

PROPUESTA METODOLÓGICA DE ENSEÑANZA PARA LA GENERACIÓN DE TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERCo):
“PARA EL DESARROLLO DE PROCESOS SOCIALPRODUCTIVOS SOSTENIBLES, BASADA EN 3 ESTUDIOS DE CASOS DE PRODUCTORES DEL ALTIPLANO CUNDIBOYACENSE.”

Por: *JHON FREDY PALACIOS VERGEL* INGENIERO INDUSTRIAL (UD) MAGISTER EN DESARROLLO RURAL (UPTC)
Docente Universidad De Cundinamarca - Integrante Del Grupo De Investigación en Educación Rural UPTC jhonrural@yahoo.es

INTRODUCCIÓN

Son varios los factores que en estos momentos caracterizan la situación de nuestra sociedad rural y aunque no es el objetivo del presente trabajo hacer un compendio detallado de las mismos, se hace necesario indicar que los habitantes del campo no vive una de sus mejores épocas. Las condiciones para aquella porción de la sociedad rural: **los “marginados”** de cualquier decisión política (minifundistas, microfundistas y pequeños productores), posiblemente no son las mejores, pero por mas que las decisiones de índole político y económico tomadas por el Estado no estén acordes a unas políticas de desarrollo rural sostenible basado en equidad y justicia social, esto no nos salva de la responsabilidad social que debemos tener nosotros los llamados a generar desarrollo rural en el campo.

Como respuesta a esa responsabilidad se ha querido desarrollar una propuesta metodológica para generar Tejido Empresarial Rural Comunitario (TERCo) que permita el montaje de proyectos social productivos sostenibles bajo autogestión en comunidades rurales del altiplano cundiboyacense. Específicamente para este estudio se tomaran las comunidades de productores agrícolas del municipio de san Cayetano (vereda pinipay) y la comunidad de mujeres artesanas de esparto y lana de Raquira¹ (vereda de torres y firita peña abajo) donde se pretenderá por medio de técnicas de IAP (Investigación: Acción Participativa) desarrollar un método de generación de empresas comunitarias rurales que permita llevar a cabo proyectos productivos sostenibles que posibiliten la mejora de las condiciones socioeconómicas de la comunidad asociada.

Se aspira con el siguiente trabajo, a generar un método o modelo que por medio de IAP permita el desarrollo empresarial endógeno de las comunidades, generando niveles de intervención mínimos en la toma de decisiones productivo-empresariales para lo cual se tomaran como base, el trabajo desarrollado por universidades, ONG, el Estado y algunos casos de comunidades autogestoras en la formación de empresas rurales que al integrarlo con la experiencia del investigador y el desarrollo del trabajo en comunidad nos permitan entregar como resultado una propuesta metodologica de desarrollo empresarial rural viable social, cultural, técnica, y económicamente.

El estudio empezará con la recopilación de la información proveniente de trabajos realizados en desarrollo empresarial comunitario y formación de empresas rurales luego se realizarán reconocimientos de campo a algunas empresas comunitarias agropecuarias y artesanales que ya funcionen en el altiplano para incluir

¹ estas comunidades han sido seleccionados como estudio de casos sin ningún método definido para dicha selección. Tan solo el libre albedrío del investigador

estas experiencias como base de la metodología, seguidamente se realizaran visitas para el reconocimiento mutuo entre comunidad seleccionadas e investigador y posteriormente se analizara que información de la recolectada es pertinente para el estudio. Así mismo se elaborará un bosquejo de metodología que se ira depurando y consolidando con el trabajo continuo e integrado con las comunidades (productores de san Cayetano y artesanas de esparto y lana de Raquira), **se aspira por lo tanto que como resultado de este trabajo en y con comunidad, se generen esfuerzos empresariales sostenibles en el tiempo, que jalonen el progreso de las respectivas comunidades.**

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La escasa adopción de la idea empresarial asociativa² dentro de la sociedad rural parcelaria lo cual ante la escasez de recursos de forma individual (económicos³, tierra e infraestructura) LIMITA:

- La adopción de tecnologías recientes⁴
- La consecución de mejores condiciones de comercialización y mercadeo lo cual de paso limita los ingresos de los campesinos
- Mejoramiento de las condiciones productivas
- La generación de valor agregado a lo producido.
- La mejora de condiciones sociales
- Consecución de créditos (el estado prioriza a las asociaciones)
- La maniobrabilidad económica
- El Insertarse en la dinámica actual de mercados.

Todo esto reforzado por un elemento adicional identificado por Absalom Machado quien nos indica que *“el estado no estimula la organización de los pequeños productores, con lo cual desconoce un actor social de gran importancia para la gobernabilidad y legitimidad del estado en el sector rural; así como para la gestación y construcción de la democracia en el campo⁵”*

Esto obliga a concebir como preguntas:

¿EXISTE LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA DENTRO DE LAS COMUNIDADES RURALES A TRABAJAR?

¿SI EXISTE, CUALES SON SUS FORMAS MAS USUALES?

² Machado Absalom La Cuestión Agraria En Colombia Bogota 1998 aunque no se manejan cifras podemos hablar que de las experiencias DRI en generación de empresas comunitarias cerca de un 90% no tuvieron éxito por su nula operación o escasa duración.

³ Jaramillo Carlos ¿Puede El Sector Rural Colombiano Ser Un Jalonador Del Desarrollo Económico? Misión Rural, , 1998

⁴ TASCÓN CARVAJAL Rodrigo, adopción De Las Innovaciones Tecnológicas Agropecuarias En Los Países En Desarrollo, Bogota, 1990

⁵ Machado Absalom, Las Políticas Y El Modelo De Desarrollo Agropecuario, Documento De Trabajo #1 Unal 2003

¿SI NO EXISTE, QUE HACER PARA MOTIVAR EL EMPODERAMIENTO DE LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA POR LA COMUNIDAD?

¿ES POSIBLE QUE LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA NAZCA DE LA MISMA COMUNIDAD?

¿LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES RURALES SON RECEPTIVOS A LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA?

¿QUÉ HACER ANTE LA ESCASEZ DE ALGUNOS RECURSOS Y FACTORES PRODUCTIVOS EN LA ECONOMÍA CAMPESINA PARCELARIA?

¿QUE HACER ANTE LA ESCASA ADOPCIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA POR PARTE DE LAS COMUNIDADES RURALES Y EL INSUFICIENTE APOYO DEL ESTADO EN ESTA MATERIA?

