

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA SOCIOLOGÍA

**TRABAJO DIRIGIDO**

**PROCESOS DEL MANEJO Y TRATAMIENTO DE LA  
HOJA DE COCA PARA LA COMERCIALIZACIÓN  
EN LA REGIONAL INQUISIVI  
(MERCADO DE ADEPCOCA)**

Asociación Departamental de Productores de la Coca

**PARA OPTAR AL GRADO ACADÉMICO DE LICENCIATURA EN  
SOCIOLOGÍA**

Postulante: DORCAS MARIBEL CHAMBI PEREA

Tutor: Rolando Barral Zegarra Ph. D.

LA PAZ-BOLIVIA

2017

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este trabajo a mi hijo Abdiel Ludeño Chambi por ser el motor más fiel y confiable que pude encontrar en mi vida, y por generar la motivación, la pasión y la energía para culminar esta investigación.

## **AGRADECIMIENTOS**

En primer lugar agradecer a Dios que fue el que me permitió culminar con éxito esta hermosa etapa de mi vida, etapa en la cual pude entender y valorar cada una de las bendiciones que me rodea. A mis padres Gualberto y Sonia, a mis hermanos Raquel, Miguel y Gabriela ya que a pesar de mis errores nunca soltaron mis manos y siempre estuvieron conmigo. Debo agradecer de manera especial y sincera al Dr. Rolando Barral Zegarra por su apoyo y confianza en mi trabajo que con nobleza y entusiasmo vertió todo su apostolado en mi alma. También agradecer a los asociados de ADEPCOCA y a las personas que aportaron con sus experiencias y conocimientos a esta investigación.

# ÍNDICE

## Páginas /

### **INTRODUCCIÓN/ 1**

1. Antecedentes y planteamiento de la intervención /1
2. Justificación y relevancia de la intervención /2

### **CAPÍTULO UNO: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA /5**

1. Identificación del problema /5
2. Delimitación del objeto de estudio /6
  - 2.1. Delimitación Espacial /6
  - 2.2. Delimitación Temporal /7
  - 2.3. Delimitación Poblacional /7
3. Definición del problema /8
  - 3.1. Formulación del problema /8
  - 3.2. Pregunta Específicas /8
4. Objetivos /8
  - 4.1. Objetivo general /8
  - 4.2. Objetivo específicos /8
5. Operacionalización de variables /10

### **CAPÍTULO DOS: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO /11**

1. Producción, comercialización y consumo de la hoja de coca en Bolivia /11
2. Consideraciones generales para el surgimiento del rescatismo de la hoja de coca/12
3. La comercialización de la hoja de coca /14
4. La comercialización de la hoja de coca en el mercado de ADEPCOCA /16
5. Aspectos jurídicos y legales de la coca /22
  - 5.1. La Ley 1008 del Régimen de la Coca y Sustancias Controladas /23
  - 5.2. La Ley General de la Coca, Ley N° 906 /24
6. Aspectos económicos de la producción y comercialización de la coca/30
7. Manejo y tratamiento de la hoja de coca /33
  - 7.1. Cosecha /34
  - 7.2. Secado /35
  - 7.3. Clasificación y selección /36
    - 7.3.1. La hoja de coca Elegida /36
    - 7.3.2. La hoja de coca Hojeada /37
    - 7.3.3. La hoja de coca Mediana /38
      - 7.3.3.1. Mediana Especial /38
      - 7.3.3.2. Mediana Común /39
    - 7.3.4. La hoja de coca Menuda /39
    - 7.3.5. La hoja de coca segunda /41

- 7.3.6. La hoja de coca Choqueta /41
- 7.4. Almacenado /42
- 7.5. Mat'achado /43
- 7.6. Empaquetado /45
  
- 8. Planteamiento metodológico del Estudio- Diagnóstico /48
  - 8.1. Características del estudio /49
  - 8.2. El enfoque epistemológico /49
  - 8.3. Cobertura /49
  - 8.4. Definición de actores sociales /49
  - 8.5. Definición de la Regional y comunidades /50
  - 8.6. Estrategias, técnicas e instrumentos /50
  - 8.8. Instrumentos aplicados en el Estudio-Diagnóstico /52

### **CAPÍTULO TRES: MARCO INSTITUCIONAL /53**

- 1. Descripción del mercado ADEPCOCA /53
- 2. Estructura organizativa del mercado ADEPCOCA /56
- 3. Descripción de los actores sociales institucionales /57
- 4. Inconvenientes en el tratamiento de la hoja de coca /61
  - 4.1. Mano de obra calificada /61
  - 4.2. Condiciones climáticas /62
  - 4.3. Medios tecnológicos /63
  - 4.4. Información y capacitación /63

### **CAPÍTULO CUATRO: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA /65**

- 1. Situación de la provincia Inquisivi /65
  - 1.1. Factor histórico, geográfico y demográfico /65
  - 1.2. Factor económico /67
- 2. Resultados del Estudio Diagnóstico /70
  - 2.1. Resultados cuantitativos /70
    - 2.1.1. Triangulación de datos /86
    - 2.1.2. Análisis global de los resultados cuantitativos /87
  - 2.2. Resultados cualitativos /89
    - 2.2.1. Análisis y resultados cualitativos /89
    - 2.2.2. Análisis global de los resultados cualitativos /108
    - 2.2.3. Categorías de análisis /110
  - 2.3. Análisis cualicuantitativo del Estudio Diagnóstico /111

## **CAPÍTULO CINCO: DESARROLLO DE LA PROPUESTA /113**

1. Objetivos del proyecto /113
  - 1.1. Objetivo General /113
  - 1.2. Objetivos Específicos /113
2. Metodología de intervención /114
3. Matriz de planificación de proyectos /115
  - 3.1. Fin (objetivo de desarrollo) /115
  - 3.2. Propósito (objetivo general o situación final) /115
  - 3.3. Componentes (resultados) /115
  - 3.4. Actividades /116
  - 3.5. Matriz del marco lógico /119
  - 3.6. Presupuesto y cronograma /123

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES /125**

## **BIBLIOGRAFÍA /129**

## **ANEXOS /133**

# INTRODUCCIÓN

## 1. Antecedentes y planteamiento de la intervención

Para comprender el problema de la presente investigación, es necesario contextualizar brevemente la producción y comercialización de la hoja de coca desde el punto de vista histórico. En los yungas del departamento de La Paz existen 16 Regionales con sus respectivas comunidades. Una de esas Regionales es la de Inquisivi que está ubicada en la provincia del mismo nombre. Esta Regional con relación a las otras, se caracteriza por su rezago en el proceso de manejo y tratamiento de la hoja de coca.

La intervención estratégica para alcanzar los mismos niveles de calidad en la selección y clasificación de la hoja de coca de las Regionales como ser Coripata, Chulumani y Huancane, requiere un conocimiento amplio y profundo acerca de la problemática, lo cual condiciona a contar con un estudio diagnóstico cualicuantitativo en el mercado de ADEPCOCA (Asociación Departamental de Productores de Coca). El plan de intervención se apoya en esta investigación aplicada (diagnóstico), de la misma emergen proyectos para superar el problema de la Regional Inquisivi, ésta es considerada como una regional que produce hoja de coca de segunda (de menor calidad con relación a la hoja de mayor calidad). La misma se debe al deficiente manejo y tratamiento en la clasificación y selección de la hoja de coca.

La problemática revelada como producto de la investigación (estudio diagnóstico), apunta a superar las deficiencias en el manejo y tratamiento de la hoja coca que se observa desde la cosecha, secado, seleccionado, *mat'achado* y empaquetado, para lograr un producto de mayor calidad. Las deficiencias mencionadas, para resolver este problema, se señalan al mismo tiempo como diseños de proyectos de intervención de estos problemas. Esto tiene que ver con la capacitación de los actores sociales que participan en este proceso: productores, comercializadores y dirigentes en lo que se refiere al manejo de técnicas innovadoras y especializadas con el apoyo de equipo y máquinas apropiadas para este rubro.

La intervención se enfoca en el diseño de proyectos sociales en los mismos se emplea el marco lógico: esta metodología garantiza las dimensiones y criterios de eficiencia, eficacia, efectividad y relevancia cultural. Por otro lado, considera a los actores sociales no como un recurso más, sino como el factor humano decisivo en los cambios socioeconómicos y productivos.

La estructura del presente trabajo contiene los siguientes segmentos: La introducción, contempla los antecedentes, la justificación y la relevancia de la intervención, en el mismo se concretiza la visión del estudio y la propuesta. En el capítulo uno, se define el estudio del problema con la delimitación correspondiente, los objetivos y la operacionalización del evento, como parte central de la investigación aplicada. En el capítulo dos, se desarrolla el marco teórico conceptual y metodológico, por otro lado, se sustenta teóricamente el trabajo y se define el estudio diagnóstico. En el capítulo tres, se describe el marco institucional, la estructura organizativa del mercado de ADEPCOCA. En el capítulo cuatro, se presenta el diagnóstico del problema y se hace el análisis histórico, geográfico, demográfico y económico de la Regional Inquisivi. Además, se desarrolla el estudio diagnóstico cualicuantitativo con los resultados correspondientes y las categorías de análisis que surgieron de la investigación. En el capítulo cinco, se despliega los objetivos de la intervención, los proyectos específicos, las actividades y los aspectos de gestión de proyectos y la metodología del marco lógico. Por último, el trabajo plantea las conclusiones, las recomendaciones y los anexos.

## **2. Justificación y relevancia de la intervención**

Los datos cualicuantitativos de los contextos específicos del mercado de ADEPCOCA, proporcionan información pertinente para los proyectos de intervención que tenga la incidencia y el impacto en la modificación del problema diagnosticado.

La información cualicuantitativa además de descubrir las causas de los problemas, identifica variables y categorías traducidas en una sistemática teórica para intervenir con



pertinencia y de forma oportuna en los lugares de producción y comercialización de la hoja de coca.

La metodología de intervención tiene dos dimensiones: 1. Se apoya en la gerencia social (marco lógico). Y 2. En una educación social. La primera contribuye con herramientas necesarias en el diseño y evaluación de proyectos sociales, la segunda se refiere a la sensibilización, capacitación y formación con un enfoque social y cultural que toma en cuenta las experiencias y saberes de los actores sociales involucrados en la producción y comercialización de la hoja de coca. Estas experiencias deben ser fusionadas con la tecnología de máquinas<sup>1</sup>: una fusión entre tradición y modernidad. El objetivo meta en la práctica está orientada a transformar el estado de la situación inicial de la Regional Inquisivi con bajos niveles en el manejo y tratamiento de la hoja de coca y convertirla en una Regional con niveles óptimos de calidad en el proceso mencionado que significa un producto de calidad y mejora en los ingresos económicos de los actores sociales y mejor calidad de vida, mediado por un conocimiento técnico especializado y asistido desde la cosecha, secado, seleccionado, *mat'achado* y empaquetado.

La importancia del presente trabajo radica en contribuir en la sociología de la coca vinculada a la gestión de proyectos socio-productivos. De otra forma, existe una sociología de la coca que se refiere a la producción y la comercialización aunque esta última no bien profundizada, pero también los estudios abordan sobre las luchas sociales y culturales de la coca. Sin embargo, existen muy pocos estudios referidos al manejo y el tratamiento de la hoja de coca, específicamente sobre la clasificación y selección de la misma. Por lo tanto, este trabajo contribuye en la sociología de la coca desde la gestión de proyectos sociales para la mejora de la calidad de la hoja de coca, desde la cosecha hasta la puesta al mercado para el consumo. El enfoque parte desde la experiencia vivencial y el conocimiento sociológico vinculado a la producción y comercialización de la coca. La parte social se puede considerar cómo esta clasificación de la hoja de coca también muestra la clasificación de los diferentes mercados y los estratos sociales y sus consumidores con sus

---

<sup>1</sup> En este trabajo se entiende por *tecnología de máquinas* aquella tecnología productiva al medio y al uso de los productores que no dañe el medio ambiente. No se refiere a una tecnología sofisticada sino a la tecnología que responde a las necesidades productivas del medio.

respectivas preferencias. Por ejemplo: en Argentina se consume con preferencia la hoja de coca “elegida” y “hojeada”, en el departamento de Santa Cruz se consume con preferencia la hoja de coca “mediana especial” y “mediana común” y en Potosí se consume la hoja de coca “segunda”; en lo económico esta diferenciación se traduce también en los precios. Es decir, los estratos sociales consumen de acuerdo a sus ingresos económicos.

# **CAPÍTULO UNO: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA**

## **1. Identificación del problema**

Desde el punto de vista histórico, durante muchos años, se ha ido realizando la comercialización de la hoja de coca y se han utilizado mecanismos de comercialización en beneficio de los sectores dominantes (terratenientes), se vio la rentabilidad elevada que tiene el cultivo de la coca, por su gran demanda y escaso requerimiento de inversión y su ventaja de producción que es la cosecha de tres a cuatro veces al año.

Como menciona (Laura: 2008, 57), se funda la República y la primera preocupación fue la integración de carreteras, en 1830 se conforma la Sociedad de Propietarios de Yungas (SPY) con el objetivo de la apertura y mantenimiento de los caminos y éstos que se encargaban del cobro de peaje; se constituyeron en un poder económico, social y político. El ingreso económico recaudado por la SPY, por el tránsito de los comerciantes fue cuantioso. Ya por 1880 a 1900 se crean instituciones como “Coriguayco”, “Quinas Cusillani” cuyo fin era también incentivar la producción y comercialización de la hoja de coca, pero éstas también estaban patrocinadas por los terratenientes. Por esta razón se podía deducir que poseían un carácter excluyente, por lo tanto, expresaban un poder social representativo de la oligarquía.

Por otro lado, el gobierno a la cabeza de José Ballivian antes de 1953 muestra su posición con respecto a la coca y proyecta la creación del Banco de la Coca, demostrando que existía la intención de apoyar la centralización y el monopolio de todo el proceso de comercialización, para poder así acrecentar su poder económico y político. Proyecto que no llegó a realizarse (Laura, 2008: 57).

Después de 1953, la Reforma Agraria puso fin al trabajo de los colonos, los terratenientes tuvieron que abandonar sus cocalas y la producción de coca pasó enteramente a manos de los campesinos. Hoy en día no solamente controlan el comercio de coca, ésta se extiende hasta el Mercado Legal de la Hoja de Coca en Villa Fátima, en la ciudad de La Paz, de donde se distribuye a todo el país y hasta el exterior, utilizando, de esta forma, nuevos mecanismos de comercialización de la hoja de coca yungueña.

La comercialización de la hoja de coca no sólo se reduce a un simple hecho de oferta y demanda como el resto de productos o bienes, sino que posee características particulares, donde se fue conformando redes de actores, pero ya no de tipo dominante como el de los terratenientes; ahora esta actividad de la comercialización y producción pasó a manos de los socios. Los socios son los productores de la hoja de coca; también se debe señalar que la etapa de la comercialización no solamente está controlada por los productores, sino por los comerciantes que no necesariamente son productores, sino que también se dedican netamente a la comercialización de este producto.

Por lo que se puede observar, se fue conformando una red compleja donde existen diversos actores sociales en la que se encuentran: detallistas, productores al detalle, revendedores dentro el mercado. Acopiadores en las comunidades y comerciantes al detalle sin licencia, los mismos, nacen por vínculos de lazos de parentesco o amistades de los yungas. Los productores que determinan la comercialización de la coca en los años posteriores a 1953 y la comercialización del mismo producto en los años 2013 -2014.

En la actualidad se percibe que existen diferentes calidades de hojas de coca en el manejo y tratamiento de la misma, para la comercialización y distribución en el mercado de ADEPCOCA. Lo anterior se puede apreciar, además, en las diferentes Regionales y mercados a nivel local y departamental. Es decir, no existe un tratamiento homogéneo en las unidades de comercialización. Existen sectores atrasados, medios y avanzados en lo que se refiere al tratamiento de la hoja de coca. Algunos grupos realizan de forma más natural y otros de forma artificial utilizando tecnología productiva.

## **2. Delimitación del objeto de estudio**

### **2.1. Delimitación Espacial**

La delimitación del espacio para el presente estudio, se encuentra en el departamento de La Paz en la provincia Inquisivi y la Regional del mismo nombre (ADEPCOCA) Asociación Departamental de Productores de Coca, ubicado en la zona de Villa Fátima que cuenta con su propio mercado. El mismo es un punto de concentración importante para el control de la

hoja de coca yungueña y para su posterior comercialización. Específicamente la Regional Inquisivi que es una de la dieciséis Regionales que existen en los Yungas.

## **2.2. Delimitación Temporal**

Se levantó la información correspondiente desde el 2012 hasta el 2017, empero el diagnóstico y la propuesta del presente trabajo se precisa en el tercer trimestre del presente año (agosto septiembre y octubre).

## **2.3. Delimitación Poblacional**

Los actores sociales en la presente investigación aplicada, son los que se encuentran inmersos en esta actividad de producción y comercialización que forman parte de la Asociación Departamental de Productores Coca (ADEPCOCA).

- Productores
- Comercializadores
- Jornaleros
- Dirigentes de ADEPCOCA

## **2.3. Delimitación temática**

Si bien el proceso de la producción y la comercialización de la hoja de coca abarca desde la fase: 1. Preparación del terreno; 2. La plantación; 3. La cosecha y 4. El mercadeo. El presente estudio delimita el manejo y el tratamiento de la hoja coca desde la cosecha hasta la puesta en el mercado, es decir, en la clasificación y selección de la hoja de coca. Es importante hacer notar que los productores tienen el conocimiento suficiente de la producción desde la fase 1 a la 2, sin embargo, se observa el deficiente conocimiento en las fases 3 y 4.

### **3. Definición del problema**

#### **3.1. Formulación del problema**

¿Cuáles son los procesos de manejo y tratamiento de la hoja de coca para la comercialización en la Regional Inquisivi del mercado de ADEPCOCA del Departamento de La Paz?

#### **3.2. Pregunta Específicas**

3.2.1. ¿Qué técnicas se utilizan en el manejo y tratamiento de la hoja de coca para la puesta en el mercado en la Regional Inquisivi del mercado de ADEPCOCA?

3.2.2. ¿Qué inconvenientes se presentan en el manejo y tratamiento de la hoja de coca para la puesta en la Regional Inquisivi del mercado el mercado de ADEPCOCA?

3.2.3. ¿Cuál son los roles de los actores sociales en el proceso de tratamiento de la hoja de coca para su comercialización en la Regional Inquisivi del mercado de ADEPCOCA?

### **4. Objetivos**

#### **4.1. Objetivo general**

Caracterizar los procesos de manejo y tratamiento de la hoja de coca para la comercialización en la Regional Inquisivi en el mercado de ADEPCOCA del Departamento de La Paz

#### **4.2. Objetivo específicos**

1. Establecer las técnicas que se realizan en el tratamiento de la hoja de coca para la puesta en el mercado en la Regional Inquisivi del mercado de ADEPCOCA.
2. Identificar los inconvenientes que se presentan en el tratamiento de la hoja de coca para la puesta en la Regional Inquisivi del mercado de ADEPCOCA.

3. Indagar los roles de los actores sociales en el proceso de tratamiento de la hoja de coca para su comercialización en la Regional Inquisivi el mercado de ADEPCOCA.

## 5. Operacionalización de variables

### CUADRO UNO

EVENTO	VARIABLES	INDICADORES	SUB INDICADORES	INSTRUMENTOS
Procesos del manejo y tratamiento de la hoja de coca	Técnicas en el tratamiento	- Cosecha	- Trabajo selectivo - Trabajo común	Cuestionarios y entrevistas
		- Clasificación y selección	- Color - Olor - Tamaño - forma	
		- Secado	- En cachi - En red	
		- Almacenado	- Tipo de ambiente	
		- Mat'achado	- Natural - artificial	
		- empaquetado	- tipo de material	
	Factores e Inconvenientes en el tratamiento	- Falta de mano de obra	- Para la cosecha - Para la selección y mat'achado - Para el empaquetado	Cuestionarios y entrevistas
		- Condiciones climáticas	- Lluvia - Soleado - Nublado	
		- Tecnología productiva	- Máquinas para cernir y otras	
		- Falta de información y capacitación	- Ausencia - Presencia	
		- Inversión económica	- Con inversión - Sin inversión	
	Roles de los actores sociales en el proceso del tratamiento	- Jornaleros	- Cosecha - Clasificación y selección - Empaquetado	Cuestionarios y entrevistas
		- Familia	- Padre - Madre - Hijos	
		- Compadrazgos	- Ayni (colaboración)	
		- Dirigentes	- Organización social	
- Comerciantes rescatista		- Prestamos económicos		



## **CAPÍTULO DOS: MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO**

La producción, el manejo, el tratamiento, la comercialización y el consumo de la hoja de coca se comprenden a partir de una contextualización sucinta. Por lo tanto, los ejes temáticos son los aspectos, económicos, jurídicos y sociales forman una unidad que enfoca la problemática de la coca en un contexto específico como es la Regional Inquisivi ADEPCOCA.

### **1. Producción, comercialización y consumo de la hoja de coca en Bolivia**

La zona tradicionalmente productora de la hoja de coca en Bolivia se encuentra en los yungas del departamento de La Paz y entre sus comunidades formaron colonias para cultivar la hoja de coca y frutas tropicales. Como se puede observar hasta hoy en día esta región sigue siendo fuente principal de ambos productos; aunque la preferencia se ha inclinado por la producción de la hoja de coca por la diferencia de precios y la rentabilidad del producto.

“Se conocen vestigios del empleo y cultivo de la hoja de coca en épocas posteriores, desde el año 320, y durante el desarrollo regional de Tiwanaku, considerando a la coca como integrante del espacio geográfico Andino... La coca ha sido cultivada en las regiones de los Yungas de La Paz y de Cochabamba desde tiempos prehispánicos. Algunos investigadores afirman que la coca de Los Yungas era comercializada en el altiplano ya desde el cuarto periodo de Tiwanaku (375-715 años)” (Paño, 2012: 33).

La fundación de la República se caracteriza por el sistema feudal, la formación social fue la yuxtaposición del modo de producción originario y el inicio del capitalismo.

“En 1825 Bolivia hereda el sistema feudal de los españoles, hasta 1950 Bolivia todavía estaba relacionada con la agricultura, lo que muestra que sus relaciones económicas eran de tipo feudal, los diferentes sistemas de comercialización jamás

permanecen estáticos, estos evolucionan y desarrollan junto con los cambios económico-sociales y culturales que se operan en el país.” (Ustariz y Mendoza-1982: 9)

Como es bien sabido, la región de los Yungas de La Paz es un área tradicional delimitada hoy en día por el cordón tradicional enmarcado dentro de lo que se llama una producción tradicional, por lo tanto legal.

## **2. Consideraciones generales para el surgimiento del rescatismo de la hoja de coca.**

La temática de la comercialización tiene una amplitud de definiciones. Sin embargo, cuando se habla de la misma en esta investigación, está referida específicamente al manejo y tratamiento de la hoja de coca para el mercadeo.

A pesar de la interpretación tradicional de que los Incas monopolizaban la producción de la hoja de coca, Parkerson señala lo contrario donde demuestra que existían cocaleros de propiedad individual.

“Los grupos locales tenían cultivos de coca que ya producían antes de la conquista de los incas. A otros que carecían de plantaciones de coca, los incas les permitían acceder a ellas y se enviaban grupos de colonos conocidos como ‘mitimaquna’ a ‘mitimaes’ con el fin de cultivar coca para las comunidades locales. Los grupos que no tenían acceso a los cocaleros, obtenían la coca comerciando con sus vecinos” (Parkerson 1980: 79)

Desde hace tiempo empieza a surgir el intercambio, posteriormente fue el rescatismo y hoy se le llama la comercialización. Inicialmente fue el indio enfeudado el que generaba las riquezas pero no para beneficio propio si no que era para su patrón para el señor feudal, los mayordomos de los señores feudales eran quienes manejaban la producción cosechada para luego comercializarla, dándole un matiz muy claro, entonces hoy en día es conocida la comercialización.

“En estas condiciones, que generalmente vivía en la ciudad... Tenía suficiente con la explotación feudal a la que sometía al ‘indio enfeudado’, quien con su trabajo le generaba todas sus riquezas. Hasta la promulgación de la Reforma Agraria, era el

señor feudal, a través de sus mayordomos o administradores, el que comercializaba en lo fundamental los productos agrícolas. También una parte colocaba productos en las empresas mineras de los grandes barones del estaño” (Ustariz y Mendoza-1982: 10).

Aunque han pasado tantos años este feudalismo parece seguir latente porque las fuerzas productivas son de un tipo de cultivo de minifundio; en la producción de la coca no se puede producir a una gran escala porque requiere mucha mano de obra, y sobre todo porque la región yungueña es un área geográfica accidentada, donde no se pueden utilizar maquinaria para la intensificación de la agricultura, por otra parte, ya no existen propietarios con grandes extensiones de tierra y se puede ver que el surco-fundio que ya es una característica de la zona: “La coca, como el café, es un clásico de cultivo de minifundio, porque requiere mucha mano de obra, y ciertas etapas en la producción, sobre todo la cosecha, son resistentes a la mecanización...” (Spedding-1994: 38).

En ese entonces (en la época de las haciendas), se puede ver que ya existía la propiedad parcelaria, llamada también propiedad de los piqueros<sup>2</sup> que coexistían con la propiedad feudal; los que colocaban sus productos en las ferias cantonales de aquellas épocas.

“...Es posible que el “piquero” llevase su producto directamente a la feria, como también contamos con antecedentes de que el rescatista operaba ya en aquella época al pie de finca e iba de finca en finca a acopiar productos, primero para su consumo personal, y después para la venta en el mercado de ferias... Aunque los márgenes de ganancia no fueron seguramente muy significativos, aun así ya tenían la posibilidad de racionalizar cada vez más su actividad netamente comercial y de ir acumulando cierto “capital comercial”. (Ustariz y Mendoza- 1982: 10)

Ustariz y Mendoza señalan que el trueque se iba transformando en un comercio peculiar, debido a las ganancias y a la especialización para vivir de esta actividad, así que el piquero que salía de la comunidad y en la feria podía colocar sus productos a precios más ventajosos que si lo hiciera al pie de la finca; más tarde se da cuenta que si lleva mayor

---

<sup>2</sup> Piqueros: palabra para designar aquellos propietarios que tenían sus pequeñas extensiones de tierra, como un enclave en medio de la propiedad feudal.

cantidad de productos sus posibilidades de ganancia eran mayores. Para este fin empezaba a crear su pequeña infraestructura, mayor número de animales de carga, costales y ya de regreso obteniendo algunos productos que les eran necesarios a los campesinos. Esto le permitía acumular poco a poco cierto capital para dedicarse más tarde exclusivamente a este fin, abandonando completamente la producción (Ustariz y Mendoza-1982: 11).

El rescatismo se fue consolidando después de la Reforma Agraria la dedicación netamente al trueque ya era con fines netamente comerciales, llevaba artículos requeridos por los campesinos, tales como coca, azúcar, pan, alcohol y otros productos. Y sobre todo la desigualdad de equivalencia de los valores de cambio, puede ser considerado como el germen del surgimiento del verdadero rescatismo

### **3. La comercialización de la hoja de coca**

Muchos autores han realizado estudios sobre la hoja de coca, es un tema muy conocido por los diferentes investigadores y uno de estos es Laura, quien señala que dentro de las microrregiones del Departamento de La Paz, se hallan los yungas, espacio fundamental de la producción de la coca que tuvo y aún tiene gran importancia económica, social, cultural y política. (Laura 2008.51)

A raíz del consumo de la hoja de coca en grandes cantidades por los trabajadores indígenas en la época colonial se incrementó tanto la producción como el consumo, la hoja de coca se convirtió en un elemento esencial activo en la movilización de la fuerza de trabajo.

Carter y Mamani en su libro: *Coca en Bolivia*, hacen un profundo estudio sobre el consumo y usos de la coca en sus diversas maneras y formas de consumo, los cuales son los principales motivadores para la comercialización de la hoja de coca:

“La coca es un artículo indispensable que posibilita los buenos modales, la petición de un favor, el trato de los negocios en la comunidad, e incluso el inicio de conversaciones casuales en los caminos. Suaviza las relaciones sociales básicas de la misma manera que los cigarrillos o el whisky en la moderna sociedad urbana. Sirve para cerrar un contrato, facilitar una reunión entre amigos, estimular la conversación en reuniones y asambleas; ayuda a restablecer la armonía en

situaciones conflictivas; es útil en las visitas de cortesía, en las transferencias de poderes y en toda clase de rituales legitimadores de la estructura de la sociedad rural. Tal práctica es corriente también en el Perú” (Carter y Mamani- 1986:241)

El comercio de la coca ha sido tomado como uno de los rubros más importantes y lucrativos en Sud América, pero la dinámica de producción y consumo no era tan directo, debía necesariamente atravesar la intermediación, es decir el comercio.

“...es bien sabido que la región de la coca es el ramo comercial, nervioso y principal que tiene la ciudad de La Paz, y que de él están pendiente los demás tráficos del reino, como parte accesoria. La costa por sus licores, el Cuzco por sus azucares, Cochabamba y sus demás valles por sus granos; todos necesitan que la coca subsista y se mantenga en un buen pie de valor y estimación porque la hoja es el alma de este gran cuerpo” (Peñaloza, 1948: 134)

Se pueden ver también que la minería siempre marchó de la mano con lo que es la producción y comercialización de la hoja de coca destinada al consumo, y se atribuye que la misma, da fuerza al trabajador y una capacidad de concentración.

“...se deduce que la caída de la producción de la plata a fines del periodo colonial, provocó en los Yungas la reducción del número de haciendas, posiblemente la disminución de la fuerza de trabajo tanto de yanaconas, peones, así como indios de ayllus y la reducción relativa en la producción de la hoja de coca y la disminución del comercio interno entre norte y sur, fue un resultado directo de la crisis de la minería.”(Laura, 2008.53)

Este mismo autor, afirma que la importancia de la hoja de coca se mantiene en el mercado interno, porque no depende exclusivamente de las minas, la coca tiene circuitos alternativos al de la minería, hay una relativa autonomía de la producción de la coca por la diversidad y amplitud de su mercado de consumo. Además este producto puede realizarse en el mercado agrario y en otros y no necesariamente a través del comercio sino por medios de intercambios no monetarios.

Sin embargo, en muchos estudios sobre el caso dicen que la coincidencia del “boom” minero y de la producción de coca, sugiere poderosamente la existencia de una relación directa entre ambas. Al parecer tenía mucha relación porque la producción tanto la comercialización de la hoja de coca tenía sus altas y bajos en diferentes tiempos, aunque en la actualidad parece estar superando esta relación con la minería, por la socialización y conocimiento benéfico de la hoja de coca.

Como hace referencia Carter y Mamani que había una población, aceptada por el consumo de coca en indígenas pero también existía una población no indígena escéptica con relación al consumo, aunque este escepticismo no les impidió en absoluto en participar en su comercialización ni en ocasiones, en su consumo: “...los españoles rápidamente se percataron de la posibilidad de un ventajoso negocio, asumiendo el control de la comercialización de la coca mediante el sistema de la encomienda...” (Carter y Mamani 1986: 71).

Como se puede apreciar la comercialización ha sido y es una actividad muy atractiva por los altos rendimientos económicos desde hace mucho tiempo. Puede que no sólo sea por lo económico, sino también por ser un trabajo por cuenta propia.

Se puede entender que los trabajadores por cuenta propia no dependen de nadie, poseen su propia fuerza de trabajo y su capital, en base a lo cual organizan su actividad económica a nivel de la producción y la comercialización; este es el caso de los comerciantes de la hoja de coca los mismos no dependen de un sueldo mensual, sino de sus ganancias que les da al día esta actividad; en algunos casos es donde se necesita de otro tipo de mano de obra que no es difícil de conseguir por la buena remuneración, la misma que está relacionado con el comercio de la hoja de coca.

