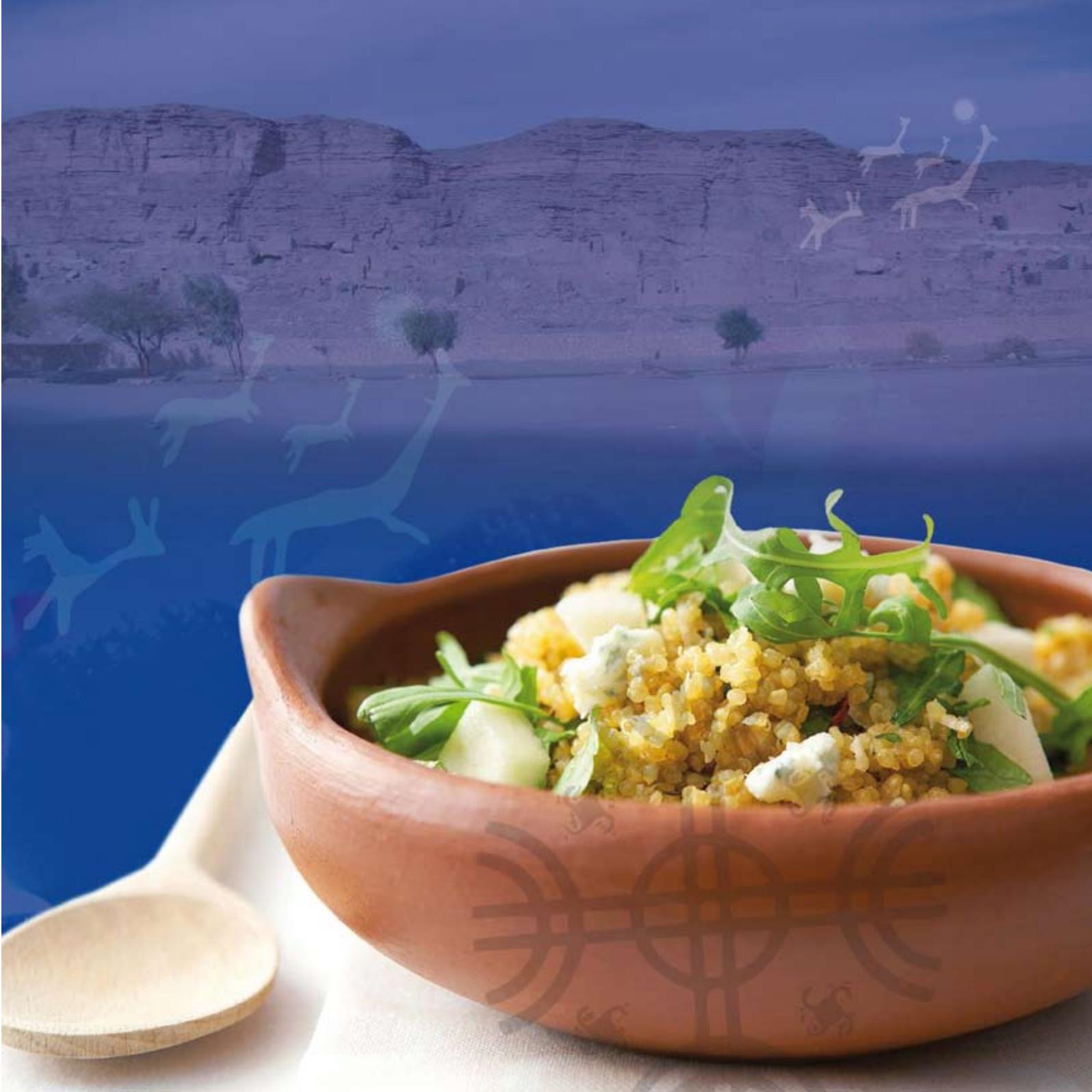
Si bien hay muchos emprendimientos realizados por indígenas en que no se nota tensión y aprensiones por entrar en el mercado, ya se ha señalado previamente las dificultades que genera para algunos grupos la incorporación al mercado de sus productos. Esto se aplica más todavía a aquellos productos y servicios con identidad cultural. Algunos mapuches, por ejemplo, se oponen a que la machi pueda tener un contrato de trabajo para prestar sus servicios, aunque se trate de un hospital intercultural, puesto que ella es una autoridad religiosa. Es decir, el arraigo cultural y el respeto por la autoridad en este caso impide o incluso prohíbe en cierta forma que el servicio de prestación de salud ofre-

cido por la machi entre del todo en el mercado formal de la salud. Ello, a pesar de los esfuerzos por avanzar en la medicina intercultural. Esta y otras tantas situaciones dan cuenta de la necesidad de adecuar y flexibilizar las políticas y procedimientos de integración de los servicios y productos indígenas bajo una mirada intercultural y tendiente al desarrollo diverso, con instrumentos que apoyen el despliegue de distintas estrategias, flexibilizando su aplicación a las distintas realidades locales y a las orientaciones de sus actores.

A modo de conclusión de las ideas hasta aquí presentadas, parece adecuado repensar una premisa ampliamente difundida entre las entidades e incluso en las políticas de apoyo a los pueblos indígenas, que establece que toda ayuda al desarrollo productivo debe realizarse sin deteriorar la cultura. Debería ser más bien al revés: *promover la innovación de los pueblos originarios exige apoyar, sobre todo, la cultura e identidad, porque sin ella, se les acabará tal vez su principal activo para competir.*



¹² Una iniciativa interesante en este sentido es La Federación Regional de Cooperativas Campesinas FEDERCOOP (Araucanía), que asocia a más de 500 pequeños agricultores, mayoritariamente mapuches, cuyo producto principal (lupino) deriva de una agricultura convencional con cultivos extensivos y sin arraigo identitario mapuche (POLOC 2008).





PARTE II: CONTRIBUCION DE FIA A LA INNOVACIÓN EN LOS SISTEMAS PRODUCTIVOS INDÍGENAS 2006-2010

4. Instrumentos de apoyo

Para promover la innovación en los sistemas agroalimentarios indígenas, en la actualidad FIA cuenta con varias posibilidades de apoyo. La mayoría son instrumentos universales a los que comunidades y productores de nuestros pueblos originarios pueden acceder. La única línea de financiamiento exclusiva es la de giras técnicas creada recientemente y que ha tenido importante aceptación.



Los instrumentos de apoyo son los siguientes:

Proyectos y estudios de innovación: son los instrumentos tradicionales que pretenden abordar innovaciones en tecnología, gestión y comercialización.

Programas de innovación territorial: línea creada el 2007 que consiste en el cofinanciamiento de un conjunto de iniciativas que apuntan al potenciamiento de una cadena de valor y un territorio particular, incluyendo proyectos, estudios, consultorías, entre otros.

Giras técnicas especiales para pueblos originarios: línea abierta durante el 2008 que busca apoyar a grupos indígenas chilenos a conocer valiosas experiencias productivas de otras partes del mundo, sobre todo aquéllas llevadas a cabo por otros grupos indígenas. Se han realizado ya dos concursos.

Instrumentos complementarios generales: línea tradicional que consta de ayudas para la contratación de consultores, la asistencia a eventos técnicos, entre otros.

25

5. Resumen del aporte de FIA en el período 2006-2010

En el período 2006-2010 FIA ha financiado 42 iniciativas, beneficiando a 1.200 integrantes de los distintos pueblos indígenas del país, y con una inversión total que asciende a \$ 5.600 millones, del cual FIA ha aportado del orden de \$ 3.300 millones. Del total de beneficiarios de los instrumentos de FIA, un 27% reconoce la pertenencia a algún pueblo originario, y, en términos presupuestarios para el 2009, ellos representan el 12.4% del gasto de la institución.

Durante los años 2008 y 2009 FIA implementó dos convocatorias especiales de Giras Técnicas para Pueblos Originarios, producto de las cuales se adjudicaron 5 y 14 iniciativas, respectivamente.

Como elemento distintivo, en la segunda Convocatoria se incentivó positivamente la participación de mujeres indígenas, con excelentes resultados. De las 14 iniciativas seleccionadas 2 corresponden a asociaciones de mujeres atacameñas, la de Toconce *Ninchies Lickau Cota* y la de Lasana *Quillantay*. Principalmente, las giras se orientaron a innovaciones en turismo rural, gestión en recursos pecuarios y técnicas artesanales.

A continuación se presenta una serie de cuadros y gráficas que resumen las iniciativas llevadas a cabo por FIA en el período 2006-2010.

