

INICIATIVA ART

DESARROLLO ECONOMICO TERRITORIAL PARA LUCHAR CONTRA LA POBREZA
LA EXPERIENCIA DE PNUD

Ponencia de Giancarlo Canzani III
 ART ILSLEDA

Montevideo, 27-29 Septiembre 2006



LECCIONES APRENDIDAS DE LA EXPERIENCIA DE PNUD

1. VINCULACION ENTRE POLITICAS NACIONALES Y LOCALES
2. NUEVO MODELO DE LECTURA DEL TERRITORIO
3. REDES TERRITORIALES PARA VALORIZAR EL POTENCIAL ENDOGENO Y PROMOVER LA COMPETITIVIDAD
4. APOYO INTEGRADO PARA LUCHAR CONTRA LA POBREZA Y PARA UN DESARROLLO EQUITATIVO Y SOSTENIBLE
5. LOS PARTENAROADOS TERRITORIALES INTERNACIONALES PARA INTERNACIONALIZAR LA ECONOMIA LOCAL

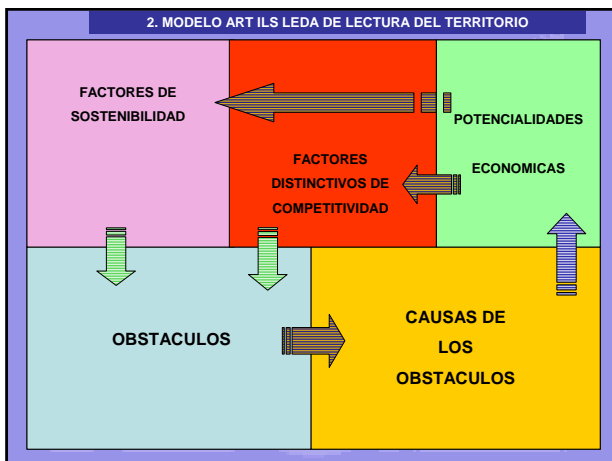
1. VINCULACION ENTRE POLITICAS NACIONALES Y LOCALES

- Mozambique: experiencia del programa PDHL ha convencido al gobierno a replicarla en todas las provincias y comprometerse en políticas nacionales de apoyo
- África del Sur: experiencia del programa SEHD ha reforzado el gobierno en formular estrategias nacionales para el desarrollo económico local.
- Colombia: el programa GOLD nace a través de una fertilización cruzada entre gobierno nacional y locales.

Políticas nacionales facilitadoras del desarrollo territorial según un modelo bajo-arriba y con un fuerte papel de monitoreaje y focalización en áreas con una masa crítica de recursos

Armonización de políticas económicas y políticas sociales, evitando asistencialismo y economicismo

Desarrollo de planes estratégicos compartidos



EL CASO DE LA REGION ORIENTAL DE MARUECO

Presencia de empresas y de servicios, potencialidad de cadena, generador de empleo;	Clima; Cosecha Múltiple; Know How	AGRUMES
Presencia de empresas y de servicios, potencialidad de cadena, generador de empleo; exportación	Clima; Cosecha Múltiple; Know How; Exportación	OLIVOS
Presencia de empresas, potencialidad de cadena, generador de empleo y de equidad social; recurso estratégico y regional; salvaguarda medio ambiente, apoyo institucional	Diversidad Concentrada; Montaña, Mar, Foresta, Deserto	TURISMO
Presencia de servicios, generador de empleo y de empleo de mujeres; recurso regional	Know How, Tradición, Cultura	ARTESAN.
Infraestructura	GOBERNANZA SISTEMA DE SERVICIOS CAPACITACION	
Información		
Servicios a la producción		
Crédito		
Conocimiento		
Cultura empresarial		
Regulación		
Estructura del sistema productivo		

PRIORIDADES ESTRATEGICAS



VENTAJA COMPETITIVA

VENTAJA COMPARATIVA

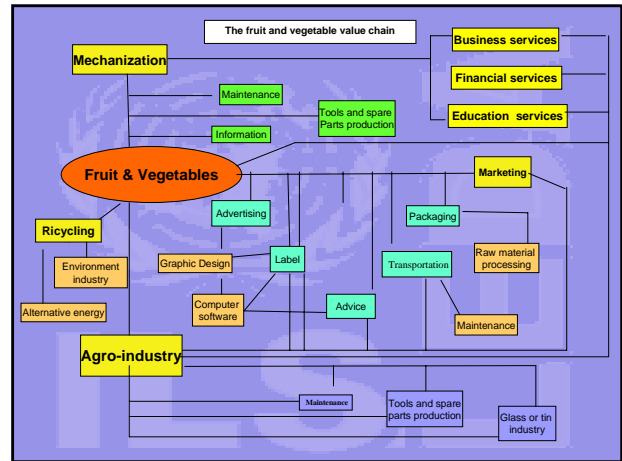
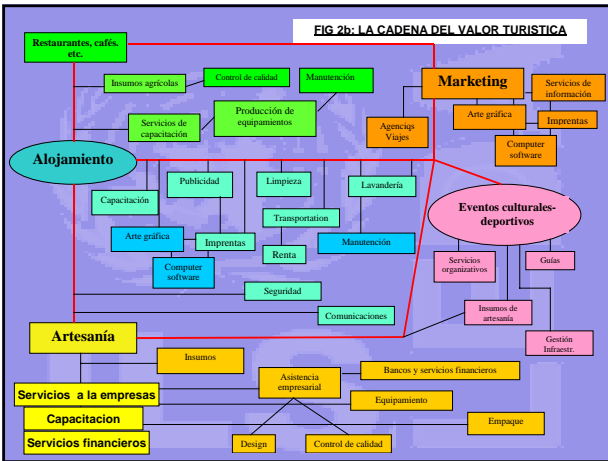