#### **4. La comercialización de la hoja de coca en el mercado de ADEPCOCA.**

La comercialización de la hoja de coca se ha ido expandiendo en los mercados internos como externos, los principales canales de distribución son los diferentes tipos de

comerciantes ubicados en el mercado de (ADEPCOCA) Asociación Departamental de Productores de Coca. Se puede observar, por otra parte, diferentes tipos de comerciantes, desde comerciantes con un capital importante a comerciantes con pequeño capital. Comerciantes que tienen una relación fija o consolidada son detallistas y/o compradores los que se dedican a comprar coca en cantidad y tener ya listo para su llegada del comprador o caso contrario enviar con una comisión<sup>3</sup> hasta el lugar que ellos hayan determinado, como también personas o comerciantes que compran del mercado y lo revenden en el mismo mercado ganando una cantidad determinada por “taque”.<sup>4</sup> Y por último, las personas con pequeño capital que se dedican a comprar las libras que les ha sobrado a los productores y ellos pueden revender al raleo, libra por libra.

Se ve la mucha afluencia al mercado de ADEPCOCA<sup>5</sup> por todo tipo de personas que llevan en pequeñas cantidades desde una libra, que es para el consumo diario hasta quince libras para adelante, lo anterior es para la reventa en los puestos tiendas y ferias. Esta actividad de comercialización ha creado relaciones interesantes de redes sociales en torno a la comercialización de la hoja de coca, estos lazos articulados de una manera integrada.

Este proceso de reivindicación y el logro de este reglamento de comercialización, señala Rivera, fue por la lucha de los yungueños.

Como señala Rivera, empieza a desarrollarse las reivindicaciones de los cocaleros, en los últimos tiempos, las mismas giraban en torno a dos ejes: la Ley 1008 y el Reglamento de Comercialización y una de las propuestas fundamentales se refiere al artículo 20 sobre los mercados legales de la hoja de coca donde se impugna a la convención de ginebra de 1961 (y su versión modificada en Viena en 1988) que es el obstáculo para la comercialización de la hoja de coca:

---

<sup>3</sup> Se refiere a las personas encargadas de llevar coca para un negociante ajeno. Desde el mercado de ADEPCOCA hasta los diferentes (departamentos) necesariamente con licencias, la cantidad por persona es de 10 taques.

<sup>4</sup> Taque: es una unidad de medida que representa (cincuenta) 50 libras de hoja de coca en su estado natural. (Reglamento de la Ley 906).

<sup>5</sup> Véase los antecedentes de ADEPCOCA en el Capítulo Tres en este trabajo: Marco Institucional

“... con todos estos argumentos, y a través de prolongadas reuniones la negociación de la organización cocalera logró finalmente algunos avances, con la aprobación de un nuevo reglamento de Comercialización, aunque quedó estancada en los temas centrales: de derogación de varios artículos de la ley 1008 y la impugnación del Artículo 49 de la Convención de Ginebra. Estos temas ya no dependen del Ejecutivo, sino del Parlamento y, en realidad de la correlación de fuerzas que logre la sociedad boliviana frente a la embajada y el gobierno de los Estados Unidos, que se empeña en proseguir con una política ostensiblemente fracasada...”(Rivera-2003: 65).

Ya posteriormente para el año 2006 del 16 de junio sale el anterior Reglamento de Circulación y Comercialización de la Hoja De Coca en su estado natural con la Resolución Ministerial N° 112. Contando ya en el mercado de ADEPCOCA con esta nueva Resolución para todos los comerciantes y productores con este Reglamento de Comercialización:

#### CONSIDERANDO

“Que el nuevo reglamento de circulación y comercialización de la Hoja de Coca en su estado natural, ha sido elaborado contemplando las previsiones de la Ley N° 1008, su decreto supremo reglamentario, en consenso de los productores de la hoja de coca y comerciantes minoristas” (Reglamento de circulación y comercialización de la hoja de coca en su estado natural: La Paz, 16 de junio de 2006)

Y el 10 de enero de 2013 se logra la despenalización del acullico, y se realiza una denuncia a la Convención de 1961, para luego solicitar la adhesión con reserva a las disposiciones que prohíben el masticado de la hoja de coca:

“...El Estado plurinacional de Bolivia se reserva el derecho de permitir en su territorio la masticación tradicional de la hoja de coca, el consumo y uso de la hoja de coca en su estado natural para fines culturales y medicinales, como su uso en



infusión, el comercio y la posesión de la hoja de coca para esos propósitos lícitos..”  
(Cuaderno de Formación: N°16, s. a.)

Asimismo:

“El mercado legal de la hoja de coca sobre todo para el acullico- es sin duda un mercado en expansión, pero parece tener focos más dinámicos en las grandes ciudades (donde no sólo migrantes rurales sino sectores urbanos medios y altos han comenzado a consumirla) así como en varias regiones fronterizas del país, lo que pone en evidencia la recuperación de mercados potenciales...” (Rivera-2003:66)

En el mercado de la coca se puede ver día a día a los comerciantes más conocidos con una relación social muy estable con los productores, los cuales tienen ya conocidos a sus “caseritos”, por más que otro le ofrezca pagarle un poco más, no aceptan porque dicen: *cuando hay harta coca él / ella siempre me salva*. Aquí juega un papel muy importante el dinamismo de la oferta y demanda dentro del mercado, cuando sube el precio de la coca considerablemente, los productores se olvidan de sus caseros (casero es la persona de la que usualmente compra o vende) y lo venden al comprador que oferta y paga un mejor precio.

Para observar los mecanismos de la comercialización de la hoja de coca está contemplado cinco puntos importantes que son: 1. El tratamiento de la hoja de coca, 2. Los canales de distribución de la hoja de coca, 3. mercados y destinos para la hoja de coca, 4. El capital destinado o empleado para la comercialización de la hoja de coca y 5. Las relaciones sociales tejidas en torno a la comercialización de la hoja de coca. Para lo cual es necesario desanudar estos puntos coherentemente. En el plano comercial o económico se ve específicamente el capital de inversión para la comercialización de la hoja de coca, donde se visualiza una estructura jerárquica en la comercialización de la hoja de coca con relación a la capacidad de posesión o accesibilidad al monto de capital que estos diferentes comerciantes poseen.

En el mercado de la hoja de coca yungueña, en la Asociación Departamental de productores de coca (ADEPCOCA), se puede observar estas cinco variables (mecanismos de

comercialización) para ver los mecanismos de comercialización de la hoja de coca yungueña.

El mercado como espacio de comercio, presenta también relaciones sociales en el que interactúan los sujetos involucrados. Por lo tanto, el factor económico da paso al factor social y psicológico de entendimiento entre las personas que hacen la vida cotidiana del mercado, es decir de los productores, comercializadores, dirigentes y jornaleros.

En las *relaciones sociales*, un aspecto importante son los intercambios y que estas podrían tener un aspecto simbólico y uno de recursos materiales. Este hecho resulta vital si se quiere entender lo que sucede en un espacio donde se combinan el asentamiento de comerciantes y la interacción diaria entre sujetos que si bien no permanecen en el espacio, habitan en él o tienen varias formas de vincularse con él.

Al hecho de encontrarse cara a cara con los sujetos en el día a día, implica la existencia de lo que se denomina “sociabilidad”. La noción de sociabilidad juega un papel importante. Por tanto, cuando hablamos de interacción social cara a cara hablamos de una forma de entender los vínculos sociales que implican formas de sociabilidad:

“Lo que es propiamente la ‘sociedad’ consiste en el estar uno con el otro y uno contra el otro por medio de las cuales los contenidos y los intereses individuales experimentan una formación o fomentación a través del impulso o la finalidad. Estas formas adquieren ahora una vida propia, se convierten en ejercicio libre de todas las raíces materiales, que se efectúa puramente por sí mismo y por atractivo que irradia esta libertad: este fenómeno es el de la sociabilidad” (Simmel, 2002: 82).

Las prácticas sociales se estructuran en correspondencia de la consolidación de relaciones de fuerza entre sujetos, las relaciones de fuerza se dan dentro del contexto del obrar cotidiano, esta idea de relaciones de fuerza no significa lo mismo que dominación. El poder

se está tomado en cuenta como la capacidad que existe en plano micro social y su coexistencia con la libertad. Las relaciones sociales en la cotidianidad de los involucrados en la producción y comercialización de la coca se presenta algunos conflictos como ser: egoísmo, mal trato, mediados por la competencia del propio mercado.

“...En las relaciones humanas, sean cuales sean ya se trate de una comunicación verbal... o de relaciones amorosas, institucionales o económicas, el poder está siempre presente: me refiero a cualquier tipo de relaciones en la que uno intenta dirigir la conducta del otro. Estas relaciones son por tanto relaciones que se pueden encontrar en situaciones distintas y bajo diferentes formas; estas relaciones de poder son relaciones móviles, es decir pueden modificarse, no estar determinadas de una vez por todas” (Foucault. 1994: 125- 226)

En las relaciones sociales se entrelazan vínculos entre amigos, vecinos, compañeros de trabajo.

En el ámbito de la sociología –Félix Requena explica– se encuentra la denominada “teoría de las redes sociales”. Esta se interesa en los vínculos sociales que se entretajan entre uno y otro sujeto como por ejemplo: el de los amigos, vecinos, compañeros de trabajo. Entiende que lo social pasa por la consolidación de estructuras o vínculos establecidos entre uno y otro sujeto, a estas vinculaciones, en las que el sujeto se halla inmerso, las llama “estructura de relaciones”.<sup>6</sup>

Se observa que toda relación social articulada por un todo a partir de vínculos sociales forman parte de relaciones de fuerza que la contienen, estos últimos se expresan en la dificultad de pensar en el poder desde el ámbito de una estructura institucionalizada y más bien, el poder se relaciona desde las relaciones micro entabladas, es decir, desde el obrar más que las de la estructura. Al encontrarse con mercados más evolucionados, le permite también conocer formas más evolucionadas de comercialización donde empiezan a entablar

---

<sup>6</sup> Véase: Requena Santos, Félix: *Grano de oro y asalto, primeras experiencias de la quinua*. Cochabamba: CENDA.

relaciones culturales y sociales, en algunos casos relaciones de compadrazgo, relaciones amistosas, etc. La sociabilidad nos remite a la interacción de sujeto a sujeto. La interacción recíproca entre sujetos es una cuestión del ahora del “estar juntos”.

Para Simmel (2002) la sociabilidad tiene muy poco que ver con las estructuras objetivas de la personalidad que el sujeto pueda poseer. Fuera de lo actual, la sociabilidad no reconoce otra cosa en el momento en que implica la interacción. Las finalidades objetivas de la acción inscritas en el espacio social son limitadas.

La sociabilidad apunta al estar uno con el otro, en la interacción social se da la “escenificación”, que ve a las relaciones horizontales aun cuando éstas objetivamente no se presenten así (Simmel, 2002: 88).

La sociabilidad y la interacción social son las relaciones que se despliegan unos con otros en la cotidianidad o en función de los objetivos que conlleva las relaciones sociales en el proceso de producción, de comercialización y consumo.

## **5. Aspectos jurídicos y legales de la coca**

El análisis de los aspectos jurídicos tiene una relación directa e indirecta con el tema y/o problema de investigación que es el *manejo y tratamiento de la hoja de coca* para la comercialización en la Regional Inquisivi y el mercado de ADEPCOCA. Por un lado, este acápite ayuda en la configuración contextual referida a la coca por parte de las leyes en cuestión, en sus concepciones y definiciones, sus usos, desde la producción, la cosecha y la post cosecha; en este proceso se delimita la investigación aplicada. Por otro lado, específicamente las leyes y el reglamento de la misma consideran el Acullicu, el pijcheo, los usos medicinales, usos alimenticios, aspectos que tienen que ver con las normas de calidad e higiene. Además, la provincia Inquisivi figura como zona originaria y ancestral y se reconoce las 16 Regionales de los Yungas de La Paz a la misma ADEPCOCA.

Dos leyes hasta la fecha legislan y regulan la producción, circulación y comercialización de la coca, estas son: la Ley N° 1008 y la Ley General de la Coca, Ley N° 906, del 8 de marzo de 2017. Las mismas establecen la normativa y sus respectivos reglamentos.

### **5.1. La Ley 1008 del Régimen de la Coca y Sustancias Controladas**

La Ley 1008 del Régimen de la Coca y Sustancias Controladas, promulgada el 19 de julio de 1988, por Víctor Paz Estenssoro, aborda sobre el régimen de la hoja de coca, de las normas generales y las respectivas definiciones de la producción, la circulación y comercialización de la coca, además de otros aspectos con su respectiva reglamentación.

La Ley en cuestión, hace una diferencia entre estado natural y el alcaloide; específicamente en el artículo 3° "... establece una diferencia esencial entre la coca en estado natural, que no produce efectos nocivos a la salud humana y la coca "Iter criminis"<sup>6</sup>, que es la hoja en proceso de transformación química que aísla el alcaloide cocaína y que produce efectos psicofisiológicos y biológicos nocivos para la salud humana y es utilizada criminalmente".

Por otra parte, la Ley 1008 establece el uso lícito de la coca (consumo tradicional "acullico") y el uso ilícito de la coca (procesamiento químico, separación del alcaloide). Asimismo, define las zonas de producción de coca en el país: zona de producción tradicional (zona de los yungas determinados por la ley), zona de producción excedentaria (zona del Chapare y otros determinados por la ley), zona de producción ilícita. (Áreas donde está prohibido el cultivo de coca).

Además, uno de los artículos más polémicos fue el Artículo 29° "El poder ejecutivo determinará periódicamente la cantidad de coca necesaria para cubrir la demanda del consumo tradicional y la establecida en el artículo 5°, la misma que no podrá exceder la producción equivalente a un área de 12.000 hectáreas de cultivo de coca, teniendo en cuenta el rendimiento de la zona tradicional."

---

<sup>6</sup> "Iter criminis" locución latina que significa "camino del delito".

## 5.2. La Ley General de la Coca, Ley N° 906

La Ley General de la Coca, Ley N° 906, promulgada el 8 de marzo de 2017, por Juan Evo Morales Ayma, señala: La Nueva Ley General de la Coca –expuesto en un extracto en este documento de los puntos relacionados con el tema de investigación–, establece una nueva política con relación a la coca:

La nueva Ley de la coca amplía las definiciones de la misma, referidas en la Ley 1008

### ARTICULO 5 (DEFINICIONES).

Coca. Conocida ancestralmente como “inalmama”, es la planta milenaria que comprende desde la semilla, raíz, tallo, rama, hoja de flor utilizada en actividades rituales, sociales, económicas, comunitarias, culturales, medicinales, alimenticias, investigativas e industriales;

Coca ecológica. Es la producción de coca bajo sistemas de producción tradicional y ancestral sin el uso de productos botánicos o bioinsumos, ni el uso de productos químicos;

Coca orgánica. Es la producción de coca que incluye el uso de productos botánicos o bioinsumos, así como el uso de productos químicos con etiqueta verde;

Comerciante al detalle. Es la persona natural que se dedica a la actividad de comercialización de la hoja de coca en su estado natural, al por menor, desde el mercado autorizado hasta el consumidor final, cumpliendo normas previamente establecidas;

Producción ancestral de la coca. Comprende actividades de almacigado, trasplante, cultivo, cosecha y post-cosecha, deshidratación, mat’achado (rehidratación) y embalaje en origen de la hoja de coca, bajo sistemas consuetudinarios y técnicas productivas transmitidas de generación en generación,...

Productor al detalle. Es el productor de coca autorizado que se dedica además a la comercialización de la hoja de coca en su estado natural, desde el centro de producción al mercado autorizado y hasta el consumidor final, cumpliendo con procedimientos normativos.

Se considera que el Artículo 8. hace énfasis en la asistencia técnica, sin embargo, no existen políticas a corto, mediano plazo para mejorar la producción, la clasificación y selección de la hoja de coca, como figura en el artículo siguiente:

ARTÍCULO 8. (ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO INTEGRAL SUSTENTABLE).

II. el Estado a través de planes, programas y proyectos fomentará el desarrollo integral sustentable de las poblaciones productoras de coca, promoviendo la diversificación de cultivos agrícolas, la asistencia técnica y crediticia, el desarrollo de la industria apertura de mercados y el fortalecimiento de los sistemas de educación, salud, saneamiento básico y la articulación territorial.

Con relación al Acullicu, pijcheo; usos medicinales, usos alimenticios, es necesario hacer notar las normas de calidad e higiene, considerando a la hoja de coca como alimento y su relación con el manejo y tratamiento de la hoja de coca:

ARTICULO 13. (USOS DE LA COCA)

Para efectos de la presente Ley, se reconoce como uso de la coca, las siguientes actividades:

- a) Acullicu, pijcheo,<sup>5</sup> coqueo o boleó. Es la masticación de la hoja de coca en estado natural y es un modo de consumo ancestral y tradicional como símbolo de diálogo, reciprocidad y equilibrio con la naturaleza trascendiendo esta práctica los diferentes estratos sociales del pueblo boliviano;
- b) Usos rituales. Se refiere a las practicas espirituales y Ceremoniales propias de las culturas ancestrales indígena originario campesinas y afrobolivianas, expandidas hacia las poblaciones urbanas;
- c) Usos medicinales. Es el aprovechamiento de las propiedades naturales curativa de la coca, empleadas en la medicina científica, tradicional, ancestral, alternativa e industria farmacéutica.
- d) Usos alimenticios. Como parte de la dieta alimentaria por sus cualidades nutricionales;
- e) Usos investigativos e industriales. Es el empleo de la coca en procesos de investigación orientados a la adquisición de preceptos científicos dirigidos a distintos fines, así como la industrialización que persiga su transformación con la finalidad de añadirle valor agregado.

---

<sup>5</sup> El subrayado y otros, no están en el texto original.

En el Artículo 16 de la vigente Ley, la provincia Inquisivi –zona de estudio del presente trabajo– figura como zona originaria y ancestral:

ARTÍCULO 16. (ZONAS AUTORIZADAS DE PRODUCCIÓN DE COCA)

VI. Las zonas autorizadas comprenden las zonas de producción originaria y ancestral, las zonas de producción originaria y ancestral con registro y catastro, y las zonas con catastro.

VII. Las zonas autorizadas son aquellas en las que se produce coca para satisfacer necesidades de consumo, investigación e industrialización. Los cultivos de coca en estas zonas serán renovables y de por vida, sujeto al cumplimiento de la presente Ley.

VIII. En el departamento de La Paz, la zona autorizada de producción originaria y ancestral, está en parte de las Provincias Nor Yungas, Sud Yungas e Inquisivi. La zona producción originaria y ancestral bajo registro y catastro, está en las Provincias Pedro Domingo Murillo...

X. En el marco del consumo tradicional... las zonas de producción de coca autorizada y delimitada por el Estado, serán hasta de 22.000 hectáreas. En el Departamento de La Paz con una superficie total de hasta 14,300 hectáreas. Y en el Departamento de Cochabamba con una superficie total de hasta 7.700 hectáreas.

Esta nueva Ley en el Artículo 16 parte X, establece y se legaliza 22.000 hectáreas a nivel nacional y específicamente 14,300 hectáreas en los Yungas del departamento de La Paz.

El artículo 24, reconoce a ADEPCOCA:

ARTÍCULO 24. (MERCADOS AUTORIZADOS DE LA HOJA DE COCA).

- I. El ministerio de Desarrollo Rural y tierras, es el único que autoriza, controla y regula los mercados de la hoja de coca.
- II. Se reconoce en el departamento de La Paz, el Mercado de la Asociación Departamental de Productores de Coca-ADEPCOCA, y en el Departamento de Cochabamba, el Mercado de Sacaba.

El Decreto Supremo No 3318 que reglamenta la Nueva Ley General de la Coca, en el mismo está implícito los lineamientos para el almacenado, la clasificación y selección, industrialización de la hoja de coca:



ARTICULO 4 (DEFINICIONES). A los fines de la aplicación del presente Decreto Supremo se entenderán las siguientes definiciones:

c) COCA CHOQUETA. Es la hoja de coca de coloración oscura producto de la lluvia en el proceso de secado, apta para el consumo humano.

p) CENTROS DE PRODUCCIÓN. Son las zonas de producción autorizadas, dentro de las cuales los productores realizan todas las actividades relacionadas a la producción, cosecha y post cosecha de la hoja de coca, pudiendo existir al interior de estas un espacio físico destinado al acopio de la hoja de coca para la generalidad de los productores de la región.

q) INDUSTRIALIZACIÓN. Es el proceso e industrialización de la hoja de coca en su estado natural clasificada y seleccionada para obtener productos derivados.

r) TAQUE. Es una unidad de medida que representa cincuenta (50) libras de hoja de coca en su estado natural.

En el Reglamento de la Ley de la Coca se reconoce las 16 Regionales de los Yungas del departamento de La Paz que pertenecen a ADEPCOCA:

## PRODUCCIÓN

### ARTÍCULO 6 (ZONAS AUTORIZADAS)

- a) En el departamento de La Paz se reconocen Comprende las Comunidades que se encuentran en la Provincia Nor Yungas en parte de los Municipios Coroico y Coripata; en la Provincia Sud Yungas en parte de los Municipios de Chulumani, Irupana, Yanacachi y La Asunta; y en la Provincia Inquisivi en parte de los municipios de Cajuata, Licoma e Inquisivi, conforme al acuerdo entre el Gobierno Nacional y los productores de hoja de coca y su Anexo I (Comisiones I, II y III) (ADEPCOCA-REGIONALES) (COFECAY- FEDERACIONES), firmado el 18 de septiembre del año 2008.

La composición de las organizaciones sindicales de los productores de coca en la zona Originaria y Ancestral es la siguiente. En el Municipio de Coroico por la Federación Nor Yungas-Coroico por la federación Nor Yungas-Coroico con las Regionales Coroico, Suapi Quilo Quilo y Cruz Loma Nueva Esperanza;

- En el Municipio de Coripata por la federación Nor Yungas-Coripata con las Regionales Coripata, Milliguaya, San Juan Tocaróni y Trinidad Pampa y por la Federación La Concordia-Arapata con su Regional Arapata;
- En el Municipio de Chulumani por la Federación Sud Yungas-Chulumani con las Regionales Chulumani y Huanacán;
- En el Municipio de Irupana por la Federación Sud Yungas-Irupana con las Regionales Irupana y Chicaloma;
- En el Municipio de Yanacachi por la Federación Sud Yungas-Yanacachi con su Regional Yanacachi
- En el Municipio de La Asunta por la Federación Sud Yungas-Chamaca con su Regional Chamaca y por la Federación Sud Yungas-La Asunta con su Regional La Asunta;
- En la Provincia Inquisivi por la Federación Inquisivi con su Regional Inquisivi.

El artículo 7, que hace referencia a los límites de las zonas producción, en el mismo, se contempla los municipios de Licoma, Inquisivi y Cajuata que son parte de la Regional Inquisivi y que están legalmente reconocidas:

#### ARTÍCULO 7 (LÍMITES EN LAS ZONAS DE PRODUCCIÓN)

I. En la Federación de Inquisivi, que comprende parte de los municipios de Licoma, Inquisivi y Cajuata las superficies de producción no deben exceder a un (1) cato de dos mil quinientos (2.500) metros cuadrados, conforme a la superficie existente en el registro del Vice Ministerio de Coca y Desarrollo Integral en el marco del Acuerdo entre el Gobierno Nacional y los productores de hoja de coca firmado el 18 de septiembre del año 2008.

En el artículo 8, son reconocidos legalmente los productores de la hoja de coca mediante ADEPCOCA:

#### ARTICULO 8 (CARNET DE PRODUCTOR)

I. En las Provincias Nor Yungas, Sud Yungas, e Inquisivi, el Carnet de Productor será otorgado por la Asociación Departamental de Productores de Coca – ADEPCOCA con una vigencia de cinco (5) años, de acuerdo a sus normas y

procedimientos propios, debiendo remitir el listado actualizado de los carnetizados anualmente al Viceministerio de Coca y Desarrollo Integral para su verificación y registro; en las comunidades que cuenten con registro y catastro se carnetizará en base al registro de productores del Viceministro de Coca y Desarrollo Integral.

En caso de sustitución del registro del productor se da la potestad a la comunidad a la que pertenece para su respectiva acreditación:

#### ARTÍCULO 10 (SUTITUCIÓN DE REGISTRO DE PRODUCTOR).

III. En la Zona originaria y ancestral la sustitución del registro de productor será autorizado por la Organización Social Productora de Coca, previa acreditación de la comunidad a la que pertenezca de acuerdo a normas y procedimientos propios.

El artículo 25, está relacionado con el embalaje y el empaquetado de la hoja de coca, que es la parte última del manejo, tratamiento y selección de la misma, que es la delimitación del presente trabajo de investigación:

#### ARTICULO 25 (EMBALAJE).

- I. Los productores al detalle y comerciantes al detalle que transporten la hoja de coca en su estado natural, desde el mercado autorizado hasta el destino final, deberán consignar en lugar visible de las bolsas de embalaje, los siguientes datos:
  - a) Iniciales del nombre completo del productor al detalle o comerciante al detalle;
  - b) Número de carnet de comercialización;
  - c) Fecha de salida;
  - d) Destino final.
- II. Las empresas de industrialización, instituciones de investigación u otras de similar naturaleza autorizadas que transporten hoja de coca en su estado natural, deberán consignar en lugar visible de las bolsas de embalaje de la hoja de coca, los siguientes datos:
  - a) Nombre completo de la empresa de industrialización, instituto de investigación u otra;

- b) Número de Cédula de Identidad del representante legal;
- c) Fecha de salida;
- d) Destino final. (La Ley General de la Coca, Ley N° 906)

En resumen, algunas conclusiones de los aspectos jurídicos de las leyes y sus reglamentos (1008 y 906), y su relación directa o indirecta con el tema de investigación. Con relación al Acullicu, pijcheo; usos medicinales, usos alimenticios, es necesario hacer notar las normas de calidad e higiene, considerando a la hoja de coca como alimento. Por otra parte, la provincia Inquisivi –zona de estudio del presente trabajo– figura como zona originaria y ancestral. Esta nueva Ley establece y legaliza 22.000 hectáreas a nivel nacional y específicamente 14,300 hectáreas en los Yungas del departamento de La Paz. El Decreto Supremo No 3318 que reglamenta la Nueva Ley General de la Coca, en el mismo está implícito los lineamientos para el almacenado, la clasificación y selección, industrialización de la hoja de coca. En el Reglamento de la Ley de la Coca se reconoce las 16 Regionales de los Yungas de La Paz que pertenecen a ADEPCOCA. Además, se hace referencia a los límites de las zonas producción, en el mismo, se contempla los municipios de Licoma, Inquisivi y Cajuata que son parte de la Regional Inquisivi y que están legalmente reconocidas. Son reconocidos legalmente *los productores de la hoja de coca* mediante ADEPCOCA. En ese sentido, este reglamento está relacionado con el embalaje y el empaquetado de la hoja de coca, que es la parte última del manejo, tratamiento y selección de la misma. Otro aspecto que llama la atención de las dos leyes en cuestión, que se analiza, es que la Ley General de la Coca N° 906 reemplaza y 31 artículos de la Ley 1008 de 19 de julio de 1988.

## **6. Aspectos económicos de la producción y comercialización de la coca**

La economía como ciencia social, ha generado varias categorías para comprender los procesos de producción, distribución, comercialización y el consumo de bienes y servicios. Para entender el proceso de producción y comercialización de la coca es necesario hacer hincapié en algunos conceptos básicos:

“La ciencia económica forma parte de las disciplinas sociales que tienen como objeto de estudio al hombre en sus diversas manifestaciones. Es decir, la Economía estudia al hombre en su lucha por resolver el problema económico... La economía como ciencia social, estudia las actividades de los hombres que viven en sociedad, en tanto que dichas actividades estén aplicadas a la obtención de bienes o recursos dirigidos a la satisfacción de sus necesidades materiales. (Zorrilla, 2013:22).

En esa perspectiva, la economía campesina de la producción y comercialización de la coca tiene aspectos globales y particulares. La economía campesina de la coca está inserta en un proceso de acumulación capitalista. Es decir, la producción y comercialización de la hoja de coca obedece a un contenido de economía capitalista: porque existe la propiedad privada de los medios de producción, la ley de la oferta y la demanda en la dinámica del mercado que regula este proceso. En el mismo, está también presente la competencia, la inversión, la ganancia, etc. Núñez al referirse a la economía campesina, señala que es una economía de subsistencia y/o sobrevivencia, sin embargo la economía campesina de la coca es diferente porque genera excedente económico rentable.

“En la comprensión de economía campesina hay una base de acuerdo a investigadores y operadores respecto a que se trata de un concepto que define situaciones de equivalencia plena entre unidad familiar y unidad económica, se trate de familias nucleares o extendidas en sus diferentes gradaciones. De este modo, el ciclo biológico familiar se equipara con el ciclo biológico del cultivo y de la actividad pecuaria, lo que determina una estrategia de sobrevivencia que aparentemente sólo se orienta por conseguir los recursos para una subsistencia mínima. Estos elementos que definen comportamientos específicos, expresan, al mismo tiempo una realidad intrínseca y propia, destinada a la satisfacción de necesidades y su relación con el mercado, que difiere de la conducta de unidades empresariales convencionales, las cuales responden más a señales de precios, maximización de ganancias, tasas de interés y pautas económicas similares.” (Núñez, 2010: 1)

Como se puede observar la economía campesina, según Nuñez, se refiere a la subsistencia y también complementa que está vinculado al mercado. Como se dijo líneas arriba, la economía de la coca es capitalista en un contexto de un país dependiente y atrasado. En esta lógica de un movimiento y acumulación del capital, es que se debe entender la producción y comercialización de la coca.

Cuando se refiere a la producción y al significado del mercado debemos entender estas categorías de la siguiente forma:

“Producir es transformar la materia. Esta idea de la producción no se refiere tan sólo a una transformación física, sino que consiste en todo lo que tiende a adaptar el objeto a la necesidad y en todo lo que facilita su utilización. Es decir, la forma en que las actividades individuales se coordinan y organizan para realizar la adaptación final de la naturaleza a nuestras necesidades... Hablar de mercado es referirse a todo ese ambiente donde compradores y vendedores están continuamente realizando transacciones económicas ya sea que estas tengan lugar en una oficina, en la bolsa de valores, en un café, en un banco, etc. Toda esa actividad gira en torno a los “precios” que, de acuerdo con su nivel, le estará cerrando la puerta a muchos consumidores, o abriéndolas ampliamente a otros en forma tal que el consumo se incrementa. (Zorrilla, 2013: 86 - 133)

Por otra parte, otra categoría importante para este estudio es el “comercio”:

Se debe entender por comercio la actividad económica que se encarga de la adquisición de los bienes para proceder a su venta. De esta manera; el comercio hace posible que los bienes pasen de las manos de unos productores a otros, o de los productores a los consumidores. (Zorrilla, 2013: 110 - 111).

Como corolario: las categorías de la economía y son muy importantes para entender el proceso de producción y comercialización de la hoja de coca y como subproceso el manejo

y tratamiento de la hoja de coca. Y dentro de la economía campesina distinguir qué es una economía de subsistencia, y otra que genera excedente económico rentable

## **7. Manejo y tratamiento de la hoja de coca**

El manejo y tratamiento de la hoja de coca no es un proceso simple, responde a innovaciones que son determinadas por los mercados y están en función del consumo:

“La conversación con la familia Luna nos mostró cómo los cocaleros afrontaron las exigencias del nuevo mercado, introduciendo innovaciones en el proceso de trabajo, que van desde la cosecha y la selección, al secado y preparación de la hoja. La selección de las hojas, según sus distintos mercados de consumo, se produce primero al cosechar, en equipos de k'ichiris (cosechadores) mayormente formados por mujeres y niños.” (Rivera. 2003:30)

Rivera enfatiza, en lo que se refiere a la clasificación de la hoja de coca, que las Regionales de Yungas más avanzadas, se desarrollaron por la diversificación de los circuitos de mercado.

“La hoja ‘elegida’, que se cultiva en Coripata y Chulumani pero también en la Asunta y Chamaca, es el resultado de fenómenos de fines de la década de los años 80, cuando mucha agua había corrido bajo los puentes en materia de prohibición-tolerancia-legalización del akhulliku de la hoja, así como en la diversificación de sus circuitos de mercado.” (Rivera, 2003:32)

La clasificación de la hoja de coca, data desde la colonia que fue en función de los requerimientos de los consumidores y de la clase social y sus niveles de exigencia. La cita siguiente es muy elocuente:

“La existencia de este mercado estratégico data del periodo colonial, pero adquirió connotaciones modernas –según la investigación citada de Ricardo Abduca– en los años

1920, con el surgimiento de consumidores de sectores medios y altos, que desde entonces abrían demandado una hoja de la más alta calidad. La persistencia de este mercado es conocida por las familias cocaleras en forma directa o indirecta, ya que dedican una parte importante de su tiempo a preparar una hoja de alta calidad, que pueda satisfacer a consumidores exigentes.” (Rivera, 2003:33)

Como se podrá evaluar, la clasificación y selección de la hoja de coca tiene un desarrollo histórico en función de los consumidores, su clase social y el comportamiento económico de los mercados internos y externos.

