

1-EDITORIAL, LA COMERCIALIZACION COMUNITARIA SOLIDARIA



Roberto Rodríguez Sandoval, Director FUNDESYRAM

La comercialización de los productos o insumos es uno de los cuellos de botella de las familias campesinas para la generación de ingresos en forma sostenible; ingresos necesarios para superar las condiciones difíciles por las que atraviesan y para potenciar el desarrollo personal, familiar y de sus territorios.

FUNDESYRAM promueve la agricultura orgánica y la producción ecológica lo cual es muy bueno para la salud humana y del medio ambiente, pero el reto es como impulsar estrategias para que los consumidores en forma solidaria reconozcan este esfuerzo y los premien prefiriendo sus productos a buen precio en forma sostenida; pues los núcleos poblacionales ya sea dentro o fuera de las comunidades son determinantes para promover una verdadera soberanía alimentaria. Pero al seguir desarticulados con los consumidores urbanos afecta a las comunidades rurales, pues los efectos potenciales que un determinado desarrollo del núcleo urbano tiene efectos en la transformación productiva de la actividad rural, como en las condiciones de vida y trabajo de la población, sobre todo de los pobres.

Reconocemos que en la mayoría de lugares se le da más énfasis a la producción pero en las comunidades que se apoyan se comienza a diferenciar las épocas de producción, la calidad de los productos y su presentación, precio, volumen; para esto es necesario estrechar los vínculos entre las familias y sus agroempresas con los consumidores. Pues en cierta medida los conglomerados poblacionales influyen en la toma de decisiones de los y las productores. Poco a poco se van definiendo

en forma participativa las estrategias de producción y mercadeo; dándole prioridad al mercado comunal, para luego abordar el mercado local y nacional. Se plantean acciones de corto, mediano y largo plazo de acuerdo con un análisis de los puntos críticos de la cadena y así mejorar su competitividad y la solidaridad.

En esta oportunidad presentamos algunas experiencias comunitarias en comercialización con el ánimo de compartirlas y recibir sugerencias de cómo mejorar los procesos.

2-LA EXPERIENCIA DEL TRUEQUE ENTRE PRODUCTORES/AS DE LAS ECOCOMUNIDADES DEL ESCALÓN, EL CORTEZ Y EL DURAZNO



Gerarda Sánchez y Miguel Damián

Las actividades de comercio son aquellas en las que las personas intercambian un bien o servicio por dinero para satisfacer sus necesidades, pero en las Ecomunidades que FUNDESYRAM fomenta en el occidente del país, precisamente en los municipios de San Pedro Puxtla del departamento de Ahuachapán se fomenta entre sus habitantes el intercambio de productos e insumos por productos o insumos "Trueque" que permite que las personas satisfagan sus necesidades, intercambiando productos por otros productos de las comunidades y así no depender del dinero (\$). El desarrollo de las Ecomunidades, permite la interrelación de sus miembros y son capaces de desarrollar nuevas formas de sana convivencia que permita a las comunidades y a sus familias desarrollarse en forma natural y sostenida.

Es así como con esta buena costumbre del trueque poco a poco se va fomentando entre las compañeros/as de los cantones de El Escalón, El Cortez y El Durazno, intercambian cada mes en los

mercados solidarios y otros espacios productos como gallinas, cerdos, granos y hasta algunas hortalizas como pepino, ejote etc. por otros productos como frutas (principalmente naranjas y guineos), hojas de guineo, ejotes, semillas de tubérculos como malanga o ñame; café, estacas de flores y de plantas medicinales, y aves mejoradas que los/as productores/as de los cantón El Durazno comparten con sus iguales del cantón El Escalón y El Cortez. El trueque se está recuperando con el fomento de las Ecocomunidades y les está proporcionando grandes beneficios a las familias.

También es notorio entre hombres y mujeres, que el trueque de insumos orgánicos como Bocashi, caldos y foliares se está dando también según sus necesidades, esto está permitiendo que mejore sus trabajos en agricultura orgánica para luego intercambiar o productos de calidad.

“Las comunidades necesitamos intercambiar los productos e insumos para tener lo que nos hace falta, sin necesidad de tener que dar pisto y esto nos ayuda a también a no tener los problemas que el pisto trae con la delincuencia”

3-LA COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS Y SU INCIDENCIA EN LA ECONOMÍA FAMILIAR



María Ester Zaldaña

Vivo en Loma Larga, municipio de Tacuba, yo desde hace 7 años recibí capacitación para el manejo de cultivos con productos orgánicos, haciendo parcelas demostrativas para conocer el efecto de los productos, lo fuerte de las hortalizas es en el tiempo de invierno y en verano me mantengo comercializando frutas, estos productos me dejan buena ganancia de US \$ 450 vendiéndole a mis vecinos, personas de las comunidades y la venta que traigo aquí a Tacuba logro buenos resultados.