MONTO DE FINANCIAMIENTO
POR TIPO DE INICIATIVA PERÍODO 2006-2010

Iniciativa	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte
Consultoría (CO)	13.982.000	9.052.000	4.930.000
Estudio (EST)	77.556.000	49.953.500	27.602.500
Gira Técnica (GIT)	195.699.658	153.244.028	42.455.630
Programa de Innovación Territorial (PIT)	4.217.503.941	2.526.190.162	1.691.313.779
Proyecto (PI)	1.139.875.760	564.260.952	575.614.808
Total general	5.644.617.359	3.302.700.642	2.341.916.717

TIPO DE INICIATIVAS FINANCIADOS POR FIA
PERÍODO 2006-2010

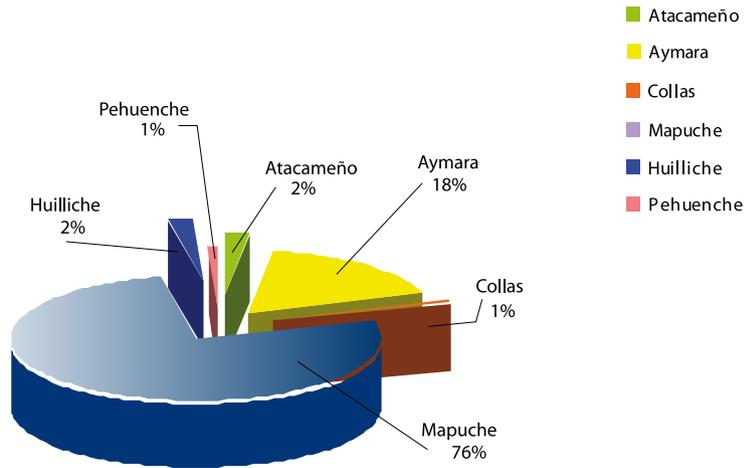
Instrumento	Nº iniciativas	%
Consultorías (CO)	2	4%
Estudios (EST)	2	4%
Giras Técnicas (GIT)	21	39%
Programas de Innovación Territorial (PIT)	6	22%
Proyectos (PI)	11	30%
Total	42	100%

27

RESUMEN POR PUEBLO INDÍGENA: PARTICIPANTES Y MONTO DE INICIATIVAS (\$)

Etnia	Nº Participantes	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte
Atacameño	28	10.186.350	7.305.240	2.881.110
Aymara	210	1.027.740.013	666.426.581	361.313.432
Collas	9	15.539.100	12.439.100	3.100.000
Mapuche	917	4.403.249.174	2.479.293.992	1.923.955.182
Pehuenche	10	13.085.900	10.385.900	2.700.000
Huilliche	26	174.816.822	126.849.829	47.966.993
Total general	1200	5.644.617.359	3.302.700.642	2.341.916.717

PORCENTAJES DE PARTICIPANTES
POR PUEBLO INDÍGENA



28

DISTRIBUCIÓN REGIONAL DEL NÚMERO DE INICIATIVAS FINANCIADAS
PERÍODO 2006-2010

Región	Consultoría	Estudio	Gira Técnica	Programa de Innovación Territorial	Proyecto	Total
Antofagasta			3			3
Atacama			1			1
Bio Bio			3			3
Araucanía	1	1	10	5	7	24
Los Lagos		1	2		3	6
Los Ríos	1		1			2
Arica-Parinacota			2	1	1	4
Total	2	2	22	6	11	43*

* Una Gira considera participación de dos regiones, lo que aumenta la cifra en este cuadro.

PARTICIPACIÓN REGIONAL POR PUEBLO INDÍGENA

Región	Pueblo indígena	N° participantes*
Antofagasta	Atacameño	28
Atacama	Collas	9
	Mapuche	13
Bío Bío	Pehuenche	10
	Mapuche	867
Araucanía	Huilliche	26
	Mapuche	26
Los Lagos	Huilliche	0
	Mapuche	11
Los Ríos	Mapuche	210
Arica Parinacota	Aymara	210
Total		1200

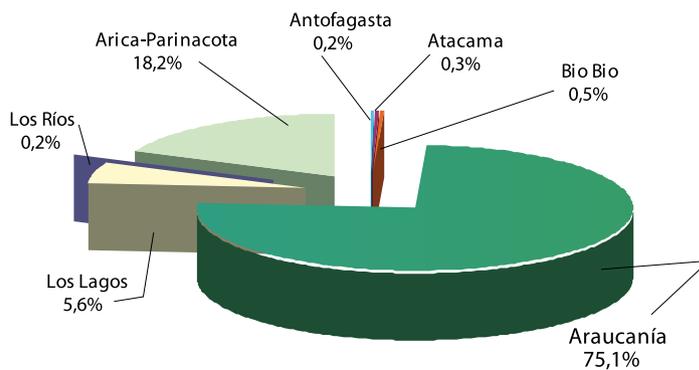
* En el caso de las Consultorías y Estudios no se consideran participantes, sí la región y el grupo involucrado.



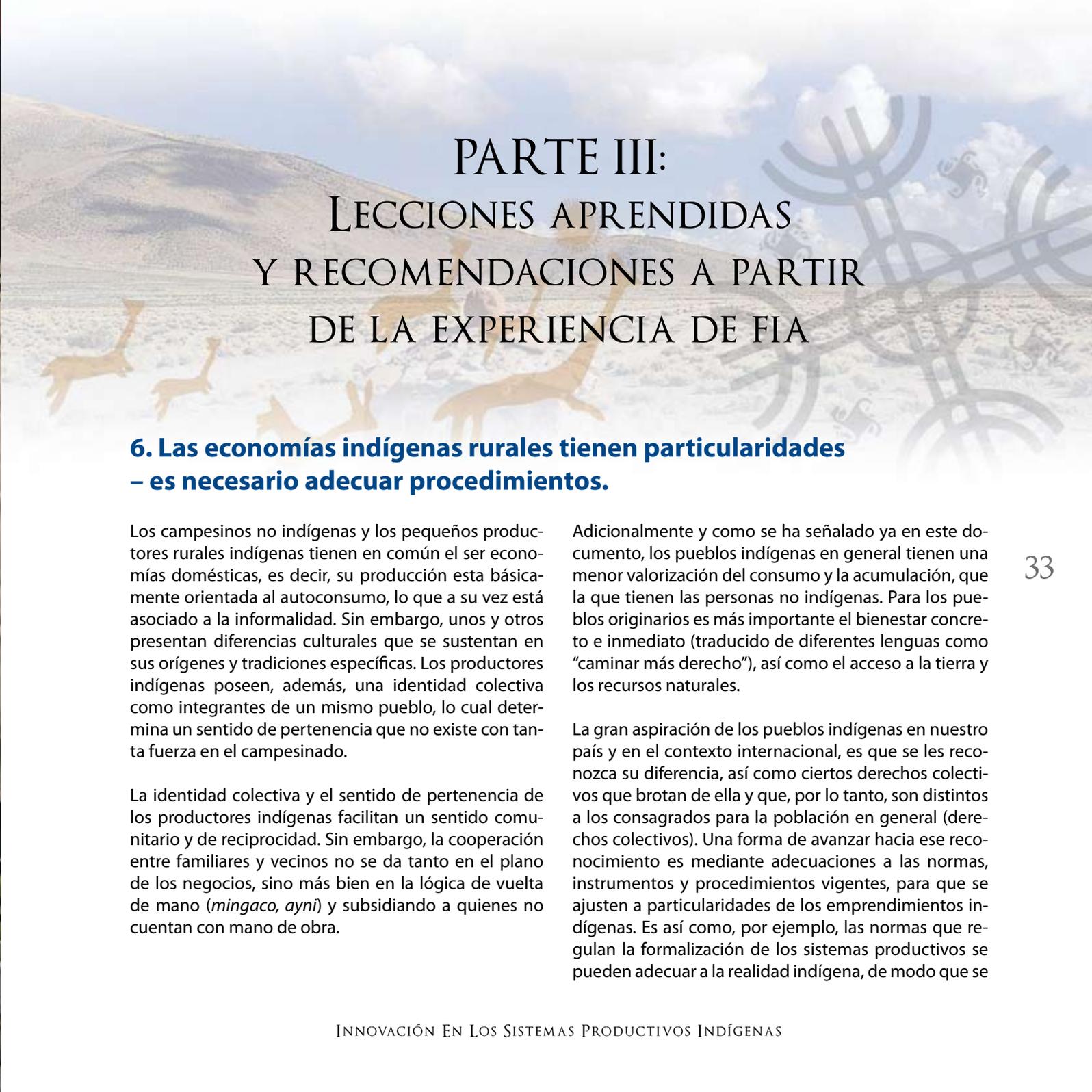
PARTICIPACIÓN POR PUEBLO INDÍGENA SEGÚN TIPO DE INICIATIVAS

Etnia	Iniciativas	Total
Atacameño	Gira Técnica	3
Aymara	Gira Técnica	2
	Programa de Innovación Territorial	1
	Proyecto	1
Collas	Gira Técnica	1
Mapuche	Consultoría	1
	Estudio	1
	Gira Técnica	14
	Programa de Innovación Territorial	5
	Proyecto	8
Pehuenche	Gira Técnica	1
Huilliche	Consultoría	1
	Estudio	1
	Proyecto	2
Total		42

PORCENTAJES DE PARTICIPANTES POR PUEBLO INDÍGENA







PARTE III: LECCIONES APRENDIDAS Y RECOMENDACIONES A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE FIA

6. Las economías indígenas rurales tienen particularidades – es necesario adecuar procedimientos.

Los campesinos no indígenas y los pequeños productores rurales indígenas tienen en común el ser economías domésticas, es decir, su producción está básicamente orientada al autoconsumo, lo que a su vez está asociado a la informalidad. Sin embargo, unos y otros presentan diferencias culturales que se sustentan en sus orígenes y tradiciones específicas. Los productores indígenas poseen, además, una identidad colectiva como integrantes de un mismo pueblo, lo cual determina un sentido de pertenencia que no existe con tanta fuerza en el campesinado.

