



BOLETIN CAMINO AL DESARROLLO

EQUIDAD - AGRICULTURA ORGANICA - CAMBIO CLIMATICO - DESARROLLO TERRITORIAL - EMPREDEDURISMO

1- EDITORIAL, LA COMERCIALIZACIÓN EN EL FOMENTO DE LA AGROECOLOGÍA Y DESARROLLO TERRITORIAL.

DESARROLLO TERRITORIAL
Diversidades y pluriactividad



Roberto Rodríguez Sandoval, Director de FUNDESYRAM

En el fomento de la agroecología es determinante apostarle al desarrollo de la persona, la familia y sus territorios, esto sin perder su identidad, una de las formas sostenidas de lograr el bienestar de las personas es por medio de sistemas apropiados de comercialización.

Desde nuestros ancestros el trueque o intercambio directo entre los productores/as y consumidores ha tenido un papel destacado y relevante. Han evolucionado diferentes formas de hacerlo, por eso, se resumen diferentes ejemplos de lo que hoy se ha dado en llamar Cadenas Cortas de Comercialización – CCC.

Claudia Ranaboldo del RIMISP plantea que Los CC empiezan a ser reconocidos como un fenómeno relevante y en crecimiento, vinculados más al patrimonio local y cultural, a la biodiversidad, y en

menor medida a la agroecología y la economía solidaria (CEPAL, 2014) y que varios gobiernos latinoamericanos (pej. Bolivia, Chile, Colombia, Ecuador, Perú) están diseñando políticas públicas orientadas al fortalecimiento de la Agricultura Familiar - AF y la seguridad alimentaria, incluyendo la puesta en valor del patrimonio agro-alimentario territorial. Desde luego como cualquier estrategia tiene sus ventajas y desventajas.

Ventajas, Conexión y confianza entre AF/Pymes y consumidores de escasos recursos. Acceso: red capilar en los territorios y ciudades. Tradición e innovación. Continuidad en el tiempo. Expresiones de la toma de decisiones y agencia de los AF/Pymes. Visibilidad de productos con identidad. Factibles de ser objeto de un entorno de políticas públicas facilitadoras.

Desventajas, Invisibilidad y menosprecio de partes de los sectores públicos y privados “modernizantes”. Poca transparencia. Inocuidad alimentaria. Seguridad laboral. Impacto ambiental. Corrupción, criminalidad. Monopolios y cárteles.

Estudios sobre el desarrollo de las CCC han definido que son determinantes para el desarrollo de las familias y el territorio. Las modalidades de Cadenas Cortas de Comercialización son innumerables y cada una tiene sus bondades, por lo cual se considera importante y necesario conocer algunas de ellas, para que cada organización, institución o familia encuentre los elementos o principios que le serán útiles para mejorar la producción y comercialización de sus productos o servicios, esto para fomentar el desarrollo de los territorios y las familias, entre las modalidades de CCC podemos destacar, pero se podrá ver el detalle en (www.fundesyram.info) el documento “CADENAS CORTAS DE COMERCIALIZACIÓN. Acercando al productor con el consumidor”:

Venta directa en empresa tradicional, Mercados de productores agrícolas, Grupos de compra solidaria, GCS, Ferias agropecuarias, Mercados de barrio o colonias, Canasta Campesina, Agricultura Sostenida por la Comunidad – ASC, Mercados en las instituciones, Mercados gastronómicos, Mercados públicos institucionales, Venta en tiendas especializadas de productos agroecológicos / orgánicos, Venta directa por internet, Ventas en la parcela o finca y rutas turísticas.

2-Emprendedurismo rural, con énfasis en el desarrollo de la mujer y la juventud. La experiencia de FUNDESYRAM.



Nelson Roberto Flores. FUNDESYRAM, Microrregión Tacuba

En El Salvador, para la mayoría de población la obtención de ingresos familiares que atienda las necesidades básicas es un desafío diario, aún más duro es para las mujeres y jóvenes de las zonas rurales del país. En “Paso a Paso hacia la igualdad de género en El Salvador” publicado por el ISDEMU, se reporta que la pobreza en las mujeres aumento 5.3 puntos porcentuales, pasando del 34.4% en el 2007 al 39.7% en el 2008. En tal sentido, la relatora especial de Naciones Unidas declaró en su informe sobre la situación de las mujeres que “En El Salvador sufren una doble discriminación por ser mujeres y por ser pobres”; situación que se agrava aún más en el área rural e igualmente para los jóvenes de ambos sexos.

Para aminorar estos problemas, en el departamento de Ahuachapán y Sonsonate, FUNDESYRAM viene impulsado un proceso de desarrollo territorial con concertación y participación ciudadana al que se han insertado las mujeres y la juventud. Desde 2007 a la fecha, se ha dado un paso importante con la propuesta de una estrategia de desarrollo de la mujer y juventud, en los territorios intervenidos. Las acciones procedentes de estas intervenciones han contribuido al fortalecimiento de las capacidades de la mujer y los mismos jóvenes, de su organización e identidad, con iniciativas económicas innovadoras.