Como respuesta a algunos de estos cuestionamientos y Dado que como lo indican varios autores el pequeño productor rural colombiano⁶, y por ende el del altiplano Cundiboyacense, posee escasa vocación empresarial asociativa y el apoyo del Estado para la formación empresarial es cada vez menor, se hace necesario el *desarrollo de una propuesta metodológica para generar Tejido Empresarial Rural Comunitario que permita el montaje de procesos sostenibles con enfoque social productivo bajo autogestión (desarrollo endógeno) en comunidades rurales del altiplano* que tenga en cuenta los aspectos socioculturales propios de la idiosincrasia del campesino, a la vez que se persiguen algunos objetivos empresariales básicos (aumento de los ingresos, productividad y calidad) buscando con ello solucionar el problema de escasez que de recursos y factores productivos poseen individualmente los pequeños productores a la vez que se busca la articulación de las economías campesinas a los procesos económicos nacionales, llenando algunos vacíos metodológicos u ofrecer otra visión en lo referente a los procedimientos para el desarrollo empresarial rural comunitario.

1.2. DELIMITACION

1.2.1 ESPACIO

DEPARTAMENTOS: Boyacá RAQUIRA (vereda de torres y firita peña arriba) y Cundinamarca SAN CAYETANO (vereda PINIPAY)

2. ANTECEDENTES

Se empezara por hacer unas consideraciones breves del sector rural ya que es necesario señalar unos factores que describan a grandes rasgos, en que condiciones socioeconómicas y políticas se encuentra la sociedad rural para indicar en que entorno se realizara la investigación, dichas consideraciones son:

⁶ Ibid. 3 y 5

- Se ha presentado un *“modelo de desarrollo que privilegia lo cuantitativo sobre lo cualitativo y lo equitativo generando un desarrollo capitalista concentrador, excluyente, poco democrático, inequitativo y no sostenible”*⁷
- Los términos mercado y eficiencia pasan a ocupar la atención en la definición del problema agrario⁸ por encima de lo social, lo político, lo cultural y lo institucional.
- El contexto colombiano tiene como parangones una *débil gobernabilidad, ausencia del Estado en el campo, un modelo de crecimiento imitativo y sin desarrollo y una democracia incompleta, corrupta y débil que hace difícil la convivencia*⁹ tanto en la sociedad rural como en la relación de esta con los otros estratos socioculturales del país(urbano, semiurbano, comunidades indígenas etc.).
- La economía campesina por la proliferación del minifundio y microfundio esta dirigida a la subsistencia reproduciendo la fuerza de trabajo familiar donde el campesino trabaja en algunas oportunidades en condiciones de rentabilidad negativa¹⁰ cubriendo los costos del cultivo, su mínimo de calorías y alguno de sus fondos(ceremonial, de reemplazo y de renta¹¹ entendiendo este ultimo como el fondo que tiene el campesino para adquirir aquel medio de producción llámese capital, mano de obra o tierra con el cual no cuenta o posee seria deficiencias del mismo)
- Inexistencia de movimientos de orden social y político que aglutinen a la sociedad rural y defiendan sus derechos y afirmen su opinión ante el país.
- *el estado no estimula la organización de los pequeños productores, con lo cual desconoce un actor social de gran importancia para la gobernabilidad y legitimidad del estado en el sector rural; así como para la gestación y construcción de la democracia en el campo*¹²
- Escasa adopción y credibilidad de la idea empresarial asociativa por parte de las comunidades rurales.
- Los agricultores minifundistas y microfundistas presentan bajas tasas de adopción tecnológica¹³, las restricciones económicas y productivas junto a la complejidad de la adopción misma y la falta de un puente entre instituciones de investigación y sociedad rural a generado la baja aplicabilidad de algunos desarrollos tecnológicos y técnicos generados para el mejoramiento de las condiciones productivas del campo
- Escaso desarrollo empresarial lo cual no permite salir a los pequeños productores del atraso tecnológico y técnico y no les permite el acceso a mejores condiciones productivas, comerciales , crediticias entre otras

⁷ Machado Absalom La Cuestión Agraria En Colombia Bogota 1998

⁸ Ibid. 7

⁹ Ibid. 7

¹⁰ JARAMILLO Eduardo, Estado Sociedad Y Campesinos, Bogota, 1986.

¹¹ WOLF Eric, Los Campesinos, Barcelona(España), 1972

¹² Machado Absalom, Las Políticas Y El Modelo De Desarrollo Agropecuario, Documento De Trabajo #1 Unal 2003

¹³ TASCÓN CARVAJAL Rodrigo, adopción De Las Innovaciones Tecnológicas Agropecuarias En Los Países En Desarrollo, Bogota, 1990

Son estas 4 últimas características o antecedentes de la sociedad rural sobre las cuales se trabajara en el presente proyecto.

lo descrito anteriormente da a conocer unos parámetros que permiten indicar que el campo colombiano no vive una de sus mejores épocas debido al escaso compromiso del estado para con la sociedad rural lo cual hace necesario pensar en una *propuesta metodológica para generar tejido empresarial comunitario que permita desarrollar proyectos socialproductivos sostenibles en comunidades rurales DEL Altiplano Cundiboyacense* que brinde algunas pautas en el desarrollo empresarial asociativo rural y permita a las propias comunidades ser gestoras de su progreso y no el convidado de piedra que son en la actualidad para el estado colombiano.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer una metodología (basada en IAP) para generar **TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERC)**, que permita el montaje de procesos empresariales sostenibles con enfoque socialproductivo, **BASADA 3 ESTUDIOS DE CASOS DE PRODUCTORES DEL ALTIPLANO CUNDIBOYACENSE.**”

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer una metodología de acercamiento y sensibilización al trabajo comunitario con las comunidades rurales escogidas (**aproximación**)
- Generar un procedimiento que permita a la misma comunidad identificar la idea empresarial asociativa como posible solución a parte de su problemática productiva, comercial y socioeconómica. (**promoción de la idea asociativa**)
- Diseñar una estrategia que permita a la comunidad la generación de una propuesta de tejido empresarial asociativo (modelo administrativo) acorde a su cultura y que se ajuste a las condiciones socioeconómicas de sus unidades productivas (**establecimiento**)
- Proponer un método que indique las pautas para que bajo la gestión de los mismos productores se desarrolle el montaje de procesos productivos sostenibles comunitarios, que generen valor agregado al producto y que incluyan la adopción de mejoras tecnológicas o técnicas y la sustentabilidad del agroecosistema (**establecimiento**)

4. JUSTIFICACIÓN

El objetivo primordial del tema de investigación “*Propuesta Metodológica De Generación De Tejido Empresarial Rural Comunitario.*” es desarrollar un método que permita generar tejido socio-empresarial comunitario bajo autogestión en comunidades rurales del departamento del altiplano Cundiboyacense.

La pertinencia de este tema de investigación es clara ya que varias de las falencias de las comunidades rurales agropecuarias del altiplano son: *su aparente rechazo casi generalizado a asociarse por cuestiones*

que a lo lejos pueden juzgarse como algo propio de su cultura pero que quizás no es el único agente motivador de tal desconfianza a asociarse y formar empresa.

