

20 HISTORIAS QUE INSPIRAN

1996 | 2016
20
años
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

San Salvador, El Salvador, Junio de 2016.

Directora Ejecutiva de CONAMYPE: Ileana Rogel

Miembros de Comisión Nacional de CONAMYPE

Licenciado Tharsis Salomón López Guzmán
Ministro de Economía

Presidente
Ministerio de Economía

Licenciada Merlín Alejandrina Barrera López
Viceministra de Comercio e Industria

Presidenta Suplente
Ministerio de Economía

Licenciado Miguel Adolfo López Ortiz

Director Propietario
Entidades Gremiales del Sector-OSOMI

Licenciada Bertha Silvia Mena de Morán

Directora Suplente
Entidades Gremiales del Sector-FEDECACES

Señor Luis Antonio Castillo Rivas

Director Propietario
Organizaciones No Gubernamentales, ONG'S-
AMIPYME

Licenciado José Ricardo Flores Pérez

Director Suplente
Organizaciones No Gubernamentales- Universidad
Centroamericana "José Simeón Cañas", UCA

Licenciada Sonia del Carmen Aguiñada Carranza

Directora Propietaria
Programas Nacionales de Apoyo-BANDESAL

Licenciada Agustina Beatriz de Paúl Flores

Directora Suplente
Programas Nacionales de Apoyo-MITAB

Señora Eisa Miriam Linares de Quintanilla

Directora Suplente
Asignación del Presidente de la República.

Resumen: Este libro contiene 20 historias empresariales que fueron recopiladas como un reconocimiento al esfuerzo de la micro y pequeña empresa salvadoreña, en el marco de 20 años de trabajo institucional.

Hecho el depósito legal (5 ejemplares donados a Biblioteca Nacional para el registro de todas las publicaciones de CONAMYPE)

Coordinación Editorial: CONAMYPE Unidad de Comunicaciones Institucional

Derechos Reservados© CONAMYPE

Forma de Citar: CONAMYPE "Historias empresariales que inspiran"

Impreso en: Imprenta Ricaldone"



El Compromiso de nuestro gobierno con las micro y pequeñas empresas

“Desarrollar 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”

Plan Quinquenal 2014-2019

Presidente Prof. Salvador Sanchez Cerén



PRESENTACIÓN

“Es un honor compartirle estas historias impregnadas de un esfuerzo emprendedor, donde la creatividad, la tenacidad, la búsqueda por la excelencia, son parte del día a día de nuestras micro y pequeñas empresas. Estas 20 empresas nos inspiran a pensar que todo es posible, que podemos cambiar nuestro entorno y mejorar nuestras condiciones de vida”

Tharsis Salomón López
Ministro de Economía y Presidente
de CONAMYPE

20 AÑOS DE CONECTAR A LA MYPE CON EL DESARROLLO

Estas "20 Historias Inspiradoras" están impregnadas de compromiso, de liderazgo, de decisión y sobre todo de mucha perseverancia de hombre y mujeres que están construyendo el buen vivir para sus familias y generando oportunidades de ocupación y empleo para otras más. Muestran también el aporte que desde hace 20 años, la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) impulsa para acompañar a este importante segmento empresarial que contribuye a dinamiza la economía de nuestro país.

Nos complace saber que son miles de empresas que han buscado en la CONAMYPE una aliada para desarrollar su ideas, su sueños y para fortalecer sus competencias, gracias por confiar en nuestra Institución y en nuestro equipo y socios.

¡Sigán adelante! El Salvador Avanza, el trabajo de ustedes contribuye a dinamizar la economía interna, sin duda Ustedes son un ejemplo, personas que inspiran y que muestran que en conjunto gobierno-empresa podemos construir el Buen Vivir en nuestro país.

Ileana Rogel
Directora Ejecutiva
CONAMYPE





EL COCO COMO materia prima del Éxito

La empresaria Sandra Monge es de las que piensa que si la vida se pone cuesta arriba, la solución es persistir, resistir y crear opciones viables para avanzar. Con la incertidumbre propia de cualquier persona desempleada, Sandra se tomó el riesgo de incursionar en la comercialización de cocos y acertó. Al principio vendía en el mercado central agua de coco en bolsa y abastecía a los señores de los carretones, hasta que llegó el momento de vender materia prima a las fábricas de helados y a la industria envasadora. La demanda podía sobrepasar los veinte mil cocos al mes. “Pronto descubrí que la demanda del coco era grande y la oferta era limitada”, comenta.

El primer golpe de timón lo recibió cuando uno de los clientes que le compraba cocos al mayoreo, para envasar el agua, un día le dijo que lo sentía, que en ese momento no necesitaba materia prima. “El coco solo dura 8 días



DATOS

Nombre:
Sandra Monge de Molina
Profesión:
Administración de empresas
Característica:
Perseverante, apasionada de su negocio.
Idea de negocio:
Elaboración y comercialización del coco y sus derivados (agua, dulces artesanales y horchata).



y qué iba hacer con 5 mil cocos en mi poder... hasta que el empresario me dijo: ¿por qué no los envasas tú?”. Pensó que era una gran idea. El único problema es que no tenía ni la planta procesadora de alimentos, ni el dinero para construirla, solo la materia prima. Era el momento de dar la siguiente batalla.

El único problema es que no tenía ni la planta procesadora de alimentos, ni el dinero para construirla, solo la materia prima. Era el momento de dar la siguiente batalla.

Pasó un año realizando trámites para conseguir el dinero y los permisos necesarios para poner a funcionar la planta. “Los únicos empleados éramos mi esposo y yo, y entre los dos hacíamos de todo, pasamos cuatro años solo envasando agua de coco”. En esta etapa reconoce que la presentación y la comercialización de su producto todavía eran muy domésticas y necesitaba mejorarlas.

Recuerda que estaba en una feria exhibiendo su producto, cuando llegó una asesora de CONAMYPE y le dijo: “Tus productos son buenos, pero necesitan una nueva presentación, un cambio de imagen”. La empresaria le tomó la palabra y aprovechó una Semana Santa para relanzar su producto al mercado, con nuevas viñetas. La respuesta en términos de ganancia fue satisfactoria. Sin embargo, ella quería diversificar su negocio y esta vez lo hizo bajo la asesoría del CDMYPE¹ - FADEMYPE de Santo Tomás.