La gente ya sabe de la calidad del producto son clientes fieles por que consumir productos manejados orgánicamente es la mejor alternativa que existe para la buena salud, además que se cuida el medio ambiente porque a través de estas prácticas mejoramos la calidad de los suelos y su fertilidad, evitamos la erosión por el manejo excesivo que se ha hecho de los agroquímicos.

El mercado de productos orgánicos es bueno al principio la gente es poco lo que compra pero con el tiempo ve los beneficios, en mi familia genera empleo para mis hijos y mi esposo porque se encargan del manejo y me ayudan cuando yo no puedo estar ahí todo el tiempo, esto se vuelve un trabajo familiar por que las ganancias es para todos. Con ese dinero se van cubriendo los gastos del hogar y lo que va quedando sirve para invertir nuevamente en la producción porque hay que ir dejando siempre un ahorro por cualquier cosa, además tiene que ser un hábito para no dejar de producir.

“Para la comercialización también me ha servido mucho estar organizada, en mi caso pertenezco al comité de mujeres de mi comunidad, a la asociación de productores así como a la asociación de

mujeres de Tacuba, quizás si no estuviera organizada mi visión de mercadeo de los productos fuera más limitada. Gracias a estas organizaciones y FUNDESYRAM he recibido buenas capacitaciones en comercialización y emprendedurismo”

4-COMERCIALIZACION SOLIDARIA DE LA CANASTA CAMPESINA ENTRE PRODUCTORES Y CONSUMIDORES



Ever Sigifredo Valle Andrade

Vivo en comunidad los Cortez cantón el faro del municipio de Comasagua, soy productor de hortalizas orgánicas en invernadero, me inicié en marzo de 2013 a producir en invernadero, ya que soy parte del proyecto mujeres y jóvenes impulsan el desarrollo, la agricultura y su comercialización ejecutado por FUNDESYRAM, MDS, SPF con el apoyo de la Unión Europea.

Este proyecto nos financio la construcción de un invernadero para 2 familias donde hemos producido tomate en la primera cosecha y ahora ya estamos en la segunda cosecha pero ahora hemos sembrado pepino ya que los técnicos del proyectos recomiendan cambiar de cultivo después de una cosecha, tengo una enorme satisfacción ya que nunca había tenido una calidad de cultivo como el que tengo hoy, se ve limpio sin plagas ni enfermedades tiene una excelente carga productiva vamos a sacar buena producción y tener buena ganancia hasta la fecha no les puedo hablar de números de ganancia porque apenas he realizado el primer corte, pero voy a llevar todos los datos de cosecha para que al final de la producción veré cuanto fue mi ganancia.

Una de las cosas buenas de este cultivo es que su producción es 100% orgánica, es decir nosotros no hemos aplicado productos químicos, solo productos orgánicos elaborados por nosotros mismos, eso nos beneficia por varias razones: los costos de producción se nos reducen, comemos productos sanos, al producir orgánicos tenemos la ventaja de vender en la Canasta Campesina. En la Canasta Campesina, me pueden anticipar el 50% de mis costos de producción, vendo productos sanos a las familias consumidoras de la ciudad de Santa Tecla y San Salvador que forman parte de los compradores de la canasta campesina y de esta manera soy solidario con ellos, así como ellos son solidarios con nosotros, al asegurar la compra de nuestros productos y anticipar el 50% de la venta de 12 canastas de cada 6 meses. Previamente nos hemos puesto de acuerdo con los consumidores que Canasta van a comprar entre ellas de 10, 15 o 20 dólares.

Así también estoy organizado con mis compañeros productores de hortalizas orgánicas en comités de producción y comercialización de hortalizas orgánicas, contamos con nueve comités comunitarios y un comité municipal en el que yo participo como secretario de la junta directiva y somos nosotros los que manejamos el proyecto Canasta solidaria campesina, somos nosotros los que negociamos con los consumidores, administramos los fondos y hacemos las entregas cada 15 días.

“Pienso que mi vida ha cambiado porque tengo ingresos económicos de la venta de los productos orgánicos, ayudo a las familias a vender sus productos y obtengo ingresos por mi dedicación o empleo a tiempo parcial ($\frac{1}{4}$ tiempo) en el comité municipal encargado de preparar y entregar la Canasta Campesina”

5-COMERCIALIZACIÓN DE TOMATE PRODUCIDO DE MANERA ORGÁNICA POR LOS JÓVENES DEL CANTÓN EL CORTEZ



Leonardo Rodríguez García

La comercialización es la clave para que una actividad de agricultura orgánica tenga éxito y para que sea realizada permanentemente. Cuando se está capacitado en producción pero no basado en comercialización, los agricultores/as o jóvenes ya entienden bien el concepto de agricultura orgánica, saben cómo elaborar los insumos para fertilización y el control de plagas y enfermedades y pueden cosechar los productos, sin embargo, no hay garantía de que seguirán el manejo orgánico o volverán al manejo convencional. Ya que ahí le faltó el enfoque de comercialización.

