

Capital semilla impulsa negocios innovadores

< POR LEISA SÁNCHEZ >

La generación de empleo, desarrollo productivo y posicionamiento comercial es una demanda del sector microempresarial. Así lo demuestran cinco proyectos que, con la entrega de capital semilla, desarrollan innovadores planes de negocios no solo enfocados al beneficio personal, sino también al desarrollo social y económico en sus localidades.

Esas experiencias forman parte del primer Concurso de Planes de Negocios Asociativos, *Emprendefe*, que es un programa de responsabilidad social a cargo de Credife Desarrollo Microempresarial y de la Fundación Crisfe, con el apoyo de Banco Pichincha y en alianza con Microsoft.

Credife es subsidiaria del Banco Pichincha y presta servicios financieros al sector microempresarial, mientras Crisfe es filial de la misma institución bancaria y fomenta acciones de responsabilidad social, desarrollo integral sustentable y proyectos educativos.

Emprendefe es un programa de promoción de la cultura del emprendimiento en la comunidad y brinda capacitación y asistencia técnica para la gestión comunitaria, empresarial y planes de negocios. En 2008 se realizó el concurso de planes de negocios estudiantiles con el otorgamiento de becas a estudiantes de colegios. En 2009 se convocó al primer concurso de planes de negocios asociativos en comunidades donde opera el programa Faros del Saber Ciudadano, impulsado por Crisfe.

En ese último certamen se premiaron proyectos que se destacaron por el impacto socioeconómico y ambiental,

El primer Concurso de Planes de Negocios Asociativos, *Emprendefe*, muestra el potencial y la creatividad de microempresarios interesados en el desarrollo socioeconómico de sus localidades.

la generación de empleo, la innovación, la originalidad y la creatividad, y tuvieron en cuenta ventajas competitivas, la viabilidad operativa y económica, y criterios de sustentabilidad y sostenibilidad.

Entre los propósitos de *Emprendefe*, explica **Paúl Arias**, gerente general de Credife, está vincular organizaciones financieras y emprendimientos asociativos para “reforzar canales de comunicación y entendimiento, que es lo que requiere nuestra sociedad para avanzar”.

Así, añade, “consideramos altamente válido y positivo este proceso, con medio centenar de ejecutivos de primer nivel del Banco Pichincha trabajando voluntariamente con las comunidades y reforzando sus valores”, con 500 horas de capacitación para las iniciativas presentadas y 470 ideas debatidas, discutidas y priorizadas con las comunidades.

Respecto a los resultados del concurso del año pasado, Arias destaca el trabajo asociativo y menciona, por ejemplo, que entre los finalistas premiados hay una diversidad de sectores: jóvenes, indígenas, mujeres y grupos familiares periurbanos.

Por su parte, **Augusta Bustamante**, directora de Crisfe, recuerda que, tras la gran acogida en 2008 a la convocatoria estudiantil, en 2009 se inició una experiencia “aún más ambiciosa” con los emprendimientos asociativos locales, que abarcó 18 comunidades de la Sierra y la Costa, en las que funcionan los Faros del Saber Ciudadano.

Inicialmente, explica, participaron 1.024 emprendedores de varias comunidades, entre otras, Colta, Simiátug, Ricaurte, Penipe, Machalilla, Saraguro, Tarqui y Cayambe.

Con este concurso, expresa Bustamante, comprobamos el valor de fomentar la asociatividad, debido a que “en poblaciones pequeñas es muy importante generar cadenas productivas que complementen e integren las ofertas de bienes y servicios, pues muchas veces es difícil emprender individualmente en mercados restringidos”.

Los proyectos ganadores de capital semilla en el primer Concurso de Planes de Negocios Asociativos-*Emprendefe* fueron los siguientes:

Primer lugar: Producción artesanal de *souvenirs* a base de la cabuya, Asociación salesiana Simiátug Samai, parroquia de Simiátug, provincia de Bolívar. Premio: \$ 9.000.

Segundo lugar: Producción y comercialización de hongos de pino, parro-

quia de Salinas, cantón Guaranda, provincia de Bolívar. Premio: \$ 2.500.

Segundo lugar: Hortalizas orgánicas La Campesina Buena Esperanza, parroquia Cangagua, cantón Cayambe, provincia de Pichincha. Premio: \$ 2.500.

