



FUNDACION FORD

Santiago, Chile

Programa de Finanzas para el Desarrollo y Seguridad Económica

PROPUESTA DE PROYECTO

**DESARROLLO TERRITORIAL RURAL A PARTIR DE SERVICIOS Y PRODUCTOS CON
IDENTIDAD**

Presentado por:

RIMISP – Red Internacional de Metodología de Investigación de Sistemas de Producción

Santiago de Chile, 12 de mayo 2005



ÍNDICE

ÍNDICE i

<u>ABREVIACIONES Y SIGLAS</u>iv	
<u>I.</u>	<u>RESUMEN DEL PROYECTO</u>1
<u>II.</u>	<u>PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN</u>3
<u>III.</u>	<u>ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO</u>5
A.	Antecedentes y contexto5
B.	Justificación y preguntas de investigación10
<u>IV.</u>	<u>OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS</u>12
A.	Objetivo general12
B.	Objetivos específicos12
<u>V.</u>	<u>RESULTADOS Y EFECTOS ESPERADOS</u>13
<u>VI.</u>	<u>ACTIVIDADES Y CRONOGRAMA</u>17
A.	Actividades17
B.	Cronograma21
<u>VII.</u>	<u>RECURSOS HUMANOS</u>23
<u>VIII.</u>	<u>EVALUACIÓN Y MONITOREO</u>25

<u>X.</u>	<u>ANEXOS.....</u>	<u>1</u>
A.	Versión resumida en inglés.....	1
B.	Organigrama de la institución.....	2
C.	Currículum vital breve de la persona encargada del proyecto.....	3
D.	Cuadro de diversidad de género	3
E.	Miembros del Directorio.....	4
F.	Estados Financieros	5

ABREVIACIONES Y SIGLAS

ALC	América Latina y el Caribe
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CIID	Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo
DTR	Desarrollo territorial rural
ERNA	Empleo rural no agrícola
FIDA	Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola
ICCROM	International Centre for the Study of the Preservation and Restoration of Cultural Property
MDM	Metas de Desarrollo del Milenio
NZAID	New Zealand's Aid and Development Agency
Rimisp	Red Internacional de Metodologías de Investigación de Sistemas de Producción
TdRs	Términos de Referencia
UCIRI	Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo
UNESCO	United Nation Educational, Scientific and Cultural Organization
USD	Dólares Estadounidenses

I. RESUMEN DEL PROYECTO

1. **Título del proyecto:** Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad.
2. **Nombre de la institución:** Rimisp.
3. **Objetivos del proyecto.** El objetivo general del proyecto es comprender las determinantes y los procesos institucionales que ayudan a que el acceso de bienes y servicios con identidad cultural a mercados dinámicos, tenga efectos amplios sobre el desarrollo económico y social de territorios rurales pobres, reforzando su identidad cultural. Los objetivos específicos son: i) conformar una plataforma de diálogo y colaboración entre actores e iniciativas diversas interesados en el acceso a mercados a partir de productos y servicios con identidad cultural; ii) comprender las determinantes y las dinámicas de las transformaciones institucionales y los otros factores que estimulan y facilitan el acceso de territorios pobres a mercados dinámicos a partir de productos y servicios con identidad cultural, con inclusión de los pobres en el proceso y en el acceso y goce de sus beneficios; y iii) colocar el tema en el radar de las preocupaciones de agencias de desarrollo nacionales e internacionales, haciendo recomendaciones estratégicas basadas en fuertes evidencias empíricas y análisis rigurosos.
4. **Principales actividades.** Las principales actividades son: i) desarrollar un proceso de diálogo con otras iniciativas, incluyendo un taller que generará un mapa regional de temas, experiencias, actores y acuerdos de colaboración; ii) preparar un documento de estado que será el marco para los estudios de caso, sentando las bases para identificar temas específicos, especificar hipótesis relativas a las preguntas de investigación y definir criterios sólidos para la selección de las experiencias a estudiarse; iii) realizar por lo menos cuatro estudios de caso en profundidad combinando métodos cualitativos y cuantitativos con equipos multidisciplinarios de investigación de manera que los resultados sean basados en información y análisis de alta calidad; iv) desarrollar talleres de consultas con actores locales y levantar testimonios relevantes e ilustrativos en el marco de los estudios de caso que involucren a dichos actores en la interpretación y la elaboración de las conclusiones y recomendaciones del proyecto, contribuyendo a “dar sentido y uso” a los resultados de la investigación; y v) realizar una síntesis de resultados que será presentada, discutida y difundida empleando varios medios de comunicación, incluyendo un taller internacional.
5. **Participantes.** Un aspecto central del proyecto es la participación de usuarios potenciales de los resultados del proyecto y actores mismos del desarrollo territorial. Ellos incluirán a los siguientes tipos: i) actores locales de las experiencias analizadas en los estudios de caso; ii) inversionistas institucionales en procesos de desarrollo semejantes a los estudiados en el proyecto (agencias nacionales e internacionales específicas y, dentro de ellas, personas concretas verdaderamente interesadas en estos asuntos); iii) empresarios privados con experiencia o interés en participar en procesos económicos que tienen un sustento en la identidad cultural de territorios rurales; y iv) personas e instancias que se ocupan de cuestiones culturales y valorización de patrimonio tangible e intangible.

6. **Duración del proyecto:** 24 meses.

II. PRESENTACIÓN DE LA INSTITUCIÓN

7. **Datos generales de la institución:** ONG Rimisp (Red Internacional de Metodología de Investigación de Sistemas de Producción). Presidente del Directorio: Dr. Julio A. Berdegué Sacristán. Calle Huelén 10, Piso 6, Providencia, Santiago, Chile. Casilla 228, Correo 22, Santiago, Chile. Tel: (56 2) 236 4557. Fax (56 2) 236 4558. www.rimisp.org; rimisp@rimisp.org

8. **Reseña institucional.** Rimisp es una corporación sin fines de lucro creada en el año 1986. Su objetivo es promover el aprendizaje organizacional y la innovación en las políticas, programas y proyectos, públicos y privados, para incrementar su impacto en la reducción de la pobreza y en el desarrollo de las sociedades rurales. Entre 1986 y 1994 Rimisp operó como una red de proyectos de investigación y desarrollo, con socios estables en 14 países de América Latina y el Caribe (ALC), especialmente en relación con el desarrollo tecnológico de la pequeña agricultura. Desde 1995 hasta la fecha, el trabajo de Rimisp se ha centrado en la ejecución de programas regionales interinstitucionales y multidisciplinarios bajo el enfoque de desarrollo territorial rural (DTR). Los principales componentes de trabajo actuales de Rimisp son:

- a) Sistematización de experiencias locales de desarrollo. Consiste en la aplicación y desarrollo de un conjunto de herramientas de trabajo que permiten aprender de las innovaciones, éxitos y fracasos de múltiples iniciativas en diversas áreas rurales. Rimisp ha realizado sistematizaciones de experiencias en 17 países de ALC.
- b) Investigación multidisciplinaria. Este componente busca comprender los cambios en las sociedades rurales y sus contextos. Las investigaciones realizadas han cubierto un total de 13 países de ALC.
- c) Desarrollo de capacidades. Este componente incluye acciones de capacitación, asistencia técnica, comunicación e información, especialmente por medios electrónicos.

9. El trabajo de Rimisp ha cubierto una amplia gama de temas de desarrollo, lo que ha permitido que sea reconocido como un centro de investigación y análisis de políticas en el tema rural, con una visión ampliada y transversal de los problemas del sector. Como ejemplos de ello se pueden mencionar el estudio sobre empleo rural no agrícola (ERNA) que tuvo un alto impacto en la definición de políticas y estrategias de organismos internacionales y públicos nacionales; la difusión y discusión del enfoque DTR; los últimos estudios de vínculos entre supermercados y producción agrícola; un extenso trabajo con organizaciones económicas a través del eje de trabajo “Cooperando para Competir”; y el recién finalizado estudio sobre sistemas financieros rurales, apoyado por la Fundación Ford. Éste ha permitido establecer lineamientos orientados a cambios sustantivos en las políticas de acceso de los sectores rurales pobres a los servicios financieros, incluyendo la posible articulación de agentes públicos y privados de ALC.

10. Algunos ejemplos importantes de los efectos de los proyectos de Rimisp, son:
- a) Contribución a la Estrategia Consolidada de Desarrollo Rural del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Estrategia Latinoamericana de Desarrollo Rural del Banco Mundial.
 - b) Implementación exitosa del Fondo Concursable para Proyectos de Desarrollo Rural en la Secretaría de Agricultura de México.
 - c) Introducción de reformas importantes en los objetivos, componentes, normas y procedimientos del Fondo de Promoción de Exportaciones Agropecuarias, instrumento que opera en forma conjunta entre el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Agricultura de Chile.
 - d) Fortalecimiento de las estructuras de gestión local del Programa Nacional de Desarrollo Local de Honduras.
 - e) Desarrollo del componente de promoción de empleo rural no agrícola del Proyecto de Desarrollo de la Región Seca de Nicaragua.

