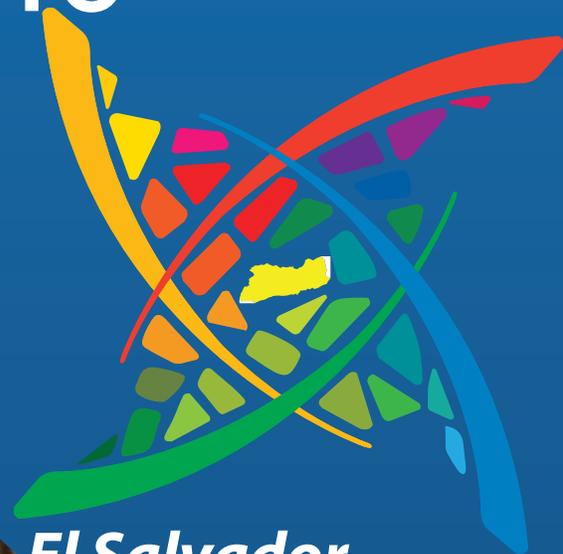
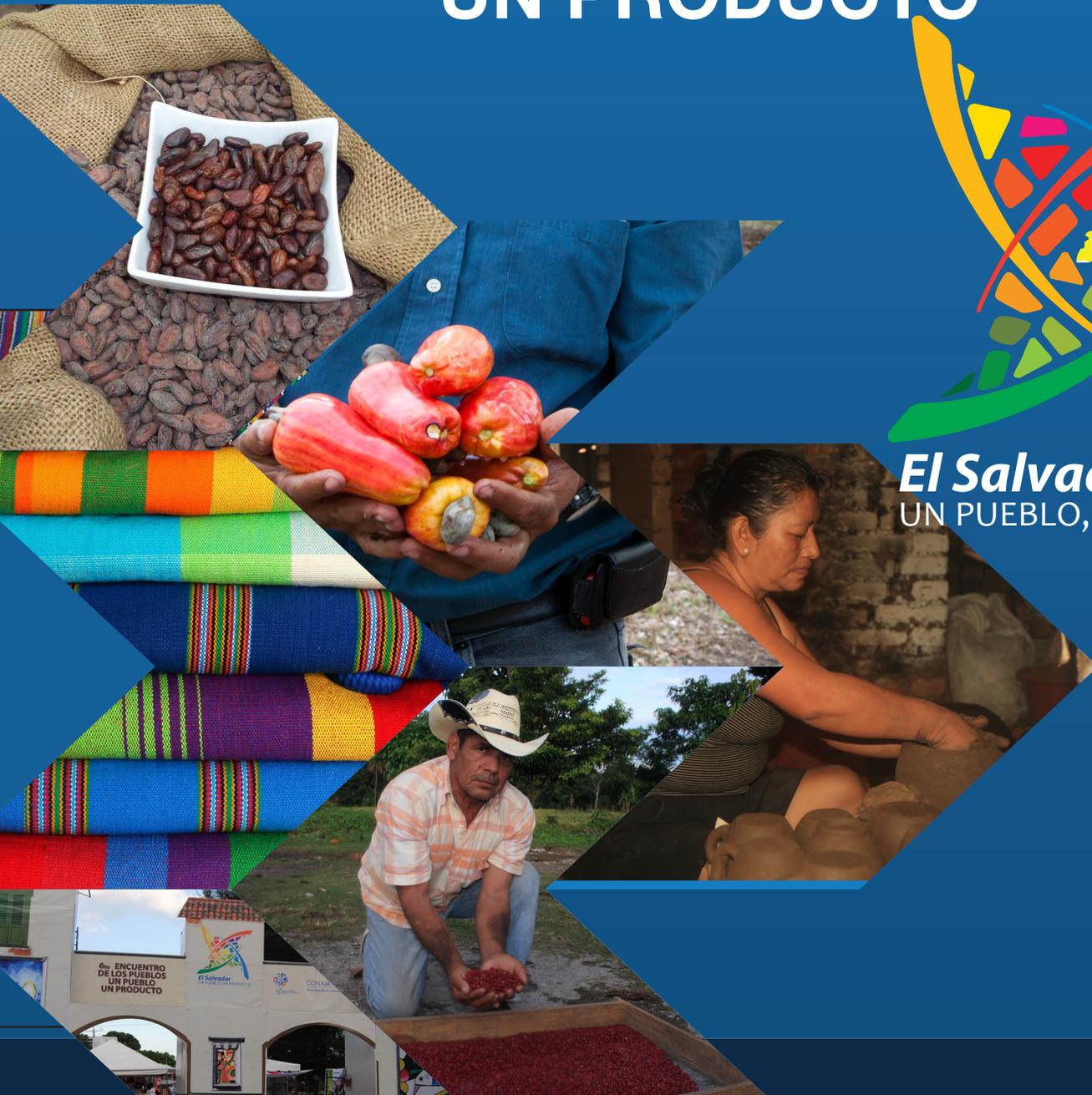


Política Nacional

UN PUEBLO,
UN PRODUCTO



El Salvador
UN PUEBLO, UN PRODUCTO



MINISTERIO DE ECONOMÍA

GOBIERNO DE
EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER

CONAMYPE
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
Ministerio de Economía
EL SALVADOR

Editor: Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)
Primera Edición, impreso en El Salvador

Directora Ejecutiva de CONAMYPE: Ileana Rogel

Miembros Comisión Nacional de CONAMYPE:

Tharsis Salomón López Guzmán Ministro de Economía	Presidente Ministerio de Economía
Merlin Alejandrina Barrera López Viceministra de Comercio e Industria	Directora Suplente Ministerio de Economía
Miguel Adolfo López Ortiz	Director Propietario Entidades Gremiales
Bertha Silvia Mena de Morán	Directora Suplente Entidades Gremiales
Luis Antonio Castillo Rivas	Director Propietario Organizaciones No Gubernamentales
José Ricardo Flores Pérez	Director Suplente Organizaciones No Gubernamentales
Sonia del Carmen Aguiñada Carranza	Directora Propietaria Programas Nacionales de Apoyo
Agustina Beatriz de Paúl Flores	Directora Suplente Programas Nacionales de Apoyo
María Isabel Villatoro	Directora Propietaria Presidencia de la República
Elsa Miriam Linares de Quintanilla	Directora Suplente Asignación del Presidente de la República.

Resumen: La Política Nacional Un Pueblo Un Producto, busca dinamizar y fortalecer el Movimiento a nivel nacional, para que sea competitivo y sostenible, sobre la base de un tejido empresarial empoderado y articulado que genere identidad territorial entre otros. Hecho el depósito legal (5 ejemplares donados a Biblioteca Nacional para el registro de todas las publicaciones de CONAMYPE)

Autorizada por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa, en el acta 155 punto 5.2.1, del 13 de julio de 2016.

Coordinación Editorial: CONAMYPE Unidad de Comunicaciones Institucional
Coordinación Técnica: CONAMYPE Gerencia Un Pueblo Un Producto.
CONAMYPE Unidad de Gestión de Políticas Públicas
Equipo Consultor: Sandra Liborio/ Carlos Gómez

Derechos Reservados © Organismo Internacional que patrocina los recursos
Derechos Reservados © CONAMYPE

Forma de Citar: CONAMYPE “Política Nacional Un Pueblo Un Producto”, 2016

Impreso en: Imprenta Ricaldone

Cantidad de Ejemplares Impresos: Esta edición consta de 1,000 ejemplares se terminó de imprimir en el mes de Octubre de 2016.

Con el apoyo de:



POLÍTICA NACIONAL UN PUEBLO UN PRODUCTO



Tienda Antena en el CEDART del municipio de Ilobasco

CONTENIDO

I.	PRESENTACIÓN	7
II.	ANTECEDENTES.....	11
III.	CONTEXTO.....	13
IV.	ENFOQUE CONCEPTUAL Y EJES TRANSVERSALES	17
V.	PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA	27
VI.	MARCO LEGAL Y DE POLÍTICAS PÚBLICAS	32
VII.	EL LOGOTIPO DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO.....	41
VIII.	ESTRATEGIA DE ARTICULACIÓN PARA LA DINAMIZACIÓN DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO	43
IX.	ALCANCE DE LA POLÍTICA NACIONAL UN PUEBLO UN PRODUCTO.....	51
X.	PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE CONSULTA.....	69
XI.	BIBLIOGRAFÍA	73



Nuestro compromiso es el desarrollo de las capacidades productivas y competitivas de las medianas, pequeñas y micro empresas (MIPYME) y su articulación a las dinámicas, de la economía territorial, nacional e internacional, y con ello expandir la estrategia "Un Pueblo, Un Producto" para el desarrollo económico territorial mediante el crecimiento de la industria local distintiva.

Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019

EL SALVADOR, PRODUCTIVO, EDUCADO Y SEGURO

Presidente Prof. Salvador Sánchez Cerén



“El Salvador cuenta hoy con la Política Nacional de Un Pueblo, Un Producto, la cual es un instrumento que permitirá dinamizar las economías locales partiendo de los recursos identitarios y naturales, que potencien el desarrollo productivo, el liderazgo en las comunidades y la generación de empleos e ingresos para miles de familias salvadoreñas, retomando para ello, el impulso a las micro y pequeñas empresas ubicadas en los territorios.”

Tharsis Salomón López
Ministro de Economía y Presidente de CONAMYPE

I. PRESENTACIÓN



Ileana Rogel
Directora Ejecutiva
CONAMYPE/EL SALVADOR

En el año 2009, se conoció la experiencia y la metodología de trabajo que las comunidades Japonesas implementan para dinamizar sus economías territoriales; en enero del 2010 la CONAMYPE decidió incorporar en su proyección estratégica de apoyo a las micro y pequeñas empresas, la metodología por considerarla que podría adaptarse a la realidad de El Salvador; fundamentalmente, porque el enfoque de desarrollo endógeno de los territorios a partir de los recursos locales existentes en abundancia, la posibilidad de transformarlos, agregarles valor, así como las habilidades y el conocimiento

de sus habitantes y la identidad de éstos recursos es muy similar y podría desarrollarse esta valiosa experiencia denominada: **Movimiento Un Pueblo Un Producto.**

En febrero del 2010 CONAMYPE incluye en sus planes estratégico quinquenal y Operativo Anual la metodología, desde entonces a la actualidad se ha trabajado en la creación de instrumentos y herramientas necesarias para poder implementarla en cualquier municipio del país.

El Movimiento Un Pueblo Un Producto, es una estrategia de desarrollo económico territorial que busca mejorar la calidad de vida de la población mediante la utilización de los recursos locales y el fortalecimiento del recurso humano, es una estrategia donde los motores dinamizadores de oportunidades económicas son las personas habitantes de las comunidades y los productos locales, éstos últimos porque representan la identidad de sus habitantes y del territorio y las personas habitantes de las comunidades porque a través de sus bienes y servicios ponen de manifiesto su potencial productivo y de desarrollo que contribuyan a generar sus propios ingresos.

La estrategia busca que los productos sean propios o únicos, producidos con recursos locales, accesibles a la comunidad. Las personas habitantes

en cada territorio se convierten en actores dinámicos, determinantes para la construcción de soluciones de sus problemas, la promoción del adelanto productivo y el fomento de la equidad. La estrategia también fomenta la coordinación entre los actores locales la cual es fundamental para generar una cultura de organización, de identidad, bajo un enfoque económico alrededor de los tesoros y costumbres de los pueblos, descubriéndolos, desarrollándolos, y comercializándolos de forma organizada para colocarlos visiblemente en el país y en el mundo.

La metodología de Un Pueblo Un Producto contempla tres principios filosóficos: actuar local pensar global, Desarrollo del recurso humano y Autonomía y creatividad. **1) Actuar local pensar Global:** actuar de manera local al escoger el producto y pensar de manera global al promover su comercialización, es decir, el producto debe poseer el potencial necesario para su comercialización a nivel nacional e internacional. **2) Desarrollo del Recurso Humano:** implementar al máximo las capacidades de los actores locales involucrados porque el ser humano es el centro de la acción y por lo tanto, su formación mejora la capacidad técnica, innovación, calidad, competencias empresariales y organizativas, sentando con ello bases firmes para el desarrollo económico local. **3) Autonomía y creatividad:** La población local es la que elige el producto a desarrollar y las iniciativas empresariales las cuales se promueven sobre la base de la transformación e innovación de los recursos locales, usando todo su conocimiento y creatividad. También promueve la integración de esfuerzos, la coordinación y la participación de los diferentes actores presentes que se encuentran en la localidad entre

ellos: gobierno central, gobierno local, comunidad, sector académico, sector privado, productores, asociaciones que dinamizan la economía territorial.

En El Salvador, después de 6 años de haber iniciado la implementación de la estrategia, son 75 municipios en los que se trabaja a nivel nacional; los cuales están categorizados según su avance, y esto se determina de acuerdo a la ruta de intervención construida con apoyo del pueblo y expertos del gobierno de Japón así como otros pueblos y gobiernos que con su experiencia han enriquecido la puesta en marcha de la misma destacando el de China Taiwán.

La ruta de intervención se compone de 4 fases: **1) la organización de territorio** que va desde su identificación, mapeo de actores, organización local alrededor de los recursos priorizados, construyendo una visión común y logro de metas compartidas, **2) desarrollo de la industria local distintiva** donde predominan los procesos para la generación de un valor agregado sistemático a un producto o servicio, lo que va desde la incorporación de procesos innovadores, calidad, diseño y empaque **3) comercialización y exhibición** y **4) monitoreo y seguimiento.**

En esta ruta de intervención la participación de los actores económicos del territorio son fundamentales para dar saltos cualitativos que permitan dinamizar su economía.

En el Plan Estratégico 2015-2019 CONAMYPE considera de mucha relevancia la necesidad de establecer una política que permita acompañar desde las instancias públicas, de forma coordinada, articulada y sistemática, los procesos determinados por los actores locales, asumiendo su rol de asistir técnica y eficazmente acercando los servicios y apoyos al desarrollo en los territorios, y de esa forma dar cumplimiento al compromiso presidencial de expandir la Estrategia Un Pueblo Un Producto para

el fortalecimiento territorial plasmado en el Plan Quinquenal de Desarrollo (PQD) 2014-2019 y con ello dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, las empresas y al país.