Tercer lugar: Crianza y exportación de cuyes mejorados, Yayacuy, parroquia Río Negro, cantón Baños, provincia de Tungurahua. Premio \$ 1.500.

Tercer lugar: Producción de salchichas de conejo, Los Alpes, cantón Cevallos, provincia de Tungurahua. Premio: \$ 1.500.

Mujeres emprendedoras

Las fibras naturales se convierten en artículos artesanales aptos para la exportación, gracias a la labor de la Asociación salesiana Simiátug Samai, que cuenta con 250 socias.

Las mujeres artesanas afirman que “Simiátug es nuestra *llacta*, el territorio donde nacimos y vivimos y Samai es el espíritu, la creatividad y la fuerza que nos alienta”. La destreza y la creatividad se muestran en portafolios, bolsos, tapetes, coberturas de agendas y portabotellas. Con orgullo resaltan que “exponemos la cultura y las tradiciones de nuestra región, sin descuidar la calidad para satisfacer las necesidades del mercado”.

Las artesanías elaboradas con cabuya y los bordados son fruto del conocimiento de anteriores generaciones: mujeres indígenas, madres y analfabetas, cuyo único sustento era generado principalmente por el trabajo de los hombres en la agricultura y el pastoreo de animales. Durante la crisis de 2000, surgió la iniciativa de bordar unos simples “cuadritos de tela”, que expresaban “vida, luz, alegría, sentimientos e identidad”. De esos retazos, surgió una variada gama de productos que hoy se destacan por sus atractivos y coloridos diseños.

“Queremos convertirnos en un centro de desarrollo, que genere empleo local y contribuya al bienestar de nuestra gente y a su afianzamiento en la comunidad. Nos enfocamos en mantener y reflejar nuestras tradiciones en cada uno de los diseños, sin perder la esencia de la artesanía típica de nuestro Ecuador”, afirma **Magali Poaquiza**, dirigente de la microempresa.

El objetivo, dice Poaquiza, es fortalecer la microempresa, capacitar a los productores, impulsar la comercialización y ganar reconocimiento interna-

Las mujeres de Simiátug Samai ponen especial énfasis en la exclusividad de sus artículos.

cional, para lo cual valora el apoyo del concurso, porque, acota, “con ese premio estamos mejor y sabemos cómo mejorar”.

“Antes la cabuya se utilizaba para los senderos y se procesaba para elaborar costales, en cambio ahora la aprovechamos en artículos de artesanía”, manifiesta la dirigente, al añadir que la comercialización se lleva a cabo en Quito y Guayaquil, y han hecho contactos para vender en Italia y Japón.

Las mujeres de Simiátug Samai aseguran que sus productos son exclusivos; desde la selección de las fibras hasta los procesos de confección y terminado. Argumentan que “muchos productos ofrecidos en el mercado local, por ejemplo en las ferias, provienen de otros países como Perú y Bolivia, y no son de una alta calidad”.

La expansión de los procesos de fabricación, el incremento del número de asociados, la calificación del personal, la certificación de los productos y el compromiso con la responsabilidad social y ambiental son algunos propósitos adicionales de las artesanas.

Las campesinas de Buena Esperanza

Otro grupo de mujeres fortalecido es el que forma la microempresa La Campesina Buena Esperanza, que se dedica a la producción, acopio y venta de hortalizas orgánicas, frutas, carne de cuy, granos, harinas, huevos de campo y plantas medicinales, bajo el modelo asociativo de “calidad a precios y pesos justos”.

Esta iniciativa asociativa se enfoca en generar ingresos económicos adicionales familiares a través de la diversificación agrícola de las parcelas, del manejo agroecológico y del turismo comunitario. Según la propuesta original del proyecto, es necesario generar empleos para las socias y dinamizar la economía del sector con el acopio y la comercialización de productos propios de la zona.

Por ejemplo, se provee de granos y harinas a la iglesia parroquial de Cangagua y está en trámite la venta de carne de res,



Cortesía de Emprendefe.

borrego, pollo, cerdo y hortalizas a un centro infantil y a florícolas. Además, comercializan canastas con variedad de hortalizas, frutas, plantas medicinales, huevos de campo y cuyes.

La comercialización de los productos se realiza en puntos de venta, a domicilio y bajo pedido. El valor agregado de La Campesina Buena Esperanza es brindar productos sanos y de calidad, garantizando precios justos y el acceso a los consumidores, así como la opción de conocer el proceso con visitas a las fincas integrales.