11. Las principales fuentes de financiamiento de Rimisp (2003-2005) son: el Centro Internacional de Investigación para el Desarrollo (CIID) de Canadá; el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA); la Organización Intereclesiástica de Cooperación al Desarrollo (ICCO, Holanda); New Zealand's Aid and Development Agency (NZAID); Department for International Development (DFID) del Reino Unido; Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

12. Nombre y cargo de la persona encargada del proyecto: Claudia Ranaboldo, Investigadora Principal de Rimisp: cranaboldo@rimisp.org

13. Nombre y cargo de la persona encargada de los informes financieros: Gema Carrasco, Contadora: gcarrasco@rimisp.org

III. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

A. Antecedentes y contexto

14. Los procesos de ajuste y apertura de las economías de la Región han tenido impactos profundamente asimétricos en el ámbito rural de América Latina, ampliando las brechas entre regiones y productores en cada uno de los países, al beneficiar principalmente a algunas áreas y a determinados tipos de empresas. Las políticas de desarrollo rural, incluidas las orientadas a la superación de la pobreza rural, han mostrado magros resultados; aún en los casos en que han logrado reducir la pobreza, están lejos en muchos países de poder alcanzar las metas del desarrollo del milenio (MDM) sobre reducción de la extrema pobreza o la desnutrición en el año 2015.

15. Estas tendencias han conducido a que en los últimos años y desde diversos ámbitos hayan surgido opciones a los enfoques tradicionales de desarrollo rural. Las propuestas con enfoque territorial cuentan con un sólido respaldo en la experiencia de otras regiones y con una base conceptual robusta¹, pero en nuestra región carecen aún de suficiente sustento empírico que permita la formulación de políticas públicas sobre bases sólidas.

16. Organismos internacionales importantes para el desarrollo rural en la región como el BID y el FIDA, gobiernos nacionales como el de México o el de Brasil, o gobiernos regionales como el de la Región del Bío Bío en Chile, han adoptado enfoques estratégicos explícitamente orientados al DTR. Organizaciones como estas necesitan que los conceptos generales del DTR se examinen y validen a la luz del análisis riguroso de experiencias concretas, de tal forma que este marco conceptual sea más directamente utilizable para el diseño y la gestión de políticas públicas.

17. Los enfoques territoriales de desarrollo rural resaltan la importancia del cambio institucional² tanto para estimular y profundizar los procesos de transformación económica, como para que el desarrollo sea realmente inclusivo de los sectores pobres y marginados. En este marco cobran relevancia los temas de descentralización y acción colectiva de los movimientos sociales.

18. Entre los elementos considerados claves en los enfoques territoriales, es el asunto de la *identidad*. El territorio rural es conceptualizado como una *construcción social* y no como un espacio físico “objetivamente existente”. Esta manera de definir al territorio permite colocar el acento en “el conjunto de relacio-

¹ Schejtman, A. y J.A. Berdegué. 2004. *Desarrollo Territorial Rural. Serie Debates y Temas Rurales N° 1. Rimisp-Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural: Santiago, Chile.*

² Usamos el concepto de institución en el sentido de North (1966), es decir, para referirnos a las reglas, leyes, normas y códigos de conducta y convenciones, que dan forma a las interacciones en la sociedad y en la economía.

nes sociales que dan origen y a la vez expresan una identidad y un sentido de propósito compartidos por múltiples agentes públicos y privados... Es dicha identidad la que permite dar sentido y contenido a un proyecto de desarrollo de un espacio determinado, a partir de la convergencia de intereses y voluntades” (Schejtman y Berdegué, op. cit., p. 29).

19. El énfasis en la identidad del territorio puede llegar a tener además un sentido estratégico: ¿Es posible hacer de la identidad y de su valorización un elemento estratégico que permita asegurar un mayor poder de negociación de los actores sociales locales en los procesos de desarrollo y en la distribución de sus beneficios? La pregunta tiene sentido práctico conforme: (a) la demanda por bienes y servicios con atributos simbólicos³, que apelan a nuevos modelos de vida (naturaleza, salud, comercio justo, ética en los negocios) se hace parte del ‘mainstream’; (b) muchos de estos atributos simbólicos deseados por los consumidores están indisolublemente ligados a los territorios rurales; (c) se multiplica el reconocimiento jurídico, uso e influencia de normas, regulaciones y mecanismos que permiten la apropiación privada de bienes y servicios que tradicionalmente se consideraban de libre acceso, incluyendo normas y procesos que permiten informar veraz y sistemáticamente a los consumidores sobre determinados atributos (incluyendo algunos de carácter simbólicos) de bienes y servicios que no serían observables en ausencia de tales mecanismos.

RECUADRO 1

*Slow Food: valorización de los territorios y las redes de actores locales*⁴

Es un movimiento internacional surgido en París en 1989 que tiene su sede principal en Bra, una pequeña ciudad del Norte de Italia. Actualmente *Slow Food* cuenta con otras sedes en Europa, Estados Unidos y Japón, tiene 82.000 miembros en 107 países alrededor del mundo y unos 800 “convivia” o delegaciones territoriales. Éstas últimas constituyen las raíces del movimiento en el territorio. En América Latina existen alrededor de 14 “convivia” en 8 países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, República Dominicana, Uruguay y Venezuela).

Slow Food se contrapone a la estandarización del gusto, tutelando las identidades culturales ligadas a las tradiciones alimenticias locales, apoyando la conservación de las técnicas de producción y transformación heredadas de la tradición, defendiendo la biodiversidad, poniendo en valor los espacios de convivencia que, por su componente histórico y social, hacen parte del patrimonio gastronómico. En pocos años, *Slow Food* se ha convertido en un instrumento creativo de valorización de activos de la población, contribuyendo a una reapropiación de espacios rurales y urbano-rurales que, en muchos casos, habían sido abandonados. De hecho las “convivia” en el territorio, la descentralización (y por tanto la valorización de lo “propio”, de lo distintivo”) y el carácter voluntario del trabajo de los asociados, son algunas de las características más auténticas del movimiento, y la red de contactos personales e institucionales que *Slow Food* ha sabido construir en los años representa sin duda su capital más importante.

20. Existe ya un reconocimiento relativamente extendido y un interés creciente por estrategias de desarrollo rural asociadas a bienes y servicios con identidad: servicios de turismo vinculados a la identidad étnica o ecológica; productos orgánicos cuyo valor se basa en su asociación a los atributos de salud y/o de respeto a la naturaleza; productos que se distinguen por incorporar la idea de una relación justa entre los productores, los intermediarios y los consumidores (*fair trade*); bienes que se distinguen en el mercado por su origen en procesos que respetan los derechos laborales y los derechos humanos (*ethical trade*)⁵; productos que simbolizan nuevas formas de relación entre el consumidor y los alimentos y las comunidades que los generan (*slow food*, ver el recuadro 1), etc.

³ Ray, C. 2003. Governance and the Neo-Endogenous Approach to Rural Development. Centre for Rural Economy, Newcastle University. Manuscrito.

⁴ Para mayores referencias: www.slowfood.it

⁵ Codron, J-M., et al. 2006. Social and Environmental Attributes of Food Products in an Emerging Mass Market: Challenges of Signaling and Consumer Perception, with European Illustrations. Agriculture and Human Values, forthcoming, Summer 2006.

21. El interés creciente en este tipo de productos y servicios es estimulado por la mayor demanda del lado de los consumidores. Las grandes cadenas de supermercados en los países industrializados, muchas veces en asociación con gobiernos, asociaciones y ONGs han resuelto los problemas que encarecían la comercialización de productos con atributos simbólicos. Ello ha permitido romper las barreras de escala y de costos de transacción que dificultaban el ingreso a los mercados masivos de consumidores.

22. Algunas áreas rurales han respondido a este contexto con formas de desarrollo endógeno en que la actividad económica y las relaciones sociales se van reformulando con el fin de propender a un círculo virtuoso entre reforzamiento de la identidad territorial y acceso *del territorio* (y ya no solo de un bien o servicio particular) a nuevos mercados dinámicos. Se trata, en pocas palabras, de pasar de los bienes y servicios con identidad a los *territorios rurales con identidad*.⁶

23. Las fuentes de esta identidad territorial son diversas: la geografía (la Patagonia argentina y chilena); la ecología (numerosos ejemplos en países con selvas húmedas tropicales); la identidad étnica (la Mesquitia en la Costa Atlántica de Nicaragua); la historia (Valle Sagrado de los Incas); la arquitectura (Antigua en Guatemala); las tradiciones y fiestas religiosas (el Carnaval de Oruro en Bolivia), etc. En otros casos, la identidad del territorio es menos específica y más genérica, asociada a los símbolos de la ruralidad, tales como percepciones de cierta calidad ambiental, localismo, tradición, tranquilidad y ritmo de vida⁷.

