

## Estudio de Caso

# ***Kallari, historia de un grupo de artesanos y agricultores emprendedores y patriotas de la provincia de Napo. Ecuador.***

Sergio Pérez Rozzi<sup>1</sup>

## Resumen

El caso de análisis, pone el acento en la organización de una comunidad aborigen, la cual, a partir de respetar y recuperar sus prácticas ancestrales de producción (rescatar los valores del Sumak Kawsay. Valores sociales, económicos, culturales y ambientales), fundamentalmente de la extracción de semillas de cacao y café, para venderlas a precios viles a intermediarios, otrora, fueron pasando a la transformación de las mismas, en un proceso productivo que, con el apoyo de una Fundación que trabaja sobre la preservación del ambiente y el rescate de la cultura, más la ayuda de la cooperación alemana, y otros filántropos, les permitió mejorar sus precios; elevar la calidad del producto; incrementar sus volúmenes de producción sin perder calidad; certificar lo producido; internacionalizar sus mercados de destino, en un marco de preservación de su hábitat cultural.

## Descripción del contexto de la iniciativa DEL:

Kallari es una Asociación formada por 21 comunidades, 850 familias y 5.000 beneficiarios del Cantón Tena en la Provincia de Napo ubicado en la Región Amazónica Ecuatoriana.

## Breve recorrido histórico

Una voluntaria de La Fundación Jatun Sacha<sup>2</sup> (significa "bosque grande"), en Misahuallí, especializada en educación ambiental, desde casi dos décadas atrás,

---

<sup>1</sup> Trabajo realizado a partir del aporte de materiales facilitado por Nora Liz Cavuotto.-

<sup>2</sup> Fundación Jatun Sacha ([www.jatunsacha.org](http://www.jatunsacha.org)). Las líneas de acción de Fundación Jatun Sacha son principalmente: la conservación de la diversidad biológica y cultural a través de diferentes modelos de conservación privada, educación ambiental y el desarrollo de proyectos de investigación y productivos que

constató que las comunidades de pueblos y nacionalidades han tenido que dejar de cazar, pescar y recolectar madera del bosque, porque eso dañaba la naturaleza. El problema era que si no había ingresos para las familias, algunos miembros terminaban migrando a las ciudades y esto no solo ponía en riesgo a los migrantes, por sus escasas habilidades para moverse en ámbitos urbanos, sino que rompía la integridad familiar. Recibieron diversas promesas de soluciones de funcionarios y políticos, pero ninguna se concretaba. En cambio que Jatun Sacha, y su voluntaria visitaba las comunidades del área en cuestión, en sus lugares de vida, lo cual resultó todo un reto, por al arraigo del viejo paradigma en cuando a los modos de ganarse la vida. Al principio, la actitud de la Fundación, con sus objetivos ambientales, iba con mensajes de prohibición de dañar el bosque, pero sin alternativas, entonces los miembros de comunidades empezaron a rechazar ese mensaje. Las mujeres de las comunidades solicitaron alternativas de ganarse la vida. La voluntaria de la Fundación entonces les preguntó "¿Cómo les podemos ayudar?". La gente no tenía dudas, quería seguir viviendo de producir el cacao en el bosque, pero necesitaban romper con los intermediarios que les pagaban precios muy bajos. Entonces se inicia un proceso de cambio, la voluntaria les promete buscarles mercado al cacao y café que producen.

## **1997**

El grupo estaba constituido por unas 50 familias pertenecientes a 3 comunidades Kewchuas. En ese momento los intermediarios le compraban el cacao a 300 mil sucres/qt. Consiguieron venderle directamente a Café Minerva, a un precio mayor, lo vendieron a 750 mil sucres/qt.

La producción de la región Tena fue descartada porque el interés de los intermediarios era vender rápido. El cacao y café de la región Tena quedaba desprestigiado, porque los intermediarios le agregaban de 2 a 5 lb. de cáscara por cada qt de cacao, para "engordar" su volumen, vender rápido y ganar. Además de bajar la calidad, el precio obtenido era muy bajo. A ellos les pagaban en la finca \$25/qt de cacao seco, mientras que afuera lo pagaban \$75.

A ese momento, la calidad era muy desigual entre productores, por humedad, tamaño de granos. La Fundación les proveyó de una zaranda para que clasificaran los tamaños de granos y así se les ayudó a seleccionar y vender con calidad homogénea. En la primera operación con la cafetalera, había mucha desconfianza

de los productores. Creían que La Fundación se iría con sus granos y no volvería más.