Elevar la estrategia a nivel de Política Pública, busca institucionalizar una forma de intervención exitosa que ha sido probada y que además proyecta con mayor énfasis la necesidad de desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los pueblos para que con base a sus recursos y oportunidades, se identifiquen y desarrollen productos y servicios para los mercados locales, regionales y mundiales. Esta política se proyecta así a dinamizar y fortalecer a nivel nacional dicho Movimiento para que este sea competitivo y sostenible sobre la base de un tejido empresarial empoderado, articulado, que genere identidad territorial y productividad, capaz de crear oportunidades, inclusión, y empleabilidad.

Esta política tiene definidos ejes transversales que se consideran necesarios en la implementación de la misma como son: la territorialidad, la igualdad, equidad de género, la gestión ambiental y adaptación al cambio climática, la innovación, productividad.

Así mismo en ella están definidos los principios, el marco legal y de políticas públicas relacionadas con su puesta en marcha; se determinan también doce ejes estratégicos: 1) organización y articulación local, 2) desarrollo de capacidades locales, 3) diseño de productos e implementación del modelo empresarial, 4) fomento a la competitividad, calidad, e innovación, 5) desarrollo y transferencia tecnológica, 6) promoción de un entorno favorable para la formalización y legalización de las MYPE participantes de Un Pueblo Un

Producto, 7) empleabilidad e ingresos para mejorar la calidad de vida de los pueblos, 8) sistema integrado e integral de servicios financieros para Un Pueblo Un Producto, 9) investigación especializada y enfocada a mercados y productos a desarrollar, 10) acceso y consolidación de mercados, 11) divulgación y comunicación, 12) fortalecimiento del marco institucional que favorezca la competitividad de Un Pueblo Un Producto.

Este movimiento cuenta ya con identificación propia y posicionada a nivel nacional e internacional, su logotipo muestra la diversidad y riqueza de nuestra cultura y su contorno natural como base para el desarrollo local, creado a partir de la idea ancestral de los cuatro puntos cardinales y los cuatro elementos inspirados: artesanales, agroindustriales, turísticos y culturales, los cuales son el resultado de un sinfín de creencias y prácticas culturales, representa también las cuatro zonas del país que se entrelazan para lograr encontrarse, intercambiar y a transformarse, y proyecta nuestro cielo salvadoreño en todo su esplendor.

La Política que tienen ahora en sus manos denominada Política Nacional Un Pueblo Un Producto se proyecta a incluir a la persona humana a los procesos de desarrollo económico y social en los territorios de manera efectiva, sustentable y sostenida en el tiempo, vinculándoles con su identidad cultural y territorial, proveyendo capacidades y sobre todo aportando a la construcción del BUEN VIVIR!



“si nosotros creemos y tenemos voluntad de transformar nuestro territorio, lo vamos a lograr”
(Comité Un Pueblo Un Producto Osicelo)

II. Antecedentes



CONAMYPE ha impulsado desde el año 2010 la Estrategia de Desarrollo Económico “Un Pueblo Un Producto, El Salvador”; cuyo propósito es promover el desarrollo económico local a través de procesos que generen capacidades comunitarias, emprendedoras y empresariales, a partir del potencial de los recursos locales con base en los principios del Movimiento Un Pueblo Un Producto que existe a nivel internacional.

Un Pueblo Un Producto expone la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos, así como el desarrollo de creencias y valores, tras descubrir los tesoros de la comunidad, generando la mejora en la calidad de vida en la comunidad, activando la economía local.

Un Pueblo Un Producto en El Salvador, parte del concepto de desarrollo económico rural comunitario presentado a la Comisión Nacional de Desarrollo (CND) en el 2003, como parte del “Plan Maestro de Desarrollo Económico de la Región Oriental” expuesto en aquel momento por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA). En el 2007 son los primeros esfuerzos por la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto en el país, el cual consistió en un estudio realizado por el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP) de un mapeo de los productos para su identificación y un estudio de mercado. (CONAMYPE, 2015)

Fue hasta el año 2010 que la idea de poner en funcionamiento la estrategia del Movimiento Un Pueblo Un Producto, se vuelve a colocar en la agenda pública; es así como, ésta se inscribe en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2010-2014, específicamente se enmarca en lo referente a la transformación productiva, la redistribución de la riqueza en los territorios y la atención especial a las personas propietarias de micro y pequeñas empresas. La Secretaría Técnica de la Presidencia le asigna la responsabilidad de su ejecución a CONAMYPE.

CONAMYPE en su Plan Estratégico 2010-2014, impulsa de forma contundente la estrategia Un Pueblo Un Producto a través de un programa que busca desarrollar la innovación y creatividad de los pueblos para que con sus recursos y oportunidades desarrollen “productos identitarios” y expandan su visión a mercados locales y regionales.

Al finalizar el periodo de gobierno, el Movimiento ha tomado dimensiones importantes y se perfila como una de las Buenas Prácticas del Primer Gobierno del Cambio; fundamentalmente porque tiene un potencial estratégico para lograr fortalecer el tejido productivo de los territorios, y fomentar las capacidades comunitarias, y de capital humano de los actores locales, propiciando la autogestión e independencia; convirtiéndose así en un punto de referencia en la continuidad del Gobierno para el periodo 2014 – 2019.

Dicha continuidad se integra desde la construcción del Programa El Salvador Adelante, Programa de Gobierno lanzado en el año 2013, por el entonces candidato a la Presidencia Profesor Salvador Sanchez Cerén¹. En el programa de Gobierno, Un Pueblo Un Producto se enmarca en el Eje uno “El Empleo es Primero”, donde se establece la proyección porque esta estrategia estimule la creación y la

promoción de productos originarios que impriman singularidad, atractivo y marca a los territorios, buscando dinamizar puestos de trabajo.

Es importante destacar que la Estrategia del Movimiento Un Pueblo Un Producto se remonta al concepto de desarrollo económico rural comunitario implementado por Japón, bajo el nombre One Village One Product (OVOP, sus siglas en Inglés), promueve el aprovechamiento de los recursos locales a través de procesos de desarrollo endógeno que buscan elevar las capacidades comunitarias en función de mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

El movimiento OVOP está presente en 71 países de Asia y América Latina, ha motivado la organización territorial, el despertar de actores locales, así como la apertura comercial de sus productos a nivel nacional e internacional, diversificando la oferta exportable y creando una red de intercambio de información entre pueblos.

Cinco años después de haber puesto en ejecución la Estrategia de un Pueblo Un Producto se cuenta con experiencias exitosas en diferentes territorios que muestran claramente su efectividad en cuanto a la organización de los actores locales, la generación de ingresos, de fuentes de empleo y en la producción de nuevos productos con valor agregado. Es por ello que se vuelve necesario buscar la mayor institucionalidad de esta estrategia, que permita sumar a otros actores del aparato público, de los gobiernos municipales, la academia y el sector privado; de tal forma, que conociendo las bondades y beneficios de la misma, se profundice mucho más para lograr incidir en la economía interna del país y contar con nuevos productos de exportación; es por ello que el presente documento coloca la primera Política Nacional Un Pueblo Un Producto para ir al encuentro del tejido productivo presente a nivel territorial en todo el país.

¹ El Salvador Adelante, programa de gobierno para profundizar los cambios. Presentada por el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional (FMLN) noviembre 2013.

III. CONTEXTO



De acuerdo al **Plan Quinquenal de Gobierno 2014 – 2019**, El Salvador tiene en sus manos la oportunidad de cambiar la historia de bajo crecimiento económico e inversión, y altos niveles de desempleo, subempleo e informalidad.

De acuerdo a datos de CONAMYPE¹ las MYPE aportan el 35% del Producto Interno Bruto (PIB) del país y en conjunto consumen más insumos y servicios que las grandes empresas, se estima que alrededor de 700 mil empleos directos son generados por éstas, evidenciando la oportunidad que representan para el crecimiento económico.

Por ello, el Gobierno ha tomado la decisión de consolidar un modelo de crecimiento económico equitativo, inclusivo y generador de empleo digno.

Esta propuesta, inclusiva y equitativa, pretende contribuir a dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, a las empresas y al país.

En el Plan de Gobierno, se parte que la economía debe estar al servicio de la población para ser compatible con la visión del buen vivir, esto es generar empleo digno y oportunidades de desarrollo con un enfoque de sustentabilidad ambiental y equidad territorial para todas las empresas, que incluye a la micro, pequeña y mediana empresa, buscando

¹ <https://www.conamype.gob.sv/index.php/temas/ley-mype> capturado 4 de diciembre 2015

así generar las condiciones para que se concrete un verdadero asocio estratégico entre el sector empresarial y el Estado, en el entendido de que el crecimiento inclusivo e incluyente es una responsabilidad compartida.

El Salvador históricamente ha experimentado fluctuaciones lentas en su economía, que han traído como efecto bajo crecimiento; consecuencia de una estructura productiva desarticulada y poco diversificada, con limitaciones para generar empleo decente y mejorar los niveles de empleabilidad en los territorios.

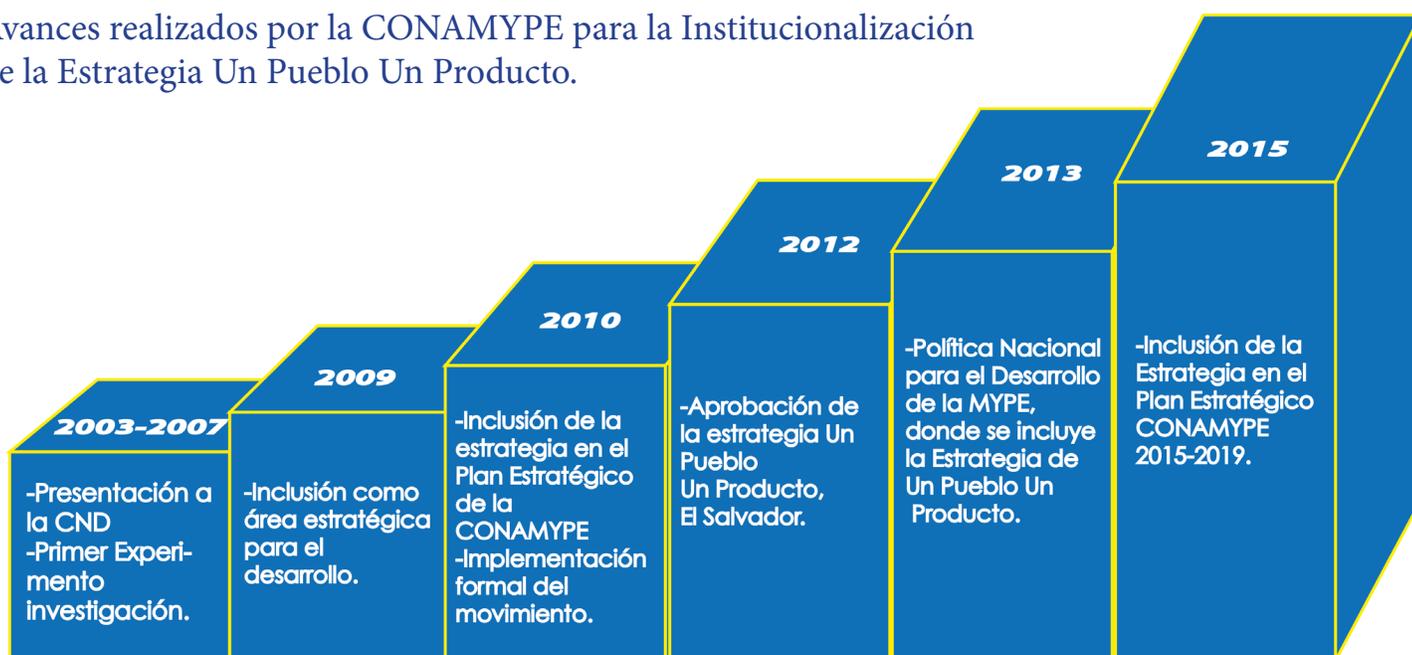
Por lo que el Gobierno de El Salvador en su búsqueda de soluciones, propone la dinamización económica territorial a partir de propiciar incrementos a través de generar valor agregado en la producción local, aportando a reducir las brechas de desarrollo económico existentes en los territorios.

En esa ruta, se considera que uno de los legados que este gobierno podría heredar es el mostrar la viabilidad y potencialidad que tienen los territorios por generar ingresos y empleos, es por ello que se considera que la institucionalización de una política como la que se propone, tendría un significado importante para evitar retrocesos en esta apuesta por hacer crecer la economía del país.

Se requiere para continuar avanzando, que desde el más alto nivel de decisión gubernamental se establezcan las prioridades que permitan pasar de una estrategia a convertirla en una Política Nacional que tenga mayor fuerza e impacto.

A nivel comunicacional poco se conoce que El movimiento Un Pueblo Un Producto, ha crecido en el tiempo, ha roto paradigmas y ha permitido la construcción de alianzas parciales

Avances realizados por la CONAMYPE para la Institucionalización de la Estrategia Un Pueblo Un Producto.



y la colaboración internacional para la obtención de logros que ya están cambiando la vida de las personas, y ese crecimiento indica que este puede ser un instrumento estratégico para responder a la meta del gobierno por dinamizar el potencial económico que tiene cada territorio. Este reto de grandes dimensiones, ha obligado a revisar y afinar la estrategia con el propósito de ordenar y homologar procesos que permitan resultados mucho más contundentes y más rápidos; es por ello que uno de los primeros esfuerzos desarrollados por el equipo de CONAMYPE fue la elaboración de la Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico local “Un Pueblo Un Producto, El Salvador” elaborada en el año 2015, esta guía traza el camino por donde deben circular los pueblos que participan en la estrategia, define con mayor claridad conceptos, procesos y las acciones complementarias de otros programas impulsados por CONAMYPE. La Guía ha permitido transitar con mayor asertividad y fue construida de forma colectiva a partir de la experiencia vivida en los años anteriores.

Como ya se ha mencionado anteriormente, los logros de esta estrategia han sido muy positivos, palpables para las personas que participan en los Comités que se han formado en los territorios; y también para el equipo de las Oficinas Regionales de CONAMYPE quienes son los responsables directos de operar la estrategia; este primer instrumento dio la pauta para marcar la ruta de intervención y en la actualidad se puede decir que la Guía de implementación de la estrategia es viable, que puede ser aplicada en cualquier territorio del

país, siempre y cuando se considere el contexto y las realidades propias, que dan la diversidad y potencialidad a los territorios.