En este artículo se narra la experiencia de FUNDESYRAM sobre el fomento del emprendedurismo rural, resumida en los planteamientos, experiencias y visión de las mujeres y jóvenes emprendedores, para entender la dinámica y así efectuar mejoras en futuras acciones en pro de la promoción y acompañamiento del emprendedurismo rural.

Según los planteamientos y la visión de las y los participantes en las experiencias, indican que las principales motivaciones para entrar a un proceso de emprendedurismo, son para las mujeres, ayudarse y ayudar a la familia, pasar más tiempo con la familia y no salir de la casa lejos; además de tener una experiencia diferente a los oficios domésticos. Mientras que para los hombres las motivaciones las enfocan en el ánimo transmitido por sus padres, generar ingresos propios y la búsqueda de superación personal. Si bien los emprendimientos incipientemente dan para emplear a otras personas, los datos revelan que promueven el autoempleo prioritariamente, contribuyendo a la integración familiar.

Como valor agregado, FUNDESYRAM ha intencionado un programa sistemático para mejorar la autoestima, relaciones interpersonales y motivación para el crecimiento personal y colectivo, al cual se le ha denominado programa psicoeducativo. La propuesta para desarrollar este programa es que las mujeres y los jóvenes en sus diferentes estructuras organizativas, aborden estos temas en sus reuniones.

Algunas lecciones que han dejado las sistematizaciones hechas a los procesos de fomento del emprendedurismo rural, manejados por mujeres y jóvenes de ambos sexos, son: 1) El emprendedurismo canalizado como un instrumento de apoyo a las organizaciones juveniles y de mujeres, es efectivo para establecer procesos de incidencia y participación ciudadana. 2) Los emprendimientos son una respuesta a la falta de empleo, son espacios para la creatividad e innovación y al integrarse en las acciones de las organizaciones comunitarias, son un espacio para desarrollar la vocación social de mujeres y jóvenes de uno y otro sexo. 3) El emprendimiento, desarrollado desde la voluntad de la mujer y del joven, y del contexto particular de su comunidad, resulta ser importante porque garantiza la permanencia de la persona en su comunidad, perdurando las relaciones familiares y evitando la difícil migración.

Se alienta a que los programas de emprendedurismo rural para ser exitosos, conjuntamente con los apoyos en capacitación, asesoría en la elaboración de los planes de negocio y capital semilla, tienen que incorporar metodologías y estrategias de apoyo para superar los temores internos de las personas involucradas. En general se puede decir que la toma de decisiones es una de las facultades principales en los procesos de emprendedurismo, pues como emprendedores tienen que tomar a cada instante decisiones que marcan el rumbo de sus vidas o del emprendimiento. Por lo que cualquier proyecto de apoyo a la mujer y juventud emprendedora, debe incluir en su programa de formación, procesos de resolución o determinación, para realizar elecciones propicias.

3-La agroecología y el emprendedurismo son elementales para hacer desarrollo rural.



Israel Morales Ayala, FUNDESYRAM

En 4 comunidades de Suchitoto, FUNDESYRAM en convenio con el Centro Divina Providencia, desarrollan un proyecto de promoción de la agroecología para mejorar la calidad de vida de las familias rurales, implementando diferentes actividades productivas, que sean amigables con el ambiente y que garanticen mejores ingresos en el corto y mediano plazo.

Uno de los componentes de este programa es lograr que las familias desarrollen actividades emprendedoras, ya sea en producción agrícola, crianza de animales, actividades comerciales o prestación de servicios; dependiendo de la factibilidad técnica y económica, que con el apoyo del proyecto se logre desarrollar. En este sentido se ha logrado en 2 años, establecer 11 pequeños negocios, sobre venta de shampoo y jabones, venta de desinfectantes para pisos, pequeñas panaderías, crianza de animales, venta de insumos y venta de hortalizas.

En este artículo quiero compartir la experiencia de una actividad emprendedora que sobresale, relacionada con el proceso de capacitación para la elaboración de hamacas. Debido a la costumbre de las personas de usar las hamacas para descansar, después de las jornadas de trabajo en sus parcelas y fincas, varias personas de las comunidades se interesaron en aprender a elaborar sus propias hamacas. La metodología para definir un curso vocacional es la participación de los representantes de las familias, es así que ellos eligen que se les facilite un **taller de elaboración de Hamacas**, casi siempre cuando se define un taller vocacional se encuentran personas en las comunidades con capacidad para facilitarlos, en este caso fue imposible encontrar una persona con la habilidad de hacer hamacas, en las 4 comunidades que trabajamos.

Comentan que después de agotar la búsqueda y con el resultado negativo, nos hemos dirigido a buscar en los pueblos donde hacen artesanías, encontramos dos jóvenes en el Municipio de la Laguna en Chalatenango, con mucha experiencia para elaborar hamacas y con mucha disposición para ir a enseñar, el problema que nunca habían enseñado a grupos y vinieron con esa incertidumbre, sin embargo al ver el interés de las personas, fueron perdiendo el temor y en tres días de trabajo enseñaron a 40 personas a elaborar hamacas, consideramos un logro porque dos jóvenes se ha convertido en facilitadores, ahora ya han realizado otros talleres en otras comunidades.