En la primera venta directa, los productores en conjunto le entregaron 7 qt. Cada productor le entregó un mínimo de sus producciones porque desconfiaban. La Fundación a través de su voluntaria volvió con el dinero, y les pagó a cada uno. En la segunda venta acumularon 30 qt y lo hicieron cada 15 días<sup>3</sup>.

## **1999**

Con la intención de ganar más confianza, desde la Fundación se convocó a dos miembros de la comunidad a que la acompañaran a la empresa cafetalera, para realizar la venta. Fueron, pero los dos hombres indígenas fueron discriminados por raza. Esto fue un golpe duro, y recibieron una lección.

Lección Aprendida: Si nos tratan mal no les vendemos, tenemos que:

- a) conseguir mercado directo para nuestro cacao y café, sin que nos discriminen;
- b) tenemos que fortalecer nuestra propia organización interna y
- c) mejorar la calidad del producto.
- d) Necesitamos un proyecto, con un solo cliente directo no alcanza.

## **2000 - 2003**

A principios de 2000 se logra conformar un proyecto con el financiamiento del Fondo Ecuatoriano - Canadiense, y la Fundación Jatun Sacha como ejecutora. El proyecto tuvo una duración de tres años. En aquel momento, ya el grupo estaba constituido por 21 comunidades, con 19 Kewchuas y 2 mestizas. Entre otras actividades realizaban "Talleres Escuela de Campo" para la formación de líderes. Además, formación de personal técnico: capacitación en temas de calidad, organización institucional, liderazgo, también en aspectos comerciales.

Lecciones aprendidas: había que formar a la gente de la misma comunidad, y no depender de gente de afuera.

A sus 20 años, Carlos Pozo hoy director, es hijo de productor, sentía que debían juntos salir de la explotación del intermediario, que no solo pagaban muy poco sino que les mentían con el peso de grano que retiraban en el campo. Toda la

---

<sup>3</sup> La temporada de cacao es de junio a octubre.

situación de explotación que venían soportando les provocó rebeldía, deseos fuertes de cambiar, y de un cambio que los involucrara a todos, porque solos cada uno, no podrían resolver nada.

El proyecto inició aquel año y finalizó correctamente en el año 2003. Al finalizar se construye el Plan Estratégico como camino a seguir, a fin de plantear la continuidad de acciones, pero ya sin el acompañamiento del financiador. Carlos y otros jóvenes ya se habían convertido en formadores de los productores, y podían así reproducir la organización y consolidar líderes y mejora permanente en la producción.

Al finalizar el proceso, comenzaba a sentirse la consolidación de la organización comunitaria. Se terminó el proyecto y la comunidad decidió que querían continuar unidos y con objetivos de largo plazo.

Lección Aprendida: la gente de la comunidad tiene que prepararse, la gente tiene que conocer.

La fórmula exacta para lograr el aprendizaje era combinar la sabiduría de los ancestros, con el conocimiento teórico que trajeron los técnicos durante el proyecto.

## **2003**

Intentaron buscar apoyo de la cooperación internacional y del estado, ya con el Plan Estratégico. El gobierno ecuatoriano no les escuchó. La cooperación alemana GIZ, les atendió y les dio un apoyo pequeño pero suficiente para reafirmar la decisión del grupo de seguir. Recibieron pasantes extranjeros y llevaron muestras del grano de cacao a diferentes países. Recibieron expertos en chocolate como voluntarios.

Empieza a cobrar fuerza el objetivo de producir el chocolate, y para ello necesitarían como mínimo, una planta para hacer las muestras. Buscan alguna empresa que les facilite las instalaciones para realizar pequeñas pruebas y elaborar muestras de chocolate. Es la cooperativa El Salinerito<sup>4</sup> del cantón Salinas provincia de Bolivia, quien les permitió producir en su planta y les apoyó con sus técnicos. También se valieron del apoyo de un voluntario de una empresa de San Francisco, quien originalmente viajó con intención de comprar cacao, pero descubrió Kallari y

---

<sup>4</sup> COOPERATIVA DE PRODUCCION AGROPECUARIA "EL SALINERITO". Es la organización cooperativa que administra la fábrica de lácteos El Salinerito y varios predios de producción de leche y forestales. Alrededor de 150 familias son socias de la PRODUCCOOP, la primera y más exitosa empresa agro-industrial rural.

se enamoró, les apoyó para que produjeran chocolate dejándoles las mejores recetas. En ese mismo período tuvieron un voluntario alemán, con maestría en alimentos que fue de gran ayuda en la mejora de las muestras.