### **7.1. Cosecha**

En el presente trabajo, el proceso del manejo, tratamiento de la hoja de coca se toma en cuenta desde la fase de la cosecha. Asimismo, en esta fase se destaca el trabajo selectivo y el trabajo común. La cosecha se realiza después del año de la plantación y la producción es de tres a cuatro veces al año de acuerdo a las condiciones climáticas y otros cuidados: riego, fumigado, trabajo en los cicales. En la cosecha interviene el trabajo de mujeres, niños básicamente, también contribuyen adolescentes y jóvenes, con presencia esporádica de los varones adultos. Este proceso, es más familiar, de amistad y el ayni (trabajo comunitario). En este proceso se utiliza más la mano de obra, la misma que es escasa por la demanda de trabajadores. El trabajo selectivo es la cosecha, hoja por hoja, donde no tienen que ser dañadas y arrancadas las “guías” (final de cada rama donde nace otra hoja) de los arbustos de coca; es un trabajo de calidad. El trabajo común es la cosecha en la que los cosechadores van al avance de la cantidad de hoja sin tomar en cuenta el cuidado de las hojas y plantas de coca.

“La primera cosecha de un cultivo de coca se produce en 6 a 12 meses con ayuda de fertilizantes. La cosecha se realiza manualmente, removiendo hoja por hoja toda la masa foliar para su almacenamiento y secado posterior. Normalmente la cosecha es una actividad común que involucra a toda la familia, incluyendo mujeres y niños.” (Peña de la, 2016: 52)

La cosecha no es una actividad simple, como se explica, es una práctica agotadora: “Cosechar la coca es una actividad bastante cansadora. Las plantas de coca tienen



diferentes alturas, desde medio metro hasta unos dos metros. Hay que agacharse y si las plantas son bajas, bien antes del medio día la gente se queja del dolor de espalda.” (Pallegrini, 2017: 54).

La cosecha requiere mucha habilidad: “Hay que quitar las hojas con cuidado, sin dañar los brotes ni las ramas, y de vez en cuando la dueña del cocal pasa a recoger las hojas cosechadas en una gran bolsa de plástico, aprovechando para evaluar su calidad.” (Pallegrini, 2017: 54).

El trabajo de la cosecha es organizado y susceptible de algunos engaños por parte de algunos cosechadores:

“Al avanzar en la cosecha, las personas tienen que contar los *wachus* según el número de personas presentes para ubicar el siguiente *wachu* que les corresponde. Todas las personas en el grupo deben cosechar el mismo número de *wachus*. Cuando alguien cambia su *wachu*, que ocurre cuando se falla en el conteo o intenta hacer trampa para evadir los muy cargados de hojas, causa molestia.” (Pallegrini, 2017: 56,57)

## **7.2. Secado**

El secado es un proceso de deshidratación que se realiza después de la cosecha para que la hoja de coca se pueda conservar por más tiempo. El secado de una manera tradicional se realiza en “cachi” (patio enlosetado de piedra, exclusivo para el secado de coca). La otra manera, la más practicada es el secado en redes (mallas) que son extendidas en espacios abiertos como ser caminos, plazas, canchas, etc.; por otra parte el secado en redes facilita el cernido de la semilla, la misma que en contacto con la hoja cambia el color de la hoja de coca afectando la calidad de la misma.

“Una vez cosechada las hojas de coca, se almacena por una noche bajo techo, posteriormente, son esparcidas para su secado al sol por un tiempo aproximado de tres horas y, en días nublados, de 6 a 7 horas. Las hojas se esparcen en un piso especial construido de piedra denominado ‘cachi’, el cual reduce el tiempo de secado, en otras áreas, las hojas se esparcen sobre redes agrícolas o láminas de

plásticos extendidas sobre el suelo en patios, caminos, plazas, canchas y otros lugares.” (Peña de la, 2016: 52)

### **7.3. Clasificación y selección**

Dentro del mercado de la hoja de coca yungueña (ADEPCOCA) Asociación Departamental de Productores de Coca; se puede observar y encontrar una variedad de hojas en: tamaños, texturas, colores y sabores de la hoja de coca.

Las diferentes hojas de coca, las cuales tienen que ser seleccionadas antes de ofrecerse al comprador como ser: *elegida, hojeada, mediana especial, mediana común, menuda, segunda y choqueta*, son parte de la clasificación y selección en los mecanismos de comercialización observados en el mercado que el productor o revendedor ofrece a la venta.

Entre las variedades de esas hojas de coca tenemos:

#### **7.3.1. La hoja de coca Elegida**

La hoja Elegida, es la mejor cuando hablamos de calidad en cuanto a la clasificación y selección de la hoja de coca; se vende por kilo, la misma existe en una escasa cantidad dentro del mercado de la coca. Se caracteriza por ser una hoja grande de tamaño uniforme, doble y de muy buen color (sin quedar hojas defectuosas), esta coca generalmente va destinada al país vecino de Argentina

Y así el precio de esta hoja es mucho más que cualquiera. En fechas: agosto de 2013, la libra de una hoja mediana estuvo por los 28 Bs. (El kilo de la hoja elegida estuvo por los 140 Bs). Esta observación, es dentro del mercado de la coca (ADEPCOCA), los precios de esta hoja son mucho más altos en Argentina como señala Rivera.

“No parece haber diferencia de calidad sustantivas entre la coca elegida y la tuna salvo en el tamaño y la regularidad de hojas que, una vez llegadas a la Argentina, son vendidas más caras y en todo tipo de envases sellados.”(Rivera. 2003:31)

Por otra parte esta autora complementa:

“...un contingente de nuevos consumidores de élite que prefiere la “elegida”. La demanda de estos dos tipos de consumidores permite una elevación de 18 a 30 veces en el precio de la hoja. Se produce así una jerarquía: la hoja “de primera” va casi en su totalidad a la Argentina, cuyo mercado es bastante diversificado...” (Rivera, 2003:31)

Esta coca es producida por todas las regiones pero no así seleccionadas por todos, son pocos los que se dedican a la selección de esta por ser un trabajo moroso que requiere de tiempo, paciencia y conocimiento de las técnicas del proceso de selección: “La hoja “elegida”, que se cultiva en Coripata y Chulumani pero también en La Asunta y Chamaca, es el resultado de fenómenos de fines de la década de los años 80...” (Rivera, 2003:32)

Aunque en este tiempo la selección y el buen manejo de la hoja de coca yungueña ha sido más concientizada no sólo por ser uno de los mecanismos de la comercialización sino por sus atractivos precios, por su demanda y rápida venta en el mercado.

### **7.3.2. La hoja de coca Hojeada**

En la clasificación de la hoja de coca, también se puede observar la *hojeada*, este tipo de hoja se caracteriza por ser la hoja de las más grandes, hoja que en el proceso de selección y cernido va quedando primero, no es de tan buena calidad como la *elegida* pero se caracteriza por ser una hoja grande.

En el mercado de ADEPCOCA se puede encontrar esta hoja en los diferentes galpones, cada productor o comerciante que hace llegar su coca de 10 paquetes uno o dos son *hojeadas*; es vendida por taque (cada paquete de 50 libras).

Como podemos ver. Rivera hace una referencia del mercado de la hoja de coca yungueña y el parecido de esta hoja con la hoja de coca del Chapare ya que en el Dpto. de Cochabamba la hoja de coca produce muy bien, por la calidad de tierras de este lugar, pero difieren sosteniendo que el sabor no es el mismo que la coca yungueña. Es así en las observaciones dentro el mercado de coca yungueña ADEPCOCA, la gente que compra por libras cuando ve la hoja grande pregunta ¿Esta hoja no es del chapare? En el mercado de ADEPCOCA, esta hoja no se encuentra en cantidad y es cara dentro el mercado de la hoja de coca

yungueña, ya que su venta está determinado por peso en kilos: “...hay un mercado para las hojas grandes y maduras, aunque en algunos espacios estas hojas sean desdeñadas por su parecido con las del Chapare.” (Rivera- 2003:30)

La hoja de coca Elegida, crece en espacios o terrenos más fértiles como lo afirma Spedding y no en tierras cansadas. Pero también es hoja seleccionada al cosechar de las partes bajas de los árboles de coca, se puede observar que el “pillo”<sup>6</sup> lleva las hojas grandes en las partes bajas, pero también las plantas que están bajo una sombra moderada son las que tienen más hojas grandes especialmente cuando hay plantas leguminosas. Ej: El árbol de siquili. “En Qamaqi, debido a la menor densidad de población, la tierra no está tan cansada, y la coca crece grande, fuerte y cargada de hojas, pero es notablemente inferior para el akhulli...” (Spedding- 1994:38)

### **7.3.3. La hoja de coca Mediana**

De este tipo de hoja de coca se puede observar bastante en el mercado de ADEPCOCA, pero con diferentes apariencias unas de color más oscuro, otras de color más blanqueadas, algunas sin un buen olor de apariencia guardada, algunas mezcladas con la hoja *menuda*, cosa que no te da referencia a una buena hoja de calidad. En función a la calidad del manejo y tratamiento de la hoja de coca los precios se van definiendo en el mercado de ADEPCOCA.

#### **7.3.3.1. Mediana Especial**

Esta hoja es seleccionada de tamaño mediano, escogida todas las hojas de mal color y de mala apariencia, es cernida de un solo tamaño, necesariamente tiene que tener un buen color verde *mantequilla* o verde *lorito*, un olor fuerte de coca quiere decir que es fresco, por esa coca hay una disputa por parte de los compradores, ofertando y disputando precios altos. Todos los departamentos prefieren esta hoja, aunque el mercado potencial para esta hoja es el departamento de Santa Cruz.

---

<sup>6</sup> “Pillo”: es la primera cosecha de hojas, después de la cortada de cuatro años del arbusto de coca, este proceso se realiza para mejorar la producción de la hoja de coca.

### 7.3.3.2. Mediana Común

La *mediana común*, es una hoja mediana sin pasar por el proceso de selección del cernido, tiene hojas de diferentes tamaños (hoja grande y menuda), es por la misma razón que se llama común. Esta hoja es requerida por el mercado siempre y cuando ésta tenga buen color y sea fresca, los comerciantes pagan buen precio, caso contrario pagan un bajo precio.

Los productores en muchos casos no conocen la calidad de su trabajo, una de las debilidades para ellos, en este caso, es que llegan al mercado con coca de este tipo *mediana común*, fresca y de buen color, sólo por el hecho de no ser seleccionada, algunos compradores les compran con un precio muy bajo, desmereciendo así todo el proceso del buen manejo y tratamiento de la hoja de coca que realizó previamente el productor.

### 7.3.4. La hoja de coca Menuda

Como otra diversidad del mercado de ADEPCOCA, que ofrece a su clientela, es la hoja *menuda*, otros le llaman t'una como una de las favoritas para el aculli tradicional especialmente en el Departamento de La Paz.

Como hace referencia Rivera en el trabajo de campo que realizaba por los yungas que son los niños y mujeres quienes se encargan de recoger esta hoja destinada al akhulli como la mejor coca: "...el mercado transfronterizo incluye una importante porción de la población que prefiere la t'una (que en la Argentina llaman taki)...la t'una es también la favorita en La Paz y otros centros urbanos..." (Rivera, 2003:31)

También se debe señalar que la hoja menuda no solamente es una producción aparte como lo señala Spedding, sino también es el resultado del proceso de selección de la hoja de coca, el paso que es el 'cernido' en la que quedan seleccionadas las hojas más menudas:

"En los cicales viejos de los Yungas, ni la mala yerba crece. Los arbustos de coca son pequeños y rinden poco, pero estas hojas menuditas que crecen en las laderas de loza roja degradada son las más ricas y codiciadas por el consumidor tradicional- es decir para el akhulli..." (Spedding, 1994:38).

Esta hoja en el proceso del cernido se selecciona como: *menuda especial*, *menuda común* y *pulga* o *basura*. La *menuda especial* es una hoja menuda pequeña pero entera sin basura, con un buen color y precio. La *menuda común* también es una hoja pequeña pero estas mezcladas con hojas partidas y la *pulga* o *basura* que es la hoja más menuda, muy pequeña que pasa por las redes aún después de cernir como también las “hojas partidas”, estas hojas en precio son iguales a la hoja de coca *segunda*, por lo tanto es vendida como coca *segunda*.

### **7.3.5. La hoja de coca segunda.**

Es una hoja sin seleccionar ni tener un tratado especial es una hoja común, de esta hoja la demanda es por ser una de las más bajas en precio en el mercado de la coca ADEPCOCA, aunque el más barato sería la *choqueta*.

Inicialmente este tipo de hoja era la más manejada, posteriormente han ido mejorando seleccionando dándole el mejor tratamiento a la hoja de coca, la hoja de coca llamada segunda manejan en todos los galpones y por todas las Regionales, especialmente en las regionales de Asunta e Inquisivi, las mismas son regionales que no han llegado todavía a aprender el buen manejo de la coca, lo cual viene desde la cosecha: las cosechas son realizadas arrancando por ramas no hoja por hoja es por eso que se encuentra todavía “guías” de las plantas desde coca en el taque que ya está siendo comercializado.

Para este tipo de hojas, dentro del mercado de ADEPCOCA hay compradores seguros, estas son llamadas “segunderas” por realizar la compra específicamente de este tipo de hoja, no compran otro tipo de hoja de coca aunque les aparezca las hojas *bonitas*, porque ellas tienen sus caseros o mercado asegurado para este tipo de hoja de coca, si estas quisieran comprar la *bonitas* no podrían porque les fallaría el ojo, como dicen en el mercado, es difícil decidir a la hora de comprar si esa hoja es realmente *bonita* y si estás pagando el precio adecuado por ella.

La segunda siempre tiene un precio estándar no cambia mucho el precio es relativo de 20 Bs. la libra, puede subir o bajar en el día exagerando hasta 50 Bs., pero por lo general es de 10 o 20 Bs. Así también son las ganancias por taque un exagerado de 50 Bs. y por lo general está entre los 10 a 20 Bs. dentro del mercado por las revendedoras. El secreto de las

comerciantes para la compra-venta de este tipo de hoja está en comprar bastante: de 15, 30, 60 paquetes para poder llevarse una ganancia más favorable.

La hoja de coca *segunda* llamada así en el mercado de ADEPCOCA, es producto de la selección, esa hoja es de un color amarillo o *negreado*, pedaceadas “*roto, roto*” o también es simplemente producto de falta del buen manejo y selección de la hoja de coca.

“...mientras que la coca de ‘tercera’ –proviene del trópico de Cochabamba, pero también las hojas descartadas en el proceso de selección de la cosecha de los Yungas– se destina al consumidor indígena empobrecido en las zonas rurales de los departamentos de La Paz, Chuquisaca, Oruro y Potosí.” (Rivera, 2003: 31)

Esta hoja tiene la característica por ser la más baja después de la *choqueta*, en cuanto a precio; en otras palabras es una hoja de coca consumida por sectores de bajos recursos.

### **7.3.6. La hoja de coca Choqueta**

La última en lo que se trata de calidad de la hoja de coca es la *choqueta* son las hojas de color café, las hojas que fueron quemadas por el sol o mojadas por la lluvia al secar, que de alguna manera no tuvo un buen tratamiento por aspectos climatológicos o voluntades ajenas, puede ser el manejo durante el secado o como también durante el mat’achado: “Los compradores siguieron moviéndose, ofreciendo recibir cualquier coca que hubiera, hasta la *chhuxita*<sup>7</sup> descolorida.”(Spedding, 1994:111)

Esta hoja también es el producto de la selección de la hoja de coca *bonita* de buena calidad, se escogen todas las hojas amarillas picadas o de mal color cafés y las adjuntadas, este tipo de hojas viene a ser la *choqueta*, de la hoja de coca nada es desperdiciada todo tiene su valor y precio.

Aunque esta hoja no se encuentra muy fácilmente en el mercado, es manejado por los productores muy poco, no se ve con frecuencia y en los únicos meses que se puede observar son por los meses de febrero y marzo porque son meses de lluvia y el factor

---

<sup>7</sup> “Chhuxita” se refiere a la “choqueta” que es la hoja de coca de coloración oscura, producto de la lluvia en el proceso de secado, apta para el consumo humano. Reglamento de la Ley N° 906 (Ley General de la Coca, 2017).

climático es el más desventajoso para los productores. Si se hace pescar por las lluvias, en pleno proceso de secado, el resultado es la hoja llamada *choqueta*.

## CUADRO DOS

### RELACIÓN DE PRECIOS SEGÚN LA CALIDAD DE LA HOJA DE COCA

CALIDAD DE HOJA DE COCA	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO EN Bs.
ELEGIDA	1 Kg.	140
HOJEADA	50Lbs.	2300
MEDIANA ESPECIAL	50Lbs.	1900
MEDIANA COMÚN	50Lbs.	1700
MENUDA	50Lbs.	1550
SEGUNDA	50Lbs.	1400
CHOQUETA	50Lbs.	1250

Fuente: elaboración propia mercado ADEPCOCA (octubre, 2017)

#### 7.4. Almacenado

El almacenamiento por un largo periodo es un proceso no muy utilizado en el mercado de la coca, sino este paso es más practicado en las comunidades por productores y especialmente por los acopiadores o negociantes de la hoja de coca. Los productores y acopiadores son los principales en realizar los pasos de la selección y procesos para la obtención de la hoja de coca en sus diversas calidades.

Este proceso se da después del secado de la hoja de coca, los productores recogen en bolsas de nylon grandes o en las bolsas de yute cosidas especialmente para alzar la coca después del secado. Y los acopiadores o kokatakis, como los llaman otros en la región, los guardan.

“El ambiente tiene que ser sin vidrio bien ventilado una casa de adobe en los bajos ahí se mantiene fresco el piso tiene que ser tierra nomás hay tendemos un nylon, un nylon nuevito y puede durar hasta 2 meses hasta 3 meses, sigue verde puede aguantar sólo que el olor cambia.” (Entrevista: Maclovio, productor-comerciante, 22 de agosto 2015)



Los que corresponden a la Regional Inquisivi, los comerciantes de la hoja de coca tienen otro sistema de almacenamiento, ellos construyen sus casas de un piso normal como cualquier casa con cuartos divididos donde hay cuartos en el primer piso que son destinados para poder almacenar la coca, el piso tiene que ser de madera o como lo llaman ellos entablado, este ambiente es usado también para hacer secar la hoja de coca cuando es tiempo de lluvia aunque seca de dos a tres días y no seca tan verdecito como el secado al sol. Otros cuando no tienen sus casas de un piso, y el piso es de tierra ponen maderas tipo tarimas al piso para luego poder poner encima de estas maderas la coca que se va a guardar por unos días.

“...eran ambientes cerrados como cualquier habitación tenían ventanas de vidrios pero no puertas que los separara de cuarto a cuarto, el piso de madera, en un ambiente se encontraban bolsas de yute grandes llenas de coca seca amontonadas embolsadas, en otro ambiente se pudo observar coca seca vaciada amontonada en el piso...” (Observación en la comunidad de Circuata: 22 de junio, 2015)

Por lo visto estos tipos de almacenamiento no difieren mucho para lo que son los resultados en lo que vendría a ser la calidad de la hoja, lo que sí determina para tener una hoja de calidad agradable a los ojos de los compradores, es sin duda, el cosechado, secado, seleccionado, el mat’achado y empaquetado.

### **7.5. Mat’achado**

El proceso del mat’achado es un proceso que se realiza necesariamente antes del empaquetado, cuando las hojas de coca están secas y alborotadas como en los yungas lo dicen: chiri.

“...los yungueños prefieren la coca tal como sale del kachi, seca, arrugada, de mucho bulto pero verde y muy dulce. Pero esta coca no sirve para mirar. Una persona que quiere consultar con el yatiri toma una cantidad de coca y la mat’acha, humedeciendo y luego apretándola, tal como se hace para la venta...” (Spedding-1994:114)

Este proceso es realizado con la finalidad de que la hoja de coca no se destroce, cuando se realiza el empaquetado, tiene que ser taqueado las hojas de coca dentro de las bolsas para que sean menos voluminosa, sin que se destroce la hoja de coca, además, tiene que humedecerse, a este proceso se le denomina mat'achado. Existen diferentes maneras de mat'achar la hoja de coca: "La coca que no es mat'achata es demasiado voluminosa y frágil para transportarla; el mismo proceso que la hace apta para viajar..." (sic). (Spedding-1994:115)

Hace muchos años este proceso se lo realizaba sin la ayuda de ningún equipo para la expansión del agua, el que mat'achaba introducía una buena cantidad de agua a la boca para luego echar con mucha fuerza produciendo una especie de rocío de pequeñas cantidades de agua por todo el montón de coca lista para este proceso, después mezclaban y otra vez echaban agua con la boca, hasta que la hoja de coca esté en condiciones de flexibilidad.

"Otro aspecto de la preparación de la hoja de coca es el mat'achado, que actualmente ya no se realiza escupiendo tenues ráfagas de agua, como se hacía en el *matuwasi*, en prolongadas sesiones nocturnas de akhulliku y chismografía, o bien dejándola al sereno o sobre un piso de tierra apisonada y húmeda (cfr. Spedding 1994,1997). Ahora se compra aparatos fumigadores que se destinan exclusivamente al rociado con agua de la coca phara (seca), que así incorpora de nuevo, homogéneamente, una humedad que la mantendrá fresca y flexible por más de treinta días; o sea, en un estado ideal para su transporte a largas distancias." (Rivera-2003: 31,32)

También se conoce el mat'achado al aire libre, donde la hoja de coca tiene que ser expuesta al aire libre ya sea muy temprano de la mañana o por las tardes donde cae el sereno o es decir en horas del día donde existe más humedad, para luego mezclar de rato en rato hasta que la hoja no llegue resquebrajarse.

El otro proceso es más conocido, hoy en día es más mecanizado se utiliza la fumigadoras para poder rociar con un tanto de agua por toda la coca seca expuesta para el mat'achado, claro que es un proceso donde es más utilizado para la coca llamada como segunda. Aunque hay personas expertas en la cantidad de agua a utilizar para adquirir un buen

resultado en el mat'achado, o sea una hoja no muy humedecida y verdecita que no pierde el color.

Este proceso del mat'achado ya dijimos que es para que no se destroce la hoja de coca, para el empaquetado, y además dentro lo que es las hojas seleccionadas para agregarle un plus más para que tenga un mejor aspecto de hoja planchada, entonces se puede distinguir que esta hoja ha tenido un buen tratamiento y es una hoja de coca *bonita* como lo llaman las comerciantes.

“... para que salga planchadito depende del mat'achado se pone con agüita o con el surazo también se hace mat'arar, se tiende afuera esa altura el surazo que viene del sur no ve, 'chilchea', cae en la tarde o en la mañana, igual con eso hay dos tipos de mat'achar, eso digamos hay que revolver cuando ya está a su punto, lo recoges y después la palmeada con una madera grande venesta nové hay eso encima se pone a lo amontonado después 3 o 4 personas tienen que subirse ahí para que baje con el peso, cuando se hace con agua hay que saber templar calcular igual el mismo proceso no pierde el color si está bien calculadito la cuestión que tiene que saber bien calcular.” (Entrevista al Sr. Maclovio: 22 de agosto, 2014)

Hay Regionales en los yungas como en el Chapare que no tienen tanto cuidado en el mat'achado y las consecuencias de esto son el mal color de la hoja, la mala calidad es lo que llega a ser coca segunda o en el peor de los casos chhuxita: “Los plegados y manchas son consecuencias de ser mat'achata. La coca del Chapare es cosechada y empaquetada con tanto descuido que no sirve para mirar...” (Spedding-1994:115).

## **7.6. Empaquetado**

El empaquetado para su respectivo transporte, en lo que se refiere a la comercialización de la hoja de coca, requiere mano de obra especializada, mano de obra especialmente del varón. En este proceso el principal material a utilizar son las bolsas de nylon y las bolsas de yute, las bolsas de nylon cumplen la función de conservar la hoja de coca y mantenerlo aislado del agua mientras que las bolsas de yute cumplen la función de reforzar la bolsa de nylon ya que es muy frágil para el transporte.

Para el transporte de los yungas hasta el mercado de ADEPCOCA hay dos maneras de empaquetado y envases que tienen la capacidad de almacenar 50 libras generalmente aunque algunos pueden poner 2 o 3 libras más o menos.

- 1.- El empaquetado en mathus (bolsas grandes) de yute puede ser de cualquier color con unas bolsas de nylon con un tamaño de un metro de largo y un metro de ancho. Con dos tiradores pequeños y dos grandes con una medida de 48 cm, y el largo de 1m, de largo, estos tiradores son para el respectivo asegurado o amarrado después de ser empaquetada la hoja de coca tiene que ser marcada con las iniciales del productor.
- 2.- El otro tipo de empaquetado son los llamados chorizos, son llamados así por el aspecto largo que tiene este empaquetado, las medidas de las bolsas de yutes y nylon son un metro con 70 centímetros de largo y un metro de ancho, este empaque es utilizado especialmente para la hoja seca sin mat'achar.

Para el transporte del mercado de ADEPCOCA hacia el interior existen diferentes tipos de empaquetados: para la cantidad de 50 lb, el equivalente a un taque. En la que pueden ser unas libras más o menos, generalmente menos.

- 1.- Las dos anteriores características del empaquetado ya señalados y utilizados por los productores también son utilizados por los comerciantes solo que en el caso de las sak'as tienen que ser de color blanco y con los respectivos datos como ser: iniciales del comerciante, lugar de destino, N° de guía y fecha.
- 2.- Como también existen los empaques realizados dentro del mercado de ADEPCOCA, con una medida de 1m. de largo y 60 cm, de ancho, en un lado de la cara con el logo de ADEPCOCA y datos personales como ser: nombre, destino, N° licencia y fecha, llegando a tener un volumen de 73 a 75 cm, de altura las 50 libras que son un taque; luego estas tienen que ser cerradas costuradas con un hilo grueso de nylon y con un metro de largo y una aguja gruesa llamado también *llauri* por parte del taqueador.

El empaquetado para el traslado de 10; 15 y 20 hasta 25 libras son las siguientes:

- 1.- El más utilizado son las bolsas plomas SABENPE S.A. que son utilizadas para la basura, estas bolsitas tienen una medida de 80 cm, de largo y 65 cm, de ancho, estas bolsas se utilizan para comprar de 10 hasta 25 libras. Este tipo de empaquetado lo realiza el mismo comprador o en algunos casos el vendedor, reduciendo todo el volumen lo más que puedan para luego ser introducidas en bolsas de yutes celestes de una medida de 110 de largo y 75 cms, de ancho o caso contrario ser envueltos en un aguayo para luego ser cargado al hombro.
- 2.- También son utilizadas las bolsas de nylon negras con una medida de 90 cm, de largo y 65 de ancho, estas generalmente son utilizadas para sacar de 10 a 15 libras de hoja de coca.
- 3.-Y por último se utiliza las bolsas nylon negras de 50 ctvs. para comprar de 1 a 5 libras.

Estas bolsas en su diferentes variedades y tamaños se encuentra en el mismo mercado en los puestos autorizados para la venta de dichos materiales, también existe vendedores ambulantes de estos materiales para el empaquetado, pero se puede adquirir de la calle o sea fuera del mercado en un precio más barato con la diferencia de costo de 1 Bs., menos que dentro del mercado de la coca.

El objetivo de este tipo de empaquetado es la conservación de la hoja de coca en un estado flexible y aislado de otros tipos de contaminación por otros productos que van trasladados con la hoja de coca, pero la principal función que cumple la bolsa de nylon es encerrar herméticamente a la hoja de coca para que a este no le entre el agua y no se seque durante los traslados que requiera, ya que el agua sin control es lo más dañino para la hoja de coca después de ser secada, hace que pierda su color y por ende el precio.

## CUADRO TRES

### ENVASES PARA EL EMPAQUETADO

BOLSAS DE NYLON				BOLSAS DE YUTE			
DETALLE	ANCHO	LARGO	COSTO	DETALLE	ANCHO	LARGO	COSTO
Bolsa negra (para libras de 1 a 5)	48cnts.	45cnts.	50cntvs.	Bolsa con cierre (para libras)	48+28cnts.	53cnts.	15Bs.
Bolsa ploma (para libras de 10 a 25)	70cnts.	80cnts.	1,50cntvs	Bolsa de color (para coca seca 1 taque, 50Lbs.)	1mt.	1,80mts.	10Bs.
Bolsa roja delgada (para 1 taque, 50Lbs.)	70cnts.	1mt.	2Bs.	Bolsa blanca ADEPCOCA (para 1 taque 50Lbs. hoja segunda )	70cnts.	1mt.	7Bs.
Bolsa roja o azul (para 1 taque, 50Lbs.)	1mt.	120cnts.	5Bs.	Bolsa blanca (para 1 taque 50lbs. Hoja seleccionada)	1mt.	1mt.	8Bs.

Fuente: elaboración propia mercado ADEPCOCA (octubre, 2017)

### 8. Planteamiento metodológico del Estudio Diagnóstico

La investigación en el Mercado de ADEPCOCA se inició con el levantamiento de información, desde el año 2013 hasta el presente (noviembre de 2017). El interés de investigación se debe, entre otros aspectos, porque la autora de la presente investigación es oriunda de la comunidad de Circuata –zona productora de coca de Yungas–, y socia de ADEPCOCA, además estudiante universitaria de la Carrera de Sociología UMSA. El Estudio-Diagnóstico se realizó en los meses de agosto, septiembre del presente año.

### **8.1. Características del estudio**

El presente trabajo, es una investigación aplicada que se concreta en el diagnóstico. La investigación es cuantitativa (encuestas) y cualitativa (entrevistas) con la aplicación de técnicas e instrumentos correspondientes. Por otra parte, se apoya en una complementariedad metodológica. (Ander-Egg, 2000). Es también parte del Trabajo Dirigido el desarrollo de la propuesta, con proyectos específicos de intervención.

### **8.2. El enfoque epistemológico**

El presente estudio se enfoca epistemológicamente desde la ciencia social crítica que combina el conocimiento vivencial con la racionalidad de la ciencia, además toma en cuenta el *diálogo* entre personas que intervienen y participan en la experiencia investigativa vista como experiencia vital, también es concebida como “autoinvestigación.” (Fals Borda, 1994: 46-47). Se refiere a que la autora de la presente investigación es oriunda del lugar y realiza esta investigación para su Regional.

### **8.3. Cobertura:**

La institución en la que se efectuó el Estudio-diagnóstico fue el mercado de ADEPCOCA, del departamento de La Paz, ubicado en la Zona de Villa Fátima.

### **8.4. Definición de actores sociales:**

Los actores de la presente investigación son:

- Productores
- Comercializadores

### **8.5. Definición de la Regional y comunidades:**

Regional: Inquisivi y sus 39 comunidades con una población de 3600 socios aproximadamente y 300 personas con carpetas al detalle.

**Cajuata:** Siquimirani, Turculí, Viscachala, Puente Alegre, Cori Camaña, Espiga Pampa, Huallaqueni, Ulumani

**Suri:** Chajna, Moxacoca

**Huaritolo:** Poqueleuque, Checa, Rica Rica, Queaconi, Thojra

**Circuata:** Agua Rica, Polea, V. San Jose, Cañamina, Villa Barrientos, Villa Khora, Villa Angélica, Lujmani, Miguillas

**Penca Loma:** Kuluyu, kahara, Santa Rosa, Tirco, Munaypata

**Kanamarca:** Guaraguarani, Cerro Verde, Valle Hermoso, Chullpa Marca

### **7.6. Estrategias, técnicas e instrumentos**

La recolección de los datos que se realizó fue a través de la aplicación de técnicas arriba mencionadas. Estas técnicas permitieron profundizar la investigación a partir de la recogida de información, de la experiencia de las/los productores y comerciantes: sus relatos, sus diálogos, y conversaciones que son el soporte del trabajo, a partir de los cuales, se reconstruyeron los ejes fundamentales de la presente investigación.