El escaso desarrollo empresarial de los pequeños productores, minifundistas y microfundistas, la escasa adopción tecnológica y técnica que permita pensar en mejoras productivas considerables, la escasa extensión de la tierra que no permite una mayor operacionalización productiva, comercial y económica y el escaso o nulo valor agregado que tienen algunos productos agrícolas lo cual no los hace comercialmente rentables todo esto unido empeora día tras día las condiciones económicas de nuestra sociedad rural parcelaria generando las migraciones hacia las ciudades lo cual conlleva todo un conflicto social de pobreza y desempleo que acrecienta la brecha social entre ricos y pobres.

Por lo tanto se hace necesario proponer una metodología de desarrollo empresarial comunitario donde se tenga en cuenta los aspectos culturales y sociales propios de la comunidad sin dejar a un lado el carácter empresarial y productivo que deben tener este tipo de asociaciones además dicha metodología deberá determinar como ha de ser la propia comunidad la autogestora de su progreso mediante la asociación siendo la intervención de asesor(extencionista, técnico, instructor etc.) mínima para no generar la dependencia de la comunidad hacia la imagen de esta persona a la hora de tomar decisiones, factor este que ha llevado al fracaso a muchas asociaciones empresariales.

Para el autor de esta propuesta es claro que las comunidades rurales marginadas(pequeños productores, minifundistas y microfundistas) tienen en la unión la solución a parte de su problemática económica, social, política y productiva ya que la escasa maniobrabilidad económica y productiva que les permiten sus recursos de manera individual los va haciendo seguir sumiendo en tal estado de crisis donde a mediano y largo plazo se tornaran inviables y terminaran siendo absorbidos por la urbe donde sus oportunidades de supervivencia serán limitadas.

4.1. ¿EL POR QUE DEL TITULO?

¿Por Qué Propuesta Metodologica?

Es claro que pretender con este tipo de trabajos el dar recetas y formulas exactas que aseguren un éxito rotundo en lo que respecta a trabajo con comunidades rurales seria bastante utópico y aunque a sido el común denominador de las políticas rurales el buscar homogenizar cultural, productiva y socialmente al campesino colombiano, con este trabajo de investigación nos proponemos no cometer de nuevo ese error histórico, por eso hablamos inicialmente de una propuesta metodologica

¿Por qué Generación de Tejido Empresarial Rural Comunitario (TERC)?

una opción de progreso socioeconómico ante la escasez y restricción de los recursos, es la unión en formas empresariales de carácter asociativo que fundamentalmente tengan en cuenta la cultura de la sociedad rural y modifique la escasa adopción de la opción empresarial por parte del campesino, el objetivo es desarrollar seres humanos que trabajen de forma mancomunada por el progreso de su

comunidad, utilizando para ello los recursos a su alcance, a la vez que son generadores de políticas de desarrollo rural desde la misma comunidad, como célula social capaz de reconocer en que realidad vive y que busca por su propia cuenta modificarla pretendiendo con ello una integralidad y equidad social entre cada uno de los miembros de la comunidad.

¿Por qué Procesos Socialproductivos?

Por que no sería concebible generar una institucionalidad empresarial asociativa si esta no esta soportada sobre el desarrollo de unos procesos empresariales productivos¹⁴ que mejoren las condiciones socioeconómicas de la comunidad que ha decidido formar su tejido empresarial comunitario (de no hacerlo así estaríamos reproduciendo modelos de pobreza).

¿Por qué Sostenibles?

El concepto SOSTENIBLE se maneja bajo 2 tópicos:

1. Sostenibilidad en el tiempo.
2. Sostenibilidad medioambiental

Es básico que los esfuerzos empresariales asociativos rurales tengan como base estos 2 tópicos.

¿Por qué Basada En Las Experiencias Con Diversos Grupos De Productores?

Por que la propuesta metodologica no debe ni puede generarse por la mera recursividad mental del autor del proyecto, debe necesariamente incluir las experiencias del estado, las ONG y las comunidades autogestoras en lo que respecta al desarrollo empresarial comunitario rural, y la experiencia del autor.

5. MARCO CONCEPTUAL

5.1 CONCEPTOS BASE PARA EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN PROPUESTA

Los siguientes serán los parámetros o lineamientos teóricos que se han de seguir en el trabajo que se ha de desarrollar:

Eje Central De La Investigación:

- El Tejido Empresarial Rural Comunitario

Ejes Auxiliares De La Investigación:

- Lo Cultural
- Lo Social
- Lo Productivo
- La Sostenibilidad Del Agroecosistema
- La Adopción Tecnológica

¹⁴ Machado Absalom, Las Políticas Y El Modelo De Desarrollo Agropecuario, Documento De Trabajo #1 Unal 2003

EL TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERC)

en un país donde cada vez mas el estado reduce su gasto social en detrimento de las clases menos favorecidas, una opción de progreso socioeconómico ante la escasez y restricción de los recursos es la unión en formas empresariales de carácter asociativo que no repitan los errores que llevaron al fracaso a muchas de estas organizaciones en el pasado, pero que fundamentalmente tengan en cuenta la cultura de la sociedad rural y modifique la escasa adopción de la opción empresarial comunal por parte del campesino, el objetivo no es generar pequeños burgueses si no seres humanos que trabajen de forma mancomunada por el progreso de una comunidad, utilizando para ello los recursos humanos, tecnológicos, técnicos y sociales a su alcance y a la vez que permitir la generación de políticas de desarrollo rural desde la misma comunidad, como célula social capaz de reconocer en que realidad vive y que busca por su propia cuenta modificarla pretendiendo con ello una integralidad y equidad social entre cada uno de los miembros de la comunidad.

Para el siguiente trabajo de investigación, se entenderá por **Tejido Empresarial Rural Comunitario** la generación de una formación empresarial asociativa endógena, desarrollada por productores con una actividad productiva afín y una localización geográfica común, que tenga en cuenta aspectos socioculturales propios de la idiosincrasia del campesino, a la vez que persiga algunos objetivos empresariales básicos(aumento de los ingresos, productividad y calidad), esta formación empresarial debe tener características de Sostenibilidad agroecológica y económica, y de movilización de la comunidad asociada hacia actividades diferentes aparte de la productiva(actividades sociales, culturales e institucionales) que fortalezcan los lazos de unión y compromiso entre las personas que hagan parte de estas formaciones empresariales y las hagan sostenibles productiva, económica y socialmente.