“La asesoría que me brindaron en el cambio de imagen de mi producto, la elaboración de la tabla nutricional y la obtención de los registros sanitarios, representó para mi negocio un crecimiento en ventas del 40% en 2013 al 63% en 2014 y del 72% en 2015”.

Diez años después, con quince productos distribuidos en las principales tiendas de conveniencia, la siguiente meta de Sandra es la exportación. “En este momento, CONAMYPE me está apoyando en el tema de la industrialización y en el acceso a mercados internacionales. Para mí la institución, es una oportunidad real, donde he recibido asistencia técnica de calidad y a bajo costo. Siempre que los busco, los encuentro”, concluye la empresaria.

¹ El CDMYPE es un modelo de país para atender a las micros y pequeñas empresas, basado en una alianza público-privada-academia entre Conamype, Ministerio de Economía, educación superior e instituciones sin fines de lucro.

LA PUBLICIDAD INGENIOSA y ecológica de Bag Media

Antes de llegar a la idea concreta de negocio, Emilio Torres y Gerardo Rivera solo tenían argumentos sueltos de lo que no querían. No querían fomentar el uso excesivo de bolsas plásticas en la región centroamericana, tampoco querían imprimir hojas volantes y flyers que nadie lee. Lo que sí querían era lograr una propuesta innovadora de hacer un tipo de publicidad ecológica, atractiva y accesible para cualquier persona de la microempresa. Al juntar estos argumentos, resultó la idea de posicionar entre las empresas el uso de la bolsa de papel como recurso para hacer publicidad impresa, y a su vez, como medida para proteger el medio ambiente.

Con los cabos atados, los dos empresarios acudieron a la convocatoria “Reto emprendedor” realizada por CONAMYPE. Los requisitos era

presentar una idea de negocio novedosa y viable. En esa ocasión, los creadores de Bag Media ganaron el capital semilla.

Los apoyos que recibieron consistieron en facilitar la realización del registro de marca y de modelo de utilidad; así como establecer los vínculos con empresas grandes. “Ese capital permitió que Bag Media se presentara como una opción atractiva para otras marcas, sin ese apoyo no se hubiera consolidado”, comenta Torres.

La producción de Bag Media se ha diversificado y ahora, además de las bolsas publicitarias, están fabricando vasos ecológicos y bolsas de papel personalizadas para grandes empresas. Desde 2014 hasta la fecha han comercializado 132 mil bolsas de papel. Los empresarios interpretan este dato no solo como un logro económico, sino que también como la posibilidad de haber evitado el consumo de las bolsas plásticas.



“Nosotros no le ofrecemos a la clientela mayor circulación en ventas, nuestra oferta es de branding, porque no solo dan a conocer su negocio, sino que además presentan su producto en un empaque ecológico que cautiva al sector de la población que está a favor de las políticas de protección del medio ambiente”, afirma el joven empresario.



DATOS

Nombre: Emilio Torres.

Edad: 22 años.

Profesión: Publicista y Co Fundador de la empresa Bag Media.

Característica: Innovación y protección del medio ambiente.

Idea de negocio: Hacer publicidad ecológica, impresión de anunciantes en bolsas de papel.

Para los socios la empresa pasa por un buen momento. Los progresos se constatan en la producción mensual de bolsas y en el aumento de flujo de efectivo. Entre los planes de futuro han contemplado adquirir una franquicia en Honduras y Guatemala, expandir el equipo de ventas y firmar contrato con empresas transnacionales que operan en la región. "Detrás de cada negocio hay sentimientos implicados, no se trata solo de dinero y las empresas están conscientes sobre la importancia de crear empatías con sus clientes, la protección del medio ambiente es una forma de lograrlo".

LA APUESTA POR LOS zapatos hechos en casa

Para la familia Monterrosa, el anuncio que realizó el gobierno en 2010 sobre el inicio del Programa de Dotación de Paquetes Escolares, no pasó desapercibido. De inmediato la familia se reunió para hablar del tema y contemplar la posibilidad de regresar al negocio de la zapatería. “El sector prácticamente estaba agonizando, ni siquiera había dinero para invertir en una sola máquina”, afirma el empresario, Fernando Monterrosa.

La voz líder de esa reunión fue el padre de los hermanos Monterrosa. El patriarca había aprendido el oficio en su época de obrero, en la empresa ADOC. Una vida entera dedicada a la elaboración de zapatos le daba la autoridad para hablar sobre el negocio.

Fernando dice que para él y sus hermanos, la opinión de su padre era decisiva. En sus recuerdos todavía puede verlo trabajando en uno de los cuartos de la casa familiar, rodeado de una mesa para cortar, una máquina de pedal y cinco pares de hormas de zapatos. “Salíamos a vender a los mercados de Soyapango, San Bartolo y San José Guayabal”, asegura el empresario.

De la reunión resultaron tres conclusiones: la primera, el mercado estaba muerto, la segunda, los clientes exigen más calidad a las pequeñas empresas que a las grandes y la tercera, valía la pena aprovechar la oportunidad de reactivar al sector. “Nosotros no sabíamos nada de la fabricación industrial y para enfrentar el reto tuvimos que invertir en un lote de cinco máquinas, de los años 70, pero en buenas condiciones”.

La producción de los hermanos Monterrosa empezó con tres mil pares de zapatos y con la adquisición de las máquinas pasaron a producir 12 mil pares de zapatos. No obstante, era imprescindible lograr la aprobación de créditos en la banca privada. El siguiente nivel de producción lo alcanzaron en 2012, con una producción de 35 mil pares de zapatos y la capacidad de brindar estabilidad laboral a una planilla de empleados. El gran obstáculo en este negocio familiar era la estructura organizativa. Según Fernando, al momento de tomar decisiones, todos querían tener el mismo nivel de autoridad. “Lo primero que hizo CONAMYPE fue asesorarnos en el ordenamiento estructural de la empresa, en la planificación, en la estrategia de negocios, en la imagen corporativa, en los métodos de negociación y en los fundamentos de la industrialización”, sentencia Fernando.