Los sueños del grupo:

- Producir un rico chocolate
- Tener fábrica propia
- Exportar directamente
- Tener un banco propio, con bajos requisitos para sus miembros
- Tener el hospital propio, la escuela

Este año nace Kallari, como Asociación con fines de lucro.

## **2004/2005**

A este año ya han logrado mejorar la cantidad acopiada por cada productor de grano, y consiguen vender cacao directamente a exportadores. Una empresa alemana, Max Ferquin<sup>5</sup> les ofrece comprar un contenedor por año. Enviaron muestras pero no tenían suficiente calidad. La mencionada empresa cansada de comprar a brokers buscaba comprar a productores, mejor calidad. Estableció contacto, los visitó, conoció los métodos de producción en la selva, el acopio, la organización comunitaria.

No tenían homogeneidad, el fermentado y secado en cada una de las fincas generaba una calidad variable, y para vender a exportadores, la calidad debía ser homogénea. Se hizo necesario tener un centro de acopio donde realizar un único proceso de fermentado y secado, con los controles y mejores métodos que los artesanales aplicados hasta el momento. Les dejó recomendaciones para la mejora de calidad.

Hubo allí una resistencia de los productores a vender el grano recién cosechado, sin fermentar ni secar. Pensaban que vender el fermento les daría mejor precio<sup>6</sup>. Los organizadores de Kallari les aseguraban el retiro de las fincas, antes de

---

<sup>5</sup> Max Ferquin, empresa alemana con una tradición de 150 años como chocolateros

<sup>6</sup> Las pruebas demuestran que compraban 2qt de baba x 1qt de seco y no 3 (baba) x1seco. Hicieron su análisis.

fermentar. Construyeron una marquesina de 20m x 10m, y alquilaron camioneta para retirar los granos de las fincas de los productores. El aprendizaje de manejar grandes cantidades, la inexperiencia de los controles de calidad, y otros obstáculos produjeron pérdidas ese año para el grupo organizador.

Para el año 2005 hicieron el compromiso de vender al cliente alemán un contenedor (12.5 tn.) pero solo llegaron a producir 4 tn. La empresa alemana dispuso que se la enviaran igual. La calidad estuvo a satisfacción del cliente. Esto fue un gran avance para el grupo organizador y para las comunidades.

Durante este año logran un puesto de venta directa en Quito. El café Kallari 7, debido a que un voluntario alquila un local en el centro de Quito, con el objetivo de vender platos típicos y chocolates, y mostrar mediante eventos la cultura amazónica.

## 2006

Se realiza la primera exportación de contenedor lleno, con 12tn.

El fundador de Slow Food<sup>8</sup>, Carlo Petrini se entera de ellos y los convoca a la Feria a mostrar la producción de granos de cacao. Dado que el grupo organizador no está en condiciones de realizar tremendo esfuerzo, es un voluntario de EE.UU. perteneciente a la Fundación, quien los representa en la feria llevando cacao procesado en base al grano de cacao kallari. Resulta elegido producto baluarte<sup>9</sup>. Venden en esta feria 10 mil barras de chocolate con envase del voluntario.

Esto aumenta la fuerza para seguir cambiando. Comenzaron a realizar muestras en la planta de El Salinerito. Carlos Pozo se transforma en líder de este proceso, pide autorización a la comunidad para llevar 10 qt (10 sacos) a procesar haciendo pruebas de chocolate propio, apoyándose con la compañía de una voluntaria de la Fundación de nombre Judy Logback y un voluntario experto en el tema. No lo

---

<sup>7</sup> <http://www.kallari.com/cafe.html>.

<sup>8</sup> Slow Food es una asociación ecogastronómica sin ánimo de lucro financiada por sus miembros, fundada por Carlo Petrini, en la ciudad de Bra (Italia) en 1986. Su propósito inicial era defender una buena alimentación, los placeres de la mesa y un ritmo de vida «slow». Más adelante, Slow Food amplió sus miras y se interesó por la calidad de vida en general y, lógicamente, por la supervivencia del amenazado planeta tierra.