Es importante destacar que la Guía de Implementación se describe como una metodología que tiene como objetivos:

- A. **Orientar y apoyar el trabajo de las personas responsables de la facilitación del Movimiento Un Pueblo Un Producto.**
- B. **Proporcionar los elementos metodológicos necesarios para la planificación, desarrollo y evaluación en la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto y el desarrollo de la industria local.**

Su aplicación atesora aprendizajes relevantes que constituyen el tejido para dar paso a la conformación de la política pública de la que trata este documento. Entre esos aprendizajes puede mencionarse: los procesos de desarrollo económico territorial que ya existen; el desarrollo de los recursos locales; el fomento de alianzas público-privadas desde el territorio; la organización y empoderamiento de los actores locales; y la diversidad cultural e identidad de los pueblos. Es evidente que propicia sinergias, integrando a todos los actores que intervienen en el accionar económico, cultural, ambiental y social en los territorios, dando como resultado un aporte importante al desarrollo integral de los municipios.

La filosofía del Movimiento “Un Pueblo, Un Producto” busca desarrollar los recursos potenciales de los municipios o de los pueblos a través de la identificación y la promoción de sus riquezas naturales

o ancestrales, la activación de la economía local; está orientada a generar transformaciones económicas y sociales concretas, en el mediano y largo plazo, basadas en la participación y organización dinámica de los actores territoriales, propiciando la generación de mejores condiciones en la calidad de vida de sus habitantes.

La Idea de elevar a Política Nacional el Movimiento Un Pueblo Un Producto, nace del compromiso asumido por el Gobierno de El Salvador para las MYPE, en el **Plan Quinquenal de Desarrollo PQD 2014-2019** que en su primer objetivo establece:

“Dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, las empresas y al país”, específicamente la estrategia E1.2 expresa “Desarrollo de las capacidades productivas y competitivas de las medianas, pequeñas y micro empresas (MIPYMES) y su articulación a las dinámicas de la economía territorial, nacional e internacional.”²; dentro de esta misma estrategia textualmente dice: “L.1.2.7 Expandir la Estrategia Un Pueblo Un Producto para el desarrollo económico territorial mediante el desarrollo de la industria local distintiva de la micro y pequeña empresa.”³

Al igual que en el gobierno anterior y dada la relevancia que tiene la estrategia dentro del PQD 2014-2019 en el PEI de CONAMYPE se tiene determinado que:

“...será necesario establecer una política que permita acompañar estos procesos de forma más articulada y sistemática, pero sin quitarle el rol protagónico a los actores locales, ya que el papel del gobierno será el de acompañar y acercar el desarrollo a los territorios.”⁴

2 Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador Productivo, Educado y Seguro E.1.2 pág. 105

3 Plan Quinquenal de Desarrollo El Salvador Productivo, Educado y Seguro E.1.2 pág. 106

4 Plan estratégico de CONAMYPE 2015-2019 pág. 12

Además el plan estratégico contempla en la iniciativa estratégica 12 **“Expandir la estrategia un pueblo un producto para el desarrollo económico territorial” que implica la institucionalización de la filosofía, la estrategia, así como el manual que describe la metodología “Un Pueblo, Un Producto”⁵.**

En esa dirección la CONAMYPE desde octubre 2015 cuenta con la Gerencia Especializada y responsable de implementar la estrategia Un Pueblo Un Producto; y de acuerdo a la consulta realizada en el proceso de elaboración de la política, cuenta al 2015 con 69 municipios intervenidos con la estrategia, cada uno de ellos en diferentes niveles de avance, de acuerdo a las acciones territoriales efectuadas.

Esto ha sido posible dado que a la fecha la institución cuenta con 32 personas técnicas especializadas en la estrategia y metodología, implementación que ha sido posible dado el apoyo de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA) y el Gobierno de China Taiwán quienes han facilitado la formación del talento humano de la institución y que ya está produciendo efectos multiplicadores contribuyendo con la formación de 160 liderazgos comunitarios.



5 Plan estratégico de CONAMYPE 2015-2019 pág. 12

IV. ENFOQUE CONCEPTUAL Y EJES TRANSVERSALES

La Política Nacional Un Pueblo Un Producto se sustenta en la base conceptual del movimiento OVOP¹ (Japón) y OTOP² (Taiwán) los cuales proporcionan una filosofía de desarrollo económico local alternativa que fortalece el orgullo, el amor y la identidad de una comunidad, mediante productos únicos que son creados a partir de los potenciales de la comunidad.³

Según el OVOP *International Exchange Promotion Committee*, el movimiento se propone por tres razones fundamentales: evitar la migración y el desgaste de las regiones; para fomentar la búsqueda de industrias representativas que puedan reflejar y beneficiar a las regiones; para erradicar la dependencia del gobierno y promover una autonomía y empoderamiento empresarial entre las personas de la región.

El movimiento OVOP tiene tres principios, los que han sido adoptados por la Estrategia de Un Pueblo Un Producto, El Salvador:

1 OVOP: One Village One Product
2 OTOP: One Town One Product
3 Estrategia Un Pueblo, Un Producto pág. 5

1. Pensar Global, Actuar Local, incorporando a la comunidad una visión más amplia que genere un cambio de mentalidad y basar sus productos en función de la demanda de mercados nacionales e internacionales. Esto conlleva al fortalecimiento de la industria local, seleccionando los productos con potencial para agregarles valor y buscar niveles de calidad internacionales. Con el fin de proyectar el orgullo de la cultura local.

2. Autonomía y Creatividad, que promueve la manera de aprovechar la capacidad de transformación e innovación sobre los recursos locales, generando productos y servicios identitarios.

3. Desarrollo del Recurso Humano, que desarrolla las capacidades de los actores locales, específicamente la técnica, empresarial y administrativa, además del fortalecimiento de liderazgos, generando las bases para el desarrollo económico local.

En El Salvador este movimiento se complementa con la experiencia del pueblo taiwanés, donde funciona el movimiento OTOP,

cuya filosofía pretende integrar la tradición y la modernidad, a fin que la oferta de los territorios proyecte su cultura e identidad. Está basado en los principios de la ética y valores morales, la dignidad, integridad social, focalización, empoderamiento, innovación, complementariedad, replicabilidad, y de desarrollo sostenible.

OTOP plantea un sistema de desarrollo de producto orientado a las exigencias del mercado, de los clientes, analiza y evalúa el producto, incluyendo las dificultades enfrentadas por quienes se han dedicado a su elaboración junto a personas expertas de la academia que pueden aportar brindando soluciones técnicas para innovar a partir de las dificultades expresadas por sus productores directos, constituyéndose una "comunidad de práctica" que su tarea principal es la elaboración de prototipos de productos y procesos, hasta llegar al que responda de forma técnica a los requerimientos de los consumidores.

Este grupo selecto, extrae las dificultades registradas a partir de la experiencia y prioriza cuáles serán los elementos que trabajará con miras a superarlas, formulando un plan de trabajo, que se traducirá en un modelo de negocios, que es puesto en marcha para ser evaluado hasta llegar al referido prototipo que cumpla con todas las características técnicas y de mercado, además de considerar las tendencias de mercados mundiales.

La implementación de este proceso permite desagregar varios procesos e identificar a quienes cuenten con las habilidades y competencias precisas, hasta llegar a un proceso final, que a su vez facilita la identificación y

conformación de encadenamientos productivos que agreguen valor al producto y al proceso, sin obviar la óptica de responder a la naturaleza identitaria del producto y a las exigencias de mercado, una visión desde el cliente y para el cliente.

OTOP contribuye a la organización empresarial territorial, que se complementa a la de los actores institucionales para el desarrollo y posicionamiento de la marca territorial.

CONAMYPE tomando en consideración la experiencia del pueblo japonés y la experiencia y enfoque del pueblo taiwanés ha establecido su propia definición sobre el movimiento Un Pueblo Un Producto: **"...una estrategia de trabajo que tiene como objetivo primordial Desarrollar la capacidad creativa e innovadora de los Pueblos para que, con base a sus recursos y oportunidades, se identifiquen y desarrollen Productos y Servicios en mercados locales y regionales."**⁴

Es así como teniendo una definición, también se cuenta con una ruta que establece los pasos principales para la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

Organización del Movimiento a nivel territorial. El proceso de construcción del movimiento un pueblo un producto se desarrolla con sus particularidades en cada territorio, lo cual le pone un sello específico al movimiento en cada lugar.

La fase de mapeo de los actores e identificación de los recursos se deberá levantar desde la participación de líderes y lideresas locales y posteriormente validado por la población facilitando la generación de identidad y conocimientos de sus recursos.

⁴ Plan Estratégico Institucional de CONAMYPE (2010-2014).

Incluye mapeo de actores e identificación de los recursos; organización local alrededor de los recursos priorizados; desarrollo de los recursos humanos .

Desarrollo de la Industria Local Distintiva (ILD)/Marca Territorial, es el desarrollo de procesos y actividades que buscan transformar los recursos locales en productos y servicios con características identitarias diferenciadoras que proporcionan reconocimiento y orgullo a la comunidad a partir de convertirse en una fuente de riqueza. Es el valor agregado sistemático del proceso ya que es una plataforma

que proporciona al producto su calidad, diseño, empaque, procesos de operación, gestión de la calidad, suministros entre otros. Está compuesta por alianzas entre eslabones productivos de la localidad, propiciando un clima de negocios en los territorios con base a una organización empresarial, y el apoyo a la gestión de inversión.

Modelos de exhibición y comercialización, puede ser centralizado o descentralizado, con dos tipos de enfoque, visual permitiendo que los productos sean percibidos por sus atributos; o vivencial, que busca agregar valor

Ruta de la Implementación de la Estrategia Un Pueblo, Un Producto



agregado a partir de la experiencia en algún procesos de la producción generando un lazo entre cliente y producto.

En los modelos de exhibición y comercialización cabe destacar que hay tres tipos de tiendas:

1. Tienda Antena

Es un modelo para la promoción y venta Directa-Local la cual se vuelve un punto de investigación de mercado y promoción de nuevos productos para capturar la demanda de mercado, es administrada por el Gobierno Local y/o Central. Esta tienda funciona como "transmisor" y "receptor" de información (productos, diseños, diversificación, mercado, entre otros), se pueden encontrar en ella promoción de productos locales, información turística local y una venta directa de productos locales.

Existen factores claves para la gestión exitosa de una tienda antena: a) Ubicación y promoción estratégica; b) Voluntad política y fondo gubernamental; c) Asociatividad de los productores o empresarios; d) Administración directa por los empresarios o productores participantes del movimiento y e) Personas capacitadas en la gestión empresarial.

Las tiendas antenas, fundamentalmente es un espacio de promoción con algunas características como las siguientes:

- Estructura física pequeña y sofisticada.

- Su objetivo es la de promocionar el movimiento, así como de los productos identitarios de los territorios.
- Exposición de Productos trazables de originalidad e identidad con alto valor económico.
- Su rentabilidad en algunas ocasiones es baja (esto de acuerdo a la zona) ya que no son estructuras directamente para su comercialización.
- Administrada por el gobierno o por un grupo de empresarios que forman parte del movimiento llámese comité, red o asocio.
- Su ubicación en ciudades grandes o turísticas y/o aeropuertos.

2. Tienda Itinerante

Esta tienda busca acercar el producto al consumidor, agrupando los productos identitarios y del movimiento en el mismo lugar para su exhibición y comercialización, son de carácter temporal y se realizan bajo un concepto de estructura móvil que permite la circulación por diferentes puntos del país.⁵

Las tiendas antenas itinerantes poseen características como:

- Son de carácter temporal y se realizan bajo un concepto de estructura móvil.
- Su objetivo es la comercialización de los productos identitarios y la promoción del movimiento un pueblo u producto.
- Los productos son de la localidad y trazable originalidad e identitario pero a un costo bajo.
- Tiene una alta rentabilidad.

⁵ CONAMYPE en el año 2010 lanzó por iniciativa propia la Tiendas Antenas Itinerantes como una modalidad para visibilizar los resultados del Movimiento Un Pueblo Un Producto.



- Son administradas de forma conjunta entre el gobierno y las organizaciones locales. Especialmente los comités de Un Pueblo Un Producto.
- Por lo general se aprovecha el desarrollo de alguna festividad en los pueblos o algún atractivo turístico del territorio.

3. Tienda de estación o de carretera.

Estas tiendas tienen por objetivo la comercialización de los productos locales a través de una estructura ubicada en carretas o en las cercanías del lugar de producción, sus instalaciones están pensadas como lugar de descanso para los viajeros en la carreta.

Bajo una lógica de consumo de los productos locales estas instalaciones deben ofertar sus bienes y servicios con identidad, y precios cómodos, deberán cumplir con las necesidades

básicas de los viajeros como: un espacio para comida, parqueo, lugar de descanso, baños, factores que se vuelven detonantes.

Las tiendas de carretera o estación poseen las características:

- Instalaciones pensadas como lugar de descanso para los viajeros.
- Su objetivo es la comercialización de los productos locales.
- Productos de la localidad y trazable de originalidad con un precio cómodo.
- Poseen alta rentabilidad.
- Son administradas por una estructura organizativa local (llámese comité un pueblo un producto)
- Están ubicadas en carretera o en las cercanías de la producción.

Para el funcionamiento de las tiendas de Un Pueblo Un Producto se definen algunas normativas claves que guiarán su funcionamiento:

La creación de una tienda un pueblo un producto deberá ser acreditada por la CONAMYPE, verificando el cumplimiento del concepto y respaldando el uso de la marca del movimiento.

Para la administración de las tiendas del movimiento un pueblo un producto se diseñará de forma conjunta entre CONAMYPE y la contraparte el mecanismo para la administración, así como sus herramientas que permitan una excelente gestión.

La tienda se deberá operar considerando todos los requerimientos de ley es decir, inscritos en el Ministerio de Hacienda y contratando a su personal responsable que considere todas las prestaciones a las que por ley tiene derecho.

Los productos deben cumplir con los criterios definidos: calidad, innovación, empaque, capacidad de reproducción; los empresarios que deseen comercializar sus productos a través de la tienda deberán ser miembros del movimiento un pueblo un producto y presentar solicitud de interés al Comité establecido en cada pueblo.

Monitoreo y evaluación, contar con indicadores que permitan identificar de manera objetiva el nivel de avance del territorio en términos de organización del movimiento, el desarrollo de la industria local distintiva y la aplicación de modelos de exhibición

y comercialización. Permitiendo la toma de decisión oportuna sustentada en criterios técnicos, que faciliten el desarrollo del Movimiento Un Pueblo Un Producto en los territorios en el mediano y largo plazo.