Este empresario considera que CONAMYPE siempre ha mostrado mucho interés en lograr el desarrollo del sector. Destaca que como gremio la mediación de la institución en las negociaciones con proveedores ha sido determinante para reducir los costos. “El gran logro es que hemos adquirido fuerza de negociación, antes los proveedores nos vendían al precio que querían”.

Con dos salas de venta y una planilla de 31 empleados fijos, los hermanos Monterrosa reconocen que la clave del crecimiento ha sido la disciplina en el uso de los recursos



y la red de contactos que les ha facilitado CONAMYPE. “Ahora que ya exportamos nuestro calzado a otros países de la región, la aspiración es entrar a nuevos mercados como una empresa líder y me siento seguro que con el apoyo de Conamype lo vamos a lograr”, finaliza el empresario.

DATOS

Nombre: Fernando Monterrosa

Edad: 36 años

Profesión:

Empresario del sector calzado

Característica:

Disciplina en el uso de los recursos de la empresa.

Idea de negocio:

Elaborar calzado de calidad a bajo costo



CARTERAS BRIGHAM:

diseños exclusivos que atrapan

De todos los accesorios que pueden hipnotizar a una mujer, a la empresaria Vilma Gloria Álvarez de Trejo siempre le encantaron las carteras. En sus ratos libres, imaginaba carteras de diversos estilos, de texturas variadas. Eran carteras diferentes, originales que solo existían en su imaginación. Y aunque su realidad de madre soltera joven, de bajos ingresos y con pocas posibilidades de seguir estudiando no facilitaba su camino, Vilma nunca dejó de crear.

En una de las pruebas más dura de vida decidió coser su primera cartera. Con 12 dólares en la bolsa asumió el reto creativo: compró una yarda de lona, cosió un par de carteras y tomó el primer bus de Santa Ana a San Salvador para intentar venderlas. Por más que insistía, nadie las quería. Hasta que llegó al mercado Sagrado Corazón y logró dejárselas a un vendedor. “Ya venía en el bus de regreso a Santa Ana, triste porque no había vendido nada, cuando me llamó el vendedor para decirme que quería 20 docenas, que mis carteras se habían vendido rápido. Ese quizá ha sido uno de los días más felices de mi vida”.



Sin saber cómo iba a cumplir con el pedido, Vilma respondió que sí. Su petición fue que la dejaran hacer la entrega en cuatro partes. El vendedor aceptó y Vilma prestó el dinero para realizar la primera entrega. “El negocio resultó y ese dinero se convirtió en mi capital semilla hasta que me asaltaron y me robaron todo”. Había que empezar de cero otra vez. Para arrancar de nuevo, a Vilma se le ocurrió diseñar una cartera de los retazos que habían sobrado. “Estaba en la parada de buses con la cartera y de pronto se estacionó un carro, pensé que me iban a robar otra vez, pero no, era una mujer que me ofreció 30 dólares por la cartera y se la vendí. Repetí el diseño y de los retazos saqué 300 dólares que me sirvieron para reactivar el negocio”.



Hace dos años, en Ciudad Mujer Santa Ana se acercó a las oficinas de CONAMYPE y la empresaria asegura que el rumbo de su negocio cambió por completo. “Después de recibir una serie de capacitaciones, asesorías y asistencia técnica gané mi primer reconocimiento de empresariedad femenina por diseñar carteras innovadoras y de alta calidad. Yo no me lo esperaba”.



Fueron los cursos de diseño en el Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP), los que dieron la pauta para que Vilma probara con diseños más arriesgados. Sus trazos dieron como resultado una cartera organizadora con la cual ganó como mejor modelo negocio a nivel nacional. “La idea es que una mujer ejecutiva pueda llevar en una cartera elegante, su laptop, un par de zapatos bajos, la cosmetiquera, los lapiceros, el cepillo de dientes... y para todo he creado un compartimento”, expone la empresaria.

Sus esfuerzos ahora están enfocados en adquirir nueva maquinaria para ampliar su producción y en firmar contratos de exportación. “Estamos felices porque nos hemos unido con otra empresaria para abrir nuestra propia tienda en un centro comercial de Santa Ana, pero mi meta es crear una red de tiendas y ofrecer empleos de medio tiempo a mujeres jóvenes que necesitan estudiar y cuidar a sus hijos”.

DATOS

Nombres: Vilma Gloria Álvarez de Trejo
 Edad: 27 años
 Profesión: Diseñadora de accesorios
 Característica: “Para aprender hay que caer”
 Idea de negocio: Carteras de diseños exclusivos.



VOLT NUTRITION, la proteína al alcance de los deportistas

La pregunta era recurrente: ¿Qué puedo hacer para bajar de peso y mantenerme en forma? Luis Fernando Minervini siempre respondía: consume proteínas. Recuerda que durante mucho tiempo este diálogo se repitió muchas veces en su gimnasio de artes marciales mixtas. Hasta que un día puso mucha atención en las razones por las cuales los alumnos no consumían proteínas. La primera era su precio elevado, y la segunda, era la presentación, demasiado producto para una sola persona. Esos dos inconvenientes, Luis Fernando los convirtió en su gran idea negocio.

Su proyecto consistiría en depositar dentro de una botella plástica, la cantidad exacta de proteína que necesita consumir una persona después de haber concluido su jornada de ejercicios.



Por un precio unitario y accesible, el consumidor solo tendría que mezclar un poco de agua al producto, y listo. La proteína estaría al alcance de cualquier deportista.

De inmediato, Luis Fernando se dedicó a poner en marcha su emprendimiento solo. Al cabo de un tiempo, la botella con proteínas, lista para una bebida, estaba distribuida en 23 gimnasios de El Salvador. El negocio parecía sencillo, manejable y hasta obvio, pero los obstáculos no tardaron en aparecer. No se estaba recuperando lo invertido y la distribución del producto tenía muchas debilidades.

