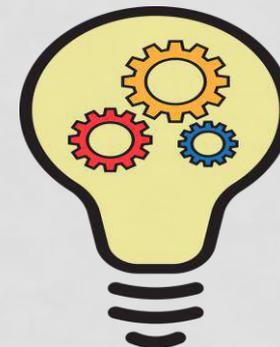




FESTIVAL DE LAS HERRAMIENTAS



**RESCO (REcursos para la
COmpetitividad Sostenible):
La herramienta ILS LEDA para evaluar
el potencial económico territorial**

**El caso de la cadena de valor del
tomate en Kébili, Túnez**



WEBINAR - 8 DE ABRIL 2022

EJES TEÓRICOS

Neo-
Marshalliano

Desarrollo
humano

Institucional

Meso-
Economico

Gobernanza

Cadena de
valor

RESCO

EJES TEÓRICOS



Neo-
Marshalliano

Bottom-up: W. Stöhr

Potential endógeno: E. Ciciotti, R. Wettmann, A. Vázquez Barquero

Localización Industrial: J. Bengt, B. Secchi, G. Garofoli, C. Courlet-
B. Pecqueur, B. Soulage, G. Becattini

Desarrollo
humano

Mahbub ul Haq, A. Sen, United Nations

Institucional

A. Amin, A. Giddens

RESCO

EJES TEÓRICOS



Gobernanza

Capital social : R. D. Putnam, P. Bourdieu, J.S. Coleman, Fukuyama, OECD

Gobernanza Participativa: A.W. Rhodes, European Union, ILS LEDA

Redes de gobernabilidad: G. Falkner, J. March, J. P. Olsen, B. Kohler Koch ,
R. Eising; J. Peterson, E. Bomberg

Teorías democráticas y jurídicas: J Melchior, S. Rosenberger, Zips

Meso
Economico

R. H. Coase, P. Krugman, K Dopfehasr, J. Foster, J. Potts, R. Camagni,

Cadena de
valor

M. Porter



QUÉ ES RESCO



RESCO

es una herramienta que:

- *Evalúa, en un territorio determinado, la capacidad de un recurso y su cadena de valor correspondiente, para ser competitivo, sostenible, resiliente e inclusivo*



dirigida a:

- *desarrollar estrategias y planes de acción para el desarrollo local*

RESCO



RESCO: DONDE

14 Países - 22 Territorios



LA ESENCIA DE RESCO



Facilitar las redes de personas para la toma de decisiones colectivas sobre el desarrollo territorial



Conectar personas

Proporcionar empleos e ingresos estables, en particular para los sectores más vulnerables de la población



Oportunidades de empleo



Valorizar recursos locales

Elaborar estrategias para valorizar los recursos locales y permitir un desarrollo territorial competitivo, inclusivo y sostenible



Evalúa las cadenas de valor territoriales a través de un mecanismo participativo



Se basa en una metodología que incluye un conjunto de factores evaluados a través de variables correspondientes e indicadores



Utiliza el enfoque de la ignorancia óptima y la imprecisión adecuada, basados en las percepciones y el reconocimiento directo de los participantes



Utiliza el método de evaluación colectiva rápida (*Quick Collective Appraisal- QCA-*) para tomar decisiones comunes sin conflictos



Es flexible y adaptable

El objetivo del análisis

La cadena de valor territorial

Una cadena de valor territorial es una cadena de actividades destinadas a producir y vender determinados productos o servicios.

- Las actividades principales incluyen: logística de entrada, operaciones (producción), logística de salida, marketing y ventas y servicios (mantenimiento)
- Las actividades de apoyo incluyen: administración, gestión, recursos humanos, tecnología (I+D), compras, etc.

Principales factores del análisis

Los factores competitivos

Para vender un producto ahora y en futuro hay que asegurarse que les guste a los consumidores y que lo prefieran a otros productos similares

Si los consumidores perciben la "diferencia" entre el producto y los demás, se animarán a comprarlo.

