



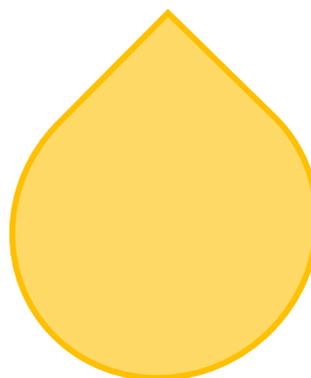
**EVALUACIÓN FINAL DEL PROGRAMA
MIEL MAYA HONING
COOPERACIÓN A LA APICULTURA EN BOLIVIA
ENERO 2022 A DICIEMBRE 2024**

INFORME FINAL

Mario Quintanilla Arandia

EVALUADOR

La Paz, mayo 2025



Contenido

1.	PRESENTACION.....	4
2.	INTRODUCCION	4
3.	DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE LA EVALUACIÓN EN SU CONTEXTO	5
4.	DESCRIPCIÓN DE LA LÓGICA DE INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA Y DE SU APOORTE A LOS CAMBIOS ESPERADOS	7
5.	OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PROGRAMA, PARA BOLIVIA.	7
6.	DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS DE EVALUACIÓN.....	8
6.1	EFICIENCIA.....	8
6.2	EFICACIA	12
6.3	PERTINENCIA	17
6.4	IMPACTO	19
6.5	SOSTENIBILIDAD	21
6.6	GÉNERO.....	24
6.7	SPG Y MEDIO AMBIENTE	29
6.8	INCIDENCIA POLÍTICA A NIVEL MUNICIPAL	30
6.9	VISION NACIONAL DEL SECTOR APÍCOLA EN BOLIVIA	31
6.10	ANALISIS DE LAS EMPRESAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA DE MIEL.....	33
6.11	TABLA DE RESULTADOS	36
7.	RESUMEN DE LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA	50
8.	PREGUNTA CUALITATIVA.....	55
9.	DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS OPCIONES METODOLÓGICAS	59
10.	FASES DE LA EVALUACIÓN.....	61
10.1	Fase preparatoria y de coordinación	61
10.2	Fase estudio de información secundaria	61
10.3	Fase de trabajo de campo	62
10.4	Fase de procesamiento de la información.....	63
10.5	Fase de informes	63
11.	DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS Y CONTROL DE LOS DATOS RECOGIDOS	63
12.	TRIANGULACIÓN DE LAS FUENTES	64
13.	LÍMITES DE LA METODOLOGÍA APLICADA	66
14.	DIFICULTADES ENCONTRADAS EN LA REALIZACIÓN DE LA MISIÓN.....	66
15.	CONSTATAIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
15.1	CONSTATAIONES	67
15.2	CONCLUSIONES	67
15.3	RECOMENDACIONES	70
16.	LECCIONES TRANSFERIBLES.....	71

ACRÓNIMOS EMPLEADOS EN EL DOCUMENTO

(por orden alfabético)

ADAPICRUZ	Asociación Departamental de apicultores de Santa Cruz
CCN	Comité de Coordinación Nacional
CIOEC	Coordinadora Integral de Organizaciones Económicas Campesinas
CORACA	Corporación Agropecuaria Campesina Aiquile
DGD	Dirección General del Desarrollo de Bélgica (nivel federal)
EBA	Empresa Boliviana de Alimentos
EdG	Estrategia de Género
FdH	Frères des Hommes
GAD	Gobierno Autónomo Departamental
GAM	Gobierno Autónomo Municipal
LdB	Línea de Base
ML	Marco Lógico
MMH	Miel Maya Honing
NATIVA	Naturaleza Tierra y Vida.
OAB	Organización Apícola de Base
OECA	Organización Económica Campesina
PIOC	Pueblo Indígena Originario Campesino
PMMH	Programa de Miel Maya Honing
SPG	Sistema Participativo de Garantías

1. PRESENTACION

El presente documento contiene los resultados de la evaluación final del programa de cooperación a la apicultura en Bolivia realizado por Miel Maya Honing (PMMH) y ejecutado por dos organizaciones cupulares: una apícola en Santa Cruz, la otra agrícola en Cochabamba y una ONG local con asiento en Tarija.

Los resultados reflejan el estado de situación de los indicadores señalados en los TDRs al finalizar el programa y son producto del análisis e interpretación de la información obtenida a través de los instrumentos adecuados para la evaluación de este tipo de programas y del estudio analítico y crítico de la información secundaria referida al PMMH en el período 2022 - 2024.

La estructura del informe responde a lo señalado en la convocatoria y algún punto agregado por el evaluador con fines de aportar claridad a la información, sin que altere la esencia de lo requerido, en ese entendido, el informe se ajusta a los TDRs y todo cuanto se sostiene en él está debidamente respaldado.

La intervención se realizó en el marco del respeto y la consideración a la privacidad, la confidencialidad y reserva debida de manera que cuando alguna persona manifestó su voluntad de no emitir opinión respecto de algún punto, se dejó sin efecto la pregunta o asunto en conversación.

Es de resaltar el grado de compromiso y participación de las y los productores, así como de las representantes de las OAB, que una vez iniciada la tarea, se involucraron en todo cuanto había que hacer tanto en los talleres como en las encuestas y entrevistas.

Es importante poner en relieve el alto grado de heterogeneidad en la población beneficiaria, heterogeneidad en cuanto a género, edad, formación, origen, grado educativo, cultura y demás factores de la diversidad, aspecto que en ningún momento fue obstáculo para la realización del trabajo de campo, más por el contrario, permitió la integración y colaboración entre ellas y ellos. Fue frecuente la asistencia de padres o madres y sus hijas o hijos o hermanos dedicados a la apicultura.

En el cometido de la misión, el evaluador recibió el apoyo del Coordinador del Programa para la Cooperación Apícola en Bolivia de MMH, Directivos y Técnicos de las organizaciones socias, representantes de las OAB, productoras y productores de las asociaciones apícolas, autoridades locales y muchas personas que con su aporte hicieron posible que el trabajo sea exitoso. A todas ellas y ellos, mis profundos agradecimientos.

2. INTRODUCCION

La evaluación de un programa en esencia es una investigación descriptiva interpretativa, buscando la relación causal entre los planteamientos, los hechos y los resultados, lo cual incluye los medios y procedimientos con los que se ejecutó la intervención. Así, se describen los hechos acontecidos y se interpreta los resultados, buscando la explicación de porqué las cosas sucedieron de esa manera y no de otra.

Mientras la parte descriptiva es esencialmente cuantitativa, la interpretación es de orden cualitativo, a partir de los parámetros que la investigación se propone y las definiciones del programa mismo.

Esto conduce a establecer la situación al final de la intervención y verificar si ésta coincide con lo propuesto o esperado, el grado de avance y las posibles causas que han conducido a ello. De esta manera, los productos y resultados son coherentes con lo planteado y esperado, o no hay coincidencia, lo cual no debe considerarse fracaso de la intervención, sino que es parte de los aprendizajes que deja

el proceso y permite identificar las acciones que se deben evitar y aquellas que se deben fortalecer y en su caso difundir en contextos similares.

En el caso presente, la evaluación practicada arroja coincidencias entre resultados logrados y propuestos, lo cual muestra la pertinencia de la intervención y la coherencia de las acciones, estableciendo una relación entre la realidad de los contextos, los actores, con los procedimientos o acciones.

Para realizar la interpretación, la información fue procesada debidamente:

- La información cuantitativa fue trabajada en hojas de cálculo, lo que permite realizar los cruces de variables para reconocer el predominio de un determinado criterio (moda).
- La información cualitativa obtenida en los talleres y entrevistas fue procesada en tablas de doble entrada lo que permite establecer las tendencias de las características investigadas, lo cual muestra que los actores de determinado sector (directivos, representante o productores) perciben de cierta manera los hechos o circunstancias.

En caso de que algunos resultados no coincidan con lo propuesto en el PMMH, el análisis permite interpretar la discrepancia en función de las condiciones objetivas del contexto y buscar explicaciones razonables.

Es relevante anotar que inicialmente el PMMH fue formulado para un quinquenio (2022-2026) pero por la reducción presupuestaria¹ en la DGD al presupuesto originalmente presentado y otras razones, se redujo a tres años, lo cual determinó establecer la meta final al tercer año y si se conseguía más fondos se ratificaba la meta al quinto año. Esta decisión fue acordada entre el nivel decisorio de las organizaciones socias y la representación oficial de MMH, habiéndose acordado “llegar hasta donde sea posible con el presupuesto y tiempo asignado y de ser posible, buscar otras fuentes de financiamiento” como ser otros proyectos concurrentes. Esta determinación no fue debidamente explicada a todas las instancias pertinentes y causó insatisfacción e incertidumbre en la población beneficiaria, fue interpretada en Bolivia de manera diversa, incluyendo como causa a la guerra de Rusia con Ucrania, la falta de recursos de la DGD y otras.

3. DESCRIPCIÓN DEL OBJETO DE LA EVALUACIÓN EN SU CONTEXTO

Miel Maya Honing asbl (MMH) es una organización no gubernamental internacional belga (ONG) acreditada por la DGD – Dirección General del Desarrollo de Bélgica (nivel federal), su acción se desarrolla en Bélgica y otros países de mundo, entre ellos Bolivia. Es un organismo especializado en el apoyo a los apicultores del Sur.

Su misión consiste en permitir que el apicultor del sur pueda vivir dignamente de su trabajo, proponiendo al consumidor, local o no, un producto de primera calidad, respetando el medio ambiente. MMH realiza esta misión por medio de cinco ejes de trabajo, que son:

- 1) La promoción del comercio justo y de su rubro «miel»;
- 2) La ejecución de programas apícolas por socios del Sur

¹ El PMMH 2022-2026 presentado a la DGD consideraba un presupuesto que duplicaba al anterior programa de 5 años, sólo aprobó aproximadamente la mitad, es decir muy similar al programa 2017-2022 y dada esta situación, MMH consultó a las socias si estaban en condiciones de ejecutar el programa en un tiempo menor, es decir tres años, lo cual fue aprobado en reunión virtual.

- 3) La valorización de la contribución de la apicultura al desarrollo y a la conservación del medio ambiente
- 4) La sensibilización y la movilización de los apicultores europeos, y en particular belgas, sobre desafíos de la apicultura comunes entre el Norte y el Sur
- 5) El intercambio de saberes.

MMH asbl no tiene actividad comercial: la importación y la distribución de la miel en el comercio justo, fueron efectuadas por la cooperativa Maya Fair Trade hasta su liquidación a fines de agosto 2017. Esta actividad fue retomada por Oxfam Fair Trade SC (Gante).

Los proyectos «Sur» actualmente en ejecución se ubican en Bolivia (Programa DGD de MMH 2022-26) y en la República Democrática del Congo (Programa DGD de MMH 2022-26). La contribución propia de MMH a estos proyectos proviene sobre todo de la campaña de colecta de fondos operación 11.11.11.

En la Asamblea General Extraordinaria de sus afiliados, (25/3/2025) MMH validó la fusión con la ONG belga Frères des Hommes asbl (FdH) y en consecuencia, MMH asbl concluye su existencia legal y es integrada al interior de FdH, entidad que asume los compromisos de MMH que están en ejecución a la fecha de la fusión, respeto al outcome Bolivia del Programa DGD de MMH 2022-26, y asumirá el seguimiento de esta evaluación de fin de proyecto hasta su culminación.

La parte «Bolivia» del PMMH incluye un solo objetivo específico, objeto de la evaluación:

En tres departamentos de Bolivia, se implementan empresas involucradas en la economía social apoyadas por 14 organizaciones apícolas y sus cúpulas, en el marco de una coordinación nacional que quiere darle un futuro a la apicultura boliviana, abierto hacia la sociedad y basado en un modelo asociativo viable en el plan económico, incluyente para las mujeres y los jóvenes, y con un impacto positivo para el medio ambiente.

Duración prevista: 3 años, desde el 01/01/2022 hasta el 31/12/2024.

Una vez confirmada la fusión legal, Frères des Hommes, que incluye a MMH, pedirá a la DGD un presupuesto complementario para ampliar este Programa hasta el 31/12/2026, con un enfoque sobre la profundización de todo lo que se relaciona con la colaboración entre las organizaciones socias, las organizaciones apícolas y apicultores/as. La pregunta cualitativa enfocada en el segundo indicador del objetivo específico y los indicadores del resultado 6 se plantea en el contexto de esta solicitud.

El programa de apoyo a la apicultura en Bolivia se realizó en los departamentos de Tarija, Santa Cruz y Cochabamba con la participación ejecutiva de tres socias locales que son:

- **NATIVA (Naturaleza Tierra y Vida)** ONG nacional que desempeña sus labores vinculadas a la agroecología, apicultura ecológica, empoderamiento y fortalecimiento institucional y otras acciones con el apoyo de otras agencias de cooperación aparte de MMH. Se encuentra en el Departamento de Tarija, apoya a 4 Asociaciones de las cuales dos son exclusivamente apícolas*, son a las que se da apoyo desde la socia local, pero Nativa atiende a varias otras organizaciones locales en el departamento mismo:

- AART* (Asociación de Apicultores de La Reserva de Tariquíá),
- APME* (Asociación de Apicultores de Miel Ecológica)
- AOCEMM (Asociación de Organizaciones Campesinas Económicas Moto Méndez)
- Asociación de Apicultores CUTAIQUI.

- **CIOEC Cochabamba**, (Coordinadora Integrada de Organizaciones Económicas Campesinas) cuya actividad en el departamento de Cochabamba se desarrolla en el campo de la agroecología y la

apicultura ecológica, está constituida por 9 Organizaciones Económicas Campesinas (OECAs) de las cuales cuatro participan en el PMMH y una es exclusivamente apícola*:

- Coraca Aiquile (Corporación Agropecuaria Campesina Aiquile),
- APAM-Mizque (Asociación de Productores Agropecuarios Ecológicos de Mizque),
- APAQUI* (Asociación de productores apícolas Q'orimayu Independencia)
- TOKITO (Asociación de Apicultores del Municipio de Toco).

- **ADAPICRUZ** (Asociación Departamental de Productores Apícolas de Santa Cruz), organización que afilia al menos a 12 Organizaciones Apícolas de Base en el departamento de Santa Cruz. De estas organizaciones seis² participan en el PMMH:

- ASAPECAB (Asociación de Apicultores Ecológicos de Colinas del Amboró),
- ASAMET (Asociación de Apicultores y Apicultoras de Municipio El Torno),
- ASAFIGUARDIA (Asociación de Apicultores del Municipio de La Guardia),
- COAP (Cooperativa Agropecuaria de Portachuelo),
- APMIL (Asociación de Productores de Miel del Municipio de Lomerío)
- ASAPIOKI (Asociación de Apicultores de Okinawa).

La duración del programa fue de enero 2022 a diciembre 2024, aunque como se dijo anteriormente, inicialmente estaba previsto para un período de 5 años.

4. DESCRIPCIÓN DE LA LÓGICA DE INTERVENCIÓN DEL PROGRAMA Y DE SU APORTE A LOS CAMBIOS ESPERADOS.

Esta es la tercera intervención de Miel Maya Honing en Bolivia:

- Inicialmente se hizo una intervención piloto (2015 y 2016), en tres departamentos: Santa Cruz en el municipio de La Guardia; Cochabamba por medio de CIOEC Cochabamba a Coraca Aiquile, y en Tarija a la AART y APME, por medio de AOPEB.
- Luego un segundo programa de cinco años (2017 – 2021)
- El presente programa, con duración de tres años (2022-2024).

El programa motivo de la presente evaluación se planteó objetivos y resultados que están formulados en el ML y su intervención fue a través de las organizaciones socias locales y las organizaciones apícolas de base.

El foco de este programa fue el fortalecimiento institucional, la consolidación de la comercialización asociativa, la equidad de género, el cuidado del medio ambiente y el posicionamiento de la apicultura en el ámbito nacional, no se contempló la dotación de equipos o materiales como prioridad.

5. OBJETIVO ESPECÍFICO DEL PROGRAMA, PARA BOLIVIA.

“En tres departamentos de Bolivia, se implementan empresas involucradas en la economía social apoyadas por 14 organizaciones apícolas y sus cúpulas, en el marco de una coordinación nacional que quiere darle un futuro a la apicultura boliviana, abierto hacia la sociedad y basado en un modelo asociativo viable en el plan económico, incluyente para las mujeres y los jóvenes, y con un impacto positivo para el medio ambiente.”

² De acuerdo a lo manifestado por el anterior presidente de ADAPICRUZ, esta organización cuenta con más asociaciones y por diferentes razones no se involucraron en el PMMH. Entre ellas está la Asociación A. Ibáñez.

INDICADORES DEL OBJETIVO ESPECIFICO

Indicador 1 del Objetivo Específico:

El consumidor boliviano valora la miel boliviana producida según criterios ecológicos en los tres departamentos y es consciente de la relación fuerte que existe entre la apicultura natural y la protección del medio ambiente.

META AL AÑO 3

El análisis de mercado actualizado a fines del 2024 demuestra un aumento de las ventas de la miel boliviana ecológica y una mayor comprensión, por parte del consumidor boliviano, de la relación fuerte que existe entre la apicultura natural y la protección del medio ambiente.

Indicador 2 del Objetivo Específico:

Se fortalece la visión nacional de la apicultura boliviana adentro de las 14 organizaciones apícolas y sus cúpulas.

META AL AÑO 3.

La coordinación entre los tres departamentos permitió a las socias, a las organizaciones apícolas y a sus apicultores afiliados que, juntos, obtengan más impactos que si se hubiera actuado de manera individual. El CCN (Comité de Coordinación Nacional) identificó temas prioritarios que valen la pena de ser trabajados de manera común después del Programa 2022-24.

El desarrollo de la evaluación se orienta a la verificación del grado de logro de este Objetivo Específico y sus indicadores, lo cual se encuentra detallado en las siguientes partes del presente informe.

6. DESARROLLO DE LAS PREGUNTAS DE EVALUACIÓN

Estas preguntas se orientan a evaluar los criterios OCDE referidos a un programa como el que nos ocupa, en consecuencia, en este apartado el informe abordará los criterios señalados en los TDRs, a través de las preguntas formuladas y tomando como base la información cuantitativa y cualitativa obtenida por la aplicación de los instrumentos respectivos y la información secundaria de la que se dispuso como ser los informes semestrales de las socias y las fichas de monitoreo.

6.1 EFICIENCIA

1. ¿En qué medida la utilización de los recursos y la estrategia de implementación han demostrado ser la mejor manera para conseguir los resultados?

Por los resultados obtenidos y de acuerdo a lo manifestado por las y los productores, la estrategia de implementación ha sido satisfactoria, reconocen que no hubo fallas graves en el programa y consideran que este aspecto no debe cambiar en futuras acciones, expresan sus requerimientos de mayor capacitación (no precisan en qué) y piden que haya dotación de equipamiento para el procesamiento de la miel, pese a que el presente programa no contempla equipamiento.

La utilización de los recursos fue adecuada, según lo manifiestan las personas entrevistadas y encuestadas, no hubo observación en este aspecto, pero de alguna manera se hizo la pregunta de por qué en esta fase del programa no hubo equipamiento ni dotación de insumos.

Por tanto, se concluye que el enfoque y la estrategia son adecuadas al entorno, a la naturaleza de la población beneficiaria, a los objetivos y propósitos.

2. ¿Fueron los recursos del proyecto (humanos, materiales y financieros) utilizados apropiadamente y consecuentes con los resultados alcanzados?

Por lo recogido en las evidencias, los recursos humanos y financieros fueron empleados adecuadamente y no surgió dificultad alguna en ese aspecto. En la evaluación se tuvo acceso limitado a documentación contable financiera de las tiendas de comercialización y los datos que se registra en cuanto a volúmenes de producción, precio de venta de los productos, etc. surgen de la información obtenida de las socias.

En cuanto a recursos materiales, equipos u otros similares, se evidenció la existencia de algunos equipos en CORACA Aiquile, ASAPIGUARDIA Y APMIL, no se evaluó estas donaciones ya que el PMMH en esta fase no tenía previsto dotar de equipamiento. Efectivamente, algunas asociaciones recibieron equipamiento en el marco de otros proyectos, por ejemplo, FAO, pero al no estar en el marco del presente programa, no ingresa en la evaluación.

3. ¿En qué medida el proyecto se ejecutó según lo previsto y qué factores contribuyeron o lo dificultaron?

El Programa responde a una Teoría de Cambio que oportunamente fue elaborada y conocida por todos los actores, en función de esta TdC se realizaron las planificaciones y tomaron previsiones respectivas para su concreción, entre estos instrumentos metodológicos está el Marco Lógico, que ajustó los alcances de los resultados al año 2024.

Es importante dejar en claro que la “reducción” de duración del programa fue acordada en reunión virtual con las tres socias ya que se podía haber ejecutado en los cinco años, pero con el presupuesto de tres, que esencialmente era el mismo del anterior programa (2017-2021). De acuerdo a la información recogida, el presupuesto presentado a la DGD para el programa 2022-2026 era prácticamente el doble del anterior, entonces, la reducción presupuestaria en realidad fue la aprobación del mismo presupuesto anterior.

Habiéndose acordado la reducción presupuestaria para el Programa, el ajuste en las planificaciones fue señalar la meta final al tercer año, de ahí en más, se ejecutó lo planificado previo ajuste de las metas finales, los indicadores del objetivo específico así como los resultados también se ajustaron al presupuesto reducido, pero se produjeron contingencias de diverso orden que afectaron a la ejecución programática, como ser el prolongado paro en Santa Cruz, bloqueos de carreteras en diferentes oportunidades, desastres naturales como ser las riadas o sequías o incendios de bosques que periódicamente se presentan.

En general, las actividades planificadas en los POAs anuales se cumplieron en el marco de lo previsto, sin embargo, hubo actividades programadas que no se hicieron (suspendidas definitivamente) y otras no programadas que se realizaron. Este es el detalle extraído de los informes narrativos de las socias y por su importancia las detallamos:

ACTIVIDADES RELEVANTES PREVISTAS EN EL POA, CANCELADAS O POSTERGADAS:

ADAPICRUZ

Año 2022

- Capacitación y auditorías para la certificación ecológica SPG. R2 (explicación: falta de tiempo en 2022, problemas medioambientales, por factores sociales departamentales y en el país. Se reprogramaron en el 2023 y 2024)

Año 2023:

- Trazabilidad de mieles cosechadas y seleccionadas para el acopio y comercialización con sello. No se realizó porque hubo cambios, relacionados a APIBSA, ese año no se lograba revertir su situación de decrecimiento económico y su cierre era inminente.

Año 2024

- Planes de negocio de miel para el desayuno escolar en el municipio Andrés Ibáñez (Santa Cruz ciudad) pero no se logró, Porongo accedió, sigue vigente y Lomerío no se logró por dificultad de presupuesto en el municipio*
- Estudio de mercado de la miel en nichos especiales*
- Acopio de miel certificada para su procesamiento en plantas de acopio y transformación. No se hizo por el cierre de APIBSA y los cambios que hubieron, se espera que en el futuro inmediato ADAPICRUZ y ASAPIGUARDIA lo haga y BEEGREEN comercialice con la marca Senda Pura
- Presentar propuestas de normativas y reglamentaciones sobre protección del bosque y cambio climático a consideración del Concejo Municipal de Porongo.

Esta actividad se realizó en Lomerío, no en Porongo, por estar las condiciones mejor definidas³.

- Construcción de guiones para video y producción de video del proceso de certificación ecológica y testimonios. R6. Explicación: se hicieron video sencillos en 2024 por carecer del presupuesto adecuado para un trabajo similar al del 2021.

*Estas dos actividades se realizaron en el año 2023 y 2024 con pasantes de la UTEPSA.

NATIVA

Año 2022.

- Campaña de concientización sobre consumo de productos apícolas certificados. (postergada al año 2024). Se realizaron las campañas de invierno para el consumo de miel con las 5 asociaciones, mediante la plataforma Facebook.
- Año 2024. Renovación con SENASAG, por no ser rentable y por no haber habido solicitud de AOECEMM para esta renovación. La situación institucional de AOECEMM era crítica por diferentes razones y, además, la poca entrega de miel de los productores a la organización. En tal sentido, NATIVA solicitó por escrito permiso para ejecutar la actividad de análisis laboratorial de las mieles de las beneficiarias del programa con otra institución en la misma ciudad de Tarija.

CIOEC Cochabamba

Año 2022.

- Taller de diagnóstico de los jóvenes de las organizaciones. Capacitación de emprendimientos apícolas. (R2) a raíz de que CIOEC Cbba no ha tenido el personal suficiente para esta actividad, pero se hizo un ejercicio de meliponicultura con un grupo de mujeres emprendedoras de Aiquile, mismas que viajaron a Lomerío para un intercambio de experiencias.
- Taller de intercambio sobre género y masculinidad en organizaciones productoras de Cochabamba. (R3). Debido a la dificultad generada en la actitud machista de las organizaciones.
- Revalidación de herramientas de género con apicultoras y apicultores.

³ De acuerdo a información complementaria recibida (24/5/2025) en Porongo se presentó la Ley Integral de Fomento a la Apicultura, está en revisión jurídica, para su aprobación y posterior reglamentación. En Lomerío también se presentó propuesta para protección de áreas de potencial apícola para su protección y conservación. A nivel departamental se coordinó con la Secretaría de Cambio Climático de la Gobernación de Santa Cruz y por 2 años se participó en la Plataforma de CC con Jóvenes.

- Sistematización y análisis de información para definir los lineamientos de estrategia de género. Posteriormente en 2024 se elaboró una estrategia de Género.

Apreciación del evaluador: algunas de estas actividades fueron reprogramadas y realizadas en otra gestión y con la participación de otros actores. Se percibe un sobredimensionamiento de las capacidades de las socias al asumir los compromisos y en algunos casos una priorización de las actividades institucionales propias por encima de las del PMMH.

Algunas de estas actividades incidieron en el logro de los sub resultados y por ello en una fase complementaria se sugiere retomar a las que se considere importantes para el resultado final, previo análisis de su prioridad e importancia.

ACTIVIDADES RELEVANTES REALIZADAS NO PREVISTAS EN EL POA

En cierta medida, estas actividades no previstas en el POA podrían considerarse como una contribución no esperada a los resultados.

ADAPICRUZ

Año 2022

- Gestión de recursos de apoyo al proyecto apícola con un componente de jóvenes y sensible al género, con Alcaldía Municipal de Lomerío. (R3)
- Actividades de promoción y acuerdos de construcción de una SRL⁴ por haberse producido situaciones que llevaron al Directorio a formular un plan alternativo (Plan B). R3.
- Aplicación del formulario el Censo sensible al género, se requería información actualizada de datos de socios y socias, se incluyeron preguntas referidas a las mujeres y varones. Se ejecutó la actividad censal de socios activos incluyendo datos sociales, productivos y preguntas sensibles al género. Se obtuvo 160 registros de socios y socias. El trabajo se realizó con apoyo de pasante de la carrera administrativa. R3.
- Desarrollo de productos y lanzamiento de la marca Senda Pura, fueron actividades del 2023 que no se lograron concluir, con el proyecto FAO y que se amplió hasta marzo 2024. Son productos que representan una marca que ADAPICRUZ puede desarrollar su posicionamiento o negociar con una empresa una alternativa que le genere ingreso. SE menciona el proyecto FAO debido a que, en función de alcanzar el mayor nivel posible de los resultados, se gestionó este proyecto. R1.

CIOEC

Año 2024

- Participación en la elaboración de la reglamentación de la Ley 1135 de Apicultura en el Departamento de Cochabamba, a invitación de la Gobernación CBBA. R5.
- Socialización de la Reglamentación de la Ley 1135. R5
- Reunión de la delegación de la DGD en Cochabamba, a solicitud de MMH en vista de la presencia de DGD en Bolivia, visita a Santa Cruz.

NATIVA

Año 2023

⁴ Con la participación de 7 personas, socios de ADAPICRUZ, que asumieron el desafío de constituir una empresa entre privados que se pueda realizar la comercialización asociativa de mieles de calidad, aplicando los principios de comercio justo y sin comprometer a la organización.

Campaña de sanidad apícola para control de la varroa a partir del 3 de abril y terminó el 4 de mayo. Es una actividad que se realiza como complemento al R.1.

Esta actividad se realizó en coordinación con el SENASAG, GAM Entre Ríos, CEA Emborozú y Gobernación Regional de Villamontes y consistió en:

- Taller de capacitación de toma de muestras de las colmenas para remitir al laboratorio en Cochabamba.R4.
- Capacitación en la aplicación de tiras y toallas de “ácido oxálico” (acaricida) en las colmenas para erradicar el ácaro. R4.
- Instrucciones para el llenado de formularios del registro RUNSA, útil para el SPG (a cargo de SENASAG). R4.

El costo de los insumos (producto aplicado) fue cubierto en un 70% por el programa MMH y el 30% por los productores afectados.