LO CULTURAL

El estado ha demostrado una peculiar incapacidad para sacar partido de la recursividad y adaptabilidad de la racionalidad campesina¹⁵ sometiendo de cierta forma a un deterioro y subvaloración del acervo cultural que poseen los campesinos como lo anota Eduardo Jaramillo “*Nuestros campesinos han desarrollado por un proceso empírico de ensayo y error que ha durado siglos, sistemas técnicos específicos*” los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de desarrollar proyectos de orden socioproductivo y no desechar todo ese potencial técnico-cultural. La experiencia propia y vista permite decir que proyectos de desarrollo rural que no tengan en cuenta los aspectos culturales propios de la comunidad generan escaso arraigo y sentido de pertenencia al mismo siendo el fracaso suele ser el común denominador de este tipo de trabajos. La racionalidad económica de la producción campesina y su peculiar forma de organización choca con la concepción tecnócrata de algunos organismos estatales que asimilan al campesino como un pequeño

¹⁵ ibid 10

burgués y pretenden darle o transferirle técnicas y tecnologías las cuales por sus condiciones culturales, económicas, educativas, productivas y de mercado serán obsoletas al corto y mediano plazo.

Absalom Machado nos indica que *“la economía campesina debe transformarse sin perder su identidad cultural. no se busca con las políticas para campesinos mantener su situación ancestral de pobreza y abandono, sino cambiar las condiciones para que puedan, de acuerdo a su costumbres, cultura y relaciones sociales, adoptar alternativas nuevas para articularse a la economía y la sociedad y mejorar sus niveles de ingreso y de vida, además de sentirse colombianos dignos, con aportes significativo al desarrollo del país y a la democracia”* es claro pues que cuando decimos tener en cuenta la cultura de nuestra sociedad rural al realizar proyectos no estamos hablando de reproducir modelos de pobreza sino por el contrario, que es necesario generar políticas de desarrollo de forma mancomunada con la comunidad para despertar en ellas arraigo hacia las mismas de tal forma que el progreso de la comunidad rural se genere con altas dosis de autogestión y así asegurar parte del éxito de cualquier política, proyecto o proceso de desarrollo rural. Es por lo tanto la cultura el elemento esencial en el proceso de articulación de los campesinos a los proceso de modernidad¹⁶.

en la generación de **Tejido Empresarial Rural Comunitario**, es el factor cultura uno de los pilares en este proceso de construcción de una sociedad rural con voz y voto en las decisiones del país y no un convidado de piedra como lo ha sido hasta el momento, vale la pena acotar que dichas decisiones Estatales desconocen una realidad cultural heterogénea y trata de estandarizar patrones culturales cuya función única es el logro de mayores niveles de productividad y competencia para los nuevos mercados no importando al proceso de descomposición social que con ello se esta llevando a nuestra sociedad rural.

LO SOCIAL

Es claro que el concepto desarrollo rural esta unido de manera fuerte con lo social, Por eso este proyecto de investigación tiene como objeto la generación de tejido empresarial para la elaboración de proyectos social productivos por parte de comunidades campesinas todo ello propendiendo por una mejora en las condiciones de producción, comercialización e ingreso dentro de la comunidad de productores de cualquier municipio del altiplano. Pero mas allá de ello se busca que con la generación de tejido empresarial se genere tejido social entre la comunidad que se une con el propósito de formar empresa.

La unión entre pequeños productores, Es determinante en el proceso de progreso por el cual debe luchar la sociedad rural ya que en condiciones de individualidad por los altos niveles de competitividad no solo nacionales sino internacionales, pensar en lograr ciertos niveles de productividad con escasez de recursos y sin la unión que ayude a superar en algo dicha situación, es poco probable.

¹⁶ MACHADO Absalom, Democracia Con Campesinos O Campesinos Sin Democracia, Cali, 1993

La importancia social de los campesinos la reseña Absalom Machado cuando dice “la importancia social de los campesinos esta dada por ser generadores de estabilidad económica e ingresos a un número apreciable de colombianos y como un sector que retiene parte importante de la población en las áreas rurales evitando serios conflictos sociales en las ciudades”¹⁷

Dado que parte de la importancia esta dada por la retención de la población en área rural, dicha retención tan solo se mantendrá si se logra que el campo se torne en una buena opción para vivir, donde las condiciones económicas de los pequeños productores mejoren para que estos no sientan la necesidad de dejar el campo e irse a una ciudad a vivir en condiciones económicas mucho mas deplorables que las de su estancia en el campo, pasando hacer parte del problema social de las ciudades.

LO PRODUCTIVO (CON ENFOQUE SOCIAL PRODUCTIVO)

Como se dijo anteriormente el objetivo de cualquier proyecto o política de desarrollo rural que tenga como pilares los aspectos culturales y sociales no es ni debe ser la reproducción social de las condiciones de pobreza de la comunidad campesina, pero tampoco se debe centrar en buscar condiciones de alta productividad y competitividad que generen una degradación de la sociedad rural por lo tanto es necesario llegar algún tipo de enfoque que permita el progreso de la comunidad sin desligarla de su acervo cultural.

Dicho enfoque de lo social productivo permitirá que aquella parte de la sociedad rural los menos favorecidos jalonen sus propios proceso de desarrollo generando no solo tejido empresarial comunitario si no de paso tejido social del cual adolece nuestro campesinado Absalom Machado nos indica que los “campesinos deben tener su propio discurso y concepción de la realidad en la cual viven para que junto con la institucionalidad se apoyen y complementen para que las políticas que se identifiquen tengan realmente potencial, legitimidad y apoyo” situación que no se ha vivenciado hasta el momento por la falta de un interlocutor realmente representativo por parte de la sociedad rural ante el Estado.

El enfoque social productivo nos indica que el objetivo de desarrollo rural no es solo la viabilidad de las propuestas económicas sino también la Sostenibilidad social y política del modelo o proyecto de desarrollo¹⁸ lo cual nos hace pensar en que por encima de la realización de proyectos de gran generación de riqueza económica pero que por sus altos grado de tecnificación, dejan a su paso grandes masas de campesinos en condiciones mínimas de competitividad y de empleo, es necesario pensar en proyectos que jalonen el progreso económico, social y productivo de una comunidad

SOSTENIBILIDAD DEL AGROECOSISTEMA (LO AMBIENTAL)

Hablar de Sostenibilidad en una política de desarrollo es una necesidad imperiosa ante el estado de detrimento de los Recursos Naturales (Suelo, Agua, Flora, Fauna etc.) A la vez que nos obliga a pensar y

¹⁷ ibid 16

¹⁸ ibid 16

desarrollar procesos que sin dejar de lado lo productivo tengan en cuenta detener los procesos de deterioro de los recursos y retornen a los suelos la habilidad para producir disminuyendo su vulnerabilidad.

Dado que las políticas permisivas del gobierno y el deterioro que han generado los campesinos en su búsqueda de tierras y recursos que permitan la subsistencia de su núcleo familiar se ha llegado a un estado tal de degradación de recursos naturales, lo cual nos exige una toma de conciencia colectiva tanto a la sociedad rural como a la sociedad urbana de la necesidad de conservar los recursos naturales para darle Sostenibilidad y equidad al sistema agroalimentario¹⁹

Es necesario pensar que cualquier generación de tejido empresarial comunitario debe nacer de lo social productivo es decir del respeto por unos recursos que no le pertenecen a una sola persona si no a toda una comunidad, recurso que ya se saben no son para siempre, se deterioran con facilidad y su recuperación se torna lenta y dificultosa, pero sin dejar aun lado que es necesario hacer estos recursos mas productivos día tras día.