En Cayambe existe una alta demanda de productos orgánicos por la exigencia de una alimentación sana y un alto flujo turístico en la zona. Sin embargo, señala la propuesta concursante, 60% de los productos utilizados en la elaboración de alimentos para el turismo nacional y extranjero procede de los mercados de Quito y solo el restante 40% es de producción local, la cual “lamentablemente por no contar con certificaciones no puede ser comercializada en mayor porcentaje”.

Es decir, el potencial de desarrollo del negocio es suplir la carencia de productos orgánicos locales —sin químicos y con certificación—, que generen confianza y garantías de calidad.

El sabor del páramo

La producción y comercialización de hongos de pino es otro emprendimiento ganador. Delicatessen Mama Miche es una empresa familiar creada en 2003 y que ahora produce hongos secos de pino que, además del consumo nacional, pueden tener potencial de exportación a Italia y España.

Gilder Durán, gerente del proyecto, recuerda los inicios del negocio familiar y señala que “teníamos una tienda con la prioridad de ayudar a las personas de las comunidades con productos de primera necesidad, la mayoría a crédito”.

A partir de 2008 comenzaron a producir y comercializar a granel hongos secos de pino. Delicatessen Mama Miche involucra a diez comunidades de la zona alta de Salinas y beneficia espe-



Cortés de Emprendef.

cíficamente a 100 familias. El proyecto en marcha persigue dotar de valor agregado a los hongos, es decir, procesarlos en aceite de oliva, en salmuera, refrigerados y precocidos.

Durán afirma que, además de la satisfacción personal de tener un trabajo propio, ayudar a la familia y apoyar a campesinos de la zona, han creado una marca propia: Mama Miche. Sin embargo, también ha habido dificultades y desafíos, entre los que cita la obtención del registro sanitario, las nuevas presentaciones (fundas y cartones) y el posicionamiento de los productos en las grandes cadenas comerciales.

La recolección de los hongos se realiza en la época de invierno. Para obtener un kilo de hongos secos se requieren entre 10 kg y 12 kg de hongos frescos. En la planta de procesamiento se seleccionan los hongos deshidratados de calidad *Premium* y se enfundan en presentaciones de 100 g y 50 g.

En Bolívar están los grandes productores de hongos secos: la Fundación Grupo Juvenil Salinas es la mayor, con alrededor de 14 toneladas anuales, y destina sus ventas a Europa, seguida por Delicatessen Mama Miche, con 10 tm de producción y comercialización en el mercado nacional. La lista se completa con otros productores menores como

Delicatessen Mamá Miche promueve la producción, comercialización y consumo de hongos secos de pino.

Cayambe Urco Sisa.

Los hongos de pino constituyen un alimento de alto valor nutritivo, con vitaminas y minerales. Países como Chile, Argentina y Uruguay han desarrollado este cultivo.

La propuesta de Mama Miche es generar mayor interés en el mercado nacional, al considerar que el bajo consumo doméstico obedece principalmente a tres factores: la poca tradición de consumo, el desconocimiento de las bondades alimenticias y la existencia de hongos tóxicos.

Se estima que el mercado interno consume la mitad de la oferta, que se coloca en supermercados, hoteles, *delicatessen* y el sector industrial de alimentos.

Novedades: cuyes y conejos

Germán Guáitara tuvo serias dificultades de empleo y se le ocurrió que debía dar utilidad a su propiedad, ubicada en la comuna Nicolás Martínez, en la parroquia Río Negro del cantón Baños. Se capacitó, reunió dinero para levantar un galpón y comprar las crías,

y puso en marcha el negocio de crianza y mejoramiento de cuyes.

Su formación empresarial ha pasado por la capacitación de varias instituciones en el manejo, producción y comercialización del cuy, y talleres de motivación para emprendedores, formación y administración de empresas, manejo administrativo y plan de negocios.

Yayacuy da nombre a una iniciativa con visión de exportación a China, Japón y España. Hace dos años arrancó este proyecto que partió de la valoración de la alta demanda de la carne de cuy no solo en el mercado interno, sino también por parte de los migrantes.