24. Como se puede observar, muchas de estas fuentes de identidades territoriales específicas hacen parte de la cultura, o, según algunos autores, del ‘capital cultural’⁸: etnia, lenguaje, historia, arquitectura, formas de manejo de los recursos naturales, fiestas y religiosidad popular, cocina, música. Los habitantes del lugar reconocen dicho capital cultural como patrimonio del territorio. Hablamos entonces de *territorios con identidad cultural*. Así como ya se trabajan opciones de desarrollo rural inclusivas de los pobres con base en identidades basadas en el respeto a la naturaleza, el cuidado de la salud o la equidad en el comercio, ¿Es posible pensar en opciones de desarrollo de territorios rurales pobres basadas en la identidad cultural?

25. En América Latina existe un potencial sub-explotado (y que no ha sido adecuadamente caracterizado y dimensionado desde el punto de vista de opciones de desarrollo rural) de estimular y apoyar procesos de desarrollo territorial valorizando expresiones culturales. Ejemplos de estas manifestaciones son las mujeres artesanas indígenas Jalk’a de Sucre en Bolivia; los jóvenes músicos y artistas afrocolombianos de San Basilio de Palenque en el Caribe Colombiano; la cocina, el paisaje y la arquitectura de los campesinos de la Isla Grande de Chiloé en el sur de Chile; los herbolarios y curanderos Kallawayas itinerantes del norte de Bolivia⁹; los niños músicos y los coros nativos e internacionales que animan los Festivales del Barroco Indígena en el oriente boliviano; las ferias semanales de los pueblos del Altiplano Guatemalteco; los artesanos, poetas y cantores del nordeste de Brasil que hacen frente a la escasez del agua con una amplia gama de actividades creativas, y los pueblos indígenas de la Amazonía y sus múltiples emprendimientos ligados a la explotación racional de la foresta (madera, aceites, fibras, frutas, miel, hierbas medicinales semillas, etc.)¹⁰. Algunas agencias de financiamiento como el FIDA han introducido en el diseño de sus proyectos de desarrollo la preocupación por inversiones en cultura e identidad como forma de valorizar los activos de los pobres rurales¹¹. Otras han pasado de enfoques iniciales centrados en la preservación del patrimonio

⁶ Con base en Lash, S. and Urry, J.- *Economies of Sign and Space*, London, Sage, 1994.

⁷ Ray, op. cit.

⁸ Ray, op.cit.

⁹ La provincia Bautista Saavedra del departamento de La Paz, zona de origen de estas poblaciones, ha sido declarada patrimonio de la humanidad por la UNESCO. www.unesco.org

¹⁰ Ver, sólo como un ejemplo, el banco de datos para negocios sostenibles en: www.amazonia.com.br

¹¹ www.ifad.org. Es el caso de varios proyectos en Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Ver: Roberto Haudry de Soucy. *Productos con identidad cultural*, 2004. www.grupochoarvi.org/php/doc/documentos/productosconidentidad.pdf

cultural tangible (museos, piezas de arte, sitios arqueológicos) a líneas de trabajo más enraizadas en el territorio y los “portadores vivos” de la cultura, promoviendo la diversidad¹².

26. Como se desprende de la mayoría de los ejemplos anotados, estos productos y servicios tienen diferentes virtudes desde el punto de vista de su aporte potencial a la reducción de la pobreza. En primer lugar, sus creadores son las comunidades locales, muchas veces grupos pobres y marginados (mujeres, indígenas y afroamericanos, jóvenes, etc.). En segundo lugar, son productos y servicios únicos, difícilmente reproducibles, puesto que su calidad y valor provienen precisamente de su relación con dichas comunidades, en contraste con los *commodities*. En tercer lugar abren oportunidades de empleo no agrícola y, al mismo tiempo, de fortalecimiento y diversificación de habilidades, capacidades y saberes locales. En todos los casos, no se trata sólo y simplemente de “materias primas” sino de productos y servicios que agregan valor a los activos de una determinada población local.

¹² www.iccrom.org.

RECUADRO 2
**¡Lavazza! ¡Tierra!: responsabilidad social de las empresas y cofinanciamientos
para el posicionamiento de un nuevo producto en el mercado¹³**

Lavazza es la primera empresa de distribución de café en Italia, controlando el 46,4% del valor de ventas. Más de 14 millones de familias italianas consumen café Lavazza. La empresa tiene también sucursales y asociadas en varios países europeos, Estados Unidos y Australia. Mientras en la década de los ochenta, muchas empresas de esta naturaleza en Italia fueron adquiridas por multinacionales, Lavazza optó por seguir con una gestión familiar.

Hace poco tiempo atrás empezó a colaborar con algunos pequeños proyectos en Colombia, Honduras y Perú, cuyas características más interesantes son:

- a) Se enmarcan en la llamada “responsabilidad social” de la empresa
- b) Combinan dimensión social, económica, ambiental y cultural, de acuerdo a las demandas específicas formuladas por la población local
- c) Son de pequeña envergadura y limitados a unos tres años, con la idea de estimular la autonomía de los productores locales y sus organizaciones, y la sostenibilidad de la producción
- d) Son desarrollados en colaboración con diversos socios provenientes del ámbito empresarial (Volcafé, multinacional suiza, segundo *trader* de café crudo en el mundo), de la cooperación internacional (GTZ, US-AID) y de Fundaciones/ONGs locales
- e) Implican, a través de asistencia técnica rigurosa, un mejoramiento de los standard de producción y pre-beneficiado del café, testando un nuevo producto que garantice un control de calidad (*quality tracking*)¹⁴ desde los productores a los consumidores finales
- f) Llegarán a la certificación orgánica del café a través de la colaboración con Rainforest Alliance durante el 2006.

El focus de Lavazza es que los proyectos tienen que facilitar condiciones para el mejoramiento del entorno humano, social y comercial, sin introducir mecanismos de distorsión en los mercados. Es así que hoy en día la empresa produce “¡Lavazza! ¡Madre Tierra!” y lo señala como “un producto 100% arábica obtenido mezclando los café verdes provenientes de las comunidades involucradas: la calidad es excelente, el control de calidad completo y por tanto se trata de un producto orientado al segmento más alto de los consumidores de café en Italia”. La empresa ha decidido producir este café sólo en base a la cantidad lograda por los campesinos de las tres áreas apoyadas. Así como sucede en las pequeñas producciones enológicas, una vez que se acaba la materia prima, se espera la cosecha del siguiente año.

Adicionalmente las particulares características del producto han sido objeto de comunicación en el marco de una operación destinada también a valorizar los jóvenes talentos locales. Lavazza involucró a un grupo de jóvenes fotógrafos, periodistas y escritores locales que, juntamente con un reconocido artista internacional, han producido una serie fotográfica, un video, un libro¹⁵ y varias notas periodísticas que cuentan la historia de las comunidades y los actores involucrados.

27. Puesto que este ‘capital cultural’ se vuelve a veces atractivo para agentes económicos poderosos externos como, por ejemplo, empresarios turísticos urbanos e internacionales, ¿Bajo qué condiciones este tipo de desarrollo territorial puede beneficiar realmente a los sectores más marginados, a los portadores reales de cultura, a los que garantizan con su presencia y sus conocimientos que estas iniciativas sean posibles y sostenibles en el tiempo? Y también, ¿Cómo se pueden impulsar alianzas y sociedades que permitan ganancias sostenibles para los distintos actores involucrados, sin que los externos sean “depredadores”, y más bien se conviertan en socios dispuestos a invertir y asumir riesgos con los pobres? Existen algunas evidencias iniciales que muestran cómo la conexión entre campesinos, indígenas, empresarios y entidades públicas territoriales, pueden potenciar las alternativas de articulación con mercados diversos (ver Recuadro 2)¹⁶.

¹³ Para mayores referencias: www.tierra.lavazza.com.

¹⁴ Típico de los sistemas industriales o de servicios certificados. Se trata de procedimientos que permiten relacionar el producto acabado a la fuente.

¹⁵ *¡Tierra! Stories. Da un progetto a sostegno dei produttori di pregiati caffè arabica*. Lavazza External Relations. Torino-Italia, 2005.