La identidad colectiva y el sentido de pertenencia de los productores indígenas facilitan un sentido comunitario y de reciprocidad. Sin embargo, la cooperación entre familiares y vecinos no se da tanto en el plano de los negocios, sino más bien en la lógica de vuelta de mano (*mingaco*, *ayni*) y subsidiando a quienes no cuentan con mano de obra.

Adicionalmente y como se ha señalado ya en este documento, los pueblos indígenas en general tienen una menor valorización del consumo y la acumulación, que la que tienen las personas no indígenas. Para los pueblos originarios es más importante el bienestar concreto e inmediato (traducido de diferentes lenguas como “caminar más derecho”), así como el acceso a la tierra y los recursos naturales.

La gran aspiración de los pueblos indígenas en nuestro país y en el contexto internacional, es que se les reconozca su diferencia, así como ciertos derechos colectivos que brotan de ella y que, por lo tanto, son distintos a los consagrados para la población en general (derechos colectivos). Una forma de avanzar hacia ese reconocimiento es mediante adecuaciones a las normas, instrumentos y procedimientos vigentes, para que se ajusten a particularidades de los emprendimientos indígenas. Es así como, por ejemplo, las normas que regulan la formalización de los sistemas productivos se pueden adecuar a la realidad indígena, de modo que se

cumpla el fin de la formalización pero con medios más sencillos que los que se aplicarían a una empresa consolidada. Incluso hay quienes proponen que los pueblos indígenas tengan derechos de propiedad sobre ciertos productos que forman parte de su economía y su consumo tradicional (alimentos, medicinas ancestrales, entre otros) tales como el piñón, la quínoa, el merkén, los huevos azules y diversos productos silvestres de recolección. Esta idea se ve reforzada con otras experiencias de desarrollo indígena sistematizadas (ver POLOC 2008), las cuales muestran la conveniencia de que los productores indígenas tengan acceso y control sobre los recursos que utilizan en sus procesos

productivos, para la proyección y sustentabilidad de esas experiencias. Pero esto debe ir asociado a ciertas responsabilidades y deberes respecto de esos recursos y su cuidado.

Entender las singularidades de los grupos humanos y, en particular, de los pueblos originarios es un desafío para todo equipo técnico que pretenda trabajar con ellos. A partir de la experiencia de FIA, se concluye la importancia que los equipos de trabajo que intervienen en comunidades indígenas incorporen profesionales del área social que tengan experiencia en la temática.

34





PROYECTO CHAPÉN

Entre los años 2004 y 2006 se ejecutó el proyecto denominado “*Cadena de Desarrollo de la Corporación Kom Kelluhayin: Producción – Transformación – Certificación*”, con el cual se buscaba consolidar un sistema de producción, acopio y comercialización de especies y productos certificados, para los miembros de la Corporación Kom Kelluhayin. En esta iniciativa participaron 83 agricultores y sus familias, Kom Kelluhayin como organización de segundo nivel, y la Pontificia Universidad Católica sede Villarrica como responsable del proyecto, además de las instituciones financieras FIA y FOSIS.

El proyecto contemplaba impulsar inversiones en predios familiares (capacitación, asistencia técnica, infraestructura e insumos) para mejorar rendimientos aplicando buenas prácticas agrícolas; hacer operativo un sistema de sellos y certificación de productos locales (origen campesino, buenas prácticas agrícolas, principios de comercio justo); y comercializar los productos a través de un centro de acopio con sala de proceso, orientado a la gestión de negocios.

Los agricultores beneficiados fueron seleccionados de acuerdo a inversiones anteriores en los predios de cada uno, cumplimiento de protocolos de producción limpia, venta en ferias tradicionales, asistencia a los talleres de aprendizaje, trabajos solidarios e interés demostrado en el desarrollo del proyecto.

A los pocos meses de ejecución, el proyecto comenzó a ser conducido por la propia Corporación Kom Kelluhayin y fue rebautizado con el nombre *Chapén*, palabra que en mapudungun significa “cadeneta del tejido con lana”. También se incorporó al proyecto el uso sustentable de los recursos locales a partir de la valoración del concepto de biodiversidad, como valoración de la diversidad cultural y de la diversidad biológica.

Se invirtieron un total de \$ 28 millones. Como parte del proyecto se creó un Sello Ético, el cual le permitió a Kom Kelluhayin prescindir ante el público general de otro tipo de certificaciones externas, logrando transmitir confianza en la calidad de sus productos, pese a no tener resolución sanitaria o certificación orgánica. Esto agregó valor a productos, lo que a su vez ayudó a mejorar precios e incentivó a mantener la calidad.

También se realizaron ferias estacionales las cuales permitieron la comercialización de productos y el intercambio cultural. Estas iniciativas en gran medida fueron autogestionadas, de modo que requirieron de mínimos apoyos.

No se implementó el centro de acopio y procesamiento con resolución sanitaria, lo que dificultó la posibilidad de comercializar productos elaborados o envasados, en restaurantes y hoteles.

A futuro se pretende instalar un centro de gestión y proceso multifuncional, para elaborar y envasar distintos tipos de producto.

7. Acceder a mercados dinámicos es posible – el apoyo es clave para el despegue

Las iniciativas cofinanciadas por FIA muestran que productores, cooperativas o empresas indígenas pueden tener éxito en introducir sus productos y servicios a los diferentes mercados. Quienes lo han logrado, reconocen un importante aumento de sus ingresos y un mayor bienestar para sus familias. En estos casos exitosos, los instrumentos de FIA han ayudado a los productores a aprovechar oportunidades de negocios que tienen relación con las capacidades y conocimientos instalados en la comunidad local. Incluso, en algunos proyectos se ha podido dar un salto desde un intercambio informal a uno formal, llegándose también a acceder a exigentes mercados de otros países.

Las experiencias cofinanciadas muestran además que, a medida que el mercado de destino aumenta en formalidad y la colocación de productos adquiere mayor complejidad, se requieren a su vez mayores grados de formalidad en las organizaciones indígenas como también se hace necesario el apoyo de organismos externos (las entidades no gubernamentales que apoyan el comercio justo, por ejemplo). También, al estructurarse una cadena de valor, comienzan a aparecer eslabones no necesariamente indígenas. A menudo son precisamente estos actores los que hacen posible que los productos de origen indígena lleguen incluso a mercados gourmet de alta sofisticación.

En general, el éxito de la inserción de productos y servicios a los mercados está fuertemente condicionado por la existencia de una base asociativa de gestión previa. Las iniciativas cofinanciadas por FIA pueden ayudar a consolidar la o las organizaciones participantes y apoyar su gestión, sin embargo, no pueden crear capacidades colectivas ni tampoco organizaciones a partir de cero. Como se mencionó, el apoyo externo puede ayudar al mejoramiento organizacional y de gestión

para así lograr la formalidad necesaria que los mercados requieran. A su vez, la iniciativa puede contribuir a la búsqueda y creación de alianzas con proveedores, compradores y comercializadores, entre otros.

Pese a lo anterior, cuando la situación inicial del ejecutor es precaria, el cofinanciamiento FIA no permite superar todas las barreras necesarias para acceder a mercados formales por lo que se requiere en muchos casos otros tipos de apoyo. Es la situación, por ejemplo, del financiamiento para costear infraestructura básica que permita lograr una resolución sanitaria o para cubrir los costos de capacitación en aspectos básicos de gestión. En ambas situaciones, es importante vincular el apoyo FIA con el de otros organismos de modo de asegurar que se cubran todos los factores necesarios para el despegue de la iniciativa.

Si bien la experiencia FIA da cuenta de procesos exitosos de introducción de productos indígenas en los mercados, no existe suficiente evidencia para concluir que los productos se han seguido manteniendo y consolidando en ellos, una vez terminado el apoyo estatal. La política pública, junto con apoyar el comienzo de iniciativas para el acceso de productos a mercados, debería generar también las condiciones para que productores y productoras, empresas y cooperativas indígenas, entre otros, puedan competir y mantenerse en el negocio. Para ello, los agentes económicos indígenas deben ser no sólo autovalentes en el proceso productivo, sino que además deben ser capaces de generar y adoptar innovaciones, utilizando el conocimiento y la tecnología existente.

El seguimiento a las experiencias es una tarea que sobrepasa la acción de las instituciones públicas individuales y exige un trabajo mancomunado.



SOCIEDAD GANADERA AYMARA DE SURIRE

La Sociedad Ganadera Aymara de Surire está formada por distintas organizaciones, las cuales están agrupadas para la producción y exportación asociativa de fibra de vicuña. Se trata de 60 familias aymara de las comunas de Putre, General Lagos y Colchane, en las regiones de Arica y Parinacota y Tarapacá.