Un día, escuchó en la radio sobre los apoyos que brinda CONAMYPE a empresarios como él. ¿Qué puedo perder? Fue lo primero que dijo y se fue a pedir asesoría al Centro de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) de la Universidad Matías Delgado. “Yo no llegué buscando dinero, lo que necesitaba era una guía y la encontré”. Su asesor le dio dos certezas: por un lado, le dijo que su idea de negocio era muy importante y que no lo podía dejar caer.

Y por otro, lo invitó a participar en diplomados de contabilidad, manejo de alimentos, gestión del crédito, consideraciones básicas para exportar, mi empresa digital, entre otros. Ya con nuevas herramientas y siempre de la mano del asesor surgieron las primeras respuestas a los problemas de su negocio. Así surgió la idea de una máquina vending, la cual garantizaría la presencia del producto en los gimnasios, sería seguro y sin intermediarios

Después de una intensa asesoría en la elaboración del plan de negocios, Luis Fernando logró, con el apoyo de CDMYPE y el financiamiento de BANDESAL, pasar de la idea a la fabricación de 20 máquinas vending que serán distribuidas en diferentes gimnasios de San Salvador, Santa Ana y San Miguel. “El negocio te habla y los problemas te dicen en qué debes mejorar”, afirma entusiasmado.



Ahora, las ambiciones del negocio se han multiplicado, y gracias a estos apoyos, está elaborando una serie de productos destinados a la pérdida de peso. “Yo con CDMYPE aprendí que no era todólogo, que mi fuerte era crear, pero que carecía de un orden empresarial. Si contabilizara en dinero la asesoría que me han brindado podría decir que ha sido una gran inversión. Tenemos que dejarnos ayudar. Yo me siento satisfecho”, concluye.

DATOS

Nombre: Luis Fernando Minervini Bonil

Edad: 41 años

Profesión: Entrenador personal de acondicionamiento físico.

Característica: Amante de la comida sana y las artes marciales mixtas.

Idea de negocio: Facilitar el consumo de proteínas entre las personas que practican deportes.

LA ORGANIZACIÓN ES LA CLAVE del desarrollo personal y comunitario

Para la mayoría de mujeres jefas de hogar en Zaragoza, el panorama era el mismo: había mano de obra calificada y necesidades comunes, pero no habían oportunidades de empleo, ni espacios colectivos de desarrollo económico. La actual presidenta y representante legal de la cooperativa ACOMUJERZA, Ana Morales ha vivido 14 años en el municipio y afirma que antes, las mujeres de la zona no tenían un espacio donde aprender un oficio o la posibilidad de integrarse a un taller productivo que generara la oportunidad de autoempleo. “Aquí todo el mundo está acostumbrado a trabajar de manera individual”, explica.

Sin embargo, en septiembre de 2009 un grupo de personas, en su mayoría mujeres, se pusieron de acuerdo en unir talentos y esfuerzos, y fundaron una cooperativa dedicada a la confección de ropa, bordado artesanal, producción de uniformes escolares, elaboración de trajes típicos, preparación de alimentos, apertura de una tienda de artesanías, entre otros. Ana recuerda que para ese momento nadie tenía ningún tipo de experiencia previa en el ámbito de las cooperativas. Por esta razón, consideraron que pedir asesoría sería la mejor salida. Y así fue, bajo la alianza de CONAMYPE-CDMYPE Matías, se le brindó el apoyo que buscaba.



Ahora, Ana Morales destaca que entre los principales logros de ese encuentro están la creación de una identidad gráfica para la cooperativa, la legalización y la apertura de otros espacios de comercialización; así como también la capacitación del recurso humano que les ha permitido innovar y elaborar nuevos diseños.

“Haber tocado esa puerta nos ha permitido entrar a otro mundo... participar en capacitaciones empresariales del programa Paquete Escolar, en ferias y show room de exportación, se nos ha brindado asistencia técnica de una línea empresarial, hemos pasado a formar parte del catálogo de productos institucional y hasta la fecha nos siguen apoyando”, señala la presidenta de la cooperativa.

Para Ana es motivo de orgullo que la cooperativa haya sido tomada en cuenta para participar en el Programa de Paquetes Escolares y en la confección de los diseños que conforman el catálogo de la colección Opulencia Pipil.

“Estas oportunidades nos han permitido crear empleos para mujeres jefas de hogar de la tercera edad que han sido buenas costureras, pero que ya no son tomadas en

cuenta dentro del mercado laboral y para otras que a pesar de ser jóvenes y de la experiencia acumulada en las maquilas, se encuentran desempleadas”, agrega.

Ella considera que una de las recompensas más importantes que han tenido las mujeres que integran la cooperativa ha sido la conquista de su autonomía económica, adquirir una voz propia y reconocer, como afirma esta activista, que “la organización es la clave del desarrollo personal y comunitario”.

DATOS

Nombre: Ana Morales

Edad: 35 años

Profesión: Administración de Empresas Turísticas

Característica: Activista comunitaria y defensora de la autonomía económica de las mujeres.

Idea de negocio: Implementación de talleres productivos para fortalecer las capacidades de las mujeres en Zaragoza.



NO TENGA MIEDO, comprar en internet puede ser fácil y seguro



Como joven de la era digital, Luis Ernesto Castaneda identificó rápidamente el nicho de su negocio. Su propuesta de servicios estaría dirigida a vender seguridad y confianza entre los clientes que todavía no se sienten cómodos para realizar una compra en internet. Así nació su empresa Entrega Segura. En marzo de 2015, su primera transacción la hizo con la ayuda de unos familiares que viajaron de Estados Unidos hacia El Salvador, y trajeron los productos solicitados por los clientes. El experimento dio resultado.

“Antes de empezar mi negocio trabajaba en una cooperativa de préstamos como analista de créditos. Tenía una cartera de 200 clientes y trabajaba de 7:00 de la mañana a 11:00 de la noche, era muy agotador”, comenta el joven empresario.

Pocos días después de haber renunciado de la cooperativa, consiguió empleo como supervisor de Urgente Express. En este trabajo pudo comprobar que había un sector de la población salvadoreña que deseaba comprar cosas en tiendas internacionales pero, primero, no se animaba a digitar la clave de su tarjeta de crédito, y segundo, no tenían quien trajera el producto. Entonces, Castaneda habló con su jefe inmediato en Urgente Express sobre su idea de negocio y como la importación de mercadería no representaba una competencia para la empresa, el jefe aceptó con una condición: Entrega Segura pagaría a Urgente Express una comisión por traer los paquetes al país.