Cuando los productores saben trabajar y cosechar bien, pero no tienen donde vender sus productos producidos de manera orgánica, o mejor dicho, si no tienen un mercado donde “no evalúa la calidad de los productos producidos de manera orgánica”, se puede volver a la práctica convencional. Porque la agricultura orgánica requiere un mayor esfuerzo y en algunos casos o al principio algunas veces mayor inversión económica, por eso es necesario poco a poco diferenciar la producción orgánica y los precios del producto.

Un camino hacia agricultura orgánica debe ir un conjunto tanto los agricultores como los consumidores. Cuando los consumidores evalúan el valor de productos sanos, habrá demanda y cuando hay demanda,

facilita al ambiente para producir dichos productos. Hay un buen ejemplo dentro de proyectos que ejecuta FUNDESYRAM, lo cual es “Canasta Campesina” ya mencionada en el artículo anterior.

Para seguir este ejemplo de Comasagua se intenta vincular los jóvenes producción de tomate en la casa malla de El Cortez a las tiendas locales de San Pedro Puxtla. Hace 3 años en el cantón El Cortez de San Pedro Puxtla, se inició un proyecto de otra institución alemana junto con la universidad católica de Santa Ana. Fueron organizadas 100 familias productoras para manejar una parcela demostrativa con extensión de 2 manzanas aproximadamente con una casa malla y sistema de riego por goteo, pero los trabajaban sólo con los productos químicos. Como grupo de jóvenes logramos una pequeña parte de esta parcela como centro piloto para incentivar a la gente la transición de manejo convencional al orgánico. Después de trabajar casi un año en la parcela pequeña, hemos tenido la oportunidad de sembrar tomate dentro de la casa malla. No había sido fácil introducir la tecnología orgánica en el lugar, llevar montón de sacos de Bokashi en lomo caminando en mal camino para la parcela, elaborar los insumos orgánicos con materiales limitados, elaboración de ganchos para colgar tomates, hacer el esfuerzo de llevar el motor al río cada vez que regamos agua, etc. y al final todos estos esfuerzos ya se está viendo el fruto. Gracias al apoyo de FUNDESYRAM, HORIZONT3000 y la Unión Europea.

Aquí la gente se acostumbra llevar los productos al mercado de Sonsonate, pero para eso se necesita un vehículo. Como FUNDESYRAM se podía apoyar llevando los productos con vehículos de la institución pero obviamente esto no nos ayuda al proceso de trabajo del grupo de jóvenes hacia un desarrollo sostenible. Entonces, hemos decidido llevar los productos a un lugar más cercano y ahora vendemos los tomates a comedores, a tiendas y a personas del pueblo. Por el momento, le vendemos a la gente los tomates al mismo precio que productos convencionales pero nuestra meta es tener un valor agregado a estos productos. Para esta tarea, se necesita trabajar más para concienciarle a la gente la importancia del producto producido de manera orgánica, tanto para nuestra salud y el medio ambiente. Al menos la gente compradora y consumidora ahora ya sabe que es un producto sano y se lo consume con confianza. Cuentan que **“es más lujo que hay en la vida, consumir alimentos seguros y sanos”**

6-COMERCIALIZACIÓN DE HORTALIZAS ORGÁNICAS EN MERCADOS DOMÍNICALES EN EL HOGAR DIVINA PROVIDENCIA



María de los Ángeles Reyes

En el año 2011 conocimos a FUNDESYRAM una organización con el apoyo de DKA Austria nos ha dado capacitaciones técnicas con las cuales hemos aprendido a cultivar varias hortalizas de consumo fresco, después de 8 meses de trabajo en el Hogar, habíamos logrado producir para el consumo interno, pero cuando probamos las hortalizas orgánicas producidas en el Hogar, nos dimos cuenta que el sabor es diferente, las sentimos un poco más dulces, frescas. Jugosos y también se comparó con lo que comprábamos en el mercado; el tamaño y color es igual, pero como ya lo dije anteriormente la diferencia es el sabor y saber que no tenían químicos.

Cuando los ingenieros que apoyan el trabajo técnico nos fueron explicando porque es diferente el sabor de los alimentos orgánicos, nos dimos cuenta que los venenos que los productores les aplican a los cultivos, hacen que cambie el sabor, debido a que siempre quedan residuos de venenos principalmente en las hortalizas de hojas.

Después de un año de trabajo, se fue cultivando un poco más de área de hortalizas, cultivamos a campo abierto y también en casas de malla, con las áreas que se siembran en el Hogar hemos podido ofrecer

productos a las familias vecinas. La comercialización se hace cada 8 días, los días domingos después de las misas dominicales que se hacen en la iglesia del Hogar Divina Providencia. Los productos que más vendemos son cilantro, lechuga, rábano, tomate, chiles y repollo, se procura vender a precios justos, porque en el Hogar hemos aprendido que lo más importante es que las personas puedan consumir alimentos sanos que no les afecte la salud.