El proyecto ha establecido un importante sistema de relaciones comerciales que trasciende los estilos de relación culturalmente heredados, propiciando la gestión asociativa entre familias a escala intercomunal. A partir de una Asociación Indígena inicial de más de 50 miembros se formalizó una unidad comercializadora de fibra conformada por 20 personas, cuya gerencia recayó en una mujer con gran capacidad de gestión organizacional y comercial.

En torno a esta experiencia han existido esfuerzos mancomunados de distintas instituciones públicas y privadas, para el fortalecimiento integral de los productores, permitiendo que hoy éstos puedan acceder directamente a un mercado internacional altamente exigente y competitivo.

La estabilidad temporal que han alcanzado las distintas Unidades Productivas, debida a la superación continua de conflictos de diversa índole, resulta extraordinaria dado el ejemplo fatídico que han legado muchas iniciativas infructuosas de fomento productivo en el altiplano de la Norte Grande, que concluyeron su vida útil sin lograr posicionar una unidad productiva estable y autogestionada.

La organización cuenta con una cartera de 25 clientes entre los que figuran empresas italianas, inglesas, y alemanas, entre otras, los que le han reportado ingresos cercanos a los US\$ 220.000 entre los años 2002 y 2007. Desde ese año, a partir de la Sociedad Surire se creó Cooperandino Chile, la cual comercializa la fibra de camélidos de la zona.

El proyecto *“Producción y Exportación de Fibra de Vicuña Bajo Manejo Asociativo con las Comunidades Aymaras del Altiplano de la Primera Región”*, ha contado con un aporte de FIA de \$ 59 millones

8. El fortalecimiento organizacional es fundamental para una mejor gestión

La existencia de organizaciones sólidas y eficientes constituye uno de los cimientos para llevar a cabo emprendimientos económicos e innovaciones, y representa un factor clave para el éxito de las iniciativas apoyadas por fondos públicos.

La organización responsable de la ejecución de un proyecto debe cumplir con ciertas características fundamentales de entrada. En primer lugar, es importante que sean organizaciones que –más allá de ser formales y contar con infraestructura– tengan una trayectoria previa que incluya el haber realizado acciones colectivas antes de postular a cofinanciamiento FIA; en segundo lugar, contar con una estructura organizacional definida, con cargos y responsabilidades claramente establecidas. También es importante que haya liderazgos, iniciativa, voluntad y compromiso en las organizaciones.

La experiencia FIA muestra además la importancia del compromiso de las personas con su organización y la existencia de una identidad colectiva, como elementos que favorecen el desarrollo de las iniciativas.

A través de su trayectoria, FIA ha cofinanciado numerosas iniciativas con participación directa e indirecta de organizaciones indígenas, sin embargo son otras entidades las que normalmente asumen el liderazgo de los proyectos, sobre todo, Organismos No Gubernamentales y Universidades. Este hecho se explica, en primer lugar, porque la innovación no es una prioridad para la mayoría de las entidades de los pueblos originarios, las que más bien se concentran en satisfacer necesidades sociales y productivas de otra índole, relacionadas con aspectos considerados *básicos*. La realidad comunitaria y productiva local tiende a reproducir patrones heredados que son suficientes para los requerimientos de autoconsumo.

Por otro lado, las organizaciones indígenas muchas veces carecen de capacidades y recursos para gestionar iniciativas de innovación, lo que limitaría el acceso de estas enti-

dades a los recursos públicos de apoyo al emprendimiento y la actividad innovativa.

A través de los proyectos cofinanciados por FIA es posible impulsar modelos de gestión novedosos que fortalezcan a las organizaciones de productores indígenas y su cultura. Esto puede traer importantes beneficios, tales como: ayudar a que los productores se articulen de mejor manera, entre sí y con otros agentes del territorio para definir estrategias de diferenciación; aumentar sus capacidades de gestión y autonomía para impulsar acciones y negociar con otras entidades; facilitar su acceso a fuentes de conocimiento e información, entre otros.

La cooperativa es una forma organizacional que ha mostrado ser particularmente útil para el fortalecimiento de las economías indígenas. Esta entidad goza en general de aceptación por parte de los productores y productoras indígenas, hace posible la realización de negocios apoyando la cultura *comunitaria* de los pueblos, y ofrece la flexibilidad necesaria para acomodarse a diferentes condiciones productivas y rubros relacionados con el ámbito agroalimentario y forestal. Una cooperativa indígena puede responder a lógicas comunitario-territoriales, pero a su vez estar orientada a la generación de negocios. Combina una dimensión solidaria y mutualística con lo empresarial, la gestión y el éxito económico de las empresas modernas.

Otra forma de asociatividad productiva que ha mostrado interesantes resultados es la integración vertical de productores indígenas en cadenas de valor. De esta manera se constituye una amplia unidad de negocios donde están representados todos los actores de la cadena. Esta relación incluso ha llegado a quedar formalizada como *joint venture*, mediante la firma de un documento legal que obliga a los actores de la cadena para resguardar el negocio común.

El fortalecimiento de las organizaciones en las etapas iniciales del proyecto, incluso en las previas a éste, es particularmente relevante.



PRODUCCIÓN MEJORADA DE QUINUA EN LA COMUNIDAD DE ANCOVINTO

Ancovinto es una localidad en el altiplano de Tarapacá, donde tradicionalmente se ha cultivado la quínoa, pero sin un manejo agronómico adecuado. Los productores aymara trabajan con diversas variedades mezcladas, lo que dificulta el manejo, la cosecha y el procesamiento de la quínoa; esto debido a que las distintas variedades tienen granos de diferente tamaño y peso. A su vez, pueden tener alta o baja concentración de saponina, alcaloide ligeramente tóxico y de un sabor fuertemente amargo. La quínoa requiere un proceso de desaponización de acuerdo a la concentración específica de cada variedad. En consecuencia, es necesario homogenizar la materia prima para facilitar su procesamiento.

A su vez, los cultivos de quínoa en Ancovinto se han regado tradicionalmente sólo con agua de lluvia, lo que deriva en bajos rendimientos. Luego de la cosecha, la quínoa es destinada al auto consumo y a la venta, principalmente en casinos de Iquique, con escaso margen de ganancias.

Tanto el cultivo como la cosecha, y eventualmente la comercialización, se realizan de manera asociativa entre agricultores aymara, lo que da cuenta de un fuerte sentido de cooperación. Se trata de personas mayores, ya que los más jóvenes han emigrado hacia sectores urbanos (Iquique, Alto Hospicio y Pozo Al Monte), sin embargo, pese a la edad, están dispuestos a incorporar nuevas técnicas y tecnologías.

El proyecto cofinanciado por FIA y ejecutado por la Universidad Arturo Prat en conjunto con la comunidad Ancovinto entre los años 2004 y 2007, buscaba identificar y caracterizar las distintas variedades de quínoa que se están cultivando de manera mezclada, para poder establecer qué variedad es mejor para qué producto y realizar cultivos diferenciados.

También se buscaba incrementar el rendimiento de los cultivos de quínoa, mediante un manejo agronómico adecuado que incluye fertilización y riego, selección de variedades y el uso de maquinaria para sembrar y cosechar. Como resultado, se logró implementar 50 ha de cultivo de quínoa con riego, donde el rendimiento aumentó hasta 4 veces.

Como parte del proyecto se constituyó la cooperativa Ancovinto, y se realizaron giras para conocer experiencias de productores en Bolivia. También fue muy relevante la realización de un congreso internacional sobre la quínoa en el que participaron 18 países.

9. Valorización de productos y servicios indígenas – calidad e identidad son cualidades requeridas por el mercado

En los últimos años ha habido un fuerte aumento en la demanda por productos con identidad, ya sean éstos materias primas, artesanías o alimentos con mayor o menor grado de elaboración. Iniciativas cofinanciadas por FIA han contribuido a que diferentes grupos indígenas aprovechen esta oportunidad con productos como fibras finas de camélidos, merkén o el piñón, entre otros.

Estas experiencias ponen de manifiesto que el arraigo y el patrimonio cultural pueden ser un importante factor de innovación y progreso económico. Grupos indígenas de diferentes partes del país han sabido sacarle provecho a la identidad cultural y al saber ancestral para producir y comercializar productos y servicios propios, que nadie más podría hacer, y que por el sólo hecho de ser especiales, o incluso únicos, alcanzan mayores precios relativos en el mercado. Son los productos y servicios en que la identidad cultural por sí sola pasa a ser un factor de agregación de valor.