Como se ha hecho referencia, ésta estrategia busca dar resultados en el mediano y largo plazo, en los territorios, y está basada en la participación activa y organizada de los actores locales, busca generar transformaciones económicas y sociales en los pueblos. Potenciando sus capacidades para la solución de conflictos, generando un cambio de conciencia, y orgullo hacia su localidad.

Existen tres valores que deben de estar presentes en el ejercicio de construcción del Movimiento y estos son: **identidad, solidaridad, y creatividad.**

Sumado a los cuatro pasos descritos anteriormente que establecen la ruta de intervención; CONAMYPE tiene pilares que fundamentan acciones como el desarrollo del tejido productivo a nivel local, cadenas de valor a partir de la productividad, innovación y calidad, desarrollo de mercado local y regional, fortalecimiento de la asociatividad y el facilitar las capacidades a las personas empresarias de la MYPE.

La conceptualización de Un Pueblo Un Producto, ligada a la capacidad y experiencia de la CONAMYPE facilitan la creación de sinergias además de la integración de actores territoriales a partir de la articulación, entre gobiernos locales y el gobierno central, crean

una base fundamental para potenciar una cultura empresarial especializada, descubriendo y desarrollando los recursos territoriales.

Bajo estas premisas se desarrollan los emprendimientos y las MYPE pertenecientes al Movimiento Un Pueblo Un Producto en el país.

Sumado a lo anterior se han definido en el marco de la política cuatro ejes transversales, bajo la perspectiva de integrar una dimensión analítica de la realidad en que se desenvuelven las MYPE. Estos ejes se alinean y aportan

Ejes Transversales de la Política Nacional “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”



a la integración de los objetivos, ejes y líneas de acción, que califican las metodologías y herramientas de implementación.

Cada eje transversal tiene un sentido y características propias, en cuanto a su naturaleza, que se complementan y retroalimentan entre sí para permitir una mejor comprensión del entorno y los desafíos de las MYPE identificadas con el movimiento Un Pueblo Un Producto, así como para elevar la calidad de su gestión empresarial.

» Eje de Territorialización.

Participación de los actores sociales y la ciudadanía, tomando en cuenta su cultura, buscando valorar sus recursos tangibles e intangibles, lo que les identifica. Son debidamente insertados en la dinámica sistémica de la sociedad local, dimensionando sus impactos directos e indirectos, calculando a qué otras políticas y procesos agregan valor. Medidas dictadas por el gobierno central y local, entendiendo las lógicas de los actores de un territorio, para resolver la complejidad de estos problemas articulando a todas las instituciones estatales nacionales con las del gobierno intermedio o local.

La visión territorial tiene mucho potencial y pretende ser como un elemento indispensable en esta política pública, que reúne al menos cuatro características generales:

Multidimensional, es decir, incluye en su concepción lo económico, sociocultural, ambiental, político y organizativo institucional.

Multisectorial, plantea una intervención integradora de la política pública en una realidad territorial concreta.

Intertemporal, analiza las repercusiones en el largo plazo de las decisiones que se toman, fundamentalmente, en este caso los temas de desarrollo económico y social.

Intergeneracional, prevé la sostenibilidad económica, social y ambiental, buscando no privar a las futuras generaciones del goce de los recursos a los que se acceden en la actualidad.

» Eje de Igualdad y Equidad de Género.

La presente Política considera el enfoque de igualdad y equidad de género como un componente medular. Contiene estrategias y acciones para contribuir a transformar las desventajas que las mujeres enfrentan, en los distintos escenarios empresariales, apuntalando su desarrollo mediante su participación en el movimiento Un Pueblo Un Producto.

Este eje conlleva a que los lineamientos de la Política, busquen corregir las situaciones de desigualdad, siendo de especial interés potenciar la participación de las mujeres para que obtengan un rol más activo en la toma de decisiones y la búsqueda de su autonomía económica, mejorando la situación de las mujeres empresarias de las MYPE.

Dicho enfoque permitirá visualizar y reconocer la existencia de relaciones de desigualdad entre hombres y mujeres expresadas durante las fases de desarrollo de sus empresas y productos, su inserción en los procesos de organización y participación, entre otros.

Como enfoque transversal, implica tomar en cuenta en cada una de las líneas de acción a implementar los intereses y necesidades de mujeres y hombres, analizando posibles impactos de las intervenciones a fin de garantizar que ambos se beneficien por igual, sobre la base de la reducción de las brechas de género.

El enfoque de igualdad de género trata de humanizar la visión del desarrollo, por lo cual, una política pública que tenga como propósito potenciar los territorios debe basarse en la equidad de género como vía para lograr la igualdad, dotando de las herramientas, instrumentos y mecanismos que deban implementarse, con la finalidad de fomentar el equilibrio de las oportunidades entre mujeres y hombres utilizando sus capacidades para fortalecer el desarrollo de los territorios.

Para integrar de manera efectiva el enfoque de igualdad y equidad de género se presenta de forma más contundente en los ejes 1 y 4 de esta política, sin que esto limite la integración del enfoque en las demás acciones de la Política.



*“...la gente esta acostumbrada a que le den dinero, y este programa no trae recursos pero si los genera”
(Comité Un Pueblo Un Producto, San Lorenzo)*

» Eje de Gestión Ambiental y Adaptación al Cambio Climático.

La Política Nacional Un Pueblo Un Producto, igual que la Política MYPE debe contener en su seno la responsabilidad medio ambiental necesaria para lograr un desarrollo económico y social sustentable, que garantice el aprovechamiento de las oportunidades y condiciones óptimas de vida para las generaciones futuras.

Además, promover el manejo sostenible de los recursos naturales y el mejoramiento de la calidad ambiental que constituyen mecanismos de protección a los procesos ecológicos y a la diversidad genética, esenciales para el mantenimiento de la vida.

Asimismo, contribuir al esfuerzo permanente de preservar la diversidad biológica y las áreas protegidas, así como al control y prevención de la contaminación del agua, del aire y de la tierra, permitiendo el uso sostenido de los ecosistemas y la recuperación de aquellos que se han deteriorado.

Todos los empresarios y empresarias de Un Pueblo Un Producto deberán promover la utilización sostenible de los recursos naturales en el proceso de creación de los productos y servicios de las MYPE; protegiendo el medio ambiente, generando conciencia en los pobladores reduciendo el impacto ambiental de los procesos de producción.

» Eje de Innovación y Productividad.

La innovación es un pilar estratégico en el desarrollo productivo y empresarial, ya que facilita la adaptación de la producción de bienes y servicios a las fluctuaciones del mercado, mejora la competitividad empresarial, contribuye al desarrollo nacional y aumenta el bienestar social.

La Política Nacional Un Pueblo Un Producto, promueve la generación de conocimiento orientado a la diversificación e innovación en productos y procesos, que respondan a las exigencias de mercados locales, nacionales e internacionales, sin perder de vista la naturaleza identitaria de los bienes y los procesos administrativos que conlleva el que hacer empresarial.

Transversalizar la innovación y productividad no solo ayuda a resolver los desafíos actuales en el desarrollo territorial, si no también para anticiparse a retos futuros y evitar ser afectados ante cambios en la demanda del mercado.

El impacto en la implementación de este eje, está sujeto a la generación de capacidades locales en la vía de formación del recurso humano especializado volviéndose productivo y competitivo, contribuyendo a su empleabilidad e incremento de sus ingresos a nivel personal, y fortaleciendo su desarrollo empresarial.

V. PRINCIPIOS RECTORES DE LA POLÍTICA

El punto de partida para definir la Política Nacional Un Pueblo Un Producto en el país es la definición de los principios rectores, con el fin de optimizar su implementación. Esta optimización persigue mejorar el clima de negocios, que los territorios se vuelvan más competitivo al país.

El movimiento Un Pueblo Un Producto integra cuatro elementos: **el ser humano, la identidad de los pueblos, la articulación de esfuerzos y actores territoriales y nacionales, y finalmente la competitividad.**

La combinación de estos elementos debe estar presente en la integración de los principios rectores, pues responden a la concepción de dicho movimiento.

A continuación se proponen los principios que deben regir la Política Nacional de Un Pueblo Un Producto de El Salvador:

1. Interés público

La Política de Un Pueblo Un Producto, debe equilibrar los intereses empresariales con los de la sociedad, y garantizar el cumplimiento efectivo de sus objetivos.

2. Obligatoriedad

El principio de obligatoriedad, se refiere a que toda instancia del Órgano Ejecutivo que se integre a la implementación de esta Política, adquiere automáticamente el estricto cumplimiento de la misma.

3. Complementariedad

Esta política debe ejecutarse, buscando correlación con las leyes primarias y secundarias y otras vinculadas, así como con las políticas públicas nacionales enlazadas al desarrollo económico del país, implementadas por el gobierno central, y los gobiernos locales.

4. Integralidad

Debido a las diferencias en los territorios en que se encuentran las MYPE que participan en el movimiento de Un Pueblo Un Producto, y los niveles de desarrollo empresarial, se requiere de una visión integral en el acompañamiento técnico identificando, los múltiples factores que influyen en su crecimiento, estructurando medidas pertinentes para éstas.

5. Simplicidad

La Política debe ser tan detallada como sea necesario y tan simple como sea posible para facilitar su aplicación; evitando el uso de recursos de manera innecesaria para las MYPE y las instituciones involucradas.

6. Transparencia y rendición de cuentas

Esta política debe ser transparente en su gestión, abierta al escrutinio público, tolerante a la crítica y permeable a las propuestas de mejora y cambio provenientes del monitoreo y evaluación continua.

7. Articulación y coordinación

La ejecución de esta política requiere la articulación y coordinación interinstitucional en el sector público y privado, a nivel central y local con el fin de impulsar el desarrollo integral de las MYPE originadas y dinamizadas por el Movimiento Un Pueblo Un Producto.

8. Inclusión

La generación de oportunidades en igualdad de condiciones garantizando la integración y cohesión de todos los sectores empresariales, y la participación de todos los grupos poblacionales.

9. Progresividad

La Política, se implementará por medio de procesos graduales, eficaces y eficientes que en el corto, el mediano y el largo plazo permitirá el logro de sus objetivos.

10. Desarrollo sostenible

Velar por el desarrollo sostenible en lo económico, social y ambiental de los mecanismos e instrumentos, de manera que las actividades actuales tiendan a ubicar a las MYPE del movimiento Un Pueblo Un Producto, en una senda de crecimiento y desarrollo de largo plazo, sin comprometer los recursos en el futuro.

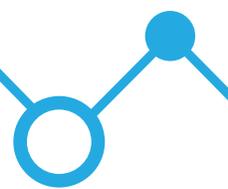
11. Principio de igualdad

La Política deberá integrar el principio de igualdad en su sentido amplio entendido como: Igualdad de derechos, Igualdad de trato, Igualdad de oportunidades, Igualdad de resultados. Referida a que todas las personas tienen asegurado el ejercicio.

- Igualdad de derechos. Es una dimensión jurídica política de la igualdad entendida como igualdad ante la ley.
- Igualdad de trato. Implica considerar las diferencias desventajosas, teniendo un trato diferencial hacia las personas o grupos que las experimentan, para llegar a los mismos resultados y así se ejerzan los derechos de forma igualitaria. Bajo este principio es posible implementar acciones positivas o afirmativas que permitan reducir o eliminar las desventajas existentes.
- Igualdad de oportunidades. Equiparando condiciones para la exigencia de recursos y beneficios que permiten a cada persona acceder por sí misma, a la garantía de los derechos que establecen las leyes en todos los ámbitos.
- Igualdad de resultados. Referida a que todas las personas tienen asegurado el ejercicio de sus derechos. No se trata de resultados finales idénticos u homogéneos, derivados del ejercicio de estos derechos.

12. Principio de equidad

Este principio permite dar un trato diferente a quien está en desventaja, con el fin de que tengan la posibilidad de lograr sus objetivos en condiciones de igualdad. Para el empleo de dichas acciones, pondrán especial atención en aquellos colectivos de mujeres en cuya situación y posición concurren múltiples discriminaciones.



13. Principio de no discriminación

Prohibiendo la discriminación de derecho o de hecho, directa o indirecta, contra las mujeres; definida como toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el ejercicio por las mujeres, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en todas las esferas, con independencia de sus condiciones socio económicas, étnicas, culturales, políticas y personales de cualquier índole.



“no es lo mismo ser de Un Pueblo Un Producto, que hacer las cosas de manera individual, la cooperación es indispensable... nos hacen más caso juntos”
(Comité Un Pueblo Un Producto San Vicente)

VI. MARCO LEGAL Y DE POLÍTICAS PÚBLICAS

La Política Nacional Un Pueblo Un Producto se sustenta en el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019, en el Plan Estratégico de la CONAMYPE 2015-2019, y en la experiencia acumulada con la implementación de

la estrategia de desarrollo económico local Un Pueblo Un Producto; además de ser respaldada por un conjunto de leyes y políticas que marcan la vida nacional e institucional de apoyo al segmento empresarial.

Marco legal y de políticas públicas de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto.



Leyes Nacionales

Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa.

El objetivo de la ley plasmado en el artículo primero es fomentar la creación, protección desarrollo y fortalecimiento de las MYPE, que busca fortalecer la competitividad y mejorar la capacidad de generar empleos de éstas, manteniendo un enfoque inclusivo de las mujeres y la generación empresarial en condiciones de equidad.

Esta ley establece (artículo 7) como el Órgano Rector al Ministerio de Economía y estipula que en coordinación con CONAMYPE diseñarán las políticas nacionales del fomento y desarrollo de la competitividad de las MYPE; también las políticas sectoriales inclusivas, y los programas de desarrollo sostenible.

La Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) (artículo 9), es facultado como el órgano ejecutor de las políticas nacionales de fomento y desarrollo de la MYPE.

Ley de Marcas y otros signos distintivos, y Ley de Propiedad Intelectual: Sistema de propiedad intelectual

Es importante, que paralelamente en la construcción de una dinámica económica que premia la innovación y la creatividad, se cuente con un sistema que proteja las ideas; es relevante definir el concepto de Propiedad Intelectual (PI) según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) "se refiere a las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas así como símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio."



La propiedad intelectual tiene dos divisiones:

(1) la propiedad industrial, que incluye las patentes de invenciones, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas; y el derecho de autor: relacionado con las obras literarias, obras artísticas, obras musicales, etc.

(2) Económicamente, la protección a las creaciones humanas, reflejado en la propiedad intelectual es un incentivo a la creatividad e innovación, ya que garantiza que su idea puede ser explotada por sus creadores y estos reciban los beneficios económicos obtenidos.