Las personas que aprendieron a elaborar hamacas han encontrado un buen mercado en sus comunidades, como resultado de este proceso de enseñanza se han organizado 4 pequeñas empresas de elaboración de hamacas, una por comunidad, con el apoyo de las organizaciones locales (ADESCOS), se les facilitan espacios de promoción de sus productos.

Considero que las personas han valorado mucho este trabajo, por las siguientes razones: se valoró la participación de mujeres y jóvenes, se rescató una enseñanza después que se había perdido y por ser un producto de utilidad y necesario en su estilo de vida.

En los procesos de implementación de la agroecología, se logra integrar la participación de las familias rurales, para desarrollar actividades de emprendedurismo que les facilite la generación de ingresos y el respeto por la vida. En los últimos años se ha perdido la cultura de enseñar oficios en las comunidades rurales, tenemos la tarea de recuperar esta práctica.

4-Iniciativas emprendedoras de mujeres que generan y fortalecen el auto ahorro.



Exequias Méndez, FUNDESYRAM AYUDA EN ACCIÓN

El grupo de auto ahorro comunidad la Chupamiel, del municipio de Tacuba, maneja un emprendimiento de molino nixtamal, para el cual se les dio una capital semilla. El grupo de mujeres de auto ahorro es dirigido por la Señora Rosa Elvira Padilla, Presidenta, quien comenta que, con el apoyo de FUNDESYRAM y Ayuda en Acción, se han beneficiado a nueve mujeres que están trabajando en el emprendimiento, quienes, han definido un programa de trabajo, que les permite

definir el día de trabajo, de cada una de las participantes, si alguna compañera por algún motivo, no puede asistir a su jornada de trabajo asignada, se realiza cambio con otra compañera. El emprendimiento les ha permitido obtener un ingreso en el mes \$150.00, con una utilidad al mes es de \$64 dólares.

Comentan que el emprendimiento del molino se complementa con la elaboración y venta de tamales dos veces por mes, generando ganancia de 60 dólares al mes, dinero que es ahorrado, haciendo un total de ahorro entre los dos emprendimientos de \$124.00 dólares mensuales, al final de año se logra un total de \$1,488.00 dólares. Al final de cada año, se le entregan a cada integrante del grupo de auto ahorro la cantidad de \$165.00 dólares. Comentan que “nos sentimos muy contentas porque esto nos ayuda en cualquier emergencia familiar, ya que disponemos de préstamos inmediatos que antes no teníamos”, como grupo le damos las gracias a FUNDESYRAM, AYUDA EN ACCIÓN, por las iniciativas que promueve y fortalece el proyecto.

5-Mi emprendimiento, mi empoderamiento económico como mujer.



Raquel Alicia Ramos, Flor Quintanilla

En América Latina, muchas organizaciones promocionan el emprendimiento de las mujeres, especialmente de mujeres de grupos desfavorecidos, cuyo objetivo es la generación de ingresos, la reducción de la pobreza y el empoderamiento de las mujeres.

Una de las claves que como organización utilizamos es, que antes del establecimiento o seguimiento de un emprendimiento es fundamental la formación, proceso que permite destacar las habilidades empresariales básicas desde una perspectiva de género, y evidencia las necesidades según hombres y mujeres y como esto afecta a cada persona, además lo que reciben en la formación es para que sean aplicadas a crear, dirigir o administrar una empresa individual, familiar o asociativa. Promociona el empoderamiento tanto económico como social de mujeres y hombres en la empresa, como institución se trabaja fuertemente en la formación para posterior la adopción de sus emprendimientos, que les permita a hombres y mujeres generar ingresos, además de entrelazar cadenas productivas, ya que los rubros de piscicultura y horticultura contribuyen no solo en la mejora de la dieta familiar sino en la potencialización de los emprendimientos y las cadenas productivas, que generen ingresos y contribuyan a la economía familiar y colectiva, para lo cual conoceremos la experiencia de una compañera que está trabajando en estas dos áreas.

Una de las emprendedoras comparte su experiencia. Mi nombre es Raquel Alicia Ramos, de la comunidad el Molino de Tacuba, pues como mujeres es importante la generación de ingresos, ya que esto nos permite obtener autonomía económica y los conocimientos que recibimos en las formaciones nos ayudan a mejorar todos nuestro conocimiento, cómo y por qué emprendemos un negocio, llevar nuestro registros contables, saber si nuestro emprendimiento es o no rentable y que puntos de mejora podemos tener nosotras, en mi experiencia con mi emprendimiento estoy contenta porque puedo mejorar la alimentación familiar, además genero ingresos con mi emprendimiento y sobre todo que con otras compañeras unimos nuestro producto y lo vendemos de manera colectiva y esto en verdad nos permite abrirnos puertas, salir a promocionar nuestro producto y a ir posicionándonos como mujeres, esto realmente me hace muy feliz y además soy parte de la transformación de las nuevas generaciones.

6-Jóvenes emprendedores y sus proyectos comunitarios, hacienda la labor en Ahuachapán.



Renato Vásquez miembro de Red Juvenil Torogoz y ACIOES.