*Lo vivencial:* El trabajo de campo se empezó desde fines de julio del 2013 teniendo una presencia casi continua en el mercado de ADEPCOCA. La observación y la vivencia en este lugar ha sido un aporte muy importante para este trabajo: se empezó a levantar información y a registrarlos con la participación en casos específicos sobre el tema y/o problema: el análisis de precios, las acciones de formas de cohesión institucional, las



marchas, las concentraciones, etc. Se localizó a informantes que tenían conocimiento del tratamiento de la hoja de coca, el proceso de clasificación y selección que es muy importante para ver la calidad de la misma, de gustos y preferencias. Además, de contar con informantes de los propios comerciantes dentro el mercado. Se contó con la averiguación importante de otros informantes del Departamento de Santa Cruz con los que se ha compartido anécdotas y vivencias. De esta forma, se conoce el movimiento que existe internamente en el mercado.

*La observación* del fenómeno estudiado y la información respectiva se recogieron en los cuadernos de campo y se sistematizó de acuerdo a la estrategia de investigación.

*La observación participante.* Se participó en todo momento a partir de la interacción de los sujetos involucrados en la dinámica del mercado de ADEPCOCA, lo anterior significa: mirar escuchar y conversar con los diferentes actores sociales. Se obtuvo la información recolectada a través las notas de campo.

*Encuestas.* El análisis cuantitativo en la presente investigación fue complementario. La técnica es el de la *encuesta* y los *instrumentos* son los cuestionarios. Se aplicaron cuestionarios con preguntas cerradas y abiertas a los actores sociales de la producción y comercialización de la hoja de coca. Lo datos y el cruce de variables se procesaron con el programa informático SPSS.

*Entrevistas:* Las relaciones sociales entre productores, comerciantes, jornaleros y dirigentes se aplicaron a través de las entrevistas a los sujetos de la investigación. Las entrevistas fueron realizadas en los galpones y en los puestos de venta o trabajo. Esta técnica es el soporte central de la investigación puesto que a partir de estos relatos se logró hilar la problemática y simultáneamente las soluciones. Las entrevistas permitieron una mayor interiorización en las problemáticas concretas que se desarrollan en el mercado ADEPCOCA. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas y posteriormente se hicieron el análisis de contenido y la categorización correspondiente.

*Análisis de contenido (categorización).* El análisis de contenido es una estrategia y técnica de investigación cualitativa. Su cualidad mayor es el de descubrir la hermenéutica de los consultados. No analiza palabras, sino frases, sentidos y significados de las expresiones que los investigados manifiestan en las entrevistas, las historias de vida, los testimonios, etc. Esta técnica permitió comprender las subjetividades e intersubjetividades de los sujetos de estudio.

*Investigación documental:* La revisión documental, se enfocó en contextualizar los periodos importantes en la consolidación de las organizaciones del comercio de la hoja de coca yungueña y también fue muy útil revisar documentos significativos y claves que se tienen dentro del mercado como ser: los estatutos internos de ADEPCOCA, el Reglamento de comercialización, leyes, decretos, artículos de prensa y otros cuadernos sindicales. Por otro lado, se analizaron las investigaciones y libros especializados más sobresalientes de la bibliografía actual en la temática de la coca.

## **8. 8. Instrumentos aplicados en el Estudio Diagnóstico**

Se levantó la información con varias observaciones con sus respectivas guías en la unidad de investigación (Mercado ADEPCOCA). Por otra parte se aplicaron, por las características de población estudiada: en los lugares de trabajo y por la falta de tiempo que justifican los sujetos de investigación. Es un grupo muy difícil de aplicar instrumentos de investigación porque demandó el permiso del sindicato que por su naturaleza es muy burocrático. Asimismo, se aplicaron 24 cuestionarios y se procesaron estadísticamente con el programa informático SPSS. Además se realizaron 14 entrevistas y fueron sometidas al análisis de contenido. Los resultados cuantitativos y cualitativos fueron integrados, analizados e interpretados. Los criterios para la elección del grupo investigado fueron al azar y de acuerdo a la predisposición de los sujetos de indagación con preferencia de la Regional Inquisivi.

## **CAPÍTULO TRES: MARCO INSTITUCIONAL**

### **1. Descripción del mercado ADEPCOCA**

Los antecedentes para la creación e institucionalización de ADEPCOCA (Asociación Departamental de Productores de Coca), fue precedida por el Comité Nacional de Coordinación de Productores de coca, que duró tres meses. Posteriormente se crea ANAPCOCA (Asociación Nacional de Productores de Coca) el 20 de junio de 1983, según German Carlos Paño Condori, quien sistematiza la fundación de ADEPCOCA. Además, señala las razones y motivos por las que nace esta institución:

“Ante el maltrato de los agentes del gobierno y el maltrato de los wayllanchus (comerciantes) que ganaban muy bien a costa de los productores, algunas personas se juntaban para decir basta a estos abusos. El lugar donde se gestó este proyecto fue el Primer Congreso de Productores de Coca entre el 6 al 9 de mayo de 1983 en La Paz...” (Paño, 2012: 69)

Según el mismo autor mencionado líneas arriba, quien argumenta otros motivos y razones que contribuyeron para la fundación de ADEPCOCA, del cual resumimos lo siguiente:

El doctor Hurtado vio como necesidad formar un directorio y ponerse a trabajar. Así lo hicieron y ahí fue donde nació el Comité Nacional de Coordinación de Productores de coca. Para el segundo congreso del mismo año que se llevó acabo en Cochabamba se conformó el directorio. El primer presidente no era coripateño ni chulumaneño, fue asunteño. Don Javier Huayllas y Francisco Saucedo como tesorero fueron los que proyectaron la carnetización para identificar a los productores y de ese modo se afrontó la problemática de la coca, con el respaldo de la CSUTCB. Este directorio duró sólo tres meses y fue

reemplazado por Segundino Montevilla del sector de Coripata. Es ahí donde se fundó la Asociación Nacional de Productores de Coca (ANAPCOCA) y fue presidente él mismo, a objeto de luchar contra los intermediarios agencieros, también duró muy poco tiempo por problemas internos. El 20 de julio de 1983 se funda la Asociación Departamental de Productores de Coca de La Paz (ADEPCOCA) con varias consignas y acciones:

En la primera gestión de ADEPCOCA, se concretaron: la primera acción fue lograr una personería jurídica; la segunda, fue aglutinar a todos los productores; la tercera industrializar la coca; la cuarta fue romper todos los monopolios. Sin embargo, sólo se consiguió la personería jurídica con una huelga de 16 días, del 11 al 26 de enero de 1989, y para el 4 de mayo Víctor Paz Estensoro hizo entrega de la Resolución Suprema N° 206131. En la segunda gestión de ADEPCOCA se compró la ex fábrica de fósforos para el mercado de la hoja de coca, en los años 1990-1993. (Paño, 2012: 69)

Por otra parte, Pallegriini corrobora lo anterior:

“...cuando se fundó ADEPCOCA en 1983, una de las metas mayores de esta organización fue controlar el negocio de la coca. Empezando en 1987, ADEPCOCA emitió carnets de productor de coca, siendo el carnet requisito para que las y los productores pudieran sacar su coca de los Yungas para vender en la ciudad...” (Spedding. Citado por Pallegriini 2017:87)

En la actualidad el mercado de ADEPCOCA está en pleno funcionamiento con las características que la anterior autora expresa:

“Desde entonces, las y los yungueños llevan su coca al Mercado Legal construido por ADEPCOCA, donde lo venden a intermediarios que los distribuyen a consumidores en todo el país. Este mercado se ubica en el barrio de Villa Fátima, situado en la periferia de la ciudad sobre la carretera que conduce hacia los Yungas. Los buses a los Yungas parte del mismo barrio, y muchos residentes yungueños lo pueblan. El mercado ocupa casi una cuadra, sobre la avenida, pintado de verde con

un letrero que reza “ADEPCOCA” con la wiphala y la hoja de coca.” (Pallegrini 2017:87).

El mercado tiene en la actualidad una estructura construida de tres pisos donde la planta baja, primer piso y parte del segundo piso están divididas por ambientes medianos a grandes que son destinados para galpones, estos están distribuidos para las dieciséis Regionales; en la parte del segundo piso están las oficinas de la Directiva Dirigencial de ADEPCOCA, y el tercer piso con una terraza amplia y salón para reuniones, además tiene dos baños situados uno en la planta baja y otro en el segundo piso. Esta infraestructura tiene tres puertas principales, dos sobre la lateral de la calle que dan paso al primer y segundo piso por donde los productores hacen el ingreso de toda la coca que llega, la misma es transportada por los cargadores designados por cada galpón, y la puerta principal es la que está en la planta baja sobre la avenida, es la más amplia por la cual salen los “taques” de coca (paquetes de coca de cincuenta libras), registrados por los productores con carpeta y detallistas para los diferentes departamentos del interior del país. El transporte se efectúa por medio de taxis y camionetas exclusivamente para la coca que van a las diferentes terminales departamentales.

El mercado de ADEPCOCA se caracteriza por la afluencia en horas muy tempranas de la mañana, es decir, desde las 4:00 a.m. es concurrida por los intermediarios; el mercado permanece abierto toda la noche porque son horas donde llegan los productores desde las doce de la media noche hasta las seis de la mañana. Las primeras horas de la mañana son preferidas especialmente por los intermediarios que compran coca seleccionada para vender al detalle. En los diferentes departamentos la coca seleccionada es muy requerida por su calidad.

En el mercado de ADEPCOCA, la Regional Inquisivi tiene designado cuatro galpones, uno en la planta baja, la siguiente en el primer piso y dos en el segundo piso, de estos cuatro galpones, tres son medianos y uno grande o amplio, estos galpones suelen ser llenos los días lunes hasta el tumbado con paquetes de coca, con bolsas de yute de colores, amontonados ordenadamente reduciéndose de a poco los días martes, miércoles y jueves.

Cada uno de estos galpones tiene una balanza electrónica, un televisor, un escritorio y colchones para los productores que llegan a horas de la madrugada, los cuales suelen quedarse hasta vender su coca, luego realizar sus compras respectivas (abastecimiento familiar) y hasta medio día retornan a sus comunidades.

Las características fundamentales de la interacción social en la comercialización de la coca, se deben a:

- La dinámica establecida en la comercialización de la hoja de coca en la (Asociación departamental de productores de coca) ADEPCOCA: se constituye el mercado el más grande a nivel Bolivia, el más importante en lo que se refiere a la comercialización de la hoja de coca yungueña y por la concentración de los productores de los Yungas de La Paz y comercializadores de diferentes departamentos del interior de país, consigue a ser el punto de llegada y partida, de la hoja de coca yungueña para luego ser distribuida según mecanismos ya establecidos en la comercialización.
- La forma de ocupación espacial: es en la medida en que se muestran dinámicas propias de acuerdo a la forma en que esta asociación y los individuos disponen del espacio. En este sentido, utilizamos la forma de clasificación ocupacional de los comerciantes, para esto nos apoyamos en la fuente de Guyagua y Bustillo (2002), es decir es “sedentario”; para todos aquellos comerciantes que cuenten con lugares fijos de venta y semi-sedentario y para aquellos comerciantes que se establecen por tiempo determinado o algunas horas al día.
- La coexistencia entre los comerciantes en el mismo espacio, en la medida en que ésta nos permite comprender las condiciones complejas de un espacio urbano, se desarrolla una actividad económica importante. Territorialmente este espacio como es el mercado de la coca, ADEPCOCA, está ubicada en el eje central de mayor actividad en la ciudad de La Paz y otros departamentos. La comercialización y producción de la hoja de coca es una de las actividades que aglutina una mayor cantidad de personas que cualquier otro producto de la zona.

## **2. Estructura organizativa del mercado ADEPCOCA**

Según el Estatuto y Reglamento Interno de ADEPCOCA tiene la siguiente estructura organizativa.

“La asociación Departamental de Productores de Coca –ADEPCOCA– para el cumplimiento de sus funciones y objetivos señalados en su Estatuto Orgánico, tiene la siguiente estructura:

#### UNIDADES DE DECISIÓN

- Asamblea General
- Directiva
- Administrador

#### UNIDADES DE ASESORAMIENTO

- Consejo Técnico
- Asesoría General
- Asesor Jurídico

#### UNIDAD DE APOYO ADMINISTRATIVO

- Departamento de Administración y control
- Oficina de Relaciones Públicas

#### UNIDADES OPERATIVAS

- Departamento Técnico
- Departamento Económico Financiero
- Departamento de Comercialización” (Estatuto y Reglamento Interno ADEPCOCA, Asociación Departamental de Productores de Coca. s.a.:13).

### **3. Descripción de los actores sociales institucionales**

Los sujetos sociales que participan en el proceso de producción y comercialización de la hoja de coca son los siguientes:

*Los productores de la hoja de coca:* se encargan del proceso productivo desde la preparación del terreno, la producción, la clasificación y selección de la hoja de coca hasta la puesta del producto en el mercado para su respectiva comercialización y consumo.

“Es la persona natural que desempeña directamente la actividad agrícola de producción de coca en su unidad productiva, cumpliendo los usos y costumbres en el marco de las obligaciones comunitarias, pudiendo transportar su producto desde el centro de producción hasta el mercado autorizado.” (Ley General de la Coca, 2017:7)

*Comercializadores:* son las personas que se encargan de comprar y vender la hoja de coca de acuerdo a la oferta y demanda del mercado. En la Ley General de la Coca, son reconocidos de la siguiente manera:

“Comerciante al detalle. Es la persona natural que se dedica a la actividad de comercialización de la hoja de coca en su estado natural, al por menor, desde el mercado autorizado hasta el consumidor final, cumpliendo normas previamente establecidas;” (Ley General de la Coca, 2017: 6).

*Productor comerciante:* en la presente investigación se define de la siguiente manera, son los productores que se dedican a realizar la actividad del comercio de la hoja de coca especialmente en las comunidades para luego llevar hasta el mercado de ADEPCOCA para comercializarlo; llamados también *rescatistas*, no así como la Ley General de la Coca, los designa:

“Productor al Detalle. Es el productor de coca autorizado que se dedica además a la comercialización de la hoja de coca o en su estado natural, desde el centro de producción al mercado autorizado y hasta el consumidor final, cumpliendo con procedimientos normativos.” (Ley General de la Coca, 2017: 8)

Porque como observamos: el *productor al detalle* necesariamente tiene que portar una licencia, la que le autoriza el traslado a los diferentes departamentos según su destino. Es

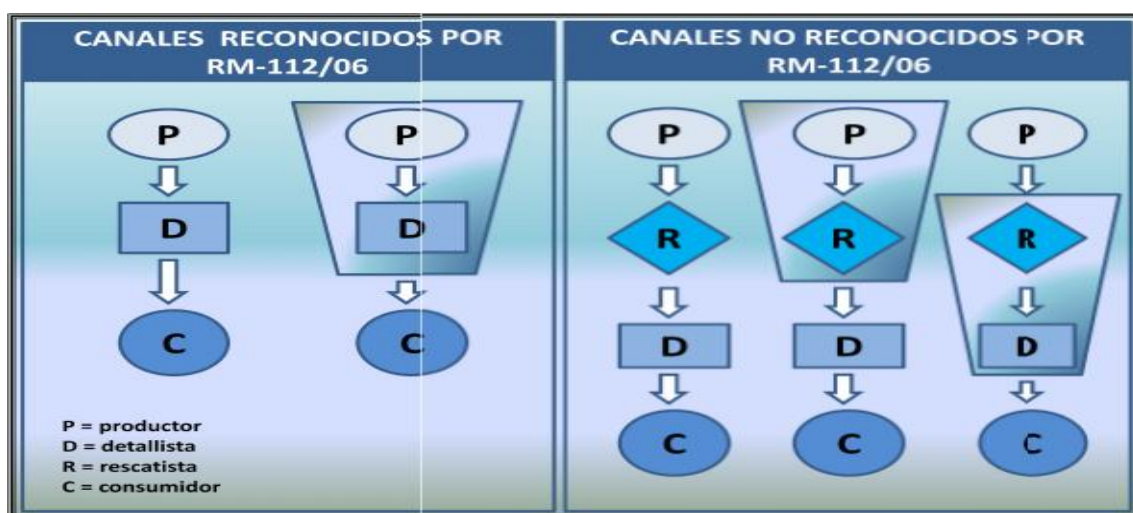


decir, en nuestro estudio constatamos que es más preciso designarlo como *Productor comerciante o productor rescatista* y no como *Productor al Detalle*.

La forma en que intervienen estos diferentes actores en la puesta de su producto al mercado para su respectiva venta, han generado estos, una estructura en el mercado como se puede observar en el siguiente cuadro:

## CUADRO CUATRO

### ESTRUCTURA DEL MERCADO DE LA HOJA DE COCA

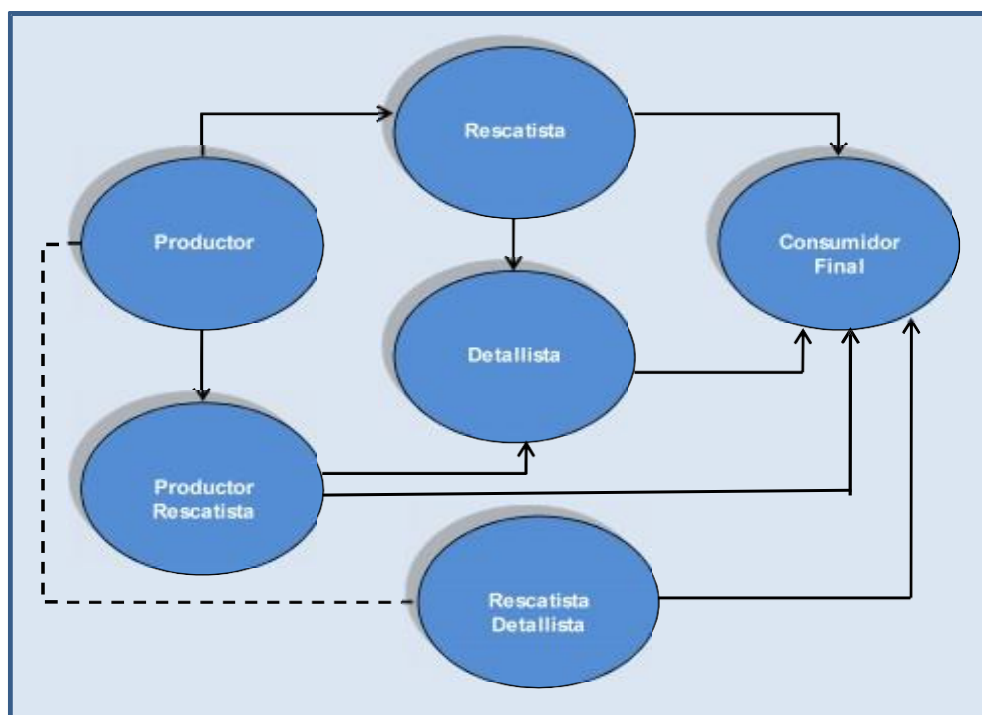


Fuente: Estudio Integral de la Hoja de Coca en Bolivia 2000, citado en Ministerio de Desarrollo, Rural... (2006)

El anterior cuadro se explicita así: los actores sociales reconocidos por la Ley General de la Coca (2017), en el mercado de la hoja de coca son: el productor, el comerciante al detalle, el productor al detalle y el consumidor. No son tomados en cuenta los comerciantes rescatistas, pero forman parte de esta estructura en el mercado, llegando a constituirse en uno de los canales importantes para la comercialización y para el proceso del buen manejo y selección de la hoja de coca. Los comerciantes rescatistas han llegado a conocer más que los productores la variedad y clasificación de la hoja de coca en cuanto se refiere a la calidad, lo anterior se debe a que éstos están todos los días en esta actividad del comercio de la hoja de coca y para poder mejorar sus ganancias satisfacen las demandas y necesidades de los consumidores.

## CUADRO CINCO

### CANALES DE DISTRIBUCIÓN DEL MERCADO DE LA COCA NO RECONOCIDOS POR LA LEY Nº906/2017



Fuente: Estudio Integral de la Hoja de Coca en Bolivia 2000, citado en Ministerio de Desarrollo, Rural... (2006)

Se pone en evidencia que el comerciante productor llamado también *rescatista*, ha sido uno de los actores principales para introducir innovaciones en el proceso de selección de la hoja de coca según sus distintos mercados de consumo.

*Galponeros*: son los encargados de registrar la cantidad de coca que llega por fechas y cobrar por cada taque (1 Bs.); también cumplen la función de cuidar la coca que llega al galpón.

*Taqueadores*: son los cargadores que a la vez realizan el trabajo del vaciado de la hoja de coca de las bolsas de los productores a las bolsas de los comerciantes

*Dirigentes*: son los encargados de formular las políticas de ADEPCOCA, los mismos son elegidos en asambleas y/o voto directo, y están organizados como se señala en párrafos anteriores.

Porque como observamos: el *productor al detalle* necesariamente tiene que portar una licencia, la que le autoriza el traslado a los diferentes departamentos según su destino. Es decir, en nuestro estudio constatamos que es más preciso designarlo como *Productor comerciante* y no como *Productor al Detalle*.

#### **4. Inconvenientes en el tratamiento de la hoja de coca**

##### **4.1. Mano de obra calificada**

Los Yungas se convirtieron en un sector con fuerte demanda de la mano de obra o fuerza de trabajo para la producción de la hoja de coca, es difícil encontrar gente que pueda trabajar como jornalero, casi todos tienen sus cocalos y deben trabajarlos; en el proceso de la cosecha es donde se demanda bastante mano de obra, tomando en cuenta que se cosecha tres a cuatro veces al año requiriendo así todo el año, fuerza de trabajo.

“‘No hay mingas’ –no hay trabajadores– es algo que la gente dice casi todos los días del año. Es la condición normal en Yungas, ya que siempre falta mano de obra. Adquirir asistencia laboral externa es en consecuencia uno de los temas más importantes y sobresalientes en la vida cotidiana.” (Pellegrini, 2017:68)

Debido a esta falta de mano de obra, se recurren a diferentes tipos de trabajo como ser el *Ayni* y *cocal al partir*: que es una forma no monetizada que se constituye en una alternativa de colaboración mutua para el trabajo productivo.

“Sin duda, la forma más importante de compartir trabajo es el *ayni*. *Ayni* es una forma no monetizada de intercambiar trabajo, ampliamente descrito en la literatura sobre los Andes... Es el principio andino de reciprocidad como tal, una ‘una relación simétrica e igualitaria que no permite una separación permanente entre trabajadores y propietarios’” (Gose, citado por Pellegrini, 2017:68)

Actualmente el *ayni* se ha monetizado por la falta de mano de obra y la escasez de tiempo en las cosechas:

“En los Yungas se conceptualiza el *ayni* en términos monetizados. De un lado, los *aynis* pueden ser ganados, ahorrados y debidos en forma de deudas. Se les debe devolver lo más pronto posible, pero la gente generalmente gana *aynis* y los guardan hasta que sus *cocales* sean maduros para la cosecha.” (Pellegrini, 2017:70)

*El Cocal al partir* es una figura que se da cuando no se puede alcanzar a realizar todo el trabajo que tiene el dueño del *cocal*, entonces decide darlo “al partir” a las personas conocidas o de confianza, que trabajan y lo cosechan: “...muchas veces también entregan *cocales* ‘a medias’ a otros, generalmente gente joven de la comunidad; la gente joven hace todo el trabajo de la cosecha y entrega la mitad del producto...” (Pellegrini, 2017: 70). Una vez cosechada y secada, se pesa toda la *coca* y es partida por partes iguales, aunque a veces suelen partirse en *matju* (*coca* verde sin secar).

El alquiler de *cocales* también surge por falta de mano de obra, dando en alquiler generalmente el *cocal* por un año, donde se hace el acuerdo entre ambas partes del pago por ese año, de esa forma se determina la extensión y condición del *cocal* para hacerlo productivo.

#### **4.2. Condiciones climáticas**

Otro de los inconvenientes en el manejo y tratamiento de la hoja de *coca* es el factor climático, ya que éste determina la calidad en la producción, secado y *mat'achado* de la hoja de *coca*, para su comercialización en el mercado.

En la producción de *coca* es determinante el agua porque con las lluvias los arbustos de *coca* cargan y crecen más, las hojas en grosor son dobles y grandes, asimismo, los terrenos que se encuentran ubicados cerca de ríos o aquellos que tienen riego son *cocales* que tienen mejor producción.

En el secado de la hoja de *coca*, las lluvias no son nada favorables, una vez extendida la hoja de *coca* empieza a calentarse y secar en este proceso no puede tener un mínimo contacto con el agua hasta que haya terminado de secar. En los tiempos de lluvia los productores siempre están de miedo a extender su *coca*, muchas veces a medio secar se pone a llover llegándole gotas de lluvia a la *coca* y así pierde el buen color (verde brillante) de la hoja.

En el mat'achado el factor climático afecta sólo si lo hacen de manera tradicional y natural que es el de sacar al aire libre ya sea por la noche o de madrugada para que las hojas puedan suavizar solamente con la humedad del sereno, si en este proceso cae una lluvia será un inconveniente para este fase. Pero los productores en este tiempo optan por realizar en ambientes cerrados para no correr riesgos, utilizando fumigadoras en modo vapor, generando así la suficiente humedad que requiere la hoja de coca seca.

### **4.3. Medios tecnológicos**

Aunque la agricultura hace mucho tiempo dejó de ser una labor artesanal para convertirse en una actividad global que incorporó la tecnología. La producción de la hoja de coca no entra en el mismo ritmo de avance de la tecnología, sigue en la producción artesanal, sin dejar de lado las inquietudes de algunas personas por encontrar las formas de optimizar utilizando maquinas artesanales en este proceso de trabajo que está ligado desde la producción hasta la comercialización e industrialización.

Es difícil incorporar tecnología (maquinaria) para la producción de la coca, principalmente por los terrenos accidentados y pequeños de los Yungas, pero que en algunos procesos de la producción como ser el secado, seleccionado y mat'achado se está incorporando de una manera muy precaria. Como ser la fumigadora a motor, la maquina estufa para el secado, la maquina cernidora para el seleccionado y planchado, y prensas para el empaquetado. Estos avances es por la preocupación de cada uno de los productores pero de una manera aislada, cada quien va generando sus propios medios técnicos. Este caso, llega a ser indiferente para los dirigentes y para el Estado, ya que no existe asistencia técnica y medios tecnológicos para los productores de coca.

### **4.4. Información y capacitación**

Uno de los factores para los inconvenientes en el tratamiento, selección y clasificación de la hoja de coca es la falta de información y capacitación de parte de los actores involucrados en este proceso (productores de la hoja de coca, comercializadores y dirigentes).

Este es el caso de la Regional Inquisivi, es una Regional donde se desconoce ciertos procedimientos de clasificación y selección en la producción y comercialización para la mejora de la hoja de coca ofertada en el mercado. El problema repercute en sus ingresos económicos ya que el manejo y selección de la hoja de coca es precaria e improvisada, esta Regional es una referencia para los precios de la hoja de coca llamada “segunda” dentro el mercado de ADEPCOCA. Es notoria la desventaja con otras Regionales que están más avanzadas en este proceso de clasificación y selección de la hoja de coca por la calidad del producto.

## **CAPÍTULO CUATRO: DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA**

### **1. Situación de la provincia Inquisivi**

#### **1.1. Factor histórico, geográfico y demográfico**

La provincia de Inquisivi se encuentra en el Departamento de La Paz y tiene las siguientes características, según Fernández:

“La historia de las zonas Yungueñas se remota al periodo prehispánico, de ellas se extraía principalmente coca. Varios estudios mencionan como zonas productoras de la hoja a Zongo, Challana, Chacapa y Suri explotadas por los mitimaes mandados por el Estado Inca del Tawantinsuyo.” (Murra, citado por Fernández, 1994:17).

Según el mismo autor, la época colonial la doctrina de San Juan de Suri –como se llamaba entonces– era parte de la jurisdicción de la provincia de Sicasica. A fines del siglo XVIII fue separada de Sicasica e incluida al partido de Yungas, en 1838-1844 en la nueva república quedó en la jurisdicción de la provincia Inquisivi. La fundación de la provincia Inquisivi se dio un 16 de Julio de 1838 en el gobierno del Mariscal Andrés de Santa Cruz, bajo el nombre de “Provincia Montenegro”, compuesta por los cantones de Suri, Cavari, Mohoza e Inquisivi, solo en 1844 se separó legalmente de Sicasica y de los Yungas. (Fernández, 1994: 16)

Fernández, con relación al factor geográfico señala:

“La microrregión estudiada geográficamente comprende a los valles y al subtrópico o yungas, que se hallan a una altura de 1000 a 2500 msnm, la temperatura es variada de acuerdo al relieve formándose microclimas, los lugares más bajos Vegas Ardientes, Miguillas y Cañamina, que alcanzan a una temperatura de 27 grados centígrados en invierno y en verano más de 33 y 38 grados centígrados, de clima húmedo en la mayoría de los casos, y de suelos fértiles, aptos para el cultivo de coca, tabaco, caña de azúcar y cítricos que a lo largo de su proceso histórico fueron explotados por los habitantes del lugar” (1994:16)

Por otra parte, el autor mencionado complementa otras características de la geografía:

“La geografía es accidentada y está formada por tres cadenas de cerros que van de sur a norte. El sistema hidrográfico que irriga la región, está compuesto por los ríos: Cotacajes, Cañamina, Suri, Miguillas. Todos ellos desembocan en el río La Paz. D’Orbigni en su recorrido de La Paz a Cochabamba por el camino de herradura (camino del Takesi o del Inca), afirmaba que entre La Paz y Circuata, Cajuata y Suri, existía aproximadamente 49 leguas (274 km. Aprox.), partiendo del sud de La Paz, Calacoto, pasando por los nevados del Mururata hacia Yanacachi, Chulumani e Irupana atravesando el río La Paz para internarse a los Yungas de Inquisivi.” (Fernández, 1994:16-17)

Otra de la característica de la geografía de la provincia Inquisivi se complementa en esta importante faceta:

“En la provincia Inquisivi se encuentran los municipios de: Inquisivi, Quime, Cajuata, Colquiri, Ichoca y Licoma Pampa (c. Villa Libertad Licoma). Inquisivi es la primera sección de la provincia del mismo nombre. Al norte limita con la provincia sud yungas, al este con el Departamento de Cochabamba, al sur con los municipios de Colquiri e Ichoca, al oeste con el de Quime y al Noroeste con los de Licoma Pampa y Cajuata. Tiene acceso por la carretera de La Paz-Patacamaya-Inquisivi de transitabilidad permanente... La provincia Inquisivi del departamento de La Paz, República de Bolivia, tiene una extensión de 6.430 km<sup>2</sup> de superficie. Según el CENSO realizado en 2012 la Provincia Inquisivi tiene 66.346 habitantes. ([www.educa.com.bo>geografia> provincia Inquisivi](http://www.educa.com.bo/geografia/provincia%20Inquisivi))

En el municipio de Cajuata es donde se encuentran la mayor cantidad de comunidades productoras coca:

“Cajuata, tercera sección municipal de la provincia Inquisivi. El acceso vial se hace a través de la ruta La Paz-Chulumani-Irupana-Cajuata, transitable todo el año. Su relieve es montañoso, accidentado, típico de los Yungas Paceños. El clima del municipio es templado a cálido, con una temperatura promedio de 22° C, y una precipitación pluvial marcada de diciembre a marzo, los principales recursos hídricos con los que cuenta son los ríos Miguilla, Cañamina y Cajuata. La población



es mayoritariamente de origen aymara, y los idiomas que hablan son el aymara, el quechua y el castellano. Los pobladores están organizados en sindicatos agrarios y subcentrales. Las actividades económicas principales que se desarrollan en el municipio son el cultivo de hoja de coca, seguido por los cultivos de naranja, mandarina, plátano, yuca y camote entre otros. Asimismo los pobladores se dedican a la ganadería en especial a la cría de aves de corral y de porcinos, que son destinados al consumo familiar y a la comercialización. Otra actividad importante es la explotación de oro aluvial, la cual es utilizada a través de cooperativas. El municipio tiene un piso ecológico característico de los Yungas, con suelos aptos tanto para el cultivo de coca y especies frutícolas, constituyéndose esta en una de las principales fortalezas para el desarrollo local. Asimismo, por el clima y la altura en la que se encuentra la región, se presentan ventajas comparativas para la cría de aves y porcinos. La riqueza de recursos forestales, con paisajes, lagunas y la biodiversidad la flora y fauna, además de los recursos mineralógicos de oro aluvial, que también se presenta como una ventaja para el desarrollo del municipio, constituyen también atractivos potenciales para el desarrollo del turismo.” ([[www.educa.com.bo>geografia](http://www.educa.com.bo/geografia)> Provincia Inquisivi])

## **1.2. Factor económico**

La caracterización de la provincia Inquisivi en el factor económico está determinado por los pisos ecológicos y el clima del altiplano, de los valles y los yungas. La producción más importante se desarrolla en la agricultura, la ganadería, la minería. Con énfasis en el cultivo de coca, en la tercera sección de Cajuata y parte de la sexta sección Licoma y la primera sección Inquisivi.

