

BioForestALC

Capacitación y asistencia técnica, métodos efectivos de Desarrollo y fortalecimiento de conocimiento en las empresas rurales asociativas

I Foro Virtual sobre el Potencial de los Productos Forestales No Maderables para una Bioeconomía Latinoamericana y Caribeña
23-26 de Mayo de 2022

Evelyn Chaves (CATIE)
evelyn.chaves@catie.ac.cr

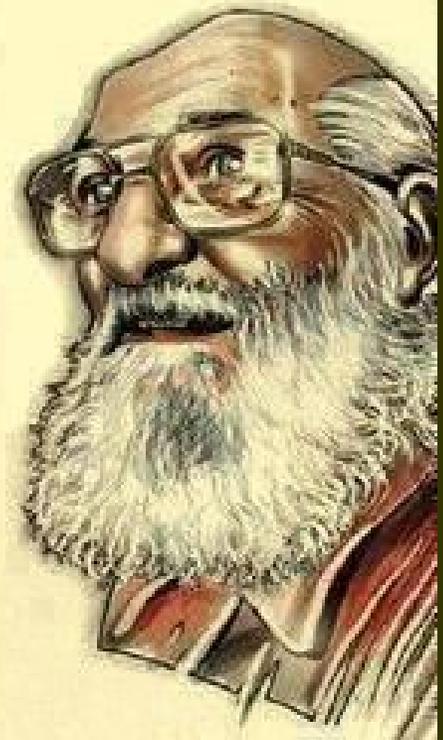
Institutional
partners



BioForestALC

"Enseñar no es transferir conocimiento, es crear la posibilidad de producirlo."

Paulo Freire



¿Cómo aprendemos los adultos?

1. Cuando se tiene conciencia de que uno es responsable de su propio desarrollo
2. Cuando se puede conectar lo aprendido con la experiencia propia
3. Cuando entendemos que lo aprendido nos permite estar siempre preparados
4. Cuando buscamos la aplicación práctica
5. Cuando estamos motivados internamente

Alexander Kapp



La formación de capacidades no puede ser un proceso automático

1. El objetivo debe ser endógeno, realmente responder a las necesidades de la empresa o adaptarse a ellas
2. Debe planearse con una base de conocimiento sobre el público meta y la empresa
3. Es ideal alternar la técnica con el fortalecimiento o reconocimiento de las habilidades blandas de las personas
4. Debe acompañarse de una estrategia de corto, mediano y largo plazo
5. La capacitación o formación no puede aislarse del rol de las personas que participan en ella de la empresa, debe haber acompañamiento



Una ruta que nos ha dado buenos resultados

Diseño de formación de capacidades a la medida

Acompañamiento con asistencia técnica in situ

Compromisos formales con las empresas que participan en los procesos

Socios Clave Un fabricante de la línea de nuestros productos bajo condiciones, estándares y especificaciones establecidas por nosotros.	Actividades Clave Generación de nuevas líneas de producto que complementen los actuales.	Propuesta de Valor Disminución del costo de producción de nuestros clientes entre un 15-18% en el rubro alimento balanceado. Aumento de rentabilidad del productor camaroneero.	Relación con Clientes Complementar las ventas con servicio técnico.	Segmentos de Clientes Empresas Camaroneras * Medianas * Pequeñas Distribuidores técnicos
Recursos Clave * Materia prima * Personal capacitado * Recursos económicos * Experiencia en el mercado	Canales * Entrega directa * Transporte contratado * Distribuidores	Estructura de Costos Costos directos US 35/kg Costos indirectos US 5/kg Costos fijos US 8/kg US 48/kg	Fuente de Ingresos Ventas ↓ Enzimas Bacillus Fito-biótica	

1250/5 bolsus

Grandes retos

1. Dar un salto de calidad en la gestión de las empresas rurales
2. Impulsar un cambio en la cultura de pensamiento de y autovaloración de los líderes de las empresas rurales asociativas
3. Influir positivamente en los mercados
4. Facilitar alianzas duraderas y de confianza en los actores directos de las cadenas de valor
5. Profesionalizar y llevar a los más altos estándares los servicios de desarrollo estratégico para las empresas rurales asociativas





Muchas gracias

Evelyn Chaves Jaén
Unidad de Acción Climática
Centro Agronómico Tropical de
Investigación y Enseñanza
evelyn.chaves@catie.ac.cr