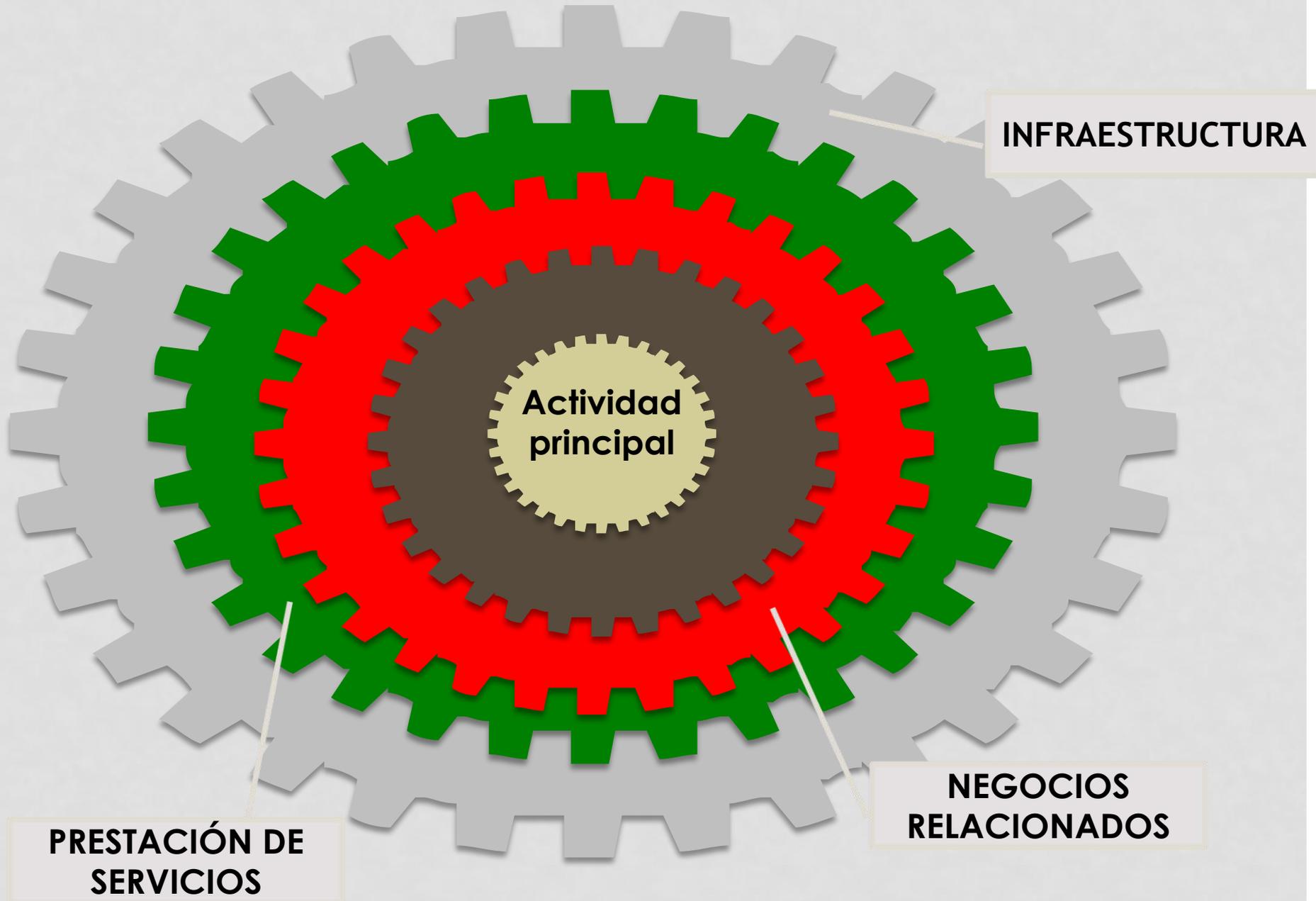
Esta "diferencia" es el factor competitivo