En El Salvador, la propiedad intelectual está regida por dos leyes:

“Ley de marcas y otros signos distintivos” la cual tiene por objeto la regulación sobre la adquisición protección, modificación y licencia de marcas, expresiones de publicidad comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la prohibición de la competencia desleal en tales materias. En donde es importante la definición de algunos conceptos relevantes para fortalecer el marco legal y el alcance del movimiento Un Pueblo, Un Producto. Los cuales son:

Marca: Cualquier signo o combinación de signos, que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra;

Marca Colectiva: es una marca cuyo titular es una persona jurídica que agrupa a personas autorizadas por el titular a usar la marca con base en un reglamento;

Indicación Geográfica: Todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que identifica o evoca a un bien originario de un país específico, un grupo de países, una región, una localidad o un lugar determinado, cuando una calidad específica, reputación, u otra característica del bien es atribuible a su origen geográfico;

Denominación de origen: es una indicación geográfica en el cual las cualidades o características se deben exclusivamente al medio geográfico en el cual se producen, incluidos los factores humanos y los recursos naturales, como ejemplo en El Salvador la denominación de origen Apaneca-Illamatepec.

“Ley de propiedad intelectual” esta tiene por objeto asegurar una protección suficiente y efectiva de la propiedad intelectual, estableciendo las bases que la promuevan, fomenten y protejan. Incluidos en esta la propiedad intelectual y la propiedad industrial.

Ley de Igualdad, Equidad y Erradicación de la Discriminación contra las Mujeres.

Expresa la voluntad política del Estado de hacer de la igualdad y la erradicación, de la discriminación contra las mujeres, una exigencia fundamental de sus actuaciones, en las iniciativas públicas y privadas, por lo que la Política Nacional Un Pueblo Un Producto no es la excepción, con la utilización de un lenguaje no sexista, inclusivo, que incentive la participación de hombres y mujeres de forma igualitaria. Además de promover la participación de las mujeres en los procesos que promueva la política, tanto en su incorporación en los procesos de potenciar productos identitarios, en la organización empresarial y comunitaria, y en otros que involucre la implementación de una marca local.

Planes Nacionales

Plan Quinquenal de Desarrollo “El Salvador Productivo Educado y Seguro” 2014-2019

El compromiso con las MYPE y su desarrollo tiene lugar desde la planificación del gobierno ejecutivo, haciendo referencia a la importancia de estas en el tejido productivo

del país. En el Plan Quinquenal de Desarrollo 2014-2019 en su objetivo primero dice *“Dinamizar la economía nacional para generar oportunidades y prosperidad a las familias, las empresas y al país”, específicamente la estrategia E1.2 que establece “Desarrollo de las capacidades productivas y competitivas de las medianas, pequeñas y micro empresas (MIPYMES) y su articulación a las dinámicas de la economía territorial, nacional e internacional”.*

Otro aspecto importante a destacar es el enfoque de territorialización de las políticas públicas, la descentralización de las competencias y la desconcentración de funciones para que haya mayor cercanía entre el Estado y la ciudadanía, mayor articulación con los Gobiernos Municipales y se reduzcan las inequidades territoriales.

Plan Estratégico de la CONAMYPE 2015-2019

CONAMYPE se compromete a expandir la estrategia “Un Pueblo, Un Producto”, para el desarrollo económico territorial, impulsa el movimiento a la institucionalización, a la búsqueda del desarrollo de la industria local distintiva, y el incremento de la productividad de los territorios, con base al desarrollo y empoderamiento empresarial, el desarrollo comunitario en función de la transformación de los recursos en productos y servicios que lleven plasmados rasgos de identidad de los pueblos.

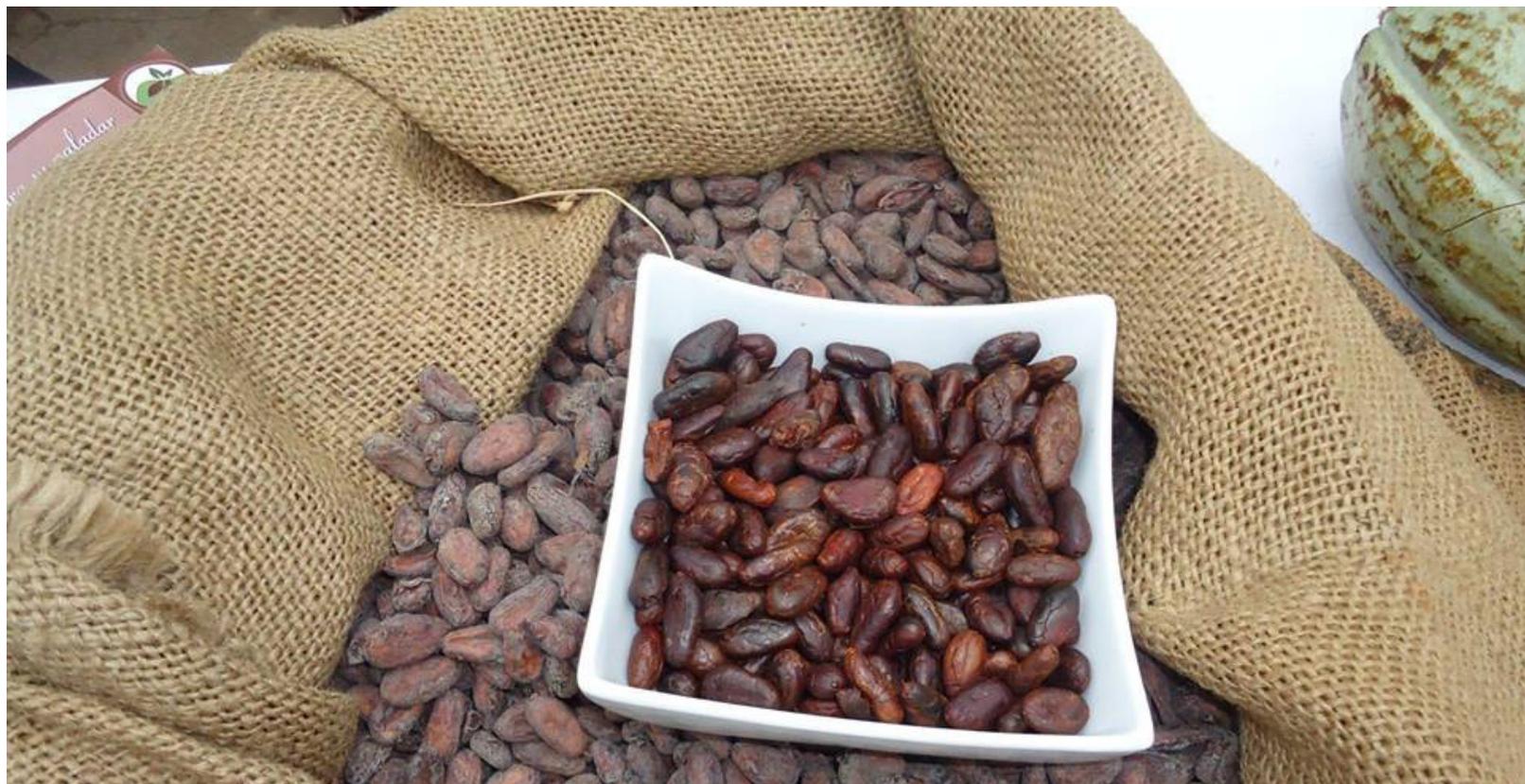
Incluye de forma expresa la incorporación del enfoque de género, registrando las empresas lideradas por hombres y mujeres, para conocer el crecimiento de las mujeres emprendedoras y empresarias con la filosofía del movimiento. Plantea la generación de capacidades innovadoras y técnicas.

Plan Nacional de Igualdad y Equidad para las Mujeres Salvadoreñas.

El plan nacional de igualdad instituye en sus acciones garantizar que las mujeres sean beneficiarias directas de los programas gubernamentales de

desarrollo productivo y económico, en el área estratégica de autonomía económica, que establece avanzar hacia la eliminación de las desigualdades y la discriminación de las mujeres en las esferas económica y laboral, con miras a promover el alcance real de su autonomía económica.

Se mantendrá, como eje transversal la equidad e igualdad de género, con el fin de aportar al cumplimiento del fin último de avanzar hacia la eliminación de las desigualdades y la discriminación de las mujeres en las esferas económicas. Esto con miras a promover el alcance real de su autonomía económica, establecido en la mencionada área estratégica.



Políticas Públicas Nacionales.

Política Nacional para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa

La finalidad es “elevar la competitividad, productividad, sostenibilidad y asociatividad de la MYPE a fin de mejorar su capacidad generadora de empleo y de valor agregado a la producción.”

Generar en el marco de la política, la articulación entre el gobierno central y los gobiernos locales, así como con los demás actores de los territorios para contribuir en la economía local, la institucionalidad y el impulso para el desarrollo de las MYPE y los tejidos empresariales en los territorios.

Política Industrial.

La política industrial integra en su visión un significativo componente de innovación tecnológica en sus procesos productivos, impulsador de más inversión, encadenamientos productivos con las pequeñas y medianas empresas, contribuyendo al crecimiento y desarrollo sostenido de la economía del país.

Dicha política establece entre sus líneas el aprovechamiento de oportunidades del comercio internacional mediante la promoción y desarrollo de mercados, con antenas comerciales en el exterior. A

su vez, establece el incremento de la productividad a través de la calidad, la tecnología, la innovación y el desarrollo de capital humano.

Política Nacional de Fomento, Diversificación y Transformación Productiva de El Salvador.

Esta política establece el fomento productivo nacional, la diversificación y la transformación productiva, con la visión de contar con una estructura productiva hacia la oferta de alto valor agregado, competitivo y fuertemente integrado dentro y entre sectores, articulado con los demás ámbitos de la economía, cuyos procesos y productos estén basados en un importante componente de innovación tecnológica, su vez tenga la capacidad de fomentar, inducir y alojar inversión de clase mundial en campos y rubros estratégicos vinculados en cadenas de valor con las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsado por la productividad, la competitividad y el fomento de la demanda interna; que promueva el desarrollo sostenible, el fortalecimiento de las capacidades de los territorios y la equidad en el mercado de trabajo.

Política Nacional de Calidad 2010-2014.

Constituye una guía para orientar las acciones de las instituciones públicas y privadas relacionadas con las áreas de calidad, inocuidad, mejora continua y evaluación de la conformidad, teniendo como

propósito la protección de los consumidores y la promoción de la competitividad de los sectores productivo y comercial, en armonía con el medio ambiente.

Esta tiene por objeto orientar y articular las acciones vinculadas al desarrollo, promoción y demostración de la calidad de los diferentes actores que conforman el Sistema Salvadoreño para la Calidad, como medio para garantizar la calidad en la producción, comercialización de bienes y prestación de servicios, contribuyendo al mejoramiento de la calidad en la gestión pública, la competitividad empresarial y la satisfacción de los consumidores.

Política Nacional de Emprendimiento.

Insta al fortaleciendo de la cadena de servicios de financiamiento de emprendimientos, con novedosos instrumentos que tengan un enfoque de equidad de género y prioricen en los emprendimientos dinámicos con potencial de crecimiento y en la creación de una cultura de emprendimiento innovadora; siendo para el caso de Un Pueblo Un Producto, la identificación y acompañamiento de aquellas iniciativas que promuevan la identidad de los pueblos, con potencial de desarrollo productivo y de comercialización.

Política Nacional de Propiedad Intelectual (PNPI).

La PNPI se define como una política transversal que busca posicionar la propiedad intelectual como elemento clave para el desarrollo nacional, contribuyendo al uso eficiente de la capacidad de la población para la creación de conocimiento, generando condiciones para la mejora de la competitividad de una manera articulada, entre las políticas y estrategias pertinentes.

Entre sus ejes estratégicos contempla que esta íntimamente vinculado con la razón y filosofía del movimiento Un Pueblo, Un Producto, en su eje de desarrollo local *“se pueden fortalecer las estrategias de desarrollo local a través de las indicaciones geográficas, y los signos distintivos de carácter colectivo, que ayuden a promover la identidad de pueblos originarios, una región o localidad determinada con un producto característico, alrededor del cual se pueden generar una serie de productos y servicios complementarios, como los servicios turísticos y gastronómicos, así como artesanías o productos promocionales relacionados, que puedan dinamizar la economía de la localidad. Además, con este tipo de práctica se promueve la presentación de los métodos tradicionales de producción de los bienes protegidos, en la parte que los caracteriza, pero se promueve la innovación en dichos procesos así como las buenas prácticas ambientales y la garantía de estándares de calidad también pueden generarse estrategias comercialización de productos con marcas y otros*

signos de publicidad comercial así como mejorar la presentación de los productos a través de marcas y diseños industriales.”

Política Nacional de Innovación, Ciencia y Tecnología.

Tiene por objeto fomentar y coordinar la investigación científica y tecnológica con el fin de contribuir al desarrollo sostenible y al bienestar social. Esto será posible mediante la generación y la difusión del conocimiento y la innovación, que deberán orientarse a mejorar la competitividad, lograr una transformación productiva nacional y alcanzar niveles sostenidos de crecimiento.

Específicamente busca apoyar la innovación empresarial para el incremento de su productividad y su competitividad fomentando las actividades de innovación en ciencia y tecnología para el desarrollo de productos; procesos y servicios; fomentando el desarrollo de mecanismos de apoyo a estrategias empresariales basadas en innovación.

Política Nacional de Turismo.

Plantea contribuir al progreso de las comunidades locales al tiempo que se generan experiencias significativas y memorables que convoquen a los viajeros nacionales e internacionales: para ello establece en uno de sus objetivos es contribuir al reconocimiento, la valoración y el disfrute del patrimonio cultural y natural del país y fortalecer el orgullo local y



vigorizar el sentido de identidad de las personas salvadoreñas; planteando entre sus ejes el impulso empresarial (Eje IV de la Política Nacional de Turismo).

Bajo esta perspectiva se plantea promover la competitividad de las empresas turísticas, incentivar la creación, fortalecimiento y diversificación de empresas turísticas y complementarias, además de promover modelos de innovación y mejores prácticas, además de fomentar la vinculación productiva de las empresas. Se plantea promover el fortalecimiento empresarial y la creación de empresas, de carácter turístico.