¹⁶ Ver también: Claudia Ranaboldo y Carlos Venegas. *Escalonamiento de experiencias agroecológicas exitosas en América Latina. El caso de Chiloé*. SANE-IDRC, 2004. En web.idrc.ca/es/ev-3755-201-1-DO_TOPIC.html

B. Justificación y preguntas de investigación

28. Identificamos tres problemas que es necesario abordar para que se pueda hablar de desarrollo de territorios rurales pobres a partir de su identidad cultural:

- a) *La transferencia de la identidad del territorio a los bienes y servicios generados in situ.* La denominación de origen del ‘Queso de Canastra’ en Minas Gerais¹⁷ o la articulación de numerosas localidades menores a una Ruta Turística en torno a la conocida Pátzcuaro en el estado mexicano de Michoacán, o la existencia de circuitos artesanales y gastronómicos como los que van desde Villa de Leyva a Ráquira en Boyacá-Colombia, son ejemplos de procesos mediante los cuales algunos individuos o grupos utilizan los elementos del capital cultural del territorio para valorizar bienes y servicios específicos.
- b) *La difusión en el territorio de los procesos de generación de bienes y servicios con identidad.* Existen experiencias que ilustran este proceso, como la de Otavalo, en Ecuador, donde se aprovechó el impulso inicial del turismo en pequeña escala (feria de los sábados) para ir dando paso a un verdadero complejo turístico-artesanal-comercial que incorpora a miles de pequeños artesanos, comerciantes y empresarios, que producen y venden pinturas de Tigua, tapices de los Salasacas, tallados de San Antonio de Ibarra, artículos de cuero de Cotacachi, artesanías de los Saraguros, y de los kichwa del oriente “a tal punto que Otavalo es hoy por hoy un Frente Cultural”¹⁸.
- c) *La articulación del territorio a mercados dinámicos a partir de bienes y servicios con identidad.* La Unión de Comunidades Indígenas de la Región del Istmo (UCIRI) está integrada por comunidades Zapotecas, Mixes, Mixtecos, Chontales y Chatinos de 20 municipios de Oaxaca, México. En 1986, los campesinos que hoy forman UCIRI propusieron a sus cooperantes holandeses que en lugar de enviarles donaciones, les ayudaran a conseguir un precio justo por su café. De esta iniciativa nació Max Havelaard y el concepto de Fair Trade. La cosecha 86/87 fue la primera exportada directamente. Hoy en día, a través del sistema Max Havelaard, las comunidades de UCIRI venden su café en Alemania, Holanda, Suiza, Suecia, Italia, Francia, Austria, Japón, Canadá y EEUU. Desde 1991 exportan café orgánico soluble procesado en México, principalmente a Italia, Suiza, Japón y Bélgica.

29. Se trata, en otras palabras, de que esta identidad cultural local se convierta en la ‘ventaja comparativa’ a partir de la cual se pueden construir relaciones de territorios rurales - y no sólo de un grupo de personas o de una organización- con mercados dinámicos, a través de procesos que también conduzcan a un continuo enriquecimiento del ‘capital cultural’ del territorio.

30. Habida cuenta del estado de situación presentado, el proyecto deberá generar resultados en términos cognitivos y normativos en torno a las siguientes preguntas de investigación:

- a) ¿Qué experiencias relevantes existen en América Latina que estén relacionadas con el desarrollo territorial rural basado en productos y servicios con identidad cultural que acceden a mercados dinámicos? ¿Cuáles son sus características principales en términos de actores y funcionamiento?

¹⁷ Wilkinson, . 2003. Oportunidades e desafios para a pequena producao no novo quadro de governanca do sistema agroalimentar na América Latina. Manuscrito.

¹⁸www.otavalo.gov.ec

¿En qué medida responden a estrategias diversificadas propias de los sectores rurales pobres, o han nacido bajo impulsos externos determinantes? ¿Cuáles son los elementos comunes explicativos de su desarrollo y los límites eventuales de su crecimiento? ¿Qué se puede hacer para evitar sus errores y reducir sus riesgos? ¿Qué papel han jugado las políticas públicas en el nacimiento y desarrollo de estas experiencias?

- b) Cuáles son las instituciones que permiten: i) la confluencia de actores diversos en un territorio en torno a un proyecto común de acceso a mercados dinámicos; ii) la construcción de la identidad cultural territorial, incorporándola en los bienes y servicios a través de los cuales se pretende acceder a mercados dinámicos; iii) el establecimiento de relaciones económicas (comerciales, financieras, de inversión, de transferencia de tecnología...) con agentes externos al territorio sin que por ello los actores internos pierdan el control de los procesos y sus beneficios?; y iv) el mejoramiento de las probabilidades de la equidad social al interior del territorio, y de estrategias *win win* entre desarrollo económico y cohesión social a nivel del territorio? ¿Qué papel le cabe a las políticas públicas en el desarrollo de estas instituciones?
- c) ¿Cuáles son los nuevos tipos de servicios técnicos y financieros y de arreglos organizacionales, que son requeridos para el desarrollo territorial rural basado en identidad cultural? ¿Y cuál sería el papel de distintos sectores –gobierno, empresarios, sociedad civil- en la gestación, prestación y financiación de estos nuevos servicios y facilidades y en el desarrollo de estas nuevas formas de organización?

IV. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

A. Objetivo general

31. El objetivo general del proyecto es comprender las determinantes y los procesos institucionales que ayudan a que el acceso de bienes y servicios con identidad cultural a mercados dinámicos, tenga efectos amplios sobre el desarrollo económico y social de territorios rurales pobres, reforzando su identidad cultural.

B. Objetivos específicos

32. Los objetivos específicos son:

1. Conformar una *plataforma regional de diálogo y colaboración* entre actores e iniciativas diversas interesados en el acceso a mercados a partir de productos y servicios con identidad cultural. Dicha plataforma priorizará empresarios y organizaciones económicas, sociales y culturales; centros de investigación y agencias de desarrollo con interés potencial en las conclusiones del proyecto.
2. Comprender las *determinantes y las dinámicas de las transformaciones institucionales* y los otros factores que estimulan y facilitan el acceso de territorios pobres a mercados dinámicos a partir de productos y servicios con identidad cultural, con inclusión de los pobres en el proceso y en el acceso y goce de sus beneficios.
3. Colocar el tema en el radar de las preocupaciones de agencias de desarrollo nacional e internacional, haciendo *recomendaciones estratégicas* basadas en evidencias sobre espacios, oportunidades, eficiencia comparativa de la inversión y pre-requisitos para las políticas y la acción pública.

V. RESULTADOS Y EFECTOS ESPERADOS

33. Los principales resultados del proyecto serán:

- a) Un mapa regional de temas, experiencias y actores trabajando o interesados en el asunto del proyecto. Ésta es la base para: i) identificar con mayor precisión las oportunidades del proyecto en materia de nuevos conocimientos a ser generados y de alianzas para la investigación y el uso efectivo de los resultados; y ii) establecer acuerdos de diálogo y colaboración con otras iniciativas en curso, de tal forma que el proyecto no sea una iniciativa aislada sino un núcleo que ayuda a la articulación y al diálogo entre iniciativas diversas.
- b) Un documento de ‘estado del arte’, que sienta las bases para: i) seleccionar temas específicos de alta relevancia social y de interés prioritario para los actores y los tomadores de decisiones con los que el proyecto busca relacionarse; ii) especificar hipótesis a nivel de las preguntas de investigación; iii) definir criterios sólidos para la selección de los estudios de caso; y iv) elegir los métodos de investigación más adecuados.
- c) Artículos analíticos con los resultados, conclusiones y recomendaciones de un mínimo de cuatro estudios de caso en profundidad, del proceso de generación del mapa regional y del taller de síntesis final del proyecto¹⁹. Estos artículos estarán orientados a los formadores de opinión sobre desarrollo rural a nivel regional e internacional, a gestores de políticas públicas y a la comunidad académica. Cada uno de los (como mínimo) cuatro estudios de caso producirán al menos un artículo. Habrá con seguridad al menos un artículo de síntesis general.
- d) Un mínimo de cuatro documentos breves y material filmado de los resultados de talleres de consultas y testimonios con actores locales. Con especialistas en materia y usando una metodología desarrollada inicialmente por la UNESCO²⁰ y luego perfeccionada en otros ámbitos²¹ con muy buenos resultados, se realizarán, talleres de consulta con la población en zonas en las que se evidencien potencialidades de DTR con identidad. Se buscará para ello el apoyo de instituciones locales. De manera simultánea a estos talleres se levantarán testimonios e historias de vida de ciudadanos/as y organizaciones de actores locales que hayan tenido experiencias relevantes para el tema del proyecto, o estén interesados en ellas como en el caso de los migrantes o de inversionistas privados. Se priorizará el hecho que sean los

¹⁹ Siguiendo el modelo de gestión de proyectos aplicado con éxito en otros programas de Rimisp, se harán todos los esfuerzos tendientes a que estos artículos puedan ser publicados en Inglés como una Edición Especial en una revista internacional, como por ejemplo *World Development* o *Agriculture and Human Values*. Independientemente de ello, serán publicados en Español en la Serie Debates y Temas Agrarios (publicaciones electrónicas de Rimisp distribuidas a 12,000 suscriptores, principalmente en América Latina) y, al menos algunos artículos como el de síntesis general del proyecto y el de ‘estado del arte’, en revistas especializadas latinoamericanas como, por ejemplo, la Revista de la CEPAL.

²⁰ Proyecto de Recuperación del Centro Histórico de Lima, Municipalidad Metropolitana de Lima, BID. Resultados de los talleres de consulta pública y su incorporación en la propuesta para el componente de sostenibilidad social, UNESCO, Lima-Perú, mayo de 2002.