La campaña benefició a las asociaciones de AART, APME, AOCEMM y CUTAIQUI en lo que se refiere al PMMH, pero también alcanzó a otras comunidades que están bajo cobertura de las otras organizaciones vinculadas al sector apícola.

Año 2024

- Evento de Trazabilidad y certificación orgánica de la producción apícola en la región del chaco, con expertos de la República Argentina, para la certificación ecológica del Río Pilcomayo. R4.
- Evento FORO de soluciones desde el bosque: Retos y oportunidades antes el desastre ambiental y la crisis climática (panel de miel), desarrollado en la Ciudad de Santa Cruz. (no se utilizó recursos del Programa)

4. ¿Fueron los informes del proyecto presentados a tiempo y atendiendo los requerimientos?

La siguiente tabla muestra las fechas en que fueron entregados los informes narrativos de las socias durante el Programa:

	1-2022	2-2022	1-2023	2-2023	1-2024	2-2024
ADAPICRUZ	6/9/22	27/1/23	30/6/23	3/3/24	27/7/24	19/2/25
CIOEC	23/8/22	20/1/23	30/6/23	23/2/24	30/7/24	31/12/24
NATIVA	26/8/22	17/2/23	26/7/23	23/2/24	30/7/24	8/3/25

Fuente: Elaboración propia con la información recogida de los Informes Narrativos de las socias.

Como se puede observar, con excepción del informe del primer semestre 2022, los demás informes fueron entregados en un tiempo prudente después de vencido el semestre, lo cual es un indicador de responsabilidad de las organizaciones socias.

6.2 EFICACIA

5. ¿En qué medida se han logrado los objetivos del proyecto en cuanto al fortalecimiento de la apicultura? Indicador 0.2

Para alcanzar el fortalecimiento de la apicultura se han desarrollado actividades como:

- Convenios con organizaciones afines a la producción y comercialización de miel y productos transformados.
- Desarrolló mecanismos de certificación para promocionar productos de calidad, que tengan certificación.

- Actividades de análisis de la problemática de la comercialización, escasos mercados y necesidad de mecanismos de venta asociativa. Un breve resumen de estos análisis se refiere a:
 - formales como NIT y otros. dificultades en el traslado de los productos desde los apiarios a los centros de acopio;
 - limitación en el acceso a otros mercados como ser “Desayuno escolar”, “canasta del Adulto mayor” Supermercados u otros similares por la competencia (desleal) de EBA que provoca la descalificación de las OAB
 - carencia de requisitos
- Acciones integradas de las socias para fortalecer la visión de la actividad apícola en Bolivia.
- Desarrollo de estrategias alternativas de incentivación y motivación para la participación de jóvenes en la actividad apícola: asignación de premios económicos a los emprendimientos en apicultura a cargo de jóvenes.
- Intercambios de saberes entre las 3 socias en temas de: género, jóvenes, ferias, capacitaciones
- Consolidación del sello ecológico a través de un logo oficial del programa en Bolivia. NATIVA lideró la creación de un símbolo que representara la identidad del programa a nivel nacional.
- Diseño del sello ecológico del programa: Este distintivo refuerza el compromiso del programa con la producción sostenible y certificada, beneficiando a las organizaciones apícolas y sus afiliados al posicionar sus productos en mercados diferenciados, satisfaciendo el requerimiento de los consumidores, que aprecian la existencia de los sellos.
- Se elaboró un protocolo de implementación del sello y su respectivo reglamento, para definir a que productores y que cantidad se proporcionan.
- Elaboración de directrices y protocolo de uso del sello ecológico, asegurando su correcta aplicación y contribuyendo a la transparencia y legitimidad del programa.
- Diseño del programa 2025-2030. A la cabeza del Coordinador del programa y recogiendo insumos de las tres socias, se elaboró la nota conceptual y la TdC, NATIVA contribuyó con el presupuesto y el mapa de áreas de acción, asegurando una planificación estratégica alineada con las necesidades identificadas.

Sin embargo de estas acciones, todas muy importantes para consolidar y fortalecer la apicultura, en los talleres regionales y focales, con el aporte de representantes de OAB y productores se identificó lo que FALTÓ hacer en el programa, resaltando las siguientes inherentes al programa mismo:

- Faltó incorporar a más jóvenes.
- Faltó más participación de las mujeres.
- Faltó comunicación del programa a las bases y entre socios.
- Más eventos de intercambio e integración entre apicultores

Los restantes factores de los que faltó (carencias identificadas por las y los productores) se refirieron a aspectos en función de sus propias necesidades o pueden entenderse como solicitudes.

- Sostenibilidad comercial y organizacional.
- Apoyo en comercialización
- Búsqueda de otros mercados
- Falta de promoción de “Senda Pura”
- Intercambio de conocimientos con otros apicultores.
- Faltó técnicos de campo para entrenamiento de nuevos apicultores.
- Capacitación en miel y sus derivados.
- Faltó terminar los baños en APMIL, Lomerío.
- Falto terminar la remodelación de tapera a sala de extracción.
- Faltó capacitación en extracción de miel.

- Faltó más inversión pública y privada.
- Faltó más interés de los socios.

6. ¿En qué grado se lograron los efectos y los resultados del proyecto tomando en cuenta las transversales?

GÉNERO

El diseño del programa contempla un resultado específico referido a Género (R3) y , en la práctica se la implementa como transversal por su complejidad por tanto se lo desarrolla en otra parte del documento.

- Fue desarrollada en actividades específicas, tomando como referencia básica las EdG, se debe considerar que esta estrategia fue formulada y difundida en la gestión 2024.
- Se debe considerar que para NATIVA el tema de género es una constante, por lo cual en todos sus proyectos incorpora este aspecto y esto permitió que aún sin la formulación de la EdG, el desarrollo del PMMH incluyó acciones en el tema género.
- En las tres socias se generaron algunos efectos concretos respecto del tema género, como ser:
- La equidad de género es valorada por hombres y mujeres, buscando mejorar el acceso de las mujeres a las actividades apícolas.
- Se ha conseguido sensibilizar directivos y bases para impulsar la implementación de acciones sensibles al género.
- El tema de género no se lo desarrolla solamente desde la mirada femenina, se ha vinculado en el tema el tratamiento de las masculinidades, lo cual ya se constituye en algo habitual para H y M.
- Como resultado del tema género se elaboró una nueva herramienta “Transferencia de conocimientos entre pares” que permite el acceso equitativo a conocimientos y servicios con el protagonismo de las mujeres.
- Se entregaron incentivos a 8 mujeres emprendedoras de algunas asociaciones de la socia NATIVA, con el apoyo de ONG CATALYSE+
- En los talleres, se logró construir un calendario de actividades de H y M en los quehaceres habituales, reflejando que, al menos en teoría, las actividades domésticas de la familia, son compartidas entre la mujer y el hombre.
- Por otra parte, cuando se trató de verificar si esta equidad en las labores domésticas se reproduce en las actividades apícolas se marcan las diferencias señalando ventajas y desventajas para hombre y mujeres se tiene:

Entre las ventajas de los hombres están:

- Su fuerza física para el manejo de las cajas y los productos, que tienen considerable peso.
- Tienen más “coraje”
- No tienen otras obligaciones en la casa.

Entre las desventajas de los hombres están:

- No tienen habilidades para hacer productos transformados.
- No son decididos, dudan mucho,

Las ventajas de las mujeres son:

- Es responsable,
- Tiene muchas iniciativas,

- Son muy habilosas para el envasado, la transformación y la venta de productos.
- Puede trabajar bien con meliponas.

Sus desventajas son:

- Es muy sensible.
- Tiene miedo a las picaduras
- Tiene menos experiencia en el manejo de la colmena
- Tiene menos fuerza.
- Menos oportunidades.

MEDIO AMBIENTE

Uno de los focos del programa está orientado al cuidado del Medio Ambiente a través de medidas y acciones de conservación del bosque melífero, la recuperación de áreas para cultivos agroecológicos, el cuidado de la biodiversidad, que, vinculados a la actividad apícola propiamente dicha, constituyen una fortaleza para las acciones del PMMH y al mismo tiempo son una debilidad por la deforestación, los incendios y otros factores derivados del Cambio Climático. Además de transversal, es un resultado del programa y por eso se lo encuentra en el apartado correspondiente.

Los efectos y resultados que se pudieron percibir son:

- La mayoría de los apicultores instala sus apiarios lejos de los cultivos donde se emplean químicos.
- No pintan sus cajas o sólo lo hace por fuera.
- Nativa compró 900 Ha (en Palo Santo) con destino a la producción ecológica y apícola, lo que contribuye al cuidado del medio ambiente. De acuerdo a la información reciente, NATIVA recibió una donación de 300 Ha adicionales con el mismo fin.
- Hay una actitud de rechazo a los incendios provocados en el bosque y todo lo que pueda contribuir al cambio climático.

En general, se han desarrollado muchas actitudes en favor del cuidado del medio ambiente y se puede asegurar que no son actitudes pasajeras o forzadas.

7. ¿hay evidencia de efectos no esperados?

- Alteración de algunas actividades por desastres naturales como el desborde de los ríos.
- Pérdida de colmenas por desastres naturales.
- Robo de colmenas y productos por parte de personas inescrupulosas.
- Deterioro del bosque melífero a causa de los incendios.

8. ¿En qué grado los beneficiarios del proyecto estuvieron involucrados en la implementación y seguimiento?

Por lo manifestado en los talleres y los señalado en las encuestas, la población beneficiaria participó de manera activa y permanente en las actividades programadas por las instancias respectivas (coordinación del programa y socias), no participaron en las acciones de planificación ni en el monitoreo de las actividades, lo cual de alguna manera muestra una brecha entre las instancias de toma de decisiones y los productores, además de ser una expresión de las relaciones de poder entre las dos instancias.

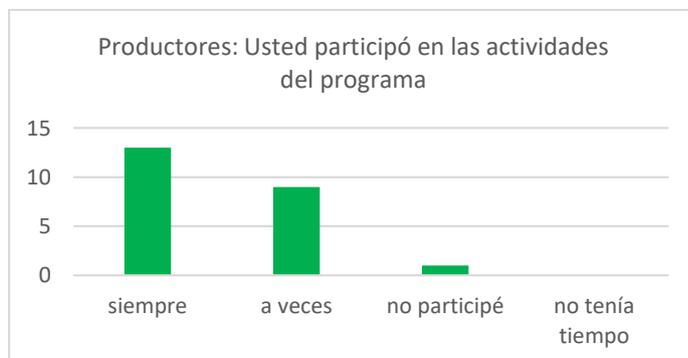
Por diferentes razones como ser salud, ocupaciones laborales, compromisos de otra índole, etc., las y los productores de base no siempre pudieron participar en todas las actividades programadas, de ese modo el impacto si bien fue general, en algunos casos fue parcial debido a la ausencia de

las y los participantes. Este hecho, si bien puede ser considerado de poca importancia, tiene una significación en la formación de nuevos referentes como en el caso de género. (p.e: si alguna productora no asistió a la única capacitación de género, no tendrá la información sobre el tema ni podrá contribuir a la transformación de los patrones de conducta en este importante tema).

En resumen, se puede concluir que:

- La instancia más alta para la toma de decisiones de las socias y técnicos del programa participaron en la fase de planificación y en la ejecución de las actividades.
- Las y los representantes de las OAB así como las y los productores de base solo participaron en la fase de ejecución de las actividades, con algunas ausencias.

Los siguientes gráficos construidos a partir de las encuestas muestran las frecuencias absolutas de que tanto representantes de la OAB y los propios productores asumen que su participación fue parcial y sólo en las actividades, no en la planificación ni en el seguimiento o monitoreo.



9. ¿El proyecto alcanzó sus resultados en relación con los indicadores seleccionados?

En la **TABLA DE RESULTADOS** que se encuentra al final de este apartado, se reporta detalladamente el grado de alcance de los resultados en función de sus indicadores.

10. ¿Qué resultados fueron más difíciles de alcanzar?

De acuerdo a los resultados obtenidos, los reportes narrativos de las socias y lo manifestado en los talleres (regional y focal) y en las entrevistas, los siguientes son los resultados más difíciles de alcanzar:

- La **COMERCIALIZACIÓN** es el Resultado que más dificultades tuvo. La coyuntura del mercado nacional fue desfavorable para la venta de la miel debido a varios factores como ser: falta de mercados, escaso consumo de miel en las familias bolivianas, monopolio de la empresa EBA,

bajos precios de productos similares de contrabando y de otros países. Esta dificultad no es exclusiva de los productores apícolas de Bolivia, lo cual impulsa a la búsqueda de medidas que puedan reducir los efectos negativos:

- Para atenuar estos efectos, en CIOEC CBB se realizó un estudio de mercado, abriéndose espacios relativamente pequeños (Ferias y otros) que no son la alternativa para la venta asociativa.
- NATIVA apoyó a las organizaciones para comercializar sus productos con la producción de Etiquetas, banners, participación en ferias, promoción de las marcas en plataformas virtuales.
- La idea de la comercialización asociativa funcionó con limitaciones, ya que cuando se trata de grandes cantidades de productos, conlleva diversas dificultades incluyendo el traslado desde las comunidades de producción y procesamiento.
- Otro resultado muy difícil de alcanzar es la consolidación de Empresas Sociales para la comercialización, debido a la inexistencia de esta figura en el marco legal boliviano. A decir de MMH Bélgica, esta situación ya se conocía en el momento de elaborar el Programa y por ello, en una de las numerosas reuniones Zoom sostenidas en el 2021, se elaboró el concepto del “Consortio Asociativo”, cuya definición es: *“Las socias están en proceso de construcción de mecanismos asociativos orientados hacia la sostenibilidad financiera. Su definición de la empresa social se dirige hacia el concepto del “consorcio asociativo”, conformado por una alianza entre una organización social y una empresa (en Cochabamba, con la tienda “Kampesino”; en Tarija, con la tienda “Alma del Monte”; en Santa-Cruz, con la empresa “Apícola del Bosque”).”* Se encuentra en la LB del RES 6.01.
- En otro apartado del presente informe de evaluación nos referimos en detalle a los casos de las tres socias al respecto de las Empresas Sociales para la comercialización y la aplicación del concepto de Comercio Asociativo.
- Las tiendas para la comercialización de los productos apícolas –Kampesino (Cbba) y Alma de Monte (Tarija), son alternativas viables para la comercialización a pequeña escala, no se mueven grandes cantidades, pero constituyen el referente físico para estos productos, además de que constituyen una referencia para la garantía de calidad a través de los sellos SPG o de origen.
- Las Ferias apícolas o de carácter general son también oportunidades puntuales para la comercialización, con la desventaja de la distancia y la corta duración para los pequeños productores. Sin embargo, también son mercados alternativos que contribuyen a la comercialización.

6.3 PERTINENCIA

11. ¿En qué medida los objetivos del programa siguen siendo adecuados, y si son congruentes con el contexto en que viven los beneficiarios y las prioridades del entorno?

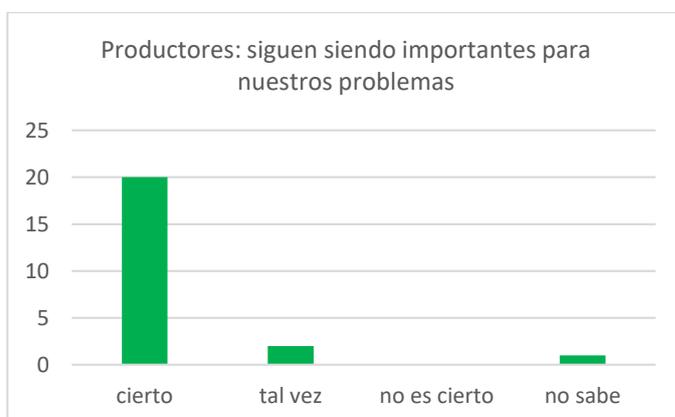
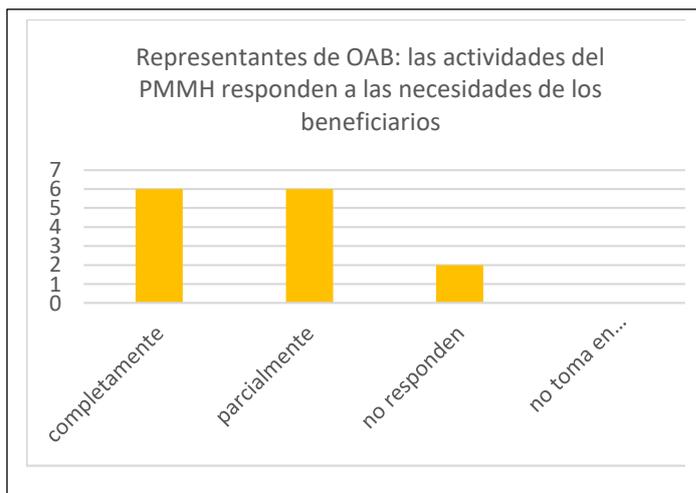
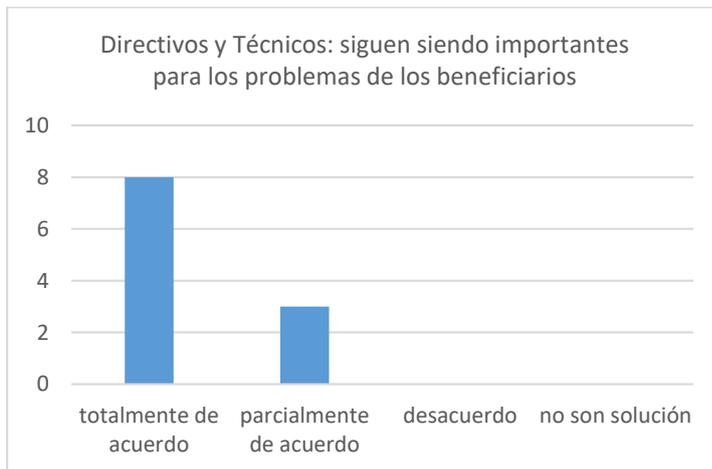
El tema de la apicultura como medio de vida y actividad promisorio ha sido posicionado con claridad en el entorno de las asociaciones, las y los productores consideran que el PMMH ha sido beneficioso en varios aspectos:

- contribuyó a fortalecer a sus organizaciones,
- permitió la incorporación de las mujeres en actividades productivas y de representación,
- posibilitó el relacionamiento con otras instancias, sobre todo del ámbito municipal.

consideran que los problemas de las comunidades no han sido resueltos plenamente y cuando preguntamos si este tipo de acciones siguen siendo pertinentes a la búsqueda de soluciones, la respuesta es unánime: lo que se hace es totalmente pertinente.

Con base a lo dicho en las entrevistas y los resultados de las encuestas, podemos afirmar que, pese a los significativos avances logrados, los objetivos del programa siguen siendo adecuados y pertinentes a la realidad de los contextos.

Por otra parte, anotar que la problemática de estos entornos (social, económica, política), es de naturaleza estructural, por tanto, aun siendo sumamente exitoso un programa como lo fue el PMMH, no puede ser la solución a toda esa compleja situación problemática. Donde se voltee la vista, allá hay mucha tarea por hacer.



Como se puede apreciar en los gráficos, directivos, técnicos, representantes de OAB y productores coinciden en anotar que los planteamientos del PMMH siguen siendo fuentes de solución a la problemática de la población meta. Las barras muestran las frecuencias netas de las respuestas.

Se debe tomar en cuenta la totalidad de personas que fueron encuestadas.

12. ¿En qué medida participaron los beneficiarios y partes interesadas en la gestión del programa?

La participación en la gestión se la puede dividir en las siguientes etapas:

- Planificación, en la cual solo participaron los directivos y en parte los técnicos de las socias nacionales corresponden al nivel estratégico. La labor de planificación estuvo siempre a cargo del coordinador del programa, quien asumiendo los acuerdos de los CCN se encargaba de elaborar los documentos en primera versión, sin la intervención de las socias ni de representantes o de apicultores, luego en instancias respectivas se aprueban los planes.
- Ejecución, que consiste en poner en práctica lo planificado, tomando en cuenta los tiempos y otros factores que inciden en las acciones. Generalmente esta etapa está a cargo del personal directivo y técnico de la organización, con el apoyo de la parte administrativa. Las y los productores apícolas son parte de esta etapa en calidad de participantes. De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación, no siempre se contó con la participación de todas y todos, debido a múltiples factores. Hubo una gran cantidad de reuniones Zoom en el 2021 para preparar el Programa. Incluyendo una capacitación en TdC. Por estar en un período de tiempo fuera del alcance de esta evaluación no nos referimos a esas reuniones.
- Evaluación, que consiste en analizar los resultados y los procesos con miras a las futuras actividades pendientes. Generalmente está a cargo de los directivos y técnicos de las organizaciones socias. En esta fase las y los productores no participaron, no por falta de capacidad para hacerlo sino porque no se los tomó en cuenta.

13. ¿Refleja el diseño del programa una lógica vertical y horizontal robusta?

Los referentes que se tomó en cuenta para valorar la coherencia interna del programa fueron la Teoría del Cambio y el Marco Lógico, instrumentos que señalan con claridad las circunstancias del punto de partida, lo que se propone hacer, cómo se lo hará y qué se espera de esta intervención, es decir el punto de llegada.

Desde el punto de vista teórico-metodológico, el programa de cooperación a la apicultura en Bolivia 2022 – 2024 es coherente en todos sus componentes ya que engranan satisfactoriamente unos con otros, se observa un encadenamiento lógico entre los seis resultados, las metas anuales y las herramientas para su ejecución.

Donde se percibe un ligero desfase en la coherencia externa, cuando se propone alcanzar un resultado que no concuerda plenamente con la realidad jurídica del país al proponerse la consolidación de Empresas Sociales, siendo que éstas no son la referencia a la que se quería llegar. Pese a conocer esta figura legal al tiempo de elaborar el programa, en algunas partes de él se mantiene la denominación inicial.

6.4 IMPACTO

14. ¿Cuál es el efecto de la intervención, en relación con la situación y su conjunto, en el grupo destinatario o de los afectados? ¿Hay efectos/ impactos amplios, estructurales o superiores? ¿Son multiplicables? ¿Qué hubiera pasado sin el proyecto?

Considerando que el impacto de una intervención se refleja en los cambios producidos en la vida de las personas y las comunidades, el PMMH ha tenido un significativo impacto en el grupo destinatario por las siguientes evidencias:

- Las OAB (asociaciones de apicultores) se han fortalecido con el incremento de número de afiliados, con una importante incorporación de jóvenes, mujeres y hombres.

- La vida de las muchas mujeres ha cambiado para bien ya que han encontrado una actividad productiva que les permite contar con ingresos propios y de esa manera adquirir independencia económica (derecho económico) y contribuir en el sustento familiar. Este factor se refleja también en el empoderamiento que implica que ellas, al encargarse de la comercialización de los productos, ejercen cierto poder por tener bajo su control los recursos financieros.
- El fortalecimiento institucional también se refleja en el desarrollo y funcionamiento de mecanismos de comercialización asociativa, que, sin ser el mejor mercado ni la mejor forma de pago, al menos asegura una venta de importante proporción de sus productos, abriendo al mismo tiempo espacios para sus propias iniciativas de comercialización. Sin embargo, se debe poner en relieve que los productores no usan una hoja de costos que les permita calcular sus acciones y establecer los volúmenes de sus ganancias.
- La apertura de nuevas formas de desarrollar la actividad apícola con la incorporación de la meliponicultura, en algunos casos y la transformación de los productos en otros casos.

Estos factores se perciben cuando se indaga sobre el grado de satisfacción que tienen sobre el programa, ya que con firmeza manifiesta estar contentas y se puede asegurar que los cambios producidos son de larga duración.

Son impactos multiplicables en contextos similares desde el punto de vista social, económico y cultural, ya que estas 14 asociaciones son una pequeña muestra de un entorno amplio en los diferentes pisos ecológicos de Bolivia, sin ninguna exclusión. Bajo esta idea es que, si bien el desempeño de las socias fue satisfactorio, es posible que un futuro programa pueda orientarse hacia otros espacios.

Sin el PMMH, lo probable es que los apicultores habrían continuado con sus prácticas y sus actividades habituales, con sus resultados desde luego limitados y la problemática habría permanecido igual o se habría agudizado, pues como se sabe, el consumo de la miel y los productos de la colmena no forman parte de los hábitos del consumidor en Bolivia.

15. ¿Existe evidencia de que el proyecto haya contribuido a impulsar el desarrollo integral y articulado de las personas involucradas y de las organizaciones apícolas?

Las evidencias de que el PMMH ha contribuido a impulsar el desarrollo integral de las personas involucradas (representantes de OAB, productores y sus familias) radica en:

- Se han desarrollado e incrementado capacidades productivas que se constituyeron en generadores de recursos y por consecuencia mejores condiciones de vida.
- Se ha empoderado a las mujeres que ya intervienen en la actividad apícola de manera más intensiva que antes, en todas las fases de la apicultura.
- Se han incorporado jóvenes, mujeres y hombres, a la actividad apícola de manera activa y permanente y se constituyen en el recambio generacional de las OAB ante la probable salida de las generaciones mayores.
- Con todas las limitaciones del caso, la comercialización asociativa ha fortalecido la producción de miel, propóleos, cera y otros productos de la colmena ya que se generó compromisos individuales para cubrir sus compromisos con la OAB.
- Las capacitaciones recibidas han generado y/o fortalecido sus conocimientos técnicos que mejoraron la producción, la productividad o la empleabilidad, incluyendo a las familias en muchos casos. Este es el caso de 10 jóvenes formados en NATIVA accedieron a puestos de trabajo en instituciones públicas y privadas. (de un total de 30 jóvenes)

- Se han desarrollado las actividades de transformación y derivados de la miel abriendo nuevas alternativas para la comercialización con valor agregado.
- Como los productores y productoras lo aseveran, los conocimientos y técnicas aprendidas en el PMMH son y seguirán siendo útiles para la búsqueda de soluciones a las problemática individual y colectiva del contexto.
- El mejoramiento de las personas en diversos campos ha incidido en el fortalecimiento de las OAB y las ha convertido en interlocutores para actuar en ámbitos de negociación colectiva, como el desayuno escolar, la canasta del adulto mayor y otras.
- Por lo manifestado en talleres, entrevistas y encuestas, estos cambios no se extinguirán con la ausencia de MMH y los consideran permanentes o definitivos. Manifiestan que seguirán adelante con los conocimientos adquiridos no solo en lo productivo, sino en el relacionamiento en la familia y en el contexto comunitario.
- Esto no significa que ya no es necesaria la presencia de MMH, más por el contrario consideran que su presencia y apoyo será fundamental para profundizar los cambios y afrontar nuevos desafíos que se vayan presentando.

16. ¿Se identifican efectos o cambios negativos ocasionados por el programa?

No se han producido cambios negativos propiamente dichos, sin embargo, existen algunos aspectos que podrían incidir negativamente como ser:

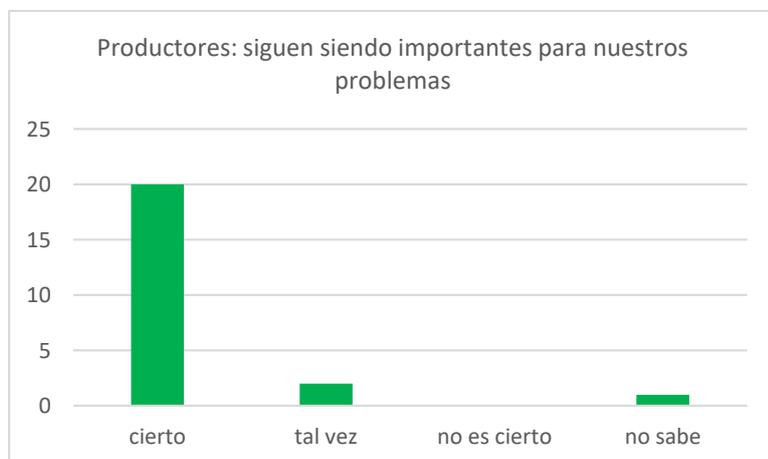
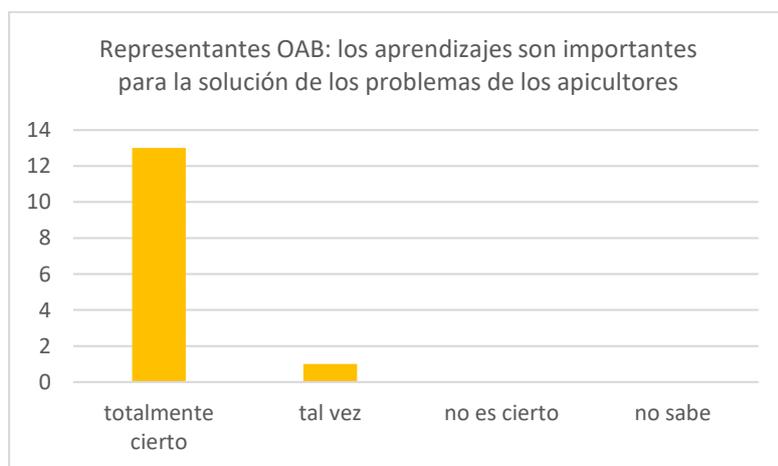
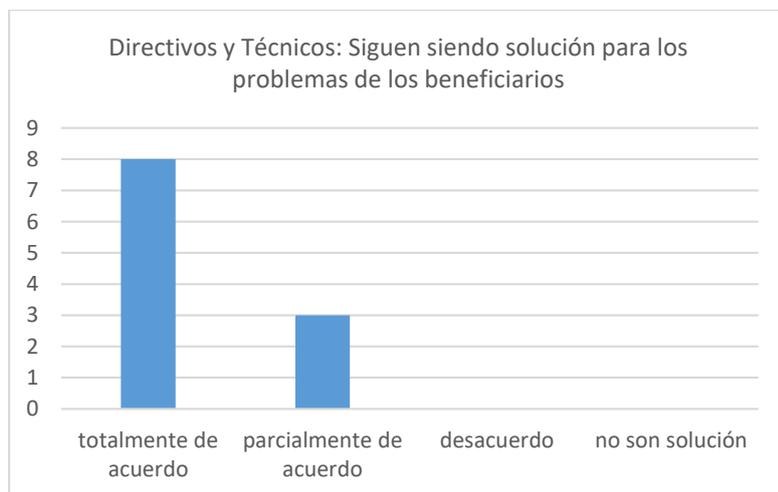
- El compromiso (no escrito, de orden interno) de vender la miel a granel a EBA constituye un factor limitante para la venta de los productos a mejor precio en otros mercados.
- El mejoramiento de la productividad e incremento de la producción, en determinado momento ha derivado en la baja de precios por efecto de la política de EBA ante el mercado nacional (mayor oferta) y/o el estocamiento de los productos por períodos relativamente largos.

