

Promoviendo la Competitividad del Pequeño Productor Rural (PPR)



Carlos Felipe Ostertag
Proyecto de Desarrollo Agro-empresarial Rural
Noviembre de 2000





Tendencias Globales

(Cano, 1998)



- Integración y globalización económica .
- Transformación de hábitos alimenticios (conveniencia, salud).
- Más del 80% del valor se agrega fuera de la finca.
- Caída de precios reales de productos básicos y materias primas.
- Concentración de la producción (economías de escala y eficiencia).
- Integración vertical y alianzas poscosecha.

Tendencias en el Consumo de Alimentos

(Ostertag, 1995 y Riveros, 2000)

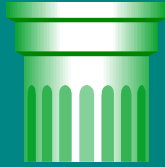


- **Preferencia por alimentos de conveniencia (listos o más fáciles de preparar).**
- **Mayor preocupación por la salud:**
 - Productos nutraceúticos.
 - Productos fuentes de fibra, vitaminas y minerales.
 - Productos orgánicos o naturales.
 - Productos frescos (frutas y hortalizas).
 - Productos bajos en calorías (light).
- **Interés por productos étnicos o regionales (nostalgia)**
- **Interés en productos exóticos**
- **Aumento de comidas fuera del hogar**
- **Crecimiento del Comercio Alternativo (ecológico, natural y social)**

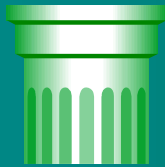
Concepto de Competitividad del PPR

- **Definición:** “capacidad de competir”
- **Requisito: poseer una ventaja competitiva**
 - por capital social/organización
 - por capital humano
 - por conocimiento local, ‘saber-hacer’
 - por condiciones edafo-climáticas
 - por localización
 - otros
- **Ventaja competitiva: poder ofrecer las cuatro ‘Ces’:**
 - Calidad
 - Cantidad
 - Continuidad
 - Costos (precio)

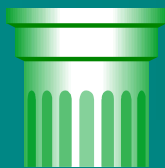
Los Tres Pilares de la Competitividad del PPR



- **Alcanzar una orientación al mercado.**



- **Establecer sistemas de producción sostenibles.**

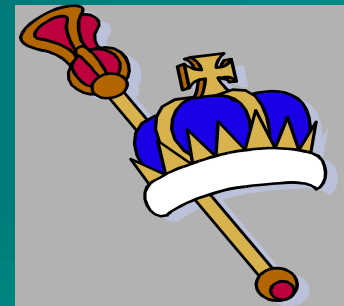


- **Que esté organizado.**



La orientación al mercado

- **Definición:** “La producción de bienes y servicios cuidadosamente investigados y diseñados para atraer a los clientes en el mercado” (Kovacek).
- **Se produce lo que se puede vender y no viceversa.**
- **Consta de tres componentes: orientación al cliente, orientación a la competencia, y coordinación interfuncional (Narver).**



Resultados de la Orientación al Mercado

Orientación al mercado

Se ofrecen los productos adecuados

- Bienes y servicios
- Productos dirigidos al consumidor final.
- productos intermedios o industriales.
- Selección.
- Calidad.
- Precio (tecnología).

Se distribuyen los productos

- Disponibilidad.
- Cantidad.
- Continuidad.

Se promocionan los productos

- Venta personal.
- Promoción de ventas.
- Publicidad.

Conceptos sobre la Competitividad del PPR



Que ofrezca el producto apropiado

- **Con los atributos necesarios.**
- **Con el nivel de calidad requerido.**
- **Al precio adecuado.**



Conceptos sobre la Competitividad del PPR

El precio adecuado puede estar relacionado con el costo



- Tecnología de producción eficiente.
- Tecnología de procesamiento eficiente.
- Seguridad alimentaria (costos fijos menores)
- Circulación de nutrientes.

Requisitos para Buscar la Competitividad del PPR



- **Que el PPR pertenezca a una organización con sentido empresarial, para así:**
 - **Mejorar poder de negociación.**
 - **Organizar uniones de compra y de venta.**
 - **Responder a demandas de cantidad y continuidad.**
 - **Tener acceso a servicios de apoyo.**
- **Que la organización obtenga o tenga acceso a información de mercados.**
- **Que la organización identifique ventajas competitivas.**

“No son los productos sino los *procesos* que los crean los que a la larga conducen a las empresas al éxito”

Michael Hammer



¿Cómo podemos generar procesos que promuevan los pilares de competitividad?

Procesos que Promueven la Competitividad del PPR

- Promover y fortalecer Sistemas de Apoyo Local al Desarrollo (capitales).

Social



Humano



**Técnico-
Empresarial**



**Recursos
Naturales**

- Que la organización se integre vertical u horizontalmente mediante redes, alianzas y consorcios.
- Promover los Proyectos Productivos Integrados con enfoque de cadena.