LA ADOPCIÓN O TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA

Se hace necesario que el desarrollo empresarial de las comunidades agropecuarias este atado a un cambio tecnológico que mejore las condiciones de productividad de las mismas y por ende las condiciones económicas y sociales. Nada sacamos generando empresa utilizando tecnologías ancestrales y repitiendo esquemas de pobreza.

Dicha adopción tecnológica no se debe limitar a la mecanización ni a la técnica sino que debe incluir lo que algunos académicos llaman *tecnologías blandas* o formas de administrar los recursos, cuando en este texto se habla de **Tejido Empresarial Rural Comunitario** hacemos referencia a que es necesario fusionar tanto practicas culturales de asociación como la minga y el brazo voltiao con modelos de economía solidaria predeterminados que le den cierta seguridad jurídica al modelo administrativo híbrido generado de esta adopción de tecnología blanda. este concepto de incorporación de aspectos culturales empíricos de la sociedad rural como mecanismo para suplir algunas de sus falencias empresariales lo reseña Eduardo Jaramillo cuando indica que *”existen también formas de cooperación entre los mismos campesinos parcelarios, muchas de raigambre indígena o precapitalista subsanando la escasez o la relativa carestía en la utilización de jornaleros en determinadas épocas del año (minga, mano prestada)*²⁰ esto va incorporando a la discusión la necesidad de generar híbridos empresariales asociativos que tome aspectos propios de las empresas de economía solidaria y los modelos de cooperación que culturalmente han venido siendo utilizados por los campesinos todo esto de forma concertada con la comunidad y no basados en los conceptos únicos y la buena fe el asesor.

¹⁹ ibid 14

²⁰ ibid 10

Con respecto a la adopción técnica y la transferencia tecnológica que mejore las condiciones de productividad, calidad y comercialización de la actividad rural sobre la cual se está trabajando esta deberá evitar un error típico : creer que transferencia es traer tecnología en boga en otros países, otras organizaciones etc. e implantarla sin tener en cuenta nuestras limitantes productivas naturales, las tecnologías y técnicas aplicadas tradicionalmente y los condicionamientos culturales que poseen del trabajador rural. Por eso debe ser claro que para hacer transferencia tecnológica se debe respetar la cultura productiva de cada región agrícola de Colombia ya que sería un error:

- proponerles modelos organizacionales con los cuales ellos no se sienten identificados
- desperdiciar todos los cambios y toda la cultura que ellos han manejado a través de dedicarle toda su vida al campo por querer implantar lo último en tecnología agrícola del primer mundo.
- implantar tecnología sin consultar si la tecnología actual se pueda mejorarse sin hacer altas inversiones de capital
- proponerles y hacerlos cargo de una tecnología que a lo mejor por su forma de trabajar, por la productividad de sus terrenos, por la extensión de los mismos les va resultar obsoleta y subutilizada.

5.2. ¿QUE ES EL DESARROLLO RURAL EN LA PROPUESTA DE TERCO?

Para definir el concepto de desarrollo rural tomaremos como base lo indicado por Ugo Pipitone²¹ quien nos dice “ es la promoción de energías sociales y culturales capaces de modificar estilos de vida, tecnologías, necesidades o jerarquías sociales” partiendo de esto la definición de desarrollo rural para el trabajo sería: *la generación de procesos de transformación sociales, culturales, productivos y políticos encaminados a mejorar la equidad social entre los diferentes sustratos de la sociedad rural y de esta con la sociedad urbana logrando por ende el progreso socioeconómico y productivo dentro de la misma, partiendo del hecho de que la comunidad mediante procesos de autogestión genere su propio progreso y bienestar, abriendo espacios de participación a cada uno de sus miembros en su desarrollo buscando:*

- una distribución equitativa de los recursos
- apropiación de las tecnologías que mejoren su actividad productiva pero que a su vez no deterioren los recursos naturales con los que cuenta
- generar formas asociativas que jalonen no el progreso individual sino el progreso de la comunidad dentro de un contexto social

pretendiendo con ello hacer del campo y sus actividades motivo de orgullo para cada uno de los miembros de la sociedad rural de tal forma que les genere el arraigo no solo emocional sino económico que les permita evitar las migraciones hacia los centros urbanos.

²¹ PIPITONE Ugo, "La Salida Del Atraso Un Estudio Histórico Comparativo", Mexico, 1996

MÉTODOLOGIA

PLAN DE ACCIÓN

OBJETIVOS DEL PLAN DE ACCIÓN:

- Establecer una guía para los extensionistas en el desarrollo y aplicación del “PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA GENERACION DE TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO” con el fin de brindar asesoría y capacitación a los pequeños y medianos productores agropecuarios en su intención de unir esfuerzos entorno a una propuesta empresarial asociativa.
- Establecer un plan de acción a corto y mediano plazo para el desarrollo de instrucciones prácticas en cartillas y guías lo cual como se vera a continuación esta definido por la fase “0” que indica una elaboración previa de material didáctico (cartillas, listas de chequeo, talleres, juegos, etc....)

El presente plan de acción contempla 4 fases. La Fase 0, (elaboración de material didáctico para cada fase en cada área temática) las fases 1, 2 y 3 son el trabajo de campo como tal.

FASE 0	FASE 1	FASE 2	FASE 3
ÁREA ADMINISTRATIVA	PROMOCIÓN	ESTABLECIMIENTO	CONSOLIDACIÓN
ÁREA DE MERCADEO			
ÁREA PRODUCTIVA			
ÁREA FINANCIERA			

El siguiente es el tiempo sugerido para el desarrollo de cada una de las fases del plan de acción en la formación del tejido empresarial rural comunitario

FASE	INICIO	FINAL
PROMOCIÓN	día 0	día 30
ESTABLECIMIENTO	día 31	día 120
CONSOLIDACIÓN	día 121	Terminación EAT

A continuación se presentan las acciones a tomar en cada una de las fases (promoción, establecimiento, consolidación) por cada área (administrativa, de mercadeo, productiva y financiera) con un tiempo estimado para cada una de las actividades:

ÁREA ADMINISTRATIVA	FASE 1: PROMOCIÓN
	PASO 1: DIAGNOSTICO DE LA ZONA(*)
	PASO 2: DIAGNOSTICO DEL GRUPO (*)

	PASO 3: INDUCCIÓN A LA IDEA ASOCIATIVA
	PASO 4: PROCESO DE INTEGRACIÓN

(*) Para el desarrollo de estos 2 ítems existe una metodología propuesta que no es materia del presente trabajo