6.5 SOSTENIBILIDAD

17. ¿En qué medida las inversiones y las capacidades desarrolladas por el programa continuarán siendo significativas como una solución a sus problemas?

Las y los apicultores consideran que el PMMH en sus dos etapas es una alternativa importante para la búsqueda y construcción de soluciones a los problemas de generación de recursos y a los cuidados del medio ambiente, que con frecuencia se presentan en las comunidades y atentan a sus condiciones de vida.

Así lo manifestaron en las entrevistas y el resultado de las encuestas muestra esta percepción:



Como se puede apreciar en los gráficos, predomina el criterio de que las inversiones y capacidades desarrolladas son y seguirán siendo fuente de solución a la problemática individual y colectiva, nadie considera que esa situación no sea así.

18. ¿Se mantienen las mejoras en las capacidades adquiridas?

Considerando que la mayoría de las y los participantes de base han permanecido en los dos programas (2017- 2021 y 2022-2024) habiendo recibido el impacto de las acciones de manera integral y tomando en cuenta lo manifestado en los talleres regional y focal, se puede afirmar que las mejoras en las capacidades adquiridas han sido incorporadas en el accionar habitual de las y los apicultores.

No se trata de cambios pasajeros o que se manifiestan sólo durante el programa, se han constituido en pautas de comportamiento internalizadas en el accionar permanente de las personas, sus familias

y las organizaciones. Gracias a las capacitaciones varios jóvenes y mujeres son presidentes o miembros de sus asociaciones.

Esta aseveración se la debe tomar en cuenta como un proceso de formación de nuevas formas de comportamiento y relacionamiento, puesto que esas pautas conductuales no se las puede consolidar en períodos cortos de tiempo, pero se pueden percibir manifestaciones que muestran cambios progresivos.

Un ejemplo de esto es la participación, aunque relativa, de las mujeres en ámbitos públicos e instancias de toma de decisiones. Ellas lo manifestaron así:

- Antes yo no me animaba a hablar en las reuniones, ahora digo sin tener miedo.
- Aprendí a manejar la colmena, hago esfuerzos porque tengo obligaciones en mi familia, pero puedo asumir la responsabilidad de la producción en los apiarios (caso de las meliponas).
- Al principio yo era responsable de las colmenas, ahora ya me ayuda mi hijo, que también ya tiene sus propias cajas.
- Hemos aprendido muchas cosas para mejorar la producción, pero no tenemos los equipos necesarios para todo el proceso, por eso pedimos que nos ayuden con equipos para procesar la miel.

19. ¿Hay evidencia de que el conocimiento generado desde el inicio del programa ha sido asimilado y que se está (y se seguirá) construyendo sobre la base de este conocimiento?

Hay evidencias sobre este aspecto, entre las cuales podemos mencionar:

- La adquisición de conocimientos y la posibilidad de aplicarlos y seguir construyendo sobre ellos se manifiesta en la oferta de servicios para el procesado de miel en algunas asociadas, empleando los conocimientos adquiridos y los equipos que son patrimonio de la organización.
- La oferta de capacitaciones a las OAB y a terceros, por parte de una organización (Beegreen SRL) muestra que hay capacidad para aplicar lo aprendido, acudiendo a personal idóneo y capaz de ofrecer servicios de calidad (tomando como base la formación previa de estos apicultores).
- La realización de estudios de mercado para ampliar la cobertura de comercialización es una muestra de la aplicación de los conocimientos adquiridos en el PMMH. De acuerdo a la información recibida al respecto, esos estudios de mercado (en Cbba) identificaron los “circuitos cortos “ para la miel, insertando el producto en los supermercados, ferias y otros similares.
- La incorporación de otras OAB nuevas (caso Tokito, Cutaiqui) al programa 2022-2024 es una muestra de la valoración que se hace al PMMH y se ve a la apicultura como una actividad económicamente viable. Son OAB nuevas para el programa más no para las socias.

20. ¿La formulación de las actividades planificadas (ML, POA) responden a las condiciones objetivas del programa y del entorno?

En general, las actividades planificadas estuvieron en función de las condiciones objetivas del programa, así lo muestran los informes semestrales y las fichas de monitoreo, sin embargo, se puede percibir algunos desfases como ser:

- Como ya se anotó anteriormente, la formación de empresas sociales no responde a la realidad legal boliviana y eso derivó en la elaboración del concepto de “Comercialización Asociativa” buscando la constitución de otro tipo de empresas para este efecto, sin que esto signifique que las empresas SRL conformadas sean la mejor opción para este tema.
- La formulación de las EdG fue algo tardía lo que derivó en la escasa aplicación de las mismas y en cierta medida el desconocimiento de las y los apicultores. Como se puede evidenciar en los

informes semestrales, la formación y capacitación de directivos y técnicos, encargados de implementar la EdG, se hizo en el 2024.

- La estrategia comunicacional no respondió oportunamente al requerimiento de la búsqueda de mercados y promoción de los productos debido a que se la puso en marcha en la última etapa del PMMH y en consecuencia no se logró aplicar adecuadamente los productos comunicacionales. Quizá la prórroga del Programa hasta el final del 2026 podría proponerse la meta corregir este desfase entre la comunicación y la búsqueda de mercados.
- La formulación de los principios del Comercio Justo del programa también fue en la última fase del programa, con las consecuencias ya anotadas.
- La propuesta de conformar una red de alcance nacional no respondió a una necesidad manifiesta de las socias ni de las OAB, por tanto, no se logró constituir la red como se esperaba. Si hubo propuestas al respecto en el año 2021, no corresponde a esta evaluación.

21. ¿Cuáles fueron las principales o más frecuentes dificultades?

- La principal dificultad está referida a la comercialización asociativa ya que, tratándose de cantidades importantes, no se cuenta con el mecanismo adecuado y la creación de empresas sociales choca con las limitaciones de orden legal. Reiterando lo anteriormente señalado, las opciones generadas en este campo no son todavía la respuesta adecuada que se busca.

En un apartado de este informe se detallan aspectos de la conformación de las 2 SRL y la propuesta de NATIVA respecto a la comercialización.

- Otra dificultad del programa es el mercado limitado para la miel y en general para los productos de la colmena, ya que en las familias bolivianas el consumo de miel es reducido y si bien en época de pandemia subió temporalmente el consumo, se debe a que todavía la miel es considerada como un producto medicinal.
- A esta dificultad del mercado limitado se suma la existencia del contrabando procedente de países limítrofes (Argentina hasta el año 2023) que ofertaba miel a precios más bajos y de menor calidad.
- Por otra parte, se puede mencionar que EBA es el principal comprador a granel y paga precios bajos, constituyéndose en una especie de revendedor de la miel de los productores.
- Otra dificultad que enfrentó el programa es el efecto del cambio climático en los contextos donde se realiza la actividad apícola. Estos efectos en muchos casos derivan en la baja producción, muerte de abejas y necesidad de repoblación de las colmenas, con la incidencia económica que ello implica.

6.6 GÉNERO

22. Los directivos y técnicos han sido formados. Gracias a esta capacitación y al diagnóstico, elaboran una estrategia de género.

De acuerdo a las evidencias recogidas, se produjo la formación y capacitación de las y los directivos y técnicos de las organizaciones socias, quienes tuvieron a su cargo la elaboración de las estrategias de Género para desarrollarlas en sus Asociaciones.

Esta acción se realizó en el tercer año de aplicación del PMMH y por tanto las actividades de desarrollo de las EdG se realizó en la gestión 2024, lo cual determinó que el resultado sea limitado.

El análisis por socia muestra lo siguiente:

NATIVA, capacitó a su personal en 2022 y 2023 (dos talleres), no alcanzó a capacitar a las directivas, pero hay un compromiso de hacerlo en 2025, lo que sí existe son herramientas ajustadas en 2023. Se desarrolló la estrategia de género en 2024.

ADAPICRUZ: se hizo un diagnóstico en género en 2021 y 2022, Se desarrolló la estrategia de género en 2024.

Entendiendo que un diagnóstico es una herramienta que muestra el estado de situación en un momento determinado y si ha habido acciones que modifiquen esa situación, técnicamente se pueden hacer diagnósticos periódicos.

CIOEC Cochabamba, se ajustaron las herramientas a su contexto en 2023, Se desarrolló la estrategia de género en 2024.

Las Estrategias de Género formuladas no son uniformes, cada socia elabora la suya y la aplica con las limitaciones de tiempo que dispone y en función de los factores internos de las OAB que suelen ser limitantes, ya que estas EdG fueron elaboradas en la gestión 2024.

Algunos aspectos comunes de las EdG son:

- El foco de la EdG es promover la equidad de género en la práctica apícola, la corresponsabilidad y la coherencia para los quehaceres cotidianos.
- Promueven la participación activa de las mujeres en la cadena de valor de su práctica apícola.
- La difusión y aplicación de la EdG no debe estar dirigida principalmente a las mujeres, más bien el sujeto al cual va dirigida esta estrategia es a los varones para generar mayores grados de conciencia en el relacionamiento de Hy M en la actividad apícola.
- Promueve la implementación de iniciativas productivas lideradas por mujeres para lo que es necesario interactuar con autoridades de los GAM para generar apoyo en el acceso a oportunidades laborales (licitaciones desayuno escolar), asignación de presupuesto público para la equidad de género.
- Contribuir al ejercicio de sus derechos económicos.
- La apicultura no es una actividad exclusiva de hombres y la participación de la mujer es fundamental en varios momentos de esta actividad productiva (envasado, comercialización, transformación, etc.)
- En muchos casos la actividad apícola involucra a la familia, donde la mujer juega un rol protagónico.
- La EdG toma como ejes estratégicos: Representatividad; Gestión participativa; Gestión asociativa y organizativa; Producción y transformación; Certificaciones; Apertura de mercados; Desarrollo de nuevos productos transformados para el mercado;
- La participación de las mujeres en las actividades productivas apícolas no es incompatible con los otros roles familiares.
- Las otras actividades agrarias o fuera del campo que suelen demandar la participación de los varones, implica que las tareas relacionadas al rubro apícola sean asumidas responsablemente por las mujeres.
- Identificar las acciones más pertinentes que se deba realizar para el fortalecimiento de la participación de las mujeres en el circuito de la producción apícola, el fortalecimiento de la autoestima, representatividad y liderazgo femenino, el intercambio de conocimientos y experiencias, etc.

Sin embargo de contar con tiempo limitado para el desarrollo pleno de la EdG, se reportan varias actividades entre las cuales figuran:

- Socialización de las EdG en las OAB de las 3 socias.
- Encuentro de Intercambio de productoras en la localidad de Lomerío (2023), evento en el que se desarrollaron temas de liderazgos, estrategias comerciales, y lo productivo fue que las

compañeras de Lomerío mostraron la producción de meliponas, que posteriormente lo adopto y ejecutó CIOEC.

- Capacitación a profesionales de las socias en dos talleres de género (masculinidades) en el marco del MEC y la PLATONGB, en 2022 y 2023.

Como conclusión se puede decir que este resultado está en proceso de ser alcanzado plenamente y en el caso de haber una ampliación del programa se debe tomar este tema con carácter prioritario.

23. CIOEC-COCHABAMBA, ADAPICRUZ, NATIVA y las 14 organizaciones apícolas disponen y actualizan las herramientas necesarias para hacer el seguimiento de su Estrategia de Género.

De acuerdo a lo manifestado por las y los directivos de las socias y representantes de las Asociaciones, en el año 2024 se realizaron actividades referidas al género, propiciando la equidad y buscando una mayor participación protagónica de las mujeres, particularmente estimulando la presencia de mujeres jóvenes.

TABLA: ACTIVIDADES REFERIDAS AL GÉNERO, SEGÚN INFORMES DE LAS SOCIAS

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
Elaboración de la EdG. Aplicación de las herramientas sensibles al Género seleccionadas.	Formación en género para el directorio de CORACA, ORPACA, APAM, APANA.	Taller de capacitación y masculinidad a equipo de trabajo de NATIVA.
Talleres de información y socialización de la EG	Sistematización y análisis de información para definir los lineamientos de estrategia de género.	Elaboración de estrategia de género con enfoque de inclusión de mujeres en la cadena apícola.
4 eventos técnicos con enfoque de género y masculinidades (% asociaciones)	Elaboración de la estrategia de género y socialización con las OECAS (1-2024)	Un Taller de género de dos horas con los técnicos de NATIVA.
Capacitación en buenas prácticas en procesamiento y extracción de miel; presupuesto sensible a género; contabilización de gastos sensibles a género.	Revalidación de herramientas de género con apicultoras y apicultores.	Talleres de manejo de la colmena, (en conjunto con los productores).
Promoción de las mujeres a cargos jerárquicos en las Asociaciones	Talleres de capacitación para mujeres y jóvenes.	Narrativa de historias de vida de mujeres involucradas en la cadena apícola y otros derivados de productos del bosque.
Encuentro nacional de Técnicas en San Antonio de Lomerío, asisten mujeres de Tja. Cbb y SCZ.	Taller: Intercambio sobre Género y masculinidad en organizaciones productivas rurales de Cochabamba.	Fomentar acciones de emprendimientos innovadores en productos y servicios apícolas liderados por mujeres.
Taller de formación de capacidades blandas en mujeres lideresas (herramientas sensibles al género)	Capacitaciones en Innovación de emprendimientos apícolas basados en derivados de la miel de abeja común en el Valle Alto, con herramientas de la EG.	Donación de incentivos en especie a mujeres en alianza con CESO (Catalise+)
Talleres participativos en las asociaciones para análisis y selección de estrategias de	Capacitaciones en Innovación de emprendimientos apícolas basados en derivados de la	Producción de vídeo con la narrativa de la vida de una apicultora de Tariquía.

intervención y herramientas sensibles al género	miel de abeja común en el Cono sur	
Capacitación de mujeres para emprender proyectos generadores de recursos.	Capacitaciones en Innovación de emprendimientos apícolas basados en la meliponicultura	
Talleres en Santa Cruz para el manejo de herramientas de redes sociales, dirigidos a mujeres (no se cerró la participación a hombres), para promocionar productos y mejorar ventas.	Entrega de incentivos tras el proceso de formación en meliponicultura	

Estas acciones forman parte de las estrategias de género, ya que, por las características de las tres socias, no existe una sola estrategia y tampoco las actividades fueron uniformes.

Conclusión:

- El tema género es transversal para las socias, aunque en el Marco Lógico es un resultado en si.
- Las EdG fueron elaboradas el 2024 y por consecuencia las actividades relacionadas a esta estrategia se desarrollaron en la segunda mitad de la gestión 2024. Esta constatación nos conduce a inferir que algunas de las actividades reportadas en la tabla anterior no necesariamente responden a la aplicación de la EdG.
- Existen compromisos firmados de las 14 organizaciones apícolas de base con sus cabezas de sector para implementar la estrategia de género a partir del 2025.
- Los productores/as no conocen la EdG, sin embargo, participaron en algunas actividades de género.
- No se hacen actividades separadas para M y H, lo cual es una estrategia adecuada, combinada con acciones separadas y mixtas.
- En las asambleas se las reflexiona para que participen, pero no siempre ocurre así.
- Se avanzó, pero no hay equidad en todo, se debe seguir con estas acciones.
- Se hicieron actividades en el segundo semestre del 2024.
- Persiste la actitud machista en algunas OAB, lo cual es reconocido por los varones y sin embargo ellos son conscientes de la importancia de la participación y valoración de las mujeres en el rubro apícola.

24. Crecen las actividades apícolas económicas (emprendimientos) realizadas y/o lideradas por mujeres. SEC – R

Desde el punto de vista de las y los productores, las actividades apícolas económicas realizadas y/o lideradas por mujeres se han incrementado algo. Hay más mujeres emprendedoras que están involucradas sobre todo en las actividades de llevar los registros de la producción, la cosecha, filtración, transformación y comercialización.

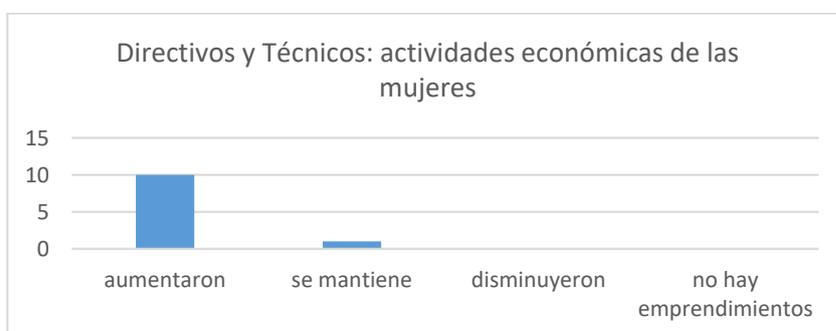
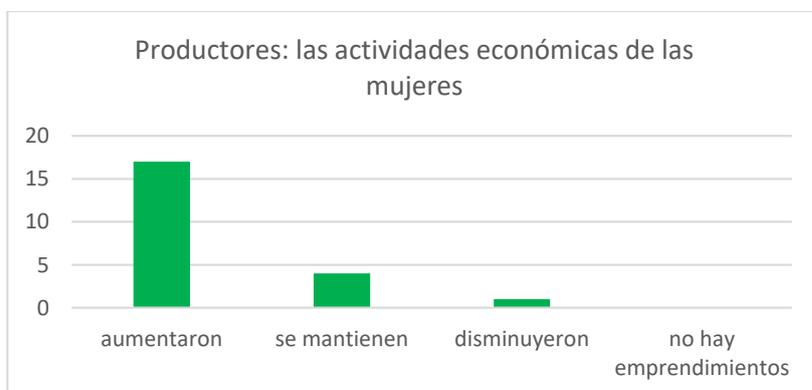
Sostienen que en el pasado se consideraba a la apicultura un trabajo pesado y por tanto “era cosa de hombres”.

En los resultados de las encuestas hay coincidencia en que las actividades se incrementaron y a través de las entrevistas se puede establecer el factor cualitativo de esta situación ya que se detallan aspectos como la naturaleza de las actividades a cargo de las mujeres y se reconoce que al manejar ellas el dinero en las actividades de comercialización, se genera cierto poder.

En cuanto a la valoración que se hace de la participación de las mujeres en la apicultura, en general se reconoce y valora su participación, se asume que el trabajo que realizan de igual a igual es significativo considerando que además ellas tienen otras responsabilidades en el hogar.

Sin embargo de esta valoración, es necesario fortalecer la EdG para consolidar la equidad de género plenamente.

En criterio de las autoridades municipales entrevistadas, es notoria la mayor participación de las mujeres en actividades económicas del rubro apícola, participan en la comercialización y en la transformación de productos.



Como se puede apreciar en los gráficos, con ligeras diferencias, los distintos actores del programa sostienen que efectivamente las actividades económicas de las mujeres (o lideradas por mujeres) se incrementaron a lo largo del programa, muy pocas personas consideran que se mantienen o que disminuyeron.

Esta percepción también coincide con lo dicho por las autoridades entrevistadas, las cuales no solo ven bien este hecho, sino que en algún caso manifiesta que desde los GAM se tiene previsto contribuir a este proceso con medidas apropiadas.

Las autoridades municipales intervinieron en la evaluación, fase de entrevistas debido a:

- Desde el inicio de la formulación de la evaluación se contempló su participación,
- Son espacios (Municipales) donde las socias y las apicultoras interactúan y en muchos casos, su participación fue determinante.

6.7 SPG Y MEDIO AMBIENTE

25. Porcentaje de los apicultores involucrados en el Programa que producen su miel según criterios ecológicos.

Este resultado es diferenciado para las tres socias, ya que las condiciones no son las mismas, así, ADAPICRUZ no puede alcanzar lo propuesto inicialmente debido a que las condiciones climáticas no permiten ejecutar el proceso en 2024.

La sequía extrema del año 2022 se acentúa en el 2023 y muchas zonas se declaran en desastre y pérdida, los años 2023 y 2024 se incrementaron los incendios forestales en la Chiquitanía y Chaco Cruceño lo que provoca el colapso productivo. Los productores solicitan esperar una campaña nueva. No hay floraciones hasta finales de noviembre y diciembre ya no permite desarrollar el proceso para nuevos solicitantes.

En la zona de Porongo, El Torno el 2024 fue un buen año en rendimientos.

CIOEC reporta que sobrepasa el 100% de los apicultores de 3 organizaciones (CORACA Aiquile, APAM y APAQUI) cuentan con la certificación del SPG y los apicultores de TOKITO concluyeron su proceso de certificación SPG en 2024 y se comprometen a mantener la producción ecológica.

NATIVA reporta que la miel de abeja es certificada ecológicamente bajo el Sistema Participativo de Garantías (SPG). Esta certificación garantiza que la miel que se comercializa proviene de una apicultura responsable, comprometida con la conservación de la biodiversidad y el desarrollo sostenible de nuestras comunidades.

Cantidad de productores con SPG:

- Asociación de Apicultores de la Reserva de Tariquía (AART), 18 socios
- Asociación de Productores de Miel Ecológica APME Citrusmiel, 30 socios
- Asociación de Productores Apícolas CUTAIQUI, 26 socios
- Miel Pilcomayo, 6 socios, aunque este número de productores con sello es mucho mayor debido a que NATIVA agilizó la certificación con el SPG Tarija, la demanda y predisposición de los productores para acceder a este beneficio.

Estas asociaciones, distribuidas en más de cinco municipios del departamento de Tarija, han alcanzado la certificación ecológica gracias a un trabajo conjunto que prioriza la calidad. De igual forma, las mieles producidas por las 4 Asociaciones han sido sometidas a rigurosos análisis físico-químicos, organolépticos y nutricionales por el Instituto Nacional de Laboratorios de Salud (INLASA), autorizado por el SENASAG, acción que ha agregado valor a la calidad de las mieles.

Los apicultores de CUTAIQUI, participaron en espacios de socialización del sello de origen Pilcomayo.

Se ha llevado a cabo la reforestación de un predio perteneciente a la asociación CUTAIQUI, (apoyo del Gobierno Regional de Villa Montes y del proyecto Tekove, ejecutado por NATIVA) con el respaldo de la Embajada de Suecia y la Unión Europea.

Asimismo, en cumplimiento de los compromisos establecidos, se reforestaron dos predios adicionales mediante acuerdos de contraparte con dos socios de las asociaciones AART y APME, utilizando especies frutales y forestales para promover la diversificación y sostenibilidad de los recursos naturales.

26. Incidencia en otros actores. (R5 INCIDENCIA POLÍTICA A NIVEL MUNICIPAL)

Detalle de otros actores en los que se hizo incidencia ecológica.

- Los productores agropecuarios con acceso a bosques y barbechos en regeneración natural, valorizan el servicio ambiental de las abejas al bosque, estableciendo convenios con apicultores ecológicos para ampliación o reubicación de colmenas en zonas ecológicas en

propiedades privadas agrícolas, ganaderas o de reserva forestal a cambio de recibir una contribución de la cosecha de miel anualmente.

- Se analiza y elaboran propuestas de normativa apícola en acuerdo con autoridades municipales (Porongo), propuesta de Ley Municipal de Fomento a la Apicultura para el municipio de Villa Montes (con financiamiento de Ayuda en Acción y el programa DGD-MMH 2022-2024). En Porongo la propuesta fue la Ley Integral de Fomento a la Apicultura, está elaborada, pero se trabajará en su reglamentación. (información complementaria recibida en mayo 2025).
- Autoridades municipales valorizan la apicultura ecológica, comprometen la formulación de leyes que fomenten la conservación y aprovechamiento de bosques con apicultura (apis y meliponas) en la siguiente gestión.
- Participación y coordinación de Ferias municipales de alimentos y apicultura en espacios tradicionales y nuevos espacios como ser en el municipio de Toco, trazado de la ruta de la miel.
- Participación en eventos nacionales e internacionales como el segundo encuentro trinacional de apicultura (Villa Montes) y el encuentro nacional realizado en Cochabamba.
- Coordinación con autoridades respectivas para la sociabilización del programa apícola nacional en diferentes municipios.
- Articulación con otras organizaciones para constituir plataformas y mesas de trabajo apícola en diferentes espacios de acción de las socias.
- En el caso específico de Cochabamba, se promulgo la Ley departamental de apicultura por la Asamblea legislativa junto a las organizaciones apícolas del departamento de Cochabamba, con la participación de organizaciones apícolas de CIOEC.
- Con la Gobernación regional se realizó un levantamiento pormenorizado y georreferenciado de los productores de Villa Montes, de cara a fortalecer la producción de miel.
- Se ha conformado una mesa de trabajo para articular diferentes actores de la cadena apícola: plataforma apícola de Tarija, plataforma de Villamontes, SENASAG, Asociaciones apícolas y DBP.

6.8 INCIDENCIA POLÍTICA A NIVEL MUNICIPAL

27. Ley y reglamentación en Tarija ciudad capital

En el marco nacional, no se conoce una ley específica que favorezca a la actividad apícola y a más de la iniciativa del Diputado Nacional Eloy Marás (apicultor de Cutaiqui), no se conoce de otros trámites iniciados o en curso sobre este tema. Este proyecto de ley se refiere a la protección de las riberas del Río Pilcomayo con una cobertura de 12 kilómetros a ambas riberas. Esta ley se encuentra en la Asamblea Legislativa Plurinacional.

Los factores específicos referidos a la apicultura, como ser el tamaño normado de las cajas o aspectos similares, no cuentan con una normativa legal vigente.

En cuanto a otros aspectos vinculados a la apicultura como ser el cambio climático, las quemadas de los bosques, etc. no han sido legislados.

En el caso particular de Santa Cruz, ADAPICRUZ tramitó una ley en Porongo y Lomerío, referida al cambio climático, posteriormente esto derivó en una propuesta para definir áreas de alto potencial de apicultura y que estén bajo normativa de manejo y conservación (regeneración, limpieza, etc.) presentadas al ejecutivo municipal. Pese a los compromisos no se avanzó en la concreción.

En el caso particular de CIOEC Cochabamba hay una ley departamental (2024), habiéndose llegado a publicar. Falta trabajar en los otros municipios para hacer incidencia política y hacer que algunas leyes se puedan cumplir gestionando los reglamentos. Se está buscando aplicar en todos los municipios.

Es necesario desarrollar sinergias con otros sectores vinculados como las Federaciones Apícolas Departamentales.

6.9 VISION NACIONAL DEL SECTOR APÍCOLA EN BOLIVIA

28. Se consolida, a nivel nacional, el concepto y la visión de una Empresa Social en el rubro apícola, con un enfoque de sostenibilidad financiera.

Como se señaló en otro punto del informe, el concepto y visión de una Empresa Social en el rubro apícola no es viable por la legislación boliviana al respecto, por ello, a fin de que el cumplimiento de este resultado quede claro, realizamos el análisis de las iniciativas de las socias en el punto señalado en este informe.

29. Se implementa la estrategia comunicacional a nivel nacional, respecto a la producción y comercialización de la miel boliviana producida según criterios ecológicos, contando con una certificación ecológica (SPG) y/o de origen.

En principio no se tenía una estrategia comunicacional escrita a nivel nacional; cada socia tiene o define la idea clara respecto a qué hacer en su departamento. Dado que el sello de producción ecológica (SPG) se conoce muy poco en las ciudades capitales de departamento, la idea de la Estrategia Comunicacional es posicionar el sello y su importancia para que los consumidores lo valoren.