En su eje quinto Destinos Auténticos y Sustentables, identifica políticas específicas de autenticidad y sustentabilidad de los destinos, siendo entre ellas las localidades turísticas tradicionales y rurales.

Política Nacional de las Mujeres, actualizada al 2014.

La política nacional de la mujer, plantea en su eje temático de autonomía económica, avanzar en la superación de la discriminación explícita e implícita presentes en los instrumentos de política, en este caso, económica y que obstaculizan que las mujeres participen, accedan y decidan sobre los recursos tangibles e intangibles y los beneficios del desarrollo nacional. Por lo que la contribución sobre facilitar el acceso y el control por parte de las mujeres, de los activos tangibles e intangibles que permitan crear condiciones sostenibles para la reducción de la pobreza y la exclusión, van desde impulsar acciones afirmativas, el fomento de la asociatividad, el acceso a fuentes de financiamiento y desarrollo de competencias para el desarrollo de la empresa.



VII. EL LOGOTIPO DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO



CONAMYPE en el año 2010 crea un logotipo el cual es una representación visual que muestra a niveles gráficos e iconos la diversidad y riqueza de nuestra cultura y su contorno natural, como base para el desarrollo económico local, gráficas al estilo monumental en diversas líneas, producción agrícola, arte popular, tradiciones religiosas, turismo, tradiciones culinarias, patrimonio tangible e

intangible en conjunción con el rostro de nuestra gente. Que muestre el colorido característico de lo popular de nuestros pueblos, de nuestro país.

Dado que el principal objetivo era dar a conocer la estrategia de desarrollo económico local, el logo fue pensado como el "acto de coincidir en un punto dos o más cosas, por lo común uniéndose un producto con un pueblo" el término nos convoca a la coincidencia en la diversidad, punto importante de la estrategia.

La enorme diversidad cultural, nuestros orígenes, las expresiones culturales, la idiosincrasia, la historia, los paisajes, la manera de hacer las cosas, de pensar, de hablar, de vivir de construir, de crear y forjar caminos, las playas, veredas y vegetación, el aroma a tierra a maíz, café, azúcar, flores, barro, nuestra gente hombres y mujeres, sus tradiciones, costumbres, patrimonios, sus rostros sus manos, su pasado, su presente y su futuro, todo esto conforma el pueblo salvadoreño, su cultura es diversa vivida y colorida.

Basado en una idea ancestral de los cuatro puntos cardinales y de los cuatro elementos inspirados: artesanales, agroindustriales, turísticos y culturales los cuales son el resultado de un sinfín de creencias y prácticas culturales cuyo origen siempre está en los cuatro elementos llegan los cuatro puntos cardinales o zonas del país a encontrarse a intercambiar a transformarse.

El imago tipo está compuesto por formas abstractas que denotan una figura generadora dinámica. Entre ellos se mueven diferentes piezas de varios colores así como la diversidad de nuestros pueblos y la ofrenda de cada uno de ellos, todos estos aspectos integran un colorido mosaico que representa la unión de varias piezas que se conjugan en un todo. Estas piezas parecen moverse, intercambiarse y encontrarse en nuestro pequeño El Salvador, a su centro y una sombra alrededor que representa nuestro cielo en su esplendor.

Todos estos elementos planteados son el sustento de esta marca que ha servido para darle su propia identidad al Movimiento, y es reconocida a nivel país, regional e internacional. Dada la importancia de la presente política se considera importante incluir este apartado que describe, cómo surge y en qué se inspiró la construcción de la misma.



“...lo seleccionamos por que el producto que más nos identifica, las artesanías, han venido de nuestros ancestros...”
(Comité Un Pueblo Un Producto, Santo Domingo de Guzman)

VIII. ESTRATEGIA DE ARTICULACIÓN PARA LA DINAMIZACIÓN DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO, UN PRODUCTO

Esta estrategia dinámica constituye un subsistema especializado, complementan la implementación del Movimiento Un Pueblo Un Producto en los territorios, parte de la articulación de una estructura integrada en tres niveles: a nivel territorial por los Comités Un Pueblo Un Producto (CPP), a nivel nacional por la Red Nacional Un Pueblo Un Producto (RNPP) y a nivel directivo por el Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto (CAPP). Esta estructura responde al enfoque de

territorialización de las políticas públicas del Gobierno de El Salvador, que busca la descentralización de las competencias y la desconcentración de funciones para que exista mayor cercanía entre el Gobierno y la ciudadanía.

En ese mismo orden la articulación del Movimiento de Un Pueblo Un Producto, que se propone en esta Política tiene su asidero en la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y



*“Media vez uno esté bien organizado puede realizar las cosas que uno cree que es imposible de hacer”
(Comité Un Pueblo Un Producto, Coatepeque.)*

Elementos fundamentales para la operatividad del Movimiento Un Pueblo Un Producto.



Pequeña Empresa¹, que constituye un instrumento orientador de las políticas macroeconómicas y sociales del país en lo que se refiere a las MYPE.

La perfecta vinculación de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto y la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa, proponen contribuir de manera efectiva al desarrollo económico territorial de forma sostenible; considerando el crecimiento de las personas y su entorno, orientar el crecimiento del sector MYPE dedicados a destacar sus raíces identitarias.

¹ Ley aprobada por la Asamblea Legislativa el 25 de Abril del 2014 que entró en vigencia el 28 de Mayo del mismo año.

Esta Política Pública parte de un enfoque holístico en donde los recursos y capacidades territoriales a disposición de las MYPE del Movimiento Un Pueblo Un Producto, encuentran una plataforma que potencie el desarrollo de un modelo de negocio que busca sinergias entre los actores territoriales y nacionales, con la finalidad de introducirse al mercado de manera competitiva.

Este enfoque debe acompañarse de la coordinación y articulación de las instituciones del gobierno central, de acuerdo a su área de gestión, que se complementen para realizar esfuerzos especializados para este tipo de MYPE,

acompañados de otros actores como academia, agencias de cooperación internacional, gobiernos locales y sociedad civil en general.

Dichos niveles conforman una estructura funcional, representativa, que incida en la gestación y desarrollo de acciones y estrategias oportunas, inmersas en los principios del Movimiento Un Pueblo Un Producto enunciados de la siguiente manera: **Pensar Global, Actuar Local; Autonomía y Creatividad; Desarrollo del Recurso Humano.**

La operativización, de la estrategia del Movimiento Un Pueblo Un Producto de acuerdo a la definición de la CONAMYPE, distingue tres elementos fundamentales:

Previo a la ejecución de la estrategia, la CONAMYPE realiza un diagnóstico inicial, con el fin de identificar los recursos del municipio y su potencial mercado, además de otras condiciones para el desarrollo del producto como organizaciones alrededor del recurso local y el compromiso explícito del gobierno local para impulsar el movimiento y a la industria local distintiva.

El proceso de sensibilización de actores territoriales y liderazgos empresariales, que trata sobre la filosofía del movimiento y el alcance de la política pública Un Pueblo Un Producto, que va desde reuniones de trabajo, campañas de posicionamiento

Estructura Organizativa del Movimiento Un Pueblo Un Producto.



de productos identitarios, intercambio de experiencias, encuentro de los pueblos y tiendas antenas itinerantes, entre otras iniciativas.

Construcción organizativa en donde cada fuerza viva presente en el territorio exponga sus intenciones y se consoliden en una sola visión, adquiriendo el compromiso de adoptar la estrategia del Movimiento y la Política Nacional Un Pueblo Un Producto dentro de la dinámica económica del territorio.

Estructura organizacional consiste en la conformación de una articulación funcional participativa, representativa y comprometida con el que hacer del Movimiento Un Pueblo Un Producto, que active un eje vertical de manera operativa y estratégica; y horizontal en consonancia con la cohesión de las subestructuras.

Esta estructura organizacional del Movimiento Un Pueblo Un Producto que constituye un subsistema que se concatena de forma natural al Sistema MYPE es un mecanismo de articulación estratégico cuyo sentido es impulsar la Política Nacional, verticalizando desde los niveles de intervención -territorial, nacional y directivo-, que se comprometan con el alcance de dicha Política -fin, objetivos, ejes y líneas de acción-, cuyo objetivo propiciar las condiciones para el desarrollo de la capacidad creativa e innovadora de los Pueblos para que, con base a sus recursos y oportunidades, identifiquen y produzcan bienes y servicios, con una perspectiva de crecimiento económico territorial.

A Nivel Territorial (Nivel III): Comité Un Pueblo Un Producto.

El trabajo a nivel territorial constituye un nuevo paradigma del desarrollo, que privilegia la dimensión local como ámbito de encuentro entre actores para lograr la identificación de productos identitarios, recursos, potenciales mercados y socios, a partir de un proceso concertado para la construcción de capacidades empresariales, desde lo local hasta lo global.

Este Comité en el territorio estará conformado por los diferentes sectores económicos identificados en el municipio, las instituciones públicas y privadas presentes en el territorio, así como sociedad civil organizada y empresa privada.

Se espera que esta sumatoria de capacidades territoriales coadyuve esfuerzos y experiencias para el acompañamiento, vinculación y asesoría; de las MYPE del Movimiento de Un Pueblo Un Producto.

Estos Comités tendrán reuniones periódicas según lo acuerden, sugiriendo que sea al menos una cada mes, con la finalidad de dar seguimiento a las MYPE e iniciativas productivas identitarias con proyección de desarrollo. Los acuerdos de dichas reuniones serán registradas en un libro de actas, para su seguimiento.

El Comité Un Pueblo Un Producto elegirá un Coordinador o Coordinadora, quién presidirá las reuniones y el seguimiento de los acuerdos; un Secretario o Secretaria, que realizará las convocatorias y será responsable del registro de acuerdos y su resguardo. Estos cargos deberán tener



una duración de al menos un año. Entre las características que podrían contar quiénes integren éste Comité es la responsabilidad, el compromiso y voluntad de trabajar por el desarrollo económico del territorio, el reconocido liderazgo de sus actuaciones, y su identificación con el bienestar colectivo.

Es importante que la voluntad de conformar el Comité Un Pueblo Un Producto sea expresada firmemente, aceptando el nombramiento y asumiendo las responsabilidades para con el territorio. Se hará un acta del nombramiento de dicho Comité.

A Nivel Nacional (Nivel II): Red Nacional Un Pueblo Un Producto.

La Red Nacional Un Pueblo Un Producto estará conformada por un máximo de 14 representantes de los Comités Un Pueblo Un Producto, uno por departamento del país; y dos representantes de la Sociedad Civil Organizada, haciendo un total de 16 integrantes. Dichas personas representantes serán elegidas en Asamblea General de los Comités Un Pueblo Un Producto, que será ejecutada cada tres años, a la cual asistirán quienes cuenten con representación democrática como resultado de la elección en cada uno de éstos Comités (Nivel Territorial). Las personas electas asistirán a la Asamblea General convocada y precedida por la CONAMYPE. Dicha Asamblea se llevará a cabo si hay representatividad territorial, considerando un valor adicional al 50% de la asistencia posible, en caso de no contar con ello se procederá a la segunda convocatoria, la cual se llevará a cabo con la concurrencia lograda.

Se espera que las personas electas en esta Asamblea General, sean consideradas por su representatividad territorial, la experiencia acumulada en el movimiento Un Pueblo Un Producto, el acompañamiento brindado a las MYPE del territorio de Un Pueblo Un Producto, entre las características más destacadas.

En la medida de lo posible se recomienda considerar la participación de las mujeres para integrar sus necesidades e intereses en el desarrollo de productos identitarios y en la puesta en marcha de empresas bajo esta visión.

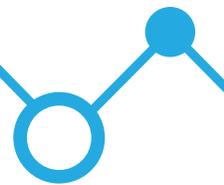
Esta Red Nacional Un Pueblo Un Producto se reunirá con una frecuencia trimestral para dar seguimiento al nivel territorial brindando lineamientos operativos y recomendaciones orientados a fortalecer el movimiento, para que sea competitivo y sostenible en los territorios.

Los acuerdos tomados serán consensuados, entre las personas asistentes, razonando posiciones e intereses, de forma tal que los territorios se sientan representados. En caso de no obtener el consenso, se razonará las diferencias considerando el territorio que las expone, dejando registro de ello.

La CONAMYPE convocará a la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, será responsable de destacar los avances, dar a conocer próximas actividades, además de llevar un registro de los acuerdos y su seguimiento; quién represente a la institución enviará los resultados de la reunión a la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, quién se encargará de poner al tanto al Consejo Asesor de Un Pueblo Un Producto, cuando corresponda.

Esta Red Nacional podrá estar presidida por la CONAMYPE a través de la Gerencia Un Pueblo Un Producto.

Será conveniente elegir una persona propietaria y suplente para cada integrante de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto.



Nivel Directivo (Nivel I) Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto.

El Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto, es la instancia estratégica a nivel nacional, quién se encargará de velar por que las acciones consideradas y ejecutadas estén orientadas a que el Movimiento Un Pueblo Un Producto sea más competitivo y sostenible, que potencie y desarrolle un tejido empresarial empoderado y articulado. Este Consejo brindará elementos que encaminen las acciones hacia el logro definido para la política nacional Un Pueblo Un Producto, estará vigilante de la movilidad del entorno para reorientar los lineamientos en caso de ser necesario, teniendo siempre en la mira la creación de oportunidades, en condiciones de igualdad y empleabilidad, a partir de productividad e identidad territorial.

Este Consejo estará conformado por Instituciones del Gobierno Central vinculadas al logro de los objetivos de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto: Representantes de la Sociedad Civil Organizada especializada en el desarrollo de la micro y pequeña empresa, además de aquellas que se dediquen al rescate de las tradiciones identitarias nacionales (2), y representantes de la Red Nacional Un Pueblo Un Producto (1).

Las instituciones llamadas a conformar el Consejo Asesor Un Pueblo Un Producto serán: MINEC/FONDEPRO, PROESA, MITUR, CNR, SECULTURA, CNC. Formarán parte de este consejo el MARN y el ISDEMU, como garantes de la incorporación de los ejes transversales de ésta política

nacional. Se invitará a que COMURES como gremial representativa de los Alcaldes y Alcaldesas deleguen a un representante.