Una acertada forma de hacer crecer económicamente un país y luchar contra la pobreza es la creación de empresas que inician desde pequeñas cosas, con una visión o un sueño en el horizonte, tal como comparte la experiencia Francisco Cinco, Director de Audio video y Fotografía La Labor, acerca de su actual proyecto en marcha.

El Proyecto que nace como una necesidad, ya que, en la comunidad no había quien tomara fotos, ni grabara vídeos en los eventos que había dentro, ese fue el motivo principal. Con el paso del tiempo se convirtió en parte de mi día a día, aunque han habido caídas, aún sigo y gracias a Dios es algo que me gusta, ya que, desde hace mucho, a mí me gustó siempre la informática y cuando se dio la oportunidad no lo pensé dos veces, comencé tomando fotos con la cámara de un celular de los famosos Blackberry, luego al año compré una cámara digital pequeña sólo para fotos, pero ahora ya tengo mi propio equipo de grabación de vídeos y toma de fotografía y con la ayuda de CONAMYPE ahora es catalogado como micro empresa con el nombre de Audio video y Fotografía La Labor.”

Al comentar la experiencia, nos permite destacar la disponibilidad y la valentía de los jóvenes arriesgándose al invertir parte de su tiempo y esfuerzo en estos proyectos. Les consideramos como personas visionarias y enfocadas en lograr un desarrollo sostenible, siguen trabajando para crecer

como redes y grupos juveniles influyentes en El Salvador, para generar mejores condiciones de vida de las familias en sus comunidades.

7-Experiencia de mujeres emprendedoras de Comasagua.



Marcela Espinoza, Técnica de FUNDESYRAM

La situación económica de las familias de El Salvador es una de las condiciones más sensibles de esta sociedad, pues las oportunidades laborales son mínimas y las que se presentan requieren de una buena formación para ser calificados. Sin embargo, existe un espíritu emprendedor a las que las personas optan como mecanismo para obtener los ingresos familiares.

En el artículo se comparte el proceso de emprendimiento de Yanira Interiano, quien inicia con la formación en comercialización y se incorpora a grupos de auto ahorro, que llega como aporte a las comunidades desde la inducción de una ONG. Esta fue una razón que motivo a realizar un mercadito local entre la población de habitantes de Comasagua, buscando una fortaleza económica de cada mujer en la comunidad. Estas iniciativas inician con la formación sobre producción orgánica de hortalizas, elaboración de insumos y trabajo grupal.

Se han empoderado de conocimientos para la producción de algunos cultivos como: Rábano, cilantro, lechuga, cebollines, estos productos a la fecha son producidos individualmente. Yanira logra visualizar la incorporación de otros cultivos a su parcela y transforma un área de monocultivo y deforestada, a una parcela semipastoril, con la incorporación de frutales y áreas específicas para alojar animales. Entre los frutales incorporados están: mango, maracuyá, guayabas, limones, cocos, guineos, aguacates, zapotes, jocotes de verano, loroco y nances. Estos cambios en la finca hacen que se mejore el medio ambiente y con la diversificación de los cultivos se tenga las oportunidades de mayores ingresos económicos para la familia.

En el manejo de los cultivos se utilizan abonos, foliares, fertilizantes, orgánicos y el agua que se utiliza se obtiene de una vertiente de la comunidad y se traslada por gravedad hasta la finca, a la instalación de riego de un sistema por goteo. En los frutales como mango y guayaba, se embolsa el fruto para protegerlos de los insectos y lograr su desarrollo deseado. En cuanto a la comercialización

se logra de manera individual y colectiva con la asociación de mujeres y jóvenes. También se ha realizado una inversión en casa malla, que les favorece en la producción de hortalizas, considerando que las hortalizas requieren especial atención, pero que ha sido posible los cultivos de tomate, chiles, cilantro, cebollín, rábano, tomates, lechuga y múltiples aromáticas.

El colectivo de mujeres aporta de sus cosechas individuales, generando una canasta nutricional, compuesta por verduras, hortalizas y frutas, que de igual forma son comercializados. Otra de las formas de ingresos entre las mujeres es la elaboración de comidas típicas y que es promovida por la familia, en servicio a domicilio y de consumo en el lugar donde se elabora. De esta forma la iniciativa del emprendimiento y motivación personal ante el comercio y resolver las condiciones económicas independientes y familiares, ha dado apertura y buen resultado hasta la fecha en la comunidad de Comasagua. Estas acciones han fortalecido, la economía familiar, pero de manera personal han generado estados de seguridad y toma de decisiones de las mujeres, contribuyendo de esta forma en la autoestima de las mismas, combatiendo en gran medida que se presente casos de violencia, pues hay independencia económica y mayor desarrollo individual en las formas de pensar, la organización y trabajo en equipo, que de igual forma beneficia al ambiente familiar.

8-La formación es clave para lograr mejores resultados en comercialización.



Mariano Mendoza, Boris Andrade Cortez, FUNDESYRAM Tacuba

La Cooperativa el Mandarino del Municipio de Tacuba es fuerte en la producción y reproducción de peces, una de las claves para el cultivo de alevines es tener todo el conocimiento de lo que se está reproduciendo, no se puede producir sin saber el manejo y comercialización de la tilapia de agua dulce.