“La producción de coca en los yungas de Inquisivi data de la época prehispánica y continúa lo largo del coloniaje. En 1570 en la visita realizada por el Virrey Toledo, sostenía que los indios estaban obligados a tributar en coca, la tasa impuesta era de 1700 cestos (Romano, citado por Fernández, 1994: 62). En el periodo republicano esta producción se mantuvo y fue gravada por una serie de impuestos. La producción cocalera de la zona, explotada en haciendas y comunidades, era baja en comparación con otras zonas yungueñas, como Coripata, Coroico, Chulumani e

Irupana donde el promedio de producción por hacienda a fines del siglo XIX oscilaba entre 100 a 1000 cestos anuales” (Soux, citado por Fernández, 1994: 62)

Fernández, por otra parte, caracteriza la región desde un contexto histórico específico, con estos argumentos y datos: En 1838 la hacienda Cañamina tenía como producto principal a la coca y producía 120 cestos por cada mita, su producción alcanzaba a 360 cestos anuales. Esta producción según un estado de cuentas de 1838, era destinada a cubrir ciertas obligaciones contraídas por la administración de la hacienda, pago de diezmo, primicias, Jallpayas, y la mayor parte, para la venta, haciendo uso de sus utilidades para el pago de peones y mingas, que participaron en el proceso productivo de la hoja de coca y la ganancia del propietario de la hacienda. La comercialización de la coca de los yungas de Inquisivi en el siglo XIX se realizaba en los mismos puntos de venta que en la colonia, aunque se abrieron otros mercados con el nuevo auge minero a fines de esta centuria. En 1817 el Tambor Mayor José Santos Vargas sostenía que la coca extraída de las haciendas de Suri se enviaba al pueblo de Tupacari y otro tanto a la ciudad de La Paz. En 1838 esta situación no había variado sustancialmente, de la hacienda Cañamina se sacaba coca con destino a las ciudades de La Paz, Oruro y Cochabamba. La coca para su comercialización no sólo salía de la haciendas, sino también de las comunidades y se realizaba de la siguiente forma: una buena cantidad de la coca de hacienda, encestada en prensa y la coca pisada de las comunidades, salía del cantón Suri, por la vía de Irupana, que era otro centro importante de producción de la hoja, para 1877 los registros estadísticos de la aduana de la coca, controlado por la sociedad de propietarios de Yungas presentaban datos de salida de la coca al mercado. (1994: 62-85)

Fernández, prosigue, apoyándose en otras investigaciones y autores:

“Estas características continúan a lo largo del siglo XIX, es así que en 1906, Rigoberto Paredes sostenía que de Suri salían 9.844 cestos de arroba, considerando que había una buena cantidad de coca de contrabando que alcanzaba aproximadamente a 11.000 cestos anuales. Los centros de comercialización eran los tradicionales aunque parecían haberse incrementando el flujo comercial interno ante el surgimiento de las minas y hacia las ciudades de Oruro especialmente.”

Y puntualiza:

“..la mayor parte del producto se vende en Oruro, los comerciantes de Inquisivi en esa ciudad establecieron sus negocios por ser el camino más corto cómodo que a La Paz, el resto se expende en los minerales de Quime, Ichoca, y Colquiri, alguna pequeña parte transportan a la provincia de Ayopaya..” (Paredes, citado por Fernández, 1994: 50)

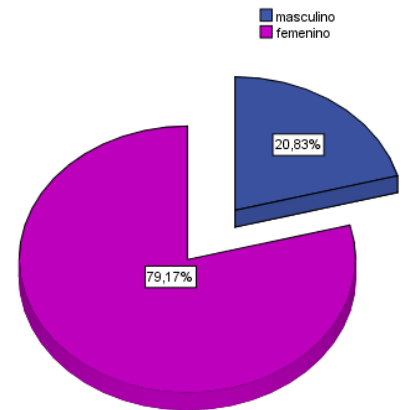
## 2. Resultados del estudio diagnóstico

### 2.1. Resultados cuantitativos

#### Género

GÉNERO				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	
Válidos	masculino	5	20,8	20,8
	femenino	19	79,2	79,2
	Total	24	100,0	100,0

#### GENERO



#### Edad

EDAD					
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	0	4	16,7	16,7	
	20	1	4,2	20,8	
	22	1	4,2	25,0	
	23	1	4,2	29,2	
	24	1	4,2	33,3	
	28	1	4,2	37,5	
	30	1	4,2	41,7	
	32	1	4,2	45,8	
	33	1	4,2	50,0	
	34	1	4,2	54,2	
	35	2	8,3	62,5	
	38	2	8,3	70,8	
	48	1	4,2	75,0	
	50	1	4,2	79,2	
	52	1	4,2	83,3	
	53	1	4,2	87,5	
	60	1	4,2	91,7	
	64	1	4,2	95,8	
	77	1	4,2	100,0	
	Total	24	100,0	100,0	

## 1.- GÉNERO

Femenino: 79.2%

Masculino: 20.8%

### Descripción

De los encuestados el género femenino es de 79.2% y el género masculino es el 20.8%

### Interpretación

Del cien por ciento de los productores la mayor parte de la población que se dedica a la comercialización, es del género femenino.

## 2.- Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
20 - 34	9	37.5%
35 - 49	5	20.83%
50 - 64	5	20.83%
65 - 77	1	4.17%
No respondió	4	16.67%
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

### Descripción

El dato más destacado es: 20 a 34 años (37.5%)

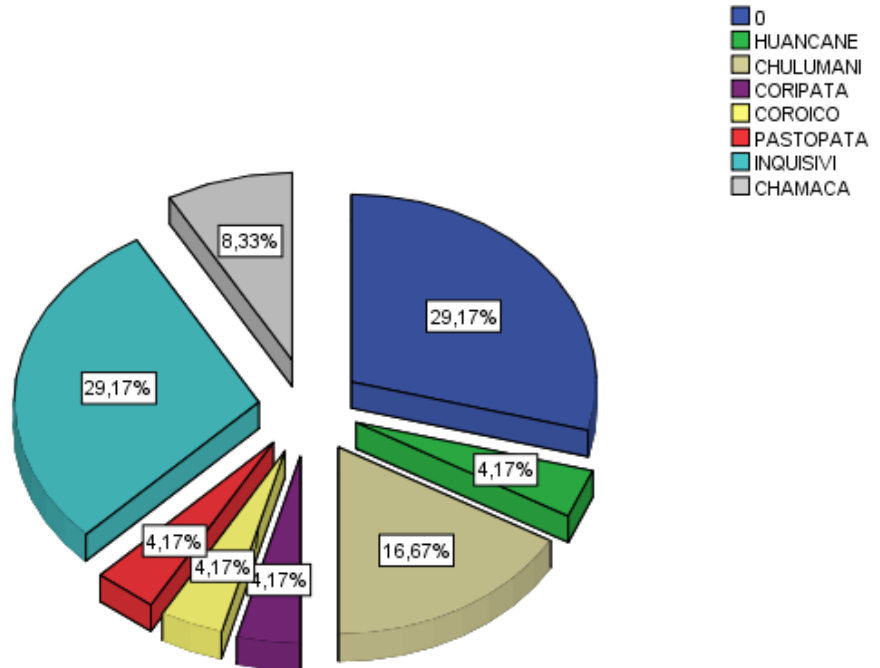
### Interpretación

De la población encuestada dentro del mercado de ADEPCOCA, la mayor parte se encuentra entre el rango de 20 a 34 años (37.5%) lo que nos muestra que es una población joven que se dedica a la comercialización de la hoja de coca.

**REGIONAL A LA QUE PERTENECE**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
0	7	29,2	29,2	29,2
HUANCANE	1	4,2	4,2	33,3
CHULUMANI	4	16,7	16,7	50,0
CORIPATA	1	4,2	4,2	54,2
Válidos COROICO	1	4,2	4,2	58,3
PASTOPATA	1	4,2	4,2	62,5
INQUISIVI	7	29,2	29,2	91,7
CHAMACA	2	8,3	8,3	100,0
Total	24	100,0	100,0	

**REGIONAL A LA QUE PERTENECE**



### 3.- Regional a la que pertenece

#### Descripción

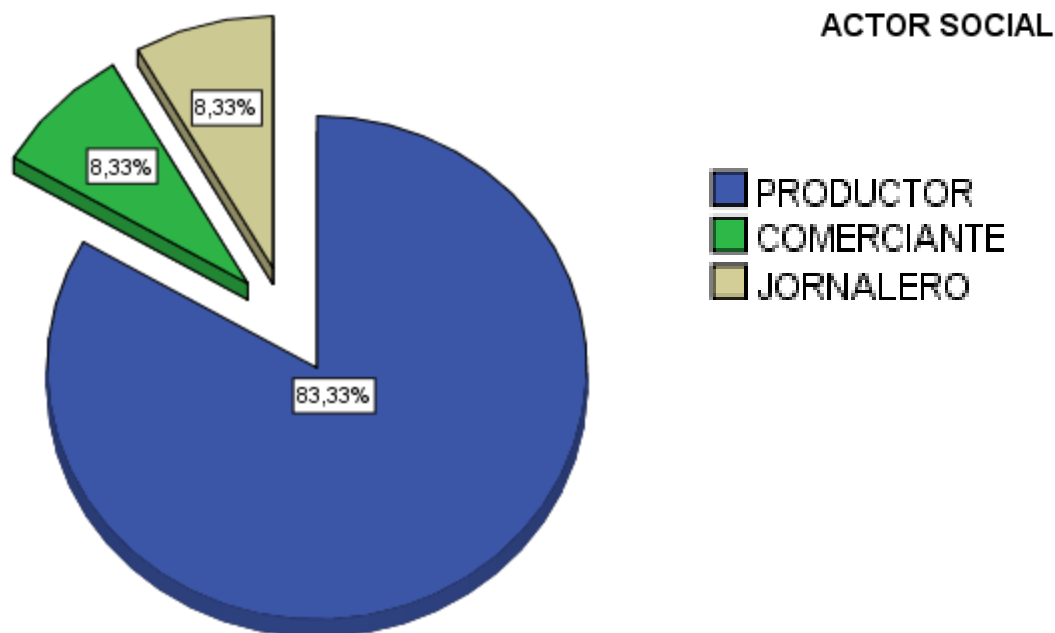
El mayor porcentaje encuestado es a la Regional Inquisivi (29.2%), siguiendo la Regional de Chulumani (16.7%), subsiguientemente la Regional Chamaca (8.3%). No respondieron el 29.2%.

#### Interpretación

Un buen porcentaje no respondieron por la susceptibilidad de pugnas políticas al interior del mercado. La encuesta refleja en mayor proporción a la Regional Inquisivi objeto de estudio del presente trabajo

#### Actor social

ACTOR SOCIAL			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
PRODUCTOR	20	83,3	83,3
COMERCIANTE	2	8,3	8,3
JORNALERO	2	8,3	8,3
Total	24	100,0	100,0



#### 4.- Actor social

##### Descripción

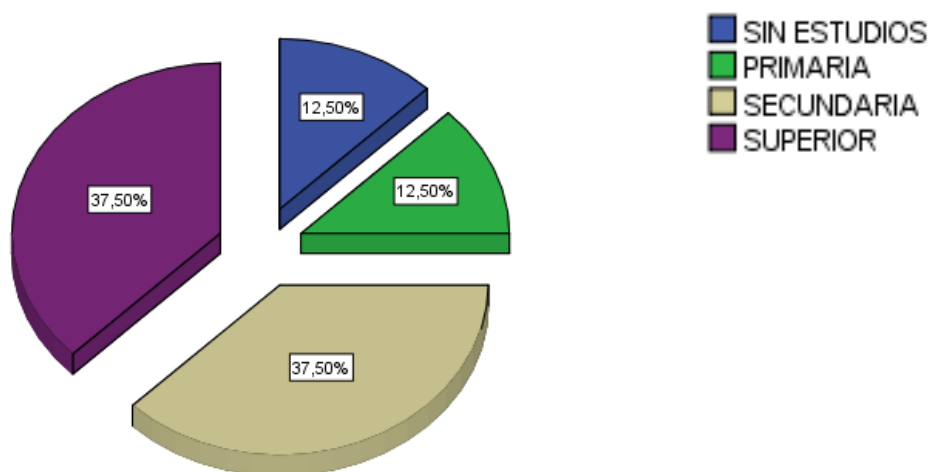
El mayor porcentaje de los encuestados son los productores (83.3%), siguiendo los comerciantes (8.3%), y los jornaleros (8.3%).

##### Interpretación

El mayor número de los actores sociales son productores, considerando que estos productores también son comerciantes, pero en el cuadro resalta el porcentaje exclusivamente de comerciantes. Los actores sociales que cumplen el rol importante en esta actividad de la producción, el manejo, clasificación y selección de la hoja de coca reflejada en esta investigación, son productores, comerciantes y jornaleros. Estos últimos son conocidos como “taqueadores” dentro del mercado.

#### Estudios

ESTUDIOS			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
SIN ESTUDIOS	3	12,5	12,5
PRIMARIA	3	12,5	12,5
SECUNDARIA	9	37,5	37,5
SUPERIOR	9	37,5	37,5
Total	24	100,0	100,0





## 5.- Estudios

### Descripción

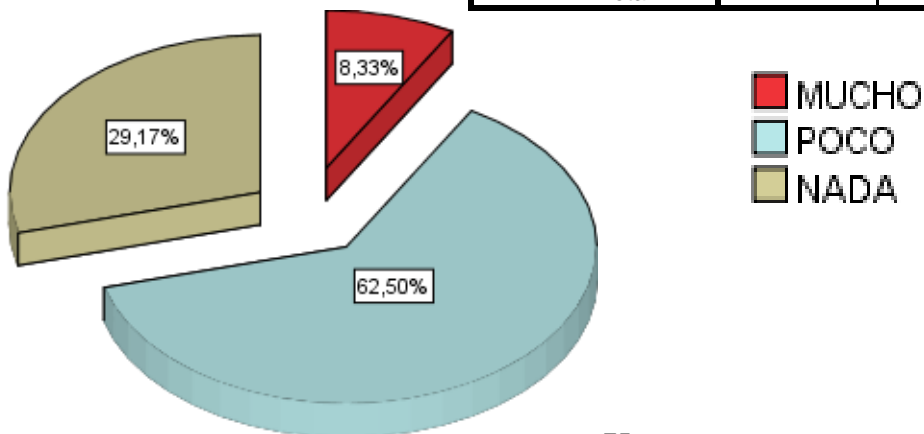
Sin estudios (12.5%), primaria (12.5%), secundaria (37.5%) y superior (37.5%)

### Interpretación

La población analfabeta tiene un porcentaje considerable lo cual llama la atención en un país que se ha declarado “libre de analfabetismo”. Otro dato importante es el de los productores-comerciantes que alcanza el (37.5%) en el nivel secundario y superior (37.5%). El anterior dato refleja el *desempleo calificado*: que por los bajos ingresos que perciben los profesionales se dedican a la comercialización de la hoja de coca. En forma global con relación a los estudios y a la educación no es una población homogénea y las políticas de mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca deben considerar a esta población heterogénea y polarizada.

## 6 ¿Cree usted que el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca para su comercialización es el adecuado?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	MUCHO	2	8,3
	POCO	15	62,5
	NADA	7	29,2
	Total	24	100,0



## 6.- Manejo y tratamiento

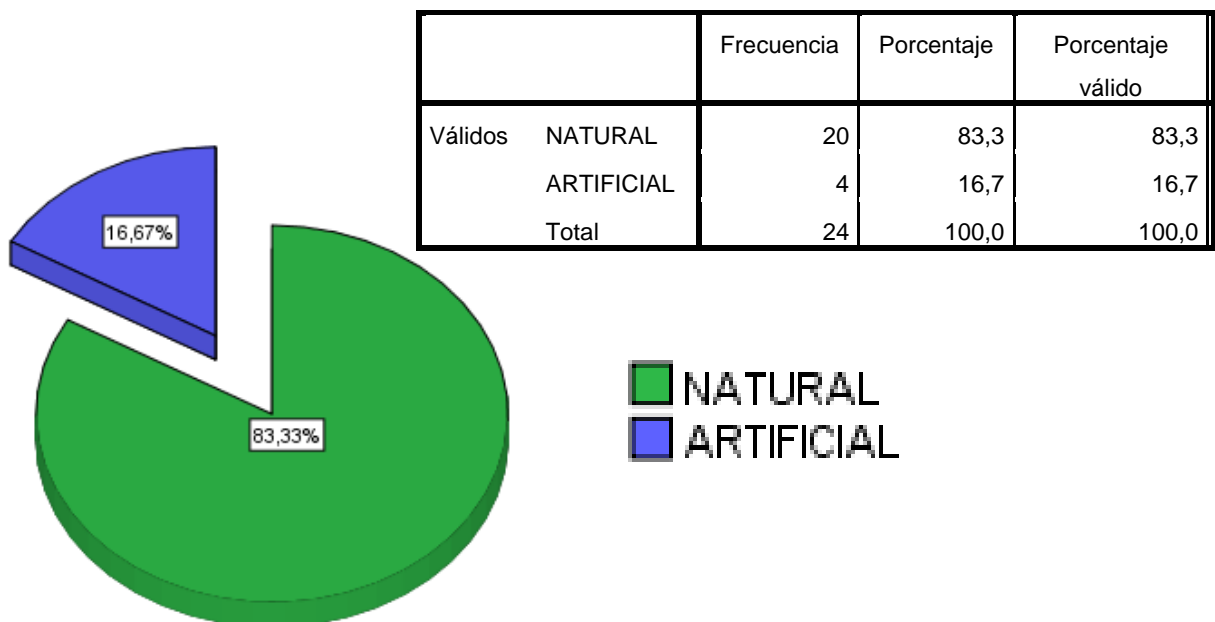
### Descripción

Con relación a la pregunta la respuesta fue: nada adecuada (29.2%), poco adecuada (62.5%) y adecuada (8.3%).

### Interpretación

Los datos del presente diagnóstico son evidentes porque los encuestados señalan que el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca para su comercialización es poco adecuada. Lo anterior, amerita la necesidad de trabajar en políticas públicas, estrategias y mecanismos para mejorar el tratamiento y la selección de la hoja de coca avizorando la mejora de la calidad e incidiendo en la producción y comercialización de la coca. Este trabajo requiere enfocar por lo menos en tres frentes: 1. políticas públicas de producción y de comercialización; 2. Capacitación en “calidad total” para los jornaleros y cosechadores, productores y comerciantes; 3. Conocimiento en equipamiento y tecnología.

## 7 ¿Considera usted que en el manejo el tratamiento y la selección de la hoja de coca, el más ventajoso es el?



## 7.- Manejo y tratamiento natural o artificial

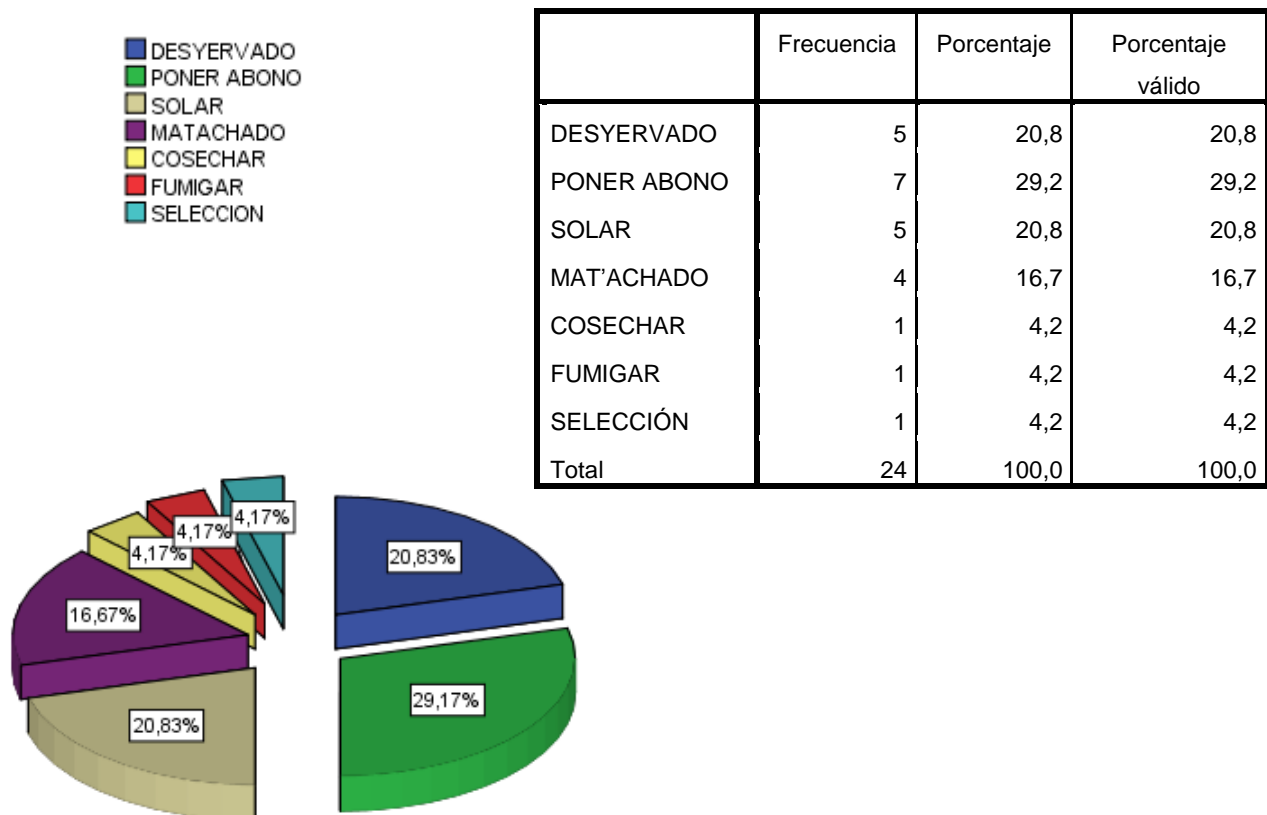
### Descripción

Con relación a la pregunta la respuesta fue: natural (83.33%), artificial (16.67%).

### Interpretación

El porcentaje mayor del tratamiento natural de la hoja de coca es por el desconocimiento de la existencia de equipo y máquinas para ese proceso que facilitaría el mismo. Lo anterior refleja el trabajo arcaico e improvisado en la cosecha, el tratamiento y la selección de la hoja de coca por falta de conocimiento y capacitación en el uso de la tecnología apropiada

## 8 ¿Qué técnicas naturales se utiliza más en el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca, señale dos o tres?



## 8.- Técnicas naturales

### Descripción

La mayor frecuencia en el cuadro corresponde a poner abono (29,2%), desyerbado (20.8%) y solar (20.8%),

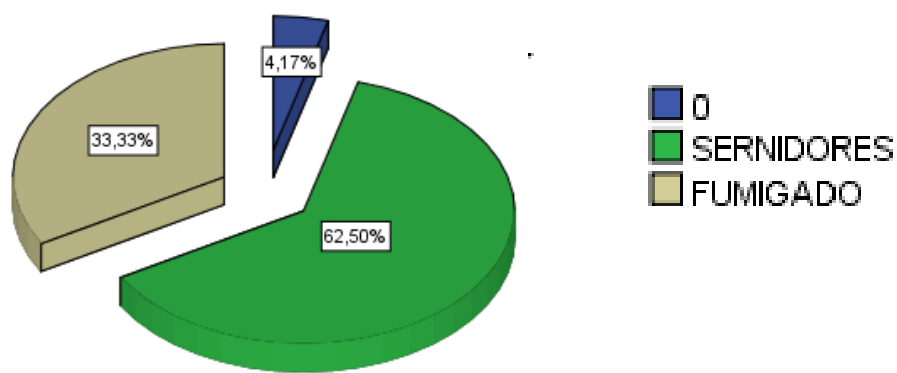
### Interpretación

Para el proceso del abonado y el desyerbado es parte exclusiva de la producción de la coca, en la cual es difícil la utilización de maquinaria por los terrenos inclinados de los cocales.

El dato de solar se refiere al secado de la hoja de coca puesta al sol que es la más adecuada para poder secar en mayor cantidad utilizando de forma óptima los espacios disponibles como ser plazas, canchas, caminos, etc.

## 9 ¿Qué técnicas artificiales considera usted que son más apropiadas para el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca, señale tres?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
0	1	4,2	4,2
Válidos CERNIDORES	15	62,5	62,5
FUMIGADO	8	33,3	33,3
Total	24	100,0	100,0



## 9.- Técnicas artificiales

### Descripción

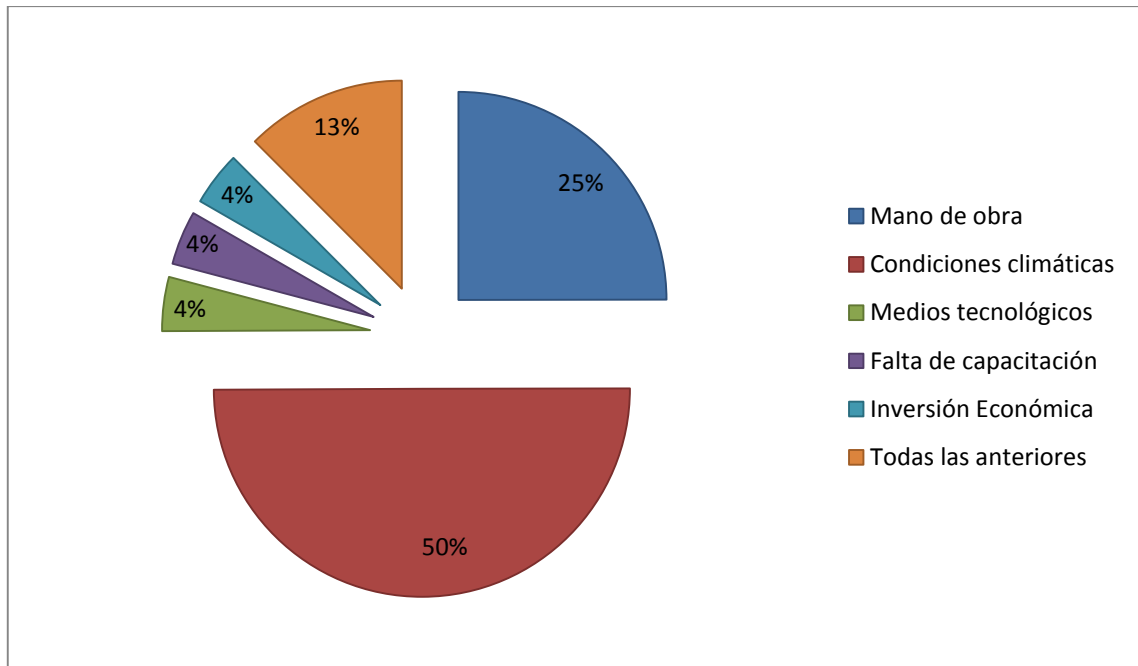
Con relación a la pregunta la respuesta fue: cernidores (62.5%), fumigado (33.33%).

### Interpretación

El dato es revelador porque la mayoría de los encuestados señala la necesidad de incorporar en el tratamiento de la hoja de coca: los cernidores para el proceso de selección de la hoja de coca. El otro dato hace referencia a la utilización de fumigadoras en el proceso del mat'achado. En este proceso, por iniciativa personal de los productores comerciantes fueron incorporando otros tipos de maquinarias artesanales como las, máquinas cernidoras, las secadoras, las planchadoras y otras.

## 10. ¿Qué inconvenientes o problemas se presentan en el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
FALTA DE MANO DE OBRA	6	25,0	25,0	25,0
CONDICIONES CLIMÁTICAS	12	50,0	50,0	75,0
MEDIOS TECNOLÓGICOS	1	4,2	4,2	79,2
FALTA DE INFORMACIÓN Y Válidos CAPACITACION	1	4,2	4,2	83,3
INVERSIÓN ECONOMICA	1	4,2	4,2	87,5
Y TODAS LAS ANTERIORES	3	12,5	12,5	100,0
Total	24	100,0	100,0	



## 10. Inconvenientes

### Descripción

Con relación a la pregunta, la respuesta fue: condiciones climáticas (50%), falta de mano de obra (25. %) y todos los anteriores (12.5%).

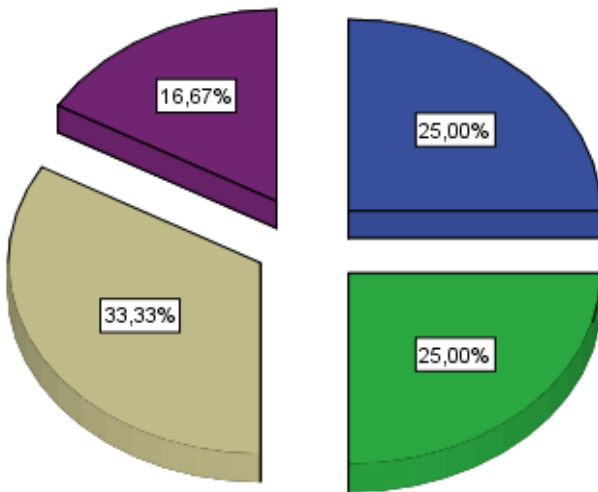
### Interpretación

Los inconvenientes o problemas se presentan en el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca son en gran medida, las condiciones climáticas que es una amenaza recurrente, seguido de la falta de mano de obra y todos los otros inconvenientes de forma agrupada son: la falta de información y capacitación, la tecnología e inversión.

**11 ¿Cómo se podría mejorar el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca, señale dos o tres ideas?**



	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
REFORESTAR	6	25,0	25,0
RIEGO	6	25,0	25,0
SELECCION	8	33,3	33,3
ABONOS	4	16,7	16,7
Total	24	100,0	100,0



**11.- Ideas para el mejoramiento**

**Descripción**

Con relación a la pregunta la respuesta fue: Selección (33,3%), riego (25.0%) y reforestar (25.0%)

**Interpretación**

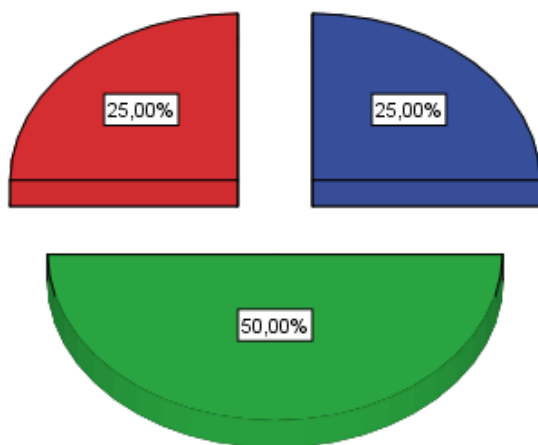
La mejora en el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca, señalan los encuestados en mayor proporción, la **selección** de la misma, es decir, que se pueda ofrecer al mercado una de hoja de coca mejor seleccionada y clasificada en sus diferentes tamaños y colores de coca como ser: “elegida”, “hojeada”, “mediana”, “segunda” y “choqueta”, diversificando la hoja de coca con sus respectivos precios, en otras palabras significa en la

dimensión económica, mejorar el ingreso para los productores por el valor agregado como consecuencia de una clasificación de calidad de la hoja de coca.