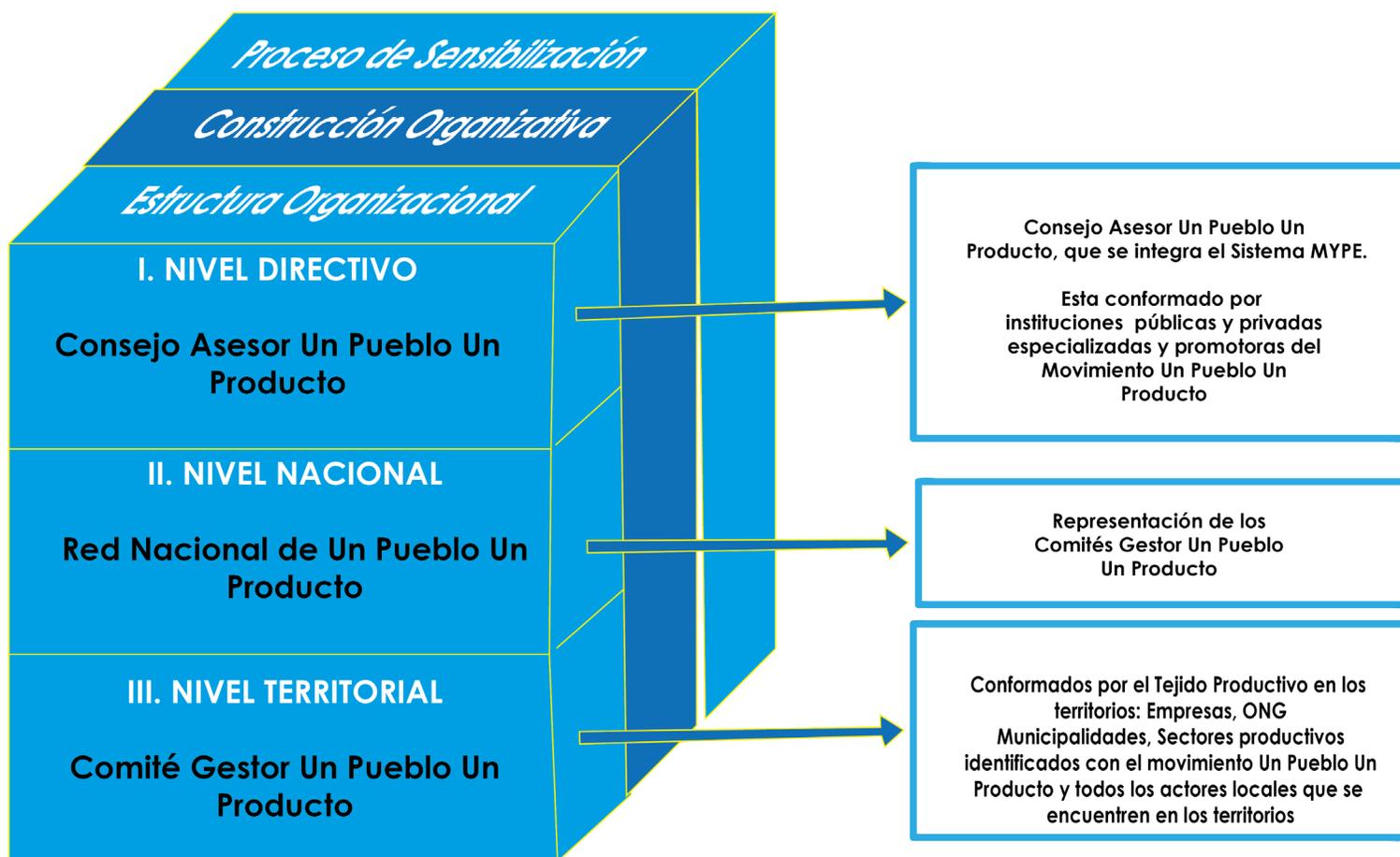
Este Consejo Asesor será coordinado por la CONAMYPE, quién será la instancia responsable de registrar los acuerdos de las reuniones e informar a quién corresponda, así como analizar y tomar decisiones sobre el avance de la implementación de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto, las cuales serán consensuadas y analizadas por dicho Consejo.

La representación ante este Consejo por la Red Nacional Un Pueblo Un Producto, está sujeta a la elección democrática ante el mismo, considerando criterios para la candidatura sobre la experiencia en la implementación del movimiento en el territorio, el compromiso y la responsabilidad. Se sugiere nombrar una persona propietaria y una suplente.

En cuanto a la representación de la sociedad civil organizada, pueden ser llamadas a presentar declaraciones de intención a la CONAMYPE, adicionando su experiencia y marco de acción territorial y experiencia de trabajo con las MYPE, para que sea evaluada, y luego seleccionada frente a un comité evaluador nombrado por la Dirección Ejecutiva de la CONAMYPE, el cual será responsable de analizar las acreditaciones presentadas y calificarlas.

Finalmente, a manera de síntesis se consolida la estrategia de articulación, materializada en un subsistema de tres niveles, que se encargarán de aportar al alcance de la Política Nacional Un Pueblo Un Producto.

Sub Sistema Nacional para el Desarrollo del Movimiento de Un Pueblo Un Producto en el marco de su Política Pública.



Esta estructura responde al enfoque de territorialización de las políticas públicas del Gobierno de El Salvador, que tiene su asidero en la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo para la Micro y Pequeña Empresa,

IX. ALCANCE DE LA POLÍTICA NACIONAL UN PUEBLO UN PRODUCTO

FINALIDAD.

DINAMIZAR Y FORTALECER EL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO A NIVEL NACIONAL PARA QUE SEA COMPETITIVO Y SOSTENIBLE SOBRE LA BASE DE UN TEJIDO EMPRESARIAL EMPODERADO, ARTICULADO, QUE GENERE IDENTIDAD TERRITORIAL Y PRODUCTIVIDAD, CAPAZ DE CREAR OPORTUNIDADES, INCLUSIÓN, Y EMPLEABILIDAD.

OBJETIVO GENERAL.

DESARROLLAR LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA DE LOS PUEBLOS PARA QUE, CON BASE A SUS RECURSOS Y OPORTUNIDADES, IDENTIFIQUEN Y PRODUZCAN BIENES Y SERVICIOS, CON UNA PERSPECTIVA DE CRECIMIENTO ECONÓMICO TERRITORIAL.

1

Organización y Articulación Local

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

DESARROLLAR MECANISMOS DE ORGANIZACIÓN Y ARTICULACIÓN LOCAL PARA EL FOMENTO DE UNA CULTURA EMPRESARIAL BASADA EN EL EMPODERAMIENTO Y CRECIMIENTO EMPRESARIAL.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 1.1 Identificación de sectores y mapeo de actores en el territorio para la caracterización de productos y/o servicios identitarios.
- 1.2 Fortalecimiento y consolidación de la Organización y Asociatividad en el Territorio para la identificación y desarrollo de productos y/o servicios identitarios.
- 1.3 Empoderamiento de población residente en destacar los productos identitarios.
- 1.4 Gestión de aliados territoriales para la implementación del movimiento Un Pueblo Un Producto
- 1.5 Formulación de planes de manejo y de convivencia de la población residente, consumidores y las empresas.
- 1.6 Gestión del desarrollo de la infraestructura vial y otros servicios que dinamicen la productividad.

➤ 1.7. Incluir dentro de la fase de sensibilización del Movimiento Un Pueblo Un Producto actividades orientadas a fortalecer el empoderamiento y autonomía económica de las mujeres participantes, que promueva el ejercicio de sus liderazgos a nivel personal y de trabajo colectivo.

➤ 1.8. Fomentar la participación efectiva de las mujeres y jóvenes en los diferentes espacios de articulación que demanda el Movimiento, para lo cual se deberá revisar y adecuar los horarios y espacios establecidos para las diferentes reuniones tomando en cuenta las restricciones de tiempo que las mujeres participantes pueden presentar.

➤ 1.9. Fomentar la participación de las mujeres desde las fases iniciales de articulación del movimiento, así como la incorporación de instituciones públicas y de la sociedad civil organizada que trabaje con el enfoque de desarrollo económico local e igualdad de género para asegurar su representación en los diferentes niveles definidos en la estrategia de articulación para la dinamización del movimiento Un Pueblo Un Producto.



2

Desarrollo de Capacidades Locales

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

FORTALECER COMPETENCIAS TÉCNICAS EMPRESARIALES Y DE GESTIÓN EN PERSONAS PRODUCTORAS Y EMPRESARIAS, Y GOBIERNOS LOCALES PARA CONTAR CON UNA OFERTA SOLIDA E INTEGRAL ANTE LAS EXIGENCIAS DEL MERCADO.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 2.1. Tecnificación del recurso humano dedicado al diseño y elaboración de productos y/o servicios identitarios.
- 2.2. Creación de escuelas móviles especializadas que propicien el desarrollo de nuevas capacidades empresariales y territoriales.
- 2.3. Asesorar para la generación de capacidades técnicas en los territorios para la atención especializada e inmediata a las necesidades del movimiento Un Pueblo Un Producto.
- 2.4. Asesoramiento especializado para productores y las MYPE que integran el movimiento, por rubro y por sectores, que encamine hacia los procesos de innovación y diseño de nuevos productos acorde a las exigencias del mercado.
- 2.5. Desarrollo de procesos de transferencia de conocimiento a productores/as locales, así como a nuevas generaciones sobre los saberes ancestrales.

3

Diseño de Productos e implementación del Modelo Empresarial

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

APOYAR EL DESARROLLO PRODUCTIVO IDENTITARIO Y EMPRESARIAL DE LAS MYPE PARA LA INDUSTRIA LOCAL DISTINTIVA.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 3.1. Integración de diferentes sectores academia, cooperantes y empresariales- para el diseño productos y desarrollo de procesos.
- 3.2. Diseño y elaboración de prototipos para la validación frente al mercado potencial.
- 3.3. Implementación de procesos de producción, factibles y sostenibles, en la elaboración de prototipos.
- 3.4. Vinculación y desarrollo de productos con aspectos de origen ancestral e identificativo de los territorios.
- 3.5. Instalación de una comunidad de práctica, para el aprendizaje durante el diseño y elaboración de productos, la implementación de encadenamientos productivos y redes empresariales.

4

Fomento de la Competitividad, Calidad, e Innovación.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

FAVORECER LA COMPETITIVIDAD DE PRODUCTOS IDENTITARIOS, GENERANDO VALOR AGREGADO Y FORJANDO ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS QUE APORTEN VENTAJAS COMPETITIVAS Y CAPACIDAD DE DIFERENCIACIÓN EN EL MERCADO.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 4.1. Mejoramiento de procesos, con nuevas técnicas de producción, basadas en las tendencias de mercado objetivo para su mejor comercialización.
- 4.2. Desarrollo de procesos para la creatividad, calidad, innovación y diversificación de productos y/o servicios, propiciando concursos para el otorgamiento de capital
- 4.3. Implementación de procesos para la mejora de la productividad y la calidad, adición de valores agregados y diferenciadores, y mejoramiento de costos.
- 4.4. Fomento del desarrollo de redes de productores de Un Pueblo Un Producto, para ser más eficientes y mejorar la competitividad.
- 4.5. Encadenamientos Productivos para identificar, potenciar y agregar valor al Producto de acuerdo a cada rubro.
- 4.6. Identificación y desarrollo de marcas locales distintivas a partir de socios locales y desarrollo de productos identitarios.

- 4.7. Promover la cultura de calidad en los productos y empresas, otorgando el Sello que lo distinga como “Calidad Un Pueblo Un Producto”.
- 4.8. Implementación de mecanismos de atención y servicio al cliente que demanda productos identitarios.
- 4.9. Identificación y recopilación de buenas prácticas de producción.
- 4.10. Innovación de productos identitarios con base a las exigencias del potencial cliente sin transgredir la naturaleza del producto mismo.
- 4.11. Incorporar a las mujeres desde un enfoque de igualdad a las cadenas de valor que se desarrollen producto del Movimiento Un Pueblo Un Producto, desarrollando metodologías específicas y generando las capacidades para el personal gerencial y técnico para su implementación.



5

Desarrollo y Transferencia Tecnológica.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

PROPICIAR CONDICIONES FAVORABLES PARA GENERAR NUEVOS PRODUCTOS, DISEÑOS, PROCESOS, SERVICIOS, O INCREMENTAR VALOR A LOS EXISTENTES, PARA LOGRAR VENTAJAS COMPETITIVAS EN EL MERCADO MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS QUE FACILITEN EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL DE FORMA SUSTENTABLE.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 5.1. Vinculación con centros de desarrollo tecnológico públicos o privados para la innovación.
- 5.2. Fomento al uso y acceso a tecnologías de información para la investigación y el monitoreo de tendencias de mercado.
- 5.3. Diseño e implementación de una plataforma virtual por sector y rubro, de personas proveedoras y productoras y de las MYPE.
- 5.4. Actualización de conocimientos tecnológicos para la creación de diseños innovadores e implementación de nuevos procesos.
- 5.5. Apoyo en la creación e implementación de planes de marketing digitales para el posicionamiento de la marca territorial.

6

Promoción de un entorno favorable para la formalización y legalización de las MYPE de Un Pueblo Un Producto.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

PROPICIAR LA FORMALIZACIÓN Y LEGALIZACIÓN DE LAS MYPE DE UN PUEBLO UN PRODUCTO, GESTIONANDO EL CONOCIMIENTO SOBRE LOS TRÁMITES RELACIONADOS, PARA SU SIMPLIFICACIÓN Y AGILIZACIÓN.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 6.1. Fomento y acompañamiento para la legalización de las iniciativas emprendedoras y empresariales de Un Pueblo Un Producto.
- 6.2. Asesoría Jurídica para la formalización y legalización de marcas y registros para el desarrollo de industrias distintivas en su territorio.
- 6.3. Registro y desarrollo de marcas para fortalecer el desarrollo local que ayuda a promover la identidad de pueblos originarios.
- 6.4. Asesoría jurídica especializada para la tramitología (marcas, permisos, legalización empresarial) y tributaria.

7

Empleabilidad e ingresos para mejorar la calidad de vida de los pueblos.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

CONTRIBUIR AL MEJORAMIENTO SOSTENIBLE DE LA CALIDAD DE VIDA DE EMPRESARIOS Y EMPRESARIAS A NIVEL LOCAL MEDIANTE EL DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE INICIATIVAS PRODUCTIVAS IDENTITARIAS.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 7.1. Articular esfuerzos territoriales para descubrir habilidades y competencias en grupos de mujeres y jóvenes dispuestos a ejecutar iniciativas productivas identitarias.
- 7.2. Fomento de la participación de grupos de jóvenes y de mujeres en el desarrollo de habilidades para el diseño y elaboración de productos identitarios.
- 7.3. Propiciar la conformación de grupos asociativos de jóvenes y de mujeres en la comercialización de productos identitarios.
- 7.4. Participar en la conformación de redes de grupos asociativos de mujeres y jóvenes identificados con el su territorio y su desarrollo económico.