Además de consumir, cada semana vendemos entre 30 a 40 dólares que nos sirven para seguir trabajando. Lo que personalmente me llena de mucha satisfacción es que junto a los niños, niñas y jóvenes que vivimos en el Hogar, hemos aprendido a cultivar hortalizas orgánicas y ser emprendedores, estos conocimientos los vamos a llevar para toda la vida, tenemos la capacidad de enseñar a otras personas y además que la población ha valorado el consumo de alimentos sanos, porque siempre nos piden que tengamos productos para la venta.

7-COMERCIALIZACIÓN DE ARTESANÍAS DE BARRO ROJO



Hugo Alfonso Sánchez

Este es un oficio al que me dedico principalmente desde hace ya unos 12 años, de los cuales 10 de ellos trabajamos solo a mano y desde hace 2 años contamos con un torno, la situación económica familiar, ha sido fundamental para poder emprender, por la razón de contribuir a la generación de ingresos que nos ayude para cubrir los gastos de la familia como la alimentación y el estudio mío y de mis hermanos. Esta es una actividad familiar que nos ha ayudado mucho a salir adelante, a poder en lo personal obtener mi bachillerato, a seguirme preparando intelectualmente, ya que en la actualidad además me dedico a impartir capacitaciones sobre la elaboración de artesanías de barro con el torno.

El trabajo lo realizamos en la casa y participamos todos los miembros de la familia, en todas las actividades que se realizan para poder obtener las artesanías ya terminadas, esto es la tarea principal, a la que nos dedicamos, pero nuestro negocio no tendría razón de ser, si las maneras de comercializar nuestro producto no existieran, en este sentido y gracias a las posibilidades que hemos generado con las ventas ya hemos logrado instalar en nuestra casa un local que lo identificamos como nuestra sala de ventas, están ahí toda la gama de artesanías producidas a disposición de las personas que nos visitan.

Como se trata de producto artesanal a la gente y principalmente a los turistas y a instituciones les interesa mucho, tanto que nos han colaborado mucho haciéndonos llegar gente que nos compra y nos ayudan a promocionar el producto, ellos han sido nuestros primeros clientes, luego hemos identificado que es necesario poder contar con una pequeña sucursal donde podamos extendernos aún más, y así logramos instalarnos en un lugar en este mismo municipio con un local más céntrico en la ciudad que lo compartimos entre los artesanos del municipio, donde ponemos también nuestro producto a la venta, es muy importante nuestra ubicación ya que este municipio por formar parte de la ruta náhuatl pipil, participa mucho en eventos que involucra mucho movimiento de turistas en la zona, lo cual ha venido a favorecernos porque podemos ofrecer mayor cantidad de productos.

Otra de las cosas que debo recalcar, es el apoyo que me brindan las instituciones como por ejemplo CONAMYPE, la Unión Europea que junto a HORIZONT3000 apoyan para que FUNDESYRAM por medio del proyecto Redes Juveniles nos dé el acompañamiento directo, nos invitan a participar en ferias de productos que se organizan además de que hemos logrado ser parte de la Red de jóvenes emprendedores de la región occidental, REMPRE, todo esto me esta ayudando a darme a conocer mas y poder ayudar a otros jóvenes a que se motiven a ser emprendedores serios y con calidad.

También a nivel de la ruta nahuatl pipil, participamos en los trueques que esta ruta organiza, es algo muy trascendental, porque tenemos la oportunidad de recibir turistas de todo el país y del extranjero. Para nosotros es muy importante también que existe la solidaridad entre las personas que nos dedicamos a trabajar en artesanías, ya que en eventos e intercambios en los que participamos, intercambiamos productos que nos sirven para diversificar nuestros negocios y ayudarnos solidariamente entre artesanos ya que se genera otra pequeña oportunidad de venta.

“Mi mayor satisfacción es contribuir a mis padres con la consecución de los recursos que nos ayudan a vivir en un ambiente más digno y de superación con mis hermanos”

8- APOSTE A QUÉ SI PODÍA LOGRAR MEJORAR MI VIDA Y LA DE MI FAMILIA



Miguel Ángel Suriano

A mis veintisiete años luego que vi que a mi compañero lo lesionaran gravemente después de un asalto y haber visto mi vida en peligro me propuse dejar de trabajar como agente de seguridad privada, ¿Y ahora qué hago? fue mi pregunta dirigiendo mi mirada al cielo, tengo que ayudar a mis hermanos como lo vengo haciendo desde pequeño cuando mi padre falleció, luego reflexioné, debo hacer algo por mí y mi familia. Me acorde de un señor cercano al lugar donde trabajaba que hacía "sorbete de carretón", él me dijo que me enseñaría a elaborar sorbete con la condición que si aprendía bien lo hiciera lejos de la colonia donde él vivía en San Salvador para no ser su competencia y desde ese momento aposte a que ese sería mi negocio.