²¹ Talleres de consulta con actores locales. Olga Lucia Molano. Informes para la Formulación del Proyecto Sierra Sur en Perú y del Proyecto *ACTIVOS* en Colombia. FIDA, 2002 y 2004.

propios protagonistas a contar sus historias e interpretarlas. Estas actividades serán articuladas a los estudios de caso.

- e) Productos comunicacionales para públicos urbanos y rurales amplios, principalmente referidos a la comunicación de conclusiones y recomendaciones de la investigación: i) documentos de divulgación masiva (notas y artículos de prensa; DVD, vídeo y CD-Rom); y iii) medios “no tradicionales” para la devolución de los resultados a los actores locales (p.ej. folletos o brochures de rutas y caminos de productos y servicios con identidad; mapas regionales interactivos; inventarios de talentos – conocedores locales). Para los actores locales estos productos representarían uno de los aportes concretos y con valor de uso de la investigación, pudiéndose identificar también posibles contribuciones de inversionistas privados. Entonces, si bien hay un trabajo preparatorio de los investigadores que tuvieron a su cargo los estudios de caso, lo que se busca es que los ‘usuarios’ de la información se involucren en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones del proyecto, es decir, participen estrechamente en la tarea de ‘dar sentido’ y uso a los resultados de la investigación. Se busca así disminuir la brecha entre investigación y políticas públicas e iniciativas privadas.

34. A partir del uso de estos resultados, los efectos esperados del proyecto son los siguientes:

- a) Mayor conocimiento por parte de formadores de opinión, gestores de políticas públicas, inversionistas institucionales y organizaciones sociales rurales, sobre la situación actual y las perspectivas de las experiencias de DTR basadas en servicios e identidad cultural y mayor comprensión de sus dinámicas de desarrollo.
- b) Una plataforma de diálogo y colaboración integrada por expertos, interesados y actores regionales en relación con iniciativas de DTR basadas en servicios y productos con identidad cultural, que esté en condiciones no sólo de seguir profundizando el conocimiento y las perspectivas de estos procesos sino que además vaya estimulando eventuales inversiones en ellos.
- c) Inclusión del tema y de su potencial en las ‘pantallas de radar’ de agencias relacionadas con la formulación e implementación de políticas públicas, tanto a nivel nacional como internacional.

35. La estrategia de difusión se describe sintéticamente en el cuadro 1, pudiendo ser perfeccionada durante la ejecución del proyecto.

Cuadro 1
Perfil inicial de la estrategia de difusión de los resultados

Resultado	Subproducto	Formato	Audiencia
Un mapa regional de temas, experiencias, actores y acuerdos de diálogo y colaboración	Memoria del taller regional de expertos, interesados y actores	<ul style="list-style-type: none"> • Documento que incluye: i) un mapa de experiencias ‘prototípicas’ de territorios que se desarrollan a partir de elementos de identidad cultural, con indicaciones de sus características principales; ii) un directorio²² de expertos, interesados y actores; iii) análisis del ‘estado del arte’ en materia de conocimientos y de políticas públicas 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Participantes en el taller regional de expertos, interesados y actores ➤ Interesados y actores de las experiencias identificadas en el mapa ➤ Público que accede a web Rimisp²³ ➤ Suscriptores del boletín InterCambios y de la Serie Debates y Temas Rurales de Rimisp²⁴ ➤ Fundación Ford
Documento de estado del arte	Un artículo	<ul style="list-style-type: none"> • Artículo en revistas especializadas • Publicación electrónica en la Serie Debates y Temas Rurales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Investigadores a ser contratados para estudios de caso ➤ Instituciones con las que se ha establecido acuerdos ➤ Directorio ➤ Público que accede a web Rimisp ➤ Suscriptores del boletín InterCambios y de la Serie Debates y Temas Rurales de Rimisp ➤ Fundación Ford
Artículos analíticos basados en los estudios de caso	Un mínimo de cuatro artículos de los estudios de caso y al menos un artículo de síntesis general	<ul style="list-style-type: none"> • Artículos en revistas especializadas, en Inglés y en Español especializadas • Publicaciones electrónicas en la Serie Debates y Temas Rurales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instituciones con las que se han establecido acuerdos ➤ Directorio ➤ Lectores de revistas en que se publiquen los artículos ➤ Suscriptores del boletín InterCambios y de la Serie Debates y Temas Rurales de Rimisp ➤ Público que accede a web Rimisp ➤ Fundación Ford

²² Se entiende que el Directorio (listado de personas e instituciones expertas, interesadas y actoras vinculadas a experiencias de DTR con identidad) se irá actualizando y complementando a través de cada una de las actividades previstas en el proyecto. Por tanto el Directorio inicial no será el mismo del final.

²³ En el 2004, un total de 147,143 computadores distintos accedieron el sitio web de Rimisp. Cada uno de ellos visitó el sitio web casi 2 veces en el año, para un promedio de 738 visitas diarias. Los visitantes hicieron 148,373 descargas de 8,598 documentos en archivos Word o PDF.

²⁴ Esta lista actualmente llega a las 12.058 personas de contacto.

Consultas y testimonios	Cuatro artículos ²⁵	<ul style="list-style-type: none"> • Documentos publicables y atractivos desde el punto de vista gráfico (incluyen las matrices llenadas con principales resultados de las consultas por temas y directorio de participantes en las mismas) • Web Rimisp 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Instituciones con las que se han establecidos acuerdos ➤ Directorio ➤ Público que accede a web Rimisp ➤ Lista de contactos electrónicos de Rimisp ➤ Fundación Ford
Productos comunicacionales para públicos urbanos y rurales amplios	Medios de divulgación masiva	<ul style="list-style-type: none"> • Notas y artículos de prensa • DVD, vídeo y CD-Rom • Web Rimisp y otras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Directorio ➤ Periodistas ➤ Público en general ➤ Fundación Ford
	Medios de devolución de resultados a los actores	Ejemplos ²⁶ : <ul style="list-style-type: none"> • Folletos, brochures de rutas y caminos de productos y servicios con identidad • Mapas regionales interactivos de actores con servicios y productos con identidad • Inventarios de talentos-conocedores • Web Rimisp y otras 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Actores involucrados en los casos e iniciativas complementarias estudiadas ➤ Directorio ➤ Cámaras de Comercio e Industria Regionales ➤ Sector turístico ➤ Gobiernos municipales y regionales ➤ Público que accede a la web de Rimisp y a otras ➤ Lista de contactos electrónicos Rimisp ➤ Fundación Ford

²⁵ Las consultas y los testimonios serán filmados y luego editados en función de los productos finales, particularmente del DVD, el vídeo y el CD Rom. Puesto que los costos no cambian sustantivamente para estos tres tipos de productos una vez que se tenga el material editado, se han planteado las tres formas pensando en su distribución en las áreas rurales en las que existen oportunidades distintas de acceso a medios de comunicación de esta naturaleza.

²⁶ Puesto que estos productos están estrechamente relacionados con los intereses y el valor de uso que en ellos podrán encontrar los actores locales, una mayor definición de los mismos dependerá de la interlocución con estos actores durante la ejecución del proyecto y, en particular, de los estudios de caso.

VI. ACTIVIDADES Y CRONOGRAMA

A. Actividades

36. El proyecto será diseñado y gestionado de acuerdo con el modelo probado con éxito por Rimisp en varias ocasiones a partir de 1996²⁷ (ver cuadro 2) y adaptado a este proceso investigativo. Esta forma de gestionar un programa de investigación tiene las siguientes características:

- a) Integración de un núcleo central o equipo directivo del proyecto, involucrando a especialistas externos a Rimisp. Este equipo tiene un papel relevante en el diseño de la propuesta de proyecto y en la dirección del mismo, en la discusión de los elementos centrales de los términos de referencia u orientaciones de las actividades principales, en el diálogo con otras organizaciones interesadas en el tema y en el análisis de la información recabada para generar resultados, conclusiones y recomendaciones.
- b) Búsqueda y construcción activa de espacios de diálogo y de colaboración con actores *diversos* interesados en el tema, a nivel regional, incluyendo a lo largo de todo el proyecto a investigadores y a interesados (usuarios potenciales de los conocimientos generados) para generar apropiación desde el comienzo del proceso por parte de estos socios y colaboradores. Se trata de que el proyecto no sea una iniciativa aislada sino que haga parte y contribuya a redes ya existentes o, si es necesario, que sea un núcleo para impulsar nuevas plataformas de colaboración y diálogo ahí donde haga falta. De esta forma, los resultados y efectos del proyecto son los que nazcan de las actividades bajo nuestro control directo²⁸, pero también los que puedan surgir de la colaboración de otros.
- c) Sistematización de experiencias innovadoras estrechamente vinculadas con investigación y análisis de tendencias de cambio en el sector rural, orientados ambos y desde el primer momento a la discusión de políticas públicas y su traducción en acciones de inversión pública.
- d) Logro de efectos pre-identificados, los que son de tres tipos: mejorar sustantivamente la comprensión del tema por parte de los formadores de opinión, los gestores de políticas públicas y los mismos actores de las experiencias; fortalecer espacios de diálogo y colaboración en torno al tema en escala regio-

²⁷ Programa 'Pobreza Rural y Deterioro Ambiental' (1996-2003); Programa 'Cooperando para Competir-Factores de Éxito de Organizaciones Económicas' (1998-2002); Programa 'Empleo Rural No Agrícola' (1999-2003); Programa 'Supermercados y sus Efectos sobre las Cadenas Agroalimentarias' (2000- en curso); Programa 'Desarrollo Territorial Rural' (2001- en curso).