<sup>9</sup> **El Baluarte.** Nació con los productores kichwa reunidos en la cooperativa Kallari para salvaguardar el pequeño número de los árboles de nacional sobrevivientes en Ecuador y ayudar a las comunidades indígenas a mejorar los procesos de fermentación y secado de las almendras de cacao, contribuyendo a mejorar los precios en el mercado nacional e internacional. Mas info en <http://www.slowfoodecuador.com/la-red/comunidades-del-alimento>

autorizan. Con el apoyo de un aliado, logra tomar 4 sacos clandestinamente, lo llevaron de noche en taxi a la planta. Carlos se endeuda por 3 mil dólares y asume con tremenda responsabilidad el riesgo. La voluntaria Judy se lleva muestras a universidades y ferias de EE.UU. Logra conseguir el interés de 3 universidades y los presenta en la feria de Washington, EE.UU. Solicita 3 mil barras de chocolate para otra feria de similares características. Es la Fundación Camari<sup>10</sup> quien les ayuda con el proceso de exportación. Fabrican las 3 mil barras en la planta de El Salinerito con indicaciones del alemán a distancia, y logran un producto bueno, con un envase que era propio, pero bien primitivo.

Durante los tres días que dura la Feria vendieron 2.500 unidades a \$ 3 c/u. Pagaron todos los costos a la planta de procesamiento. Las universidades reconocieron algunos gastos y de ahí en más promovieron junto a esas universidades.

En 2006, mediante el contacto que facilita el padre de una voluntaria y productor de carne orgánica en EE.UU., llegan a conversar con la tienda de orgánicos Whole Food<sup>11</sup>. El producto aún no tenía buen envase, pero con los diseñadores que les aporta la Fundación, logran un producto en condiciones de estar en los estantes de esta tienda, con el diseño que hoy se conoce.

La tienda les pide 50 mil barras mensuales, lo que era imposible para la escala que manejaban al momento y logran negociar 15 mil barras al mes, al principio. Nace así la marca SACHA (selva en kechwa), que es la única que se comercializa con esta tienda. Carlos Pozo viaja a Washington, para realizar la entrega y los contactos.

Este nivel de demanda no era posible procesarlo en la planta de El Salinerito, comienzan a buscar otra planta que les permita y que posea instalaciones grandes. La empresa Ecuatoriana de chocolate, estaba con talleres inactivos y les permite utilizarlos.

## 2008

Realizan el primer envío, lanzan Chocolates SACHA en las tiendas Whole Food Market. En noviembre de ese mismo año, la revista New York Times<sup>12</sup> saca un artículo contando la experiencia.

---

<sup>10</sup> *Camari es una palabra quechua que significa: "AGRADO" o "REGALO".* Es el Sistema Solidario de Comercialización del Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio (**FEPP**), entidad privada de finalidad social, auspiciada por la Conferencia Episcopal Ecuatoriana que desde 1970 apoya al desarrollo de los sectores populares del país mediante la capacitación, el crédito y la asistencia técnica.

<sup>11</sup> [http://www.wholefoodsmarket.com/site\\_search/kallari](http://www.wholefoodsmarket.com/site_search/kallari)

<sup>12</sup> <http://www.nytimes.com/2008/11/05/dining/05choc.html?pagewanted=all&r=0>

## **Características de la iniciativa DEL:**

### **2009 – 2012**

Se perfecciona la organización Kallari. Se definen la Misión y sus quehaceres.

#### MISION DE KALLARI

**“Desde Kallari el mejor cacao y chocolate de calidad fino y de aroma para el mundo”.**

*Ser una asociación comunitaria de la Amazonía ecuatoriana que realiza prácticas agro productivas sustentables, para producir, procesar y comercializar a nivel nacional e internacional, productos orgánicos y artesanías con identidad cultural; basados en la formación de talento humano, el respeto por el medio ambiente, equidad, participación, y beneficio de sus comunidades socias.*

#### QUÉ HACE KALLARI

- Transfiere tecnología y aplica el conocimiento ancestral.
- Asesora localmente en la cadena de cacao fino de aroma.
- Apoya para la certificación del cacao fino de aroma en el sistema “Chakra”, manejo del sistema interno de control.
- Provisión de plantas certificadas de cacao fino de aroma.
- Comercialización de cacao fino de aroma.
- Procesamiento y comercialización de chocolates.
- Elaboración y comercialización de artesanías.

#### Estructura Organizativa:

Kallari está presidida por un coordinador general y tres directores: agrícola, comercialización, financiero. Las decisiones más importantes del negocio deben ser tomadas en éste nivel.

#### Asamblea General;

- Director de producción
- Director de comercialización

- Directora financiera

## PROBLEMATICA

- Deficientes fuentes de ingresos económicos.
- Manejo limitado de prácticas de post-cosecha, calidad y escaso valor agregado.
- Limitada asociatividad y gestión.
- Intermediación abusiva.

