

FICHA TECNICA PARA LA SISTEMATIZACION DE EXPERIENCIAS DE COMERCIALIZACION CAMPESINA DE PFM U OTROS PRODUCTOS QUE RESULTAN DEL BUEN MANEJO DE RECURSOS NATURALES

Elaborado por Fabrice Edouard
Methodus S.C.

I. Resumen

- Qué es el producto
- Para qué se utiliza en la actualidad
- Introducir la región con una breve introducción a los ecosistemas donde se encuentra la especie silvestre o cultivada y las comunidades que la produce, proceso y comercializa
- De qué manera el producto es benéfico para la conservación o restauración de los recursos naturales y el bien estar socio económico de las poblaciones
- Cuál es la experiencia social de comercialización

II La región y su población

- Ubicación
- Ecosistema
- Nombre de las comunidades
- Naturaleza de la población (origen y composición)
- Población total inserta en el ámbito del proyecto
- Situación de la tenencia
- Formas de organizaciones sociales
- Principales actividades económicas
- Reseña histórica
- Problemática actual de la población
- De qué manera el proyecto de comercialización busca resolver esta (s) problemática (s)

III. Característica de la (s) organización (es) que promueve (n) el Proyecto

- Qué importancia tiene en el ámbito regional y nacional
- De qué tipo de organización se trata: Comunitaria, de productores, local, microregional
- Cómo ha sido su proceso de constitución
- A cuántas personas representa
- Cuáles son los objetivos sociales y económicos que persigue
- Cómo se organiza, cual es la estructura de toma de decisión
- Cuál es su experiencia en materia empresarial
- Cuáles son los elementos críticos que surgen en la organización cuando desarrolle un proyecto de carácter empresarial

III Características del producto

El manejo

- Información biológica básica
- Distribución y ecosistemas donde se encuentra
- Interés del producto del punto de visto ambiental
- Cuál ha sido la historia de su manejo
- Cuál es su forma actual de manejo, los elementos críticos

El mercado

- Cuál es su potencial económico
- Características del producto en el mercado
- Quienes lo consuman y donde están
- Qué información existe sobre los volúmenes de oferta y demanda
- Cuáles son las ventajas del producto comercializada por el Proyecto en el mercado y los elementos críticas

IV. El Desarrollo del Proyecto

Sobre la iniciativa

Cómo se origina

Actores y relaciones que la promueven

Dificultades de implementación

Sobre el planteamiento metodológico

Como se fundamenta, de donde se inspira

Cuáles son los componentes metodológicos (participación social, buen manejo,...)

Cuáles son los aspectos críticos

Sobre los objetivos y las estrategias de participación y apropiación social

El papel de las comunidades y sus autoridades locales

El papel de las organizaciones sociales

El sistema de toma de decisión dentro de la empresa

El fortalecimiento institucional

Los conflictos dentro del proceso de producción o comercialización

Sobre las estrategias empresariales y de mercado

Cuál es el mercado específico que quiere penetrar la empresa

Cuál es el proceso de transformación que se utiliza y qué implica desde el punto de vista tecnológico, organizativo y financiero

Cuáles son las alianzas establecidas por la empresa

Cuáles son los aspectos críticos

V. Los resultados del proyecto

Qué resultados se han obtenido en relación con:

Fortalecimiento de los procesos de buen manejo o uso racional de Recursos naturales

Fortalecimiento del capital humano (creación de empleos, formación de personal, involucramiento de recolectores/productores...)

Generación de ingresos a nivel de recolector/productor, empleados y organización (utilidad)

Análisis de costos

Fortalecimiento organizativo (estructura empresarial, sistema de información y participación de las bases...etc)

VI. La maduración del proyecto y su replicabilidad

Hacia donde se dirige la experiencia

Cuáles son las necesidades de acompañamiento

Cómo y en dónde se puede replicar

VI Conclusiones y recomendaciones