Así fue como empecé hace tres años atrás a elaborar sorbete artesanal, conseguí un préstamo para mi primer carretón y los insumos necesarios. Al año de haber comenzado ya contaba con tres carretones y les di trabajo a mi hermano menor y a un primo, el más pequeño de mis dos hermanos seguía estudiando y en sus ratos libres ayudaba en la elaboración del sorbete. No ha sido fácil pero tampoco me he desanimado y hoy en día fue una de mis mejores decisiones que he tomado en mi vida: "Apostar por un logro en mi vida".

A principios de 2013 un amigo me comentó en la iglesia donde me congreso que había un proyecto de la Unión Europea para apoyar jóvenes emprendedores, ejecutado por HORIZONT3000 de Austria y por FUNDESYRAM de El Salvador. En febrero de este mismo año me apoyaron dándome otros tres carretones completos. El incremento de mi “flota ambulante” de carretones permite que nos desplazemos por casi toda la ciudad de Ahuachapán vendiendo el producto. Es aquí donde deseo comentarles sobre mis estrategias de venta. Para comenzar hago todos los insumos desde el sorbete con sabores naturales hasta la miel para aderezarlo y el barquillo, así disminuyo costos de producción. Por cada carretón de sorbete invierto US\$ 35.00 por día y le saco un promedio de US\$ 70.00 teniendo un margen bruto de US\$ 35.00 por día. Por supuesto que tengo que pagar alquiler de vivienda, energía y mano de obra; sin embargo saco algo de ganancia para mis necesidades personales.

Comencé con la venta ambulante pero cada vez se hace difícil debido al ordenamiento de la ciudad de Ahuachapán, pero como no me gusta cruzarme de brazos, junto con otros/otras jóvenes de la Red Regional de jóvenes Emprendedores (REMPRE) del proyecto de jóvenes que apoya FUNDESYRAM, hemos iniciado una red comercial donde les vendo el producto elaborado para que ellos/ellas lo revendan en sus negocios, de mis costos solo le disminuyo lo del alquiler y así puedo dejarles un margen de US\$ 10.00 por cada cincuenta unidades de sorbete. Hasta el momento con tres de ellos se ve que el negocio está prosperando, cada día aumenta la demanda y esperamos involucrar a otros jóvenes de la Red **“Enfrentando y poniéndole pensamientos positivo a las dificultades nos llevara a buenas ideas y mejoras”**

“Ahora no solo yo estoy apostando, hay más jóvenes que están en la misma jugada porque sabemos que si podemos lograrlo”

9-COMERCIALIZACIÓN DE POLLO DE ENGORDE EN EL HOGAR DIVINA PROVIDENCIA



Joseline Alejandra Arias

La comercialización de la carne de pollo es bastante competitiva y para ganar mercado es por bajar los precios o mejorar la calidad. Para el caso del Hogar Divina Providencia, se realizaron las dos prácticas los pollos de buena calidad de carne se inició vendiendo la libra a \$ 1.30 y luego de 3 camadas se incrementó a \$1.35 y en la actualidad se vende a \$1.40 la libra.

La historia de la producción y comercialización de la carne de pollo es la siguiente: en la primera camada que se produjo se tuvo problemas en el manejo de los animales antes, durante y después del aliñado, se reflexionó sobre el problema y se capacito sobre el manejo de los pollos antes del aliñado, se construyeron unos embudos para evitar el daño en las alas y se mejoró el tratamiento para el desplumado, aliñado, pesado, embolsado, con su precio respectivo, ahora se oferta un pollo preparado y muy atractivo para los ojos del consumidor. Es importante mencionar que en el Hogar se venden solo las unidades.

El pollo se aliña entre 6 y 7 semanas de edad, durante este período el pollo se ha alimentado correctamente y se ha mantenido haciendo ejercicio 2 horas diarias y comiendo pasto (pastoreo), esta actividad hace que la carne del pollo del Hogar presente unas fibras musculares más firmes, lo que lo hace tener un sabor muy especial y esta característica hace que las familias de los alrededores del Hogar lo prefieran y estén pendientes de cada camada que se produce.