Partiendo de los criterios básicos analizados y acordados en el CCN como ser: sensibilización sobre los productos de la colmena, visibilización del circuito corto de comercialización, elaboración de productos comunicacionales (videos cortos, presentación de los resultados del programa, campaña de sanidad apícola y otros) se elaboró un cuadro que emula al plan comunicacional.

De ese modo se contó con tres versiones de lo que podrían ser Estrategias Comunicacionales y también se formuló una diversidad de actividades no siempre coincidentes. Se tomó los elementos pertinentes del cuadro que emula al plan comunicacional y se definió los lineamientos de la estrategia comunicacional y se implementó en cada departamento, con la particularidad de cada socia, visibilizando los resultados del programa, la comercialización, la producción ecológica de calidad y promover el consumo de la miel. Los planes departamentales se convierten en un plan nacional desde la Coordinación del Programa.

Las estrategias comunicacionales contemplaron la participación en ferias, espacios en radio, TV, revistas, para posicionar la apicultura departamental y nacionales, poniendo en relieve la imagen del programa a nivel nacional, siendo las redes sociales de cada organización, los medios de comunicación más utilizados.

La elaboración de productos comunicacionales como vídeos cortos respecto a la producción y comercialización asociativa, ecológica y ética de la miel implicó visitas a los lugares de producción, recopilación de testimonios, entrevistas a productores y mucho más. Luego se procedió a los trabajos de postproducción para tener productos de calidad.

Según lo manifestado en el informe semestral de ADAPICRUZ, se cuenta con cinco (5) videos producidos para Santa Cruz en el marco del plan comunicacional departamental. (no detalla los temas abordados)

Por su parte NATIVA reportó la producción de un video elaborado con recursos del proyecto donde se rescata las vivencias de los apicultores del chaco frente a la situación del cambio climático.

Video elaborado con los productores de las asociaciones: AART y APME durante la realización de la campaña de sanidad apícola.

Se implementó la estrategia comunicacional a nivel departamental mediante las redes de cada socia, con las particularidades de cada contexto. Así, por ejemplo, en Cochabamba CIOEC Cochabamba estableció una especie de calendario semanal para la difusión de los productos comunicacionales por medio de las redes de Kampesino: los martes se hace un post de la producción ecológica, los miércoles se postea información sobre la miel, etc.

Gracias a las actividades de la Estrategia Comunicacional se pudo visibilizar:

- El intercambio de Lomerío entre las 3 socias,
- el Intercambio de saberes con CESO CATALYSE, temas técnicos y comercialización,
- la formación de la certificación del SPG dentro de las organizaciones apícolas y otras organizaciones no apícolas,
- lanzamiento de nuevos productos con miel ecológica, y otras.
- Capacitación a nivel de CCN en comunicación sobre lineamientos para narrar historias.
- Circuito corto de comercialización de CIOEC CBBA SRL
- Promoción del consumo de miel entre consumidores del circuito corto.
- Campaña marketing digital promoviendo y concientizando el consumo de la miel ecológica con el sello SPG, libre de gluten, hecho en Bolivia y su origen

Adicionalmente NATIVA tiene su propio plan comunicacional en la página web de la institución y diferentes plataformas virtuales.

Se puede concluir manifestando que la Estrategia Comunicacional fue desarrollada dentro de lo previsto, aunque los productores y los representantes de las OAB manifestaron en las entrevistas no conocer a detalle los componentes ni los alcances de estas estrategias.

30. Se fortalece la cohesión e interrelación entre socias del Programa MMH en Bolivia, en el marco de las acciones del CCN. (Red).

La mayoría de las OAB coordinan tareas con otros apicultores al interior de las Federaciones Apícolas Departamentales, de las cuales en muchos casos también son miembros y participan en Ferias.

Coordinan con varias organizaciones locales, municipales, departamentales y nacionales: INIAF, SENASAG, PAR, GAM, GAD, AYUDA EN ACCIÓN, CESO, GAR (Villa Montes),

Entre las acciones de la interrelación entre las socias se registran:

- Venta de productos en sus tiendas institucionales, así, en la tienda Kampesino se expenden productos de NATIVA Y ADAPICURZ, del mismo modo en la tienda Alma del Monte se expenden productos de CIOEC Cochabamba y ADAPICRUZ. Más allá de los volúmenes comercializados, la integración se la percibe en esa actitud de mutua cooperación.
- Capacitación en sistemas de gestión y administración para el uso de recursos de proyectos, en el marco del CCN, dado por NATIVA.
- Capacitación sobre el uso de fichas técnicas para productores apícolas y técnicos, en el marco del CCN, dado por ADAPICRUZ.
- Capacitación en circuitos cortos de comercialización de CIOEC CBBA SRL, en el marco del CCN.
- La existencia del Comité de Coordinación Nacional (CCN), ha tomado fuerza y su propia identidad, estas acciones van más allá del programa financiado por MMH y se demuestra su gran utilidad, sesiones oficiales del CCN de acuerdo a programación cada dos meses en formato virtual, una sesión presencial hacia fin de año.

6.10 ANALISIS DE LAS EMPRESAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN ASOCIATIVA DE MIEL

Al inicio del programa y de acuerdo a la LdB, las socias están en proceso de construcción de mecanismos asociativos orientados hacia la sostenibilidad financiera. Su definición de la empresa social se dirige hacia el concepto del “Consortio Asociativo”, conformado por una alianza entre una organización social y una empresa: en Cochabamba, con la tienda “Kampesino”, en Tarija con la tienda “Alma del Monte” y en Santa-Cruz con la empresa “Apícola del Bosque”.

La definición de constituir una empresa social no es viable pues, como se dijo antes, en Bolivia la normativa de las Empresas Sociales a través de la ley 1055 de 1 de mayo de 2018 y su decreto reglamentario 3771 de 9 de enero 2019, se refiere a la creación de empresas sociales en circunstancias especiales (empresas privadas en cierre, quiebra o abandono injustificado). No existe una normativa referida a otro tipo de empresas sociales.

En orientación a alcanzar el resultado de la conformación de empresas sociales en el rubro apícola que posibiliten la venta asociativa de los productos apícolas y que tengan sostenibilidad financiera, las tres socias realizaron acciones diferentes:

CIOEC Cochabamba

Una vez validada la figura jurídica, CIOEC Cochabamba intenta conformar una empresa bajo el nombre de AGROECOCAM, solo es el nombre ya que estructura organizacional no ha tenido y los mismos dirigentes de la CIOEC Cochabamba no estuvieron de acuerdo en esta figura legal por ser una empresa privada.

Bajo esa idea se previó la transferencia de la actividad económica de Kampesino hacia AGROECOCAM para fines del 2022 asegurando a CIOEC Cochabamba que recibiría, a partir del Año 3 a lo más tarde, ingresos netos (después de deducir impuestos) procedentes de las ganancias de AGROECOCAM.

Posteriormente queda aclarado que el nombre de AGROECOCAM no ha fue aceptada por los dirigentes de la CIOEC Cochabamba y en diciembre de 2022, dirigentes y técnicos determinan constituir una empresa de Sociedad de Responsabilidad Limitada (CIOEC CBBA. SRL) en lugar de la denominación anteriormente propuesta. La CIOEC COCHABAMBA SRL se conforma entre CIOEC Cochabamba (institución) como accionista mayoritario (60%) y algunas personas naturales (testimonio 637/2022), en el marco de la normativa del Código de Comercio. Este 60% del capital accionario involucra a todas las OECA de CIOEC Cochabamba y no sólo a las que realizan actividad apícola. El 40% está distribuido entre personas privadas.

A partir de la creación de CIOEC COCHABAMBA SRL, ésta se constituye en comercializador formal en licitaciones, supermercados, EMAPA, municipios y en toda instancia que requiera documentos formales (NIT, SEPREC, etc.)

Entre esta SRL y la tienda Kampesino se establece una relación comercial que posibilita la venta de los productos de las asociaciones que forman parte de CIOEC Cochabamba, de las otras socias nacionales y de otros productores que compartan los principios del comercio justo.

AL 31/12/22 se consolida la constitución formal de la empresa CIOEC CBBA S.R.L para la comercialización de la miel y otros productos, habiéndose elaborado el plan de negocio para incursionar al mercado masivo con la miel ecológica.

A diciembre del año 2023 CIOEC Cochabamba SRL cuenta con todos los requisitos para poder competir en el mercado especializado y masivo.

Entre esos requisitos se menciona:

- Licencia de funcionamiento
- NIT
- Autorización sanitaria
- Pro Bolivia
- Hecho en Bolivia
- Carnet sanitario para los trabajadores y para la miel.
- Certificación libre de gluten, certificación del SPG.

Al terminar la gestión 2024 y por tanto el programa, la CIOEC Cochabamba SRL cuenta con un plan de negocio consolidado para la apicultura, que incluye un plan financiero para 3 años, cubriendo el pago del personal de la tienda. Se realizó un estudio de mercado formal e institucional que la empresa debió encarar en el mercado masivo de la ciudad de Cochabamba.

CIOEC Cochabamba SRL como empresa cubre los gastos de consumo de luz, agua, teléfono e internet de la tienda Kampesino y de los ambientes de la CIOEC Cochabamba.

Se puede concluir que CIOEC COCHABAMBA SRL es una empresa de Comercio Asociativo tanto por su composición societaria como por las acciones que desempeña promoviendo la venta asociativa de las OECAS. Su funcionamiento se beneficia de manera directa a la OECA AIQUILE, que cumple todos los requisitos para ingresar a un mercado formal.

ADAPICRUZ

Situación similar se produce en el caso de ADAPICRUZ, que inicialmente genera la marca “Senda Pura” para la comercialización. No se puede considerar como una Empresa Social. Esta marca no está siendo utilizada por Beegreen, S.R.L..

Apicultores de ADAPICRUZ determinaron crear una empresa con enfoque social y económico, en ausencia de APIBSA, hacen un acuerdo con ADAPICRUZ para el uso de la marca Senda Pura. La empresa BEEGREEN SRL busca ser la comercializadora de la marca Senda Pura, pero también podrá comercializar otros productos y servicios con valor agregado a escala comercial. De ese modo surge “BeeGreen SRL”, como emprendimiento privado entre siete socios de ADAPICRUZ, que suscriben los documentos de constitución y demás trámites formales en el marco del Código de Comercio y aportan la cuota societaria para su funcionamiento (Registro, etc.).

En sus documentos de constitución, se asumen como una “empresa especializada en el manejo del mundo de las abejas en ambientes de bosque natural, de regiones tropical amazónico, chaqueño, chiquitano y bosque de valles y en el procesamiento artesanal e industrial de su producción para consumidores de alimentos saludables y comprometidos con la conservación de los bosques y el medio ambiente”.

Ofrecen la producción de mieles, la industrialización y comercialización de productos y la provisión de servicios especializados en la formación técnica, asesoría para el aprendizaje vivencial y materiales para implementar apiarios (apis y meliponas).

Beegreen ofrece productos con certificación ecológica y trazabilidad de origen de producción y como dicen, se constituyen en un referente en todos los ámbitos de la apicultura ecológica, no solo en la comercialización. No se menciona a las asociaciones de ADAPICRUZ y tampoco su relación orgánica. Fuente: “Perfil de nuestra empresa” Beegreen SRL.

La empresa BEEGREEN inició sus actividades logrando registrar los productos oficialmente ante SENASAG para utilizar la etiqueta de producto ecológico y está en condiciones de producir y comercializar con su capital operativo las mieles certificadas en el 2025. BEEGREEN es una empresa de apicultores socios de ADAPICRUZ y acuerdan con el directorio de ADAPICRUZ viabilizar a futuro la

participación de ADAPICRUZ como integrante societario de la empresa, situación que no se plasma en los documentos de constitución de Beegreen SRL.

En 2025 ADAPICRUZ recibirá recursos de la empresa en BEEGREEN SRL en función a su aporte (10 %) para destinar a su funcionamiento y sostenibilidad . Actualmente ya recibe el 20 % de los ingresos por servicios que se brindan utilizando los equipos recuperados, de lo que fue Apícola del Bosque y que actualmente fueron instalados en la planta de procesamiento de La Guardia, y están bajo convenio para prestar servicios a los apicultores. Se debe tomar en cuenta que APIBSA, o Apícola del Monte es una razón social que ya dejó de operar hace algún tiempo.

Con este ingreso ADAPICRUZ ha iniciado en el 2025, pagos esenciales para el funcionamiento de su oficina en Santa Cruz (Alquiler de oficina, gastos de comunicación y electricidad, seguro del vehículo, etc.). Fuente: Ficha 3. Indicador 1 R01 ADAPICRUZ.

NATIVA

Cuenta con la tienda “Alma de Monte” que funciona desde el año 2021, es el brazo comercial de Nativa; se basa en el enfoque de los principios del comercio justo para que todos puedan ser beneficiados del modelo de comercialización; es operativa, tiene licencia de funcionamiento y NIT bajo el régimen simplificado y comercializa productos de las OAB (cuatro asociadas) y diversos productos de otro origen (artesanías de la cooperativa Gran Chaco, café, derivados de la miel, etc.), además de productos de CIOEC y ADAPICRUZ.

Funciona en dependencias de NATIVA, algunos de sus costos de operación (alquiler, honorarios de la encargada, etc.) son subvencionados y no es una empresa social propiamente dicha al servicio de las organizaciones afiliadas. Concluyó su plan de negocio a fines del 2022.

La actividad que realiza Alma de Monte es visibilizar y promocionar los productos que ofrece al público. Esta promoción consiste en que las personas encargadas de la tienda relatan la historia del producto puesto que no se trata de una miel convencional, es ecológica y cuenta con sellos de garantía. Esa forma de promocionar ayuda a los volúmenes de venta sobre todo de la miel del Pilcomayo, medalla de oro en Santiago de Chile en el APIMONDIA citrus miel, miel de Tariquía.

Durante el segundo semestre de 2024, Alma del Monte logró un equilibrio entre sus inversiones, gastos operativos y utilidades, cumpliendo con los objetivos planteados en su plan. Este avance, junto con los relanzamientos y la apertura de nuevas sucursales en las ciudades Tarija, La Paz y Santa Cruz, refuerza su proyección de crecimiento económico sostenido en los próximos años. Además, que prevé para el 2025 pagar el 100% de los sueldos y honorarios a su personal de atención al cliente, lo que marca un hito en su sostenibilidad operativa y financiera.

Este progreso financiero también permitirá que, en caso de generar utilidades, Nativa (procedentes de Alma de Monte) destine una parte a la constitución de un fondo de apoyo para los productores proveedores, fortaleciendo su compromiso con el desarrollo sostenible y la cooperación dentro de la cadena productiva.

La tendencia en NATIVA es distinta y a partir de la experiencia de la Cooperativa del Gran Chaco, propone constituir una cooperativa con productos apícolas de las asociadas. Al cierre del programa se encontraban en la fase del estudio legal para consolidar esta iniciativa que constituya una oportunidad propia de las y los productores apícolas de las Asociaciones que al ser socios cooperativistas cuenten con un instrumento propio de comercialización, manteniendo el espíritu de una organización sin fines de lucro.

A partir del análisis, se puede indicar que el espíritu del programa para el R1 relacionado con el “consorcio asociativo” que incorpora los diez (10) principios del comercio justo para la miel generados

por el programa se han aplicado en las diferentes actividades relacionadas y se están aplicando actualmente. Por tanto, este resultado se alcanzó parcialmente y aunque los productores y directivos de las socias asumen la necesidad de contar con un brazo comercial que sea el espacio para la comercialización en exclusiva, aún falta comprender la esencia de este consorcio asociativo.

Interpretando las acciones realizadas con la creación de estas empresas, podemos anotar que en el espíritu de CIOEC COCHABAMBA SRL (por su composición societaria) y la propuesta de NATIVA de crear una cooperativa apícola para la comercialización asociativa, subyace la idea de dotarse de un instrumento de venta asociativa en beneficio de las asociaciones y de los productores.

El caso de Beegreen SRL es distinto pues no incluye entre sus accionistas a ADAPICRUZ ni a las asociaciones como tal y persigue sus propias metas en tanto entidad privada, con fines de lucro.

El tema de constituir una empresa que facilite la comercialización asociativa todavía no ha sido resuelto y es un desafío a enfrentar en el futuro inmediato.

También es importante anotar que la conformación de las SRL con las características anotadas es una muestra del éxito del PMMH ya que los conocimientos y capacidades adquiridas por CIOEC y ADAPICRUZ les permiten encarar los desafíos que se plantean ya que ofertan servicios a partir de los conocimientos y capacitaciones realizadas en el PMMH.

6.11 TABLA DE RESULTADOS

RESULTADO R.01: COMERCIALIZACION		
La estrategia de comercialización implementada en los tres departamentos refuerza la viabilidad económica de las tres organizaciones socias, así como de las organizaciones apícolas de estos tres departamentos que participan en el Programa, y de los/las apicultores.as miembros de estas organizaciones, según modalidades que toman en cuenta las especificidades de cada departamento.		
R.01.1 Un modelo de venta asociativa ha sido implementado a nivel departamental y funciona de manera duradera.		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
LÍNEA DE BASE ADAPICRUZ firmó en el primer semestre 2022 un acuerdo de comercialización con Apícola del Bosque, que le asegura recibir, a partir del año 3 a lo más tarde, ingresos procedentes de las ganancias de Apícola del Bosque (ingresos netos después de haber pagado impuestos)	LÍNEA DE BASE Se definió de manera definitiva la figura jurídica de AGROECOCAM. Una vez validada la figura jurídica, CIOEC firma en el primer semestre 2022 un Acuerdo de comercialización con AGROECOCAM, que prevé la transferencia de la actividad económica de Kampesino hacia AGROECOCAM para fines del 2022 y le asegura a Cioec que recibiera, a partir del Año 3 a lo más tarde, ingresos procedentes de las ganancias de AGROECOCAM (ingresos netos después de haber pagado impuestos).	LÍNEA DE BASE La tienda Alma del Monte es el brazo comercial de Nativa; es operativa e incluye en su oferta los productos apícolas de 5 organizaciones apícolas del departamento; concluye su plan de negocio para fines del 2022.
META AL AÑO 3 R.01.1.1 Apícola del Bosque (APIBSA) es	META AL AÑO 3 R.01.1.2 AGROECOCAM es viable en plan financiero, incluyendo el pago	META AL AÑO 3 R.01.1.3 La tienda Alma del Monte es viable en

<p>viable en plan financiero, incluyendo el pago de su personal, y consolida el consorcio con Adapicruz. Adapicruz recibe ingresos financieros procedentes de Apícola del Bosque.</p>	<p>de su personal y consolida el consorcio con Cioec Cbba. Cioec Cbba. recibe ingresos financieros procedentes de AGROECOCAM para pagar servicios administrativos (por ej.: luz, agua, teléfono etc.).</p>	<p>plan financiero, incluyendo el pago de su personal. Sus ventas del año 03 alcanzan el nivel previsto en el plan de negocio y como mínimo alcanzan el punto de equilibrio. En caso se genere utilidades, Nativa destinara una parte de las utilidades para constituir un fondo de apoyo a los productores proveedores de la Tienda</p>
SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA		
<p>APIBSA cerró sus actividades financieras, en consecuencia, no logró cumplir con lo previsto en la meta. Después del cierre de APIBSA, se constituyó la empresa Beegreen SRL conformada por 7 personas naturales, socios de ADAPICRUZ. Institucionalmente ADAPICRUZ no forma parte de la SRL.</p>	<p>En la documentación estudiada la idea de crear AGROECOCAM se reemplaza por la creación de la empresa: CIOEC Cochabamba S.R.L como instancia para la comercialización asociativa. Esta SRL es la que cubre los costos de operación de la tienda Kampesino y algunos gastos administrativos de CIOEC Cochabamba.</p>	<p>La tienda Alma de Monte es instancia dependiente de NATIVA, donde se comercializan diversos productos, no sólo de las Asociaciones apícolas. Todavía no es autosostenible, NATIVA subvenciona algunos gastos como ser honorarios de la encargada (que como funcionaria de NATIVA tiene otras responsabilidades en el ámbito comunicacional).</p>
<p>EVALUACIÓN: Aunque no existe un documento que muestre la estructura y funcionamiento del modelo de venta asociativa, las y los productores se comprometen con sus Asociaciones y cumplen sus compromisos de venta asociativa. Los resultados de la venta asociativa se dan a dos niveles: venta en lote a granel, principalmente a EBA y venta de productos terminados mediante las tiendas institucionales.. Existe cierto descontento de parte de los productores por los precios que paga EBA, que en su criterio, es el principal “revendedor” de sus productos</p>		
<p>R.01.2 Las organizaciones apícolas que participan en el Programa apoyan este modelo de venta asociativa y asumen su papel adentro de la cadena de valor de la miel, de manera duradera. (variante para Nativa: Las organizaciones disponen de una certificación que acredita la calidad de su miel; por medio de la tienda Alma del Monte, definen una política de comercio justo para sus afiliados).</p>		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
<p>LINEA DE BASE Las 5 organizaciones apícolas firman a fines de junio 2022 un acuerdo con Adapicruz.</p>	<p>LINEA DE BASE Tres organizaciones apícolas firman en el Segundo Semestre 2022 un acuerdo de colaboración con AgroEcoCam. Se comprometen a</p>	<p>LINEA DE BASE Tres organizaciones apícolas (APME, AOCEMM, Cutaiqui) venden la mayoría de su</p>

<p>Se comprometen a: 1) adecuar procesos y equipamiento para certificar producción ecológica; 2) entregar parte de sus productos a Apícola del Bosque, vía ADAPICRUZ (según sus capacidades productivas). NB: en forma progresiva según el crecimiento apoyado por ADAPICRUZ.</p>	<p>entregarle productos de la colmena según sus capacidades productivas y a certificar con el sello SPG un 21% X de su producción.</p>	<p>miel a EBA de acuerdo a contratos firmados (en su mayoría hasta el año 2024); AART y AMEAT venden en sus respectivas oficinas comerciales. Estas 5 organizaciones entregan productos apícolas a la tienda Alma del Monte.</p>
<p>META AL AÑO 3 R.01.2.1. Las 5 organizaciones apícolas entregan en cantidad suficiente productos de la colmena (de calidad, con trazabilidad y con el sello SPG) para los clientes y contratos concertados. 5.000 kilos de la producción de los involucrados es certificada ecológica y se comercializa mediante este acuerdo. Las organizaciones apícolas se comprometen en proseguir su colaboración en este modelo de venta asociativa, después de haber finalizado el Programa; sacan (de esta colaboración) un beneficio satisfactorio según ellas.</p>	<p>META AL AÑO 3 R.01.2.2. Tres organizaciones apícolas entregan en cantidad suficiente productos de la colmena (de calidad, con trazabilidad y con el sello SPG) para los clientes y contratos concertados. El 30% de la producción de los involucrados definida en los convenios firmados en el 2022 es certificada ecológica; se comercializa mediante AGROECOCAM. Las organizaciones apícolas se comprometen en proseguir su colaboración en este modelo de venta asociativa, después de haber finalizado el Programa; sacan (de esta colaboración) un beneficio satisfactorio según ellas.</p>	<p>META AL AÑO 3 R.01.2.3. Cuatro organizaciones apícolas inician/ finalizan/ renuevan su proceso de certificación ecológica o de origen; siguen entregando productos apícolas a la tienda Alma del Monte. Existe una política de comercio justo para los afiliados de 4 organizaciones.</p>
<p>SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA</p>		
<p>Se menciona a 5 OAB y en la práctica participan 6, lo que genera cierto desfase en los logros. Las OAB entregaron sistemáticamente las cantidades comprometidas para</p>	<p>Todos los y las productores/as apícolas, cuentan con la certificación SPG, entregan sus productos a las asociaciones para la venta asociativa, siendo el principal comprador la empresa EBA, que compra a granel. El resto de sus productos, los comercializan de manera directa, en muchos casos, en mejores condiciones económicas. Para estas</p>	<p>La mayoría de las y los productores han logrado la certificación SPG y entregan a sus asociaciones el 80% de sus productos para la venta asociativa, el principal comprador es EBA que paga un precio a granel. El resto de su</p>

<p>cubrir los contratos concertados. Muchas cuentan con el certificado SPG y tienen la trazabilidad respectiva.</p>	<p>ventas directas se hizo un estudio de mercado.</p>	<p>producción (que en muchos casos no es poca cantidad) lo comercializan directamente en diferentes mercados, casi siempre en condiciones económicas más ventajosas. En el CCN respectivo se analizó y aprobó los criterios para el comercio justo para difundirlo ya al cierre del programa</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EVALUACIÓN.

En las entrevistas, productoras, productores y representantes manifiestan su apoyo a la venta asociativa ya que para ellos significa una venta asegurada de la mayor parte de su producción, aunque hay ciertas manifestaciones de observación al precio que paga EBA. Comprometen continuar con el modelo de venta asociativa, sin perjuicio de tener mercados alternativos para el excedente de sus productos.

R.01.3 Los apicultores que pertenecen a 13 de las 14 organizaciones, que disponen de un excedente para vender de manera asociativa,⁵ entregan productos de la colmena a su asociación y se comprometen con ella de manera duradera.

LINEA DE BASE

Listado de los apicultores involucrados con estimación de las cantidades disponibles, con categorías “miel boliviana producida según criterios ecológicos” y “miel convencional”. NB: Cantidades disponibles según el precio mínimo estimado para la próxima cosecha (2022-23).⁶

META AL AÑO 3

R.01.3.1 (ADAPICRUZ) R.01.3.2. (CIOEC) R.01.3.3. (NATIVA)
 70% de los apicultores involucrados han cumplido con su compromiso para las cosechas 2022-23 y 2023-24 y se comprometen para la cosecha 2024-25. Ratifican y renuevan el acuerdo comercial con su organización; se comprometen en proseguir su colaboración con su asociación después de haber finalizado el Programa.

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA Y EVALUACIÓN

Existen contratos de proveeduría que son los acuerdos comerciales por escrito entre las asociaciones y los productores y de acuerdo a lo manifestado en los talleres de la evaluación, no hubo ningún incumplimiento individual ni colectivo. En los talleres se manifestó el compromiso de continuar realizando las actividades de producción y comercialización asociativa, aunque también se manifestó cierto descontento con la venta a EBA por el bajo precio que paga. En algún caso, la venta asociativa de los productos deja un beneficio para la asociación (ficha 4 de ADAPICRUZ). Existe registro con las cantidades globales de productos comercializados de manera asociativa.

⁵ Normalmente, tienen más de: 25 colmenas (caso Adapicruz); 15 colmenas (caso CIOEC); 5 colmenas (caso NATIVA).

⁶ Se trata de la época de cosecha de miel, que empieza entre septiembre y noviembre 2022 y termina entre noviembre y abril 2023. En el caso de Tarija, inicia en septiembre 2022 y termina entre marzo y abril 2023.

RESULTADO R.02: JOVENES
Jóvenes (entre 16 y 35 años) valorizan la apicultura como una actividad promisoriosa y redituable, la cual puede procurarles un ingreso duradero si se practica de manera asociativa, y concretizan esta convicción con hechos.

R.02.1 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisoriosa y redituable son identificados.