Afinado este acuerdo, se puso en marcha el negocio. En pocos meses, Castaneda descubrió desde empresarias de boutiques Online que necesitan importar los productos que ofrecen a su clientela en Facebook, hasta clientes individuales que desean comprar un producto puntual. Un año después, Entrega Segura brinda sus servicios a 42 clientes que cuentan con un casillero asignado.





El joven empresario resalta su participación en el programa Juventud Emprende 2015, como uno de los incentivos más importantes que ha recibido de CONAMYPE: “ese espacio me abrió las puertas para legalizar mi negocio y mi marca; además, me dio la oportunidad de participar en ferias que han sido una gran ocasión para dar a conocer mi negocio y hacer relaciones públicas con el sector empresarial y clientes potenciales”, subraya.

Entre sus planes inmediatos, están por un lado, producir un vídeo que explique de manera simple y didáctica, cómo se realiza una compra en internet, y por otro, ofrecer a través de la Alcaldía Municipal de Santa Ana, la realización del trámite y el envío de partidas de nacimientos dentro y fuera de El Salvador. “Mi meta es hacer entregas seguras de cualquier tipo de correspondencia por vía marítima, aérea y terrestre. Estoy convencido que en El Salvador, la misma necesidad nos ha convertido en los mejores negociantes del mundo”, afirma sonriente Castaneda.

DATOS

Nombre: Luis Ernesto Castaneda Acosta
 Edad: 25 años
 Profesión: Estudiante de Mercadeo y Empresario del Programa Juventud Emprende 2015
 Característica: La peor barrera que tenemos es la mente.
 Idea de negocio: El internet como una plataforma segura para realizar transacciones comerciales.

NOHEMY MENDEZ: la empresaria que lucha por construir “Casa Vida Nueva”

Las primeras lecciones para descifrar los secretos que guardan los ojos de los demás, se las dio la vida. La intuición y el criterio fueron sus dos grandes herramientas. Después de haber estudiado profesionalmente el método de la Iridología, la empresaria Nohemy Méndez afirma que solo necesita observar el iris del paciente para conocer su estado físico, emocional y mental. La asertividad de sus diagnósticos ha sido su mejor carta de presentación.

Al principio, su idea de negocio cabía en una de las habitaciones de su casa. Las propiedades medicinales de las hierbas y sus conocimientos para mezclarlas era todo lo que tenía. Recuerda que lo poco que producía lo vendía entre sus amigos o tocando puertas en los barrios cercanos. “En esa época estaba viviendo un proceso de violencia intrafamiliar que ni atención le ponía al negocio, estaba como dormida”. El día que decidió pedir ayuda se fue a Ciudad Mujer San Martín y entre los apoyos que recibió nunca olvida el que encontró en CONAMYPE.

Determinada por recuperar el control de su vida, explicó a las asesoras de CONAMYPE que había estudiado Iridología, que podía activar puntos energéticos, hacer acupuntura, reflexología, digitopuntura y que el medicamento natural que elaboraba daba buenos resultados. “Después de escucharme con atención, la asesora me ofreció todo su apoyo y yo sentí que había vuelto a nacer”, explica Méndez.



De esa relación inicial de apoyo, la empresaria asegura que el taller de género y emprendedurismo cambió por completo su perspectiva de vida como mujer y como empresaria: “Desde allí sólo ha sido crecer y crecer”. De la mano de CONAMYPE abrió su primera clínica “Casa Vida Nueva” en Altavista y una sucursal en Ciudad Merliot, ha contratado a 5 empleadas y su hija se ha convertido en su mejor socia.

Méndez ahora es una empresaria con formación en finanzas, marketing, manejo de conflictos y atención al cliente, imagen corporativa, capaz de desarrollar un modelo de negocio y con ambiciones de exportar. Lo que más agradece de este proceso ha sido verse otra vez haciendo planes de futuro:

“Antes no me proyectaba, no lograba soñar mi futuro, en cambio ahora, me veo trabajando con un equipo grande, haciendo alianzas y prestando mis servicios a empresas importantes”.

DATOS

Nombre: Nohemy Méndez

Edad: 47 años

Profesión: Iridóloga.

Característica: Certeza al momento de realizar el diagnóstico y confianza en el poder curativo de la medicina natural.

Idea de negocio: Brindar salud y bienestar sin efectos secundarios.



LOS RECICLADORES

de Oportunidades

Al terminar el bachillerato, Mario Antonio Berríos constató que la queja de toda su generación no era un invento, conseguir un empleo en El Salvador podía llegar a ser una misión casi imposible. El rumbo de su vida cambió, el día que la Asociación de Proyectos Comunales de El Salvador (PROCOMES) le abrió la puerta y le dio trabajo como mensajero. Su buen desempeño propició la siguiente oportunidad, la institución le ofreció participar en un proyecto de reciclaje que se desarrollaría en Soyapango, con el apoyo financiero de la cooperación internacional.

La nueva función de Mario sería recolectar la materia prima que iban a reciclar. Durante los recorridos por el municipio comprendió que materia prima había de

sobra y que el proyecto pronto podría convertirse en una micro empresa rentable. Y así fue. Lo que había empezado como un proyecto piloto se constituyó en la Sociedad Cooperativa Reciclando Oportunidades de RL de C.V.

En el ánimo de mejorar las condiciones de trabajo y aumentar la producción, el proyecto se trasladó a Nejapa y se transformó en una fuente de empleo estable para diez jóvenes de la zona. De inmediato el equipo planificó una programación para recolectar los desechos que se producen en los principales centros escolares. A este esfuerzo de reciclaje se sumaron las cooperativas del municipio y los recolectores independientes que identificaron en este centro de operaciones, una fuente de ingresos para sus familias.



DATOS

Nombre: Mario Antonio Berrios

Edad: 29 años

Profesión: Empresario/ Representante Legal de Sociedad Cooperativa Reciclando Oportunidades de RL de C.V.