Las iniciativas de innovación que han sido exitosas en poner en valor los productos indígenas, dan cuenta de trayectorias similares. Al principio, hay una etapa de *redescubrimiento o rescate* de productos, caracterizada por identificar las fuentes de saber local y los productos en su forma más tradicional. Esto supone que el entorno local posee recursos que pueden ser aprovechados por los productores indígenas. Sin embargo, el hecho de que un alimento o una fibra sea indígena no basta para que los consumidores lo prefieran, más aún si se trata de mercados de alto valor. Por ello, en una segunda etapa es necesario concentrar esfuerzos en generar mejoras en términos de la cantidad y, sobre todo, de la calidad de la producción para que tenga un

estándar alto y homogéneo a través del tiempo, y acorde a la demanda –que además debe ser conocida. En esta fase, es necesario propiciar la confluencia entre el conocimiento tradicional ancestral y el saber foráneo con énfasis en aspectos técnicos y agronómicos. La experiencia FIA da cuenta de alianzas exitosas entre los productores indígenas y las instituciones tecnológicas para generar procedimientos y protocolos de producción así como diferentes parámetros para elevar la calidad de los productos. En una última fase, la que puede también ocurrir en forma paralela a las dos anteriores, corresponde dar a conocer y posicionar los productos. Hoy en día existen diferentes vías para ello, como por ejemplo a través del comercio justo o de instituciones que apoyan y promueven el consumo de productos con identidad. Un caso emblemático es *Slow Food*, fundación italiana que cuenta con cerca de 80.000 socios en 129 países y apoya proyectos para conservar y difundir alimentos, especies y recetas con identidad local. Esta fundación ha introducido el concepto de *baluartes o alimentos en peligro de extinción*, de los cuales existen hoy en día 200 en Italia y 91 en otros países. Chile tiene como baluartes los huevos azules de la gallina mapuche y la quínoa. En forma paralela, es necesario –y aún es una tarea pendiente– la prospección y el desarrollo de sus mercados.



La puesta en valor de la identidad cultural no se agota en la generación y transformación de productos o bienes, si no que incluye también la provisión de servicios de calidad. Existen numerosos ejemplos, entre los que destacan la gastronomía y el turismo¹³. Estos servicios se transforman en un verdadero vehículo para dar salida a las producciones locales, incluso sin necesidad de exportarlos del territorio local, lo que resulta especialmente beneficioso para las comunidades indígenas con más dificultades para acceder a mercados dinámicos más alejados.

La identidad puede agregarle valor a ciertos productos y a un territorio en la medida en que represente

y refuerce cualidades requeridas por el mercado. Sin embargo, deben ser los propios productores y sus comunidades respectivas las que finalmente deciden, voluntaria e informadamente, si desean poner su identidad en el mercado, al servicio de la competitividad y la agregación de valor. Ahora bien, esta opción genera un efecto circular, ya que, por un lado, está la oferta de productos diferenciados (que aprovecha la identidad indígena) y, por otro lado, el mercado requiere productos adscritos a una identidad real, poniendo en valor la identidad de los pueblos indígenas también para sí mismos, al apreciar que son valiosos para el mercado (efecto *reflectivo o espejo*), lo que a su vez potencia y fomenta el desarrollo de la identidad.





ESTUDIO Y PROYECTO DEL MERKÉN

En el 2005 y con financiamiento FIA, se realizó un estudio de factibilidad técnica, económica y comercial, para la producción de merkén. De esta manera, se pudo constatar que el público masivo conoce y tiene una alta valoración de este producto, lo que da cuenta de su importante posicionamiento en el mercado. Hoy en día este producto presenta una gran demanda insatisfecha en el mercado local, pero especialmente en el extranjero.

Con estos resultados se puso en marcha el proyecto *“Producción y procesamiento de ají Merkén con alto valor agregado”*, cofinanciado por FIA y ejecutado por la Escuela de Agronomía de la Universidad Católica de Temuco (UCT). Este proyecto, que se inició en diciembre de 2006 y está por culminar, ha contado con una inversión de 30 millones de pesos, de los cuales el 50% proviene de FIA y el otro 50% lo aporta el Programa Araucanía Tierra Viva.

El objetivo era promover la diferenciación, así como el aumento de valor y de volumen de un producto tradicional para beneficiar a familias mapuches. De este modo, el merkén aumentaría su calidad y rentabilidad, accediendo a los mercados internacionales como producto gourmet, y al mercado local formal. Hoy día se vende en el mercado nacional y local (Temuco, Villarrica y Pucón), de manera formal e informal.

Para lograr esto, el proyecto contemplaba generar unidades productivas y plantas procesadoras en diferentes comunas, en donde se concentraban los grandes productores.

El modelo de gestión propuesto se basa en la integración vertical de productores mapuches con otros actores de la cadena de valor del merkén, con una participación directa en utilidades sobre productos finales o productos intermedio licitados a distribuidores.

El proyecto contemplaba además crear la marca registrada *“Merkén mapuche Araucanía”*, asociada al cumplimiento de un protocolo de producción y origen, la cual acompaña al producto hasta el consumidor final.

Hasta el momento, los principales resultados han sido los siguientes:

- Identificación y caracterización de cepas de ají cacho de cabra, nativas y exógenas, validadas para el territorio.
- Habilitación de 5 plantas de proceso para elaborar merkén en las comunas de Lumaco, Los Sauces, Angol, Temuco y Nueva Imperial.
- Grupos de productores por comuna, organizados y articulados a través de equipos Proder y Prodesal, coordinados por la UCT.
- Producto de calidad certificada, homogéneo, protocolizado y certificable, dirigido a mercados locales, nacionales e internacionales gourmet.



43

En el futuro próximo se pretende habilitar una planta con altos estándares de proceso, destinada a mercado gourmet.



10. Rescate de tradiciones culinarias – un mecanismo para valorizar productos indígenas

Tal como la identidad puede llegar a ser un factor de agregación de valor para productos indígenas en general, puede serlo también para alimentos preparados y platos que responden a recetas indígenas.

En el mundo, está la tendencia de valorar crecientemente una alimentación sana. Además, en la medida que aumenta el ingreso en las sociedades, la alimentación va volviéndose más sofisticada y los requerimientos de calidad respecto al origen y características de los productos van siendo cada vez más exigentes. Así se deriva un aumento en la demanda de los alimentos *gourmet y las delicatessen*. Dado que muchos alimentos producidos por los pueblos originarios tienen atributos que los hacen únicos, perfectamente esta tendencia de consumo podría transformarse en una interesante oportunidad para los grupos y empresas indígenas.

En muchos países se han multiplicado los restaurantes dirigidos a este nicho y han aparecido incluso programas de televisión que difunden productos y recetas exóticas en las redes internacionales. En Australia, por ejemplo, existen cadenas de valor de gastronomía indígena bien estructuradas (*bush foods industry*) que incluyen productores, comercializadores y también restaurantes especializados, en ciudades importantes como Melbourne.

A través de la gastronomía es posible promover y agregar valor a productos alimenticios de origen indígena, sean silvestres, cultivados o de crianza, provengan de la tierra o del mar. FIA está a cargo del Comité Agrogastronómico de Chile, entidad que, entre otros objetivos, pretende crear una vinculación de ese tipo de productos con la gastronomía. Los productos deben estar asociados a un territorio y generar identidad con éste. Mu-

chas veces no están valorizados, entonces lo que hace el Comité es promover el rescate de esos productos, valorizándolos y promoviéndolos a través de una gastronomía que llega a los principales hoteles y restaurantes o que salen fuera del país. De esta manera, se hace sentir a los productores que su producto vale y es importante. En este caso, el uso sirve para conservar, ya que hay interés en rescatar y producir aquello que es valorado.

Un ejemplo de esto es la experiencia española, donde se han recuperado económicamente localidades a partir de inventariar su patrimonio alimentario, difundirlo y valorizarlo. El sólo hecho de tener un inventario que esté socializado y consensuado, hace que cada individuo se dé cuenta que lo que tiene es patrimonio, entonces lo conserva, lo protege, lo ofrece y promociona.

Iniciativas cofinanciadas por FIA han contribuido a que diferentes grupos indígenas aprovechen la creciente demanda por sus productos y preparaciones. La experiencia FIA deja como aprendizajes, en primer lugar, la importancia de identificar y promover el potencial gastronómico de los productos autóctonos, ya sea en preparaciones de la tradición culinaria indígena o que responden a recetas novedosas e incluso con alto grado de sofisticación. Dar a conocer las ventajas culinarias de cada producto es fundamental para incentivar su demanda y comercialización.

Resulta clave tener una mirada de cadena de valor, de modo que cualquier esfuerzo o iniciativa en esta materia considere desde los productores primarios hasta los chefs, hoteles y restaurantes, y promueva la vinculación formal entre ellos. Esto exige la apertura, tanto de las comunidades como de los empresarios que ma-



nejan el sector gastronómico, para el trabajo conjunto y la generación de alianzas comerciales. Además, la promoción de encadenamientos supone superar una serie de restricciones a las que se enfrentan los productores y productoras indígenas, como son la falta de formalización, de resolución sanitaria y de alternativas de procesamiento y comercialización.

Otro aprendizaje tiene que ver con la importancia de buscar, recopilar y dar a conocer las preparaciones indígenas, las que pertenecen a una tradición fundamentalmente oral. La difusión de este conocimiento debe ser en primer lugar, dentro del mismo pueblo heredero de la tradición culinaria en cuestión. Se re-

quieran importantes esfuerzos para fortalecer las capacidades de los actores involucrados como también para promocionar los productos gastronómicos. Para esto, resulta clave el encuentro entre exponentes de la tradición culinaria indígena y actores vinculados a la actividad gastronómica (chefs, cronistas, empresarios, entre otros). Esto genera un intercambio de saberes y experiencias y la creación de redes de colaboración.