**12 ¿Cree usted que las relaciones sociales entre los dirigentes de ADEPCOCA, los productores, comerciantes, jornaleros (taqueadores) son?**

■ BUENAS  
■ REGULARES  
■ DEFICIENTES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	BUENAS	6	25,0
	REGULARES	12	50,0
	DEFICIENTES	6	25,0
	Total	24	100,0



**12.- Relaciones sociales entre dirigentes, productores, comerciante y jornaleros**

**Descripción**

Con relación a la pregunta la respuesta fue: regulares (50.0%), deficientes (25.0%).

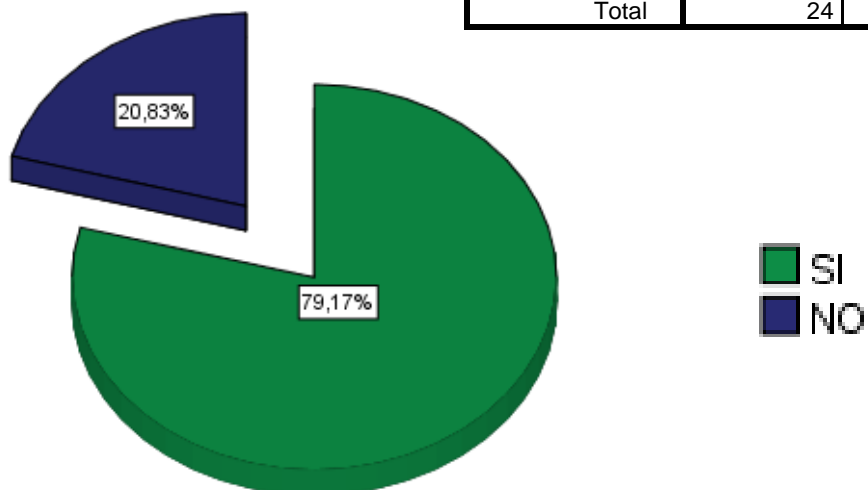
**Interpretación**

Las relaciones sociales de los dirigentes con los productores comerciantes y jornaleros requiere superar sustantivamente el nivel regular por otros niveles de mejor comunicación y liderazgo por parte de los actores sociales que intervienen en el proceso de producción y comercialización, con el propósito de crear un espacio y clima institucional favorable y proyectar más e improvisar menos, aplicando la planificación estratégica.



**13 ¿Existe relaciones de parentesco, amistad, compadrazgos u otras en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos SI	19	79,2	79,2
NO	5	20,8	20,8
Total	24	100,0	100,0



**13.- Relaciones de parentesco**

**Descripción**

Con relación a la pregunta la respuesta fue: SI (79.2%), NO (20.8%).

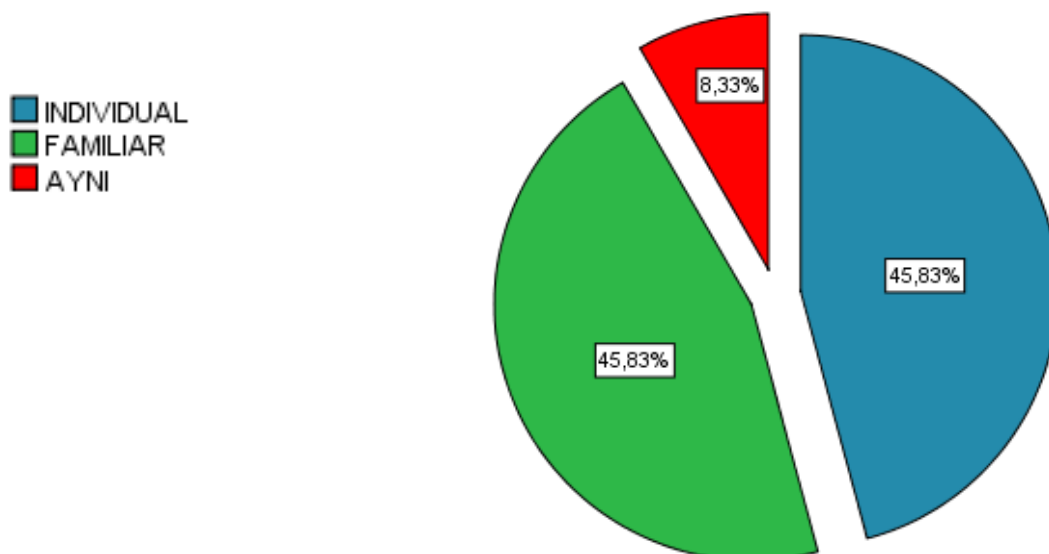
**Interpretación**

La producción y comercialización de la hoja de coca se basa más en una economía familiar, comunal y social.

**14. Las relaciones en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca es:**

**LAS RELACIONES EN LA PRODUCCIÓN, LA COMERCIALIZACIÓN  
Y LA SELECCIÓN DE LA HOJA DE COCA ES:**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
Válidos	INDIVIDUAL	11	45,8
	FAMILIAR	11	45,8
	AYNI	2	8,3
	Total	24	100,0



**14.- Las relaciones en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca**

Con relación a la pregunta la respuesta fue: familiar (45.83%), individual (45.83%) y ayni (8.33%)

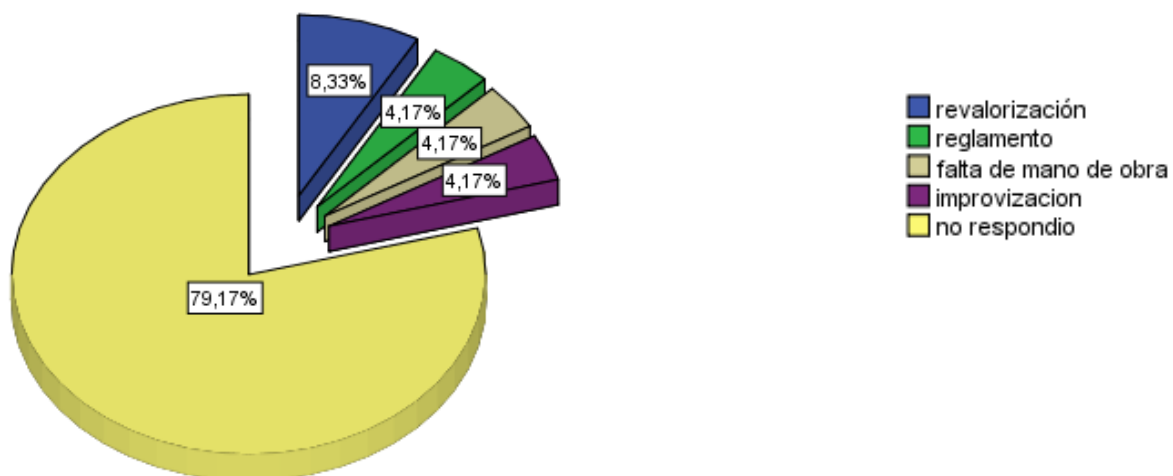
**Interpretación**

Las relaciones en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca es individual ya que está basada en la competencia y beneficio personal. Por otra parte, en la misma magnitud este proceso es también familiar; quedando disminuido el ayni.

**15. ¿Algo que complementar sobre la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

**ALGO QUE COMPLEMENTAR SOBRE LA PRODUCCION, LA COMERCIALIZACION Y LA SELECCION DE LA HOJA DE COCA**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido
revalorización	2	8,3	8,3
reglamento	1	4,2	4,2
falta de mano de obra	1	4,2	4,2
improvisación	1	4,2	4,2
no respondió	19	79,2	79,2
Total	24	100,0	100,0



**15.- complemento**

Con relación a la pregunta la respuesta fue: no respondió (79.2%), revalorización (8.3%)

**Interpretación**

La mayor parte de los encuestados no respondieron por falta de iniciativa y una conducta proactiva.

### 2.1.1. Triangulación de datos:

La triangulación de datos permite una validación convergente o una comprensión más global de un fenómeno (Ander-Egg, 2000: 81). Se puede considerar, por una parte, el juego de tres variables: 1. **Regional** a la que pertenece 2. **Qué técnicas naturales** se utiliza más en el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca, y 3. **Género**. Se puede observar claramente que la técnica *natural* es la que más se llega a utilizar como ser: de la técnica del secado al sol y del mat'achado. Y la variable *Género* como apuntábamos líneas arriba son la mayoría mujeres: 79,2. (8 de cada 10), en la población del presente Estudio Diagnóstico.

Por otra parte, se puede apreciar en este trabajo, el juego de tres variables: 1. **Regional** a la que pertenece. 2. **Inconvenientes** o problemas se presentan en el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca, y el del **Género** de los participantes. La mayoría pertenece a la Regional Inquisivi: 29% (Otros no respondieron 29% por razones políticas); los inconvenientes o problemas que se presentan en el manejo de la hoja de coca, se refiere a las *condiciones climáticas* que alcanza el 50%, seguido de la falta de mano de obra (25%), y la variable *Género femenino* que alcanza a ser una mayoría 79.2% a nivel global.

Como corolario de esta triangulación de datos se puede colegir: por una parte, en la Regional Inquisivi se usan más técnicas naturales en el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca, en una población preponderantemente femenina. Por otra parte, los inconvenientes o problemas que se presentan en el manejo de la hoja de coca, son las *condiciones climáticas*, la falta *de mano de obra* notoriamente y el conjunto de otros factores como los medios tecnológicos, la falta de información y capacitación y la inversión económica, entre otros, en el Mercado de ADEPCOCA que tiene una mayoría de población trabajadora femenina.

### 2.1.2. Análisis global de los resultados cuantitativos

El análisis de los resultados cuantitativos en el presente estudio diagnóstico es muy importante. Se aplicaron cuestionarios con preguntas abiertas y cerradas. El procesamiento de la información se realizó con el programa SPSS.

Con relación a la variable género la mayor parte de la población estudiada corresponde al género femenino. Y con relación a la variable edad, el mayor número de los actores sociales dedicados en la actividad de producción y comercialización de la coca son jóvenes (20-34 años).

La variable “Regional” a la que pertenecen los actores sociales, un buen porcentaje no respondió por la susceptibilidad de pugnas políticas. La encuesta refleja en mayor proporción a la Regional Inquisivi objeto de estudio del presente trabajo. El mayor número de los actores sociales son productores, considerando que algunos de estos productores también son comerciantes.

En la variable de Estudios la población analfabeta tiene un porcentaje considerable, otro dato importante es el de los productores-comerciantes que alcanza el nivel de estudios de secundaria (37.5%) y superior (37.5%), dato que refleja el *desempleo calificado*: por los bajos ingresos que perciben los profesionales se dedican a la comercialización de la hoja de coca.

Los encuestados señalan que el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca para su comercialización es poco adecuada. Por lo que amerita la necesidad de trabajar en políticas públicas, estrategias y mecanismos para mejorar el tratamiento y la selección de la hoja de coca, avizorando la mejora de la calidad. Este trabajo requiere enfocar por lo menos en tres frentes: 1. políticas públicas de producción y de comercialización; 2. Capacitación en “calidad total” para los jornaleros y cosechadores, productores y comerciantes; 3. Conocimiento en equipamiento y tecnología.

Con relación a la variable de uso de *Técnicas naturales, en la producción de la coca* es difícil la utilización de maquinaria por los terrenos inclinados de los cocales. La técnica natural más adecuada es el secado de la hoja de coca puesta al sol, para poder secar en mayor cantidad utilizando de forma óptima los espacios disponibles como ser plazas, canchas, caminos, etc. Las técnicas artificiales; existe la necesidad de incorporar en el tratamiento de la hoja de coca; hasta el momento sólo es por iniciativa personal de los productores comerciantes que fueron incorporando maquinarias artesanales como las máquinas cernidoras, las secadoras, las planchadoras y otras.

Las Ideas sugeridas para el mejoramiento, es tener la capacidad de poder ofrecer al mercado una hoja de coca de mejor manera seleccionada y clasificada en sus diferentes tamaños y colores de coca como ser: la “elegida”, la “hojeada”, la “mediana”, la “segunda” y la “choqueta”; de esta forma se iría diversificando la hoja de coca con sus respectivos precios; en lo económico significa mejorar sustantivamente el ingreso para los productores por el valor agregado del producto.

Las relaciones sociales entre dirigentes, productores, comerciante y jornaleros requieren superar notablemente el nivel de comunicación, diálogo y liderazgo por parte de los actores sociales que intervienen en el proceso de producción y comercialización de la hoja de coca. La variable relaciones de parentesco en la producción y comercialización de la hoja de coca se basa más en una economía familiar, comunal y social. Sin embargo, las relaciones en la producción, la comercialización, y la selección de la hoja de coca, por otra parte, es individual ya que está basada en la competencia y el beneficio personal propio del sistema capitalista.

## 2. 2. Resultados cualitativos

### 2.1.1. Análisis y resultados cualitativos

El análisis de la *entrevistas* corresponde a la parte cualitativa de la investigación. La misma se procedió a procesar la información mediante la técnica del *análisis de contenido*. Las entrevistas estuvieron orientadas por la guía de las entrevistas, las mismas desarrollamos a continuación:

1. ¿Cree usted que el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca para su comercialización es buena o poco adecuada?

*Ehhh... no podría generalizar porque mucha gente en si selecciona la coca, muchos la seleccionan adecuadamente, otros no, esto es una variedad.*

**Entrevistadora:** ¿Y en la regional Inquisivi es buena, mala o más o menos?

*Más o menos le podría decir porque mayormente esa gente, como dicen lo hacen cosechar por libra, y cuando la gente lo cosecha por libra por ganar más lo cosecha rápido, lo cosecha rápido ya y además la hojita no es, es muy delgadita no es gruesita como las demás. y es por eso que esa hojita se blanquea y hay que venderlo rápidamente, no de echarle mucha agua para para venir a vender hay que echarle semi sequita hay que tratarla de vender en el mercado de aquí de La Paz, porque se blanquea la coca y sale feo pues aquí y no pueden comercializarlo, mayormente esa coca se utilizan para otras cosas. (Entrevista. VII)<sup>8</sup>.*

*Falta mejoramiento en la regional Inquisivi porque tienen que manejar con más calidad, cosechar de muy buena manera hoja por hoja, recibir en bolsas plásticas, de lo contrario las hojas se marchitan. Además, por las noches se debe vaciar en el piso sobre nylon y hay que cubrirlo del viento de la noche para que se mantenga de buena forma, hay que tratar bien la hoja de coca. El manejo de la hoja de coca de*

---

<sup>8</sup> Entrevista VII (El número romano se refiere al número de entrevista). Las entrevistas se realizaron en el mes de octubre de 2017 en el mercado de ADEPCOCA. Aunque existes entrevistas de años anteriores que sustentan en el marco teórico. Los entrevistados fueron productores, comerciantes y dirigentes.

*Inquisivi no es muy buena, yo estoy viendo los galpones y sé cuál es de más calidad. (Entr. V).*

*Tienen que tener un área especial para el manejo adecuado. Porque lo parquean en el piso en el suelo no hay higiene adecuada eso sobre el manejo que viene con tierra, con piedra desde adentro pues, no hay nada bien desde los yungas debería partir eso. (Entr. IV).*

*Claro es buena cuando lo manejamos bien, da su precito pero cuando no lo manejas bien, no da su precio, hay que manejarlo bien hay que mat'acharlo bien y damos a su precio, por lo menos algo más aumentado pero cuando no lo manejas no pues... menos nomas te pagan. (Entr. IV).*

*No es buena, porque en los yungas lo extienden en el piso de ahí entran las gallinas se hacen baño encima de la coca, en red nomas lo extienden al piso, entonces por esas cosas. (Entr. XI).*

### **Interpretación (análisis de contenido)**

1.- En el caso de la Regional Inquisivi se identificaron que no hay un buen manejo de la hoja de coca; en el proceso del cosechado se realiza de manera libre (libreada), donde los cosechadores se van al avance y cosechan rápido por ganar más, no hay una buena cosecha (hoja por hoja), como también identificaron algunos pasos que se debe seguir en la cosecha, se debe recibir el “matju” en bolsas nylon para que esta se mantenga fresca y por la noche debe ser bien tapada para que no le dé el viento, además, debe ser higiénicamente manejado en todas las Regionales de ADEPCOCA. Tomando todos estos aspectos, de un mejor manejo y con cuidado en la cosecha la hoja de coca, será mejor y por lo tanto tendrá mejor precio.



## **2 ¿En qué regionales es mejor el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca para su comercialización?**

*El manejo y la selección de la hoja de coca, básicamente en todas las regionales lo tratamos de hacer de una manera adecuada para que el consumidor este satisfecho digamos con el producto que nosotros manejamos pero yo desde mi punto de vista yo creo que el mejor manejo lo tienen las regionales más antiguas como ser las regionales de Coripata regionales de Chulumani y las regionales de Huancané y la regional de Arapata, se podría decir, porque son las regionales digamos ancestrales y donde la producción de la hoja de coca se ve en un mejor manejo. (Entr. XIV).*

*Más o menos Irupana, Huancane, Chulumani, Chamaca, también hay, hay mucha gente que maneja bien, también (Entr. VII).*

*En las regionales de Huancané, Coripata ya decayó en su calidad porque es una hoja oscura y no es como antes una hoja sencilla no es verde, de color pacay ahora es verde oscura y sencilla. Entonces la Regional Chulumani también manejan con calidad, todas sus comunidades tienen buen manejo. También la Regional Chamaca maneja con calidad, ha mejorado mucho en su manejo según lo que he visto en sus comunidades han mejorado porque aprendieron a manejar la hoja de coca, antes manejaban a jalones pero ahora mejoraron sobretodo en la cosecha con lo cual hay más calidad (Entr. V).*

*Coripata, Pastopata también, Río Blanco, muchos lugares (Entr. X).*

*Bueno siempre ha manejado bien la regional de Coripata tienen un buen manejo, pero nada es imposible también en la regional de Inquisivi también se puede hacer un buen manejo, también se ha visto un cambio a lo que era el manejo hace mucho, ahora se ha visto donde la hojita de Inquisivi está mejorando, en Cora*

*especialmente por el lado de Miguillas, Lujmani lo manejan bonito la hoja, y esa coquita llevas al mercado y sale como pan caliente (Entr. I).*

*En Coripata, Rio Blanco, Huancane, Irupana, después Turkuli son distintos lugares son como lo manejen el lugar. (Entr. III).*

*En Pastopata, Río blanco en la calzada mmm... parte de la calzada Coripata. (Entr. XI).*

### **Interpretación**

2.- Las Regionales con mejor manejo señalan que son las más antiguas como Coripata, Huancane, Chulumani, Arapata y Chamaca que están mejorando mucho en su manejo sobre todo en la cosecha. Señalan los productores de la Regional Inquisivi que nada es imposible se puede manejar mejor como ya lo están haciendo algunas comunidades como ser K'ora, Miguillas y Lujmani, aunque no alcanzaron el óptimo manejo, pero se dieron cuenta que “sale como pan caliente” y en mejor precio una producción de mejor calidad. Las Regionales que alcanzaron un buen manejo son las que tienen mejores beneficios económicamente porque su coca vende en mejores precios y esa coca es la que se vende primero por su calidad dentro el mercado de ADEPCOCA.

### **3. ¿Qué inconvenientes o problemas se presentan en el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca?**

*Yo creo que en cuanto al tratamiento de la hoja de coca y al manejo se podría decir que es en cuanto tenemos inconvenientes en el he... cambio climático se podría decir en las épocas de lluvia porque como bien se sabe la hoja de coca para que se lo pueda obtener como se lo conoce una hoja seca se necesita del secado básicamente de los rayos de sol y en épocas de lluvias cuando empieza a llover la hoja se friega convirtiéndole en una hoja choqueta o sea una hoja malograda y en cuanto al transporte tenemos muchas dificultades como porque los caminos de los*

*yungas he... son caminos de tierras que dificulta el transito libre para la hoja de coca. (Entr. XIV).*

*El clima.*

Entrevistador: Ya, ¿algún otro factor?

Entrevistada: *¿Haber?, no sé el viento, a veces, hace caer al secado. (Entr. VI).*

*no pues como todo en allá siempre falta personal, claro eso de falta personas siempre falta, para ayni como dicen nove para eso, siempre falta en allá personas, uno siempre desea acabar lo más antes cosechar (Entr. VIII).*

*Que mucha gente no está acostumbrada a seleccionar digamos por ojeada mediana y menuda, también que en otros sectores lo echan mucha urea y por qué su coca crezca bonita, verde pero es con químico (Entr. VII).*

*En inconvenientes puede ser porque tratamos mal la hoja de coca, por ejemplo para secar en la mañana sobre la red o cachi hay que secar de adelante para atrás hay que regar y no se debe pisar las hojas sino se marchita entonces para que sea de calidad de debe manejar así, como lo hacen algunas Regionales, pero en cambio en mi Regional se hace de adelante para atrás echando y regando la hoja de coca, se revuelve con escoba ese es el proceso (Entr. V).*

*Mmm... lo cosechan anticipadamente, ya no dejan madurar como antes. ¡Todos!, no saben manejar nada, ni le seleccionan, ni... ni ciernen, desde el manejo, desde el cosechado, hasta el secado, hasta el mat'achado es pésimo (Entr. IX).*

*El inconveniente principal es el medio ambiente es un factor climático donde daña la hoja de coca, necesitamos cursos de capacitación para el manejo de la coca (Entr. I).*

*Los problemas hay cuando no hay sol, la hoja no seca, y cuando hace poco sol o tiempo de lluvia entonces la coca no seca de ahí llega la hoja choqueta o segunda (Entr. XI).*

*Hasta el momento lo manejamos rústicamente y eso puede ser tal vez he... un pequeño problema o dificultad porque estamos todavía he... manejando la coca rústicamente. (Entr. XIII).*

*Poco porque no lo manejamos también, no le seleccionamos también, tenemos buena hoja pero no lo manejamos muy bien la hoja, si lo seleccionáramos lo cerniéramos tendríamos buena hoja para vender pero no lo manejamos así adecuadamente (Entr. II).*

*Es que no se puede secar en un espacio pequeño. Cuando secas se amplía y se vuelve grande y hasta recoger siempre le gotea y la lluvia tampoco te anuncia que va llover. (Entr. III).*

### **Interpretación (análisis de contenido)**

3.- De los inconvenientes que señalan es el *factor climático*, muchas veces son sorprendidos por la lluvia en el proceso de secado de la hoja de coca, lo cual da como resultado la hoja “choqueta” (hoja color café), el otro inconveniente es la *falta de mano de obra* especialmente en la cosecha ya que es un proceso que se lo tiene que acabar con rapidez, si no consiguen acabar la cosecha en su tiempo la coca se rebrota y ya abra pasado su tiempo de cosecha. También toman en cuenta el desconocimiento de los procesos y técnicas para el buen manejo de la hoja de coca por lo que reclaman cursos de capacitación y así superar estos inconvenientes y tener un buen manejo de la hoja de coca para poder ofrecer un producto de calidad al mercado.

**4. ¿Qué procesos y técnicas considera usted que son más apropiadas para el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca, puede comentarnos?**

*Ya hay máquinas para cernir, ya no hay cernido a mano, ya hemos actualizado, ahora se utiliza pura maquinas seleccionadoras (Entr. VI).*

*eh bueno, yo bueno, la gente bueno, tendría que tener una capacitación, el manejo bueno de cómo seleccionar, que mucha gente no conoce, solamente cosecha por cosechar y no lo selecciona bien, por eso es que muchas veces vienen a vender al mercado en un bajo precio la coca (Entr. VII).*

*Antes no sabíamos cernir y se manejaba hojas marchitas, ahora se maneja primeramente la elegida se la saca del árbol es especial en la cosecha, en el manejo para mejorar se saca la hojeada, mediana, menuda y la más t`unita eso es lo que se hace ahora, la coca seleccionada es la que se vende más y en cambio otras hojas maltratadas no está bien (Entr. V).*

*Ah... ya nosotros la elegimos, sacamos pura hojitas primero pura hojitas lo cosechamos. (Entr. VI).*

*Hasta que se ha podido ver hasta estos días el manejo lo hacemos nosotros como productores naturalmente porque no tenemos maquinarias o instrumentos de esa naturaleza para poder hacer el manejo. (Entr. XIII).*

*Bueno a principio, bueno empezar a cosechar bien la hojita, cuidarlo luego del manejo del secado también tener cuidado, en eso tampoco tenemos mucho cuidado en taquear, hay que tener cuidado, hay que saber cosa que nosotros no sabemos manejar (Entr. II).*

### **Interpretación**

4.- Estas técnicas de buen manejo y tratamiento de la hoja de coca muchos desconocen, por lo que piden capacitación, pero de las personas que hacen el buen manejo y selección de la hoja de coca, por otra parte señalan, que se tiene que tomar

en cuenta el proceso desde la cosecha: la cosecha debería ser hojeada (hoja por hoja) esa primera cosecha son las hojas grandes de la que sale la hoja “elegida” que es la mejor coca en cuanto a calidad, viene después la hojeada, mediana, menuda y t’una, todo esto se lograría con la técnica del cernido.

##### **5. ¿Cómo se podría mejorar el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca?**

*Evidentemente el usos de la tecnología he... nos podría facilitar un mejor manejo y el tratamiento de la hoja de coca pero cabe recalcar que en Bolivia no contamos con tales tecnologías que nos ayude a manejar o básicamente el gobierno no está implementando he... recursos o... no están implementando técnicos para que nos puedan ayudar para mejorar el tratamiento de la hoja de coca no. (Entr. XIV).*

*De nosotros está bien, de Inquisivi no está bien seleccionada... no sé, a ver como...*

Entrevistador: Por ejemplo, tal vez, mmmmm... le doy un ejemplo se podría contratar, capacitar mejor a las personas.

*Entrevistada: En algunos lugares podría ser.*

Entrevistador: Hay algunos que lo aprenden por familia, el papa enseña al hijo, pero, eh, sería ya quizás, sería bueno que capaciten a las personas (Entr. VI).

*Claro, la coca allá tiene que saber en qué tiempo va a secar, por ejemplo nosotros allá en mi comunidad secamos antes de que salga el sol, cuando está empezando a calentar, porque si lo secamos cuando ya sale el sol, empieza a quemar a la coca, entonces antes de que salga el sol tenemos que secar todo, para que así todo seque por igual, siempre allá secamos en red, en cachi...*

Entrevistador: ¿Y la lluvia?

*Entrevistada: La lluvia claro, cuando a uno lo pesca la lluvia lo friega la coca, no está bien seco la coca.*

Entrevistador: ¿Y qué proceso hacen cuando llueve?

*Entrevistada: recogerle, hay que recogerle y la coca aunque no haya secado bien, aunque no le haya pescado la lluvia igual se va fregando poco a poco porque sigue verde la hoja de coca, para que este verde tiene que secar biencito en el cachi.*

Entrevistador: Y, ¿Cómo se podría mejorar el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca?

*Entrevistada: Por lo menos tendríamos que tener buen cuidado, porque con el tiempo nadie juega pues; en tiempo, también nadie sabe si va hacer sol, a veces el tiempo mismo te engaña, parece que va hacer sol lo secas, empieza a llover también a nublar, una vez que calienta la coca, la coca también se friega.*

Entrevistador: ¿Entonces hay que estar muy atentos?, muy pendientes.

*Entrevistada: Todo, todo, allá hasta del tiempo hay que estar pendientes. (Entr. VIII).*

*Yo creo que seleccionando eso es la mejor manera y digamos también en los cambios climáticos influyen mucho, porque cuando hace sol se te quema la coca, cuando llueve ya también se arruina no y ya no es buena la coca.*

Entrevistador: Creo que están utilizando carpas solares ultimadamente.

*Entrevistada: Mucha gente cuando llueve ya tiene esa nueva novedosa que ellos mismos han creado sus carpas solares, dice que va calentando, otros dicen que seca en todo el día pero seca pero bonito para su mejora. (Entr. VII).*

*Ahora el gobierno creo que... parece que está poniendo un... no sé, una planta para investigación para... para investigar sobre las plagas, pero hasta ahora no, no salen, no no no no hay ningún, no hay ningún ¿qué se dice? (Entr. X).*

*Las capacitaciones no sé cursos para ver que se le puede hacer con el área (Entr. XII).*

*Eso es depende de cada uno, porque si uno quiere vender lo mejor posible uno maneja bien la coca por que la hoja es delicada, entonces si quiere ganarse un poquito más prepara bien, escoge bien, y lo trae aquí pero si no lo trae al tanteo,*

*pero verde aquí igual lo comercializan, pero en menos precio, o sea depende de cada uno. (Entr. III).*

### **Interpretación (Análisis de contenido)**

5.- Lo primero que resalta como una necesidad urgente es la capacitación para el conocimiento de las técnicas del buen manejo, la selección y clasificación de la hoja de coca, mostrando de esa manera que la selección es un paso muy importante para ofrecer un producto de calidad, otro de los comentarios para este proceso de buen manejo es que se han estado implementando carpas solares para el proceso de secado, lo cual ayuda a que la hoja de coca pueda secar verde sin correr riesgos de lluvia y que pueda malograr la hoja. Por lo último, como no cuentan con máquinas o que les brinden capacitación, sólo dependen de la voluntad de cada uno y realizan un buen cuidado para poder obtener mejores precios.

### **6. ¿El uso de la tecnología mejorará el manejo, el tratamiento y la selección de la hoja de coca? ¿Qué tipo de tecnología?**

*Mmmm... haber yo creo que si puede mejorar, la tecnología seria en el secado, tal vez algo que para que pueda secar, sin tener problemas con el clima no.*

Entrevistador: ¿en qué momentos se da la parte más difícil del tratamiento de la hoja de coca?

*Entrevistada: En el secado, porque tienes que estar pendiente de que haga sol, de que no se malogre al secar, seque bonito...*

Entrevistador: Entonces sería bueno que ahí entre la tecnología...

*Entrevistada: Si ahí... (Entr. VI).*

*Maquinarias para cernir de eso sacan la ojeada, la mediana, la menuda, su basurita toda.*

Entrevistador: Y eso ¿ayuda mucho?



*Entrevistada: Mucha gente, más que todo a los negociantes son los que manejan allá.*

Entrevistador: Los negociantes, ¿Y eso hace variar el precio?

*Entrevistada: Claro, según a la hoja también, porque hay hojas que no son buenas tampoco por más que lo ciernas tampoco tiene buen precio, ahora cuando la coca es bien bonita, así linda, tiene precio por más que sea menudita igual esta, el color de todo eso tiene que ver mucho, el mantenimiento en el cocal.*

Entrevistador: ¿El cliente estará satisfecho con el producto que se brinda en la regional Inquisivi? (Entr. VIII).

*Tiene que mejorar para tener calidad más limpia debemos de cuidar porque la coca no cuesta poco, incluso en el secado se debe ver constantemente. Hay maquinarias para el cernido algunos ya la usan y salen más limpias por lo tanto de más calidad pero algunos como en Pasto Pata, Huancané, Totorá Grande, Mercedes son algunos de los que ya lo utilizan. (Entr. V).*

*Hay dos pues; la máquina eléctrica, la que se seca, la que este... cierne, y la otra, no mejora, pero ayuda en el tiempo de lluvia cuando lo secan con estufas no ve (Entr. IX)*

*En el secado estaba viendo que hay máquinas para secar, digamos, en los Yungas hay muchas inclemencias del tiempo, y cuando estamos secando empieza a nublarse y empieza a caer lluvia, y allá la coca lo negrea, ya no seca verde, y eso lo arruina pues. Pienso que esas máquinas yo creo máquinas secadoras, hay también máquinas cernidoras para seleccionar la coca de un solo tamaño. (Entr. X).*

*Podría ser en algún momento he... podría tal vez al manejo rustico o antiguo podría tal vez incorporarse algún tipo de máquinas he... como por ejemplo he... me comentaron de que ya están optando por hacer algunas máquinas seleccionadoras de la hoja de coca se podría decir. (Entr. XIII).*

*Huy... eso sí, que no te responderé, porque no estoy muy al tanto de eso, pero según la nueva planta de bi-mate. Están sacando nuevos procesos hasta pasteles de coca creo que hay, he visto, nada más te puedo decir... aaa... he visto también unas máquinas que sacan la hoja de coca así artificialmente ósea esas máquinas que secan artificialmente la coca y no con el sol. (Entr. III).*

### **Interpretación (Análisis de contenido)**

6.- Las maquinas ayudarían mucho en este proceso, pero en el de la cosecha no existe alguna máquina que pueda reemplazar. Para el proceso de secado de la hoja coca, existen máquinas, estas serían de una gran ayuda especialmente en tiempos de lluvia donde la hoja de coca es afectada en cantidad por el cambio de clima y que es un proceso muy costoso, la máquina del secado sería una gran alternativa. Y la otra parte muy importante, es el clasificado y seleccionado, la maquina en este proceso es muy importante porque puede cernir la hoja de coca sacando de diferentes tamaños y hasta más limpio y así desecha la basura, por lo tanto, la incorporación de máquinas en estos procesos serían provechosos para ofrecer la hoja de coca de mejor calidad al mercado y el consumidor.