ÁREA DE MERCADEO	FASE 1: PROMOCIÓN
	PASO 1: EXAMEN DEL MERCADO
	PASO 2: INVESTIGACIÓN DEL MERCADO

ÁREA PRODUCTIVA	FASE 1: PROMOCIÓN
	PASO 1: ELABORACIÓN DE UN PERFIL TÉCNICO

ÁREA FINANCIERA	FASE 1: PROMOCIÓN
	PASO 1: ESTRUCTURA FINANCIERA
	PASO 2: EVALUACIÓN FINANCIERA CUALITATIVA

ÁREA ADMINISTRATIVA	FASE 2: ESTABLECIMIENTO
	PASO 1: INSTALACIÓN
	PASO 2: ARRANQUE
	PASO 3: FORTALECIMIENTO

FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 1: INSTALACIÓN		
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
	1.1	Desarrolle actividades que permitan al grupo realizar la elaboración de un plan de acción para la correcta instalación del proyecto	
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 2: ARRANQUE		
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	FUNCIONAMIENTO ASOCIATIVO	
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 3: FORTALECIMIENTO		
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	FUNCIONAMIENTO ASOCIATIVO	

ÁREA DE MERCADEO	FASE 2: ESTABLECIMIENTO	
	PASO 1: INSTALACIÓN	
	PASO 2: ARRANQUE	
	PASO 3: FORTALECIMIENTO	

FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 1: INSTALACIÓN		
ÁREA DE MERCADEO	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
	1.1	PLAN DE MERCADEO Desarrollo de material didáctico que ayude a los socios a llevar a cabo un plan de mercadeo que recoja información de aspectos como: Ventas de un período y tipo de clientes, pudiendo incluir la comparación con ventas de períodos anteriores y la estimación de ventas de períodos siguientes. Cambios en la actividad de la competencia y estrategias seguidas por los mismos. Cambios en las necesidades de los consumidores, preferencias, gustos, moda, etc. Nuevas oportunidades que se presentan como: canales de distribución más ventajosos, otros segmentos del mercado que pueden ser atendidos por la empresa, etc.	1 mes
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 2: ARRANQUE		
ÁREA DE MERCADEO	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
	2.1	PLAN DE MERCADEO Desarrollo de material didáctico que ayude a los socios a llevar a cabo: Actualizar los precios de venta. Elaborar lista de precios con condiciones de pago y entrega y pautas para acciones contra deudores morosos. Diseñar un contrato tipo.	1 mes
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 3: FORTALECIMIENTO		
ÁREA MERCADERO	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
	3.1	PLAN DE MERCADEO Desarrollo de material didáctico que ayude a los socios a llevar a cabo: Desarrollo de mecanismos para fijar precios, descuentos y condiciones de pago. Mejoramiento de empaques e introducción de marca. Capacitación del vendedor en ventas personales. Planeación de sencillas actividades de promoción. Establecimiento de contactos periódico con los clientes, distribuidores, rutas, frecuencia de entregas.	1 mes

ÁREA PRODUCTIVA	FASE 2: ESTABLECIMIENTO	
	PASO 1: INSTALACIÓN	
	PASO 2: ARRANQUE	
	PASO 3: FORTALECIMIENTO	

FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 1: INSTALACIÓN		
ÁREA PRODUCTIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	1.1	PLAN DE INSTALACIÓN	
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 2: ARRANQUE		

ÁREA PRODUCTIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	PLAN DE ARRANQUE	
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 3: FORTALECIMIENTO		
ÁREA PRODUCTIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	3.1	PLAN DE FORTALECIMIENTO	

	FASE 2: ESTABLECIMIENTO
ÁREA FINANCIERA	PASO 1: INSTALACIÓN
	PASO 2: ARRANQUE
	PASO 3: FORTALECIMIENTO

FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 1: INSTALACIÓN		
	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
ÁREA FINANCIERA	1.1	ORGANIZACIÓN PRELIMINAR DEL ÁREA CONTABLE	
	1.2	COMPROBANTES Y FACTURAS	
	1.3	LIBROS AUXILIARES	
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 2: ARRANQUE		
	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
ÁREA FINANCIERA	2.1	PLAN DE ARRANQUE	
		Desarrollo de material didáctico que ayude a los socios a llevar acabo: Confeccionar los soportes contables, facturas, comprobantes, contratos tipo, etc. Efectuar el inventario de materias primas, materiales y mercancías, productos en proceso y productos terminados. Elaborar el estado de pérdidas y ganancias, el balance general. La situación financiera se analizará	1 mes
FASE 2: ESTABLECIMIENTO	PASO 3: FORTALECIMIENTO		
	PASO	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO
ÁREA FINANCIERA	3.1	PLAN DE FORTALECIMIENTO	
		Desarrollo de material didáctico que ayude a los socios a llevar acabo: Discusión sobre el funcionamiento financiero de la empresa	1 mes

	FASE 3: CONSOLIDACIÓN
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASO 1: ASESORÍA
	PASO 2: CAPACITACIÓN

FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 1: ASESORÍA		
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO

		PLAN DE ASESORÍA	
	1.1	Elaborar una cartilla que ayude a los socios a llevar acabo: Identificación de los problemas claves Establecer el orden de las causas que. Los originaron Estudiar los problemas claves y encontrar sus soluciones	1 mes
FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 2: CAPACITACIÓN		
ÁREA ADMINISTRATIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	Los socios deben elaborar un plan de acción encaminada a la formación de nuevos socios en la mentalidad asociativa.	8 días

	FASE 3:CONSOLIDACIÓN
ÁREA DE MERCADEO	PASO 1: ASESORÍA
	PASO 2: CAPACITACIÓN

FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 1: ASESORÍA		
ÁREA DE MERCADEO	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	1.1	REVISIÓN DEL MERCADO ACTUAL	
	1.2	ACTUALIZACIÓN DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN PARA MERCADEO	
	1.3	RECONSTRUCCIÓN CONSTANTE DE LA COMBINACIÓN DE MERCADOTECNIA	
FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 2: CAPACITACIÓN		
ÁREA DE MERCADEO	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	Los socios deben elaborar un plan de acción encaminada a la formación de nuevos socios en la capacitación en mercadotecnia, desarrollando conceptos como: capacitación en ventas por objetivos, publicidad e imagen de la empresa, psicología de la conducta del consumidor.	8 días

	FASE 3:CONSOLIDACIÓN
ÁREA PRODUCTIVA	PASO 1: ASESORÍA
	PASO 2: CAPACITACIÓN

FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 1: ASESORÍA		
ÁREA PRODUCTIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	1.1	IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS PRODUCTIVOS	
	1.2	Desarrollar una guía de identificación de problemas por parte de los socios	8 días
FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 2: CAPACITACIÓN		
ÁREA PRODUCTIVA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO

	2.1	Los socios deben elaborar un plan de acción encaminada a la formación en la incorporación de nuevas técnicas productivas, en el campo específico en el que se mueve la empresa, Adaptación a las nuevas tecnologías. En el campo del diseño, de nuevos productos y modelos. En el campo del diseño de empaques, envases y embalajes	8 días
--	-----	---	--------