“En el Hogar no se tiene dificultad para comercializar la carne de pollo, por el contrario se cuenta con una demanda insatisfecha, todo debido a la calidad de producto que acá se produce”

10-LA COMERCIALIZACION IMPLEMENTADA POR LA RED DE ASOCIACIONES DE MUJERES ORGANIZADAS DEL OCCIDENTE DE EL SALVADOR (RAMOES)



RAMOES

Las Asociaciones ADESCOMES de Santo Domingo de Guzmán y AMDT de Tacuba, se han consolidado en una sola red desde el 17 de Julio de 2013, para formar la Red de Asociaciones de Mujeres Organizadas del Occidente de El Salvador (RAMOES), con el propósito de realizar sus propias actividades de cara al desarrollo de las mujeres, la Red y de sus Municipios, la idea también es que cada día las mujeres se den a conocer ante las personas, ante las Municipalidades y los demás entes que se encuentran en la sociedad para poder ejercer sus derechos y lograr apoyos directos para su desarrollo.

Como FUNDESYRAM recibimos el apoyo de Bruder und Schwester in Not de la Diócesis de Innsbruck, Austria y HORIZONT3000 para contribuir a que las mujeres organizadas se desarrollen y por eso se apoya en forma integral las acciones que emprende la Red de Asociaciones de Mujeres Organizadas

del Occidente de El Salvador (RAMOES). Por ejemplo, con capacitaciones, apoyándoles en el proceso organizativo, siempre tratando de impulsar a que ellas a través de sus propias iniciativas se promuevan y se involucren más en la incidencia y logren su propio desarrollo como personas y promuevan los cambios en sus territorios.

Para mejorar la economía familiar la RAMOES tiene la idea que cada mes se tengan ferias en cada municipio, donde las mujeres sean las principales protagonistas, se organicen para fortalecer su papel como agentes de cambio de su propio desarrollo, el de sus territorios y principalmente el de su familia.

El fin es realizar actividades que conlleven objetivos comunes que es estar organizadas, gestionar, incidir y a la vez el de comercializar nuestros productos, pues estos son producidos o elaborados dentro de las comunidades. Dentro de las actividades que han realizado la RAMOES, es la actividad llamada "Agroferia de productos criollos, celebrada en el Municipio de Santo Domingo de Guzmán, Departamento de Sonsonate, junto con la Municipalidad se ha aprovechado el espacio del octavo trueque de la Ruta Nahuat Pipil que funciona como parte de los Pueblos Vivos que impulsa el Ministerio de Turismo. En este espacio la RAMOES por medio de

las mujeres emprendedoras adultas y mujeres jóvenes emprendedores comercializaron sus productos como:

- 1- Anonas a \$1.00 dólar c/u
- 2- Güisquiles a \$0.25 c/u
- 3- Guineos a \$0.10 c/u
- 4- Semilla de plátanos enanos producidos por joven emprendedor a \$1.00 c/u
- 5- Mamones a \$0.25 cada bolsa
- 6- Dulce de nance a \$0.25 la unidad
- 7- Café artesanal producido por jóvenes emprendedoras de Tacuba a \$3.50 cada libra,
- 8- Tamales de pollo a \$0.25 la unidad,
- 9- Atol de elote a \$0.25 el vasito
- 10- Sopa de gallina india a \$2.50 el plato
- 11- Minutas procesadas con jaleas artesanales a \$0.25 y \$0.50 ctvs la unidad.

El promedio vendido por cada mujer emprendedora oscila entre los \$10.00 a los \$45.00 por feria, con

estas actividades nos damos a conocer, aprendemos a mejorar la comercialización de los productos y desde luego ganamos.

“Como RAMOES nos sentimos muy felices porque logramos la participación y promovemos a las mujeres emprendedoras para comercialicen sus productos”

11-EXPERIENCIA SOBRE COMERCIALIZACION DE LA ASOCIACION AGROPECUARIA CENTRO SUR AHUACHAPAN CUATRO ESTRELLAS DE RL



Exequias Méndez

La experiencia de comercialización, de la Asociación Agropecuaria Centro Sur Ahuachapán Cuatro Estrellas de Responsabilidad Limitada, AGROCESA DE RL, inicio en el año 2009, cuando como asociación empezamos a producir especies menores con los socios en sus instalaciones y sentimos la necesidad de vender y pedimos asesoría a FUNDESYRAM a través de los técnicos encargados. Nos capacitaron, en cómo empezar a producir con buenas prácticas de manejo y comercialización.

Como asociación tomamos una decisión, de elaborar un plan de producción y comercialización, es así como venimos haciendo la comercialización, de pie de cría de aves indias, conejos, cabras y ovejas pelibuey donde nuestros principales compradores han sido ONG y personas particulares. Después empezamos una línea de venta de especies menores en canal con restaurantes luego teniendo el mercado como organización le abrimos el camino a nuestros socios para que ellos mismos puedan vender sus pie de cría; pero además de producir y comercializar pie de cría de especies menores también estamos comercializando granos básicos que los socios producen dentro de la estrategia de comercialización le estamos apostando a una nueva de línea de producir y comercializar semillas de criollas que cada socio está produciendo con una estrategia conformada por la asociación de crear cuatro banquito de reproducción de semillas criollas y como organización ya tenemos construido un banquito micro regional para cómprale al productor sus semillas y luego comercializarlas y asegurar nuestras semillas criollas como una forma de que los productores no dependan de semillas híbridas que afectan a la salud y el medio ambiente. AGROCESA también como asociación le brindamos un servicio a nuestros socios ya que contamos con facturas formales para cuando cuando los clientes a si lo desean y los socios lo solicitan.