Los factores de sostenibilidad

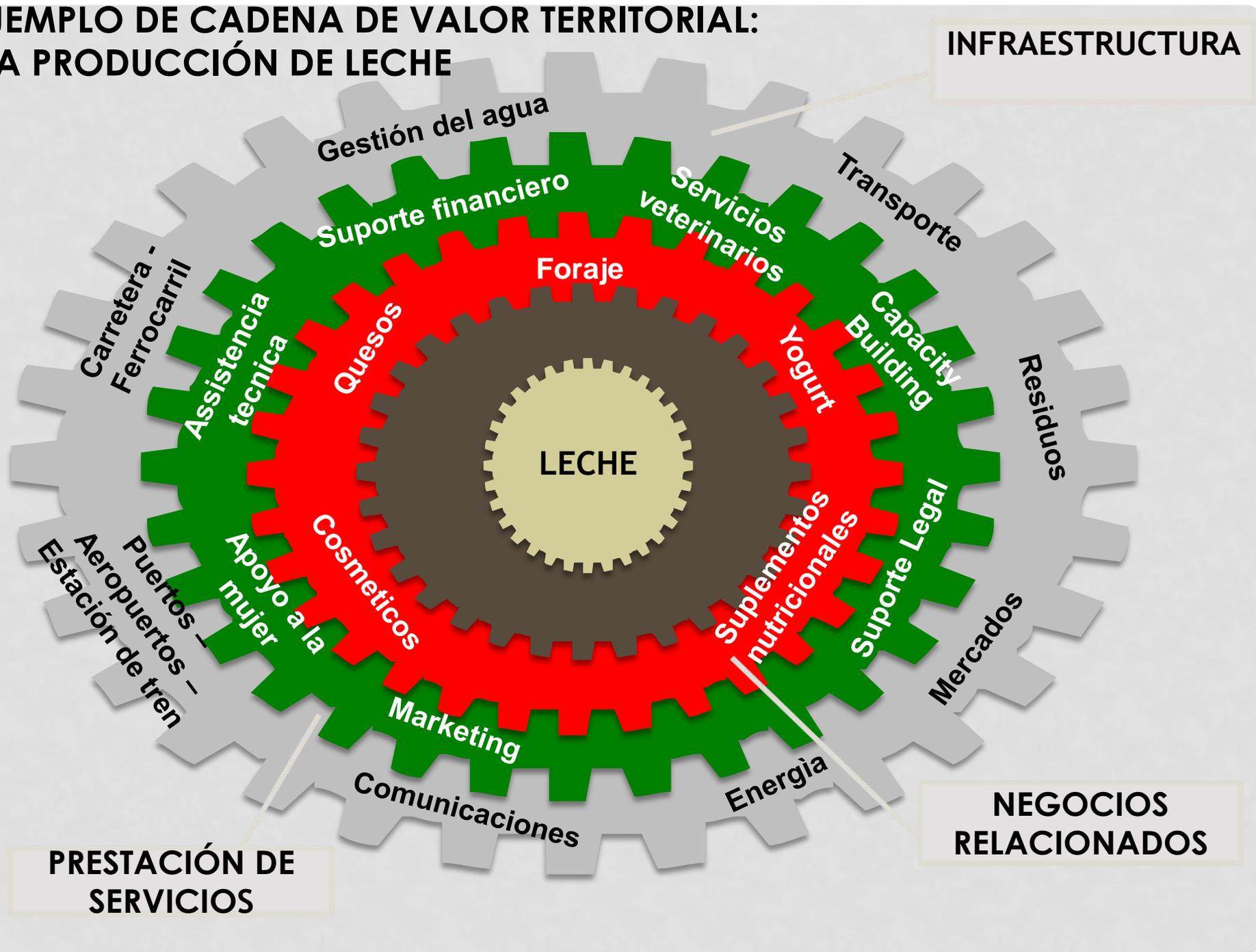
Para mantener la competitividad a largo plazo debes:

- asegurar un impacto económico relevante (principalmente en términos de empleo)
- evitar la degradación ambiental
- evitar fracturas sociales
- garantizar una resiliencia adecuada
- garantizar el apoyo institucional y financiero

LA CADENA DE VALOR TERRITORIAL



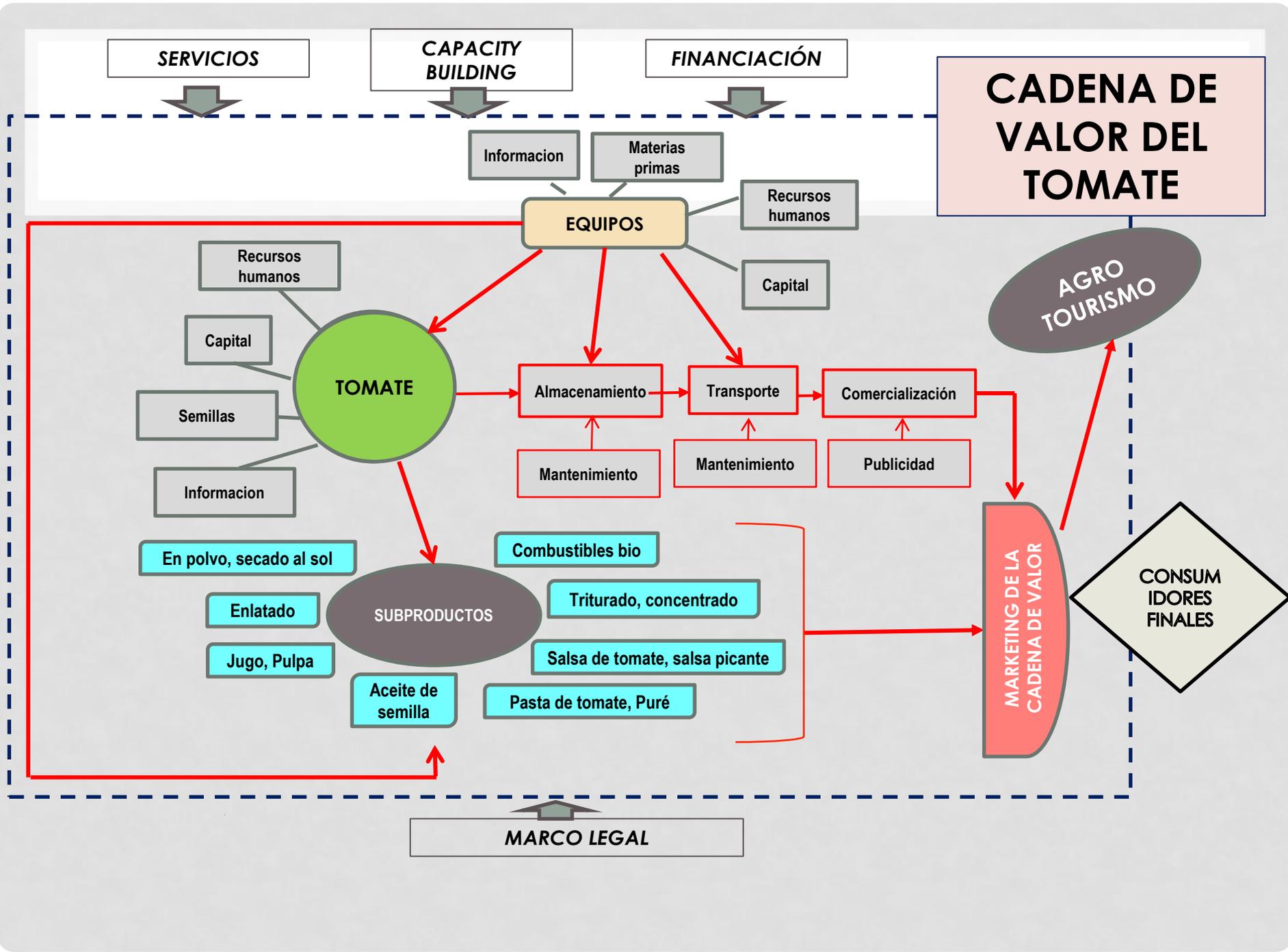
EJEMPLO DE CADENA DE VALOR TERRITORIAL: LA PRODUCCIÓN DE LECHE



INFRAESTRUCTURA

PRESTACIÓN DE SERVICIOS

NEGOCIOS RELACIONADOS





ACTORES DE LA CADENA DE VALOR

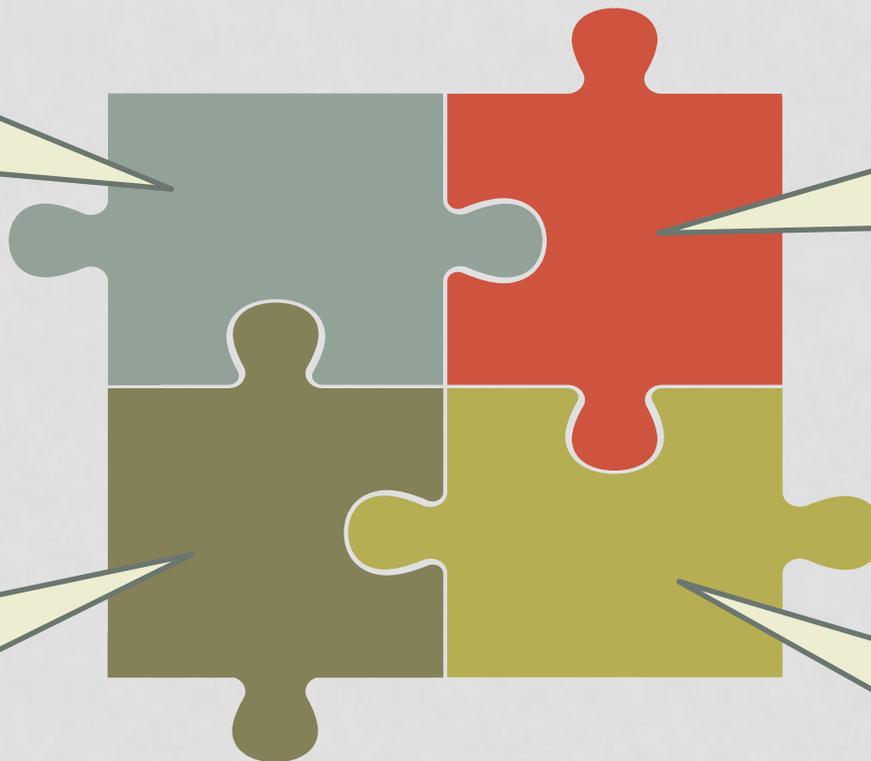


**Organizaciones
de la Sociedad
Civil**

**Productores/
transformadores**

**Autoridades
públicas**

**Proveedores de
servicios**



01

**IDENTIFICACIÓN, SENSIBILIZACIÓN
DE LOS ACTORES LOCALES**

02

**IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE LAS
CADENAS DE VALOR**

04

**EVALUACIÓN A TRAVÉS DE
REUNIONES DE GRUPOS FOCALES**

03

**SELECCIÓN Y CAPACITACIÓN DE
LOS GRUPOS FOCALES**

05

**ELABORACIÓN DE LOS LINEAMIENTOS
ESTRATÉGICOS PRIORIZADOS DE LA CADENA
DE VALOR**

06

**VALIDACION DEL PLAN DE
ACCIONES ESTRATÉGICO**

FLUJO DE EVALUACIÓN RESCO





LAS VARIABLES POR FACTORES Y LOS INDICADORES (IND.) DE RESCO



VENTAJA COMPETITIVA

- Variables competitivas
- Causas de la competitividad

15 Ind.

MERCADOS

- Mercados actuales
- Mercados deseados
- Compradores

16 Ind.

EL DESEMPEÑO DE LA CADENA DE VALOR

- Entradas
- Equipos
- Información
- Servicios
- Actividades complementarias
- Subproductos

