



Empresas comunitarias de productos del bosque

ANÁLISIS Y DESARROLLO DE MERCADO

Empresas comunitarias de productos del bosque



ANÁLISIS Y DESARROLLO DE MERCADO

LAS OPORTUNIDADES DE MERCADO están surgiendo en todo el mundo como una nueva tendencia hacia la liberalización económica y la descentralización gubernamental, dando a las comunidades locales una participación mayor en el manejo de sus productos forestales.

POR LO TANTO, las comunidades tienen más oportunidades de beneficiarse con los recursos forestales, al tiempo que adquieren mayores incentivos para manejar y proteger mejor sus recursos.

PERO LA CRECIENTE DEMANDA de productos forestales, que a su vez aumenta su valor comercial, puede provocar una explotación excesiva de los recursos naturales, así como la explotación económica de la población que colecta estos productos. El resultado de ello es la degradación de los recursos y la pobreza y endeudamiento del recolector de los mismos. Es por ello que se ha reconocido que los productos forestales no sólo deben ser económicamente viables, sino también ambiental y socialmente sostenibles.

EL ENFOQUE DEL ANÁLISIS Y DESARROLLO DE MERCADO (A&DM) ha sido diseñado y desarrollado específicamente para ayudar a la población a alcanzar un sistema de supervivencia sostenible en el cual los bienes familiares y comunitarios puedan incrementarse, mientras que el manejo de los recursos mejora. El A&DM permite a la población local identificar los productos potencialmente viables, así como desarrollar mercados que proporcionen ingresos y beneficios sin provocar la degradación de los recursos naturales.



¿Qué es el Análisis y Desarrollo de Mercado?

EL OBJETIVO DEL A&DM es asistir a la población local en el desarrollo de empresas generadoras de ingresos, mientras conservan el recurso árbol y los recursos forestales.

El principal propulsor de este proceso lo constituyen los intereses sociales y ambientales, los cuales se toman en cuenta de manera sistemática y acompañan siempre a las consideraciones de índole tecnológica, comercial y financiera del producto. Un elemento integral de esta metodología es la evaluación de la sostenibilidad del ambiente local a la hora de identificar y planificar las empresas viables. Asimismo, existen líneas directrices para determinar cuáles productos son los más viables para la venta en el mercado local. Con el A&DM, se pueden seleccionar los mejores productos.

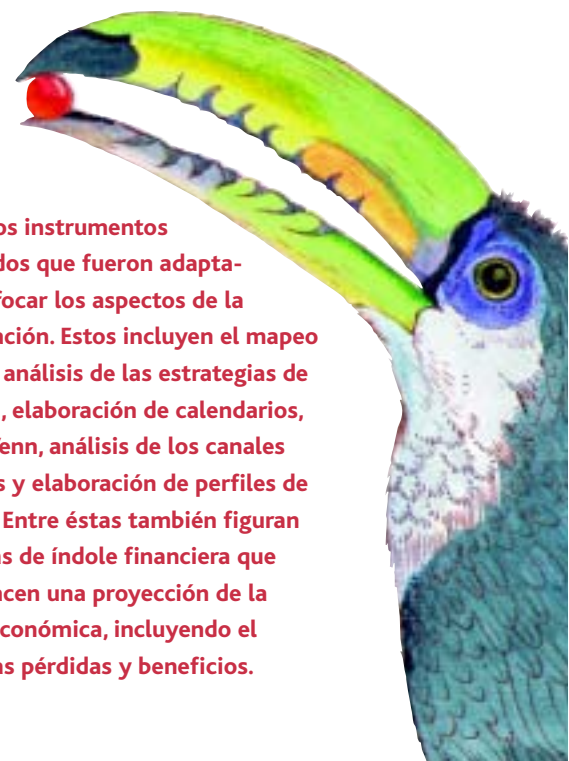
El proceso del A&DM se lleva a cabo en tres fases, cada una de ellas se divide en una serie de pasos. El usuario directo es considerado como un facilitador que trabaja en una estrecha colaboración con los miembros interesados de la comunidad, quienes a su vez trabajan en equipos a fin de recopilar información a lo largo de todo el proceso.



La población local promueve productos y mercados para obtener ingresos sin degradar la base de recursos.

El enfoque del A&DM

incluye varios instrumentos bien conocidos que fueron adaptados para enfocar los aspectos de la comercialización. Estos incluyen el mapeo de recursos, análisis de las estrategias de subsistencia, elaboración de calendarios, diagramas Venn, análisis de los canales de mercados y elaboración de perfiles de actividades. Entre éstas también figuran herramientas de índole financiera que definen y hacen una proyección de la viabilidad económica, incluyendo el cálculo de las pérdidas y beneficios.