Característica: Convertir los desechos en una oportunidad de trabajo.

Idea de negocio: Reducir, reutilizar y reciclar la basura.

Para este grupo de jóvenes recibir la asesoría y las capacitaciones de CONAMYPE era imprescindible. En coordinación con el CDMYPE PROCOMES, el equipo se capacitó en administración financiera, elaboración de planes de negocio, utilización de herramientas de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), participación en ferias y exhibiciones; así como asistencia técnica sobre higiene y seguridad industrial.

Ahora, Mario es el representante legal de la cooperativa y explica que los avances obtenidos hasta la fecha han sido importantes: “Tenemos un molino para procesar plástico, una peletizadora, una lavadora y una secadora... de vender 100 guacales hemos pasado a vender 5 mil”.

Ser una empresa con mejores condiciones administrativas e innovadora, ha permitido que este equipo de jóvenes trabaje con una mentalidad de mejora continua, con la visión de exportar y asumiendo la responsabilidad social y ambiental. “Creo que mi trabajo es valioso porque todos esos desechos que afean nuestro municipio, nosotros lo convertimos en ganchos, sillas, baldes, macetas y juguetes. Vale la pena”.



KAREN REBOLLO: la empresaria con una mirada propia de la moda

Mientras ejerció el mercadeo como profesión, la empresaria Karen Rebollo nunca dejó de pensar en su verdadera pasión: la pintura. Durante muchos años, supo que tenía un ojo estético entrenado para combinar formas y colores, una habilidad natural para usar el pincel y talento de sobra para crear. Lo que no sabía era cómo transformar todas esas destrezas en una profesión. En un negocio rentable.

La oportunidad de explorar otros caminos llegó en el 2012, cuando el Sistema de la Integración Centroamericana (SICA) lanzó la implementación de su programa “Emprende tu Idea”. En ese momento, Karen apostó todo lo que tenía y, durante 10 meses, se dedicó a conceptualizar y a elaborar el proyecto con el cual ganaría su primer capital semilla.

“Mi proyecto ganador consistió en pintar mi obra sobre unos bolsos de tela y aunque la idea estaba bien enfocada, me hacía falta incursionar en los gustos de los consumidores, desarrollar una línea gráfica, capacitarme en diseño, finanzas, etc. ... ya en toda esa parte me ayudó Conamype y el CDMYPE Universidad Francisco Gavidia”, explica la empresaria.

Después de invertir el capital semilla en cursar el Diplomado en Diseño de Modas, impartido por la Escuela de Comunicación Mónica Herrera, Rebollo se dedicó a crear sus primeras colecciones y a experimentar con diversas texturas como el yute, la tela, el banner, los accesorios, los cuadros, el diseño de interiores, entre otros. “Mi proceso creativo consiste en observar las tendencias de la moda y a partir de ahí imprimir mi aporte adicional en una pieza única, que tenga mi sello”, agrega.



Paralelo al desarrollo creativo de la empresa Piezaz!... Expresiones+Arte S.A de C.V., la diseñadora aclara que su lema ha sido participar en todos los espacios de formación que ofrece CONAMYPE. “He recibido todos los seminarios y capacitaciones relacionadas con costos, contabilidad, manejo de productos, desarrollo de marca, fotografía... Para mí todos esos cursos son equivalentes a una carrera”.



En esta nueva etapa de desarrollo, dice que la mayor parte de sus esfuerzos están enfocados en lograr la proyección internacional de sus productos. Una de sus apuestas es alcanzar acuerdos en las negociaciones que ha establecido con Islas Vírgenes y con compradores extranjeros dentro del ámbito empresarial.

Califica como uno de sus principales logros la oportunidad de participar este 2016 en la exposición de artistas emergentes que se llevará a cabo en Luxemburgo. “Mi prioridad es saber cómo llegar al mercado idóneo y adaptarme a los cambios de manera inteligente”, puntualiza.

DATOS

Nombre: Karen Rebollo
 Edad: 40 años
 Profesión: Mercadeo.
 Característica: Artista visual y Diseñadora de Modas
 Idea de negocio: Diseño de vestuario y accesorios pintados a mano



LA SOCIEDAD COOPERATIVA

El Zompopero orgullosa de su patrimonio

El presidente de la Sociedad Cooperativa El Zompopero, Moisés Hernández no duda en afirmar que el cultivo de camarones es lo mejor que le ha pasado a los habitantes de San Hilario, en Jiquilisco. Después de vivir la infancia entre la guerra y un refugio hondureño, Moisés recuerda que su familia recibió la firma de la paz como la oportunidad de tener una vida comunitaria pacífica, productiva y organizada. El nuevo hogar sería San Hilario y desde que llegaron se dedicaron con empeño a la producción de sal. Pero en el año 2000, el negocio cumplió su ciclo y nuevamente tuvieron que reinventarse una forma de ganarse la vida.

En esa búsqueda hicieron pruebas con el cultivo de camarón, y durante el proceso, Hernández dice que afortunadamente recibieron la ayuda tanto de las instituciones estatales, como de Organismos No Gubernamentales interesados en contribuir al desarrollo comunitario. Una vez que lograron producir el camarón lo empezaron a comercializar en el mercado informal y la pregunta era ¿qué debemos hacer para llegar al mercado formal y superar la barrera de precios bajos que nos imponen los intermediarios?

La respuesta de CONAMYPE fue ofrecerles la asesoría legal necesaria para constituir la Sociedad Cooperativa de Comercialización El Zompopero, integrada a su vez por cuatro cooperativas, las cuales reúnen a 105 socios. “Formalizarnos para nosotros significó mayor





capacidad de negociación con los clientes y con los proveedores; nos permitió además, acceder a los mercados formales”, explica Moisés.

Con el diseño de una imagen comercial y corporativa, estudios de mercado, de factibilidad técnica y financiera para el acopio, llegó el siguiente desafío: construir un centro de acopio único en la zona que permitiera al productor obtener mejores ingresos. Moisés comenta que fue a partir de un estudio realizado por CONAMYPE que todos comprendieron que los clientes potenciales jamás llegarían a comprar el camarón hasta San Hilario.