Ha sido clave el involucramiento de la Asociación de Chef Les Toques Blanches (Capítulo chileno), que ha colaborado y participado con FIA, poniendo a su disposición su experiencia y prestigio en el ámbito del rescate del patrimonio gastronómico del país.



ESTUDIO SOBRE PATRIMONIO ALIMENTARIO EN ISLA DE PASCUA

En febrero de 2008 comenzó a ejecutarse una investigación dirigida a identificar todo el patrimonio alimentario en la Isla de Pascua, la cual contó con un presupuesto FIA de \$ 8 millones. El trabajo de campo, realizado por la destacada antropóloga Sonia Montecinos y su equipo de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Chile, se inició en abril y terminó en agosto de 2008.

Con este estudio se buscó identificar todos aquellos productos alimenticios que son patrimonio de la isla y con los cuales se realizan preparaciones que tienen una historia asociada. De esta manera, se valorizan los productos, lo que permite a su vez rescatarlos y conservarlos. Esto además es un incentivo a la conservación del suelo y revertir la erosión que afecta a la Isla.

Actualmente, el turista que va a Isla de Pascua no encuentra una oferta gastronómica que se identifique con la cultura rapa nui. Como resultado del estudio se espera que en el mediano exista una oferta gastronómica patrimonial basada en el uso sustentable de los recursos de la isla.

Mediante entrevistas a informantes clave de la isla, fue posible identificar los productos, preparaciones y formas de mesa tradicionales del pueblo rapa nui. El informe final de la investigación está terminado y, al momento de finalizar esta publicación, estaba en proceso de diagramación para ser publicado.

11. Inclusión digital del mundo rural indígena – un entorno favorable para acceder al conocimiento

La alfabetización digital ha tenido un amplio alcance en sectores urbanos, con diversos instrumentos e instituciones que abordan el acceso a Tecnologías de Información y Comunicación (TIC). No ocurre lo mismo en sectores rurales, donde el acceso a estas tecnologías está más bien restringido a cibercafé en las cabeceras comunales y a la red enlaces de los colegios públicos.

Para los productores de sectores rurales, estas tecnologías pueden ser una gran oportunidad, ya que generan un entorno favorable para el acceso al conocimiento, pudiendo contar con información útil sobre precios, proveedores, insumos, equipos, mercados, procesos, etc. La utilización de esta información, a su vez, puede servir para que los productores agreguen valor a sus productos y sean más competitivos.

FIA cuenta con el programa TIC rural, que aborda la inclusión digital en el mundo rural a partir de un trabajo en tres ejes: conectividad, desarrollo de contenidos digitales específicos y capacitación.

Este programa ha podido innovar no sólo a través de la incorporación de tecnología en sectores rurales si no que además, a través de la implementación de metodologías pedagógicas que recogen los postulados de la educación popular de Paulo Freire.

De acuerdo con este enfoque, es recomendable que un telecentro al servicio de productores rurales indígenas sea instalado en el sector donde ellos viven, para que puedan acceder fácilmente al recinto y sea administrado por la propia comunidad. A la vez, debe ser un lugar distinto a la escuela donde van a estudiar los niños, para que sea percibido como espacio de toda la comunidad local. Al sentirlo como espacio propio, los productores se comprometen en su mantención y operación en el tiempo.

Por otro lado, el proceso pedagógico a desarrollar para generar las competencias en la gente como usuarios del telecentro, debe ser participativo y orientado a aprender haciendo. Los productores deben utilizar los computadores y las herramientas informáticas en ejercicios prácticos y útiles, para aprender. Es decir, al utilizar la tecnología para resolver problemas o para responder a intereses reales, los productores constatan la utilidad práctica de lo que están haciendo y se involucran con mayor profundidad en el aprendizaje.

A su vez, los propios productores deben elegir a las personas que se van a capacitar y que posteriormente van a tener que liderar las labores del telecentro y van a replicar los aprendizajes en otros. La relación que se construye entre los educadores de la propia comunidad y los educandos no es de profesor a alumno, donde los primeros son los que tienen el conocimiento. Por el contrario, el aprendizaje se lleva a cabo por medio de un trabajo colaborativo en el que entre pares se adquieren las competencias informáticas.

Una vez que las personas capacitadas han adquirido las herramientas necesarias, ellas deben facilitar el que otros productores y miembros de la comunidad utilicen en telecentro y adquieran herramientas informáticas. Un espacio de este tipo debe estar al beneficio no sólo de los productores asociados si no también de sus familias y vecinos, para fomentar el desarrollo local.

Sin embargo, aunque el uso del telecentro responda a los intereses de toda la comunidad, tiene que tener también una orientación hacia el mercado, para que sea una herramienta útil a los productores y sustentable en el tiempo.



ESCUELAS DE INFORMÁTICA Y CIUDADANÍA

Las Escuelas de *Informática y Ciudadanía* corresponden a un proyecto piloto impulsado por FIA, que comenzó el año 2007 y termina el 2009. La inversión FIA fue de \$ 30 millones, de los cuales 25 estuvieron destinados a la implementación de las escuelas y 5, a visitas a terreno y para la elaboración de un video documental relativo a la experiencia.

Las escuelas fueron implementadas en las comunas de San Esteban (región de Valparaíso) y de Toltén (región de La Araucanía), con las cooperativas San Esteban y Pocoyan respectivamente. Además, participó CDI-Chile (Comité para la Democratización de la Informática, ONG Brasileña) como ejecutor del proyecto, y los Municipios.

La cooperativa de San Esteban es productora de carne de conejo, teniendo como mercado a la Ciudad de Santiago. Por su parte, la cooperativa Pocoyan produce papas y semillas de papas, las cuales son comercializadas dentro de la región de La Araucanía.

Se llevó a cabo un concurso abierto a distintas organizaciones campesinas indígenas y no indígenas en las regiones de Valparaíso y Araucanía, para que en sus instalaciones se habilitara un espacio físico (telecentro) donde operaría la escuela de informática y ciudadanía. Entre los postulantes se seleccionaron las organizaciones que tenían una trayectoria previa y contaban con una estructura organizacional claramente definida.

El proyecto contemplaba adaptar a sectores rurales la metodología de alfabetización digital desarrollada por CDI para sectores urbanos, la cual se basaba en los postulados de la Educación popular.

El objetivo del proyecto era transformar al productor y a su entorno no sólo para incrementar su competitividad si no que para generar desarrollo en toda la comunidad local, a través de la implementación de un telecentro que operará como escuela de informática y de ciudadanía.

Cualquier grupo local puede solicitar cursos en un tema de interés, ante lo cual tanto el capacitador, como el grupo aprenden sobre ese tema utilizando las herramientas informáticas que ofrece el telecentro.

Como resultados, en primer lugar, está el espacio físico instalado implementado en las dos organizaciones campesinas, con computadores en red, conectados a Internet, con web cam y con impresora. Además, hay un equipo humano que pertenece a las organizaciones campesinas, encargado de liderar este espacio de formación y de capacitar a sus pares. Por último, se obtuvo un modelo aprendido que fue traspasado a INDAP.

Reflexiones finales

Finalizando este documento, vale la pena plantear algunas reflexiones sobre el quehacer de FIA en materia de política indígena como a su vez sobre temáticas más allá de la institución.

Una parte no menor del presupuesto institucional se destina a iniciativas que van en beneficio de los pueblos originarios y que han sido adjudicadas en su mayoría a través de concursos abiertos a todo público. Es legítimo plantear si son necesarios más instrumentos especiales para los agentes indígenas, siguiendo el ejemplo del Programa de Giras Técnicas. Siempre serán bienvenidos por grupos o sectores particulares de la economía aquellos instrumentos nuevos que vayan dirigidos a sus necesidades e intereses específicos. No obstante, para una institución como FIA toma sentido dedicar más recursos a las temáticas de los pueblos originarios, generando nuevos concursos especiales, en la medida que ello ayude a desarrollar nuevos contenidos de innovación. Las giras técnicas han sido exitosas no porque puedan viajar muchos comuneros, si no porque las visitas están llenas de sentido respecto a las actividades económicas que los grupos participantes desarrollan, de manera que con las experiencias de otros lugares podrán agregar valor a lo que hacen. De la misma forma, en la medida que se pueden encontrar ámbitos de temas particulares que revistan importantes oportunidades para los productores indígenas, en los cuales concursos especiales ayudarán a la promoción de innovaciones sustantivas, accediendo a mercados dinámicos, entonces se darán las condiciones para nuevos concursos especiales.