La experiencia es compartida por Mariano Mendoza, socio de la cooperativa el Mandarino de Tacuba. Nosotros comenzamos con la producción de peces, siempre la estábamos comprando y dependiendo del mercado, pero un día recibimos una capacitación de manejo de la tilapia, como podíamos sexar nosotros mismos y no estar dependiendo de alguien más, eso nos ayudó mucho en nuestra independencia porque nosotros con el tiempo hemos hecho nuestro mercado, aquí la gente cuando sabe que ya la tilapia esta de tiempo para comer, nos la vienen a buscar y en ocasiones no nos ajusta la que tenemos, en verdad este rubro nos deja muy satisfechos porque realmente lo que invertimos lo sacamos y podemos mantener a flote nuestra cooperativa.

Además tenemos intercambio con otros productores, les capacitamos y aprendemos de lo que ellos están haciendo y eso nos fortalece, porque para nosotros es algo nuevo que incorporamos a la forma de producir que tenemos, también como socios no solo vendemos si no que tenemos alimento para nuestras familias, que es uno de los principio con los que fuimos constituidos que íbamos a producir para nosotros y para la demás población y así lo hacemos, considero que el trabajo en equipo y la organización nos han permitido estar donde estamos actualmente, el capacitarnos constantemente y el saber escuchar las mejoras que debemos de hacer en nuestras parcelas ha sido una clave muy importante para poder tener el reconocimiento que la población, esto hace que nuestro sea reconocido en el municipio.

9-Emprendimiento una oportunidad para la vida.



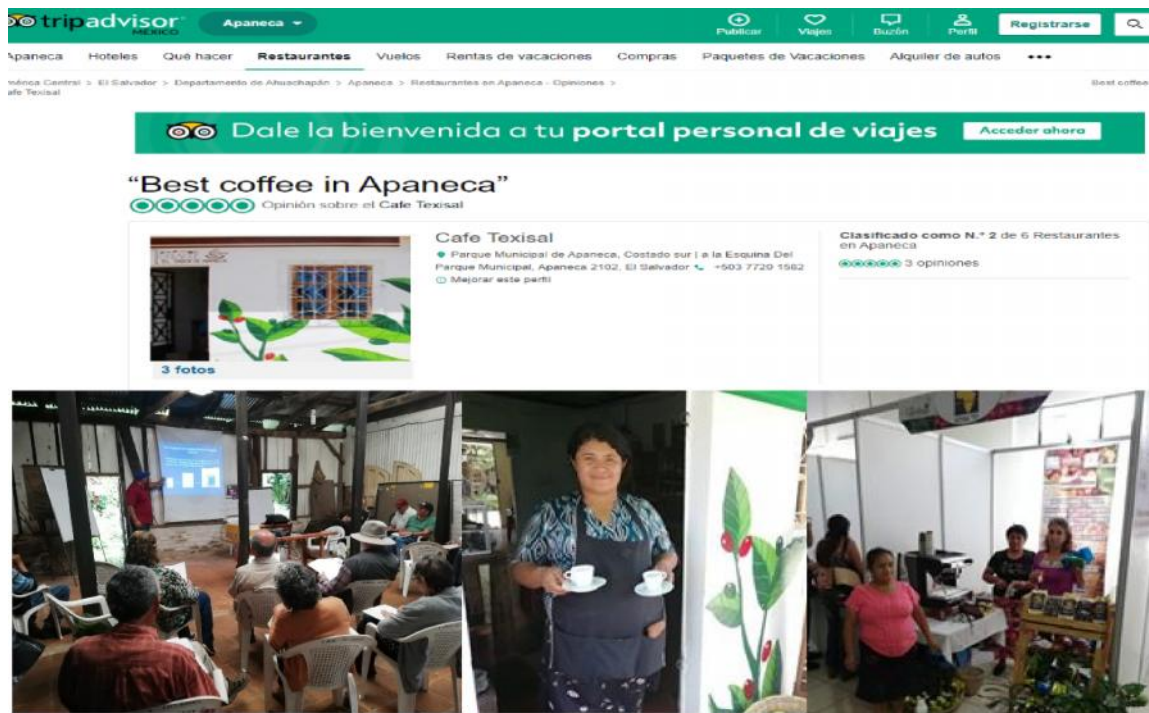
Ana Mercedes Magaña, FUNDESYRAM

Básicamente, se puede definir el emprendedurismo, como el proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto que busca la adquisición de ingresos y permita mejorar su economía. Los diversos emprendimientos conllevan a realizar una serie de etapas que permiten consolidar y alcanzar el objetivo, auxiliándose de una herramienta llamada Plan de Negocios que le permite al emprendedor tener una planificación bien elaborada y bastante definida del proyecto a emprender.

Las condiciones económicas y la falta de oportunidades laborales se convierten en oportunidades para iniciar un emprendimiento para muchas mujeres y jóvenes a nivel local y comunitario, estos emprendimientos en su mayoría están enfocados a la venta de: hortalizas, granos básicos, miel de abeja, encurtidos, panadería, preparación de alimentos, especies menores, confección de ropa, serigrafía y artesanía. Es importante resaltar que los grupos emprendedores como las que trabajan solas sus emprendimientos deben de estar siempre en constante capacitación y en búsqueda de otras alternativas que ofrecen las instituciones en diversos programas, esto les permite fortalecer sus conocimientos y colocarse en otros espacios para comercializar sus productos en nuevos mercados.