Por razones de tiempo y recursos, los clientes prefieren comprar el producto a un proveedor que lo lleve hasta la cocina del restaurante. “Quienes compran el camarón ganan en una semana lo que las familias productoras ganamos en 90 días y comprendimos que debíamos apostar a una mejor comercialización”.

El nuevo Centro de Acopio es actualmente el proyecto más grande de la zona y representa una fuente de 16 nuevos empleos fijos para la comunidad. “El cliente formal demanda profesionalismo y estamos seguros que con la apertura de este acopio no solo vamos a generar empleo, sino que también vamos a generar nuevos márgenes de ganancia. El camarón para nosotros es nuestro patrimonio, es nuestra principal fuente de ingreso”.

DATOS

Nombres: Moisés Hernández
 Edad: 36 años
 Profesión: Presidente de la Cooperativa El Zompopero
 Característica: “El camarón para nosotros es nuestro patrimonio, es nuestra principal fuente de ingreso”.
 Idea de negocio: Ofrecer un camarón limpio, separado por tallas, con hielo y a domicilio. 11/19

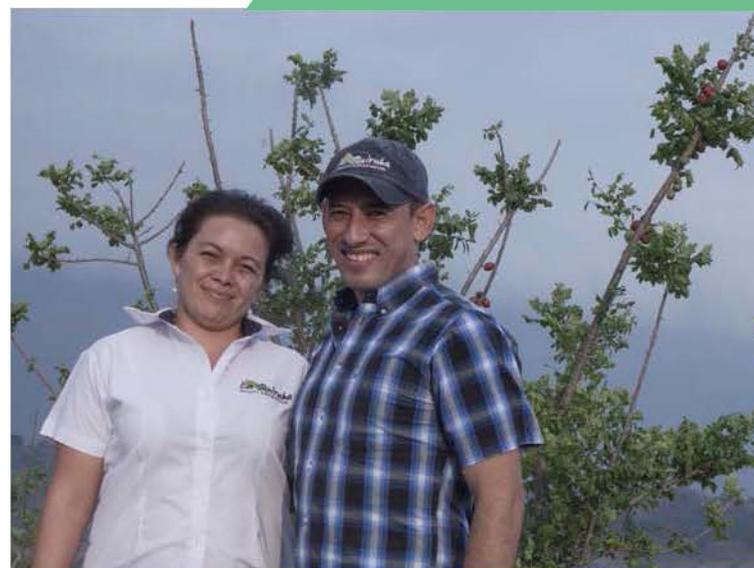
LA QUIRUBA: recetas de loroco y jocotes con sazón de exportación

A pesar de haber crecido rodeado de plantaciones de loroco y árboles de jocote, el empresario José Miguel Zarceño se propuso el desafío de observar su panorama con ojos de novedad y lo logró. En lugar de ver el loroco como un simple ingrediente de pupusas y los jocotes como una fruta de temporada para comer con sal, Zarceño imaginó el loroco en una receta italiana, en forma de aderezo con chile y limón, en crema, en hamburguesa. Los jocotes los vio en una mermelada lista para untar en el pan y en salsa picante. Su conclusión fue que todos esos pensamientos tenían que convertirse en realidad.

Sin embargo, el empresario aclara que solo llegó a esa conclusión después de fracasar en una feria a la que asistió en Estados Unidos: “La mayoría de las empresas ya tenían sus proveedores de loroco y jocote y eso me obligó a crear diferentes opciones con esos mismos productos”. Por esa razón, cuando fundó junto a su esposa, la empresa La Quiruba establecieron que el principal propósito del negocio no sería competir en el mercado de los productos ya existentes, el desafío sería elaborar productos derivados del loroco y el jocote, nuevos en el paladar del consumidor y con calidad gourmet.

Durante la etapa de tomar las primeras decisiones, Zarceño solicitó asesoría en el CDMYPE Santa Ana y la institución le respondió asesorándolo en la creación de cuatro productos, el desarrollo de viñetas, la obtención de Registros Sanitarios, el diseño del Sitio Web y brindando apoyo técnico económico.

“El apoyo de asesorías y asistencias técnicas que nos han dado para el desarrollo de nuestra empresa han sido determinantes para alcanzar el éxito y llegar donde estamos actualmente, es decir ya casi listos para exportar”, asegura el empresario.



La socia principal de Zarceño, Sara Margarita Ruiz es la responsable del área de producción y opina que ha llegado el momento de invertir en ampliar la infraestructura y en adquirir maquinaria para la Quiruba. “CDMYPE nos está apoyando en realizar un análisis técnico y económico que nos permita ampliar el negocio cuanto antes y responder a la demanda de clientes localizados en Maryland, California y Canadá”.

Una de las mejores noticias que los propietarios de la Quiruba han recibido en los últimos días es que por invitación del Ministerio de Economía, sus productos estarán exhibidos en una tienda del aeropuerto internacional “Monseñor Óscar Arnulfo Romero”, además de los avances en el diseño de la tienda en línea donde también podrán comercializar sus productos. “Nosotros hemos pasado momentos duros en la vida, por eso nuestra filosofía es generar beneficios mutuos. Sabemos que si la empresa crece estaremos en la capacidad de generar empleos estables para las familias que más lo necesitan”, asevera el empresario.



DATOS

Nombres: José Miguel Zarceño Castro y Sara Margarita Ruiz
 Edad: 35 y 33 años.
 Profesión: Empresarios productores de loroco y jocote.
 Característica: Comprar y vender a precios justos, generar beneficios mutuos.
 Idea de negocio: Innovación y exportación de productos nostálgicos.

LA COOPERATIVA QUE RESCATA

y difunde la identidad cultural de Ilobasco



Durante generaciones, las personas artesanas confiaron que la manera más segura de perpetuar el oficio sería heredar sus técnicas a los más jóvenes. Sin embargo, en Ilobasco empezó a ocurrir todo lo contrario: la artesanía hecha de barro se devaluó y los más jóvenes perdieron el interés en el patrimonio cultural que heredaron. Para salir de la crisis y revitalizar el oficio, CONAMYPE retomó el concepto de desarrollo rural comunitario implementado en Japón y Taiwán, y con el apoyo de la cooperación taiwanesa, lanzó en Ilobasco el programa “Un Pueblo, Un Producto”.