A partir de las iniciativas que FIA ha cofinanciado, queda la impresión que existe la oportunidad de abordar aspectos transversales a diferentes productos y servicios indígenas, como podrían ser plataformas comerciales novedosas, mecanismos de marketing, certificación, entre otros. Adicionalmente, por lo menos a

partir de las giras técnicas adjudicadas se reconoce una oportunidad para esta institución de dedicar mayores esfuerzos al turismo rural ligado a los recursos naturales y culturales de los pueblos originarios. Éste es un ámbito en el que bien valdría la pena explorar la posibilidad de instrumentos más específicos, puesto que además se liga directamente con la priorización del sector de turismo de intereses especiales en la Política Nacional de Innovación.

Un desafío que encara FIA es posibilitar que un mayor número de iniciativas que benefician a productores y productoras indígenas sean el futuro ejecutadas directamente por entidades indígenas. Ello permitiría asegurar que la realización de los proyectos obedezca a una fuerte motivación desde dentro de los grupos, más que por la sugerencia o influencia de entidades externas, sean ONG, universidades u otras instituciones tecnológicas. Para que un mayor número de organizaciones indígenas tenga acceso a los instrumentos de FIA directamente, se requiere, por una parte, una revisión de procedimientos y exigencias administrativas (como las garantías, por ejemplo), las que mayormente no dependen de la institución, y, por otra, un fortalecimiento de las capacidades de los productores para poder autogestionar las iniciativas.

Para FIA, así como para muchos emprendimientos de nuestros pueblos originarios, existe una interesante oportunidad de dar a conocer experiencias exitosas de innovación. Si las giras técnicas permiten a productores y productoras ir a conocer emprendimientos novedosos en otras latitudes, por qué no FIA con sus ejecutores podría promover que otros grupos indígenas de Chile como del extranjero visiten experiencias exitosas de innovación, recibiendo visitantes y dando a conocer con orgullo lo que se ha logrado. Para ello, se requiere explorar y desarrollar a futuro esfuerzos de colaboración interinstitucional e internacional.

Mirando ahora más allá de esta Fundación, sería extremadamente importante que a futuro hubiese mayor interacción entre las organizaciones indígenas y las entidades de investigación y desarrollo, tales como universidades, centros de excelencia o institutos tecnológicos. Como ya se ha señalado antes en estas páginas, el desarrollo de nuevos productos y servicios indígenas requiere la conjunción de actores, de saberes y voluntades. No basta el conocimiento ancestral ni tampoco los productos con identidad en estado de *materia prima* para que se alcancen mercados interesantes y se aprovechen las oportunidades que ofrecen el mundo de hoy. Se requiere también tecnología y conocimiento científico.

Finalmente, este documento nace de la inquietud de mostrar lo que FIA ha realizado en esta temática como a su vez compartir lo que se ha aprendido. Es de esperar que cada vez más el conjunto de la institucionalidad pública vaya incorporando los asuntos relativos a nuestros pueblos originarios a su quehacer. Es de esperar también que la sociedad chilena avance progresivamente en la valoración de la multiculturalidad como un privilegio, de modo que el país esté cada vez más orgulloso de ser una sociedad con diferentes pueblos, un país diverso y, a su vez, unido. Y por supuesto, un país innovador.

Bibliografía consultada

Devaux, G. Thiele, G. López y C. Velasco (Ed.): *Papa andina: Innovación para el desarrollo de los Andes 2002-2006*. Centro Internacional de la Papa (CIP), ISBN: 92-9060-286-4, 2006.

Flores, Murilio. *La identidad cultural del territorio como base de una estrategia de desarrollo sostenible*. En: Revista Opera (Nº7), Observatorio de políticas, ejecución y resultados de la administración pública (2007-2008). Territorios con identidad cultural. Perspectivas desde América Latina y la Unión Europea. Universidad Externado de Colombia, 2007.

ONG POLOC – Posicionamiento Local (POLOC): *Sistematización de experiencias exitosas de desarrollo indígena autogestionadas*. Consultoría para el Comisionado Presidencial de Asuntos Indígenas, diciembre 2008.

Ministerio de Planificación (MIDEPLAN): *Re- Conocer Pacto Social por la Multiculturalidad*, abril 2008.

Anexo 1: Detalle de las iniciativas FIA de apoyo a la innovación en los sistemas productivos indígenas 2006-2010

Código	Tipo de Instrumento	Nombre Iniciativa	Año Inicio	Año Término	Entidad Responsable	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte	Total Participa	Pueblo Indígena	Región
FIA-PI-T-2006-1-A-058	Proyecto	Producción y Procesamiento de Aji Merkén con Alto Valor Agregado	2006	2009	Universidad Católica de Temuco	106.409.932	58.369.061	48.040.871	85	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-P-007	Proyecto	Adaptación de Sistemas Ovinos para las Comunas de Lautaro y Carahue para el Fortalecimiento de la Producción Familiar Campesina de la Región de la Araucanía, con miras a la Exportación	2 006	2009	INIA Instituto de Investigaciones Agropecuarias	280.246.462	62.206.852	218.039.610	34	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-A-006	Proyecto	Producción de Follaje como Diversificación de la Oferta en el Rubro Flores de Corte para Productoras Mapuches de la Región de la Araucanía	2006	2010	INIA Instituto de Investigaciones Agropecuarias	104.564.548	39.719.904	64.844.644	14	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-A-060	Proyecto	Desarrollo del cultivo de linaza (Linum usitatissimum). Mediante un Paquete Tecnológico en Tres Comunidades Mapuche de la Araucanía, con el Propósito de Mejorar la Competitividad de los Productos Generados por la Rotación de Cultivos Anuales	2006	2009	ONG Corporación de Desarrollo Lonko Kilapang	63.681.200	32.000.000	31.681.200	4	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-A-092	Proyecto	Establecimiento de un Centro de Producción de Semillas Orgánicas de Ajos Chilotes y una Red de Productores de Ajos Orgánicos Certificados para Exportación desde Chiloé	2006	2010	Cooperativa de Trabajo Colpomó (PROLIM)	73.205.962	56.362.169	16.843.793	10	Huilliche	LL
FIA-PI-T-2006-1-G-053	Proyecto	Construyendo Redes Solidarias de Comercialización	2006	2008	Parroquia San Sebastián	38.746.143	21.438.240	17.307.903	120	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-P-087	Proyecto	Gallinas de Huevos Azules: Selección, Manejo Herbal y Comercialización, en Sistemas Campesinos e Indígenas del Sur de Chile	2006	2009	CET Centro de Estudios y Tecnología para el Desarrollo del Sur	87.223.455	58.000.000	29.223.455	50	Mapuche	Ar
FIA-PI-T-2006-1-P-104	Proyecto	Producción y Exportación de Fibra de Vicuña Bajo Manejo Asociativo Sustentable con Comunidades Aymaras del Altiplano de la Región de Tarapacá	2006	2008	Castro Fernández Teodora Agripina y Otros, Sociedad Surire	75.424.499	59.147.353	16.277.146	20	Aymara	AyP
SUB-PI-L-2005-1-A-004	Proyecto	Consolidación Territorial de un Modelo de Producción de Calidad Basada en Protocolos Campesinos para la Comercialización de la Kinwa Mapuche como Alimento Balaute del Sur del Chile	2006	2009	CET Centro de Estudios y Tecnología para el Desarrollo del Sur	120.332.290	77.473.290	42.859.000	80	Mapuche	Ar
SUB-PI-C-2006-2-P-038	Proyecto	Consolidación de la Actividad Lechera Ovina en la Provincia de Chiloé a través de la Elaboración de Queso en Base a un Sistema de Producción Limpia	2007	2009	Rafael Alfredo Maripán Aguilera	131.395.409	55.618.923	75.776.486	6	Mapuche	LL