3. REDES TERRITORIALES PARA VALORIZAR EL POTENCIAL ENDOGENO

La competitividad es posible si las empresas están organizadas en redes (cadenas del valor), hay redes de servicios, redes institucionales y sociales, conformando un ENTORNO TERRITORIAL que facilita el desarrollo y promoviendo MARCAS TERRITORIALES que lo diferencian de otros

En el marco de una cadena del valor es mas eficaz y sostenible incluir actividades empresariales de parte de los mas pobres

FIG 2b: LA CADENA DEL VALOR TURISTICA



LAS AGENCIAS DE DESARROLLO ECONOMICO LOCAL

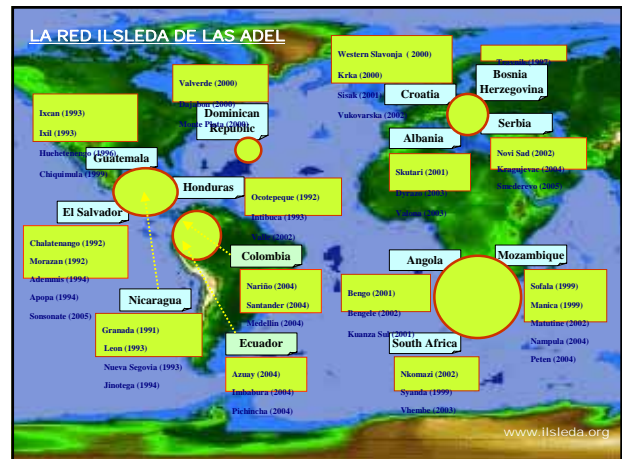
Las Adel son estructuras **autosostenibles**, donde los actores públicos y privados tomas decisiones compartidas sobre iniciativas y proyectos de desarrollo económico territorial

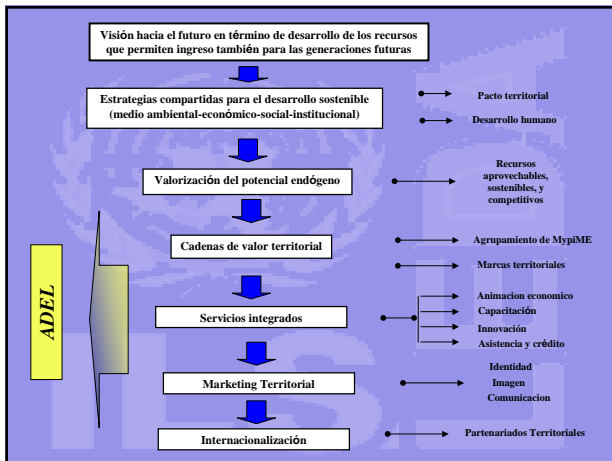


Las Adel garantizan las condiciones técnicas para la implementación de las iniciativas, prestan los servicios a la comunidad y las instituciones de manera integrada y buscan las fuentes financieras, con el objetivo principal de facilitar el acceso de los mas pobres en los circuitos económicos

Las ADEL articulan sus iniciativas con el Gobierno nacional y los partners internacionales, incluso la cooperación técnica

LA RED ILSLEDA DE LAS ADEL





- ### LOS INSTRUMENTOS DEL PROGRAMA ART GOLD PARA EL DESARROLLO ECONOMICO
- Estrategia nacional compartida a nivel intergubernamental y con los niveles descentralizados
 - Planes estratégicos territoriales, compartidos entre los actores locales
 - Sistema integrado de servicios para el desarrollo económico, así como las Agencias de Desarrollo Económico Territorial
 - Finanza local y acceso al crédito (Fondos de Garantía) para las Pyme's, las cooperativas y la población en desventaja
 - Estrategias de marketing territorial, incluyendo marketing interno y externo
 - Partenariados internacionales para la internacionalización



gracias

GIANCARLO CANZANELLI
ART ILS LEDA
Giancarlo.canzanelli@undp.org
www.ilsleda.org