ÁREA FINANCIERA	FASE 3: CONSOLIDACIÓN	
	PASO 1: ASESORÍA	
	PASO 2: CAPACITACIÓN	

FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 1: ASESORÍA		
ÁREA FINANCIERA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	1.1	Desarrollar una guía de identificación de problemas por parte de los socios.	8 días
FASE 3: CONSOLIDACIÓN	PASO 2: CAPACITACIÓN		
ÁREA FINANCIERA	PASOS	ACCIÓN A DESARROLLAR	TIEMPO ESTIMADO
	2.1	Con respecto a la capacitación se hace necesario elaborar un plan de acción para que los socios adquirieran los conocimientos necesarios acerca del área contable para poder afrontar el futuro con éxito y con independencia de aquella persona quien ayudo en el proceso de promoción, establecimiento y consolidación de la Empresa	8 días

BIBLIOGRAFÍA

- Montaigne, Etienne** “Cambio En La Viticultura Del Languedoc: Una Mirada De Largo Plazo” En Reestructuración Económica: Memorias Del Seminario Internacional De Experiencias En Reestructuración Manizales
- Machado Absalom** La Cuestión Agraria En Colombia a finales del milenio. El ancora editores Bogota 1998
- Eduardo Jaramillo** Estado Sociedad Y Campesinos. Tercer mundo editores Bogota 1986
- Eric Wolf** Los Campesinos. Editorial labor . Barcelona 1971
- Palacios Vergel Jhon Fredy** Manual De Gestión Administrativa Para La Planificación Y Montaje De Trapiches Con Hornilla Ecológica En Cundinamarca Bogota 2002
- Tascon Carvajal Rodrigo** adopción De Las Innovaciones Tecnológicas Agropecuarias En Los Países En Desarrollo Bogota 1990
- Machado Absalom** Democracia Con Campesinos O Campesinos Sin Democracia Cali 1993
- Prager Y Otros** Agroecología Universidad Nacional Sede Palmira 2000
- Pipitone Ugo** “La Salida Del Atraso Un Estudio Histórico Comparativo”
- Machado Absalom Y Torres Jorge**, El Sistema Agroalimentario: Una Visión Integral De La Cuestión Agraria En América Latina(1991)

ANEXO A: MATRIZ DEL MARCO LÓGICO DE LA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA GENERACIÓN DE TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERCo):

JERARQUÍA DE OBJETIVOS		FIN			
		<i>Estimular La Organización De Los Pequeños Productores, Para Reconocerlos Como Un Actor Social De Gran Importancia Para La Gobernabilidad Y Legitimidad Del Estado En El Sector Rural; Así Como Para La Gestación Y Construcción De La Democracia En El Campo Y Hacerle Frente A La Transformación Productiva Del Campo Y El Aprovechamiento De Ventajas Comparativas A La Luz De Los Tratados De Libre Comercio.</i>			
		OBJETIVO DE DESARROLLO			
		METAS	INDICADOR	FUENTES DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
PROPÓSITO. <i>OBJETIVO GENERAL</i> proponer una metodología(basada en IAP) para generar TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERC) , que permita el montaje de procesos empresariales sostenibles con enfoque socialproductivo, BASADA EN 3 ESTUDIOS DE CASOS DE PRODUCTORES DEL ALTIPLANO CUNDIBOYACENSE."		El grupo de productores a desarrollado un modelo de organización generado por autogestión, con aportes de la cultura asociativa propia de la comunidad, que incluye la búsqueda de objetivos empresariales y mejoras en las condiciones técnico productivas y de comercialización de la comunidad.	Generación de su propio modelo organizacional para generar tejido empresarial. Logro de los primeros negocios como grupo asociativo.	Informe del grupo asociativo. Modelo organizacional generado.	Disposición al trabajo en comunidad por parte de los grupos de productoras facilita la ejecución de las actividades programadas.
R E S U L T A D O	OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1.1. Establecer una metodología de acercamiento y sensibilización al trabajo comunitario con las comunidades rurales. (aproximación)	Se ha logrado que el 80% de los productores que inicialmente participaron se mantengan en las ultimas fases de consolidación de la idea empresarial asociativa..	El numero promedio de asistentes a los talleres.	Planillas de asistencia y su análisis estadístico. Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de los mismos	De la comunidad en participar de los talleres de sensibilización y su participación activa en las actividades programadas
	1.2. Generar un procedimiento que permita a la misma comunidad identificar la idea empresarial asociativa como posible solución a parte de su problemática productiva, comercial y socioeconómica.(promoción de la idea asociativa)	La comunidad de productores a identificado con claridad su problemática y ha elaborado un plan de acción para solucionarla en torno a la generacion de tejido empresarial comunitario.	El plan de acción elaborado por los productores y que tiene como eje la idea asociativa.	Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de los mismos el documento o similar que indique el plan de acción llevado a cabo por	Adopción y arraigo de la idea empresarial asociativa por parte de la comunidad, lo cual facilita el establecimiento de tejido empresarial comunitario en los grupos de productores.

S R E S U L T A D O S A C T I				la comunidad	
	1.3. Diseñar una estrategia que permita a la comunidad la generación de una propuesta de tejido empresarial asociativo acorde a su cultura y que se ajuste a las condiciones socioeconómicas de sus unidades productivas(establecimiento)	La comunidad de productores a generado su propio modelo organizacional y han desarrollado su propio conjunto de reglas para la generación de tejido empresarial comunitario teniendo en cuenta el acervo cultural de la comunidad y la necesidad de establecer unos objetivos empresariales mínimos entorno a la idea empresarial asociativa..	El modelo organizacional diseñado por el grupo de productores, sus elementos culturales y objetivos empresariales.	Material pedagógico desarrollado (guía de talleres) y las evidencias de realización de los mismos. El documento o similar que indique los modelos organizacionales puestos en discusión por el grupo.	Capacidad de autogestión de la comunidad, que permitirá la generación de una propuesta organizativa propia del grupo de productores que tenga en cuenta su acervo cultural y el logro de unos objetivos empresariales mínimos.
	1.4. Proponer un método que indique las pautas para que bajo la gestión de los mismos productores se desarrolle el montaje de procesos productivos sostenibles comunitarios, que generen valor agregado al producto y que incluyan la adopción de mejoras tecnológicas o técnicas y la sustentabilidad del agroecosistema (establecimiento)	El grupo de comerciantes a logrado mejorar sus técnicas de producción y comercialización con base en el autoanálisis de su proceso productivo y de comercialización y las visitas a experiencias exitosas.	Numero de productores que participaron Los posibles cambios técnico productivos y de comercialización generados por las visitas	Planillas de asistencias a las visitas y a los talleres Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de los mismos. Documento con los elementos susceptibles de posibles cambios técnico productivos y de comercialización generados por las visitas	Capacidad de la comunidad de productores para reconocer sus falencias técnicas y tecnológicas y proponer soluciones a estas.
1.1.1. diseñar 2 talleres de acercamiento y sensibilización al trabajo en comunidad y llevarlos a cabo en y con las comunidades 1.1.2. llevar a cabo varias visitas de campo a las parcelas para establecer lasos de fraternidad con la comunidad	Generar en el grupo de productores lasos de familiaridad y compromiso hacia el trabajo en comunidad.	El numero de productores asistentes inicialmente.	Planillas de asistencias Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de los mismos.	Existe disponibilidad de la comunidad de productores de asistir y participar de los talleres iniciales de reconocimiento de las partes y del trabajo a desarrollar.	