"AGROCESA es una fuente de desarrollo sostenible de sus socios y familias"

12-LA CRIANZA Y COMERCIALIZACIÓN DE CERDOS CRIOLLOS



Muestra de epazote y cerdo criollo

Rina Vásquez de Rendón

Resido en la comunidad Lomas de San Antonio del Cantón El Chagüite, del municipio de Tacuba y les voy a compartir mi experiencia sobre la crianza de cerdos criollos, actividad que he realizado por más

de quince años. En este lugar criar cuchos, tuncos o cerdos es muy común en la zona y por ser fronterizo con Guatemala también se compra y vende con personas de allá.

Cada cerdo se compra a un precio de \$20.00 a \$25.00, de una edad de 45 a 50 días, y se terminan de engordar en 5 meses, vendiéndolos entre \$60.00 a \$70.00. También si hoy compro un animal y mañana lo vendo ya le gano unos \$10.00, pues se vende, logrando la oportunidad. Parte de los tuncos yo los produzco y también compro y vendo. En los meses de Abril y Mayo el precio baja porque mucha gente los quiere vender por acercarse la época de siembra, y no tiene donde tenerlos. Es época de comprar y no de vender.

La clave en la crianza de los tuncos es desparasitarlos con epazote, semilla de ayote y ajo más chicha al sólo comprarlos, y darles suficiente comida como campanilla, escobilla, zacate de agua, zalea, chilate de maíz, maíz entero y desperdicios de cocina, así como que no les falte el agua. Todas las plantas que les nombré abundan en esta zona y el maíz uno lo produce, puede consultar como se preparan en www.fundesyram.info. Yo nunca he comprado concentrado, y los cerdos engordan y se reproducen bien, hay tuncas que tiene hasta 12 animalitos y todos se crían.

En todo lo que llevo de criar cuchos nunca he perdido, no he visto problemas de enfermedades y la gente que dice que cuesta que engorden es porque no los cuidan como se debe. En mi familia somos agricultores de maíz y frijol, también hacemos huertos de hortalizas y criamos gallinas, y más el negocio de los cerdos vamos saliendo adelante.

“Cuando hay emergencias vendemos un animalito y no afectamos la provisión de maíz y frijol que dejamos para la comidita. Es una gran ayuda”

13-EXPERIENCIAS INNOVADORAS DE COMERCIALIZACION



Medardo Francia

vivo en la comunidad de Pretoria, Cantón Taltapanca, municipio de Apaneca en el departamento de Ahuachapán, soy un productor agropecuario, uno de tantos que día a día luchamos por superarnos, por sobrevivir, por sacar adelante a nuestras familias y por qué no decir a nuestras comunidades.

En el área rural de nuestro país existimos muy buenos productores y productoras, pero desafortunadamente somos muy malos comercializadores, pues ponemos en manos de los intermediarios nuestros productos siendo ellos los que ganan más; considero que al realizar esta actividad perdemos nuestros productos por la sencilla razón de no poderlos sacar al mercado porque nos da pena, porque nunca lo hemos hecho o simplemente porque no estamos seguros de que lo vamos a comercializar pues vender cualquiera lo hace pero comercializar o mercadear no, son dos cosas muy diferentes.

En esta oportunidad quiero compartir con cada uno de ustedes amables lectores de estos maravillosos artículos que FUNDESYRAM a través de sus equipos de técnicos de campo, nos permiten poder tener las herramientas necesarias para que día a día luchemos juntos para que las familias campesinas salgamos delante de la pobreza.

En lo personal tengo una experiencia muy exitosa en cuanto al área de comercialización se refiere, y es la comercialización de leche y carne de la explotación caprina, esta actividad es bastante complicada ya que en mi comunidad no era ni es muy común, principalmente por los patrones culturales a los cuales se nos han inculcado, ya que nos dicen que si tomamos leche de cabra vamos a heder (oler mal), que vamos andar berreando o que vamos andar solo saltando y que si consumimos la carne esta huele mal, y que vamos a heder a cabro . Para poder romper estos mitos, empezamos con mi familia a hacer "topogijos o helados" de leche de cabra con vainilla primero para la familia y los amigos, luego se empezó a hacer para comercializar lo cual dio muy buenos resultados, la leche pura nadie la compraba, entonces se me ocurrió empezar a darle a probar y a regalarle a los que me visitaban y a regalarle a los ancianos y ancianas de la comunidad y a dar a conocer las bondades de la leche y los beneficios que esta tiene en la salud y es así como hasta el día de hoy se vende la lecha y cuando no la vendemos la transformamos en queso ,el cual forma parte la dieta alimenticia familiar y también hay gente que al probarlo lo comienza a comprar.