Los emprendimientos son grandes oportunidades para la vida de muchas mujeres, jóvenes y hombres no solo para fortalecer su economía, también porque fortalecen sus capacidades y gestiona sus recursos, convirtiéndose en economistas y pequeños empresarios e independientes.

10-La capacitación y el uso de medios sociales, estrategias para mejorar la comercialización.



Manuel Vega FUNDESYRAM RBA-I

En la actualidad las distintas formas o medios de comunicación son tan diversos que permite conectarse y comunicarse con todo el mundo, sin importar en donde se encuentre, y utilizar estos medios es tan fácil y sencillo que hasta los niños lo hacen, además su acceso es económico y masivo, facilitando la promoción productos y servicios para aumentar su comercialización.

En la actualidad FUNDESYRAM y sus socias estratégicas, desarrolla proyectos de cooperación con las comunidades del territorio de la Reserva de Biosfera Apaneca Ilamatepec, en el que el fuerte es la producción es el Café, ante esta situación y debido a las bajas de precios en los mercados internacionales, se trabajan diferentes estrategias que ayuden a los productores a identificar las oportunidades de mercados, mejorando, además, sus procesos de transformación y comercialización del café. Para lo cual FUNDESYRAM, ha desarrollado Diplomados muy importantes en la temática de la comercialización, como parte de la estrategia de crecimiento en la conformación de tejidos comerciales entre pequeños productores, asociaciones cooperativas, entre los aspectos de mayor interés para poder tener acceso a nuevos mercados tanto locales como internacionales; este proceso de formación ha generado las capacidades para el uso eficiente de los diferentes recursos y plataformas de comunicación existentes en el medio, que les permite posicionar sus productos en diferentes mercados

11-Juventud Emprendedora: Red Juvenil Torogoz – Jujutla.



Renato Vásquez miembro de Red Juvenil Torogoz y ACIJOES

El emprendedurismo es sinónimo de valentía y esfuerzo, toda gran empresa tuvo un inicio, que pudo haber sido con muchos o pocos recursos económicos, humanos o técnicos, sin embargo, el estar enfocados en lograr algo, puede determinar en gran medida el éxito de lo que muchos sueñan. En este caso una iniciativa económica desarrollada por la juventud es el Cibercafé “Servi TIC” de Red Juvenil Torogoz en el municipio de Jujutla, Ahuachapán, en lo cual Wilber Ochoa comenta un poco sobre su experiencia como encargado de Servi TIC: “Nuestro actual emprendimiento se llama Servi TIC, el cual nació cuando un grupo de jóvenes visionarios tenían una idea en el año 2014 para la cual fui invitado a formar parte para presentar un proyecto a CECADE.

Para el 2015 se nos formó en la elaboración e implementación de planes de autogestión e iniciativas productivas. El mundo del emprendedurismo al inicio nos presentó demasiados desafíos, pero la clave estuvo en salir de la zona de confort para conocer aquello que nos daba pánico. Al inicio debemos reconocer que solo piensas en dividir ganancia, pero seguro el emprendimiento fracasa, la clave está en la visión de corto, mediano y largo plazo del equipo de trabajo que son parte del emprendimiento en las estrategias de inversión y crecimiento. Lo que me gusta del emprendimiento es que creas oportunidades de manera directa o indirectamente para la comunidad y lo que más me ha costado es tener un equipo de trabajo comprometido y la parte financiera.

Se puede destacarse que estas iniciativas dinamizan la economía de sus comunidades, al ofrecer productos y servicios muy demandados y necesarios por la sociedad en la actualidad, además de generar ingresos económicos y experiencia técnica para quienes prestan sus servicios en estas organizaciones, volviéndolos más competentes en el mercado laboral actual.

12-Emprendimiento en la Reserva de Biosfera Apaneca-Illamatepec.



Pedro Alberto Matamoros Santana y Manuel Antonio Gonzales- FUNDESYRAM

Con el fin de apoyar las iniciativas de emprendedurismo FUNDESYRAM desarrolla varios programas de capacitación de formación para elaboración de algún tipo de producto y la comercialización de este. Dentro del trabajo y las experiencias vividas hemos conocido el desarrollo comercial de Toñito como es conocido por el equipo técnico de FUNDESYRAM, el personaje del que les hablo ha incursionado no solo en una rama de la comercialización dentro de los proyectos con FUNDESYRAM, también comercializa conejos y otras especies menores; en la actualidad se encuentra comercializando café molido, plantas de café injertada y no injertadas, insumos orgánicos estos últimos los comercializan con un grupo de compañeros de su comunidad.

Lo más destacado de Toñito es su capacidad de hacer clientes de forma fácil, él se ha dado a conocer por su participación en ferias y otros eventos, lo curioso de él es que siempre se hace acompañar de una mochila donde carga sus productos como café, choco café, vinos de frutas y de flor de Jamaica entre otros, y por sus acciones hace contactos que luego se vuelven clientes y tampoco dice no puedo hacerlo una cualidad de todo empresario.