## **Síntesis de la evolución del proceso:**

### EVOLUCION DE KALLARI

1997- 2002. Inicia Procesos organizativos.

2003 - Constitución Legal de Kallari

2004 - Premio Presidium, Slow Food en Italia como cacao Baluarte del Ecuador.

2005 - Firma del contrato por cinco años y exportación del primer contenedor de cacao de Kallari a Suiza Max Felchlin. Y elaboración de la primera barra de chocolate de Kallari

2006 - Participación en ferias orgánicas y festivales verdes en Estados Unidos y Europa.

2007- 2008 – Elaboración de chocolate más Fino y refinado en EDC y lanzamiento en estados Unidos en los Whole Foods.

2009 - Venta del chocolate Kallari en los Whole Foods y tiendas minoristas independientes en los EE.UU.

2010 – 2011. Venta a Suecia, Japón, Suiza, Alemania, Italia, Inglaterra, Holanda y Construcción de la Fabrica ecológica KALLARI.

2012 Premio de la mejor barra de chocolates 75 % en EE UU (San Francisco).

## **Foco de atención de la iniciativa DEL:**

### **SISTEMA PRODUCTIVO**

El Sistema Chakra, es un sistema que asegura el sustento familiar y genera excedentes. Rescata valores del Sumak Kawsay. Valores sociales, económicos, culturales y ambientales. El valor de las tradiciones, de la medicina ancestral, de las artesanías, el entorno, que no explota a la gente. Ha llevado dos años de

construir, los chakreros han transmitido a los expertos, éstos han dado forma descriptiva, y se va a patentar.

## **APORTE ECOLOGICO**

Kallari cuenta con vivero propio de 7 mil metros de superficie. Allí se elabora *cacao fino de aroma*. Se producen plántulas de cacao que se venden al costo a los productores.

*Vainilla*. Para fabricar el chocolate es necesario utilizar vainilla, ésta se importaba de México o de Madagascar. Un día descubrieron que en el bosque había plantas (orquídeas) que producían buenas vainas de vainilla. La enviaron a analizar a Alemania (con apoyo de GIZ), ahora ya están los resultados que hablan de los buenos contenidos de vainillina, micros y nutricional. Se recogieron plantas de la selva, se reprodujeron en el vivero (a inicio de agosto 2011) y se están comenzando a entregar (enero 2012), con capacitación a los productores, para que las integren a la chakra, tal como están en la selva. Hoy han entregado 25 plantas a 400 productores. Se les entrena en la siembra, manejo, poda; etc.

Para conocer las tecnologías de manejo tenían planes de visitar México o Madagascar, pero encontraron un investigador en la Universidad de San Francisco, en Santo Domingo, que produce en invernadero (5.000mts) y a cielo abierto. Le visitaron y allí aprendieron fecundación, fertilización, podas; manejo; etc.

Los proyectos eco productivos:

- Concurso del Mejor Árbol. Durante el año 2012 realizaron este concurso. Con el apoyo de GIZ, la Provincia y el MAGAP lanzaron una competencia en las comunidades para encontrar las más antiguas y más productivas especies de cacao en el bosque. Una vez detectadas les retiraron esquejes para realizar injertos en las mejores plantas actuales y así, incorporar las mejores condiciones (material genético) a las especies que se desarrollan en el vivero y que son las plantas que van a reemplazar las que se envejecen en las chakras de la comunidad. El supuesto es que si esas plantas han resistido a los cambios climáticos y embates del hombre y pueden producir, tienen las condiciones para mejorar las especies actuales.

El cacao fino de aroma, es nativo de la Amazonía. Lo que se busca es imitar el bosque secundario que se está perdiendo. La media sombra que dan los árboles altos, garantiza la salud y demora el crecimiento de hierbas malas.

Se ha entrenado a jóvenes en la tarea de injertado, se les paga hasta \$ 30 x día, según la eficiencia y velocidad con que hacen los injertos.

- **Jardín Clonal:** consiste en reproducir especies que se están por extinguir y el objetivo es no perder la identidad del bosque. Se han recolectado semillas de árboles escasos, de buena madera, para re plantar en las chakras, y así devolver el bosque. Entre estas especies están: caoba y guayacán.