En cuanto a la comercialización de carne de cabra me surgió la idea de celebrar el día de la madre un diez de mayo del 2007 si no mal me recuerdo, nos pusimos de acuerdo con mi familia e invitamos a todas las madrecitas de la comunidad y fue ahí en esa fiesta donde dimos a comer carne de cabra preparada sin que ellas lo supieran. Cuando ya habían terminado de comer surgieron los comentarios de que la carne estaba muy rica, muy sabrosa y de que era y que le habíamos echado, fue entonces cuando se les dijo de que era de cabra "ellas lo podían creer" pues antes de esto detestaban la carne de cabra sin antes probarla. A partir de ahí empezamos a comercializar la carne, destazando y preparando la carne en la casa con todas las plantas oloríferas o aromáticas, ya solo de poner la carne en la plancha, parrilla o en las brasas y poder saborear un rico plato de carne de cabras. La comercializamos por libras o entero el animal, la vendemos dentro o fuera de la comunidad y a domicilio lo cual es un factor muy determinante además del sabor y el precio. Y es así como hasta el día de hoy orgullosamente soy el comercializador de leche y carne de cabra de la zona. Los invita a mi finca para que puedan comprobar y degustar estos productos me pueden escribir a medardofrancia@hotmail.com o llamarme al teléfono (503) 7264-4555, (503) 2433-0844

"No vendas, comercializa todo lo que puedas vender. Cuando creas que has alcanzado el éxito lucha por que estas cerca"

14-COSECHANDO MIS ESPERANZAS, VENDIENDO MIS FRUTOS



María Elvira Ruano

Elvira significa la señora princesa es un nombre de origen árabe, la persona que lo lleva es honesta, dulce, franca y tiene facilidad para hacer amistades. Es leal y confiable. Tiene una gran fuerza de voluntad cuando quiere conseguir algo.

Estas cualidades definen a doña Elvira Ruano, pero es esta última característica la que pone de manifiesto en sus actividades económicas como la venta de hortalizas, frutas, conservas, huevos de gallina india, café tostado y molido artesanalmente, leche y sus derivados, granos básicos y como ella lo dice "Tengo mi mente todo el tiempo trabajando"

A la primera feria que asistí fue allá en Tacuba en el 2007, me gusto mucho porque vendí todo los productos que llevaba; a partir de ese momento me propuse participar en todas las ferias que FUNDESYRAM promueve en la región, ya que fácilmente me gano cerca de US\$ 25.00 libras.

Todas mis esperanzas las pongo de manifiesto en mi huerto casero, lo manejo sin agroquímicos ya que aprendí técnicas orgánicas que me permiten ahorrarme dinero. También mis esperanzas están puestas en mis animales, en todo lo que elaboro artesanalmente y la mayor satisfacción diaria es cuando vendo los frutos de mi esfuerzo diario.

Me levanto a las cuatro de la mañana lo primero que hago es ordeñar mis cuatro vacas y darle de

comer a los tres tuncos, luego me dedico a preparar los productos para salir a vender por toda la comunidad de Los Girones, en la periferia de Ahuachapán. Vendo casa por casa y a veces solo voy a dejar los "encargos" o pedidos que me han hecho de antemano. También vendo en mi casa donde me ayudan mis hijas. A las once de la mañana ya he terminado la labor y calculo que diariamente tengo un ingreso promedio de US\$ 15 de los que me quedan libres US\$ 8 y "mire que son casi US\$ 240 mensuales que vienen a reforzar el presupuesto familiar" agrega doña Elvira. Y concluye diciendo *"La mejor estrategia de venta que tengo es no tener pena, no decir NO a los clientes fieles, no fiarles y saber que todo lo que hago es para mantenerme activa, mi voluntad es de acero como mi nombre"*

Biblioteca Virtual, Videos y Guía para la elaboración de insumos orgánicos en www.fundesyram.info.

San Salvador Oficina Central:

FundesyramDireccion@gmail.com

Micro Región Tacuba

fundesyramtacuba@hotmail.com

Micro Región Puxtla y Centro Sur

fundesyrampuxtla@hotmail.com

Oficina Comasagua

Fundesyram.comasagua@gmail.com

FUNDESYRAM Honduras

fundesyramhomduras@yahoo.com.

CRISAC-FUNDESYRAM

Crisac.fundesyram@gmail.com

Envía tus comentarios a la dirección de correo: fundesyram@gmail.com o llámanos a los teléfonos

(503)22732406 – (503)2273-2524

Descarga la versión gratis en PDF desde la Sección Boletín

<http://www.fundesyram.info>