8

Sistema integrado e integral de Servicios Financieros para Un Pueblo Un Producto

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

PROMOVER LA CREACIÓN DE LÍNEAS O PRODUCTOS FINANCIEROS ESPECÍFICOS PARA EL FINANCIAMIENTO DE LAS MYPE DE PRODUCTOS IDENTITARIOS PARA FOMENTAR SU CAPITALIZACIÓN, LA MEJORA DE SU PRODUCTIVIDAD, LA CONFORMACIÓN DE NUEVAS EMPRESAS Y CONSOLIDACIÓN DE LAS EXISTENTES.

LINEAS DE ACCIÓN.

8.1. Asesorar para la generación de capacidades de gestión financiera en los territorios para la atención especializada e inmediata a las necesidades del movimiento Un Pueblo Un Producto.

8.2. Promove el desarrollo de productos financieros específicos para personas productoras y las MYPE, que conforman el movimiento Un Pueblo Un Producto

8.3. Modernización y eficiencia de los servicios de micro financiamiento orientados al desarrollo y comercialización de productos identitarios



9

Investigación especializada y enfocada a mercados y productos a desarrollar.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

INCREMENTAR LA APLICACIÓN DE CONOCIMIENTOS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD LOCAL EN LA BÚSQUEDA DE LA COMPETITIVIDAD GLOBAL.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 9.1. Elaboración de estudios de mercado local, nacional e internacional sobre la competitividad de los productos identitarios.
- 9.2. Estudios e investigaciones que identifiquen las potencialidades de desarrollo de los recursos y productos identitarios.
- 9.3. Recopilación de prácticas ancestrales en la elaboración y/o desarrollo de productos en los diferentes rubros y sectores.
- 9.4. Propiciar la ejecución de diagnósticos de mercado que identifiquen las tendencias de mercado en la aceptación de productos identitarios.
- 9.5. Consolidación de buenas prácticas de producción, de comercialización y de organización territorial en la implementación del movimiento de Un Pueblo Un Producto.
- 9.6. Implementar un sistema de actualización de información sobre las necesidades e intereses del mercado potencial fundamentado en la clientela.

10

Acceso y consolidación de mercados.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

FACILITAR EL ACCESO A MERCADOS DE LAS MYPE QUE CONFORMAN EL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO, HACIA LA EXPANSIÓN Y EL CRECIMIENTO, MEDIANTE LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES COMPETITIVAS EN NUEVOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 10.1. Formulación, implementación y desarrollo de una estrategia de comercialización para productos identitarios por rubros y por sectores.
- 10.2. Desarrollo de mecanismos locales de comercialización, con tiendas antenas, ferias, entre otros.
- 10.3. Fomento del desarrollo de redes para la comercialización de productos identitarios.
- 10.4. Promoción y difusión de los productos desarrollados en el marco del movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional e internacional.



➤ 10.5. Creación de una línea de atención especializada para la exportación de productos identitarios para ampliar su mercado.

➤ 10.7. Atracción de inversores salvadoreños en el exterior e incentivar el uso de remesas para el fortalecimiento de las MYPE.

➤ 10.6. Apoyo a las MYPE para la formulación de planes empresariales orientados a mercados internacionales.

➤ 10.8. Fomento e implementación de redes de contacto para la comercialización de productos y/o servicios a nivel local y territorial.

11

Divulgación y Comunicación.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE POSICIONE A NIVEL TERRITORIAL Y NACIONAL EL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 11.1. Difusión del movimiento Un Pueblo Un Producto, y de las características de los productos identitarios identificados.
- 11.2. Diseño, implementación y consolidación de una estrategia de difusión de los productos desarrollados en el marco del movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional e internacional.
- 11.3. Implementación de una cultura empresarial que caracterice a empresarios y empresarias que integren el movimiento Un Pueblo Un Producto.
- 11.4. Implementación de mecanismos de comunicación y divulgación a nivel local y nacional, homologados que identifique al Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- 11.5. Realizar campaña de divulgación para el posicionamiento del movimiento Un Pueblo Un Producto, que muestre la articulación institucional, local y nacional en su implementación.



12 Fortalecimiento del marco institucional que favorezca la competitividad del movimiento Un Pueblo Un Producto.

OBJETIVO ESTRATÉGICO.

FORTALECER LA INSTITUCIONALIDAD PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO DEL MOVIMIENTO UN PUEBLO UN PRODUCTO.

LINEAS DE ACCIÓN.

- 12.1. Generación de competencias del personal técnico y gerencial que responda a la exigencia por rubro y por sector empresarial
- 12.2. Articulación de la complementariedad de la cooperación internacional con la inversión en fortalecer el desarrollo del movimiento Un Pueblo Un Producto.
- 12.3. Impulso de la cooperación en la región para propiciar el desarrollo y expansión del movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional y regional.
- 12.4. Vinculación con los Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa para la articulación de esfuerzos con las iniciativas empresariales en el territorio.

➤ 1.5. Establecimiento e institucionalización de mecanismos de articulación entre gobiernos locales, gobierno central, sociedad civil, personas emprendedoras y empresarias.

➤ 1.6. Propiciar el intercambio de experiencias entre movimientos de Un Pueblo Un Producto de la región centroamericana para la integración de buenas prácticas en la gestión nacional.



X. PARTICIPACIÓN EN EL PROCESO DE CONSULTA

Durante el proceso de consulta se contó con la participación de 198 personas, el 59% hombres y el 41% mujeres, entre grupos focales y talleres participativos. Se logró la participación de 26 municipalidades, de las diferentes zonas del país. Las alcaldías fueron seleccionadas a partir de su nivel de involucramiento en la implementación de la estrategia de Un Pueblo Un Producto, de acuerdo a la clasificación realizada en el taller

de las jefaturas regionales, aplicando 4 criterios de agrupación: (1) Resultados de impacto territorial, por la intervención de Un Pueblo Un Producto, (2) Organización consolidada por intervención de Un Pueblo Un Producto (diferentes sectores organizados), (3) Proceso de construcción organizativa (comités), y (4) Proceso de Sensibilización de Un Pueblo Un Producto.



Municipalidades Participantes:

- Alcaldía Chalchuapa
- Alcaldía de Jiquilisco
- Alcaldía de San Vicente
- Alcaldía Colón
- Alcaldía de Meanguera
- Alcaldía Nahuizalco
- Alcaldía Conchagua
- Alcaldía de Osicala
- Alcaldía Opico
- Alcaldía de Cacaopera
- Alcaldía de Sacacoyo
- Alcaldía San Vicente
- Alcaldía de Ciudad Barrios
- Alcaldía de Santa María Ostuma
- Alcaldía Talnique
- Alcaldía de Cojutepeque
- Alcaldía de Verapaz
- Alcaldía Tecoluca
- Alcaldía de Comasagua
- Alcaldía de El Congo
- Alcaldía de Gotera
- Alcaldía La Unión
- Alcaldía de Ilobasco
- Alcaldía de Atiquizaya
- Micro región del Bálsamo que integra los municipios de Comasagua, Jayaque, Sacacoyo, Talnique y Tepecoyo

Se contó con 10 instituciones pertenecientes a la academia:

- Universidad de Oriente
- Universidad Católica de El Salvador / Santa Ana
- Universidad Gerardo Barrios
- Escuela Superior de Economía y Negocios
- Universidad Tecnológica de El Salvador
- Escuela Especializada en Ingeniería IT-CA-FEPADE
- Universidad Francisco Gavidia
- Maestría de Desarrollo Territorial –Universidad Centroamericana “José Simeón

Cañas”

- Universidad Dr. José Matías Delgado
- Universidad de El Salvador
- Universidad Católica de El Salvador
- / Ilobasco

Se contó con la participación de 7 instituciones de cooperación internacional además de la presencia del Ministerio de Relaciones Exteriores.

- Agencia de Cooperación Internacional del Japón - JICA
- Cooperación de Luxemburgo – LUXDEV
- Cooperación Internacional para el Desarrollo Taiwan
- Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola - FIDA
- ONU MUJERES
- Fundación para el Desarrollo Local y el Fortalecimiento Municipal e Institucional de Centroamérica y el Caribe - FUNDEMUCA

Instituciones Participantes

- Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL)
- Agencia de Cooperación –ICDF (Taiwán)
- Secretaría de Inclusión Social / Ciudad Mujer Ciudad Mujer
- Dirección de Política Comercial / Ministerio de Economía
- Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA)
- Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)
- Ministerio de Turismo (MITUR)
- Centro Regional de Promoción de la MIPYME (CENPROMYPE)
- Centro Nacional de Registro / Registro de Propiedad Intelectual
- Ministerio de Relaciones Exteriores

La participación de 84 instituciones, entre sociedad civil organizada y asociaciones empresariales:

- A.G.A.S
- ACAASS De RL
- ACAMES
- ACOPASBA De RL
- ADEL Morazán
- ADEL Sonsonate
- ADETURSA
- Agroindustrias Chentillo
- AMSV
- AMSV/Cambio Tours
- Añil Chalchihuit
- Apaneca/Joyas de mi Tierra
- Arte Decorativo Nathaly
- Arte y Cultura
- Artesanías Dany
- Artesanías Yecotity
- ASAESCLA
- ASARTEBAT Textil Artesano
- Asociación del Lago
- Asociación PROESA
- Asociación Turismo Jayaque
- Ayuda en Acción
- Bálsamo Café y ASATUR
- CDT-ONG Meanguera
- Comité de Competitividad
- Comité OVOP El Congo
- Comité YAMKAX
- Coop. 31 de Diciembre
- Cooperativa AURORA de R.L.
- Coordinador de turismo de Ciudad Barrios
- CORDES Suchito Agropecuario
- Delicias de Jayaque
- El Taller de La Nany
- Embajada Española
- Empresario Turismo
- Escuela de Comunicación Mónica Herrera
- Parrilladas Don Julio
- FADEMYPE
- Fundación Segundo Montes ONG
- Guazapa tour De RL
- Izalco
- La Calzadoza
- La Piskucha
- Lancheros Puerto San Juan
- Líder Turismo
- Los Pepes
- Lunazul
- M.H y Color
- M.P.P.Lago Coatepeque
- Mesa de Artesanos de Santo Domingo
- Mesa de Desarrollo Artesanal de Santa Ana
- MIACCION/100% Miguellé
- Microrregión Bálsamo
- MOJE
- MUAZSA
- Mujeres Transformando
- Organización y Planificación de Eventos
- Oro Azul De RL
- OVOP Ciudad Barrios
- OVOP San Lorenzo Ahuachapán
- OXFAM ONG
- PADELOMSM
- Papalotl Tours
- Ponce's Artesanías
- Producciones Angelus
- Produitsa de RL
- San Julián tienda
- Servicios de Transporte
- SORGUT
- Torogoz Tours
- Turismo Empresario
- Turismo Restaurantero en Vía Turística
- UDP- creaciones Heriana
- Verapaz "Acopanela"
- Verapaz Comercio
- Verapaz Juvenil



XI. BIBLIOGRAFÍA.

- **CONAMYPE (2015).** *“Guía de implementación de la Estrategia de Desarrollo Económico Local “Un Pueblo, Un Producto El Salvador”.* San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.
- **CONAMYPE (2015).** *PLAN ESTRATEGICO DE CONAMYPE 2015-2019.* San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.
- **CONAMYPE. (2014).** *Ley de Fomento Protección y Desarrollo para la Micro y pequeña Empresa* San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.
- **CONAMYPE (2012).** *“Estrategia Un Pueblo, Un Producto.* San Salvador, El Salvador: CONAMYPE.
- **CONACYT (2013).** *“Política Nacional de Innovación Ciencia y Tecnología”.* San Salvador, El Salvador: CONACYT.
- **CNR (2015).** *“Recopilación de leyes y tratados internacionales en materia de Propiedad Intelectual”.* San Salvador, El Salvador: Centro Nacional de Registro.
- **CNR (2014).** *Política Nacional de Propiedad Intelectual.* San Salvador, El Salvador: CNR. Gobierno de El Salvador (2014)
- **EL SALVADOR, -Productivo, Educado, y Seguro- Plan quinquenal de desarrollo (PQD), 2014**

- **Gómez, J. (2010). Presentación: EL CICLO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS, Guatemala, Guatemala: CEPAL.**
- **ISDEMU, Plan Nacional de igualdad, equidad y no discriminación para las mujeres salvadoreñas, San Salvador, El Salvador;ISDEMU**
- **Miyoshi,K, Okabe, Y, Banyai, C. (2013).Capacidad comunitaria y desarrollo rural, : JICA**
- **Montoya, A. (2009). Manual de Economía Solidaria, El Salvador, San Salvador: UCA.**
- **Oita OVOP International Exchange Promotion Committee (2009). Recuperado el 18 de noviembre de 2015 de <http://www.ovop.jp/en/index.html>**
- **Ortegón, E (2008). Guía sobre diseño y gestión de la política pública. Bogotá, Colombia: Organización del Convenio Andrés Bello, Colciencias, Instituto de Estudios Latinoamericanos.**
- **Tenorio, M (2009). Contribución de la economía de la cultura “CUADERNOS SOBRE DESARROLLO HUMANO”, San Salvador, El Salvador: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)**
- **PROCALIDAD (2010).”Política Nacional de Calidad 2010-2014” . San Salvador, El Salvador: PROCALIDAD.**
- **SENPLADES.(2011). GUÍA PARA LA FORMULACIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS SECTORIALES Subsecretaría de Planificación Nacional, Territorial y Políticas Públicas. Quito, Ecuador: SENPLADES.**



El Salvador UN PUEBLO, UN PRODUCTO



MINISTERIO DE ECONOMÍA

GOBIERNO DE

EL SALVADOR
UNÁMONOS PARA CRECER

CONAMYPE
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
Ministerio de Economía
EL SALVADOR

Oficina Central:

- 25 Av. Norte y 25 Calle Poniente, edificio Gazzolo
PBX: (503) 2592-9000
- Urbanización Buenos Aires 2, Pasaje Mar del Plata
Calle Gabriela Mistral, Edificio Buenos Aires
San Salvador, El Salvador
Tel. Directo: (503) 2132-2200

www.conamype.gob.sv

 facebook.com/conamype.sv

 @CONAMYPESV

 CONAMYPE El Salvador