#### Síntesis de soluciones alcanzadas;

- Conformación de la Asociación (10-12-03 MICIP 03-597)
- Desarrollo de la cadena de cacao fino de aroma amazónico: Plantaciones y Postcosecha.
- Certificación Orgánica
- Alianzas estratégicas
- Generación de valor agregado
- Consolidación de mercados nacionales e internacionales

#### Calidad y mercados especiales;

- Para obtener una buena producción.
- Uso de buenas prácticas agrícolas.
- Adecuada Cosecha.

#### Adecuado manejo postcosecha;

Fermentación, Secado, clasificado y embalado.

#### Necesidad de cumplir con demandas de compradores (Mercados);

- Calidad.
- Cantidad.
- Confiabilidad.
- Personalización

Productos que ofrece KALLARI:

- Cacao en grano
- Nibs de cacao
- Licor de cacao
- Manteca de cacao
- Polvo de cacao
- Barras de chocolate
- Trufas y bombones

### **CADENA KALLARI:**

**Producción y Procesamiento** Agricultor / Fabrica de Chocolate

**Distribución: Distribuidor** / Tiendas y Supermercados

### **Características:**

- Mejor comunicación con los consumidores
- Mayor ingreso para los agricultores
- Producto de mejor calidad

### **Logros:**

Kallari = la conservación de la naturaleza + el rescate cultural

En síntesis, su cacao fino de aroma posee;

1. Calidad
2. Cultura
3. Conservación de la biodiversidad.
4. Certificación.

### **Vida Familiar Amazónica**

Las familias que colaboran con la asociación Kallari, son una gran parte de las fuentes económicas, culturales y de selva. Ellas son clasificadas en dos tipos de

comunidades: las que están muy distantes de las vías de acceso y aquellos que son fácilmente accesibles por carretera.

Las familias de Kallari que están aisladas, tienen una hacienda aproximadamente del tamaño de 50 hectáreas, donde el promedio es de 40 hectáreas de bosque húmedo. Cada hacienda tiene generalmente casi cinco hectáreas de los campos del barbecho, que son dejadas para que crezca el bosque secundario y cuidarlo para el futuro. Las familias rurales tienen típicamente solamente desde 5 hasta 10 hectáreas de la tierra, lo que es suficiente para la producción. Las 50 hectáreas están divididas constantemente entre los miembros de la próxima generación y eso implica que cada familia posee parcelas más pequeñas.

Las comunidades que están situadas cerca de las carreteras son las familias propietarias de fincas más pequeñas, desde una hasta cinco hectáreas. Cada finca tiene un área pequeña de selva. Los jóvenes kechwuas de las comunidades cerca de las ciudades pequeñas accesibles con carreteras son usualmente más educados, pero son más alejados de sus raíces culturales y no saben mucho de la vida en la selva. Ellos pueden ganar mensualmente igual cantidad de dinero como ganan las familias de las áreas aisladas de la selva, pero tienen poca familiaridad con las plantas medicinales y con otros saberes de la selva. Eso causa que esas familias dependen más de las fuentes externas de alimentos y medicinas. Aunque esas familias no tienen dificultades de caminar una hora y media a tomar el autobús para llevarles a la ciudad, ellos dependen de muchas cosas del mundo exterior a sus comunidades sin tener la posibilidad financiera de comprar las cosas que necesitan de la ciudad.

Sus prácticas agrícolas son sustentables y amigables con el medio ambiente. Preparan el suelo, cultivan y cosechan todos sus cultivos a mano y también cuidan de mantener el suelo rotando su cosecha e intercalando con especies de legumbres nitrogenosas, las que aportan riqueza al suelo. En el proceso de la cultivación utilizan solo sus manos y machetes y así aportan a no dañar la superficie cultivable. Plantas cultivadas en su área incluyen maíz, plátanos, papaya, frijoles, pinas, papas orejonas, café, cacao, palmas, árboles frutales, madera dura y plantas de uso medicinal y artesanal. Las plantas producidas del modo de uso de sus prácticas agrícolas no pueden competir con las producciones baratas que usan herbicidas, pesticidas, fungicidas, mecanismos pesados y monoculturales esquemas de cultivo, en cuanto a precio. Por una hectárea producen menos que otros productores en otras regiones donde agreden a sus grandes cultivos por

el alto uso de agroquímicos y fertilizantes. El ingreso actual de esa gente es de entre \$5 y \$6 por persona por día.