70 Ind.

OBSTÁCULOS

- Infraestructura
- Información
- Servicios
- Acceso a nuevas tecnologías
- Servicios para empoderar a personas desfavorecidas
- Emprendimiento
- Asistencia técnica
- Márketing
- Marco legal y regulatorio
- Servicios sociales

52 Ind.

SOSTENABILIDAD

- económica
- social
- medioambiental
- institucional
- resiliencia

44 Ind.

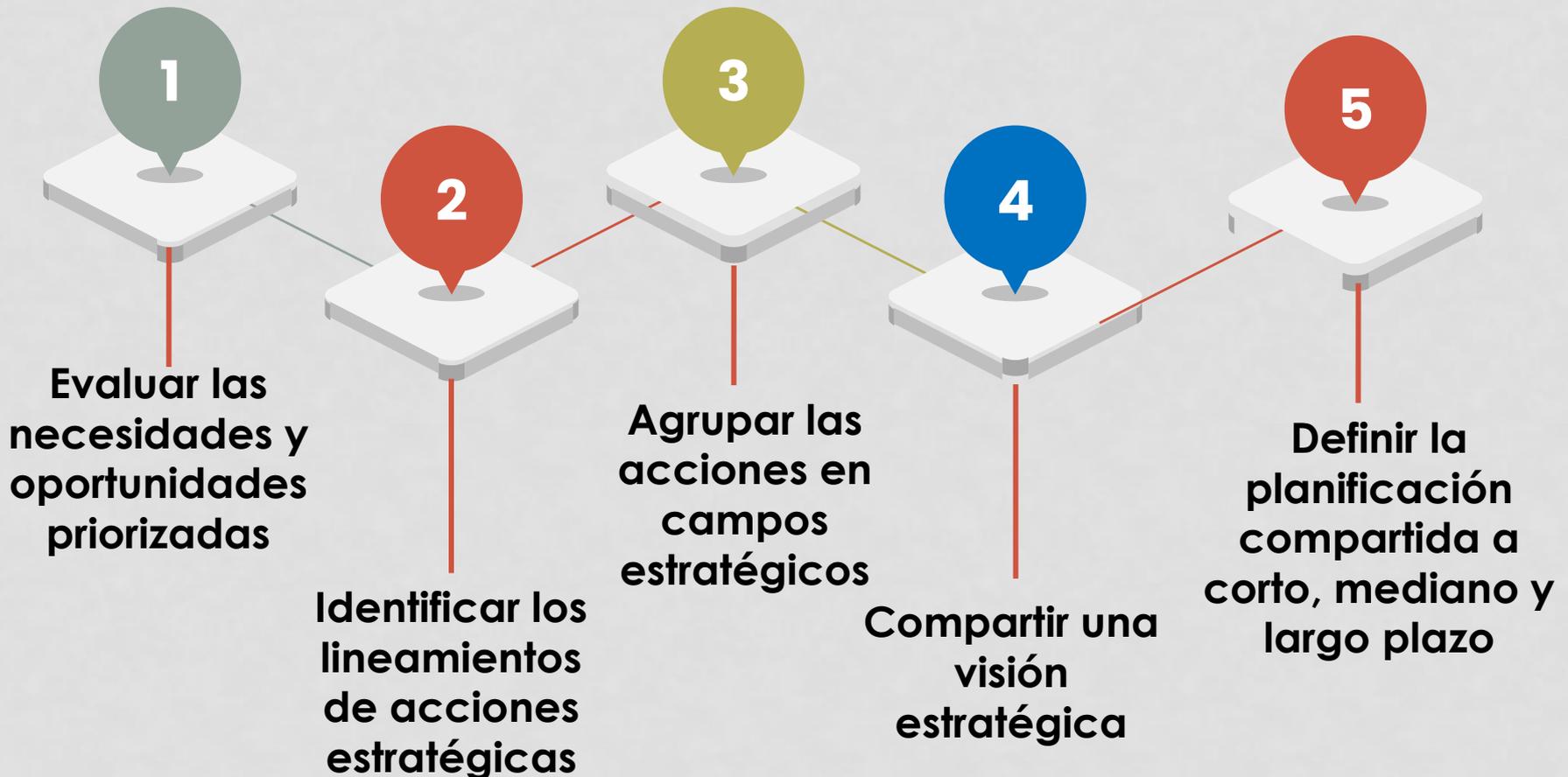
EQUIDAD DE GÉNERO

- Participación en la cadena de valor
- Acceso a activos
- Legislación y normas

8 Ind.



DE LA EVALUACIÓN AL PLAN





UN EJEMPLO



NECESIDADES

ACCIONES

Agrupar en campos estratégicos

1) VALORIZAR LA CADENA DE VALOR

Mejorar el desempeño de la cadena de valor

Sensibilizar sobre las oportunidades del cultivo del tomate

Impulsar el programa nacional de protección de oasis

Facilitar la transferencia de conocimiento e innovación a través de escuelas profesionales

Mejorar el desempeño y las capacidades de las empresas relacionadas con la producción de tomate, con especial referencia a sus variedades locales: *Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Collibri, Neziha*

Apoyar la producción de subproductos de tomate, tales que: Tomates enlatados, Tomates ciruela triturados, Pasta de tomate (concentrado), Puré, Ketchup, Crema, Chutney, Jugo, Pulpa, Tomate en polvo, Tomates secos, Combustibles bio, Aceite de semilla de tomate