<p>LINEA DE BASE Listado de los jóvenes interesados por la apicultura que están en contacto, de manera general, con las organizaciones socias. Este listado se anexa al Convenio entre cada organización apícola y la organización socia de su departamento, con el 20% definido para la meta del Año 03.</p>	<p>META AL AÑO 3 El 20% de los jóvenes listados definido en el Convenio entre cada organización apícola y la organización socia de su departamento valoriza la apicultura como una actividad promisoriosa y redituable; las mujeres representan como mínimo el 30% de estos jóvenes</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
<p>Adapicruz: 35 jóvenes registrados, 24 (50%) 12M y 12H, logran beneficios importantes en el campo de la apicultura.</p>	<p>Se realizaron ciclos de capacitación en transmisión de saberes para la elaboración de productos transformados y meliponicultura. 19 jóvenes (HyM) valorizan la apicultura como actividad promisoriosa. De este grupo, 13 (68%) son mujeres que se involucran en la actividad apícola.</p>	<p>- Muchos jóvenes (H y M) participan en actividades técnicas orientadas a la certificación de niveles técnicos en apicultura y acceso a créditos con miras al emprendimiento (sanidad apícola, crianza de reinas, división de núcleos). - 66 jóvenes se identificaron para trabajar en la actividad apícola que consideran promisoriosa. 33 de ellos -5M y 28H (50%) se involucran en emprendimientos apícolas. -10 de 30 jóvenes capacitados trabajan en instituciones públicas y privadas. Son dirigentes de sus organizaciones apícolas.</p>

EVALUACIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> Listas de jóvenes (HyM) interesados en la apicultura. Se realizaron actividades de estimulación e incentivo para jóvenes de las comunidades. <p>Existencia de incentivos para generar el interés</p>		
R.02.2 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisoriosa y redituable desarrollan una actividad económica apícola (productiva o comercial).		
LINEA DE BASE Listado de los jóvenes que ya tienen una actividad económica apícola (emprendimiento) o que se comprometen en iniciarla durante la cosecha 2022-23.	META AL AÑO 3 50% de los jóvenes listados mejoraron su actividad económica apícola (emprendimiento); el 30% de los jóvenes que mejoraron son mujeres (o sea: el 15% del listado global).	
SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA Y EVALUACIÓN		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
Adapicruz: 35 jóvenes registrados, 22 (10H y 12M) mejoran su actividad económica a partir de la apicultura, meliponicultura o como comercializadores de productos apícolas con valor agregado.	El 80% de las y los jóvenes que valorizan la apicultura como actividad económica promisoriosa y redituable, (todas mujeres) incrementaron su actividad económica incorporando 1 caja adicional a sus apiarios, incursionaron en la capacitación sobre emprendimientos de transformación de la miel y meliponicultura.	De los 66 jóvenes comprometidos al inicio del programa, 33 han mejorado su actividad económica apícola (emprendimientos), 3 ocupan cargos importantes en instituciones públicas. Algunos recibieron premios por sus emprendimientos. En alianza con Catalyste+ se dotó de cajas y material vivo a 8 mujeres de asociaciones.
EVALUACIÓN		
<ul style="list-style-type: none"> Lista de jóvenes (HyM) que realizan actividades apícolas de manera permanente. Las y los participantes de las actividades expresan su satisfacción y manifiestan su decisión de participar orgánicamente de las asociaciones. <p>Nivel de satisfacción con las actividades que realizan y los productos obtenidos.</p>		
R.02.3 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisoriosa y redituable experimentan modalidades asociativas o colectivas en su organización.		
LINEA DE BASE Listado de los jóvenes interesados por la apicultura (= línea base del indicador R.02.1)	META AL AÑO 3 50% de los jóvenes listados se involucran de manera asociativa/colectiva; el 30% de estos jóvenes involucrados son mujeres (o sea: el 15% del listado global).	
SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA		
ADAPICRUZ 15 Interesadas, 12 incorporadas= 80%	CIOEC 13 interesadas, 13 incorporadas = 100%	NATIVA

22 interesados, 10 incorporados = 45,45% Porcentaje global: 59%	11 interesados, 6 Incorporados = 54,54% Porcentaje global: 79%	18 interesadas, 7 incorporadas = 38.89% 44 interesados. 20 incorporados= 45,45% Porcentaje global; 44%
--------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EVALUACIÓN

- Se realizan actividades apícolas en que participan las y los jóvenes. (comunes o diferenciadas)
- Reportes o memorias de las actividades propiciadas por la Organización Apícola para incentivar la participación de las y los jóvenes.
- Los datos cuantitativos muestran que al cierre del programa la meta fue cumplida satisfactoriamente. Se cuenta con las listas de estas personas como fuente de verificación.

RESULTADO 03: GENERO

Cioec-Cochabamba, Adapicruz, Nativa y las 14 organizaciones apícolas que participan en el Programa elaboran una estrategia relativa a Género, basada en el diagnóstico que realizaron a fines del 2021 e implementan esta estrategia.

R.03.1 Los directivos y técnicos han sido formados. Gracias a esta capacitación y al diagnóstico, elaboran una estrategia de género.

LINEA DE BASE

Diagnóstico hecho a fines del 2021 en Cioec-Cochabamba, Adapicruz y Nativa y en las 14 organizaciones apícolas que participan en el Programa

META AL AÑO 3

Cioec-Cochabamba, Adapicruz, Nativa y las 14 organizaciones apícolas que participan en el Programa inician la implementación de la estrategia Género aprobada a nivel de cada asamblea general, la cual incluye un Plan de acción. Este Plan de acción incluye una mejoría del acceso equitativo de hombres y mujeres a servicios, conocimientos, etc. Este Plan buscará fortalecer las capacidades de liderazgo y de protagonismo de las mujeres, sin presionarlas para que sean directivas.

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA Y EVALUACIÓN

Se realizó la formación y capacitación de los equipos técnicos de las tres socias y posteriormente se elaboraron las estrategias de género. Este resultado se desarrolló como transversal porque las organizaciones de base son muy arraigadas culturalmente y el tratamiento del tema de género confronta algunas limitaciones. Sin embargo, el abordaje de género implicó aspectos como: equidad, paridad, representación, participación.

Se cuenta con tres EdG elaboradas por los equipos técnicos de las socias, las actividades referidas al tema género se realizaron en la fase final del PMMH en la gestión 2024. Las y los productores en general desconocen las estrategias de género y aseguran no haber realizado actividades con este tema específico, asumiendo que en algunas actividades se mencionó de alguna manera estos contenidos.

R.03.2 Cioec-Cochabamba, Adapicruz, Nativa y las 14 organizaciones apícolas disponen y actualizan las herramientas necesarias para hacer el seguimiento de su Estrategia de Género

LINEA DE BASE Diagnóstico hecho a fines del 2021	META AL AÑO 3 Las herramientas se elaboraron en el 2022 y se actualizaron al inicio del año 2024.
------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
<p>Informa haber realizado talleres de capacitación con enfoque de género en los temas de: Manejo de redes sociales con celular; planificación y registros de fotografías y aplicaciones para promocionar y vender productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Taller de formación en Buenas Prácticas de manufactura, trazabilidad y procesamiento desde la perspectiva de género. - Taller sobre liderazgo y emprendedurismo desde la perspectiva de género 	<p>La EG de CIOEC contempla los ejes: Representatividad; Gestión Asociativa y organizativa; mercados; desarrollo de nuevos productos; participación en actividades de capacitación.</p> <p>A raíz de que el tema fue abordado en la última fase del PMMH, no pudieron realizar las actividades de género y su seguimiento correspondiente.</p>	<p>Emplea las herramientas en las acciones de capacitación y difusión de las estrategias institucionales.</p> <p>Taller de género con representantes de OAB.</p>

EVALUACIÓN

- Las tres socias reportan las actividades realizadas en el marco de la EdG.
- Entre los resultados obtenidos por la aplicación de la EdG se pueden citar: valoración del rol de la mujer en la actividad apícola, el surgimiento de representantes y dirigentes mujeres en las organizaciones, la incorporación de mujeres jóvenes en la actividad, autovaloración de las mujeres en cuanto a la importancia de su participación.
- Directivos, Técnicos y productoras/es manifiestan de manera explícita por las actividades en el tema de equidad de género.
- Sin embargo de estos logros y avances, todos son conscientes de que se debe trabajar más para consolidar estos avances.

R.03.3 Crecen las actividades apícolas económicas (emprendimientos) realizadas por las mujeres.

LINEA DE BASE Listado de las mujeres que ya desarrollan una actividad apícola económica adentro de una organización apícola (socias o esposas de un socio). Casos de Lomerío (proyecto de meliponicultura) y de Ameat (tienda asociativa en Tarija “Dulce Tariquia”; actividad de meliponicultura por algunas socias de Ameat). (Se pensó organizar un premio; el premio consistiría en material o producto apícola, no en dinero (presupuesto indicativo: +/- 500 Bs por premio). Se hará una	META AL AÑO 3 50% de las mujeres listadas mejoraron su actividad económica apícola (emprendimiento). (Los listados de mujeres no existen en el momento, pero se enviarán para fines de enero de 2023.)
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

convocatoria, con un reglamento definiendo los premios y los criterios para obtenerlos)	
-----------------------------------------------------------------------------------------	--

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
20 de 23 mujeres desarrollan sus emprendimientos apícolas (con colmenas, procesamiento y agregación de valor y/o comercialización), logrando mejoras productivas y económicas.	La totalidad de las mujeres apicultoras mejoraron su actividad económica insertando la meliponicultura en su actividad apícola (al menos una caja apícola por mujer). A ella se sumaron otras productoras haciendo más del 100%	En alianza con Catalyste+ se dotó de materiales esenciales a mujeres de 4 asociaciones para incentivar su involucramiento y mejorar su productividad. El Censo Apícola muestra: AART: 21 M, liderada por 2 mujeres. APME:14 M, dos mujeres ocupan posiciones importantes en directiva y administración. AOCEMM: 23 M, una mujer es vicepresidente. CUTAIQUI: 8 M, una desempeña el cargo de secretaria y se encarga del relacionamiento con instituciones y alianzas.

EVALUACIÓN

- Las organizaciones socias y las OAB cuentan con listas de actividades y/o emprendimientos a cargo de mujeres.
- Las y los representantes de las OAB expresan reiterativamente (entrevistas y encuestas) el beneficio que significa el surgimiento de organizaciones productivas o emprendimientos a cargo de mujeres.
- Las mujeres participantes del proceso productivo y/o de comercialización manifiestan su satisfacción por aquello y por los resultados que les reporta en lo económico y en su autovaloración, se sienten muy útiles.

RESULTADO 04: SPG Y MEDIO AMBIENTE

Los apicultores de las organizaciones de base que participan en el Programa producen su miel según criterios ecológicos e inciden en otros actores (agricultores, ganaderos, dueños de bosques etc.) para que realicen acciones a favor del medio ambiente en sus zonas de trabajo apícola.

R.04.1 Porcentaje de los apicultores involucrados en el Programa que producen su miel según criterios ecológicos.

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
LINEA DE BASE 10% de los apicultores (9 de 93, sin el grupo de Okinawa) son certificados ecológicos (SPG).	LINEA DE BASE 69% de 3 organizaciones son certificados ecológicos (SPG)	LINEA DE BASE AOCEMM es certificador SPG; 70 productores de AOCEMM (agricultores y apicultores) son certificados ecológicos o están en transición. 25 productores de APME ya iniciaron el proceso de certificación SPG por medio de Aopeb.
META AL AÑO 3 40% de los apicultores involucrados en 4 organizaciones (sin el grupo de Okinawa).	META AL AÑO 3 80% de las mismas 3 organizaciones. Los apicultores de Tokito inician el proceso de certificación SPG.	META AL AÑO 3 AOCEMM: renueva su certificación SPG (marzo 2024); APME finaliza el proceso SPG; AART inicia el proceso SPG; CUTAIQUI mantiene su certificación de origen Pilcomayo, incluyendo criterios ecológicos.
SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
31,6 % de apicultores involucrados en 4 OAB, alcanzan la certificación en los tres años del PMMH. Las condiciones climáticas no permiten la ejecución plena del proceso en 2024.	Más del 100% de los apicultores de 3 organizaciones (CORACA Aiquile, APAM y APAQUI) cuentan con la certificación del SPG y los apicultores de TOKITO concluyeron su proceso de certificación SPG en 2024 y se comprometen a mantener la producción ecológica.	Miel de abeja certificada ecológicamente (SPG) garantiza la calidad del producto. AART: 18 socios certificados APME: Citrus miel 30 socios certificados. CUTAIQUI: 26 socios certificados. Miel Pilcomayo: 6 socios certificados. AOCEMM institucionalmente quedó desactivada debido a problemas de orden financiero con el Sistema de Impuestos. Debido a esto, esta Asociación no puede ser incluida en los cálculos ni en la meta.
EVALUACION		
<ul style="list-style-type: none"> Las organizaciones socias y las OAB cuentan con las listas detalladas de apicultores certificados, según los siguientes datos: ADAPICRUZ: 31.6% en 4 OAB; CIOEC CBBA: 100% de 3 OAB; NATIVA: 50 apicultores certificados de 4 OAB. Se tiene un detalle de actividades realizadas por las socias para incentivar la aplicación de criterios ecológicos en la apicultura. Las y los productores manifestaron su satisfacción con la aplicación de los criterios ecológicos para la producción apícola (encuestas y entrevistas) 		
R.04.2 Incidencia en otros actores.		
ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
LINEA DE BASE No hay	LINEA DE BASE Productores de hortalizas de la organización "Complejo Carcaje" ya cuentan con la certificación SPG	LINEA DE BASE No hay

<p>META AL AÑO 3 Los productores agropecuarios con acceso a bosques y barbechos en regeneración natural valorizan el servicio ambiental de las abejas al bosque estableciendo convenios con apicultores ecológicos para establecimientos de apiarios (al menos 10 nuevos apiarios). Son más conscientes de la importancia de reducir el uso de químicos y de proteger el bosque.</p>	<p>META AL AÑO 3 Los productores de hortalizas de la nueva organización afiliada (Aramasi) cuentan con la certificación ecológica SPG</p>	<p>META AL AÑO 3 Reforestación de apiarios en 3 organizaciones (Cutaiqui, AMEAT Y AART); sensibilización de los vecinos de estos apiarios sobre la importancia de proteger el bosque. AOCEMM presta servicios de consultoría para certificación SPG de otras organizaciones agropecuarias</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
<p>Productores agropecuarios con acceso a bosques y barbechos en regeneración natural, valoran la importancia ambiental de las abejas al bosque, se firman convenios con apicultores ecológicos para ampliación o reubicación de colmenas en zonas ecológicas (propiedades privadas agrícolas, ganaderas o de reserva forestal) a cambio de recibir un aporte de la cosecha anual de miel.</p>	<p>Se cumple la meta de incidir en productores de otros sectores, en este caso, productores agrícolas de una nueva OECA afiliada. (Aramasi)</p>	<p>Se reforestó un predio de Cutaiqui, con apoyo del Gob. Regional de Villa Montes y colaboración de Tekove, ejecutado por NATIVA y respaldo de embajada de Suecia y Unión Europea. También se reforestó predios adicionales de socios de AART y APME, utilizando árboles frutales y forestales para promover la diversificación y sostenibilidad de recursos naturales. Como se explicó anteriormente, AOCEMM ya no participó del PMMH.</p>

EVALUACION

Se evidencia que hubo acciones de incidencia en otros actores: reducción de agroquímicos, acciones de protección del bosque, reforestación.

RESULTADO 05: INCIDENCIA POLITICA A NIVEL MUNICIPAL

En los municipios de intervención del Programa, se establecen condiciones en favor del desarrollo de la producción ecológica de la miel y de otros productos de la colmena.

INDICADORES

<p>ADAPICRUZ R.05.3: compromisos de municipios.</p>	<p>CIOEC R.05.1 Cochabamba: se sectorizan, a nivel municipal, lugares ecológicos (sin químicos, protegidos contra incendios y deforestación) para proteger colmenas.</p>	<p>NATIVA R.05.2 Tarija: Proyectos de leyes / reglamentaciones municipales.</p>
<p>LINEA DE BASE No hay.</p>	<p>LINEA DE BASE No hay</p>	<p>LINEA DE BASE</p>

		Ley y reglamentación en Tarija ciudad capital.
META AL AÑO 3 Al menos 2 municipios comprometen acciones directas en beneficio de conservación de bosque con potencial melífero	META AL AÑO 3 Con otros apicultores del mismo municipio, se elabora una propuesta de normativa apícola en un municipio. Se presenta una propuesta consensuada en reuniones con técnicos del municipio; la etapa siguiente, fuera de control del Programa, es la promulgación.	META AL AÑO 3 Se adopta una ley y una reglamentación municipal para armonizar medidas estándares en el Chaco (Villa Montes).

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA

- Apicultores del municipio, equipo técnico del órgano ejecutivo municipal de Porongo, técnicos de ADAPICRUZ y de la Gobernación de Santa Cruz, presentaron al Concejo Municipal una propuesta de normativa apícola para el municipio de Porongo 18.03.2024. -Autoridades municipales valoran la apicultura ecológica, comprometen la formulación de leyes que fomenten la conservación y aprovechamiento de bosques con apicultura y meliponicultura y comprometen someterla a consulta ciudadana previo a su promulgación en 2025.	El año 2022 se planteó con los apicultores la pertinencia de trabajar a nivel departamental una propuesta de ley marco para las leyes municipales. La propuesta presentada sigue el curso regular de la tramitación en el municipio de Cercado y los resultados de la gestión quedan fuera de control de las organizaciones proponentes.	NATIVA Se ha gestionado una ley departamental de Tarija referida al tamaño de las cajas para la meliponicultura. Existe un proyecto de ley nacional presentado a la Asamblea Legislativa Plurinacional por el diputado Eloy Marás, apicultor de Cutaiqui, para la protección de 12 km de las márgenes del río Pilcomayo.
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EVALUACION

- Se presentaron propuestas de leyes municipales a los GAM respectivos para generar medidas en beneficio de la conservación del bosque melífero
- Existen evidencias de los compromisos de los GAM para generar medidas en beneficio de la actividad apícola, normas locales en favor de la reforestación y el cuidado del MA. Entrevistas con autoridades municipales y de gobernación.
- Proyecto de Ley presentado por el diputado Eloy Marás a la Asamblea Legislativa Plurinacional.

RESULTADO R.06: VISIÓN NACIONAL DEL SECTOR APÍCOLA EN BOLIVIA

Se implementa una visión nacional del Sector Apícola en Bolivia, fortaleciendo la cohesión y coherencia interna y las complementariedades entre las socias de los tres departamentos, así como las acciones comunes coordinadas con el Comité de Coordinación Nacional (CCN).

R.06.1 Se consolida, a nivel nacional, el concepto y la visión de una Empresa Social en el rubro apícolo con un enfoque de sostenibilidad financiera.

<p>LÍNEA DE BASE Las socias están en proceso de construcción de mecanismos asociativos orientados hacia la sostenibilidad financiera. Su definición de la empresa social se dirige hacia el concepto del “consorcio asociativo”, conformado por una alianza entre una organización social y una empresa (en Cochabamba, con la tienda “Kampesino”; en Tarija, con la tienda “Alma del Monte”; en Santa-Cruz, con la empresa “Apícola del Bosque”).</p>	<p>META AL AÑO 3 Se establece una red bajo principios de comercio justo del rubro apícola a nivel Bolivia. Esta red es abierta a nuevos actores.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA Y EVALUACIÓN

- No existe una red del comercio justo propiamente dicha, los productores no conocen los principios del comercio justo, pero asumen que la estrategia de comercialización refleja las condiciones de comercio justo.
- CIOEC Cochabamba SRL no cuenta con un espacio propio para la comercialización de los productos, lo hace a través de la Tienda Kampesino, que es la marca bajo la cual se venden los productos.
- Tienda Alma del Monte (Tarija) es el brazo comercial de NATIVA, responde a los lineamientos de esta organización, expende diversos productos como ser: artesanías (guaraní y weenhayek), miel de las asociaciones (citrus miel, miel del Pilcomayo, de Tariquía, café y otros.
- Beegreen SRL (Santa Cruz) es un emprendimiento privado que no contempla entre sus socios a ADAPICRUZ, se desenvuelve según sus propios lineamientos y si bien contempla a futuro la asignación de recursos económicos para ADAPICRUZ, a la fecha de cierre del programa no se produjo ninguna asignación financiera.
- A nivel nacional el sector apícola está posicionado como actividad económica promisorio, con sus efectos amigables con la naturaleza y el medio ambiente. Este posicionamiento en gran medida se debe al trabajo realizado por el PMMH en sus tres etapas, así lo reconocen productores, directivos de las socias y sobre todo las autoridades locales de los municipios involucrados.
- Esto no significa que la actividad apícola esté en las mejores condiciones de producción y productividad, sino que está ubicada entre las actividades productivas de importancia estratégica. Según testimonio del ganador de la medalla de oro en APIMONDIA 2023 (Chile) se comprobó que la apicultura es promisorio debido a la elevación de la producción por colmena. Hasta 66 kilos por colmena. En ASAPIGUARDIA hay productores que hacen 4 cosechas al año.

R.06.2 Se implementa la estrategia comunicacional a nivel nacional, respecto a la producción y comercialización de la miel boliviana producida según criterios ecológicos, contando con una certificación ecológica (SPG) y/o de origen.

<p>LÍNEA DE BASE No se tiene una estrategia comunicacional escrita a nivel nacional; cada socia tiene la idea clara respecto a qué hacer en su departamento. El sello de producción ecológica (SPG) se conoce en un mínimo porcentaje en las ciudades capitales de cada departamento. Los consumidores no valoran la certificación SPG.</p>	<p>META AL AÑO 3 Se elaboraron los lineamientos de un plan comunicacional de manera consensuada en cada departamento.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA

ADAPICRUZ	CIOEC	NATIVA
- A inicios del PMMH (2022) se elaboró 10 principios o criterios ecológicos para la producción comercialización de la miel. (no comprobado).	-A inicios del 2022 contribuyó en la elaboración de los 10 principios con enfoque del comercio justo para la miel, en el marco del PMMH.	- Video elaborado con los productores de las asociaciones: AART y APME durante la realización de la campaña de sanidad apícola

<p>- BeeGreen SRL, comercializó a menor escala -pruebas piloto-en el marco de los principios del comercio justo (no comercializa en volúmenes considerables, porque esperaban la aprobación de las etiquetas con N° de registro SENASAG). Comercializaron productos con sello SPG en ferias, es menor volumen. Sobre el funcionamiento de Beegreen SRL y el rendimiento económico existe dos versiones lo cual impide alcanzar a una conclusión clara al respecto del cumplimiento de la meta en el caso Adapicruz.</p>	<p>- CIOEC CBBA S.R.L, comercializa la miel proveniente del acopio asociativo, familiar de las OAB. -Atiende la comercialización de productos apícolas de las socias del PMMH, también está abierta a otros actores (organizaciones, emprendimientos de jóvenes, mujeres), que pueden comercializar sus productos en la tienda bajo los principios del comercio justo elaborados en el programa. Se observa que en las páginas web de las socias no se inserta ninguna referencia de la estrategia comunicacional del PMMH.</p>	<p>- En el marco de la Coordinación del Programa de MMH, ha producido cuadros anuales que emulan a un Plan Comunicacional, que luego se han convertido en un modelo nacional. - Adicionalmente NATIVA tiene su propio plan comunicacional en la página web de la institución y diferentes plataformas virtuales.</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EVALUACION

- Evidencias de los elementos del Plan Comunicacional en cada departamento.
- Se han producido vídeos referidos a la actividad apícola de las socias y sus asociaciones, mismos que fueron difundidos con cierta amplitud.
- Cantidad de Organizaciones Apícolas que cuentan con el sello de producción ecológica en cada departamento. Las tres socias cuentan con la certificación SPG, SENASAG y en algún caso la certificación de gluten. No todas las asociaciones han logrado certificar sus productos y para poder comercializar la miel a EBA, se utiliza el certificado de la socia. Aproximadamente el 85 % de las OAB cuentan con la certificación SPG.
- Valoración de los productores sobre la ventaja/desventaja del sello SPG. La totalidad de las OAB consideran necesario contar con el sello porque les permite comercializar sus productos de manera directa en mejores condiciones, sin embargo, asumen que alcanzar la certificación no siempre está al alcance de ellas y ellos.
- Nivel de satisfacción de los productores que cuentan con el sello SPG. Como se indicó anteriormente, para las y los productores el sello les permite acceder a determinados mercados para la comercialización de sus productos en mejores condiciones, aunque saben que la renovación de SENASAG implica un costo.
- En general existe satisfacción con la utilidad del sello SPG.

R.06.3 Se fortalece la cohesión e interrelación entre socias del Programa MMH en Bolivia, en el marco de las acciones del CCN.

<p>LÍNEA DE BASE Existe un listado de complementariedades construida por cada socia a finales de 2018</p>	<p>META AL AÑO 3 Las tres socias analizan sus puntos fuertes y construyen complementariedades nacionales, cada año una socia comparte un punto fuerte con las otras social, lo cual les permite mejorar su práctica. Se realizan acciones comunes que permiten realizar economías de escala y/o mejorar su incidencia a nivel nacional.</p>
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

SITUACION AL CIERRE DEL PROGRAMA Y EVALUACIÓN

<p>ADAPICRUZ -Desarrolló un taller de construcción de fichas y análisis estadístico técnico apícola. (CCN noviembre 2023 Samaipata) - Apoyó la solicitud de NATIVA con una presentación en el evento internacional en el Chaco, y compartir experiencias en la formación de mujeres indígenas con meliponicultura como estrategia de fortalecimiento, equidad de género y potenciar líderes mujeres para fortalecer la producción de las colmenas. - Se fortalece la relación entre jóvenes de Tarija y Santa Cruz, al organizar una gira de jóvenes apicultores hacia Porongo y La Guardia, en intercambio con jóvenes. Compartiendo emprendimientos.</p>	<p>CIOEC Reunión del CCN, Santa cruz. NATIVA compartió planillas en Excel para hacer seguimiento de la ejecución de los proyectos. Evento de incidencia en agua- PLATONGB en La paz. En 2024 CIOEC CBBA compartió el tema de la comercialización de los productos apícolas en los diferentes segmentos del mercado mediante la empresa que se constituyó. Estas complementariedades permiten mejorar las áreas de ejecución dentro de las socias, por las experiencias de éxitos y fracasos que sirven para seguir creciendo. En la tienda Kampesino se venden productos de ADAPICRUZ y NATIVA esta acción es una práctica de integración entre las socias, que significa apertura de colaboración</p>	<p>NATIVA Existe una lista de complementariedades a ser compartida entre las socias en el CCN Video con los productores de AART y APME en la campaña de sanidad apícola. Acciones clave realizadas: - marzo de 2023, taller con enfoque financiero y administrativo para las socias de Santa Cruz y Cochabamba. -Rol activo como anfitrión en el Evento de Cierre del PMMH (2022-2024), Tarija. -Intercambio de experiencias y fortalecimiento de redes. Resultados clave: Mejorar la coordinación y la incidencia conjunta de las socias a nivel nacional. Valor agregado en términos de economías de escala. Compromiso de las socias por trabajar en complementariedad, fortaleciendo sus capacidades y consolidando su impacto a nivel nacional.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

EVALUACION

- Existe una lista de complementariedades identificadas y acordadas.
- Se tiene el detalle de acciones comunes relevantes para la economía de escala y a nivel nacional.
- Nivel de satisfacción de las socias con los grados de cohesión.
- Partiendo de que se trata de un programa en tres escenarios geográficos y culturales distintos y no de tres programas separados, es necesario que exista un elemento articulador de las tres regiones, respetando su diversidad. Ese elemento articulador permitiría la acción conjunta para el logro de los objetivos estratégicos, entre ellos: i) las estrategias de comercialización (no necesariamente ni únicamente asociativa). ii) la realización de actividades de género integradas a la producción. iii) fortalecer la estrategia comunicacional orientada a la sensibilización y el estímulo hacia el consumo de la miel y sus derivados

7. RESUMEN DE LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA

<p>R1: Comercialización La estrategia de comercialización implementada en los tres departamentos refuerza la viabilidad económica de las tres organizaciones socias, así como de las organizaciones apícolas de estos tres departamentos que participan en el Programa, y de los/las apicultores.as miembros de estas organizaciones, según modalidades que toman en cuenta las especificidades de cada departamento.</p>	
<p>INDICADORES</p>	<p>EVALUACIÓN</p>

<p>R.01.1 Un modelo de venta asociativa ha sido implementado a nivel departamental y funciona de manera duradera.</p>	<p>Aunque no existe un documento que muestre la estructura y funcionamiento del modelo de venta asociativa, las y los productores se comprometen con sus Asociaciones y cumplen sus compromisos de venta asociativa. Existen memorias de los CCN que apoyan las decisiones tomadas.</p> <p>Los resultados de la venta asociativa se dan a dos niveles: venta en lote a granel, principalmente a EBA y venta de productos terminados mediante las tiendas institucionales. Los volúmenes vendidos y los recursos generados se encuentran reflejados en otra parte de este documento.</p> <p>Existe cierto descontento de parte de los productores por los precios que paga EBA, que en su criterio, es el principal “revendedor” de sus productos.</p>
<p>R.01.2 Las organizaciones apícolas que participan en el Programa apoyan este modelo de venta asociativa y asumen su papel adentro de la cadena de valor de la miel, de manera duradera.</p>	<p>En las entrevistas, productoras, productores y representantes manifiestan su apoyo a la venta asociativa ya que para ellos significa una venta asegurada de la mayor parte de su producción, aunque hay ciertas manifestaciones de observación al precio que paga EBA.</p> <p>Comprometen continuar con el modelo de venta asociativa, sin perjuicio de tener mercados alternativos para el excedente de sus productos.</p>
<p>R.01.3 Los apicultores que pertenecen a 13 de las 14 organizaciones, que disponen de un excedente para vender de manera asociativa,⁷ entregan productos de la colmena a su asociación y se comprometen con ella de manera duradera.</p>	<p>Los productores entregan su miel a las asociaciones para la venta asociativa, generalmente entregan hasta el 80% de su producción.</p> <p>El resto, 20% (que no es poca cantidad) lo comercializan de manera directa ya que tienen en muchos casos sus propios mercados (usuarios familiares, farmacias, consumidores ocasionales, etc.)</p> <p>Hay quienes manifiestan no haber vendido nunca a EBA y su producción la comercializan directamente. (caso Emilio)</p>

R2: Jóvenes

Jóvenes (entre 16 y 35 años) valorizan la apicultura como una actividad promisorio y redituable, la cual puede procurarles un ingreso duradero si se practica de manera asociativa, y concretizan esta convicción con hechos.