El resultado de los bajos ingresos agroindustriales y la falta del fondo para preservar la producción, y las cuentas bancarias, mientras existe la emergencia económica de las familias kichwas en las áreas aisladas, es la tala altísima de los árboles de madera dura para suplir el ingreso de las familias. En zonas aisladas de la selva son las propias comunidades las que se ocupan de cuidar que no entren predadores a extraer las especies de madera más duras y más valiosas, pero también las que están en alto riesgo de extinción.

La venta de los productos Kallari ayuda a las familias de la asociación para conseguir ingresos adicionales y no necesitar explotar con químicos la tierra ni talar los árboles más duros por precios mínimos. En el año 2002, el ingreso producido por la venta de las artesanías fue para las familias que pertenecen a Kallari el más alto que cualquiera otra forma del ingreso, incluso la venta de cualquier producto agro-cultural.

*Programa de apoyo al productor:* la organización les presta motoguadañas para que ellos hagan las tareas de desmalezado en sus chakras, poniendo los productores la mano de obra y el combustible. La reparación por daños de mal uso corre por cuenta de los productores, mientras que las fallas de la máquina las cubre la organización.

Sistema de evaluación de los directores:

Se realiza en tres instancias: i) evaluación por el equipo técnico, encuestas a los 4 directores; ii) encuestas a las instituciones de apoyo y clientes, especialmente sobre cómo han resuelto las situaciones de conflicto y las respuestas esperadas; iii) Evaluación de las comunidades.

Las encuestas fueron diseñadas por un consultor italiano, como aporte de la cooperación de ese origen.

La designación en el cargo les viene dada por la Asamblea de Comunidades. En esta instancia cada comunidad tiene que designar 5 de sus miembros para que las representen. Estos tienen voz y voto en todas las decisiones. Los directores son evaluados allí cada 6 meses y designados por una duración de tres años, renovable en caso de conformidad de la Asamblea.

## **Lecciones aprendidas.**

- a) Conseguir mercado directo para su cacao y café, les ayudó a superar cuestiones de discriminación;
- b) La convicción de fortalecer la propia organización interna y
- c) Mejorar la calidad del producto, era inexorable para sobrevivir.
- d) Contar con el proyecto, les significó la posibilidad de amalgamarse tras los objetivos de fondo; sustentabilidad económica y ambiental, preservando su cultura ancestral.
- e) Prepararse y conocer, para sobrevivir sin resignar.
- f) La fórmula exacta para lograr el aprendizaje fue combinar la sabiduría de los ancestros con el conocimiento teórico que trajeron los técnicos durante el proyecto.

## **Temas para la reflexión derivados del estudio de caso.**

La Asociación Kallari es la unión no gubernamental de los productores de cacao orgánico de la Amazonía Ecuatoriana. Ha creado un ingreso sustentable para que la gente Kichwa pueda satisfacer las necesidades familiares básicas, sin la necesidad de talar los árboles del bosque o vender sus tierras. La exportación de artesanías ha inspirado a la gente joven Kichwa a aprender y practicar las técnicas tradicionales de cosecha, coloración, tejido y entalladura.

Hasta hace diez años los intermediarios mantenían beneficios sólo para ellos e imponían precios bajos por las semillas de cacao. Actualmente las comunidades de Kallari venden el cacao a un mejor precio, sus líderes viajan a Europa y Norte América para negociar los precios y así mejorar el ingreso económico de las familias Kichwas. Recientemente han dado un gran paso: Kallari produce y vende chocolates deliciosos y orgánicos que son parte de la "Fair trade (Comercio Justo)".

Aunque aún siguen produciendo en plantas ajenas. Ahora poseen unas instalaciones, de 80 m<sup>2</sup> de superficie para montar la planta de procesamiento, pero aún no tienen las maquinarias. Con el respaldo del MIES en el 2013 contarán con apoyo de cooperación alemana GIZ para ir resolviendo lo de las plantas de producción.

Producción: En el año 2011 lograron 130 tn/año, peso bruto; en el actual 2012 lograron 160 tn/año y se proponen para el año próximo 2013 la cantidad de 500

tn/año. La producción de este año se compone de la siguiente manera: 55% grano + 30% chocolate y licor de cacao + 15% grano al mercado nacional. El objetivo de mediano plazo es aumentar la proporción de grano procesado.

Técnicos del Senescyt, ECORAE, les enseñan a hacer sub productos, polvos, extracto.

Los productos que hoy se producen y comercializan son:

- Cacao en grano. El grupo se compone de 850 familias que producen de 1 a 3kg cacao x flia x año. Venden a \$90 x kg
- Chocolate puro marca Kallari
- Chocolate tipo artesanal, puro, marca Sacha. Variedad de sabores.
- Artesanías.
- Vainilla. Aspiran a venderla en el futuro, a menos de un año no es rentable y la cantidad apenas alcanza para plantar en las fincas de sus propios productores. \$0.50 costo, venden 3 por envase de vidrio a precio final \$5.