Realizar una estrategia de marketing de cadena de valor, que incluya la publicidad sobre la ventaja competitiva, la imagen y los medios de comunicación diversificados, y una marca "Tomate de Kebili"

Fortalecer las acciones colaborativas entre los actores locales

Formación y capacitación para agricultores

SERVICIOS

GOBERNANCIA

CAPACITY BUILDING



LA EVALUACIÓN COMBINADA CPA-RESCO

Desde 2016 ha habido un incremento en el interés hacia enfoques que trasciendan la división entre humanitario, desarrollo y paz.

ILS LEDA y WeWorld-GVC decidieron trabajar juntos para desarrollar una metodología integrada entre el enfoque de Protección Comunitaria (CPA) de WeWorld-GVC y RESCO; para hacer operativo el nexo entre Paz y Desarrollo Humanitario.

CPA es una metodología orientada hacia la acción, que examina las áreas de mayor riesgo de protección para desarrollar junto a las comunidades Planes de Respuesta de Protección que reduzcan las vulnerabilidades y aumenten las capacidades; a través de un modelo específico de empoderamiento y participación.

EL CASO DE LA CADENA DE VALOR DEL TOMATE EN KÉBILI, TÚNEZ



Visión Estratégica 2030

Perfilar a Kebili como un excelente lugar para producir tomates y expandir sus ventas a los mercados internacionales, gracias a las ventajas comparativas y competitivas de sus invernaderos y ecosistemas geotérmicos únicos, y el conocimiento local.