INDICADORES	EVALUACIÓN
<p>R.02.1 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisorio y redituable son identificados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Listas de jóvenes (HyM) interesados en la apicultura. • Se realizaron actividades de estimulación e incentivo para jóvenes de las comunidades. • Existencia de incentivos para generar el interés
<p>R.02.2 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisorio y redituable desarrollan una actividad económica apícola (productiva o comercial).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lista de jóvenes (HyM) que realizan actividades apícolas de manera permanente. • Las y los participantes de las actividades expresan su satisfacción y manifiestan su decisión de participar orgánicamente de las asociaciones. • Nivel de satisfacción con las actividades que realizan y los productos obtenidos.
<p>R.02.3 Los jóvenes que valorizan la apicultura como una actividad promisorio y redituable experimentan modalidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Se realizan actividades apícolas en que participan las y los jóvenes. (comunes o diferenciadas)

⁷ Normalmente, tienen más de: 25 colmenas (caso Adapicruz); 15 colmenas (caso CIOEC); 5 colmenas (caso NATIVA).

asociativas o colectivas en su organización.	<ul style="list-style-type: none"> Reportes o memorias de las actividades propiciadas por la Organización Apícola para incentivar la participación de las y los jóvenes.
----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

R3: Género

Cioec-Cochabamba, Adapicruz, Nativa y las 14 organizaciones apícolas que participan en el Programa elaboran una estrategia relativa a Género, basada en el diagnóstico que realizaron a fines del 2021 e implementan esta estrategia.

INDICADORES	EVALUACIÓN
R.03.1 Los directivos y técnicos han sido formados. Gracias a esta capacitación y al diagnóstico, elaboran una estrategia de género.	<ul style="list-style-type: none"> Memoria del proceso de formación de directivos y técnicos en género. Evidencia de la elaboración de la EdG por técnicos y directivos. Elementos resaltantes de la Estrategia de Género: <ul style="list-style-type: none"> Sensibilización sobre masculinidades no por la vía formal de talleres o cursos, sino por medios participativos etnográficos. No descuidar las feminidades ni retroceder en lo ya avanzado. Desarrollar y/o fortalecer el empoderamiento económico de las mujeres Se realizaron pocas actividades en el marco de la EdG y por la importancia del resultado, se recomienda dar prioridad a este tema en caso de haber la ampliación del programa.
R.03.2 Cioec-Cochabamba, Adapicruz, Nativa y las 14 organizaciones apícolas disponen y actualizan las herramientas necesarias para hacer el seguimiento de su Estrategia de Género.	<ul style="list-style-type: none"> Las 3 socias reportan las actividades realizadas en el marco de la EdG. Entre los resultados obtenidos por la aplicación de la EdG se pueden citar: valoración del rol de la mujer en la actividad apícola, el surgimiento de representantes y dirigentes mujeres en las organizaciones, la incorporación de mujeres jóvenes en la actividad, autovaloración de las mujeres en cuanto a la importancia de su participación. Directivos, Técnicos y productoras/es manifiestan de manera explícita por las actividades en el tema de equidad de género. Sin embargo de estos logros y avances, todos son conscientes de que se debe trabajar más para consolidar estos avances.
R.03.3 Crecen las actividades apícolas económicas (emprendimientos) realizadas por las mujeres. asociativa, ⁸ entregan productos de la colmena a su asociación y se comprometen con ella de manera duradera.	<ul style="list-style-type: none"> Las organizaciones socias y las OAB cuentan con listas de actividades y/o emprendimientos a cargo de mujeres. Las y los representantes de las OAB expresan reiterativamente (entrevistas y encuestas) el beneficio que significa el surgimiento de organizaciones productivas o emprendimientos a cargo de mujeres. Las mujeres participantes del proceso productivo y/o de comercialización manifiestan su satisfacción por aquello y por los resultados que les reporta en lo económico y en su autovaloración, se sienten muy útiles.

⁸ Normalmente, tienen más de: 25 colmenas (caso Adapicruz); 15 colmenas (caso CIOEC); 5 colmenas (caso NATIVA).

R4: SPG – medioambiente

Los apicultores de las organizaciones de base que participan en el Programa producen su miel según criterios ecológicos e inciden en otros actores (agricultores, ganaderos, dueños de bosques etc.) para que realicen acciones a favor del medio ambiente en sus zonas de trabajo apícola.

INDICADORES	EVALUACIÓN
R.04.1 Porcentaje de los apicultores involucrados en el Programa que producen su miel según criterios ecológicos.	<ul style="list-style-type: none"> Las organizaciones socias y las OAB cuentan con las listas detalladas de apicultores certificados, según los siguientes datos: ADAPICRUZ: 31.6% en 4 OAB; CIOEC CBBA: 100% de 3 OAB; NATIVA: 50 apicultores certificados de 4 OAB. Se tiene un detalle de actividades realizadas por las socias para incentivar la aplicación de criterios ecológicos en la apicultura. Las y los productores manifestaron su satisfacción con la aplicación de los criterios ecológicos para la producción apícola (encuestas y entrevistas)
R.04.2 Incidencia en otros actores.	Se evidencia que hubo acciones de incidencia en otros actores: reducción de agroquímicos, acciones de protección del bosque, reforestación.

R5: Incidencia Política nivel Municipal

En los municipios de intervención del Programa, se establecen condiciones en favor del desarrollo de la producción ecológica de la miel y de otros productos de la colmena.

INDICADORES	EVALUACIÓN
R.05.1 Incidencia en municipios locales para generar normas apícolas.	<ul style="list-style-type: none"> Se presentaron propuestas de leyes municipales a los GAM respectivos para generar medidas en beneficio de la conservación del bosque melífero y fomento a la apicultura. Existen evidencias de los compromisos de los GAM para generar medidas en beneficio de la actividad apícola, normas locales en favor de la reforestación y el cuidado del MA. Entrevistas con autoridades municipales y de gobernación. Proyecto de Ley presentado por el diputado Eloy Marás, apicultor de Cutaiqui. Ley nacional de protección márgenes del río Pilcomayo.

R6: Visión nacional del sector apícola en Bolivia

Se implementa una visión nacional del Sector Apícola en Bolivia, fortaleciendo la cohesión y coherencia interna y las complementariedades entre las socias de los tres departamentos, así como las acciones comunes coordinadas con el Comité de Coordinación Nacional (CCN).

INDICADORES	EVALUACIÓN
R.06.1 Se consolida, a nivel nacional, el concepto y la visión de una Empresa Social en el rubro apícola, con un enfoque de sostenibilidad financiera.	<ul style="list-style-type: none"> No existe una red del comercio justo propiamente dicha, los productores no conocen los principios del comercio justo, pero asumen que la estrategia de comercialización aplica los principios y refleja las condiciones de comercio justo.

- Se evidencia la existencia de diez (10) principios del comercio justo para la miel, creados hacia fines de 2021 y ajustados a inicios de 2022. El texto de estos principios se encuentra en el Anexo 4.
- CIOEC Cochabamba SRL no cuenta con un espacio propio para la comercialización de los productos, lo hace a través de la Tienda Kampesino, que es la marca bajo la cual se venden los productos.
- Tienda Alma del Monte (Tarija) es el brazo comercial de NATIVA, responde a los lineamientos de esta organización, expende diversos productos como ser: artesanías (guaraní y weenhayek), miel de las asociaciones (citrus miel, miel del Pilcomayo, de Tariquía, café y otros.
- Beegreen SRL (Santa Cruz) es un emprendimiento privado que no contempla entre sus socios a ADAPICRUZ, se desenvuelve según sus propios lineamientos y si bien contempla a futuro la asignación de recursos económicos para ADAPICRUZ, a la fecha de cierre del programa no se produjo ninguna asignación financiera.
De acuerdo a la información complementaria recibida el 23/5/25, en el mes de abril y mayo 2025 Beegreen SRL ha aportado con el 50% del alquiler de las oficinas de ADAPICRUZ, por el compromiso realizado con el directorio de la organización.
- Si bien es cierto que a nivel nacional el sector apícola tiene una imagen y posicionamiento anterior a los programas de Miel Maya Honing (venta de miel a programas estatales), actualmente esa imagen se ha consolidado y está posicionado como actividad económica promisoria, con sus efectos amigables con la naturaleza y el medio ambiente. Este posicionamiento en gran medida se debe al trabajo realizado por el PMMH en sus tres etapas, así lo reconocen productores, directivos de las socias y sobre todo las autoridades locales de los municipios involucrados. Entre las causas de ese fortalecimiento y consolidación se debe a: incremento de la producción de calidad, la generalización del acceso al SPG y sello de origen y a las prácticas de una apicultura ecoamigable y de protección del medio ambiente.
- Esto no significa que la actividad apícola esté en las mejores condiciones de producción y productividad, sino que está ubicada entre las actividades productivas de importancia estratégica. Según testimonio del ganador de la medalla de oro a nivel mundial en APIMONDIA 2023, Santiago de Chile, se comprobó que la apicultura es promisoria debido a la elevación de la producción por colmena, hasta 66 kilos por colmena.
- En ASAPIGUARDIA hay productores de la apicultura trashumante migratoria que mueven sus colmenas a distintos lugares buscando flora con potencial melífero, que hacen 4 cosechas al año.

<p>R.06.2 Se implementa la estrategia comunicacional a nivel nacional, respecto a la producción y comercialización de la miel boliviana producida según criterios ecológicos, contando con una certificación ecológica (SPG) y/o de origen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Evidencias de los elementos del Plan Comunicacional en cada departamento. • Se han producido vídeos referidos a la actividad apícola de las socias y sus asociaciones, mismos que fueron difundidos con cierta amplitud. • Cantidad de Organizaciones Apícolas que cuentan con el sello de producción ecológica en cada departamento. Las tres socias cuentan con la certificación SPG, SENASAG y en algún caso la certificación de gluten. No todas las asociaciones han logrado certificar sus productos y para poder comercializar la miel a EBA, se utiliza el certificado de la socia. Aproximadamente el 85 % de las OAB cuentan con la certificación SPG. • Valoración de los productores sobre la ventaja/desventaja del sello SPG. La totalidad de las OAB consideran necesario contar con el sello porque les permite comercializar sus productos de manera directa en mejores condiciones, sin embargo, asumen que alcanzar la certificación no siempre está al alcance de ellas y ellos. • Nivel de satisfacción de los productores que cuentan con el sello SPG. Como se indicó anteriormente, para las y los productores el sello les permite acceder a determinados mercados para la comercialización de sus productos en mejores condiciones, aunque saben que la renovación de SENASAG implica un costo. • En general existe satisfacción con la utilidad del sello SPG.
<p>R.06.3 Se fortalece la cohesión e interrelación entre socias del Programa MMH en Bolivia, en el marco de las acciones del CCN.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una lista de complementariedades identificadas y acordadas. • Se tiene el detalle de acciones comunes relevantes para la economía de escala y a nivel nacional. • Nivel de satisfacción de las socias con los grados de cohesión. <p>Partiendo de que se trata de un programa en tres escenarios geográficos y culturales distintos y no de tres programas separados, es necesario que exista un elemento articulador de las tres regiones, respetando su diversidad. Ese elemento articulador permitiría la acción conjunta para el logro de los objetivos estratégicos, entre ellos: i) las estrategias de comercialización (no necesariamente ni únicamente asociativa). ii) la realización de actividades de género integradas a la producción. iii) fortalecer la estrategia comunicacional orientada a la sensibilización y el estímulo hacia el consumo de la miel y sus derivados</p>

8. PREGUNTA CUALITATIVA

Esta pregunta cualitativa mencionada en los TdRs (página 6) va más allá de la rendición de cuentas, busca el aprendizaje, con visión al futuro después del fin de Programa con MMH.

Se relaciona con la visión nacional de la apicultura en Bolivia desarrollada por las socias de este Programa. Por esta razón se le da un enfoque específico al segundo indicador del Objetivo Específico y a los tres indicadores del Resultado N° 6, reproducidos abajo.

El evaluador asumió la responsabilidad de analizar de manera crítica, objetiva, participativa con las organizaciones socias, en qué medida las metas previstas fueron alcanzadas, cuáles fueron los cambios que se lograron, cuáles fueron los obstáculos que se presentaron y cuál es la perspectiva futura, en caso de que la solicitud de prórroga del Outcome sea aprobada o no. Como se dijo antes, la base informativa para este análisis fue tanto la información secundaria proporcionada por el programa, así como la información primaria recogida en el trabajo de campo.

Partiendo de las metas formuladas en el ML y tomando en cuenta los logros alcanzados y verificados, se puede decir que dos metas están en proceso de ser logradas:

- La idea de Empresa Social en el PMMH estaba orientada a la puesta en marcha de un instrumento comercial que facilite la venta asociativa en condiciones ventajosas para las y los productores. En la normativa boliviana la figura Empresas Sociales no aplica al propósito del Programa, por esta razón este enfoque de fue cambiado por el enfoque de Consorcio Asociativo (a sugerencia de ADAPICRUZ en febrero de 2022), quedando de acuerdo todas las partes en incorporar este cambio.
- Ante la necesidad de contar con instrumentos que viabilicen la comercialización asociativa de los productos de la colmena, surgen las iniciativas de constituir CIOEC Cochabamba SRL y Beegreen SRL en Santa Cruz, no son los brazos comerciales propiamente dichos que estén al servicio de las socias y sus asociaciones de apicultores, son emprendimientos privados, que no necesariamente establecen relación institucional formal con las Asociaciones y si bien dan oportunidad a la venta de sus productos, en esencia responden a la lógica y condiciones similares a las del comercio convencional.
- Estos dos emprendimientos son distintos ya que CIOEC SRL está constituido por CIOEC institucionalmente en representación de los productores de las OECAS, tienen el 60% de las acciones societarias y el otro 40% está en poder de personas privadas, que eventualmente son funcionarios de CIOEC, pero su condición de socias de la SRL no se debe a su relación laboral.
- CIOEC SRL fue fundada el año 2022 y por la actividad económica realizada, puede cubrir los gastos de la oficina de CIOEC Y de la tienda Kampesino desde 2023.
- El punto referencial de venta de los productos de las OECAS es la tienda Kampesino en la ciudad de Cochabamba, en cuyas instalaciones se los exhibe y expende.
- A cargo de la responsable comercial de la CIOEC, se hizo un estudio de mercado del consumo de la miel en Cochabamba y se elaboraron productos comunicacionales para promover las cualidades de la miel ecológica de las asociaciones de CIOEC de ese modo le logró abrir los llamados “circuitos cortos” para los productos de las asociaciones (tres).
- CORACA Aiquile es la única que no participa de esta acción asociativa, tiene su propia tienda en la localidad de Aiquile y desarrolla sus propias estrategias de venta de los productos de sus afiliados. Su principal comprador a granel es la empresa EBA y al mismo tiempo es su principal competidor en las licitaciones del desayuno escolar.
- Beegreen SRL en Santa Cruz fue fundada en 2024 y de acuerdo a lo manifestado por su gerente, cuenta con todos los requisitos formales, excepto el NIT, al momento de realizar la evaluación (marzo 2025) no está en funcionamiento aún.
- Beegreen SRL está conformada exclusivamente por socios privados, que eventualmente son miembros de las asociaciones de ADAPICRUZ, pero participan en calidad de personas naturales y no involucran a sus asociaciones ni a ADAPICRUZ, ésta institucionalmente no forma parte de la empresa que ya está consolidada según la normativa boliviana a este respecto.

- El rol que juega (o posiblemente juegue) esta SRL en favor de los productores apícolas de las asociaciones es posibilitar la venta de sus productos en los mercados locales, nacionales e internacionales que Beegreen SRL tenga acceso, incluyendo las actividades de promoción y difusión de los productos de las asociadas. Además, está en condiciones de ofrecer servicios de capacitación en el rubro apícola a quienes lo requieran, debiendo cubrir los costos de esa capacitación.
- Beegreen SRL requerirá comprar los productos de las asociaciones en tanto tenga contratos por volúmenes importantes. De momento sólo trabaja con la miel de sus propios socios accionistas o comercializando en ferias, o pedidos por redes sociales productos procesados por las y los apicultores, pero no de manera masiva aún.
- ADAPICRUZ presta servicios a productores apícolas como el de sacheteo, en alianza con ASAPIGUARDIA. Las máquinas son propiedad de ADAPICRUZ, están en la planta de La Guardia, donde hay un personal responsable de la planta y hacen los servicios con la maquina recuperada. Por el servicio de sacheteo, se cubre los costos de producción, costos fijos y el saldo se comparte entre Asapiguardia y Adapicruz.
- El caso de NATIVA es distinto ya que su brazo comercial institucional es la tienda “Alma de Monte”, una dependencia comercial que funciona desde el año 2021 donde se expenden artesanía guaraní y weenhayek, café, ajo deshidratado, productos cosméticos y en la línea de alcanzar la meta del PMMH abre sus puertas para la venta de miel de las asociaciones de apicultores: citrus miel, miel del Pilcomayo, miel de Tariquía principalmente y también productos de las otras dos socias (CIOEC Y ADAPICRUZ)
- La tendencia en NATIVA es distinta y a partir de la experiencia de la Cooperativa del Gran Chaco, propone constituir una cooperativa con productos apícolas de las asociadas. Al cierre del programa se encontraban en la fase del estudio legal para consolidar esta iniciativa que constituya una oportunidad propia de las y los productores apícolas de las Asociaciones que al ser socios cooperativistas cuenten con un instrumento propio de comercialización, manteniendo el espíritu de una organización sin fines de lucro.

Segundo indicador del objetivo específico (O.2):

Se fortalece la visión nacional de la apicultura boliviana adentro de las 14 organizaciones apícolas y de sus cúpulas.

Meta prevista para el final del año 2024:

La coordinación entre los tres departamentos permitió a las socias, a las organizaciones apícolas y a sus apicultores afiliados que, juntos, obtengan más impactos que si se hubiera actuado de manera individual. El CCN (Comité de Coordinación Nacional) identificó temas prioritarios que valen la pena de ser trabajados de manera común después del Programa 2022-24.

Resultado 6: Se implementa una visión nacional del Sector Apícola en Bolivia, fortaleciendo la cohesión y coherencia interna y las complementariedades entre las socias de los tres departamentos, así como las acciones comunes coordinadas con el Comité de Coordinación Nacional (CCN).

Indicadores y metas para el final del año 2024:

R.06.1 Se consolida, a nivel nacional, el concepto y la visión de una Empresa Social en el rubro apícola, con un enfoque de sostenibilidad financiera.

Meta: Se establece una red bajo principios de comercio justo del rubro apícola a nivel Bolivia. Esta red es abierta a nuevos actores.

Como ya se analizó previamente, la idea de la Empresa Social se la considera como un referente conceptual y no necesariamente como una entidad o institución estructurada, habiendo sido esta idea reemplazada por el concepto de Consorcio Asociativo que requiere y acude a diferentes instrumentos operativos.

La sostenibilidad financiera de las organizaciones socias nacionales no depende exclusivamente de la venta asociativa de los productos y más bien está vinculada a otras fuentes de financiamiento como ser otros proyectos:

- Santa Cruz, con FAO,
- CIOEC CBBA con proyectos agroecológicos, con el apoyo de AVSF, ASPEN, SLOW FOOD.
- NATIVA con otros programas y proyectos: Eco-regiones sostenibles y de conservación; Municipios, clima y vida; Medios de vida sustentables.

En cambio, la sostenibilidad de las asociaciones apícolas de base está vinculada a la venta asociativa y según manifiestan las y los productores, con el apoyo del programa han desarrollado capacidades que les permitirán continuar con estas actividades, incluyendo a las asociaciones más pequeñas.

En los talleres focales y en las entrevistas así fue manifestado.

La meta de consolidar una red se cumplió en el marco de contar con la participación de las tres socias y su coordinación está referida a cuestiones de orden administrativo, sobre todo. Pese a que se tienen vinculaciones con otras organizaciones de apicultores, no se logró involucrarlos al grado de constituir una red en rubro de la apicultura. Esto se debe en gran medida a la diversidad de intereses de las organizaciones ya que algunas están interesadas en la capacitación, otras en la difusión, otras en incrementar su producción.

R.06.2 Se implementa la estrategia comunicacional a nivel nacional, respecto a la producción y comercialización de la miel boliviana producida según criterios ecológicos, contando con una certificación ecológica (SPG) y/o de origen.

Meta: Se elaboraron los lineamientos de un plan de comunicación común y se implementó de manera consensuada en cada departamento. No es un plan comunicacional como tal, son cuadros que emulan la comunicación externa como programa, presentados por socia.

Siguiendo los lineamientos acordados en los CCN respectivos, cada una de las socias generó su propia estrategia comunicacional, partiendo de la necesidad de visibilizarlos productos para la comercialización.

R.06.3 Se fortalece la cohesión e interrelación entre socias del Programa MMH en Bolivia, en el marco de las acciones del CCN.

Meta: Las tres socias analizan sus puntos fuertes y construyen complementariedades nacionales; cada año una socia comparte un punto fuerte con las otras socias, lo cual les permite mejorar su práctica. Se realizan acciones comunes que permiten realizar economías de escala y/o mejorar su incidencia a nivel nacional.

Por los antecedentes de cada una de las socias y en función de la información obtenida, se puede aseverar que actuando individualmente habrían logrado sus propósitos de sostenibilidad financiera, es decir habrían mantenido su eficacia como lo hacían desde antes del programa MMH. Pero, con la intervención del PMMH y tomando en cuenta sobre todo el R.6, se establece que, actuando en conjunto, bajo directrices acordadas en los CCN y buscando beneficios comunes a partir de complementariedades, la efectividad aumenta y los logros evidentemente son superiores a los individualmente logrados.

9. DESCRIPCIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LAS OPCIONES METODOLÓGICAS

La evaluación desarrollada tiene carácter global e integral porque abarca a todos los actores involucrados y alcanza todos los niveles de la aplicación del programa, asumiendo como punto de partida la heterogeneidad y la diversidad de actores.

Es una evaluación participativa porque utilizó instrumentos apropiados para una investigación protagónica, es decir que el punto de partida es la realidad de los actores directamente involucrados. Este enfoque permite que los actores pasen de ser portadores de información a ser protagonista del proceso lo cual deriva en su participación activa en el proceso mismo.

Contrariamente a una “evaluación convencional” donde sólo se extrae información, la evaluación participativa o protagónica permite la reflexión de los involucrados en el proceso vivido y permite el análisis crítico de esa realidad de la cual es parte, tomando como base de referencia los cambios esperados detallados en los objetivos del programa y en este caso se toma de referencia las metas señaladas al tercer año. Como instrumento para la participación, en los talleres focales se aplicaron herramientas del enfoque Diagnóstico Rural Participativo (DRP) y de la educación popular que permitió que los participantes aporten directamente al proceso de evaluación desde sus necesidades, experiencia y expectativas.

La información requerida se obtuvo a través de los instrumentos a aplicar: encuestas, entrevistas, talleres focales donde aplican las técnicas participativas, reportes estadísticos.

Este enfoque permitió obtener información válida y confiable para desarrollar el análisis y valoración de hallazgos, hechos e informaciones sobre el futuro de la apicultura en boliviana a partir de los logros obtenidos en el programa, el impacto producido en las organizaciones apicultoras, para arribar a conclusiones y recomendaciones de cara a la sostenibilidad del proyecto.

Metodología utilizada en la evaluación de fin de Programa

La evaluación desarrollada tiene carácter global e integral porque abarca a todos los actores involucrados y alcanza todos los niveles de la aplicación del programa, asumiendo como punto de partida la heterogeneidad y la diversidad de actores.

Es una evaluación participativa porque utiliza instrumentos apropiados para una investigación protagónica, es decir que el punto de partida es la realidad de las y los actores directamente involucrados. Este enfoque permite que los actores pasen de portadores de información a ser protagonista del proceso lo cual deriva en su involucramiento activo en la evaluación misma.

La información requerida se obtuvo a través de los instrumentos aplicados: encuestas, entrevistas, talleres regionales y focales donde aplican las técnicas participativas, reportes estadísticos.

La secuencia metodológica aplicada en la evaluación consideró:

- a) Análisis crítico de la documentación secundaria referida al programa, según el siguiente detalle:
 - 1) El documento «Seguimiento de los indicadores del marco lógico», completado y actualizado por las organizaciones socias (conocido por las socias como las “17 Fichas”). Este documento detalla:
los valores alcanzados a fines del 2024 para los 17 indicadores del Programa;

las fuentes de verificación de estos indicadores;
la puntuación («score») atribuida por las organizaciones socias y su coordinador a cada indicador (A, B, C o D) para la duración total del Programa, se tomará las definiciones de criterio Eficacia detallado en los TDRs.

- 2) Los documentos «Medidas de la performance» («Scores de performance») relativos a los años 2022 y 2023 (ya comunicados a la DGD) y el proyecto de documento relativo al año 2024. Basándose en el documento mencionado arriba, el evaluador opinará si las Medidas de la performance dan una imagen representativa de la ejecución del Programa (2022-2024).
- 3) Las lecciones aprendidas relativas a los años 2022 y 2023 (ya comunicadas a la DGD) y el proyecto de Lecciones aprendidas relativo al año 2024.
- 4) Los informes narrativos semestrales de las 3 socias (18 informes). (TRDs pág 5)

Adicionalmente se analizaron y evaluaron los siguientes documentos:

- Programa DGD de MMH 2022-2026, outcome Bolivia;
 - Ficha de apreciación del Programa por la DGD, otoño 2021 (documento principalmente en español, con partes en francés);
 - El documento «Diagnóstico de la apicultura en los departamentos de Cochabamba, Sta. Cruz, Tarija», elaborado en el 2018 (anteriormente denominado “Línea Base Nacional”): este documento se transmite con el fin de documentar al evaluador sobre temas apícolas específicos; Línea De Base; versión final del programa, Marco Lógico, informes periódicos de cada organización a la socia departamental, resultados de evaluaciones intermedias (si hubiera).
- b) Aplicación de instrumentos apropiados para la búsqueda de la información primaria requerida en cuanto a los criterios de: Eficiencia, eficacia, pertinencia, impacto, sostenibilidad y las transversales de género, SPG y medio ambiente, incidencia política y visión nacional de la apicultura.
 - c) Estos instrumentos fueron aplicados a la muestra calculada para cada regional, en visitas in situ en los tres departamentos. De acuerdo a la planificación para esta fase de la evaluación, se reunió a las personas de las Organizaciones Apícolas en un solo lugar (Tarija, La Guardia y Cochabamba) para realizar el trabajo de campo en 3 jornadas de acuerdo al siguiente detalle: (El Calendario detallado se encuentra en el Anexo 2)
Primer día: Reunión con la organización socia para recabar información institucional, aplicar entrevistas y encuestas a directivos y técnicos.
Segundo día:
 - Taller focal por el enfoque de Diagnóstico Rural Participativo (DRP), siguiendo una planificación específica, se realizaron estos talleres regionales durante 4 horas continuas, aunque no se pudo dar inicio a la hora prevista.
 - El enfoque fue completamente participativo, se inició con una técnica de auto representación para generar un ambiente de confianza y apertura. A continuación de aplicaron las técnicas: línea de tiempo, árbol de problemas, percepciones de cambios necesarios, análisis de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Directivos y técnicos de las organizaciones socias participaron en los talleres en condiciones de igualdad con los representantes de las OAB, lo cual contribuyó sustancialmente en el aporte de información.
 - Aplicar entrevistas y encuestas.**Tercer día:** Visita a una Organización Apícola de Base, donde se realizó el taller focal, se aplicó encuestas y se realizaron entrevistas a las personas previamente designadas.

- d) La información recogida fue procesada empleando herramientas como ser base de datos para la información cuantitativa y matrices de doble entrada para el estudio y análisis de los documentos.
- e) Entrega y análisis del presente informe provisorio en el taller de restitución con la presencia de las tres socias en fecha 13 de mayo para recoger información complementaria, aportes y sugerencias que enriquezcan el documento final.
- f) Elaboración y presentación del informe final de la evaluación, recogiendo las observaciones, aportes y sugerencias respectivas. Este informe será presentado al Comité de Pilotaje en la primera quincena de junio 2025.

Riesgos e incertidumbres

Riesgos del programa:

- Imposibilidad de cumplir lo programado en cuanto a productos y resultados previstos, debido a diferentes razones, causas o motivos, por ejemplo, incidencia del paro de 31 días en Santa Cruz, bloqueos de carreteras, escasez de carburantes y otros similares.
- Predominio del interés personal sobre los intereses o prioridades institucionales.
- Carencia de supuestos en el marco lógico, lo cual impide tomar previsiones sobre posibles contingencias.

Potenciales riesgos para la evaluación:

- Conflictos sociales y/o políticos que impidan o retrasen la realización de las actividades programadas afectando al cronograma. Sólo se presentó el caso de escasez de carburantes que afectó el viaje a Lomerío.
- Renuencia a proporcionar información válida o confiable por parte de las y los participantes.
- Contingencias naturales (inundaciones, incendios forestales o similares) que impidieron el trabajo de campo, como el que se presentó en Cutaiqui.