## Bibliografía y datos consultados:

En internet

Judy Logback <http://grist.org/article/logback/full/>  
<http://cbey.research.yale.edu/users/38/213/Bios/jlogback>  
<http://www.wholefoodsmarket.com/products/kallari-single-source-organic-cacao-chocolate-bar-75>  
[http://www.google.com.ec/imgres?q=hall+food+market+chocolate+kallari&um=1&hl=es&biw=1241&bih=606&tbnid=1KymwmlLWF\\_IGSM:&imgrefurl=http://article.wn.com/view/2012/04/26/Boston food trucks offer vegetarian health y selections/&docid=rKpFBvMMNe4uTM&imgurl=http://i.ytimg.com/vi/TR25pw9xOHU/0.jpg&w=480&h=360&ei=9o2UUMickYeo9gS\\_tIFA&zoom=1&iact=hc&vpx=620&vpy=6&dur=3058&hovh=194&hovw=260&tx=178&ty=154&sig=106507738938209757864&page=1&tbnh=194&tbnw=260&start=0&ndsp=8&ved=1t:429,r:2,s:0,i:69](http://www.google.com.ec/imgres?q=hall+food+market+chocolate+kallari&um=1&hl=es&biw=1241&bih=606&tbnid=1KymwmlLWF_IGSM:&imgrefurl=http://article.wn.com/view/2012/04/26/Boston+food+trucks+offer+vegetarian+health+y+selections/&docid=rKpFBvMMNe4uTM&imgurl=http://i.ytimg.com/vi/TR25pw9xOHU/0.jpg&w=480&h=360&ei=9o2UUMickYeo9gS_tIFA&zoom=1&iact=hc&vpx=620&vpy=6&dur=3058&hovh=194&hovw=260&tx=178&ty=154&sig=106507738938209757864&page=1&tbnh=194&tbnw=260&start=0&ndsp=8&ved=1t:429,r:2,s:0,i:69)  
<http://www.treehugger.com/culture/the-chicago-green-festival-from-an-exhibitors-perspective.html>  
<http://travel2austin.us/kallari-chocolate-tasting-and-educational-presentation-2262012slowfoodaustin-org/>  
[http://www.google.com.ec/imgres?q=hall+food+market+chocolate+kallari&um=1&hl=es&biw=1241&bih=606&tbnid=4c3BxZCvbsPfZM:&imgrefurl=http://blogs.nationalgeographic.com/blogs/intelligenttravel/2009/07/&docid=uyPwMBIJrI7\\_1M&imgurl=http://blogs.nationalgeographic.com/blogs/intelligenttravel/blog-chocolate-thumb-500x336.jpg&w=455&h=306&ei=9o2UUMickYeo9gS\\_tIFA&zoom=1&iact=hc&vpx=349&vpy=12&dur=4050&hovh=184&hovw=274&tx=149&ty=29&sig=106507738938209757864&page=1&tbnh=185&tbnw=260&start=0&ndsp=8&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78](http://www.google.com.ec/imgres?q=hall+food+market+chocolate+kallari&um=1&hl=es&biw=1241&bih=606&tbnid=4c3BxZCvbsPfZM:&imgrefurl=http://blogs.nationalgeographic.com/blogs/intelligenttravel/2009/07/&docid=uyPwMBIJrI7_1M&imgurl=http://blogs.nationalgeographic.com/blogs/intelligenttravel/blog-chocolate-thumb-500x336.jpg&w=455&h=306&ei=9o2UUMickYeo9gS_tIFA&zoom=1&iact=hc&vpx=349&vpy=12&dur=4050&hovh=184&hovw=274&tx=149&ty=29&sig=106507738938209757864&page=1&tbnh=185&tbnw=260&start=0&ndsp=8&ved=1t:429,r:5,s:0,i:78)  
**By Sarah Aldrich**, July 28, 2009 3:20 PM | [Comments \(16\)](#) national geographics Slow food  
<http://slowfoodlandandsea.blogspot.com/>  
<http://www.ipsnews.net/2010/10/europe-to-slow-down-on-food/>  
<http://slowfoodcorvallis.org/kallari-chocolate-tasting/>  
<http://www.slowfooddc.org/posts/page/2/>