V I D A D E S A C T I V I D A D E S A C T I V	<p>1.2.1. el grupo por medio del análisis de su situación hará conciencia de las dificultades de carácter productivo, asociativo, en comercialización entre otras y por su propia cuenta, encuentra y elige la alternativa asociativa sin ninguna presión de elementos externos a la comunidad.</p> <p>Dicha actividad se llevara a cabo en 3 talleres:</p> <p>1: TALLER : DIAGNOSTICO DE LA ZONA Y DEL GRUPO. OBJETIVO: Identificar y priorizar los principales problemas, necesidades y potencialidades de la comunidad y obtener los elementos para formular un plan de desarrollo socioeconómico.</p> <p>2: TALLER INDUCCIÓN A LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA. OBJETIVO: Lograr que la idea asociativa surja del propio grupo y responda al convencimiento personal, de cada uno de los componentes del grupo, de que la empresa comunitaria rural constituye parte de la solución a algunos de los problemas identificado con anterioridad.</p> <p>3 TALLER INTEGRACIÓN ENTORNO A LA IDEA EMPRESARIAL ASOCIATIVA OBJETIVO: Conseguir que el grupo conozca desde un principio la realidad económica y futura de la empresa, a la vez que desde un principio empieza a sentir la empresa como suya generándose entre la comunidad un compromiso con responsabilidad en la gestión para el surgimiento del tejido empresarial comunitario.</p>	<p>El grupo de productores Identificar y priorizar los principales problemas, necesidades y potencialidades de la comunidad y ve en la idea empresarial asociativa la solución a parte de su problemática.</p>	<p>El numero de productores rurales que participan, permanecen y se adhieren al grupo en las sesiones de diagnostico, inducción e integración en torno a la idea asociativa.</p>	<p>Planillas de asistencias Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de realización de los mismos.</p> <p>Documento que indique los problemas identificados por los productores y las reflexiones de los mismos entorno a la idea empresarial asociativa</p>	<p>Existe en el grupo capacidad para analizar de forma critica su realidad productiva, económica, social y comercial para generar propuestas coherentes y a su alcance que brinden soluciones a la problemática identificada.</p> <p>Existe en el grupo arraigo hacia la idea asociativa.</p> <p>Existe un compromiso real y permanente por parte de los productores hacia el trabajo empresarial asociativo.</p> <p>Existe en la comunidad el conocimiento de las ventajas y desventajas que conlleva la idea asociativa.</p>
	<p>1.3.1. REALIZAR 2 talleres que permitan :</p> <p>a. desarrollar el autoestima de quienes han asumido la idea asociativa.</p> <p>b. generar: sentido de pertenencia a la idea asociativa.</p> <p>1.3.2. REALIZAR 3 talleres para que la comunidad con base en la autogestión diseñe su propio modelo organizativo de asociación teniendo en cuenta:</p> <p>a. el acervo cultural asociativo de la comunidad(si existe)</p> <p>b. el logro de objetivos mínimos empresariales(mejoras en la productividad, la comercialización y los ingresos de la comunidad)</p> <p>1.3.3.. en base a los resultados de los talleres la comunidad en un talleres adicional deberá generar un documento que reúna las reglas del juego como tejido empresarial comunitario deben</p>	<p>Tomando en cuenta su acervo cultural de trabajo asociativo y el logro de algunos objetivos empresariales mínimos el grupo de productores diseña varios modelos de organización asociativa para el trabajo y en plenarios los ponen a discusión y analizan y escogen la mejor opción.</p>	<p>Numero de productores que participan en los talleres.</p> <p>Las propuestas de organización empresarial rural comunitaria</p>	<p>Planillas de asistencias Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de realización de los mismos.</p> <p>Documentos o similares que muestren Las propuestas de organización empresarial rural comunitaria</p>	<p>Existe en los grupos de productores a trabajar la capacidad para determinar con claridad su problemática, causas y consecuencias de los mismos lo cual facilitara el planteamiento de soluciones a esta problemática por parte de la comunidad bajo la idea empresarial asociativa.</p> <p>Existe en el grupo la capacidad para determinar y cumplir unas reglas de juego que rijan sus actividades productivas y comerciales para fortalecer la formación de tejido empresarial comunitario</p>

PROPUESTA METODOLÓGICA DE ENSEÑANZA PARA LA GENERACIÓN DE TEJIDO EMPRESARIAL RURAL COMUNITARIO (TERCo):
Por: JHON FREDY PALACIOS VERGEL INGENIERO INDUSTRIAL (UD) MAGISTER EN DESARROLLORURAL (UPTC) jhonrural@yahoo.es

I D A D E S				
	<p>1.4.1. hacer con las comunidades a trabajar una visita técnica a municipios o experiencias que sean pioneros o hito en desarrollo productivo(</p> <p>1.4.2. dadas una reglas de juego la comunidad deberá con base en los siguientes temas desarrollar igual numero de talleres(</p> <p>a. analizar su proceso productivo determinando fallos y posibles mejoras técnicas, procedimentales y tecnológicas.</p> <p>b. analizar su proceso de comercialización, determinando fallos y posibles mejoras técnicas y procedimentales.</p> <p>c. hacer planes de acción, comunidad y la orientación de los asesores donde se busque:</p> <p>la eliminación de fallos en el proceso productivo y de comercialización se incorporen las mejoras que la comunidad ha estimado conveniente tanto en producción como en comercialización.</p> <p>1.4.2. seguimiento a la ejecución de los planes de acción.</p>	<p>Hacer 2 visitas a experiencias empresariales asociativas campesinas exitosas donde el grupo de productores pueda tomar elementos para el mejoramiento de sus procesos productivos, de comercialización y demás.</p>	<p>Numero de visitas realizadas</p> <p>El porcentaje de participación en las visitas del grupo base de productores que buscan unirse bajo la idea empresarial asociativa.</p>	<p>Planillas de asistencias</p> <p>Material pedagógico desarrollado(guía de talleres) y las evidencias de realización de los mismos.</p> <p>Documento o similar que indique las conclusiones de las visitas por parte de la comunidad y análisis de que elementos técnicos, productivos y de comercialización son susceptibles de cambio</p>