10. FASES DE LA EVALUACIÓN

La evaluación se realizó en las siguientes fases:

10.1 Fase preparatoria y de coordinación

Es la fase de inicio de la evaluación, trabajo de gabinete y la coordinación fue realizada con el Coordinador de la evaluación designado oficialmente por MMH – FdH.

Elaboración de la Nota de Cadraje y el Plan de trabajo a diseño final, contiene el plan de actividades, calendario, detalle de la metodología a aplicar y cronograma del trabajo de campo, instrumentos a aplicar. Fue aprobado por el Comité de Pilotaje.

- a) Elaboración de la fase operativa para la evaluación.
- b) Elaboración y validación de instrumentos.

10.2 Fase estudio de información secundaria

Estudio de documentos de fuente secundaria:

1. El documento «Seguimiento de los indicadores del marco lógico», completado y actualizado por las organizaciones socias (conocido por las socias como las “17 Fichas”).
 - a. El estudio de este documento permitió conocer:
 - b. los valores alcanzados a fines del 2024 para los 17 indicadores del Programa;

- c. las fuentes de verificación de estos indicadores;
 - d. la puntuación («score») atribuida por las organizaciones socias y su coordinador a cada indicador (A, B, C o D) para la duración total del Programa. Se tomaron las definiciones de criterio Eficacia detallado en los TDRs.
2. Los documentos «Medidas de la performance» («Scores de performance») relativos a los años 2022 y 2023 (ya comunicados a la DGD) y el proyecto de documento relativo al año 2024. Basándose en el documento mencionado arriba, el evaluador emite su opinión sobre si las Medidas de la performance» dan una imagen representativa de la ejecución del Programa (2022-2024).
 3. Las lecciones aprendidas relativas a los años 2022 y 2023 (ya comunicadas a la DGD) y el proyecto de Lecciones aprendidas relativo al año 2024.
Entre los aprendizajes que deja el PMMH 2022 -2024 podemos anotar:
 - Necesidad de proponer metas acordes a la normativa vigente en Bolivia, así se evitan confusiones al momento de tomar decisiones.
 - Aplicar objetividad al momento de asumir responsabilidades en el marco del programa, sobre todo tomando en cuenta el presupuesto y el tiempo disponible.
 - La interrelación entre las socias debe ser equitativa y recíproca de manera que todos los involucrados reciban beneficios mutuos, lo que significa que es importante la colaboración en todas direcciones.
 - Definir las líneas básicas de la Estrategia de Género en torno a las cuales se desarrollen las actividades de las socias y aún de las asociadas, evitando la dispersión lo que de alguna manera genera confusión.
 - Fortalecimiento de los nexos con las instancias de comercialización asociativa, en tanto estas entidades apliquen los principios del Comercio Justo, contemplen las posibilidades de mutuo servicio y de beneficios para las OOAB y las/los productores.
 - 4) Los informes narrativos semestrales de las 3 socias (18 informes). (TRDs pág 5)

Adicionalmente se analizaron y evaluaron los siguientes documentos:

- Programa DGD de MMH 2022-2026, outcome Bolivia;
- Ficha de apreciación del Programa por la DGD, otoño 2021 (documento principalmente en español, con partes en francés);
- El documento «Diagnóstico de la apicultura en los departamentos de Cochabamba, Sta. Cruz, Tarija», elaborado en el 2018 (anteriormente denominado “Línea Base Nacional”): este documento permitió al evaluador conocer detalles sobre temas apícolas específicos. (TRDs pág 9)

Estos documentos fueron estudiados y analizados adecuadamente, constituyéndose en las fuentes para la elaboración de los instrumentos de evaluación y para las conclusiones respectivas. Existen varios tipos de análisis de datos: descriptivos, predictivos, prescriptivos (emplea la información para buscar soluciones)

El estudio y análisis de esta documentación se plasmó en matrices de doble entrada que permiten identificar los aspectos relevantes del programa, en función de los criterios y las transversales señaladas para la evaluación.

10.3 Fase de trabajo de campo

Considerando que el proyecto ha sido realizado en tres departamentos y a fin de obtener información primaria pertinente, confiable, veraz, útil se realizó el trabajo de campo con visitas in situ a cada departamento y visitas a una organización apícola:

- Tarija – Villa Montes (inicialmente se tenía programado visitar Cutaiqui)
- Santa Cruz – San Lorenzo de Lomerío
- Cochabamba - Aiquile

El trabajo de campo duró tres días continuos en cada departamento. Estuvo organizado de la siguiente manera:

CALENDARIO	PRIMER DIA	SEGUNDO DÍA	TERCER DÍA
Tarija, oficinas de NATIVA, del 11 al 13 de marzo 2025	Reunión de coordinación con la socia local. Entrevistas a directivos y técnicos.	Taller regional, encuestas y entrevistas a representantes de las OAB.	Taller focal en organización apícola de base. Encuestas y entrevistas a productores.
Santa Cruz, La Guardia, del 14 al 16 de marzo 2025.			
Cochabamba, CIOEC y AIQUILE, del 17 al 19 de marzo 2025.			

10.4 Fase de procesamiento de la información

Se procesó la información recogida utilizando los instrumentos adecuados. Contempló la realización de:

- Procesamiento de la información recogida con los instrumentos aplicados.
- El registro de la información para su interpretación y reflexión de fondo.

La información cuantitativa se procesó en hojas de cálculo para facilitar la elaboración de cuadros cruzando las variables correspondientes.

La información cualitativa se procesó en matrices de doble entrada para identificar tendencias.

10.5 Fase de informes

- Elaboración del informe “rendición de cuentas”: estudio y análisis crítico de la información secundaria recibida. Este informe fue presentado y analizado en el taller de restitución (13/5/25)
- Elaboración y presentación de informe provisorio al Comité de Pilotaje, en formato y contenido determinados.
- Consideración y verificación de la calidad del Informe Provisorio.
- Retroalimentación al informe provisorio
- Entrega del informe final, con los ajustes requeridos.
- En cuanto a la calidad del programa, se toma en cuenta la Notal del 17/12/2020 de la DGD para asignar una valoración final al programa.

11. DESCRIPCIÓN, ANÁLISIS Y CONTROL DE LOS DATOS RECOGIDOS

Se realizaron las siguientes actividades para la recolección de información primaria:

- Talleres regionales de auto evaluación** con participantes del programa, según el detalle siguiente:
Nativa (Tarija): personal directivo y técnico de NATIVA y representantes de las 4 organizaciones apícolas. Previsto 15 personas, asistentes 8.

CIOEC (Cochabamba): personal directivo y técnico de CIOEC y representantes de las 4 organizaciones apícolas. Previsto 15 personas, asistentes 9 personas.
 ADAPICRUZ (Santa Cruz): personal directivo y técnico de ADAPICRUZ y representantes de las 6 asociaciones afiliadas. Previsto 25 personas, asistentes 12 personas.

En todos los casos se contó con lugares adecuados para el trabajo de taller: en Tarija se realizó en las dependencias de NATIVA y posteriormente en el Municipio de Villa Montes; el Santa Cruz se realizó en la sede de ASAPIGUARDIA (Municipio La Guardia) y el segundo día en el municipio de San Antonio de Lomerío, comunidad San Lorenzo; en Cochabamba se realizó en dependencias de CIOEC y el posteriormente en la localidad de Aiquile.

Los talleres se desarrollaron siguiendo la planificación específica que se presentó oportunamente al Coordinador de la evaluación, habiendo sido aprobados.

Los resultados de los talleres regionales permitieron complementar y triangular la información requerida para estructurar la “Pregunta Cualitativa”.

b) **Encuestas**, mediante cuestionarios anónimos aplicadas a las y los participantes de los talleres regional y focal.

c) **Entrevistas a profundidad, mediante** cuestionarios semiestructurados, a personas previamente identificadas en la fase de coordinación, abarcando a Directivos y técnicos de las organizaciones socias, representantes de las OAB, productoras y productores, autoridades, encargadas de tiendas. Los cuestionarios son distintos para cada uno de estos actores y las preguntas se dirigen a las acciones y resultados del PMMH.

Inicialmente se estimaba que cada entrevista podría tener duración de 30 minutos, pero en muchos casos se prolongó por más de una hora.

d) **Testimonios** o historias de vida bajo el enfoque del Cambio Significativo (CS), se recogieron tres testimonios de personas previamente identificadas por los directivos de las organizaciones socias.

La siguiente tabla muestra la cantidad de encuestas y entrevistas realizadas:

ENCUESTAS	NATIVA	ADAPICRUZ	CIOEC	TOTAL
Directivos y técnicos	3	5	2	10
Representantes de OAB	5	3	6	14
Productoras/es	5	10	8	23
	13	18	16	
ENTREVISTAS				
Responsables tienda apícola	2	1	1	4
Autoridades locales	1	1	0	2
Directivos y técnicos	4	4	2	10
Testimonios	1	2	0	3
Representantes de OAB	6	1	3	10
Productores	5	4	3	12
	19	13	9	88

12. TRIANGULACIÓN DE LAS FUENTES

Para el análisis de la información en un trabajo de evaluación, que en esencia es una investigación, la triangulación es un recurso que permite validar la veracidad, confiabilidad y validez de la información.

Implica acudir a diferentes fuentes de datos, emplear diversos métodos de recopilación, aplicar técnicas de análisis para garantizar que los hallazgos sean confiables y válidos.

Su importancia radica en que permite una verificación cruzada para una comprensión holística de las preguntas cualitativas de investigación, permite contrastar la evidencia, aumentar la credibilidad de los hallazgos y evita el sesgo que pueda producirse si se acude a una sola fuente de información o una sola técnica o método. Cada técnica usada en la evaluación (investigación) tiene sus fortalezas y debilidades, por lo que la combinación de métodos complementarios puede ayudar a compensar las limitaciones de cada uno y proporcionar una visión más precisa y completa del problema de investigación.

Mediante la triangulación, el evaluador (investigador) puede comprender el problema de investigación desde diversas perspectivas y niveles, captando la complejidad de los fenómenos en una situación real.

Algunas ventajas de la triangulación en la investigación incluyen:

- Incrementar la credibilidad y validez de la investigación mediante la verificación cruzada de las evidencias e información,
- Contribuye a una mejor comprensión y exhaustividad de la investigación mediante el uso de múltiples fuentes de datos y metodologías,
- Reducción del riesgo de sesgo en la investigación mediante el uso de múltiples fuentes de información y perspectivas diversas,
- Mayor generalización de los resultados de la investigación mediante el uso de múltiples métodos para estudiar el objeto de evaluación o investigación,
- Proporciona una visión más matizada y completa del objeto de evaluación.

Entre las desventajas de la triangulación en la investigación se puede anotar:

- Recopilar y analizar múltiples fuentes de datos requiere mucho tiempo y recursos,
- Es un desafío coordinar e integrar múltiples fuentes de datos y metodologías,
- Puede estar sujeto a hallazgos contradictorios o no concluyentes de diferentes fuentes de datos,
- Requiere habilidades y conocimientos diversos y complementarios para llevarlo a cabo con eficacia,
- Puede resultar muy laborioso interpretar y sintetizar los resultados de múltiples fuentes de datos.

La importancia de la triangulación en la investigación se hace evidente a través de sus numerosas ventajas. En definitiva, la triangulación contribuye a aumentar el rigor y la fiabilidad de la investigación y ayuda al evaluador a obtener una comprensión más completa de la evaluación.

Con esta base teórico-metodológica, la triangulación aplicada en la presente evaluación se desarrolló en técnicas o instrumentos y participantes. Se aplicó encuestas a determinadas personas, entrevistas a otras y se realizó dos tipos de talleres: uno regional con la participación de directivos y técnicos de las organizaciones socias y representantes de las OAB y otro focal con la participación protagónica de productoras y productores. En ambos tipos de talleres estuvo presente el coordinador de la evaluación.

Estaban programados tres talleres focales a realizarse in-situ en Cutaiqui (Chaco tarijeño), San Lorenzo de Lomerío (Santa Cruz) y Aiquile (Cochabamba), habiéndose cumplido dos de ellos. El taller de Cutaiqui se lo desarrolló en la ciudad de Villa Montes debido a la crecida del río lo que impidió que el evaluador, el personal de Nativa y MMH nos constituyamos en la sede originalmente señalada.

Otro elemento empleado en la triangulación fue recabar información cuantitativa (adicional o confirmatoria) que ya se encontraba en el documento de las fichas (17 fichas), la misma que en algunos casos no fue proporcionada, alterando de alguna manera la validación de la información.

Se recibió la información solicitada por parte de las socias CIOEC y NATIVA, más no así de ADAPICRUZ que se ratificó en la información enviada mediante las fichas de monitoreo (17 fichas), no permitiendo de esta manera la validación de esa información. Esta actitud se puede considerar una dificultad en la evaluación.

El análisis de la información recabada permite asumir los siguientes aspectos:

- En la mayoría, se confirma la información cuantitativa y cualitativa inicialmente proporcionada mediante los informes semestrales y las fichas de monitoreo.
- Existen algunas discrepancias entre lo manifestado por los informes semestrales y las percepciones de las y los apicultores, sobre todo en cuanto a las actividades realizadas y en cuanto a la información recibida sobre la Estrategia de Género y la Estrategia Comunicacional.
- Se percibe alguna inconsistencia en los reportes semestrales sobre todo en lo referido a las actividades realizadas. Al parecer esto se debe a las fuentes de verificación, tal el caso de las autoevaluaciones que estaban previstas, pero se realizaron muy pocas, lo cual quita consistencia al instrumento.

13. LÍMITES DE LA METODOLOGÍA APLICADA

Los límites de la metodología son los siguientes:

Cantidad de participantes, que por diversas razones no pudieron intervenir en la evaluación, a pesar de que habían recibido la información pertinente y oportuna, por esa razón, no asistieron en la cantidad esperada, sobre todo las y los apicultores.

Acceso a la información, lo cual determinó que las y los participante no siempre tenían la información requerida, en algunos casos por que no se la difunde, en otros casos porque son personas que recientemente se incorporaron a la actividad (encargado de la tienda de Aiquile, de Alma del Monte), porque las actividades fueron programadas al final del programa o por otras causas no explicadas.

En cuanto a los límites de la evaluación propiamente dicha, los TDRs y el contrato señalan explícitamente dos límites: temporal, de 2022 a 2024 y temático: evaluar el programa de apoyo a la apicultura realizado por Miel Maya Honing.

Esto determina que aun habiendo otras actividades que responden a otros proyectos (FAO en Santa Cruz) no se puede emitir criterio al respecto porque no es el tema de la evaluación.

14. DIFICULTADES ENCONTRADAS EN LA REALIZACIÓN DE LA MISIÓN

Las dificultades que afectaron a la realización de las actividades programadas fueron:

- Reducida participación de las y los convocados. De acuerdo a la planificación, se tenía prevista la asistencia de la siguiente cantidad de personas. La tabla refleja la diferencia entre lo previsto y lo ejecutado.

Tabla. Cantidad de asistentes prevista y asistentes efectivos

ORGANIZACIÓN	TALLER REGIONAL		TALLER FOCAL	
	PREVISTO	ASISTENTES	PREVISTO	ASISTENTES
NATIVA	15	8	25	5
ADAPICRUZ	25	12	20	14
CIOEC	15	9	25	15

Fuente: elaboración propia.

- Inicio retrasado de los talleres regionales y focales debido a la llegada tardía de las y los participantes, esto afectó a la aplicación de las técnicas participativas en los talleres, regional y focal, que requieren un tiempo adecuado para lograr la información requerida. Esta dificultad incidió en la fase de la socialización de los resultados de grupos. En algunos casos este retraso se debió a las dificultades en el transporte por la escasez de carburantes.
- Imposibilidad de realizar la actividad programada en la comunidad de Cutaiqui debido a que el río creció de manera inusitada, en consecuencia, el taller focal programado no se realizó en Cutaiqui, unas cuantas personas de la comunidad se hicieron presentes en Villa Montes y se realizó el taller focal con un menor número de participantes.
- Escasez de carburantes en todo el país y mal estado de la carretera SCZ – Lomerío.

15. CONSTATAIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

15.1 CONSTATAIONES

Se constató que:

- Todos los actores involucrados coinciden en la percepción de que el PMMH fue de gran beneficio para la población beneficiaria directa, para las organizaciones apícolas de base, para las comunidades y para los municipios.
- En general, las actividades programadas en el PMMH fueron desarrolladas en el marco de la duración del programa, con algunas modificaciones, aunque la reducción de tiempo para el programa influyó para el desarrollo de todas las actividades programadas.
- Los resultados esperados se lograron de manera global, con algunas variaciones no imputables a las socias ejecutoras ya que intervinieron factores que están fuera del control de las mismas y también hubo algunos resultados adicionales que influyeron positivamente en el PMMH.
- Hay predisposición amplia para continuar las acciones del programa o uno similar, aplicando los conocimientos, experiencia e instalaciones adquiridas.
- La actividad apícola fortaleció su posicionamiento y reconocida como promisoría, con alto potencial en lo económico y vehículo de incorporación de la mujer a la apicultura productiva.
- Si bien hubo dificultades en la intervención, las socias y las OAB desarrollaron estrategias adecuadas para la resiliencia.

15.2 CONCLUSIONES

En cuanto al programa y los criterios OCDE, se concluye que:

- El diseño del Programa, la TdC y el ML son coherentes entre sí, establecen los resultados a obtener (coherencia interna) y responden a la realidad de los contextos de intervención, respetando las características sociales, culturales, económicas de cada uno de ellos, sobre todo en cuanto a los logros propuestos. (coherencia externa).

- El PMMH fue eficiente y eficaz pues, de manera general las metas propuestas al año 3 fueron alcanzadas en el plazo previsto, con los recursos disponibles.
- Hubo dificultades para alcanzar algunos resultados como la comercialización asociativa y la estructuración de las instancias o instrumentos operativos para esta comercialización.
- El Programa tuvo impacto proporcional a su alcance y propósitos. El grupo destinatario directo manifestó que mejoró en algo sus condiciones de vida, en lo individual y colectivo. El desarrollo humano y económico es un proceso que no se debe únicamente a un factor y en este caso se puede decir que el PMMH 2022-2024 hizo bastante con pocos recursos y en corto tiempo.
- La sostenibilidad de las acciones propuestas por el PMMH está asegurada por que los conocimientos, prácticas y experiencia adquiridas están consolidadas y existe compromisos sólidos de las OAB y los productores para su continuidad.
- El fortalecimiento de la visión de la apicultura en el ámbito nacional es un proceso en el cual se logró avances importantes como ser los estudios de mercado realizados por las tres socias (2024) que reflejan un incremento en el consumo de miel y el efecto de disponer del sello ecológico en circuitos cortos y largos. Relacionado a este efecto está la acción de información que se desarrolla en los contextos de las tres socias.
- Si bien hay cierto desconocimiento de aspectos puntuales del programa por parte de las y los apicultores de base, esto se debe en cierta medida a la dispersión geográfica en que se encuentran y a la heterogeneidad social y cultural, lo que no permite conseguir la participación plena en todas las actividades.

En cuanto a los Resultados, se concluye que:

R1. COMERCIALIZACIÓN

- La comercialización asociativa no se alcanzó plenamente en la idea originalmente propuesta por el programa y las instancias o instrumentos para este proceso no alcanzaron su funcionamiento a plenitud.
- Los productores se comprometieron y cumplen con la entrega de la mayor parte de sus productos a sus Asociaciones para la venta asociativa a granel, principalmente a EBA, aunque existe cierto cuestionamiento por los precios que esta empresa estatal paga.
- En algunos municipios se ha postulado al mercado del desayuno escolar: con éxito en CIOEC Cochabamba en 2022 y 2023. ADAPICRUZ postuló en los municipios de Lomerío y Porongo, sin éxito y NATIVA alcanzó con éxito el mercado de la Canasta del Adulto Mayor de la Sub gobernación de Padcaya las gestiones 2022 y 2023.
Este acceso no fue sostenible debido en algunos casos a la competencia desarrollada desde la empresa EBA que se adjudicó esos contratos por reunir los requisitos formales como el NIT y otros, que no cuentan las organizaciones socias.
- En paralelo, los productores comercializan sus productos por su cuenta, existiendo algunos mercados alternativos, entre ellos: laboratorios de cosmética, farmacias, tiendas y almacenes, supermercados, ferias.
- El consumo de miel en Bolivia es limitado, por eso la comercialización confronta dificultades de mercado que los productores lo reconocen y lo asumen.
- No se llegó a una rentabilidad económica sustentable en los niveles esperados debido a diferentes factores identificados: escasos mercados, competencia de EBA en licitaciones, distancia de los apiarios a los centros de acopio y/o procesamiento, limitaciones en la difusión de los productos, efectos del cambio climático, contrabando y bajos precios en otros países.

R2. JÓVENES

- Emergente de las acciones de sensibilización y difusión realizadas por las socias, jóvenes, H y M se interesan por la actividad apícola, la consideran promisoría económicamente y se

involucran de manera orgánica a las OAB. Este involucramiento en muchos casos es de orden familiar: hijos o hijas, nietas o nietos, lo cual muestra la sostenibilidad de la actividad en ese entorno.

- Se han implementado procesos de formación integral para jóvenes en los tres departamentos, esto ayudó a que una gran cantidad de jóvenes y mujeres se integren a las asociaciones apícolas de base y cúpulas directamente.
- La capacitación de jóvenes en coordinación con instancias estatales ha permitido que obtengan certificación oficial de nivel técnico: auxiliar, básico o medio, lo cual incrementa las posibilidades de productividad y de empleabilidad.
- En este proceso de incentivar y estimular la incorporación de jóvenes, intervinieron otras organizaciones, autoridades municipales, medios de comunicación, redes sociales.

R3. GENERO

- Este tema es prioritario para MMH y para las socias, éstas se involucran en las actividades no solo porque forman parte del programa sino porque es transversal a todas sus actividades.
- Algunas OAB manifiestan que este tema es poco relevante por la escasa proporción de población femenina o por razones culturales. Para las productoras es un aspecto importante que les interesa profundizar.
- En los hechos y por encima de las concepciones o actitudes individuales, la inserción de las mujeres en la actividad apícola es cada vez mayor, en todos los puntos de la cadena, incluyendo los emprendimientos.
- Se valora la participación de las mujeres, el surgimiento de líderes en las OAB y ellas mismas ahora manifiestan su alta autoestima.
- Se percibe un déficit en cuanto a la formación de nuevas masculinidades (no hegemónicas) y la incorporación de los hombres en la economía del cuidado, aspecto que se podría abordar a partir de un enfoque metodológico adecuado, en el marco de las EdG.
- Se cuenta con las EdG, cuyas actividades pudieron implementarse en la última etapa del programa, pero por su importancia deberían ser implementadas en el futuro inmediato (hasta el 2026).

R4. SPG Y MEDIO AMBIENTE

- Se alcanzó el 100 % de apicultores con certificado SPG, muchos de ellos con SENASAG, lo cual incide en los precios de los productos. A demanda de los clientes, se gestionó en algún caso la certificación libre de gluten (Caso CIOEC CBBA).
- Se realizaron actividades de cuidado del medio ambiente, cuidado del bosque melífero, reforestación y aplicación de criterios ecológicos para la producción de la miel.
- Hubo cierta incidencia en otros actores lo cual se traduce en la reducción de agroquímicos, traslado de cajas a lugares alejados de otros cultivos, coordinación con algunas instituciones afines o desarrollo de otros proyectos.
- Como efecto de investigaciones realizadas para mejorar la calidad de los productos y el cuidado del medio ambiente, se ganó el premio de Medalla de Oro en APIMONDIA 2023, Santiago de Chile, con un producto de miel de mistol, en un hábitat de monte nativo, sin contaminación. Este producto compitió entre 166 muestras de varias partes del mundo. Este logro de orden mundial no está siendo debidamente aprovechado para la difusión de la calidad de los productos ecológicos. Si bien este resultado no está exclusivamente vinculado al PMMH, contribuye sustancialmente al R.4.
- En la línea de preservación del medio ambiente, NATIVA compró 900 Ha para proteger especies en peligro de extinción y para actividad apícola (Reserva Palo Santo) y de acuerdo a

información adicional, recibieron en donación otras 300 Ha adicionales (PIOC Crevaux). Si bien este resultado no está exclusivamente vinculado al PMMH, contribuye sustancialmente al R.4.

R5. INCIDENCIA POLÍTICA A NIVEL MUNICIPAL

- Existen algunas leyes de alcance departamental, en cuya tramitación participaron las socias y se tienen propuestas presentadas a los GAM para la aprobación de leyes municipales en favor de la actividad apícola, cuidado del medio ambiente, cuidado del bosque melífero y otras normas de carácter específico.
- Estas propuestas en algunos casos fueron acordadas con instancias municipales y su aprobación depende de otros factores en los cuales las socias o los productores no pueden incidir directamente.
- A nivel nacional se tiene el proyecto de ley de protección de las riberas del río Pilcomayo. No fue parte del Programa, pero contribuye al R5.
- Se percibe que más allá de ser un resultado importante del PMMH, las y los productores tienen necesidad de normativa concreta referida a la actividad apícola en muchos aspectos y eso les lleva a plantear sus requerimientos a través de las OAB y de las socias, buscando insertar sus actividades en los POAs municipales.

VISIÓN NACIONAL DEL SECTOR APÍCOLA EN BOLIVIA

- Se cuenta con diez (10) principios para el comercio justo de la miel generados por el programa en 2021 – 2022 e implementados en todas sus acciones relacionadas. Estos principios se encuentran en el Anexo 4.
- A nivel nacional o departamental, no existe una red de comercio justo propiamente dicha. Los productores no conocen a detalle los principios del comercio justo, asumen que en la comercialización asociativa se aplican estos principios.
- No se han constituido las Empresas Sociales en la concepción prevista en el resultado 6.1 y en su sustitución se ha desarrollado el concepto de Comercio Asociativo con instancias que constituyen los instrumentos de comercialización asociativa con la sostenibilidad financiera que se espera.
- De momento, las empresas constituidas para la comercialización asociativa (SRL, tiendas) no han dado los resultados esperados, pero se espera que en el futuro inmediato las iniciativas actuales u otras que puedan consolidarse, se constituyan en el instrumento requerido.
- La visión nacional del sector apícola ha mejorado gracias al incremento (moderado aún) del consumo de miel en los contextos donde se desempeñan las socias y las OAB y la valoración que se hace del sello ecológico de la miel.

15.3 RECOMENDACIONES

- Dada la amplitud de la cobertura territorial y las diferencias en los procesos (cuidados de la colmena, cosecha, fraccionamiento, transformación, etc.) se recomienda sistematizar la experiencia evaluada recuperando la metodología y otros detalles de las diferentes etapas del programa.
- Se recomienda fortalecer y generalizar la certificación ecológica (SPG o de origen) para todos los productores de las 3 socias y 14 organizaciones beneficiarias, ampliando la cobertura con la certificación de otros productores particulares incluyendo a los no afiliados a las asociaciones.
- Para fortalecer la estrategia de género y vincularla a acciones de alcance regional y mundial, se recomienda considerar la adhesión a los “Principios de Empoderamiento de la Mujer- La igualdad es un buen negocio” (WEPs por su sigla en inglés), como movimiento global que promueve el empoderamiento de las mujeres en el trabajo, el mercado y la comunidad.

- Las constataciones y avances en el Resultado de Género son bastante interesantes e importantes para concretar los logros hasta ahora conseguidos, por tanto, reviste mucha importancia profundizarlos en un período de ampliación de dos años, por ejemplo, ya que los logros en este tema implican dedicación de tiempos y recursos, lo cual implica:
 - Actualizar la estrategia de género apropiada al contexto social y cultural de las OAB, vincularla a las necesidades de mujeres y hombres, constituyendo en una transversal al programa mismo.
 - Desarrollar la formación de masculinidades no hegemónicas e incorporación de los hombres a la economía del cuidado en los puntos adecuados de la cadena de la miel. Este trabajo deberá ser realizado mediante enfoques metodológicos apropiados.
- Para conseguir seguimiento más eficiente a las actividades programadas y acuerdos asumidos en los CCN, se recomienda desarrollar instrumentos y mecanismos ágiles más allá de los reportes en las fichas de monitoreo y los informes semestrales.
- Se recomienda evitar formular metas imprecisas o subjetivas, procurando concretar en términos objetivos. Por ej. Aumentar la percepción o aceptación no es medible.
- En atención a que la normativa boliviana no coincide con el espíritu de lo propuesto en el PMMH, se recomienda que los organismos de comercialización asociativa a generar sean de interés social que posibiliten la venta en beneficio de las y los productores con participación mayoritaria de las Asociaciones.
- A partir de que hay una relación evidente entre los principios del comercio justo y las empresas o consorcios asociativos, lo más importante es poner en vigencia estos principios en todas las prácticas de comercialización, respetando y aplicando los principios legales vigentes.
- Vinculado al tema de comercialización y procurando que la actividad apícola sea efectivamente rentable, se recomienda capacitar y fortalecer los conocimientos en gestión de ventas y cálculo de ganancias (hoja de costos). Esta capacitación podría ser realizada en lo inmediato acudiendo a los recursos presupuestarios disponibles al fin del programa.
- Uno de los factores que contribuyen a la comercialización es que los productos cuenten con el sello SPG, de origen u otro, se recomienda continuar la gestión del sello Familiar, que el Consorcio NATIVA, CIOEC y ADAPICRUZ están gestionando.
- Se recomienda continuar la búsqueda de otras formas asociativas de comercialización, como ser cooperativas, asociaciones, Coracas, partiendo de las características propias de los entornos.
- Buscar mecanismos o instrumentos que posibiliten una mejor información del PMMH hacia las y los productores, de manera de reducir la brecha informativa que hoy se percibe; para esto se recomienda difundir lo más ampliamente los componentes del Programa, por ejemplo, la Teoría de Cambio, la estrategia de género, la estrategia comunicacional, etc.
- La participación de las bases en las actividades del PMMH es importante, más si es una participación comprometida en base a la información, por tanto, se recomienda desarrollar mecanismos ágiles de información y consulta a las bases lo cual genera convicción en las acciones. Cada socia y cada OAB tienen sus propias metodologías para esto, se necesitará el apoyo de los niveles de toma de decisiones.