Las ventajas comparativas consisten en:

- una producción todo el año
- un estado estacionario de productos saludables
- el uso de energía limpia y barata
- la producción de productos secos con valores nutricionales más altos

Las ventajas competitivas consisten en:

- la singularidad del ecosistema del oasis
- el agua de riego geotermal que aporta un sabor especial gracias a la calidad de sus sales minerales
- el saber hacer local

**GOBERNANCIA
PARTICIPATIVA**

**SISTEMA DE
SERVICIOS
INTEGRADOS**

**CAPACITY
BUILDING**

ACCIONES ESTRATÉGICAS DE GOBERNANZA PARTICIPATIVA

Fortalecimiento del comportamiento colaborativo

- Promover una agencia para el desarrollo económico local
- Facilitar los vínculos con redes nacionales e internacionales
- Fomentar el espíritu de colaboración

Lobbying con el gobierno nacional

- Mejorar el apoyo a la cadena de valor
- Implementar el Plan de Acción de 2015 sobre el desarrollo sostenible del ecosistema de oasis en Túnez
- Facilitar la Responsabilidad Social Corporativa

Facilitar la protección del medio ambiente

- Gestión del agua de riego y paneles solares fotovoltaicos
- Sensibilización en sostenibilidad ambiental

Promover y facilitar la innovación

- Apoyar estructuras de investigación y centros técnicos
- Realizar un acuerdo sobre "investigación bajo demanda"

Realizar estrategias de marketing

- Acciones conjuntas de venta directa
- Marketing exhaustivo que incluya publicidad sobre ventajas competitivas, imagen y medios de comunicación diversificados.
- Promoción de una marca de "Tomate Kébili"

ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA EL SISTEMA DE SERVICIOS

Establecimiento de un amplio sistema de servicios integrados

- Realizar el estudio de viabilidad
- Apoyar su puesta en marcha

Fortalecimiento de la provisión y la coordinación de los servicios empresariales no financieros

- Mejorar el rendimiento y las capacidades de las empresas de producción de tomate, con especial referencia a las variedades locales
- Apoyar la producción de tomate orgánico
- Apoyar la producción de subproductos del tomate
- Prestación de servicios agronómicos eficaces
- Brindar servicios de marketing efectivos
- Apoyar actividades de agroturismo

Fortalecimiento de la provisión y la coordinación de los servicios comerciales financieros

- Realizar esquemas alternativos para el acceso a la financiación, como fondos de garantía, fondo de rotación, superando obstáculos como garantías, condiciones bancarias estrictas, etc.,
- Proporcionar información sobre las oportunidades de acceso a la financiación

Mejora de los servicios para el desarrollo territorial

- Servicios para la economía verde
- Servicios para la inclusión de la mujer
- Servicios para facilitar el empleo

CAPACITY BUILDING/CREACIÓN DE CAPACIDADES

Concientizar

- Estimular a los agricultores a mantener el cultivo del tomate, con especial referencia a las variedades locales *Elena, Argenta, Durinta, Thomas, Cencara, Bochra, Colibri, Neziha*
- Aumentar el conocimiento sobre las ventajas de elaborar subproductos del tomate
- Promover actividades de agro-turismo

Educación profesional

- Transferencia de conocimientos a través de escuelas profesionales, escuelas de campo (prácticas FAO), a través de acuerdos con instituciones educativas
- Mejorar las capacidades de las mujeres para acceder al mercado laboral y a puestos gubernamentales clave
- Mejorar las capacidades en tema de sostenibilidad

Sensibilización

- Sobre temas ambientales, de contaminación, residuos y reciclaje, a través de convenios con empresas gestoras de residuos
- Sobre protección de medio ambiente
- Sobre responsabilidad social (compartir mejores prácticas)



www.ilsleda.org



ilsleda@ilsleda.org



<https://www.facebook.com/ILSLEDA/>



<https://www.instagram.com/ilsleda/>



<https://www.linkedin.com/company/ilsleda>

Próximos seminarios:

- *Los Biodistrictos*
- *Las incubadoras de empresas*
- *El financiamiento al DEL y a las ADEL o incubadoras*
- *El catalogo IDEASS de las innovaciones*



GRACIAS!