

Introducción a la Orientación Territorial para el Desarrollo Empresarial Rural (DER)

**Proyecto de Desarrollo de Agroempresas Rurales
Marzo de 2002**



Antecedentes - 1

- **Los niveles de pobreza rural se mantienen.**
- **El incremento en la productividad por sí solo no soluciona la pobreza rural**
 - ❖ la demanda para productos básicos tiende a ser inelástica,
 - ❖ se mejora seguridad alimentaria, pero no se incrementan los ingresos.
- **Los precios de productos agrícolas básicos exhiben una reducción sostenida en sus precios reales.**
- **En contraste, los precios de productos con valor agregado presentan una tendencia al alza.**

Antecedentes - 2

- **Se presenta un deterioro de los recursos naturales**
 - ❖ pocos incentivos u oportunidades para implementar un manejo sostenible.
- **La globalización exige que el pequeño productor rural (PPR) sea más competitivo y que se inserte a mercados en crecimiento**
 - ❖ para ésto, es importante la integración vertical y el establecimiento de alianzas dentro de la cadena,
 - ❖ también es conveniente que el PPR forme parte de organizaciones con orientación empresarial,
 - ❖ el PPR debe aprovechar la explosión en disponibilidad de información generada por el Internet.

Antecedentes - 3

- **El consumidor está demandando productos más fáciles de usar y de mayor calidad (valor agregado)**
- **Actualmente el 80% del valor agregado de los productos se genera fuera de la finca (procesamiento, empaque y mercadeo)**
- **El PPR puede tener ventajas competitivas en la producción de algunos rubros demandados por el mercado**
 - como orgánicos, frutas y hortalizas, productos étnicos y de nostalgia, productos exóticos, plantas medicinales, carnes de especies menores y piscicultura, etc.
- **Además el Comercio Alternativo privilegia a los productos del PPR**

Antecedentes - 4

- Sin embargo, el PPR requiere de un apoyo integral para poder aprovechar estas oportunidades del mercado.
- Tradicionalmente, los modelos de desarrollo económico en América Latina han casi que ignorado al PPR.
- Por esta razón, existe escasez de metodologías apropiadas para apoyar la economía campesina.
- La descentralización administrativa genera espacios de participación a actores locales respecto al desarrollo.
- El vacío en el apoyo al sector rural que dejó el Estado no lo llenó el Sector Privado.
- Los servicios locales de apoyo en el sector rural son inexistentes, o incipientes y descoordinados.

La Orientación Territorial al Desarrollo Empresarial Rural (OT-DER)

- **El OT-DER es una respuesta metodológica a la problemática ya planteada.**
- **El punto de partida es una región seleccionada.**
- **La metodología propone cuatro módulos, a saber:**
 - ❖ **formación de un equipo de trabajo y una visión sobre el DER,**
 - ❖ **identificación y evaluación de oportunidades de mercado para PPRs de la región,**
 - ❖ **diseño participativo y ejecución de Proyectos Productivos con enfoque de cadena,**
 - ❖ **diagnóstico y fortalecimiento de un sistema local de apoyo al DER.**

Módulo 1: Formación de Equipo y Visión sobre el DER

- **Identificar actores en las cadenas productivas, grupos de interés y entidades de desarrollo.**
- **Convocar y reunir a actores y grupos de interés para explicar metodología.**
- **Preparar un perfil biofísico y socioeconómico de la región, a manera de una Línea Base.**
- **Ejecutar un taller para construir una visión o un consenso sobre el tema de DER.**
- **Si no existe, constituir un Comité Pro- DER.**

Módulo 2: Identificación y evaluación de oportunidades de mercado para PPRs de la región

- **Planear y ejecutar un Estudio Rápido de Mercados.**
- **Caracterizar opciones de mercado desde un punto de vista agronómico, tecnológico, comercial y económico.**
- **Evaluar las opciones de mercado resultantes con los PPRs.**
- **Definir un portafolio definitivo de opciones de mercado para la región.**

Módulo 3: Diseño participativo y ejecución de Proyectos Productivos con enfoque de cadena - 1

- **Identificar a los actores de la cadena.**
- **Se puede interesar a inversionistas del sector privado.**
- **Convocar y reunir a los actores de la cadena.**
- **Analizar la cadena productiva**
 - ❖ **Caracterizar la cadena:** identificar actores y funciones, tecnologías y costos de producción y transformación, formación de precio a lo largo de la cadena, canales de distribución, cuantificar oferta y demanda.
 - ❖ **Evaluar organizaciones económicas:** respecto a organización, participación, dirección, planeación, control, evolución y logros.
 - ❖ **Caracterizar a los servicios locales de apoyo:** estudiar los servicios locales tanto informales como formales relacionados con la cadena bajo estudio.
 - ❖ **Historia de intervenciones institucionales:** analizar las acciones de apoyo teniendo en cuenta logros, limitantes y fracasos.

Módulo 3: Diseño participativo y ejecución de Proyectos Productivos con enfoque de cadena -2

- **Identificar y analizar los puntos críticos:**

Identificar problemas a lo largo de la cadena y luego priorizarlos; también, realizar un análisis de causa y efecto.

- **Efectuar un Taller de Negociación entre actores:**

Entre los actores se debe construir una base común de información, para luego entrar a negociar y tomar decisiones.

- **Diseñar un Plan de Acción para la cadena:**

Busca fortalecer la cadena productiva mediante la solución de problemas identificados. Los actores establecen prioridades de desarrollo e investigación a corto, mediano y largo plazo, entre las funciones de producción, poscosecha y procesamiento, mercadeo y organización empresarial.

Módulo 4: Diagnóstico y fortalecimiento de un sistema local de apoyo al DER - 1

- **Identificar los servicios locales requeridos por los Proyectos Productivos Integrados**

Los planes de acción para los diferentes PPIs seguramente van a demandar una serie de servicios de apoyo.

- **Identificar y caracterizar los servicios existentes**

Los servicios existentes pueden ser tanto formales como informales. A veces estos últimos servicios pasan desapercibidos pero son muy importantes.

- **Detectar vacíos en servicios de apoyo**

Estos vacíos pueden deberse a la inexistencia o deficiencia de servicios. Generalmente si no existe una oferta para un servicio es porque la demanda está ausente.

Módulo 4: Diagnóstico y fortalecimiento de un sistema local de apoyo al DER - 2

- **Diseñar prototipos para nuevos servicios de apoyo propuestos:**

El primer paso en una estrategia para generar un mercado para nuevos servicios es el de hacer una propuesta sobre contenido y transferencia, lo cual podemos llamar el prototipo del servicio.

- **Proponer una estrategia para generar oferta y demanda para nuevos servicios:**

Aquí se debe proponer un esquema que permita crear un mercado para los nuevos servicios locales de apoyo. Inicialmente, estos esquemas pueden incluir subsidios en forma de capacitación para oferentes de nuevos servicios y efectivo para compra de servicios.

Secuencia del Diseño y Ejecución de la OT-DER