16. LECCIONES TRANSFERIBLES

Dado que el PMMH se aplicó en tres entornos social, cultural y económicamente diferentes, se perciben los siguientes factores que pueden ser transferibles:

- El modelo de intervención en cascada dio buenos resultados en la capacitación: incidir en los equipos técnicos de las socias y a través de ellos en los productores. Esta modalidad optimiza tiempo y recursos, además parte de la realidad de la población meta. Es una lección aplicable a otros contextos.

- Algo que debe ser transferible es la investigación sistemática desarrollada en el Chaco, que aportó muchos conocimientos sobre las condiciones en las que se puede mejorar la producción y la calidad de los productos, sobre todo la miel. Estas investigaciones fueron socializadas en Congresos internacionales (Uruguay, Argentina) y gracias a una de las investigaciones se ganó la medalla de oro en APIMODIA 2023 (Santiago de Chile).
- La elaboración de una estrategia de género contextualizada, tomando en cuenta las particularidades sociales, culturales, económicas del entorno da mejores resultados que una estrategia uniforme y única, lo que hace de este elemento también aplicable a otros entornos.
- La generación de espacios de intercambio de conocimientos, experiencias, productos, que posibiliten el aprendizaje entre pares es también una lección que se puede aplicar en diversos contextos.
- Una lección transferible en lo actitudinal es la que los jóvenes sugieren: lo que aprendemos de las abejas, esa capacidad de resiliencia que tienen y nos enseñan, nunca se dan por vencidas, siempre son capaces de empezar nuevamente, pese a las adversidades.

La Paz, 9 de mayo 2025

Mario Quintanilla Arandia

EVALUADOR

17. ANEXOS

Anexo 1. Planes de talleres regionales y focales

Ver archivo adjunto.

Anexo 2. Calendario de la misión (de terreno) tal como se realizó

CALENDARIO EJECUTADO DE ACTIVIDADES TRABAJO DE CAMPO

CALENDARIO EN TARIJA

FECHA	HORA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
Dom 9/3	Tarde	Viaje a Tarija vía aérea	Ricardo Vargas Mario Quintanilla
Lun 10/3	Mañana (09:00 a 12:30)	Reunión con NATIVA. Entrevistas y encuestas a Directivos y Técnicos.	Profesionales y Técnicos NATIVA.
	Tarde (13:30 a 15:30)	Entrevistas y encuestas. Continuación.	Responsables NATIVA y tienda
	Tarde (16:00 a 18:00)	Visita tienda AART o más entrevistas	Responsables tienda NATIVA
Mar 11/3	Mañana (08:00 se comienza)	Taller Regional Tarija. Según plan.	Representantes de Organizaciones Apícolas de Base apoyadas por NATIVA.
	Tarde (16:30 se concluye)	Encuestas y entrevistas a representantes OAB y productores/as	Representantes de Organizaciones Apícolas de Base apoyadas por NATIVA.
	Tarde/noche (17:00 a 22:00)	Viaje a VILLAMONTES por tierra	Ricardo Vargas Mario Quintanilla Miguel Ruíz Técnicos de NATIVA
Mier 12/3	Mañana (8:00 a 12:00)	Taller focal en Villa Montes por imposibilidad de viaje a Cutaiqui.	Ricardo Vargas Mario Quintanilla
	Tarde (14:30 a 18:00)	Taller focal en Villa Montes, continuación. Testimonio, Encuestas y entrevistas a productoras/es. Entrevista a autoridad vice gobernación VM.	Directorio Cutaiqui Productores de base de Cutaiqui Autoridades locales Villa Montes
Mier 12/3	Noche (22:00 a 05:00)	Viaje a Santa Cruz por tierra	Ricardo Vargas Mario Quintanilla

Dificultades:

Poca asistencia de participantes a los talleres.

Imposibilidad de visitar la Comunidad de Cutaiqui, por desborde del Río.

CALENDARIO EN SANTA CRUZ

FECHA	HORA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
Jue 13/03	Tarde (14:00 – 18:00)	Reunión con ADAPICRUZ (Entrevistas y encuestas).	Directivos y técnicos ADAPICRUZ
	Noche (19:00 – 21:00)	Entrevista BeeGreen	Miembro de BeeGreen.

Vie 14/3	Mañana (09:30 – 14:30)	Taller regional Santa Cruz, La Guardia	Representantes afiliadas de Organizaciones Apícolas de Base a ADAPICRUZ, En la Guardia,
		Testimonios, Entrevistas, encuestas.	Responsables ADAPICRUZ Productores apícolas de base de la Guardia.
	Tarde (15:00 – 17:00)	Visita a planta La Guardia. Entrevistas y Encuestas	Responsables ADAPICRUZ Representantes de jóvenes (Porongo, La Guardia, Torno y Portachuelo)
Sáb 15/3	Mañana (6:00 – 12:00)	Viaje a San Antonio de Lomerío por tierra.	Ricardo Vargas Mario Quintanilla Osvaldo Soruco Raquel Cortez
	Tarde/noche (14:00 – 22:00)	Taller focal en Lomerío. Entrevista a Alcalde de Lomerío Entrevistas y encuestas a productores.	Responsables ADAPICRUZ Productores/as de APMIL afiliada a ADAPICRUZ Autoridades del GAM
Dom 16/3	Mañana (08:00 – 14:30)	Retorno a Santa Cruz por tierra	Ricardo Vargas Mario Quintanilla Osvaldo Soruco Raquel Cortez
	Noche (17:00 – 18:45)	Viaje a Cochabamba vía aérea	Ricardo Vargas Mario Quintanilla

Dificultades:

Poca asistencia de participantes a los talleres.

Desabastecimiento de combustible, lo que generó un retraso en la hora de la partida a Lomerío.

Mal estado del camino entre Santa Cruz y Lomerío.

CALENDARIO EN COCHABAMBA

FECHA	HORA	ACTIVIDAD	PARTICIPANTES
Lun 17/3	Mañana (08:00 – 10:00)	Reunión con CIOEC CBBA entrevistas y encuestas	Directivos y técnicos CIOEC
	Mañana (10:00 – 14:00)	Taller regional CBBA	OECAS con las que trabajo el programa (2 por OECA), CIOEC CBBA.
	Tarde (15:00 – 18:00)	Encuestas y entrevistas	Productores apícolas que participan en el taller de la mañana
Mar 18/3	madrugada (05:00 – 09:00)	Viaje a Aiquile, vía terrestre	Ricardo Vargas Mario Quintanilla María Flores Ever Vidal
	Mañana (10:00 – 16:00)	Taller focal CORACA AIQUILE.	Representantes Organizaciones Apícolas de Base.

	Tarde (16:00 – 16:30)	Visita a la planta y tienda de Aiquile)	Ricardo Vargas Mario Quintanilla
	Tarde (16:30 – 20:30)	Retorno a Cochabamba por tierra	Ricardo Vargas Mario Quintanilla
Mier 19/3	mañana	Retorno a La Paz vía aérea	Ricardo Vargas Mario Quintanilla

Dificultades:

Poca asistencia de participantes a los talleres.

Al arribo a la ciudad de El Alto había un bloqueo de carreteras que impedía el paso del aeropuerto a la ciudad de La Paz, ocasionando retraso en el horario de retorno.

Anexo 3. Número de las personas que participaron en las reuniones y talleres

ORGANIZACIÓN	REGIONAL						FOCAL					
	PREVISTO			ASISTENTES			PREVISTO			ASISTENTES		
	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL	M	H	TOTAL
NATIVA	5	10	15	3	5	8	25	5	30	1	3	4
ADAPICRUZ	8	17	25	6	7	13	20	14	34	10	5	15
CIOEC	4	11	15	2	7	9	25	15	40	5	10	15

Anexo 4. Los 10 principios del comercio justo de la miel boliviana

PROGRAMA DE APOYO A LA APICULTURA EN BOLIVIA

FINANCIADO POR LA DGD Y APOYADO POR MIEL MAYA HONING

DIEZ PRINCIPIOS DE IMPLEMENTACIÓN EL MARCO DEL COMERCIO JUSTO PARA LA MIEL EN BOLIVIA - 2022

1. Breve Justificación

El comercio justo o equitativo, trata de mejorar las condiciones laborales, económicas y sociales de los productores de países subdesarrollados que a menudo son presionados por las grandes multinacionales para ceder su producción a un bajo precio y en condiciones inhumanas, alargando de esta manera su situación de pobreza y enriqueciendo a las multinacionales. La idea básica, promovida por diversas ONG y organismos internacionales como la ONU o la FAO, es el establecimiento de canales de distribución directas del productor en países desarrollados que permitan la obtención de una ganancia mayor que las que les abonan las grandes empresas por su producción y sirva de mecanismo para el crecimiento y la salida de la pobreza en los países subdesarrollados. Además, se intenta eliminar los grandes márgenes con los que cuentan las grandes marcas comerciales y reducir la brecha.

El comercio justo en Bolivia es una iniciativa que busca establecer relaciones comerciales más equitativas y transparentes. Bajo sus principios, se producen y exportan productos como cacao, quinua, café, castaña, artesanías y prendas de alpaca. Además, la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia (CNCJ-B) agrupa y representa a las organizaciones de pequeños productores (OPP's), que trabajan bajo principios del comercio justo.

En el marco del trabajo de Miel Maya Honing en Bolivia ha impulsado un primer encuentro virtual de productores apícolas de los tres departamentos (Tarija, Cochabamba y Santa Cruz), que junto a la Coordinadora Nacional de Comercio Justo de Bolivia, han analizado las alternativas de generar el marco del comercio justo como comercialización para el sector de la miel en Bolivia, las condiciones y exigencias son muchas, por consiguiente; se ha quedado en generar 10 principios de la apicultura que reemplacen momentáneamente al marco del comercio justo para la miel, estos principios son:

Principio 1: Actividad económica al servicio de fines sociales.

Principio 2: Apropiación del concepto de economía social.

Principio 3: Mejorar la calidad de vida de los productores de base.

Principio 4: Precios beneficiosos para el productor.

Principio 5: Desarrollar las capacidades de gestión para alcanzar la autogestión.

Principio 6: Impulsar costos de gestión para productores apícolas.

Principio 7: Fortalecimiento organizacional y capacidades integrales de sus miembros en diferentes niveles.

Principio 8: La organización económica y social debe cuidar los costos.

Principio 9: Impulsar la solidaridad al interior de la asociación apícola de base.

Principio 10: Trabajar la gestión de procesos en toda la cadena del valor para brindar servicios a los afiliados.

El cumplimiento de estos principios para el marco de la comercialización asociativa para las socias del Programa financiado por MMH en Bolivia, es de carácter obligatorio, debiendo cumplir al menos tres de los 10 principios en cada proceso de comercialización.

Santa Cruz diciembre de 2021

Anexo 5. Documento de referencia nacional respecto a comunicación.

Actividades del Plan Comunicacional Nacional

Nombre de la Socia : ADAPICRUZ

Responsable : OSVALDO SORUCO

Periodo : Enero a diciembre de 2024

Actividad	Frecuencia	Medio	Destinatario	Quien lo hace
Gestionar apoyo de UTEPSA para analizar la factibilidad de colaboración con estudiantes de Ing. Industrial y comercial trabajar en materias del trimestre abril a octubre formulación de estrategias comunicaciones digitales para incidencia en la	2 veces al año	Reuniones personales con ejecutivos y directores de carrera	ACADEMIA UTEPSA	OSVALDO RECTOR UTEPSA

población de Santa Cruz, en temáticas de interés de ADAPICRUZ				
Elaborar un documento de la estrategia comunicacional, objetivos y herramientas para desarrollo de contenidos	1	REUNIONES VIRTUALES	Consumidores de miel Ambientalistas Población de Santa Cruz Población de municipios	JEFE de carrera Ing. Comercial UTEPSA – Profesores, Osvaldo
Acuerdos con potenciales instituciones de apoyo comunicacional	1	Programa radial	Población de Santa Cruz consumidores de miel	Directores y apicultores comercializadores
Implementación de actividades para creación de contenidos	Mensual desde abril	Redes sociales (Tic toc), Facebook e Instagram	Redes sociales	Osvaldo con jóvenes pasantes
Creación y edición de contenidos para 3 meses	Mensual desde abril	Redes sociales (Tic toc), Facebook e Instagram	Redes sociales	Osvaldo con jóvenes pasantes
Difusión de contenidos Web, tick toc, Instagram y Facebook para posicionar la relación del apicultor y las abejas con el bosque	Redes sociales semanal	Redes sociales	Redes sociales	Osvaldo con jóvenes pasantes
Difusión de contenidos Web, tick toc, Instagram y Facebook para posicionar la miel ecológica y su proceso	Redes sociales semanal	Redes sociales	Redes sociales	Osvaldo con jóvenes pasantes
Evaluación de los impactos en redes sociales sobre consumidores finales, sobre empresas corporativas, otros mercados especiales.	semestral	Redes sociales (Tic toc), Facebook e Instagram	Encuesta digital	Pasantes y osvaldo
Aplicación de herramientas que surjan de las alianzas con UTEPSA (sondeo de opinión sobre productos certificados de SENDA PURA y ADAPICRUZ)	semestral	Redes sociales (Tic toc), Facebook e Instagram	Redes sociales	Pasantes

Nombre de la Socia : NATIVA

Responsable : CESILIA CRUZ

Periodo : Enero a diciembre de 2024

Actividad	Frecuencia	Medio	Destinatario	Quien lo hace
Infografía resumen de datos del análisis de mercado	1 vez	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo publico	Responsables Nativa

Resultados de la Campaña de Sanidad Apícola	1 vez	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo Publico	Especialista Apícola
Artículos sobre las experiencias conocidas en intercambios locales, nacionales e internacionales	En cuanto se dé un evento	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo Público	Responsable del evento
Día Mundial de las abejas - 20 de mayo <ul style="list-style-type: none"> • Publicaciones sobre la importancia de las abejas como polinizadores claves para la biodiversidad y la seguridad alimentaria. • Compartir información sobre la apicultura sostenible y la protección de las poblaciones de abejas. • Experiencias y resultados de proyectos implementados por la institución con respecto a la apicultura. 	1 vez	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo publico	Responsables Nativa
Lanzamiento de campañas para dar a conocer propiedades de la miel y derivados de cara al invierno (post pagados publicidad)	Durante el mes de mayo (1 post cada semana)	Redes sociales	Todo Publico	Responsables Nativa
<ul style="list-style-type: none"> • Post para anunciar la reapertura de la Tienda Alma de Monte • Post con video y fotografías de la inauguración de la Tienda Alma de Monte • Visibilizar página web de la Tienda 	Continua	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo Publico	Responsables Nativa
Post sobre conclusión de formación y certificación de jóvenes	1 vez	Redes sociales, Revista el Chajá	Todo Publico	Responsables Nativa
Visibilizar los roles de la mujer a través de historias, artículos y post	2 veces	En revista el chajá y redes sociales.	Todo Publico	Responsables Nativa
Post sobre certificación de origen sello Pilcomayo	1 vez	En revista el chajá y redes sociales.	Todo Publico	Responsables Nativa

Publicación de materiales sobre productos con SPG y Sello de origen con el propósito de visibilizar los mismos.	1 vez	Redes sociales, revistas y páginas web	Todo Publico	Responsables Nativa
Artículo sobre actividad de reforestación especies nativas en apiarios, áreas del proyecto	1 vez	Redes sociales, revistas y páginas web	Todo Publico	Responsables Nativa
Post y artículo sobre Cobertura a evento nacional (Invitación, programa evento, logros y conclusiones evento)	3 veces	Redes sociales, revistas y páginas web	Todo Publico	Responsables Nativa

Nombre de la Socia : CIOEC CBBA

Responsable : Mildred Alanes y Maria E. Flores

Periodo : Enero a diciembre de 2024

Actividad	Frecuencia	Medio	Destinatario	Quien lo hace
Seguimiento a noticias de prensa (diferentes medios), respecto a la apicultura y el enfoque nacional que se pretende dar con el programa.	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> - Páginas web de las tres socias. - Redes sociales de las tres socias. - Prensa escrita. - Prensa audio visual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicos de las socias. - Coordinadores y decisores frente al Programa. MMH en general.	CIOEC CBBA
Presentación de los resultados del marco lógico del programa en cada departamento visibilizando lo fuerte de cada socia.	Una vez al año	<ul style="list-style-type: none"> - Reuniones del CCN. - Páginas web de las tres socias. Redes sociales de las tres socias (fotos, videos y redacción escrita).	Usuarios de las redes sociales en general.	CIOEC CBBA Y SOCIAS MIEL MAYA
Visibilizar el circuito corto de comercialización de CIOEC CBBA SRL y promover el consumo de miel entre consumidores del circuito corto.	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> - Página web. - Redes sociales (Facebook, Instagram, tik tock y otros medios de difusión). 	Usuarios de las redes sociales en general, en cada página vinculada a CIOEC CBBA.	CIOEC CBBA

Creación de contenido para marketing digital para promoción de la marca Coramiel, aumentar oportunidades de ventas, informar al consumidor sobre el valor de la miel de abejas	Mensual (12 meses)	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño gráfico - Manejo fotográfico y visual - Redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok y otros medios de difusión). 	Usuarios de las redes sociales en general.	EMPRESA BELICA CIOEC CBBA
Campaña marketing digital promoviendo y concientizando el consumo de la miel ecológica con el sello SPG, libre de gluten, hecho en Bolivia y su origen (Slow Food).	Semanal	4 Spots Redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok y otros medios de difusión).	Usuarios de las redes sociales en general, en cada	EMPRESA BELICA CIOEC CBBA
Informar el valor nutricional, medicinal de los productos de la colmena.	Cada 2 meses	<ul style="list-style-type: none"> - Redes sociales (Facebook, Instagram, tik tok, etc - Ferias locales. 	Sociedad civil en general con y sin acceso a las redes.	CIOEC CBBA

Anexo 6. PPT de restitución

Ver archivo adjunto.

Anexo 7. Breve informe del taller del 13/5

TALLER DE RESTITUCIÓN “RENDICIÓN DE CUENTAS” BREVE RESUMEN DE LA REUNIÓN

INTRODUCCIÓN

De acuerdo a la planificación del proceso de evaluación final del programa de apoyo a la apicultura en Bolivia de Miel Maya Honing 2022 - 2024 y previa coordinación con el Comité de Pilotaje, se realizó la sesión denominada: Taller de Restitución, con los siguientes detalles:

AGENDA DE ACTIVIDADES

Lugar y Fecha:

Cochabamba, 13 de mayo 2025- Dependencias de CIOEC CBBA.

Hora de inicio: 9:15 – hora de culminación: 17:20

Participantes:

Representantes de las organizaciones socias: Ever Vidal y María Eugenia Flores, CIOEC CBBA. Raquel Cortez Quinteros, ADAPICRUZ; Miguel Ruiz NATIVA Coordinador del Programa

Ricardo Vargas, Coordinador de Miel Maya Honing

Mario Quintanilla Arandia, Evaluador.

- Bienvenida a cargo de CIOEC COCHABAMBA. En palabras de circunstancia, Ever Vidal, en su calidad de Presidente de CIOEC CBBA, dio la bienvenida a todos los participantes expresando su satisfacción por que el proceso de evaluación externa esté llegando a su culminación y esperando que los resultados permitan a futuro seguir adelante con este tipo de programas que han contribuido mucho al desarrollo y fortalecimiento de la actividad apícola en los tres departamentos y también a que las organizaciones se fortalezcan en lo institucional.
- Inauguración del taller. El Coordinador del Programa, Ricardo Vargas, presentó el taller dando las indicaciones básicas del contenido del mismo y señalando que en esta oportunidad se podrán hacer las preguntas aclaratorias respectivas, las observaciones que se consideren pertinentes y los aportes que puedan contribuir a la claridad del informe. Posteriormente se dispondrá de una semana para que las socias puedan hacer llegar su retroalimentación al evaluador y de esa manera poder recoger lo que sea pertinente al documento final.
- A continuación, el evaluador hizo conocer la agenda de actividades de la jornada, tomando en cuenta que alguna de las participantes debería retornar a su distrito al término de la reunión y señalando que se realizará el trabajo en dos sesiones de tres horas cada una.

También explicó la metodología aplicar: mediante una presentación power point el evaluador hará conocer los resultados de la evaluación, antes, durante y después del trabajo de campo y para permitir la participación de todas las personas, se aplicó la técnica "observación/propuesta" que consiste en que toda observación o aporte que se haga, será acompañada de la propuesta respectiva, para lo cual se empleó papeletas donde se registró los aportes.

- Presentación de los aspectos generales de la evaluación (se entregó fotocopias de las láminas a exponer)
 - Socialización de los criterios CAD- OCDE del Programa:
EFICACIA, EFICIENCIA, RELEVANCIA, IMPACTO, SOSTENIBILIDAD, TRANSVERSALES.
 - Socialización y análisis de los resultados de la evaluación:
R1, R2, R3, R4, R5, R6.
 - Conclusiones
 - Recomendaciones
 - Visión global de la evaluación
 - Compromisos inmediatos
- En cada uno de estos ítems, las y los participantes formularon preguntas aclaratorias que el evaluador y en su caso el Coordinador del programa respondieron y cuando había una observación o aporte de parte de las socias, se registró en papeletas, como estaba previsto.

A lo largo del taller se recogieron 23 papeletas identificando el lugar al que corresponde y la organización que la formula. Además, se recogieron otros aportes de forma que no requirieron registro en papeleta.

- Cierre del taller.

Para cerrar el taller, los representantes de cada una de las organizaciones socias expresaron su valoración positiva general sobre los resultados y comprometieron hacer llegar su retroalimentación en el plazo previsto.

Del mismo modo, el Coordinador del Programa manifestó su satisfacción por el resultado presentado y por la amplitud en el debate, ponderando el carácter participativo de la evaluación.

Cochabamba, mayo 2025

Anexo 8. Informe Reunión del 15/5

INFORME DE LA REUNIÓN DE COORDIANCIÓN VIRTUAL

(Elaborado por Ricardo Vargas)

Fecha : 15 de mayo de 2025

Horario : De 09:00 a 11:00

Temario : Análisis y revisión del documento de propuesta de evaluación de fin de programa de MMH.

Participantes : - Cecilia Diaz – FDH

- Frederique Gudelj – FDH
- Benoit Olivier – Voluntario FDH
- Ricardo Vargas – enlace en Bolivia
- Mario Quintanilla – Consultor externo

Desarrollo del Temario:

1. Para el efecto el consultor ha enviado el documento borrador en su primera versión cuatro días antes a todo el Comité de Pilotaje.
2. El consultor indica que ha enviado el documento a las tres socias dándoles un plazo pertinente para recibir sus apreciaciones.
3. El Comité de Pilotaje ha realizado la lectura respectiva con estas consideraciones:
 - a. **Ricardo:** el trabajo está muy bueno refleja la realidad del programa y como se ha llevado a cabo en el trienio, es normal palpar que algunas socias han avanzado bien y otras menos que bien.
 - i. CIOEC Cochabamba, ha avanzado muy bien en función a lo previsto, su equipo, aunque reducido a consolidado su trabajo, han recibido un fuerte apoyo del actual directorio precedido por Ever Vidal, no así de los otros directorios. Ha conseguido apoyo a través de intervenciones puntuales en el trienio del AVSF, Slow Food y ASPEN.
 - ii. NATIVA, fue lo mejor del programa, quizás por el hecho de que sea una ONG y tiene un equipo amplio que se apoya para lograr conseguir los resultados y metas previstas, siempre ha realizado un trabajo ordenado y organizado, ha logrado conseguir apoyo apícola de financiamiento sueco y la UE a través de

- un proyecto de tres años, esto ha ayudado a que se consolide el programa de MMH.
- iii. ADAPICRUZ, comenzó muy bien, pero fue bajando el nivel de consecución de sus actividades, he tomado mucho tiempo en trabajar de manera concertada y acompañando el proceso especialmente el último año, su gerente siempre tenía la tendencia de querer destinar los recursos de manera directa a otros intereses fuera del programa, se ha apoyado en tres financiamientos de la FAO (2021, 2022 y 2023), lo que ha apoyado a consolidar el proceso el Lomerío y Porongo.
 - iv. El informe ha consolidado lo que ya se sabía, aunque aún hay cosas que pulir, por ejemplo:
 1. En el R3 género, no es una línea transversal, el marco lógico lo pone como un resultado en sí, claro está que las socias lo han visto siempre como transversal.
 2. En el R5 incidencia política pese a que el marco lógico plantea claramente trabajo con municipios locales, en el caso de Cochabamba se ha trabajado una Ley Apícola Departamental, lo que conlleva un poco más de lo previsto, esta ley tiene alcance a nivel municipal.
 3. En el R6 cohesión nacional, se ha cambiado el enfoque de plan comunicacional, pues no se contaba con recursos económicos, por esta razón se ha decidido en un CCN trabajar con cuadros de apoyo a nivel departamental, lo que emula a planes comunicacionales, que luego se centralizan a nivel nacional.
 - v. Finalmente se indica que se ha avanzado en la revisión a detalle del documento y en dos días se enviará con los ajustes y comentarios al evaluador.
 - vi. En resumen, es un muy buen documento y hay que seguir adelante.
- b. **Benoit:** Ha sido más crítico respecto a temas de contenido haciendo énfasis en:
- i. Realza la calidad del documento y pone en comparación al documento de evaluación final del anterior programa, le ha gustado que se haga un trabajo de campo participativo y con los mismos productores, lo que ha permitido ver si el apoyo llega a los grupos meta reales y no se queda en las socias solamente.
 - ii. Las preguntas de evaluación bien respondidas y coinciden con lo que sabía del programa, la interrelación con las/los beneficiarios/as ha sido fundamental para comprender el enfoque.
 - iii. Es consciente de que en género se ha avanzado muy poco, es un tema nuevo; también que el enfoque de empresa social no existe y se ha decidido cambiar a consorcio asociativo, de esta manera se evitan los temas legales. Asimismo, se han cambiado algunas actividades, pero no los resultados ni las metas, estas se han cumplido.
 - iv. La pregunta cualitativa está planteada y esta respondida, pero aún faltan precisar acciones que permitan comprender mejor el proceso y los resultados logrados.
 - v. Resalta la triangulación de datos obtenidos e indica que es una técnica poco utilizada en general por otros consultores, en este caso permitió sacar conclusiones positivas y acertadas.
 - vi. Las conclusiones aún no están completas, se espera que el consultor complete el documento con todas las aditamentaciones de todos los involucrados.
 - vii. Benoit indica que enviará el documento la tarde ese mismo día para que el consultor pueda incorporar todo lo solicitado.
 - viii. Además, se compromete a trabajar y enviar la tabla de resultados resumida, enviará al consultor lo antes posible para que se incorpore al documento.
 - ix. Adicionalmente pide a Ricardo que se redacte un pequeño informe de la reunión para enviar al evaluador.

- c. **Cecilia:** Ha leído el documento y ha vertido lo siguiente:
 - i. Indica que esta de acuerdo con el documento, esta gratamente sorprendida por la calidad del documento y la precisión del trabajo de campo, es un gran aporte al programa de MMH y de mucha utilidad para el futuro.
 - ii. Esta de acuerdo con todo lo planteado por Benoit y Ricardo, especialmente porque ella no ha estado en el proceso en sí, no ha podido participar en el programa y conoce muy poco de las socias de MMH.
 - iii. Pide al evaluador que tome en cuenta todas las observaciones y que se incorpore para cumplir con el proceso final.
- d. **Frederique:** Ha leído muy poco del documento, pero se da cuenta que es un excelente documento y que aportara al proceso y la fortaleza del consorcio MMH-FDH. Tratará de enviar el documento corregido para que el evaluador incorpore todos los datos precisados.

06/06/2025