La actividad de andar sus productos o muestras de ellos es conocida comercialmente como promoción de boca en boca, además de hacer esta promoción debe de acompañarla con la calidad de sus productos que lo posicione como un proveedor de productos de calidad y con buen servicio de entrega.

Parte de las anécdotas de Toñito (Manuel Antonio Gonzales de El Limite de Taltapanca de Apaneca y La Concepción de San Pedro Puxtla). "Pregunta a Pedro ¿quién me pueda vender gallinaza y 1,000qq?, tenemos que hacer 3,000 qq de bocashi para venderlos que, bueno pues sí, fíjese que una organización me ha pedido si le puedo hacer esa cantidad de abono y les dije a los compañeros que los hagamos y los hicimos, además de esto ya tengo jocote de corona, ya los palos están cosecheros y este año les cortamos \$700.00 que sirvieron para pagar algunos trabajos de la finca.

Una de las fortalezas de don Manuel Antonio es que además de llevar sus productos siempre consigo, se dedica a la producción y comercialización, de una manera diversificada, además de estar siempre estar dispuesto a hacer las cosas o conseguirla con el fin de comercializarlas, para que sus

clientes cuenten como produce su café, frutas y chocolate hace su producción forma agroecológica y también los invita a visitar la finca lo cual genera confianza en los clientes.

13-Las motivaciones de emprendedores que llevan al poder de la



comercialización.

Raúl Mendoza, FUNDESYRAM RBA-I

Saber organizarse de una manera productiva, superando errores y dificultades, ha sido el caso de La Cooperativa Piedras Azules de la zona de Candelaria de la Frontera del departamento de Santa Ana en la zona occidental del país, actualmente la conforman pequeños productores cafetaleros, hortaliceros y personas aledañas a la zona que de una o de otra manera se involucran en actividades de producción agrícola, una de las motivaciones para poder organizarse como cooperativa ha sido la alta producción de los cultivos y la poca oportunidad de poder comercializarla a un buen precio justo.

Actualmente FUNDESYRAM a través del proyecto Fortalecimiento y articulación de OSC para la promoción y el fomento de la Agricultura Orgánica en pro del desarrollo sustentable e inclusivo en El Salvador, apoyo en una de las ideas que por mucho tiempo no se había podido hacer realidad, pero que ya en el presente año 2019 se llevó a cabo, se habla de la elaboración de una de las 3 tiendas agroecológicas o puntos verdes.

Actualmente este punto de venta se ha convertido en una oportunidad para poder comercializar los productos cultivados y procesados sin necesidad de un intermediario o los también llamados coyotes. Los socios han desarrollado capacidades para poder comercializar de una manera justa, en la cual se reconozca el trabajo que día con día requieren los cultivos, el punto verde aglutina en su existencia de productos alrededor de más 30 variedades, algunos de estos también ya llevan un proceso de transformación, dándoles un valor agregado. Una de las oportunidades que estas personas han aprovechado es la facilidad del uso de las redes sociales, la mayoría de las publicaciones para promocionar sus productos son por parte de los jóvenes hijos e hijas de los socios fundadores. Actualmente la cooperativa es una de las referentes productoras y comercializadoras de planta de café de calidad en el departamento de Santa Ana y su café procesado esta también fuera y dentro de nuestro país.

14-Emprendimiento sobre la Comercialización de café cooperativa TEXISAL.



Bryan Trujillo, FUNDESYRAM

En la actualidad muchos caficultores atraviesan la crisis por bajos los precios del café, esto ha obligado a muchos productores a buscar alternativas diversas para no hacerlo de una forma tradicional de entregar el grano en uva a un beneficiador, ahora ya se está dando otras alternativas con valor agregado, haciendo procesos como despulpado, lavado, secado, trillado, tostado, molido y empacado. Esto lo hace un grupo de personas productores de la zona de Taltapanca y Palo Verde del municipio de Apaneca, Ahuachapán. Estos productores ya iniciaron emprendiendo e incursionando en darle el proceso completo al café, para lo cual, formaron una cooperativa que incluye a los productores de dichas comunidades y se enfocan en producir café de alta calidad, desde una buena variedad, seleccionando el fruto en su punto óptimo de maduración y dándole el proceso adecuado, lo que los ha llevado a realizar todas las fases de la cadena productiva hasta la comercialización, en un producto listo para ser consumido, para lo cual, ya cuentan con una marca registrada de café con una presentación llamativa al público.

Algunos de los miembros de esta cooperativa ya se capacitan en algunos temas más especiales como captación y barismo, esto les permite asegurarse de que su café es de alta calidad y que pueden darle un valor, que se ve reflejado en una taza de calidad como una bebida gourmet. Es muy excelente su historia y experiencia que este grupo de caficultores demuestra ya que pasaron de una forma tradicional a darle un valor agregado y así obtener una solución a la situación actual del café. Ellos ven la necesidad de innovar en su producto es así de esta manera que van abriendo camino y emprendiendo poco a poco hasta llegar al punto de abrir una cooperativa y una cafetería que les permite exhibir y dar a conocer su producto y el esfuerzo que hace cada caficultor.