El A&DM ayuda a la población local

a actuar a medida que desarrolla sus empresas. La información recopilada durante cada paso del proceso puede ser utilizada para tomar decisiones antes de proceder al siguiente paso. Por ejemplo, en el sur de Nepal, los agricultores eligieron producir y eventualmente comercializar las semillas de dos frutos, el Harro (*Terminalia chebula*) y el Barro (*Terminalia bellerica*), utilizados con propósitos medicinales. Sin embargo, una encuesta social durante la primera fase del proceso del A&DM mostró que las mujeres locales no apoyaban la idea porque la colecta y el procesamiento eran muy largos y engorrosos e incrementaban su carga de trabajo, dejando beneficios mínimos. Ambos productos fueron abandonados por otro, el Gurjo (*Tinospora cordifolia*) una hierba de uso medicinal que muchas mujeres ya colectan y procesan, siendo además de fácil comercialización.



¿Quién se beneficia?

EMPRESARIOS

Los empresarios locales son las personas que utilizan los productos de sus árboles y bosques no sólo para su subsistencia sino también para generar ingresos. Estos pueden ser productores, fabricantes y/o comerciantes. El A&DM les permite planificar y desarrollar empresas comunitarias de productos del bosque económicamente viables que al mismo tiempo sean equitativas, ecológicamente sostenibles, y aceptables desde el punto de vista social.

PERSONAL DE CAMPO, FACILITADORES Y PLANIFICADORES

El uso del A&DM permite al personal de campo, los facilitadores y planificadores integrar los temas sociales y del manejo de los recursos en el trabajo con la población local. A&DM proporciona grandes posibilidades para investigar las condiciones del mercado y evitar fracasos.

AGENCIAS GUBERNAMENTALES Y ORGANIZACIONES DE DESARROLLO

La aplicación de A&DM reduce el riesgo de desperdiciar fondos y tiempo en el desarrollo de empresas susceptibles de fracasar. Se trata de un proceso poco costoso que ayuda a desarrollar empresas viables.



¿Por qué aplicar el A&DM?

EL ENFOQUE DEL A&DM apoya la creación de pequeñas empresas que utilizan los recursos naturales, teniendo en cuenta la sostenibilidad ecológica y es especialmente apropiado para ser aplicado a empresas que utilizan recursos que necesitan ser protegidos o conservados.

El A&DM promueve cuatro aspectos importantes del desarrollo.

LA SOSTENIBILIDAD

Uso sostenible del recurso

El A&DM proporciona garantías para desarrollar mercados y productos que no produzcan sobreexplotación de los recursos naturales.

Sostenibilidad comercial

Los cambios en el contexto comercial pueden ser evaluados y los productos pueden adaptarse a fin de que sigan siendo competitivos y atractivos para los clientes identificados.

Sostenibilidad social/institucional

El A&DM ayuda a identificar las áreas potenciales de conflicto y promueve la distribución equitativa de los beneficios.

Sostenibilidad técnica

A&DM proporciona beneficios a largo plazo a los miembros de la comunidad, quienes aprenden a utilizar y mantener el equipo y adquieren conocimientos sobre los procesos de producción, fabricación y mercadeo.

PARTICIPACIÓN

Los miembros de la comunidad, que desarrollan sus empresas, toman las decisiones, aún cuando éstos requieran el apoyo inicial de un facilitador. Uno de los objetivos a largo plazo del A&DM es que los miembros de la comunidad sigan ampliando sus empresas y las manejen de manera independiente.

CREACIÓN DE CAPACIDADES

El A&DM se centra en las actividades para crear capacidades en las instituciones locales y fortalecerlas, a fin de apoyar las necesidades de la población local y permitirle controlar sus propios recursos y desarrollar y administrar pequeñas empresas.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

El A&DM descansa en gran medida en la formación de alianzas estratégicas con las empresas, compañías y organizaciones. Estas alianzas contribuyen a establecer relaciones comerciales entre las empresas locales y los mercados, asisten al desarrollo empresarial a través de la capacitación y creación de capacidades y proporcionan fuentes potenciales de financiación. El flujo de información que proviene de estas asociaciones es fundamental para la población local que no tiene un fácil acceso a la información de mercados y créditos.



Apicultores

de las comunidades remotas del altiplano en Viet Nam se beneficiaron a través de la creación de una alianza con la compañía gubernamental que purificaba y comercializaba la miel. Pudieron vender parte de sus productos a través de los canales comerciales de la compañía gubernamental y al mismo tiempo recibieron información técnica basada en las necesidades de los clientes, lo cual les ayudó a mejorar la calidad del producto.

El proceso A&DM

Evaluar la situación actual

La primera fase identifica las empresas potenciales; realiza un inventario de los recursos y productos existentes; identifica los productos que ya generan ingresos entre la población local; y, elimina los productos no viables. Los objetivos económicos son establecidos por la población local interesada en la creación de empresas.