²⁸ En el ámbito de las actividades que desarrolla actualmente Rimisp, se buscará una activa colaboración e intercambio sobre todo con dos programas: i) El Programa Colaborativo de Movimientos Sociales, Gobernanza Ambiental y Desarrollo Territorial Rural, apoyado por CIID; y ii) el Proyecto Gobernanza y Estrategias de Vida Sostenibles en Municipios Rurales Indígenas, apoyado por NZAID.

nal, y; colocar el tema en las pantallas de radar de las agencias y organismos que pueden hacer una diferencia en cuanto a su evolución futura. La rigurosidad conceptual y metodológica es considerada una condición esencial para el logro de estos efectos.

37. En el siguiente cuadro se presentan de manera sintética las actividades principales que se desarrollarán y los participantes, de acuerdo a los tres objetivos específicos del proyecto.

Cuadro 2.
Diseño y Gestión del Programa

Objetivos	Resultados esperados	Actividades principales	Participantes
OBJETIVO 1: Plataforma regional de diálogo y colaboración	Diseño general del proyecto ²⁹	<ul style="list-style-type: none"> Realizar entrevistas con socios principales en y fuera de Rimisp (hacia la conformación de un equipo directivo) Realizar el taller de diseño del proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> Cuatro Investigadores Principales de Rimisp Tres expertos e interesados externos
	Mapa regional de temas, experiencias, actores y acuerdos de diálogo y colaboración	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un documento – base conceptual y orientador (que incluye los criterios para la identificación de experiencias y actores relevantes en América Latina) Enviar el documento-base a un conjunto de instituciones/personas seleccionadas en base a los listados de Rimisp y los contactos de los expertos e interesados externos contactados en la fase de diseño del proyecto Solicitar a los seleccionados: i) la identificación y breve descripción de experiencias relevantes; ii) la orientación acerca de las preguntas relevantes para la investigación; y iii) indicaciones acerca de los posibles usos e interesados de la investigación Seleccionar los participantes en el taller regional en base a criterios definidos (relacionados con la calidad de las respuestas obtenidas en la actividad anterior) Realizar un taller regional de expertos, interesados y actores con conocimiento directo de experiencias relevantes 	<ul style="list-style-type: none"> Equipo directivo del proyecto³⁰ Coordinación del proyecto Coordinación Equipo directivo Entre 20 y 30 personas de 10-15 organizaciones de varios países (se busca diversidad de perspectivas y experiencia) con equipo directivo Coordinación
		<ul style="list-style-type: none"> Elaborar productos del taller que contengan: i) mapa; y ii) acuerdos establecidos 	

²⁹ Este resultado es previo a la ejecución puesto que es el que conduce al diseño final del proyecto a ser sometido a la consideración del financiador.

³⁰ Posteriormente se diferenciarán más precisamente las funciones entre “equipo directivo” y “coordinación” del proyecto.

OBJETIVO 2 Determinantes y dinámicas de las transformaciones institucionales, y otros factores influyentes	Estado del arte de conocimientos, métodos y prácticas	<ul style="list-style-type: none"> • Con base en los resultados del taller regional de expertos, interesados y actores, preparar los TdRs para el documento de estado del arte • Elaborar un documento conceptual, metodológico y de análisis de experiencias • Analizar el documento del estado del arte y elaborar una síntesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación con equipo directivo • Un especialista contratado • Coordinación con equipo directivo
	Artículos basados en estudios de caso	<ul style="list-style-type: none"> • Con base en los resultados anteriores (mapa y estado del arte) definir los criterios de selección de estudios de caso y los TdRs para realizar los mismos • Contratar la realización de un mínimo de cuatro estudios de caso • Concretizar acuerdos formales e informales de colaboración con otras iniciativas identificadas en el mapa regional de actores • Desarrollar intercambios y colaboraciones con otras iniciativas generadoras de conocimientos en otros países 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación con equipo directivo • Equipos contratados • Equipos de otras iniciativas con quienes se está dialogando y colaborando • Coordinación
	Consultas y testimonios	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar talleres de consultas y levantar simultáneamente testimonios de actores en el marco de los estudios de caso y, eventualmente, de otras iniciativas complementarias 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación, especialista y comunicador con actores directos del desarrollo territorial (presidentes de comunidades, empresarios, directivas mujeres, profesores, músicos, artistas, ancianos referentes, etc.)
OBJETIVO 3 Colocación del tema en el radar de las preocupaciones (recomendaciones estratégicas)	Síntesis y conclusiones	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar un análisis comparativo de los estudios de caso • Realizar un taller internacional • Elaborar los tres tipos de productos finales previstos 	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación con equipo directivo • Equipo directivo y socios nacionales • Coordinación con equipos de los estudios y otras personas/instituciones vinculadas al perfil de difusión propuesta (ver cuadro 1)

38. Las actividades principales, que conforman la columna vertebral del proyecto, son las siguientes:

- a) Proceso de diálogo con otras organizaciones, redes y grupo, públicos y privados, que estén trabajando activamente en el tema. Este proceso es la actividad central al inicio del proyecto y su primer hito es un taller en que se genera como resultado principal el mapa regional de temas, experiencias y actores trabajando o interesados en el asunto del proyecto. El proceso continúa durante el resto del proyecto, pero, a partir del taller, se enfoca en el cumplimiento de los acuerdos de colaboración que se hayan establecido con los demás participantes.
- b) Preparación de un documento de ‘estado del arte’ en el tema del proyecto. Esta actividad se inicia en las primeras semanas pero se concluye una vez realizado el taller mencionado en el punto anterior, a fin de integrar sus resultados. Este documento identificará los temas y las hipótesis específicas para cada una de las tres preguntas de investigación; este será el marco de los estudios de caso.
- c) Cuatro estudios de caso bajo control directo del proyecto. Los estudios de caso se seleccionarán en principio entre las experiencias más relevantes que se hayan identificados previamente en el mapa regional en los siguientes países: i) Chile; ii) Colombia; iii) Perú; y iv) Ecuador o Bolivia. Además Rimsip buscará asociarse con otras instancias, algunas de las cuales las habrá identificado en el mapa inicial, para llevar a cabo o al menos para interactuar y dialogar con otros estudios de caso u otras investigaciones análogas, especialmente en Brasil, México y Centro América. Los estudios de caso estarán focalizados en temas específicos y en hipótesis para cada una de las tres preguntas de investigación, según los resultados del documento de ‘estado del arte’. Los estudios de caso emplearán métodos cuantitativos y cualitativos rigurosos, a cargo de equipos de investigación multidisciplinarios. Se buscará la participación de especialistas en gestión cultural y manejo del territorio, patrimonio tangible e intangible y otros aspectos similares. Los estudios de caso se seleccionarán de tal forma que, por su diversidad pero también por sus similitudes, permitan generar conclusiones robustas y confiables sobre las preguntas e hipótesis de investigación.
- d) Registro de testimonios y experiencias innovadoras y producción de productos tales como DVD, CD-ROM, folletos, artículos de prensa, etc., orientados a la devolución de resultados a los actores de las experiencias incluidas en los estudios de caso, a informar a un público amplio y diverso, y a apoyar el logro del tercer efecto buscado por este proyecto (situar el tema en la pantalla de radar de diversos actores). Esta actividad requiere la participación directa de los actores de las experiencias incluidas en los estudios de caso, y es un medio para que ellos se involucren en la elaboración de las conclusiones y recomendaciones del proyecto, es decir, participen estrechamente en la tarea de ‘dar sentido’ y uso a los resultados de la investigación.
- e) Análisis comparativo, síntesis final y elaboración de los productos en un proceso que culmina en un taller internacional (posiblemente asociado a algún evento mayor de tal forma de poder atraer a un grupo amplio y diverso de participantes sin tener que hacerse cargo de todos sus gastos).