Código	Tipo de instrumento	Nombre Iniciativa	Año Inicio	Año Término	Entidad Responsable	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte	Total Participa	Pueblo Indígena	Región
PIT-2007-0231	Programa de Innovación Territorial	Desarrollo de un sistema de encadenamiento entre productores de ganado ovino y caprino y la industria para generar productos cárnicos de alto valor con un sello de la Araucanía	2007	2010	Comercial Chau S.A.	950.885.409	622.840.711	328.044.698	72	Mapuche	Ar
PIT-2008-0189	Programa de Innovación Territorial	Programa de Innovación Territorial en la Región de Arica y Parinacota de la AFC Ganadera Aymara en Camélidos Sudamericanos Domésticos y Silvestres	2008	2011	Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Veterinarias y Pecuarias	942.093.514	599.999.228	342.094.286	175	Aymara	AyP
PIT-2008-0095	Programa de Innovación Territorial	Desarrollo, Diversificación y Encadenamiento productivo en base a tres PFFNs: Piñón, Morchella y Rosa Mosqueta, en Lonquimay, IX Región.	2008	2011	Universidad de Chile, Facultad de Ciencias Forestales	656.806.120	328.535.330	328.270.790	36	Mapuche	Ar
PIT-2009-0187	Programa de Innovación Territorial	Plataforma de Articulación de Instrumentos para el Mejoramiento de la Producción y Comercialización de Artesanía Textil en la Comuna de Puerto Saavedra	2009	2012	Centro de Gestión Unical S.A.	581.570.000	290.570.000	291.000.000	50	Mapuche	Ar
PIT-2009-0205	Programa de Innovación Territorial	Cadena de Valor Integrada para el Desarrollo y Posicionamiento de una Oferta de alimentos Diferenciados y Saludables, de Origen Mapuche, en Mercados Gourmet Nacionales y Extranjeros	2009	2012	Universidad Católica de Temuco	574.746.000	374.500.000	200.246.000	190	Mapuche	Ar
GIT-2009-0026	Gira Técnica	Gira técnica intercambio cultural Relmu Witrál	19/03/2009	30/04/2004	Asociación Indígena Relmu Witrál	3.499.000	2.399.000	1.100.000	10	Mapuche	BB
GIT-2009-0530	Gira Técnica	Gira Técnica a Argentina como Parte del Ampliamento Productivo de Metodologías de Elaboración y Procesamiento de Subproductos Apícolas y del Rubro en sí	13/07/2009	19/07/2009	I.Municipalidad de Lumaco	13.299.367	10.599.367	2.700.000	10	Mapuche	Ar
GIT-2009-0533		Gira técnica de buenas prácticas apícolas en pueblos originarios: Producción, asociatividad y comercialización para exportación en Brasil	09/08/2009	14/08/2009	Comité Apícola APILAUT	14.960.000	11.960.000	3.000.000	10	Mapuche	Ar
GIT-2009-0531 E c/c		Gira Técnica de Sistemas de Producción Ovina y Diversidad Agropecuaria en los Pueblos Originarios de Centroamérica. Asociatividad, Comercialización para Mercados de Exportación en Costa Rica	23/08/2009	28/08/2009	I.Municipalidad de Lautaro	10.798.775	8.398.775	2.400.000	10	Mapuche	Ar
GIT-2009-0534		Revalorización y procesamiento de productos endémicos: La avellana, con comunidades mapuches de la Comuna de Lumaco, a través del conocimiento de experiencias de desarrollo rural sostenible en Perú.	31/08/2009	06/09/2009	Fundación de Desarrollo Campesino	10.077.769	7.757.769	2.320.000	10	Mapuche	Ar

Código	Tipo de Instrumento	Nombre Iniciativa	Año Inicio	Año Término	Entidad Responsable	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte	Total Participa	Pueblo Indígena	Región
GIT-2009-0525	Gira Técnica	Desde Los Andes Pehuenche a Los Andes del Cauca	20/09/2009	26/09/2009	Asociación Indígena Red de Senderos Turísticos Pehuenche Trekaleyin	13.085.900	10.385.900	2.700.000	10	Atacameño	BB
GIT-2009-0515	Gira Técnica	Gira mujeres atacameñas Quillantay del Pukará de Lasana	15/10/2009	19/10/2009	Asociación Indígena Atacameña de Mujeres de Lasana Quillantay	2.940.000	1.800.000	1.140.000	10	Atacameño	An
GIT-2009-0522	Gira Técnica	Aprendiendo la experiencia de la cultura indígena Nahuats: Agricultura orgánica, gastronomía tradicional y ecoturismo	19/10/2009	24/10/2009	Corporación Unión Araucana	17.855.000	14.250.000	3.605.000	9	Mapuche	Ar
GIT-2009-0524	Gira Técnica	Gira tecnológica para fortalecer el emprendimiento de la Comunidad Indígena Atacameña de Cupo, en criterios de innovación para estándares de turismo de intereses especiales.	20/10/2009	24/10/2009	CONAF	3.455.550	2.764.440	691.110	8	Atacameño	An
GIT-2009-0527	Gira Técnica	Conociendo nuevas formas de gestión y articulación de emprendimientos de turismo rural.	21/10/2009	27/10/2009	Comité de Turismo Rural Mahuida Pirén	4.067.660	3.183.660	884.000	5	Mapuche	Ar
GIT-2009-0528	Gira Técnica	Aprendizaje a Partir de experiencias de turismo Comunitario en la Zona Andina de la Provincia de Chimborazo, Ecuador	21/10/2009	27/10/2009	Fundación para el Desarrollo Regional del Vicariato Apostólico de la Araucanía	14.945.974	11.765.974	3.180.000	10	Mapuche	Ar
GIT-2009-0517	Gira Técnica	Asociación Indígena Aymara al lago Budi: Tema: Gestión de recursos pecuarios y turísticos.	02/11/2009	08/11/2009	Asociación Indígena de Gulas Aymara de Turismo del Parque Lauca Comunidad Indígena	3.599.000	2.829.000	770.000	9	Aymara	AyP
GIT-2009-0537	Gira Técnica	El bosque nativo como recurso para el turismo indígena en Liqueñe.	06/11/2009	09/11/2009	Asociación de Pequeños Agricultores y Artesanos de Liqueñe	2.225.000	1.778.600	446.400	11	Mapuche	LR
GIT-2009-0514	Gira Técnica	Gira intercambio técnico-productivo de la Asociación de Mujeres Atacameñas Ninchies Lickau Cota.	09/11/2009	14/11/2009	Asociación de Mujeres Atacameñas de Toconce Ninchies Lickau Cota	3.790.800	2.740.800	1.050.000	10	Atacameño	An
GIT-2009-0519	Gira Técnica	Diversificación del manejo y uso gastronómico del Piñón.	09/11/2009	14/11/2009	Corporación PROCASUR	8.127.471	6.573.802	1.553.669	10	Mapuche	Ar
GIT-2008-0302	Gira Técnica	Gira técnica de diversificación productiva en áreas marino-costeras visitando Ecuador y su experiencia en manejo integrado de recursos marinos y ecoturismo.	08/03/2009	29/05/2009	Centro de Gestión y Desarrollo Empresarial Ltda., CEGEDE	15.339.100	12.041.600	3.297.500	10	Mapuche	LL

Código	Tipo de Instrumento	Nombre Iniciativa	Año Inicio	Año Término	Entidad Responsable	Costo total	Aporte FIA	Aporte Contraparte	Total Participa	Pueblo Indígena	Región
GIT-2008-0303	Gira Técnica	Mejoramiento de los sistemas productivos caprinos en Comunidad Colla Río Jorquera y sus afluentes.	01/02/2009	25/02/2009	Corporación PROCASUR	15.539.100	12.439.100	3.100.000	9	Collas	At
GIT-2008-0304	Gira Técnica	Conocer experiencias replicables al Valle Araucanía de vinculación y/o encadenamiento de la producción indígena con la agroindustria en Perú.	25/02/2009	17/04/2009	Universidad de la Frontera	11.250.000	8.900.000	2.350.000	10	Mapuche	Ar
GIT-2008-0305	Gira Técnica	Gira técnica para conocer in situ la planificación y gestión territorial de la nación In-Shuck-ch en la Provincia de British Columbia, Canadá: "Del desarrollo cultural tradicional al desarrollo económico productivo".	18/04/2009	29/05/2009	Timberline Gestión de Recursos Naturales Ltda	18.606.192	14.985.241	3.620.951	6	Mapuche	BB, Ar
GIT-200-0307	Gira Técnica	Rescate del cultivo de la KINWA MAPUCHE y su utilización como insumo para el desarrollo de iniciativas gastronómicas en comunidades mapuche-williche de la comuna de Purranque.	07/01/2009	25/03/2009	Comunidad Indígena Colligüe Mapu	1.615.000	1.240.000	375.000	10	Mapuche	LL
GIT-2008-0367	Gira Técnica	Gira tecnológica de empresas campesinas de Arica Parinacota a la Zona Central para conocer el funcionamiento de los centros de gestión.	14/01/2009	30/04/2009	RED NACIONAL DE CENTROS DE GESTION, RED CEGE A.G.	6.623.000	4.451.000	2.172.000	6	Aymara	AyP
COC-2009-0560	Consultoría	Evaluación de factibilidad técnica para el establecimiento de una asociación de productores de leña certificada de bosque nativo en tres Comunidades Huilliches de la Comuna de la Unión, en la Región de los Ríos.	01/09/2009	31/05/2010	MUCECH Corporación Movimiento Unitario Campesino y Etnias de Chile	7.152.000	4.952.000	2.200.000	nc	Huilliche	LR
						5.630.842.359	3.293.297.642	2.337.544.717	1.200		
Total \$						5.644.617.359	3.302.700.642	2.341.916.717	1.200		

Anexo 2: **Colaboradores**

Fundación para la Innovación Agraria (FIA)

Gabriela Casanova

Dominique Chauveau

Claudio Soler

Soledad Hidalgo

Ignacio Briones

Paulina Erdmann

Unidad Indígena del Ministerio de Agricultura

Sandra Herrera

Oficina de Asuntos Indígenas de la Presidencia de la República

Carlos Calderón

Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (ODEPA)

Alfredo Apey

Corporación de Posicionamiento Local (POLOC)

Roberto Concha

Loreto Pizarro

Pablo Briceño



FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN AGRARIA (FIA)
MINISTERIO DE AGRICULTURA

CREANDO VALOR NUEVO A PARTIR DEL CONOCIMIENTO ANCESTRAL



CHILE
POTENCIA ALIMENTARIA Y FORESTAL



GOBIERNO DE CHILE
MINISTERIO DE AGRICULTURA
FIA