### **7.- El cliente estará satisfecho con el producto que se brinda en la Regional Inquisivi?**

*Bueno nosotros manejamos en los Yungas un modelo de minifundio que significa eso que en cuanto ese minifundio como productores también creamos fuentes de trabajo para las personas que vienen, digamos a los yungas a quererse ganar la vida y querer un poco de ingreso como cosechadores en cuanto a esa relación nosotros tratamos de recibir a las personas que llegan del altiplano en épocas donde ellos no tienen cosechas con la mejor calidad que ellos puedan tener porque y aparte ellos nos ayudan digamos en el trabajo y en cuanto a la departamental digamos el trato que se tienen es de la departamental así socios como nosotros tenemos esa es la relación que existe (Entr. XIV).*

*No, no...*

Entrevistador: No, ¿Por qué cree que el cliente no está satisfecho?

*Entrevistada: Porque ahí la coca no es detallable, no es para el bolo...*

Entrevistador: No es para el bolo, ¿Qué es el bolo?

*Entrevistada: El acullicar, estar...*

Entrevistador: Entonces generalmente si no es para eso en la regional Inquisivi, ¿Para qué es?, es decir, no son lo mismo la coca de Chulumani y de Inquisivi...

*Entrevistada: No, no es igual, es bien diferente, Chulumani, tanto por el lugar, ehh, es más diferente que allá; Inquisivi es más adentro es más monte, en una tierra diferente...*

Entrevistador: ¿Se podría decir que el sabor varía?

*Entrevistada: Varia, varia el tamaño también y la calidad varia también. (Entr. VI).*

*Mmmmm... muchas veces sí, muchas veces no, yo creo que alguno, pero si sale mucho esa coca, si seleccionaran un poquito mejor yo creo que venderían mejor precio y saldría mucho ¿no?, pero sale mucho esa coca porque hay, la mayoría es barata. (Entr. VII).*

*No, porque es picado, roto, roto, hoja delgada, bueno también depende de la tierra pues, de Inquisivi sí o sí va a ser delgado por la tierra, es cuestión de la tierra ya (Entr. IX).*

*Inquisivi no tanto, ya están aprendiendo a manejar también, porque está llegando ya cocas bonitas también, no es como antes, era pura segunda (Entr. X).*

*Bueno ahora sí, antes cuando Manejábamos hartos cantidad manejaban, pero ahora como están seleccionando están manejando bonito el cliente se va conforme ya, buscan incluso la hoja seleccionada de Inquisivi que se parece más a la de Coripata sale más bonito (Entr. I).*

*Es que es una hoja sencilla común no tiene variedad, no se puede bolear, a parte es sencilla parece nylon y aparte no cuidan esa coca, es fea. Lo manejan en general, esa coca no le dan trato para hojear esa coca, la mediana, la menuda lo manejan en uno. No es apta para el consumo, no lo cuidan, no lo mantienen esas coca. Esa coca crece pero ya no lo cosechan como deben. Por eso generalmente la coca de Inquisivi llega segunda, no llega bonita, es común de tercera. (Entr. XII).*

*Yo creo que no, porque la coca de Inquisivi lo manejan de manera diferente, aquí no llega casi coca bonita (Entr. XI).*

*Cuando llega bonita, llevan los revendedores compran barato y lo llevan a otro lado, o sea aquí lo venden más barato van donde los galpones y es más carito y ahí lo comercializan. (Entr. III).*

*Es lo mismo, solamente es muy delgadita la de Inquisivi el sector de nosotros es gruesita es delgadita Inquisivi eso nomas, y con lo que aquí hacen llegar los de Inquisivi, no lo manejan bien por eso pues es delgadita (Entr. VI).*

### **Interpretación (análisis de contenido)**

7.- La Regional Inquisivi no alcanzó un buen manejo de la hoja de coca, por lo que se diferencia de otras Regionales o comunidades que conocen el buen manejo de la hoja de coca, en esta Regional aludida, no tienen hoja de coca en variedad por lo que es conocida por ofrecer coca segunda (es común no es clasificada). Cuando llega coca *bonita* a los galpones de esta regional, es comprada por los revendedores para venderlo con más precio dentro el mismo mercado; otro factor que más que perjudica a esta Regional es que la conozcan por sus precios bajos.

**8. ¿Cómo son las relaciones de ADEPCOCA con los productores, comercializadores, jornaleros (taqueadores), en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

*Eso de enseñarles capacitación; hay lugares que eran zonas cafeteras ¿no ve?, esos han puesto coca y recién están aprendiendo a manejar, como es Inquisivi, Chamaca, o sea ¿quién les va capacitar?, si se han metido a la coca siendo cafeteros, mientras la zona tradicional que es Chulumani siempre toda la vida ha sabido manejar coca, y de enseñarles y capacitar no pues; sería una competencia para las otras regionales, cada uno aprende como es nomás, estos han aprendido rompiendo la coca, no ve, ahora ya pueden manejar, ya han puesto precio, porque antes se les pagaba lo que sea a ellos, es decir, digamos el gobierno va a decir claro a la gente capacitemos. Mmmm... habría una lucha con Chulumani, pero ¿para qué?, o ¿Por qué? se va a capacitar a otros lugares que recién han aprendido a manejar, aquí mismo hay una envidia (risas), o un miramiento. (Entr. VI).*

*Actualmente hay falencias con todo lo que está pasando, en cambio antes había más comunicación había unión y ahora estamos divididos con ADEPCOCA y el manejo de antes era mucho mejor en cuanto a las marchas o manifestaciones de la organización, pero ahora no sabemos muy bien a quien apoyar. (Entr. V).*

*No hay ninguna información, no ayudan digamos con talleres, capacitación no hay, prácticamente no hay nada, si... no hay nada (Entr. IX)*

*Todos están con ADEPCOCA se llevan bien. Siempre hay problemas aquí, hay algunas partes que están de acuerdo con los dirigentes de ADEPCOCA, y hay otros que se ponen en contra siempre hay oposición. Porque los productores los que piden descargos a los dirigentes, y hay veces no se sabe dónde está el dinero que recaudan aquí en ADEPCOCA. (Entr. XI).*

### **Interpretación (análisis de contenido)**

8.- Dentro de ADEPCOCA existe una división porque no hay buena comunicación entre los socios, se sienten desorientados y no saben a quién apoyar, por lo que se ve que no hay políticas y objetivos claros de la presente gestión.

### **9. ¿Qué problemas se presentan las relaciones de ADEPCOCA con los productores, comercializadores, jornaleros (taqueadores), en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

*En cuanto a la producción he... como ya decía nosotros como productores necesitamos del gobierno o necesitamos técnicos que nos ayuden para ver en qué sentido podemos mejorar nuestra producción y cómo podemos hacer que en épocas de lluvia como podemos evitar que nuestra coca se friegue o se vuelva choqueta digamos no eso es lo que necesitamos y técnicos que nos ayuden como podemos mejorar la producción de la hoja de coca en cuanto sea un poco más natural más ecológica y de mejor calidad (Entr. XIV).*

*No hay buena capacitación, o la hay pero muy poco por mi parte exijo en los ampliados de mi comunidad Chamaca que haya mejoramiento de la hoja de coca (Entr. V).*

### **Interpretación (análisis de contenido)**

9.- Los problemas a veces surgen por el mal manejo de dinero como ser en la rendición de cuentas, pero no es un tema que importe a cada uno de los socios, lo que sí parece importarles es que se les provea de técnicos para la capacitación y mejoramiento de su producto para la puesta en el mercado.

**10. ¿Puede señalar cómo se dan las relaciones de parentesco, amistad, compadrazgos de los productores, comercializadores, jornaleros (taqueadores), en la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

*Si existe ese lazo de amistad del ayni eso viene desde nuestros tatarabuelos hasta ahora seguimos practicando como jóvenes como amigos como compares hay ese ayni (Entr. I).*

*En la mayoría son puros familiares, son familias las que vienen o sea ya han debido comenzar primero sus papas, luego vienen sus hijos luego sus nietos y así sucesivamente son pocos los nuevos vendedores. (Entr. III).*

*A... nosotros, (se detiene a pensar) con familiares nomas cosechamos nos hacemos “aynis” uno para el otro así cosechamos (Entr. VI).*

**Interpretación**

10.- En este proceso de producción de la hoja de coca, se puede evidenciar que las relaciones y lazos de amistad están presentes como parte del trabajo que realizan especialmente en la cosecha donde se requiere bastante mano de obra sin dejar de señalar al ayni y la fuerza de trabajo familiar que la mayoría utiliza para complementar y terminar el proceso señalado.

**11. ¿Puede hacer algunas sugerencias para mejorar la producción, la comercialización y la selección de la hoja de coca?**

*En la selección no creo que haya mucho problema porque desde el árbol ya están seleccionando lo que es la “elegida”, la ojeada, en otros lugares utilizan máquinas para seleccionar la ojeada, la elegida, la mediana y la menuda... (Entr. VI).*

*Qué bueno aprendamos a manejar la coca, seleccionemos para que podamos vender un poquito más aquí en el mercado, para que así también los detallistas se*

vayan contentos a Santa Cruz, a todos los diferentes departamentos donde llevan coca bonita porque allá detallan no es cierto y venden por libra, para que ellos también puedan llevar una buena coca, una mejor selección supongo yo (Entr. VI).

*Quiero comentar solamente desde mi perspectiva, que la hoja de coca se maneje de buena manera que limpien al lavar las hojas, que no se maneje como cualquier cosa porque la hoja se va para el acullico, para el cual se debe cernir muy bien, por esto rogaría a todos los compañeros de los yungas que mejoren sobretodo en el manejo porque las hojas llegan a todas partes del país y es utilizada por muchas personas y debemos demostrar que es un buen producto y de calidad, y en cuanto al fumigado se debería hacer antes de que la hoja este madura porque llegan con veneno y no deben fumigar porque la hoja de coca va al acullico ingieren el jugo de la coca entonces yo pediría que se maneje con calidad y a mi región de Chamaca que mejoren en el manejo (Entr. V).*

*de Inquisivi o en general, en la parte que falta digamos, el cernido pues, sacar su basura, todo los cantones deberían ver eso, en todas las regionales, pero no hay, creo que son dos regionales que trabajan con eso, lo que es Pastopata, Rio Blanco y el sector de Chamaca, el resto no saca su basura (Entr. IX).*

*Desde el manejo de la hoja de coca tendría que ser, para que sea más limpio, he escuchado que en el exterior no quieren coca porque no está bien manejado ¿no?, y creo que sería el manejo (Entr. X).*

*Bueno como productores nosotros tendríamos que comprometernos a lo que es la hoja de la coca también el gobierno y ADEPCOCA tendrían que ver en la exportación de la coca para que nosotros como productores aprendamos a un buen manejo bueno para que tenga una buena calidad nuestra hoja de coca Yo creo que también la capacitación de nuestros dirigentes (entrevistador). Eso sí es muy importante para los dirigentes porque a través de ellos también se difunde allá entre los socios entre los productores para que lo hagan un buen manejo de la hoja*



*de coca. O será que a los productores no les interesa mejorar (entrevistador). Bueno como todo productor siempre quiere surgir en algo como no va a ser interés de los productores, tiene que ser interés de ellos para que la coca tenga un valor más merecedor por que los productores no somos incapaces, somos capaces solo nos hace falta el asesoramiento técnico de nuestros dirigentes (Entr. I).*

*Manejar limpio la coca. En primer lugar se debería cambiar todo con ADEPCOCA ya que manejan sucio. Que sea más limpio y lo arreglen (Entr. XI).*

*Hasta el momento se ha buscado muchas alternativas como ser la organización seminarios y tanta situación de este tema de la coca pero pienso yo que debemos enmarcarnos en un estricto he... en un cuidado estricto se podría decir para su producción y su comercialización. (Entr. XIII).*

*Nada solo que lo preparen bien, es que es más bonita la hoja de coca llega entera, da ganas de comerla, yo veo eso. (Entr. III).*

## **Interpretación**

11.- Las propuestas alternativas que los productores y comerciantes sugieren son: un triángulo de intereses en la que participen: Productores, ADEPCOCA (dirigentes) y Gobierno; señalando que el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca es de suma importancia, tomando en cuenta la limpieza y las normas de higiene en todo este procedimiento, para esto los dirigentes son los primeros que deberían ser capacitados porque a través de ellos se difundiría el buen manejo en el mercado, donde los productores confían en su capacidad productiva y así poder aprender y mejorar todo este procedimiento del buen manejo y tratamiento de la hoja de coca, para tal efecto sólo hace falta un asesoramiento técnico especializado. Este mejoramiento no sólo requiere la Regional Inquisivi sino también las 16 Regionales porque no todos conocen los procedimientos del buen manejo. De esta manera, ADEPCOCA se caracterizaría por ofrecer hoja de mejor calidad a los detallistas y

consumidores de los diferentes departamentos, como también a otros países, porque la coca yungueña es para detallar (venta por libra), entonces es coca para el consumo, para el acullicu “la hoja *bonita* da ganas de comer” (como señala uno de nuestros entrevistados).

### **2.2.2. Análisis global de los resultados cualitativos**

Sintetizando los resultados cualitativos precisamos los diferentes énfasis de las entrevistas sistematizadas. En la Regional Inquisivi no hay un buen manejo de la hoja de coca; el cosechado en esta regional se realiza de manera libre (libreada)<sup>9</sup>, los cosechadores se van al avance y cosechan rápido por ganar más, es más cuantitativo y no cualitativo. Un mejor manejo y con cuidado y calidad en la cosecha la hoja de coca, será mejor y tendrá mejor precio en el mercado.

Las Regionales con mejor manejo son las más antiguas como Coripata, Huancane, Chulumani, Arapata y Chamaca. Las Regionales que alcanzaron un buen manejo son las que tienen mejores beneficios económicos porque su coca se vende en mejores precios en el mercado de ADEPCOCA.

Los inconvenientes que señalan, es el factor más indicado es el climático, lo cual da como resultado la hoja “choqueta” (hoja color café). El otro inconveniente es la *falta de mano de obra* especialmente en la cosecha. También se hace referencia al desconocimiento de los procesos y técnicas para el buen manejo de la hoja de coca.

Las técnicas de buen manejo y tratamiento de la hoja de coca muchos desconocen, por lo que piden capacitación en esta área, la cosecha debería ser hojeada (hoja por hoja), esa primera cosecha son las hojas grandes de la que sale la hoja “elegida” que es la mejor coca en cuanto a calidad, después viene la hojeada, la mediana, la menuda y la t’una. Lo anterior se lograría con técnicas de cernido apropiadas y otras técnicas más.

---

<sup>9</sup> “Libreada” es una forma de medida por “libra” que cada cosechador cosecha y se le paga en Bs.

Una necesidad socio-productiva urgente emerge del diagnóstico: es la capacitación para el conocimiento de las técnicas del buen manejo, la selección y clasificación de la hoja de coca, implementando carpas solares para el proceso de secado, lo cual ayuda a que la hoja de coca pueda secar verde sin correr riesgos de lluvia y que pueda malograrse la hoja.

Las máquinas también ayudarían mucho en este proceso, pero en el de la cosecha. Para el proceso de secado de la hoja de coca, existen máquinas como ser del secado. Y la otra parte muy importante, es la clasificación y selección porque se puede cernir la hoja de coca sacando diferentes tamaños y más limpio para ofrecer la hoja de coca de mejor calidad al consumidor y el mercado en general.

La Regional Inquisivi no alcanzó hasta ahora el buen manejo de la hoja de coca, por lo que se diferencia de otras Regionales o comunidades que conocen el buen manejo de la hoja de coca, en esta Regional aludida, no tienen hoja de coca en variedad y es conocida por ofrecer coca segunda.

Dentro de ADEPCOCA no hay buena comunicación. Los problemas a veces surgen por el mal manejo de dinero, aspecto que se hace notar, como ser en la rendición de cuentas. Sin embargo, lo que sí parece importarles más es que se les provea de técnicos para la capacitación y mejoramiento de su producto.

En el proceso de producción de la hoja de coca, se evidencia que las relaciones y lazos de amistad y compadrazgo están presentes, especialmente en la cosecha donde se requiere bastante mano de obra sin dejar de señalar al ayni y la fuerza de trabajo familiar.

Las propuestas alternativas que los productores y comerciantes sugieren son: un triángulo de intereses en la que participen: Productores, ADEPCOCA (dirigentes) y Gobierno nacional, departamental y municipal. Para el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca hace falta un asesoramiento técnico especializado. Este mejoramiento no sólo requiere la Regional Inquisivi sino también las 16 Regionales respectivamente.

## 2.2.3. CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

## CUADRO SEIS

CATEGORÍAS	SUB-CATEGORÍAS	ENUNCIADO
<p>Categoría 1</p> <p><b>Regionales</b> (De producción y selección de la hoja de coca)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regionales con mejor manejo</li> <li>- Regionales con deficiente manejo</li> </ul>	<p>Las Regionales de producción y selección de la hoja de coca son espacios territoriales donde se produce, se selecciona, clasifica y se comercializa la hoja de coca. En las mismas, existen Regionales con mejor tratamiento y manejo de la hoja de coca, y otras, con deficiente manejo y tratamiento de la hoja de coca.</p>
<p>Categoría 2</p> <p><b>Proceso de producción y selección</b></p>	<p><b>-Producción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Cosecha</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Por cantidad (bruto)</li> <li>. Calidad (especializada)</li> </ul> </li> <li>- <b>Clasificación o Selección</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Elegida</b></li> <li>- <b>Hojeada</b></li> <li>- <b>Mediana</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. Especial</li> <li>. Bonita</li> <li>. Regular</li> </ul> </li> <li>- <b>Menuda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. especial</li> <li>. común</li> <li>. pulga</li> </ul> </li> <li>- <b>Segunda</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>. verde</li> <li>. Común</li> </ul> </li> <li>- <b>Choqueta</b></li> </ul> </li> <li>- <b>Falta y uso de tecnología adecuada</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Máquina de cernir</li> <li>- Máquina de secar</li> <li>- Máquina de mat'achar</li> </ul> </li> <li>- <b>Normas de calidad</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buen manejo</li> <li>- Áreas</li> <li>- Higiene</li> </ul> </li> </ul>	<p>El proceso de producción y selección de la hoja de coca, se enfoca, en este trabajo, desde la cosecha, clasificación, selección hasta el empaquetado. Por otra parte, la clasificación y selección está debidamente jerarquizada y ordenada desde un nivel óptimo de calidad hasta el de menor calidad; en las mismas, intervienen la falta o el uso inadecuado de la tecnología para el proceso mencionado. Además, las normas de calidad que se deberían tomar en cuenta para una mejor producción y selección del producto para el consumo, las mismas no existen.</p>
<p>Categoría 3</p> <p><b>Capacitación y conocimiento</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Capacitación especializada</li> <li>- Inconformidad del cliente</li> <li>- Asociado a los niveles de precios</li> <li>- Conocimiento técnico del -tratamiento de la hoja de coca</li> </ul>	<p>Se considera la capacitación como la formación de competencias para el uso de equipo y el conocimiento agroecológico para la producción y clasificación de la hoja de coca.</p>
<p>Categoría 4</p> <p><b>Relaciones sociales</b> (Dirigentes, productores, comerciantes y jornaleros)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones sociales poco adecuadas entre productores, comerciantes y dirigentes</li> </ul>	<p>Son las relaciones humanas, sociales establecidas de forma jerárquica que se desarrollan entre dirigentes productores y comerciantes.</p>

### 2.3. Análisis cualicuantitativo del Estudio Diagnóstico

- En la Regional Inquisivi en el territorio que comprende sus respectivas comunidades, no hay un buen manejo de la hoja de coca, es decir, un manejo con calidad desde la cosecha de la hoja de coca hasta la puesta en el mercado.
- Las Regionales con mejor manejo son las más antiguas como Coripata, Huancané, Chulumani, Arapata y Chamaca.
- La técnica natural más utilizada es el secado de la hoja de coca puesta al sol. Se seca en mayor cantidad utilizando de forma óptima los espacios disponibles.
- Los inconvenientes son las *condiciones climáticas*, como resultado se obtiene la hoja “choqueta” (hoja color café) y que tiene un menor precio en el mercado. El otro inconveniente es la *falta de mano de obra* especialmente en la cosecha.
- Muchos productores y comerciantes desconocen las técnicas de buen manejo y tratamiento de la hoja de coca por lo que piden capacitación en esta área, en otras palabras, desde la cosecha y en todo el proceso.
- Las maquinas ayudan bastante para el proceso de secado de la hoja de coca, existen por ejemplo: aparatos como ser las secadoras que son como estufas.
- Para el mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca, se debe tener la capacidad técnica para poder ofrecer al mercado una hoja de coca mejor seleccionada y clasificada en sus diferentes tamaños y calidades de la hoja de coca.
- En lo económico significa mejorar sustantivamente el ingreso para los productores por el valor agregado del producto que implica el mejoramiento en el manejo y tratamiento del producto.

- En el proceso de producción de la hoja de coca, especialmente en la cosecha es donde se requiere bastante mano de obra y se evidencia que las relaciones sociales y los lazos de amistad y compadrazgo coadyuvan en este quehacer. Por otra parte, se valora el ayni (trabajo comunal) y la fuerza de trabajo familiar. En otras palabras es una economía familiar, comunal y social. Sin embargo, las relaciones en la producción, la comercialización, y la selección de la hoja de coca, es también una tarea individual.
- Para el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca hace falta un asesoramiento técnico especializado. Este mejoramiento no sólo requiere la Regional Inquisivi sino también las 16 Regionales respectivamente.
- Las relaciones sociales entre dirigentes, productores, comerciantes y jornaleros requieren superar las barreras en la incomunicación, utilizando el diálogo y otras herramientas del liderazgo social.
- Las propuestas alternativas que los productores y comerciantes sugieren son: un triángulo de intereses comunes entre: Productores, comerciantes, dirigentes de ADEPCOCA y Gobierno nacional, departamental y municipal.
- Otros resultados importantes son: los sujetos investigados son jóvenes (20-34 años) y del género femenino mayoritariamente.
- El nivel de estudios de secundaria (37.5%) y educación superior (37.5%), refleja el *desempleo calificado*: por los bajos ingresos que perciben los profesionales que se dedican a la comercialización de la hoja de coca notablemente.

## **CAPÍTULO CINCO: DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **Proyecto de Intervención**

#### **1. Objetivos del proyecto**

En base al diagnóstico y tomando en cuenta los resultados cualicuantitativos que identifican el problema y los sub-problemas, se diseñan los proyectos de intervención para iniciar el mejor manejo y tratamiento de la hoja de coca con criterios de calidad en la Regional Inquisivi.

##### **1.1. Objetivo General**

Incidir en el mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca para desarrollar las técnicas adecuadas y apropiadas para el logro de un producto con calidad en la Regional Inquisivi,

##### **1.2. Objetivos Específicos**

- 1.2.1.** Sensibilizar a los actores sociales involucrados, en la importancia económica y social del mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca
- 1.2.2.** Capacitar en técnicas apropiadas en el manejo y tratamiento desde la cosecha, secado, clasificación, selección, *mat'achado* y empaquetado de la hoja de coca.
- 1.2.3.** Fortalecer las relaciones sociales de colaboración en los actores sociales inmersos en el proceso de producción y comercialización para el mejoramiento del buen manejo y tratamiento de la hoja de coca.

## **2. Metodología de intervención**

La metodología de intervención a partir del diagnóstico, permitió diseñar los proyectos de los diferentes talleres y encuentros socio-productivos que se realizarán en las diferentes comunidades de la Regional Inquisivi de los Yungas del departamento de La Paz. Estas actividades reforzarán las capacidades productivas de los y las personas involucradas en este proceso. Para tal cometido, se elaboró una guía metodológica, que parte de los contextos y las experiencias de los actores sociales dedicados a la producción y comercialización de la hoja de coca.

El desarrollo de las actividades o las sesiones estarán sujetos a planificaciones específicas en congruencia con el plan estratégico de intervención. Partiendo de los saberes y experiencias de los productores de coca, en un diálogo con la asistencia técnica de ADEPCOCA.

Los talleres de capacitación permitirán que las personas desarrollen nuevas competencias y habilidades para el buen manejo de la hoja de coca. Por otra parte, los talleres permitirán ensayar y desarrollar nuevas estrategias cognitivas y de conocimiento, creando puentes entre los saberes de los participantes y la asistencia técnica.

Por otro lado, los encuentros y los talleres ayudarán a reflexionar sobre las propias capacidades productivas y la innovación de nuevas técnicas para una mejor producción y comercialización de la hoja de coca con criterios de calidad y salud. Los nuevos emprendimientos permitirán mejorar también los criterios personales y colectivos mejorando las capacidades socio-productivas, la adecuación a nuevos contextos de la realidad. De esta forma, se facilitará el proceso de organización comunal y de una visión más amplia de la producción y comercialización de la hoja de coca con pertinencia, calidad y valor agregado.



### **3. Matriz de planificación de proyectos**

#### **3.1. Fin (objetivo de desarrollo)**

La buena calidad de la hoja de coca de la Regional Inquisivi contribuye en el ingreso económico de los productores y comercializadores, mejorando las condiciones de vida de los mismos y garantizando de esta forma, un producto de mayor calidad para el consumidor en los mercados. Lo anterior, con el objetivo estratégico de cambiar la imagen de la Regional Inquisivi-ADEPCOCA, como una Regional atrasada por una Regional competitiva.

#### **3.2. Propósito (objetivo general o situación final)**

Se ha conseguido un producto de mejor calidad, clasificado y seleccionado de la hoja de coca de la Regional Inquisivi, de tal forma que se ha incidido en los ingresos económicos y consecuentemente se ha mejorado la calidad de vida de los productores y comercializadores de la coca.

#### **3.3. Componentes (resultados)**

##### **Componente 1**

Incidencia en la predisposición los actores sociales involucrados, en el proceso de mejoramiento, manejo y tratamiento de la hoja de coca en la regional Inquisivi.

##### **Componente 2**

Incidencia en la socialización de experiencias de productores y comercializadores: el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca de las dieciséis Regionales de La Paz para recoger saberes y conocimientos de las más avanzadas y así la Regional Inquisivi imite, iguale y supere a las demás.

### **Componente 3**

Incidencia en la formación de habilidades y destrezas en técnicas apropiadas en el manejo y tratamiento desde la cosecha, secado, clasificación, selección, *mat'achado* y empaquetado de la hoja de coca.

### **Componente 4**

Incidencia en el Fortalecimiento de las relaciones sociales de colaboración, por parte de los actores sociales inmersos en el proceso de producción y comercialización de la hoja de coca. Es decir, los actores sociales son: productores, comercializadores, jornaleros y dirigentes.

### **3.4. Actividades**

- 1) Sensibilizar a los actores sociales involucrados en la importancia económica y social del mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca.
- 2). Encuentro y socialización de experiencias de productores y comercializadores: el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca de las dieciséis Regionales de La Paz.
- 3) Taller de capacitación: Técnicas del proceso de manejo y tratamiento de la hoja de coca con enfoque de calidad.
- 4) Taller de capacitación: Relaciones sociales en el proceso productivo y comercial en el proceso de manejo y tratamiento de la hoja de coca.

### Taller de sensibilización

Los talleres tienen como objetivo sensibilizar a los actores sociales inmersos en el proceso productivo y comercialización de la hoja de coca sobre la importancia económica y social del mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca.

La temática que se abordará serán: 1) Importancia de la selección y clasificación de la hoja de coca y valor agregado. 2) Consumo de la hoja de coca y normas de salud y calidad.

Los talleres se realizarán de dos sesiones en el mes fijado. Y se realizarán en las sedes sindicales y sociales de las comunidades.

### Talleres de experiencias productivas

Los talleres y encuentros, tienen como objetivo la socialización de experiencias de productores y comercializadores en el uso de nuevas técnicas alternativas para el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca.

La temática que se abordará serán: 1) Experiencias innovadoras del proceso del manejo y tratamiento de la hoja de coca. 2) conocimientos y referencias de máquinas para el proceso del tratamiento y buen manejo de la hoja de coca.

Los encuentros se realizarán en dos jornadas, una por mes. Y se realizarán en las sedes sindicales y sociales de las comunidades.

### Taller de capacitación:

Los talleres, tienen como objetivo desarrollar capacidades, habilidades y destrezas en el proceso de manejo y tratamiento de la hoja de coca desde la cosecha hasta la puesta del producto en el mercado.

La temática que se abordará serán: 1) Uso de fertilizantes y pesticidas. 2) Técnicas de mejoramiento de la cosecha, secado, clasificación, selección, mat'achado y empaquetado de la hoja de coca. 3. Sugerencias alternativas.

Los talleres se realizarán en dos sesiones por mes (total ocho sesiones). Y se realizarán en las sedes sindicales y sociales de las comunidades y lugares de trabajo.

#### Taller de formación:

Los talleres, tienen como objetivo mejorar sustantivamente las relaciones sociales y personales entre los actores que intervienen en este proceso: productores, comercializadores, jornaleros y dirigentes.

La temática que se abordará serán: 1) Comunicación y habilidades sociales. 2) Resolución de conflictos personales y sociales. 3) El diálogo como estrategia y medio de entendimiento.

Los talleres se realizarán en dos sesiones por mes (total cuatro sesiones). Y se realizarán en las sedes sindicales y sociales de las comunidades.

### 3.5. Matriz del marco lógico

#### MARCO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

##### Actividad 1

Institución/organización: Regional Inquisivi-ADEPCOCA

Título del proyecto: Talleres de sensibilización, a los actores sociales involucrados, en la importancia económica y social del mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca en la Regional Inquisivi.

Periodo de ejecución: marzo 2018

Resultado principal	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Grupo de socios sensibilizados sobre la importancia económica y social del mejoramiento del manejo y tratamiento de la hoja de coca en la Regional Inquisivi.	1. Comunidad de Circuata (350 socios). 2. Comunidad de Cajuata (350 socios). 3. Comunidad de K'ora (200 socios).	-Memorias de trabajo de los espacios de formación y reflexión. - Listas de asistencia -Fotografías - Memoria del evento -Convenios firmados con los representantes (comunales). -	-Conflictos internos por mediaciones partidarias y políticas. -Conflictos sociales. - Burocracia sindical

## MARCO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

### Actividad 2

Institución/organización: Regional Inquisivi-ADEPCOCA

Título del proyecto: Encuentro y socialización de experiencias de productores y comercializadores: el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca de las dieciséis Regionales de La Paz.

Periodo de ejecución: abril al 30 de mayo 2018

Resultado principal	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Grupo de socios que han socializado experiencias de producción y comercialización del buen manejo y tratamiento de la hoja de coca de las dieciséis Regionales de La Paz.	<p>1. Dieciséis (16) Regionales de La Paz convocadas</p> <p>2. Cinco (5) representantes por Regional</p> <p>3. Ochenta (80) representantes y partícipes del encuentro de experiencias productivas.</p>	<p>-Observación directa</p> <p>-Memorias de trabajo de los espacios de formación y reflexión.</p> <p>-Registro de asistencia</p> <p>-Fotografías</p> <p>- Memoria del evento</p> <p>-Convenios firmados con los representantes (comunales).</p> <p>Al final del proyecto contamos con una alianza realizada de las comunidades con ADEPCOCA.</p>	<p>-Conflictos internos por mediaciones partidarias y políticas.</p> <p>-Conflictos sociales.</p> <p>- Burocracia sindical</p>

**MARCO DE RESULTADOS DEL PROYECTO**  
Actividad 3.

Institución/organización: ADEPCOCA

Título del proyecto: Capacitar en técnicas apropiadas en el manejo y tratamiento desde la cosecha, secado, clasificación, selección, mat'achado y empaquetado de la hoja de coca.