39. Durante la implementación del proyecto se empleará un explícito enfoque de género bajo la óptica de identificar si y de qué manera procesos de articulación a los mercados y sus efectos en el DTR a partir de productos y servicios con identidad son incluyentes de mujeres y hombres, y cómo podrían serlo más con efectos en la disminución de las desigualdades. De manera concreta las consideraciones de género serán operativizadas a través de:

- a) Análisis y orientaciones en el documento de base conceptual
- b) Pautas explícitas para recoger información desagregadas de género para el mapa inicial
- c) Invitaciones explícitas a mujeres expertas, interesadas y actoras locales en los talleres

- d) TdRs que tomen en cuenta aspectos específicos de género (a nivel de contenidos y a nivel metodológico) para el documento de estado del arte y los estudios de caso
- e) Posiblemente uno o dos casos en los que se puedan apreciar especialmente iniciativas lideradas por mujeres o donde ellas sean la mayoría
- f) Realización de consultas y levantamiento de testimonios de manera tal que se puedan evidenciar similitudes y diferencias relativas a las iniciativas actuales y las perspectivas futuras de hombres y mujeres
- g) Producción de medios de comunicación, devolución de resultados y diseminación que evidencien las experiencias y las potencialidades de las mujeres rurales, y las tomen en cuenta como una audiencia específica.

40. Un aspecto central del proyecto es la participación en todo el proceso de usuarios potenciales de los resultados del proyecto y actores mismos del desarrollo territorial. Ellos incluirán a los siguientes tipos:

- a) Actores locales de los procesos analizados en los estudios de caso. A través de una selección inteligente de los estudios de caso y de una adecuada política de alianzas a nivel local, así como a través de las consultas y los testimonios, se buscará asegurar que, a lo menos, el proyecto tenga incidencia en este nivel.
- b) Inversionistas institucionales en procesos de desarrollo semejantes a los estudiados en el proyecto: agencias nacionales e internacionales específicas y, dentro de ellas, personas concretas verdaderamente interesadas en estos asuntos.
- c) Empresarios privados con experiencia o interés en participar en procesos económicos que tienen un sustento en la identidad cultural de territorios rurales. Entre ellos, se tratará de identificar también si existe intereses de inversión por parte de los migrantes.
- d) Personas e instancias que se ocupan de cuestiones culturales, valorización de patrimonio tangible e intangible, declaraciones de patrimonio de la humanidad y requisitos.

41. Todos estos aliados tienen en común el que tienen intereses específicos y concretos en los temas que son objeto del proyecto. Es sobre la base de estos intereses que se pueden construir alianzas o acuerdos de colaboración.

42. Finalmente, cabe señalar que a partir de la primera etapa de elaboración del mapa regional de temas, experiencias y actores, se mantendrá un esfuerzo sostenido de diálogo y colaboración con otras iniciativas complementarias. Este esfuerzo como mínimo incluye el intercambio de documentos y de información, la participación de representantes de estas otras iniciativas en los talleres del proyecto incluyendo el seminario final y, en lo posible, publicaciones compartidas. El hecho de poder pasar de acuerdos de trabajo a convenios con las instituciones que llevan adelante estas iniciativas, podría significar concretamente, como ya se mencionó, la posibilidad de ampliar los estudios de caso.

B. Cronograma

43. El período de tiempo de ejecución será de 24 meses según lo que se ilustra en el cuadro 3

VII. RECURSOS HUMANOS

44. Como se señaló en las secciones anteriores, el proyecto se desarrollará involucrando una cantidad importante de socios en las distintas actividades previstas. Por tanto no se necesitará de un equipo de base muy numeroso ni a tiempo completo, sino de un pequeño colectivo que esté en condiciones de responder a los desafíos de la ejecución en los momentos oportunos, de acuerdo al cronograma y los productos planteados. En este sentido se prevén los siguientes recursos humanos durante el período de tiempo de 24 meses:

Cuadro 4
Recursos humanos requeridos para la ejecución del proyecto

N.	Recurso humano	Responsabilidades	Período de tiempo total (en 24 meses)
1	Coordinadora (Claudia Ranaboldo)	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en el equipo directivo • Conducción del proyecto • Preparación de los documentos de base y de síntesis con la colaboración de los integrantes del equipo directivo • Seguimiento a la realización del estado del arte, los estudios de caso y demás iniciativas complementarias • Participación en las consultas y levantamiento de testimonios • Organización de los dos talleres • Desarrollo de alianzas • Responsabilidad del seguimiento 	24 meses a medio tiempo
3	Investigadores principales de Rimisp (Eduardo Ramírez, Germán Escobar)	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en el equipo directivo • Asunción de responsabilidades específicas para el buen desarrollo conceptual y metodológico del proyecto • Participación en los eventos centrales del proyecto • Participación en el seguimiento y la evaluación 	4 meses a medio tiempo
1	Ayudante en aspectos operativos y administrativos (a contratarse)	<ul style="list-style-type: none"> • Información • Comunicación • Secretaría • Apoyo administrativo 	6 meses a medio tiempo

45. Se conformará también un equipo directivo conformado por cinco personas, el que se reunirá con ocasión de los dos talleres del proyecto y una vez adicional cada año (4 reuniones en total):

- a) Eduardo Ramírez, Investigador Principal del Rimisp
- b) Germán Escobar, Investigador Principal del Rimisp
- c) Roberto Haudry, Gerente de Operaciones del FIDA para Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú
- d) Alain de Janvry, Docente e investigador de la Universidad de Berkeley
- e) Claudia Ranaboldo, Coordinadora del proyecto (Investigadora Principal del Rimisp)

46. Las principales funciones de los integrantes externos del equipo directivo serán: i) aportar con criterios conceptuales y metodológicos en la elaboración del documento de base y las síntesis previstas a lo largo de la investigación; ii) revisar los TdRs para la contratación del estado del arte y los estudios de caso; iii) sugerir temas, actores y experiencias locales de interés, así como posibles aliados para el proceso; iv) realizar un control de calidad al proceso y los productos previstos en el proyecto; y v) sugerir mejoras, innovaciones y contactos para la estrategia de difusión, incluyendo el tipo de producto por audiencia. Los miembros externos de este equipo serán clave para tender puentes con espacios y actores diversificados interesados en el tema del proyecto.

VIII. EVALUACIÓN Y MONITOREO

47. Sobre la base del diseño del proyecto aprobado, en los primeros tres meses se establecerá un plan sencillo de monitoreo y evaluación que garantice la emisión de los resultados previstos en los tiempos oportunos y con la calidad prevista. Se prevén tres momentos:

- a) Seguimiento al logro de los objetivos y cumplimiento de los resultados. Las evidencias del caso serán presentadas por la coordinación a través de los informes narrativos y financieros incluidos en el convenio con la Fundación Ford y a través de la obtención y difusión del conjunto de productos previstos en el proyecto.
- b) Control de calidad y relevancia de los productos y, en particular, de los artículos. Se realizará vía los “*peer review*” de las revistas a los que se someterá la publicación de los mismos.
- c) Identificación de los efectos. Puesto que éstos no son inmediatamente evidente a la conclusión de un proyecto de corta duración, Rimisp se compromete a realizar un seguimiento posterior en un plazo razonable. En este sentido se realizarán, luego de aproximadamente un año, una serie de comunicaciones electrónicas, llamadas telefónicas y entrevistas orientadas a verificar de qué manera se han logrado, o están en camino de lograrse, los efectos previstos del proyecto.

IX. ANEXOS

A. Versión resumida en ingles

48. **Project title:** Rural territorial development based on goods and services with identity.