Aunque en Tungurahua hay problemas por la ceniza del volcán, las sequías y las heladas, la granja de Guáitara está situada en la zona oriental y no sufre estas dificultades. La calidad de la producción obedece a varios factores, entre los que menciona, “la alimentación a base de maíz duro y caña de azúcar que le da otro sabor a la carne, la no utilización de sustancias químicas en los pastos y que el agua de riego es de fuente, es decir, no proviene de canales”. Otra ventaja potencial es la cercanía a los mercados de Puyo, Baños y Ambato.

Pese a dificultades como “la falta de crédito ágil y oportuno, los altos intereses, los limitados montos y corto plazo de pago”, Guáitara ha salido adelante y afirma que “la gestión empresarial ha sido muy satisfactoria, se ha incrementado el número de crías y aumentado la capacidad de la granja”.

El capital semilla, en particular, resultó un espaldarazo para la compra de crías, de herramientas para acondicionar el pasto y la granja, y de alimentos para los animales.



RECUADRO 1

CREDIFE DESARROLLO EMPRESARIAL

“Desde el inicio de su operación, hace 11 años, Credife ha enfocado su labor a entregar una herramienta de trabajo y desarrollo adecuada a las personas emprendedoras de nuestro país, a través de un grupo humano capacitado y responsable, con atención y metodologías adecuadas, y buscando relaciones de largo plazo con nuestros clientes, con lo cual pretendemos lograr mejores y mayores efectos en su trabajo, a través de una gestión que se reinventa permanentemente”, manifiesta **Paúl Arias**, gerente general de Credife.

Más de 200.000 familias en todo el país han sido atendidas a través de créditos por un valor cercano a \$ 1.400 millones. “Somos la organización de microfinanzas más grande del Ecuador, con reconocimiento nacional e internacional por nuestro trabajo”, afirma Arias, aunque considera que hay mucho por hacer en la búsqueda de formas nuevas e innovadoras para llegar a la población que lo requiere, de entender sus necesidades y apoyarlos para salir de las exclusiones que enfrentan.

—¿Qué prioridades o acciones se han planteado frente a la próxima convocatoria de **Emprendefe**?

—Ratificar el propósito inicial de fomentar la inversión en capacitación como parte de una cultura en el país, mantener el diálogo y el trabajo mancomunado como una relación de largo plazo con resultados.

—¿Qué sectores considera **Credife** que deben recibir mayor apoyo?

—Debemos buscar la manera de llegar, en primer lugar, con metodología y recursos adecuados para el emprendimiento, es decir, a tiempo y con una evaluación adecuada, conjuntamente con asesoría y un esquema relacional.

Por otro lado, lograr que reconozcamos el trabajo y la formalización de las actividades como otros factores que refuerzan la institucionalidad de nuestra nación que tanto lo necesita para seguir creciendo y desarrollando sus potencialidades.



Domilo Vallejo.

Salchichas de conejo

La producción de salchichas de conejo es otra de las novedades ganadoras. La Federación de Asociaciones Comunitarias de Tungurahua encabeza este proyecto de procesamiento de alimentos, que tiene como prioridad el empaque al vacío y la exportación, principalmente de salchichas de conejo para asados.

La intención es desarrollar procesos tecnológicos para productos cárnicos y generar fuentes de empleo que fundamentalmente beneficien a la Asociación Juvenil Cevallos.

Las líneas de producción de la planta Los Alpes son los embutidos y la car-

ne curada. La planta se limitará a los productos que tienen mayor aceptación entre las familias y hogares ecuatorianos, priorizando los botones (salchichas) de conejo, que ofrecen diversas alternativas de consumo como parrilladas, ensaladas y pizzas.

La campaña de posicionamiento de este producto se fundamenta en la apreciación de la carne del conejo y una de las actividades primordiales de la empresa será establecer planes de negocios estables y a largo plazo. Una primera etapa está destinada a la distribución provincial, en aras de ganar paulatinamente otros mercados nacionales y dar credibilidad al producto y a la empresa.

RECUADRO 2
CRISFE

Desde hace más de dos años, la Fundación Crisfe impulsa la capacitación para reforzar las capacidades del emprendimiento, tanto en jóvenes como en adultos. Esta labor, explica Augusta Bustamante, directora de la entidad, se ha realizado en alianza con Credife y con Microsoft del Ecuador, principalmente en centros poblados de menos de 2.000 habitantes.