RECURSOS REQUERIDOS

UBICACIÓN: Aunque el trabajo se realiza sobre todo en el campo, es necesario contar con un panorama general de la política nacional, las condiciones socio-económicas y la situación política e institucional. Una encuesta de mercado en el ámbito nacional e internacional podría ser necesaria a fin de identificar las oportunidades y limitaciones.

TIEMPO: Una a tres semanas, dependiendo del tamaño de la empresa, la accesibilidad del área, la complejidad del entorno humano y natural, así como la complejidad de los mercados potenciales.

EQUIPO: Normalmente un equipo de dos a tres facilitadores, más los asistentes e intérpretes. El tamaño del equipo varía según el tamaño de la empresa y el número de sitios involucrados.

PRESUPUESTO: Incluye la capacitación de recolectores de datos de la comunidad local (2 días), recolección de datos y análisis, participación en talleres regulares organizados por los usuarios locales de productos del bosque (hasta 12 días) y encuesta sobre el sistema de mercado dentro del distrito o de las provincias (2-7 días). Si se considera necesario realizar una encuesta de mercado en una zona vecina, hay que agregar 2-3 semanas más.

Identificar los Productos, Mercados y Medios de Mercadeo

La segunda fase del A&DM incluye la selección de los productos más prometedores, la identificación de los mercados potenciales y la definición de los medios de comercialización.

RECURSOS REQUERIDOS

UBICACIÓN: Podría requerir un análisis de mercado fuera de la localidad, tanto en el ámbito provincial, nacional y algunas veces, internacional, a fin de evaluar el potencial del producto.

TIEMPO: Una a cuatro semanas, dependiendo de la complejidad de los canales de comercialización para los productos seleccionados, así como la disponibilidad o accesibilidad de la información sobre los mercados.

EQUIPO: El equipo del A&DM de la primera fase. Podrán establecerse alianzas en caso de que las encuestas de mercado deban ser realizadas fuera de la localidad.

PRESUPUESTO: Tiempo necesario para que el equipo, o un especialista en comercialización, realice el estudio de mercado, así como costos considerables de transporte y comunicación.

Planificar empresas para el desarrollo sostenible

Durante la fase final se prepara la estrategia de la empresa y el plan de negocios. Los futuros empresarios son guiados a través de una fase piloto y de capacitación, aprendiendo a vigilar el progreso y a adaptarse cuando los cambios lo hacen necesario.

RECURSOS REQUERIDOS

UBICACIÓN: Lugar de producción y sitio de ventas

TIEMPO: Una a tres semanas para un producto y un grupo de futuros empresarios, más una fase piloto (un año o más) y monitoreo y evaluación en marcha.

EQUIPO: El equipo de A&DM de las fases anteriores. Menor necesidad de conocimientos de expertos externos durante el período de monitoreo.

PRESUPUESTO: Costo de los talleres para futuros empresarios y para sufragar el tiempo requerido para analizar los datos y desarrollar la estrategia y el plan de negocios de la empresa y garantizar la financiación.



Se ha preparado un manual de campo para que sirva de guía a los promotores del A&DM a lo largo del proceso. El Manual se basa en la experiencia adquirida en el empleo del A&DM en Asia. Está previsto ponerlo a prueba sobre el terreno y adaptarlo en todo el mundo. Podrán obtenerse ejemplares del Manual solicitándolos a la Unidad de Forestería Comunitaria de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), Roma, y al Centro Regional de Capacitación en Forestería Comunitaria (RECOFTC) de Bangkok. RECOFTC organiza cursos anuales de capacitación en mercadeo de productos del bosque basados en la metodología A&DM y además, está elaborando directrices para la capacitación de instructores.

Para más información dirigirse a:

OFICIAL PRINCIPAL UNIDAD DE FORESTERÍA COMUNITARIA

Dirección de Políticas y Planificación Forestales | Departamento de Montes
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
Viale delle Terme di Caracalla | Roma, 00100, Italia
Fax: (39) 06 5705-5514 | Correo electrónico: ftpp@fao.org
Internet: <http://www.fao.org/forestry/FON/FONP/cfu/cfu-e.stm>

DIRECTOR EJECUTIVO

Centro Regional de Capacitación en Forestería Comunitaria
Kasetsart University, PO Box 1111
Bangkok 10903, Thailand
Fax: (66-2) 561-4880 | Correo electrónico: ftcsss@nontri.ku.ac.th
Internet: <http://www.recoftc.org/>

Este folleto se ha preparado con ayuda de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), el Programa Bosques, Árboles y Comunidades rurales, el Centro Regional de Capacitación en Forestería Comunitaria (RECOFTC), el Organismo de Asistencia para el Desarrollo de los Países Bajos (NEDA) y la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (IUCN).

ILUSTRACIONES: Guida Joseph DISEÑO: Maxtudio Roma-NYC