Periodo de ejecución: junio al 30 septiembre 2018

Resultado principal	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Productores-comercializadores capacitados y con nuevas habilidades y destrezas para actuar individual y colectivamente en el manejo y tratamiento, desde la cosecha, secado, clasificación, selección, mat'achado y empaquetado de la hoja de coca.	1. Comunidad de Circuata (350 socios). 2. Comunidad de Cajuata (350 socios,). 3. Comunidad de K'ora (200 socios).	- Listas de asistencias de participantes.  - Informes de los responsables de la capacitación.  -Memorias de trabajo de los espacios de formación y reflexión.  Al final del proyecto contamos con una alianza realizada de los comunales con ADEPCOCA.  -Video documental del proyecto realizado.	-Conflictos internos por mediaciones partidarias y políticas.  -Conflictos sociales.  - Burocracia sindical

## MARCO DE RESULTADOS DEL PROYECTO

### Actividad 4.

Institución/organización: Regional Inquisivi-ADEPCOCA

Título del proyecto: Relaciones sociales en el proceso productivo y comercial en el proceso de manejo y tratamiento de la hoja de coca.

Periodo de ejecución: octubre al 30 de noviembre 2018

Resultado principal	Indicadores	Medios de verificación	Supuestos
Productores-comercializadores sensibilizados, capacitados y fortalecidos en las relaciones sociales de colaboración entre los actores sociales inmersos en el proceso de producción y comercialización para el mejoramiento del buen manejo y tratamiento de la hoja de coca.	1. Comunidad de Circuata (350 socios). 2. Comunidad de Cajuata (350 socios). 3. Comunidad de K'ora (200 socios).	Informes de los responsables de la capacitación.  - Listas de asistencias de participantes  - Informes de proyecto  - Informes de monitoreo  - Memorias de trabajo de los espacios de formación y reflexión.  - Convenios firmados con los representantes (comunales) y ADEPCOCA.  - Producción de manuales del buen trato.	- Conflictos internos por mediaciones partidarias y políticas.  - Conflictos sociales.  - Burocracia sindical



### 3.6. Presupuesto y cronograma

El presupuesto total institucional por proyecto expresado es bolivianos

Nº	Organismo Financiado	Nombre del Proyecto	Duración (inicio y final)	2018 Bs.
1	ADEPCOCA	Talleres de sensibilización	marzo 2018	28,000
2	ADEPCOCA	Encuentro de experiencias de productores-comercializadores	abril al 30 de mayo 2018	59,00
3	ADEPCOCA	Talleres de Capacitación en técnicas apropiadas en el manejo y tratamiento de la hoja de coca.	junio al 30 septiembre 2018	87,000
4	ADEPCOCA	Talleres de Relaciones sociales en el proceso productivo y comercial	octubre al 30 noviembre 2018	28,000

**Presupuesto** (desglosado)

Actividades	Recursos Humanos / logísticos	Costo estimado en Bs.
<b>Componente 1</b>	Dos profesionales:  Sociólogo Gestor de empresas Material de escritorio Infraestructura y equipo Refrigerio Imprevistos	  7 000 7000 3000 4000 3000 4000
<b>Componente 2</b>	Profesionales:  Sociólogo Gestor de empresas Metodólogo Material de escritorio Infraestructura y equipo Refrigerio Imprevistos	  7 000 7000 7000 9000 10000 9000 10000
<b>Componente 3</b>	Profesionales:  Sociólogo Gestor de empresas 5 Capacitadores Material de escritorio Infraestructura y equipo Refrigerio Imprevistos	  7000 7000 35000 (c/u 7000) 9000 10000 9000 10000
<b>Componente 4</b>	Dos profesionales:  Sociólogo Gestor de empresas Material de escritorio Infraestructura y equipo Refrigerio Imprevistos	  7 000 7000 3000 4000 3000 4000

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La Regional Inquisivi se caracteriza por no tener un buen manejo de la hoja de coca desde el cosechado; en esta regional se realiza el manejo y tratamiento de la hoja de coca de manera libre (libreada): los cosechadores se van al avance por ganar más, es decir, es más cuantitativo y su producto tiene menos valor económico.
- Las Regionales con mejor manejo son Coripata, Huancane, Chulumani, Arapata y Chamaca. Las Regionales que alcanzaron un buen manejo son las que tienen mejores beneficios económicos, porque su coca se vende en mejores precios en el mercado de ADEPCOCA.
- El mejor manejo y tratamiento con calidad desde la cosecha de la hoja de coca, es más conveniente y tiene mejor precio en el mercado, con su consecuente ingreso económico en los actores sociales involucrados en la producción y comercialización de la hoja de coca.
- Los inconvenientes que se señalan con más frecuencia son: el factor climático, el cual trae como resultado la hoja “choqueta” (hoja color café); la falta de mano de obra, especialmente en la cosecha; también se hace referencia al desconocimiento de los procesos y técnicas para el buen manejo de la hoja de coca.
- Las técnicas de buen manejo y tratamiento de la hoja de coca por parte de los productores de la Regional Inquisivi estudiada, desconocen y no pueden superar este problema por sí solos. Los actores sociales reclaman capacitación en el área técnica, desde la producción, la cosecha, la selección y clasificación hasta la puesta del producto en el mercado. Es decir con asistencia especializada.
- Hasta el momento en las Regionales mencionadas sólo es la iniciativa personal por parte de algunos productores y comercializadores que fueron incorporando maquinarias artesanales como las cernidoras, las secadoras, las planchadoras y

otras. Existe la necesidad de incorporar en todas las Regionales- ADEPCOCA el tratamiento de la hoja de coca y los procesos técnicos apropiados y asistidos para mejorar la producción y comercialización con calidad.

- Con la clasificación y selección de la hoja de coca se puede obtener un mejor producto a través del cernido: de diferentes tamaños, con más limpieza y de mejor calidad en beneficio de los consumidores en los mercados de comercialización del producto mencionado, así proyectar una mejor imagen social del mercado de ADEPCOCA.
- Dentro de ADEPCOCA no hay buena comunicación. Los problemas a veces surgen por el mal manejo de dinero, aspecto que se hacen notar, como ser la rendición de cuentas. Sin embargo, lo que sí parece importarles más, es que se les provea de técnicos para la capacitación y mejoramiento de su producto.
- En el proceso de producción de la hoja de coca, se evidencia que las relaciones y lazos de amistad y compadrazgo están presentes, especialmente en la cosecha, donde se requiere bastante mano de obra sin dejar de señalar al ayni y la fuerza de trabajo familiar.
- La variable relaciones de parentesco en la producción y comercialización de la hoja de coca se basa más en una economía familiar, comunal y social. Sin embargo, las relaciones en la producción, la comercialización, y la selección de la hoja de coca, por otra parte, es individual ya que está basada en la competencia y el beneficio personal que es propio del sistema capitalista.
- Las propuestas alternativas que los productores y comerciantes sugieren son: un triángulo de intereses en las que participen: Productores, ADEPCOCA (dirigentes) y Gobierno nacional, departamental y municipal. Para el buen manejo y tratamiento de la hoja de coca hace falta un asesoramiento técnico especializado. Este

mejoramiento no sólo requiere la Regional Inquisivi sino también las 16 Regionales de los Yungas respectivamente.

- Las sugerencias para el mejoramiento del producto mencionado son tener la capacidad de poder ofrecer al mercado una hoja de coca de mejor forma seleccionada y clasificada en sus diferentes tamaños y colores de coca como ser: la “elegida”, la “hojeada”, la “mediana”, la “segunda” y la “choqueta”; de esta forma diversificar la oferta de la hoja de coca con sus respectivos precios y valor agregado.
- El tratamiento y selección de la hoja de coca para su comercialización es poco adecuado, por lo que amerita la necesidad de trabajar en políticas públicas, estrategias y mecanismos para mejorar el tratamiento y la selección de la hoja de coca, avizorando la mejora de la calidad. Este trabajo requiere enfocar por lo menos en tres frentes: 1. políticas públicas de producción y de comercialización; 2. Capacitación en “calidad total” para los jornaleros, cosechadores, productores y comerciantes; 3. Conocimiento especializado en equipamiento y maquinaria.
- La cosecha debería ser hojeada (hoja por hoja), esa primera cosecha son las hojas grandes de la que sale la hoja *elegida* que es la mejor coca en cuanto a calidad, después viene la *hojeada*, la *mediana*, la *menuda* y la *t’una*. Lo anterior se logrará con técnicas de cernido apropiadas y otras técnicas de mejor manejo y tratamiento de la hoja de coca.
- La capacitación y el conocimiento de las técnicas y del buen manejo, la selección y clasificación de la hoja de coca y la implementación de carpas solares para el proceso de secado, ayuda a que la hoja de coca pueda secar verde sin correr riesgos como mojarse por la lluvia y que pueda malograrse.
- La tecnología apropiada y el uso de máquinas, contribuirá en el mejoramiento del buen manejo de la hoja de coca, en consecuencia se logrará un producto de mejor

calidad con valor agregado que repercutirá en la calidad de vida. Así se superará los inconvenientes de los factores climáticos, falta de mano de obra y otros, descritos en la presente investigación.

- Desarrollar talleres y encuentros como proyectos de intervención a partir del estudio diagnóstico con un enfoque del marco lógico y con criterios de proyectos sociales que hacen énfasis en la eficiencia, la eficacia, la efectividad y la relevancia cultural.
- Aplicar talleres y encuentros con los actores sociales, como ser los productores, los comercializadores, los jornaleros y los dirigentes en las áreas de: 1. Sensibilización-concientización, 2. Socialización, 3. Capacitación-producción. Lo anterior, en la próxima gestión de 2018 con un enfoque de la planificación estratégica y participativa.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abruzzese, Renzo (2007). *Notas para una Epistemología de la Hoja de Coca*. La Paz: Sygnus.
- ADEPCOCA (s.a.) *Estatuto y Reglamento Interno*.
- Alcaraz, Franklin; Soliz, Rosse; Zuazo, Julia (1997). *Coca tradicional consumidores y consumo*, (Bolivia). La Paz: CELIN.
- Ander; Ezequiel (2000). *Cómo organizar el trabajo de Investigación, Métodos y Técnicas de Investigación social III*. Buenos Aires: Lumen SRL.
- Astorga, Alfredo; Bijl, Bart van der (1994). *Manual de diagnóstico participativo*. Quito: Andina.
- Ayala, Máximo (2012). *La coca: Maravilla del reino vegetal, Debates y controversias*. Lima: E.I.R.L.
- BOLIVIA Ley 1008 del Régimen de la Coca y Sustancias Controladas (19 de julio de 1988)
- BOLIVIA Ley General de la COCA. Ley 906 (8 de marzo de 2017)
- BOLIVIA Reglamento Ley 906 Decreto Supremo N° 131. (6 de septiembre de 2017)
- Bourdieu, Pierre (2000). *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo
- Cariaga, Juan (2008). *Mururata*. La Paz: “La Razón”.
- Carter, William ; Mauricio, Mamani (1986). *Coca en Bolivia*. La Paz: Juventud.
- Coronel, Jun; Barrenechea, Alejandro (2016). *Coca, soberanía y dignidad*. Santa Cruz - Bolivia: Roalva.
- CUADERNO DE FORMACIÓN Evo Morales N°16 (s.a.). *Diplomacia de los Pueblos, ¡causachun LA DESPENALIZACIÓN DEL ACULLICU coca!* (s. ed.).
- Durkheim, Émile (1982). *Las reglas del método sociológico*. España: Hispamerica.
- Estado Plurinacional de Bolivia, Ministerio de Relaciones Exteriores (2017). *Aprendiendo Nuevos Protocolos: El Akhulli, La coca en la Diplomacia de los Pueblos*.
- Fals; Orlando (1994). *El problema de como investigar la realidad para transformarla por la praxis*. Bogotá: tercer mundo.

- Fernández, Ramiro(1994). *Cañamina, La historia de una hacienda de los Yungas de Inquisivi (sigloXIX-XX)*. La Paz – Bolivia.
- Foucault, Michel (1994). *Hermenéutica del sujeto*. Madrid: La Piqueta.
- Glave; Rosemberg (2005). La comercialización de la hoja de coca en el Perú, Análisis del comercio formal (informe final). Lima: GRADE.
- Guaygua. German; Bustillos Iván (2002). *Participación de las organizaciones de comerciantes informales en el proceso político y las reformas institucionales a nivel local*. (s.l.): (s. ed.).
- Huanca, Bernardo (2007). *Colonización en los yungas, Un estudio de los procesos de asentamiento y establecimientos de sistemas productivos en La Asunta (Provincia Sud Yungas – La Paz)*. La Paz – Bolivia
- INFORME De La Hoja De Coca (2012, 1013). *Información preliminar de la Unión Europea*
- Laura, Roberto (2008). Indígenas, Mercado interno de la coca y la constitución de la oligarquía comercial de La Paz. (s. l.). : (s. ed.).
- Mamani, Mauricio; Mamani Oscar (2011). *Luces y sombras de la coca en el tiempo y espacio*. La Paz: CIMA.
- Ministerio de Desarrollo Rural, Agropecuario y Nuevo Ambiente (2006). *Reglamento de Circulación y comercialización de la hoja de Coca en su Estado Natural*, La Paz (Resolución Ministerial N°112/06).
- Montoya, Jairo (1999). *Ciudades y memoria*. Colombia: Universidad de Antioquia
- Núñez del Prado, José (2010). *Economías campesinas Indígenas*. La Paz: Instituto para el Desarrollo Rural de Sud América. Diálogos N° 41.
- Paño, Germán (2012). *La coca no es blanca, Descripción de la temática de la producción y comercialización de la coca en la zona de los Yungas de La Paz, Trópico de Cochabamba y Apolo*. Edición General.
- Parkerson, P.T. (s. a) *El monopolio Incaico de la Coca*. En: Historia y Cultura N°5 Sociedad Boliviana de Historia. La Paz: Don Bosco.
- Pellegrini, Alessandra (2017). *Más allá de la indigeneidad, Cultivo de coca y el surgimiento de una nueva clase media en Bolivia*. La Paz: MAMA HUACO.
- Peña de la, José; Arteaga, Jorge (2016). *La Coca en Bolivia*. La Paz: Riquezas S.R.L.



- Peñaloza, Luis (1946). *La Paz en su IV Centenario, 1549 – 1948*. T. IV. Monografía Economía. Buenos Aires: López.
- Ragonese; Quisbert (2005). *Grano de Oro y Asalto, Primeras experiencias de la comercialización de la quinua*. Cochabamba: CENDA.
- Requena Santos, Félix (1991). *Redes sociales y mercado de trabajo, Elementos para una teoría del capital relacional*, Madrid: Centro de Investigación Sociológica: siglo XXI.
- REVISTA COCALERA, Coca de Altura** (2007) *CHULUMANI, Tierra de cocales, Chulumani Provincia Sud Yungas*. La Paz Año1/N°1: MAMA HUACO.
- Rivera, Silvia (2002). *“Birlochas” trabajo de mujeres explotación capitalista y opresión colonial entre las migrantes aymaras de La Paz y El Alto*. La Paz: Mama Huaco.
- Rivera, Silvia (2003). *Las fronteras de la coca, epistemologías coloniales y circuitos alternativos de la hoja de coca*. La Paz: IDIS – UMSA y Aruwiyiri.
- Sacha, Healey (2011). *Anatomía de la hoja de coca, Erythroxylum coca (propiedades medicinales y valor terapéutico)*. Lima: E.I.R.L.
- Samanamud, Jiovanny (2002). *La configuración de las redes sociales en la dinámica económica y laboral, Estudio de los confeccionistas en tela de El Alto*. La Paz: Fundación PIEB.
- Simmel, Georg (2002). *Cuestiones fundamentales de Sociología*. Barcelona: Gedisa.
- Spedding, Alison (1994). *Wachu Wachu, Cultivo de coca e identidad en los Yunkas de La Paz*. La Paz: Hisbol -sipca - COCAYAPU.
- Spedding, Alison (2003). *En defensa de la hoja de coca, Cuaderno de resumen*. La Paz: PIEB/Mama Huaco.
- Spedding, Alison (2004/2005). *Kausachun coca, Economía campesina cocalera el los Yungas y el Chapare*. La Paz: PIEB. Segunda Edición.
- Spedding, Alison; Flores Gumercindo; Aguilar Nelson (2013). *Chulumani flor de clavel, Transformaciones urbanas y rurales 1998 – 2012*. La Paz: PIEB.
- UNDOC (2013). *Estado Plurinacional de Bolivia, monitoreo de cultivos de coca 2012*
- Ustariz ; Mendoza (1982). *El fenómeno del “Rescatismo” en la comercialización de la papa*. Cochabamba: Cuaderno de investigación CIPCA N°23

Viceministerio de Defensa Social y Sustancias controladas (2012). *Informe. Control de la Producción y Circulación de la hoja de Coca en Bolivia*. La Paz: VDS-SC.

Zorrilla Arena, Santiago (2013). *Cómo aprender economía*. México: LIMUSA.

## **Webgrafía**

([www.educa.com.bo>geografia> Provincia Inquisivi](http://www.educa.com.bo/geografia/Provincia_Inquisivi))

# **ANEXOS**

ANEXO 1

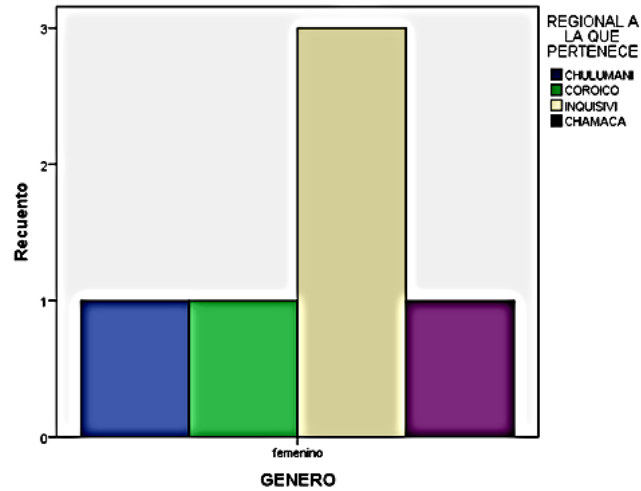
Tabla de contingencia GÉNERO \* REGIONAL A LA QUE PERTENECE \* QUÉ INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCIÓN DE LA HOJA DE COCA

Recuento

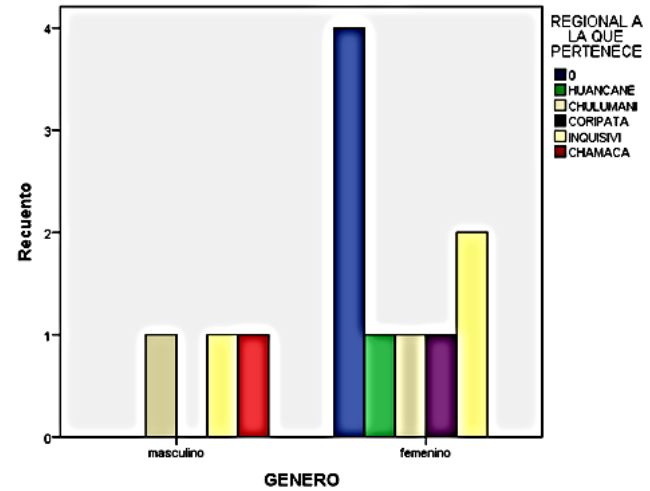
QUÉ INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCIÓN DE LA HOJA DE COCA			REGIONAL A LA QUE PERTENECE							Total	
			0	HUANCANE	CHULUMANI	CORIPATA	COROICO	PASTOPATA	INQUISIVI		CHAMACA
FALTA DE MANO DE OBRA	GÉNERO	femenino			1		1		3	1	6
	Total				1		1		3	1	6
CONDICIONES CLIMÁTICA	GÉNERO	masculino	0	0	1	0			1	1	3
		femenino	4	1	1	1			2	0	9
	Total		4	1	2	1			3	1	12
MEDIOS TECNOLÓGICOS	GÉNERO	femenino			1						1
	Total				1						1
FALTA DE INFORMACIÓN Y CAPACITACIÓN	GÉNERO	masculino						1			1
	Total							1			1
INVERSIÓN ECONÓMICA	GÉNERO	femenino	1								1
	Total		1								1
TODAS LAS ANTERIORES	GÉNERO	masculino	0						1		1
		femenino	2						0		2
	Total		2						1		3
	GÉNERO	masculino	0	0	1	0	0	1	2	1	5
Total		femenino	7	1	3	1	1	0	5	1	19
	Total		7	1	4	1	1	1	7	2	24

En la tabla se puede apreciar el juego de 3 variables comenzando con la REGIONAL a la que pertenece. Pregunta QUÉ INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCIÓN DE LA HOJA DE COCA, y el del GÉNERO de los participantes.

QUE INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCION DE LA HOJA DE COCA=FALTA DE MANO DE OBRA



QUE INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCION DE LA HOJA DE COCA=CONDICIONES CLIMATICAS



QUE INCONVENIENTES O PROBLEMAS SE PRESENTAN EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y LA SELECCION DE LA HOJA DE COCA=TODAS LAS ANTERIORES

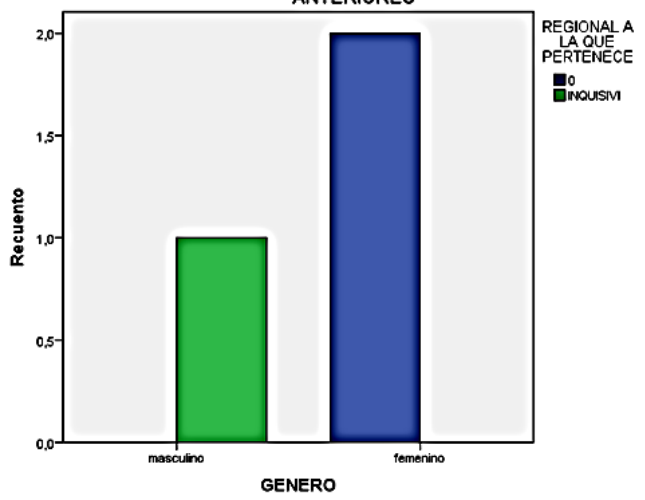


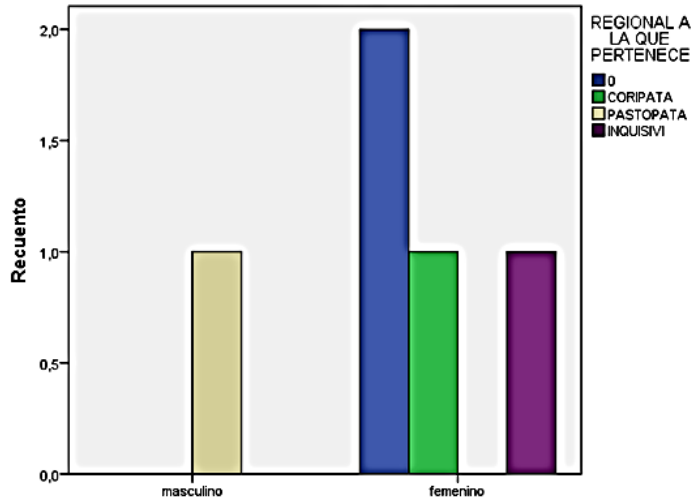
Tabla de contingencia GÉNERO. \* REGIONAL A LA QUE PERTENECE. \* QUÉ TÉCNICAS NATURALES SE UTILIZA MÁS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCIÓN DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES

Recuento

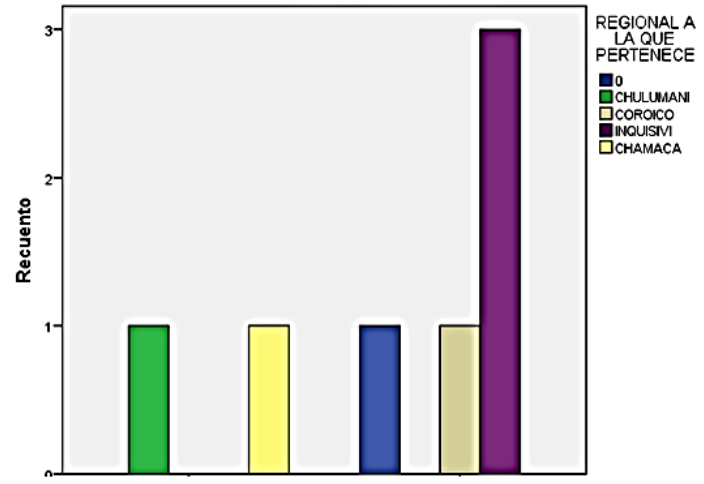
QUÉ TÉCNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES			REGIONAL A LA QUE PERTENECE							Total		
			0	HUANCANE	CHULUMANI	CORIPATA	COROICO	PASTOPATA	INQUISIVI		CHAMACA	
DESYERVADO	GENERO	masculino		0	0					2	2	
		femenino		1	1					1	3	
	Total		1	1						3	5	
PONER ABONO	GENERO	masculino	0		1		0			0	1	2
		femenino	1		0		1			3	0	5
	Total	1		1		1			3	1	7	
SOLAR	GENERO	masculino	0			0		1		0		1
		femenino	2			1		0		1		4
	Total	2			1		1		1		5	
MATACHADO	GENERO	femenino	3		1							4
	Total		3		1							4
COSECHAR	GENERO	femenino	1									1
	Total		1									1
FUMIGAR	GENERO	femenino									1	1
	Total										1	1
SELECCION	GENERO	femenino			1							1
	Total				1							1
Total	GENERO	masculino	0	0	1	0	0	1		2	1	5
		femenino	7	1	3	1	1	0		5	1	19
	Total		7	1	4	1	1	1		7	2	24

En la tabla se puede apreciar el juego de 3 variables comenzando con la REGIONAL a la que pertenece, qué técnicas naturales se utiliza más en el manejo, el tratamiento y selección de la hoja de coca, ACOMPAÑADO DEL GÉNERO. DONDE SE VE CLARAMENTE QUE LA TÉCNICA NATURAL ES LA QUE MÁS SE LLEGA A UTILIZAR, SEGUIDA DE LA TÉCNICA SOLAR Y DEL MATACHADO

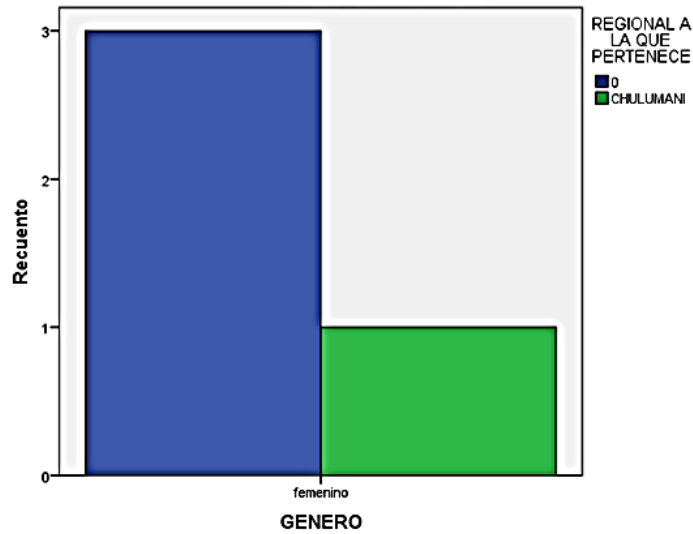
QUE TECNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES=SOLAR



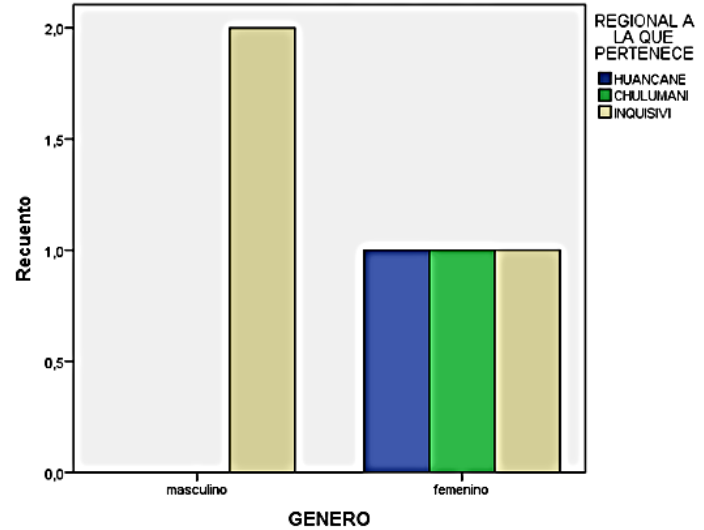
QUE TECNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES=PONER ABONO



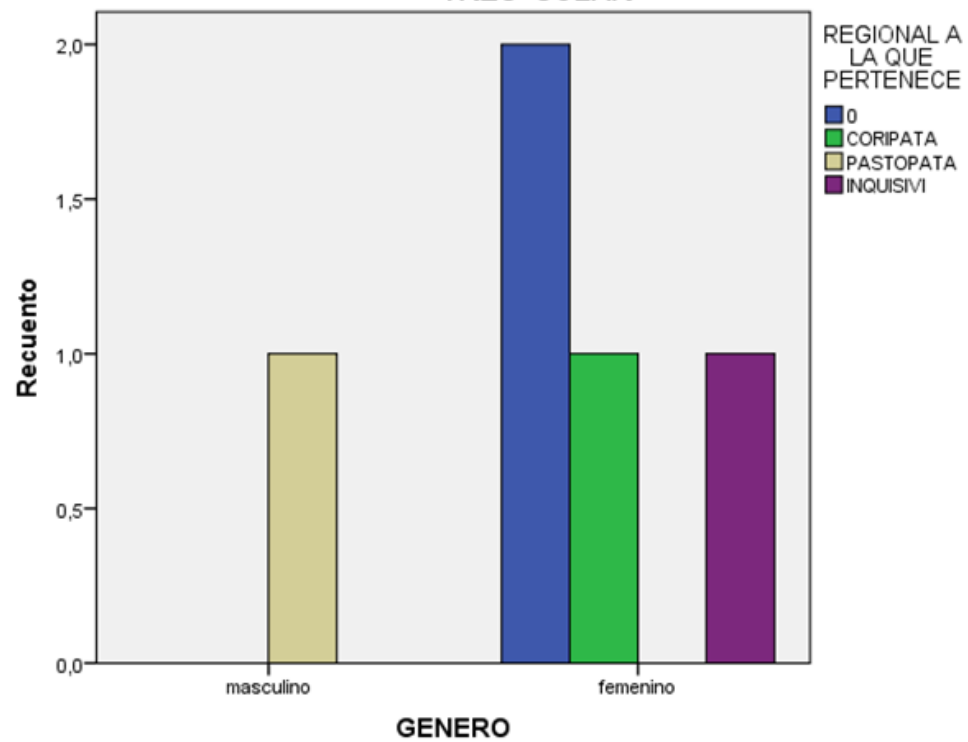
QUE TECNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES=MATACHADO



QUE TECNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES=DESYERVADO



QUE TECNICAS NATURALES SE UTILIZA MAS EN EL MANEJO, EL TRATAMIENTO Y SELECCION DE LA HOJA DE COCA SEÑALE DOS O TRES=SOLAR





1º FORMA DE EMPAQUETADO, PARA EL TRASLADO A LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS (MAS UTILIZADA DENTRO EL MERCADO DE ADEPCOCA (Fotos: Maribel Chambi 2017)



2º FORMA DE EMPAQUETADO, PARA EL TRASLADO A LOS DIFERENTES DEPARTAMENTOS



EMPAQUETADO POR PRODUCTORES (SE CARACTERIZA POR TENER LAS BOLSAS DE COLORES)



EMPAQUETADO, PARA LA HOJA SECA SIN MATACHAR (POR PRODUCTORES Y COMERCIANTES)



PROCESO Y MATERIAL PARA EL EMPAQUETADO



HOJA DE COCA ELEGIDA



**HOJA DE COCA HOJEADA**



**HOJA DE COCA MEDIANA ESPECIAL**



**HOJA DE COCA MEDIANA COMÚN**



**HOJA DE COCA MENUDA ESPECIAL**



**HOJA DE COCA SEGUNDA**



HOJA DE COCA CHOQUETA