Esa particularidad poblacional se debe, dice Bustamante, a que “justamente esos sectores tienen muy pocas oportunidades de recibir capacitación y son los que más requieren apoyo, pues la mayor parte de las empresas de servicio, comercio o industriales se hallan centralizadas en las grandes ciudades de nuestro país, lo que impulsa a migrar a las grandes ciudades”.

Por lo tanto, señala, “pensamos que es importante generar fuentes de autoempleo dentro de las mismas comunidades, conjuntamente con destrezas por parte de los emprendedores. Frente a un escenario de crisis económica, el mejor aporte que podemos dar es fortalecer el desarrollo económico local y esta es una de las vías de hacerlo”.

En 2009, añade, Emprendefe entregó 450 becas para capacitación en 18 localidades. Se impartieron 28 horas de capacitación presencial por comunidad para elaborar un plan de negocios. Un elemento innovador e interesante de este programa fueron las capacitaciones voluntarias a más de un centenar de emprendedores comunitarios por parte de 47 ejecutivos del Banco Pichincha.

Con esa visión, se prioriza a los grupos más vulnerables de la sociedad como son los sectores indígenas y comunitarios, así como a estudiantes de los sectores sociales medios y bajos, que puedan perfilarse un futuro de innovación y emprendimiento.

Por ejemplo, puntualiza Bustamante, “la condición de la mujer rural es muy difícil no solo por la falta de oportunidades, sino porque ha existido una cultura que ha priorizado la formación para los hombres. Son las mujeres las que muchas veces quedan a cargo del sustento de sus hogares y cualquier acción que genere opciones económicas nuevas tiene un impacto positivo en toda su familia”.

Como aprendizajes del concurso de 2009, la directora de Crisfe cita la altísima acogida de los programas y la vinculación de los ejecutivos con las comunidades, que permitió “un enriquecimiento mutuo tanto en experiencias como en conocimientos y, al mismo tiempo, la constatación de que en los sectores rurales faltan oportunidades de capacitación”.

“Sabemos que es importante seguir trabajando con estas comunidades en un proceso de enriquecimiento de sus planes de emprendimiento para generar mejores oportunidades de vida para las personas de escasos recursos de nuestro

país. Muchos de ellos, con tan solo obtener un capital semilla, logran importantes diferencias en sus vidas y comunidades”, expresa Bustamante.

Reafirma que Crisfe y Credife seguirán trabajando en la línea de “ampliar nuestro radio de acción a otros ámbitos como son los sectores juveniles urbano-marginales con quienes también deseamos entrar en este tipo de programa”. 



Daniela Vallejo

LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN 10 PUNTOS

El pleno ejercicio del derecho a la libertad de expresión ha tenido avances, pero aún enfrenta retos a largo plazo, según se desprende de una declaración de varios organismos internacionales. Entre los problemas identificados se mencionan “sistemas jurídicos restrictivos, las presiones políticas, comerciales y sociales sobre los medios de comunicación, la falta de tolerancia al pensamiento crítico por parte de los Gobiernos y la necesidad de implementar más y mejores mecanismos para lograr la inclusión al proceso comunicativo de los sectores excluidos”.

Los principales desafíos para la libertad de expresión en la próxima década son los siguientes:

- La existencia de mecanismos ilegítimos de los Gobiernos para controlar los medios de comunicación.
- La existencia de leyes penales que criminalizan la crítica.
- La creciente violencia contra periodistas y comunicadores.
- La necesidad de reforzar la vigencia e implementación del derecho de acceso a la información.
- La discriminación en el ejercicio del derecho a la libertad de expresión.
- Las presiones económicas que limitan la libertad de expresión.
- La falta de un marco regulatorio que garantice la existencia, independencia y el adecuado sostenimiento de las emisoras públicas y comunitarias.
- Las restricciones desproporcionadas a la libertad de expresión en nombre de la seguridad nacional.
- Los riesgos que existen sobre las nuevas tecnologías y, en particular, sobre Internet.
- La urgencia de garantizar el acceso de todos a Internet.

Esos desafíos aparecen en una declaración conjunta del relator especial de Naciones Unidas para la libertad de opinión y de expresión, la relatora especial de la Organización de Estados Americanos para la libertad de expresión, el representante de la Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa para la libertad de los medios de comunicación, y la relatora especial sobre libertad de expresión y acceso a la información de la Comisión Africana de Derechos Humanos y de los Pueblos. (L. S.) 