15-Las emprendedoras de JEMVI venden con orgullo agroecológico.



Emprendedoras, JEMVI

Un(a) buen(a) emprendedor(a) es asertivo/a, ve más oportunidades que obstáculos, tiene una pasión tan fuerte que gana de su cansancio y una mente creativa que combate la rutina. Además, entienden las oportunidades del mercado y tiene orgullo por su producto, lo cual convence a los clientes de comprar sus productos. Los productos agroecológicos tienen un gran potencial para la comercialización. Son productos de calidad que tienen un valor agregado, una historia de contar y un idealismo de transferir. Paso a paso hay más consumidores conscientes que están entusiasmados a comprar productos agroecológicos. A los productores agroecológicos solo les falta producir y encontrar las oportunidades que el mercado ofrece.

Un ejemplo exitoso de la comercialización de productos agroecológicos es la organización JEMVI, que forma parte de la red agroecológica de El Salvador. JEMVI existe de mujeres emprendedoras de las comunidades de La Laguna y de Dulce Nombre de María en la zona de Chalatenango. JEMVI tiene un convenio con productores locales que producen en manera agroecológica y transforman sus productos en entre otros champús, jabones, vinos y dulces, de esta manera dando un valor agregado al producto. JEMVI empezó en el 2017 y logra cada vez a aumentar su mercado y la variedad de sus productos. Cuenta ya con diferentes canales de distribución en varias regiones del país, y participa activamente en varias ferias. Las emprendedoras no se pierden ninguna oportunidad de venta y se aprovechan de los vínculos establecidos por pertenecer a la red agroecológica de El Salvador. Las emprendedoras, beneficiando de los talleres de teatro que recibieron venden con orgullo y sin tener miedo de acercarse al cliente y explicarles sobre los beneficios que traen sus productos.

Aunque siempre hay espacio para mejorar y todavía existen retos grandes para aumentar la venta, pero sin embargo el ejemplo de JEMVI muestra que los productos agroecológicos forman una excelente oportunidad para seguir adelante y generar ingresos. Espero que muchos más productores y vendedores sigan este ejemplo y generen ingresos mientras cuidan al medio ambiente y a la salud de los clientes.

16-COMUS y la red de tiendas en el departamento de Usulután, economía solidaria para el desarrollo comunitario.



Equipo técnico de COMUS, Víctor Martínez, FUNDESYRAM

La Asociación Coordinadora de Comunidades Unidas de Usulután, COMUS, es una Organización no gubernamental; de interés social no lucrativo; apolítica; y arreligiosa; que aglutina a 38 comunidades de la zona sur central del departamento de Usulután. El Salvador. Fue fundada en 1990 y obtuvo su personería jurídica el 27 de junio de 1994, bajo el acuerdo No 49 del Ministerio del Interior de El Salvador.

COMUS nace para responder a la necesidad de crear un programa de desarrollo rural integrado en comunidades con alta vulnerabilidad social, ambiental y económica. Con una filosofía de desarrollo humano justo y equitativo, fundamentada en diagnósticos situacionales de los municipios de San Francisco Javier, Ozatlán, Tecapán, San Agustín, Jiquilisco y Berlín, la Asociación trabaja de cara a las problemáticas de inexistencia de fuentes de trabajo, baja capacidad de productividad de la tierra, y la degradación progresiva del medio ambiente.

COMUS surge en el marco del conflicto bélico que se vivió durante la guerra civil, planteándose como principales ejes de apoyo el acceso a la tierra y la promoción de la defensa de los derechos humanos entre sus miembros. Luego de finalizada esta etapa, sobre la base de su experiencia acumulada, COMUS inició en 1994 un proceso de reorientación y reflexión sobre la situación socioeconómica y del medio ambiente de las comunidades, que condujo al replanteamiento de acciones con el fin de lograr un salto cualitativo y cuantitativo de un trabajo de subsistencia a un trabajo de desarrollo.

En este sentido se integran tácticamente dos programas: El social y El económico – Productivo. El programa social contiene los componentes de organización social, educación, salud, infraestructura física y medio ambiente. El programa económico productivo contiene los sistemas de producción orgánica y convencional, las microempresas rurales, agroindustriales y la economía social comunitaria.

La estrategia de comercialización se ha direccionado en tres rumbos: a) Comercialización local, que se orienta a responder a la demanda del consumo interno en las comunidades de cobertura de

COMUS. Red de Tiendas comunitarias, b) Mercado regional, que consiste en establecer alianzas con organizaciones de otras regiones del país y c) Mercado nacional, que se orienta al suministro de productos a entidades públicas y privadas del país.

Es un espacio para la comercialización de la producción local, en el cual los principales actores son las/los miembros de las comunidades representados en las ADESCOS, y las diversas estructuras existentes, bajo el enfoque de Economía Solidaria. Acercar el mercado a las familias en la comunidad para que pueda vender y adquirir productos de consumo básico que no se produce localmente. Los proveedores de productos son locales y nacionales, café, maíz, frijol, huevos, carne, dulces, arroz, azúcar, aceite, pastas y otros.