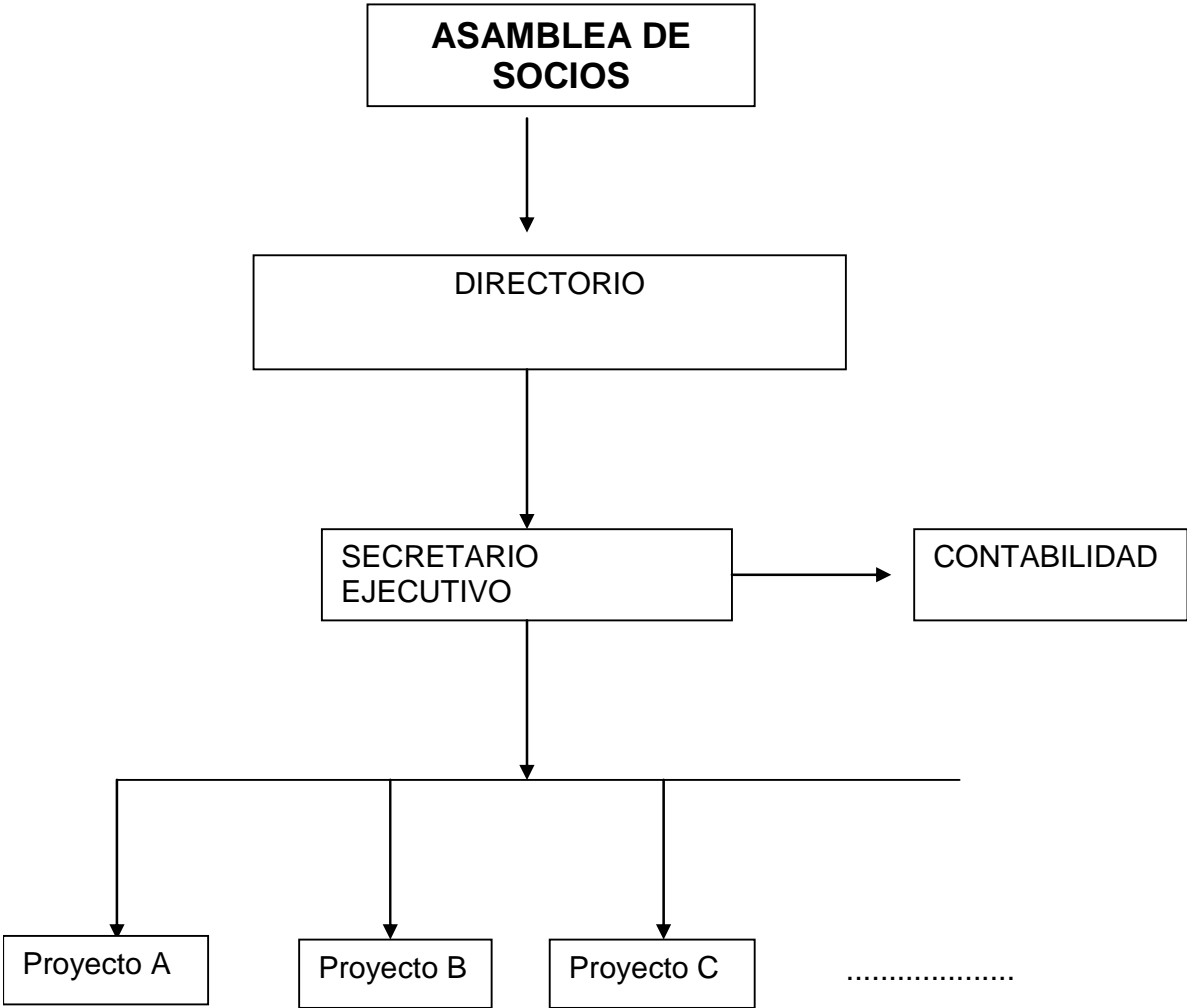
49. **Project objectives.** The general objective is to understand the determinants and the institutional processes that can assist in spreading the positive effects of market access based on good and services with identity, so that this access impacts on the social, economic and cultural development or poor rural territories. The specific objectives are: i) to establish a dialogue and collaboration platform involving diverse stakeholders interested in the issues of market access based on goods and services with identity; ii) to understand the determinant and the dynamics of institutional transformations that facilitate pro-poor market access of goods and services with identity; iii) to obtain recognition by opinion and policy decision makers of the issue of rural territorial development based on goods and services with identity, making recommendations based on strong empirical evidence and rigorous analysis.

50. **Main activities.** The main activities are: i) a process of dialogue with other initiatives, including a regional workshop, to obtain a 'map' of specific topics, innovative experiences, and stakeholders, and, on that basis, establish dialogue and collaboration agreements with other initiatives; ii) production of a 'state of the art' document that will set the basic framework for the case studies: definition of specific issues that need to be researched and of hypotheses for the research questions, as well as solid criteria for selection of the case studies; iii) four case studies, using a multidisciplinary approach and qualitative and quantitative methods, so that the results, conclusions and recommendations are grounded on high quality data and analysis; iv) workshops with local stakeholders, in the context of the case studies, to identify and document testimonies and experiences that can aid in the interpretation and 'sense-making' of the case study results, as well as to produce materials for communication to opinion and policy makers and the public at large; v) synthesis and communication of results, including a final workshop.

51. **Results.** The main results will be: i) a regional map of issues, stakeholders and experiences; ii) a 'state of the art' document; iii) analytical, policy-oriented articles; iv) attractive written and audiovisual products documenting specific development experiences; v) articles and other communication products aimed at a broad urban and rural audience.

52. **Outcomes.** The main outcomes will be: i) a multi-stakeholder regional platform for dialogue and collaboration; ii) improved understanding by opinion and policy makers and local actors of the dynamics, determinants and effects of rural territorial development based on goods and services with identity; iii) recognition by development agencies of the opportunities for broad-based, pro-poor rural development, based on goods and services with identity.

B. Organigrama de la institución



C. Currículum vital breve de la persona encargada del proyecto

53. La persona encargada del proyecto será Claudia Ranaboldo, Investigadora Principal del Rimisp. Ella se graduó en la Universidad de Turín (Italia) en la Carrera de Pedagogía con especialización en sociología rural y estudios de postgrado en género. Hace más de 20 años trabaja en América Latina. En Bolivia fue Investigadora y luego Directora del Centro de Servicios Múltiples de Tecnología Apropriada (SEMATA), asesora de redes de desarrollo, Jefe Nacional del Área de Programación del Fondo Nacional de Medio Ambiente (FONAMA), Directora Nacional de Género y Desarrollo Rural, Subsecretaria de Promoción Productiva. Desde 1996 se desempeña como consultora para organismos internacionales y públicos nacionales de diversos países de América Latina en temas vinculados a equidad, pobreza y gestión del conocimiento. Es integrante del Directorio del Programa de Investigación Estratégica de Bolivia (PIEB), del Consejo Chorlaví y del Núcleo Interdisciplinario del Programa Colaborativo de Movimientos Sociales, Gobernanza Ambiental y Desarrollo Territorial Rural. Sus últimos estudios han orientados a los temas de: i) redes en el desarrollo sostenible; ii) escalonamiento de experiencias exitosas en agroecología; y iii) focalización de sectores rurales pobres en proyectos de desarrollo.

D. Cuadro de diversidad de género

	Mujeres	Hombres	Total
Directorio	3	4	7
Personal profesional a tiempo completo	4	9	13
Personal profesional a tiempo parcial	-	-	-
Personal administrativo	5	1	6
Total	12	14	26

E. Miembros del Directorio

Nombre	Profesión	Cargo Directorio	Cargo Externo
Julio Berdegú	Ingeniero Agrónomo	Presidente	
Germán Escobar	Economista Agrario	Vice Presidente	
Alfonso Monardes	Ingeniero comercial	Secretario	Consultor independiente y profesor universitario
Cecilia Leiva	Ingeniero agrónomo	Directora	Rectora de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano
Ximena Quezada	Ingeniero agrónomo	Directora	Consultora independiente
Mario Maino	Médico veterinario	Director	Vice Décano de la Facultad de Medicina Veterinaria de la Universidad de Chile
Rosario del Carmen Bello Barros	Socióloga	Directora	Consultora independiente
Gilles Cliché	Geógrafo	Secretario ejecutivo	

F. Estados Financieros

Cuadro 1. Ingresos de Rimisp del año 2003 por Institución donante

Fuente	Monto (US\$)
Fondo internacional de Desarrollo Agrícola, (Fida)	393,798.63
International Development Research Centre, (IDRC)	137,253.70
Organización Intereclesiástica de Cooperación al Desarrollo, (ICCO)	124,254.70
Centro de Estudios y Promoción para el Desarrollo (DESCO)	43,839.45
Netherlands Consultant Trust Fun Regional	43,804.00
Banco Interamericano de Desarrollo, (BID)	37,177.82
Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, (IICA)	36,566.06
Comisión Nacional de Riego	24,456.09
Consejo Científico interino / Grupo Consultivo para la Investigación Agrícola Internacional ISC/CGIAR	20,000.00
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)	19,975.00
Asociación Latinoamericana de Organizaciones de Promoción, (ALOP)	12,498.94
Fundación Chile	9,622.61
FOS	8,545.62
Otros proyectos con ingresos inferiores a USD 6,000.00	26,316.64
Total	938,109.26

Cuadro 2. Ingresos de Rimisp del año 2004 por institución donante

Fuente	Monto (US\$)
Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola, (FIDA)	1,163,740.16
International Development Research Centre, (IDRC)	791,149.04
Organización Intereclesiástica para la Cooperación al Desarrollo, (IICO)	344,960.94
International Institute for Environment & Development, (IIED)	99,626.16
Fundación FORD	92,000.00
Instituto de Desarrollo Agropecuario, (INDAP)	22,992.12
Michigan State University, (MSU)	22,935.00
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)	22,000.00
Banco Interamericano de Desarrollo, (BID)	20,434.18
Comisión Nacional de Riego, (CNR)	18,514.75
FAO Y Oficina de estudios y Políticas Agrarias del Ministerio de Agricultura, (ODEPA)	15,889.13
Consultative Group for International Agriculture Research, CGIAR	13,500.00
Fundación Chile	10,582.82
Centro de Estudios y Promoción para el Desarrollo (Desco)	8,117.53
Fondo Regional de Tecnología Agropecuaria (FONTAGRO)	8,000.00
Overseas Development Institute (ODI)	7,531.85
Otros proyectos con ingresos inferiores a USD 6,000.00	15,921.11
Total	2,677,894.79