Según la directora de la institución, Ileana Rogel los puntos de partida del programa estuvieron enfocados en la organización de la empresa en el territorio, el desarrollo de la industria local distintiva y la posterior exhibición y comercialización de los productos. Y fue a partir de estos intereses que se fundó la cooperativa ARTILOBASQUENSE DE R.L.

Su presidenta y representante legal, Mirna Ileana Castro dice que desde el inicio, el proyecto logró emocionarla. CONAMYPE les explicó que quienes se animaran a formar parte de esta iniciativa tendrían la oportunidad de aprender nuevas técnicas para trabajar el barro y rescatar la tradición artesanal de las miniaturas, podrían hacer productos innovadores y elevar la calidad de los productos a un nivel de exportación.

“Estuvimos tres meses en Taiwan observando todas las técnicas que ellos utilizan para trabajar la cerámica, aprendimos a trabajar un barro más fino, a preparar esmaltes, pigmentos naturales y todo eso nos ha permitido hacer diseños exclusivos que han tenido buena aceptación entre los clientes”, afirma Castro.

La vicepresidenta de ARTILOBASQUENSE, Deysi Melania López es la otra cara de la historia. Esta artesana, experta en la técnica de elaborar miniaturas, recuerda que el proyecto al principio no la entusiasmó. Cada vez que los representantes de CONAMYPE llegaron a su casa para invitarla a participar en la cooperativa, respondía que no. “Mi mamá era artesana y desde que era una niña me enseñó, por eso yo pensaba que ya lo sabía todo y no creía en el proyecto”.

Ahora se siente orgullosa de haber aceptado formar parte de este espacio: “Aquí me han ayudado a perfeccionar lo que ya sabía y he aprendido a hacer moldes, bisutería de barro y a moldear piezas. No me puedo quejar, CONAMYPE me ha tratado súper bien”.

La motivación actual de las socias se basa en los resultados obtenidos de las asesorías empresariales y de las capacitaciones en el diseño de productos artesanales, empaques, catálogo, marca colectiva y plan de negocio. Las ventas de las primeras piezas de exportación ya se están realizando bajo la marca “Divinuras” y entre los diseños más cotizados se encuentra la pieza de barro denominada “Torito Pinto”, diseñada por alumnos de la Universidad Matías Delgado y ganadora del primer lugar en los Premios OVOP (One Village, One Product).

DATOS

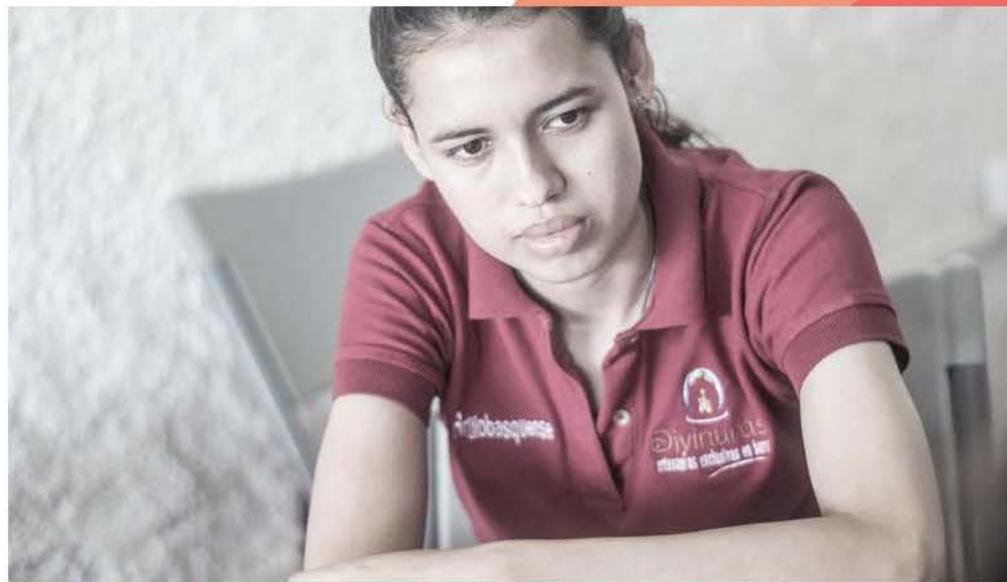
Nombre: Mirna Ileana Castro

Edad: 25 años

Profesión: Gestión y Desarrollo Turístico.

Característica: Interés por el rescate y el desarrollo del oficio artesanal en Ilobasco.

Idea de negocio: Ofertar nueva línea de diseños artesanales de barro, con calidad de exportación.



“Las 28 personas que integramos esta cooperativa sabemos que todo esto no sería posible sin el apoyo incondicional que nos brinda CONAMYPE. Sinceramente gracias”, concluye la presidenta de la cooperativa.

COMPARTIR FRENTE AL MAR

la experiencia de comer

El espíritu emprendedor de la familia Andasol ya es toda una leyenda en la playa Las Tunas. Basta entrar a Conchagua para darse cuenta que la empresaria, Mirna Dalila Andasol ha construido junto a su familia, una marca reconocida como Rancho y Restaurante Las Tunas. Cinco sucursales en la zona confirman el éxito de sus recetas de mariscos.

Era una niña, dice la empresaria, cuando salía a ofrecer de rancho en rancho la comida que su mamá preparaba en la casa. “Yo hice hasta tercer grado porque desde los 10 años mi mamá me mandaba a vender platos de mariscos a las ramadas y así empezó todo”. Toda la experiencia que ganó con su madre, un buen día, la usó para fundar su propio negocio. Con casi nada, Mirna empezó un negocio que su principal soporte era su fuerza y la inigualable sazón de las recetas de su madre.

“Al principio mi restaurante era una ramada y mis conocimientos sobre los negocios era empírico, lo que sabía era vender y comprar, pero llegó el momento en el que sentí la necesidad de pedir asesoría y me fui a CDMYPE ADEL La Unión”, asegura. Desde ese momento, el acompañamiento que CDMYPE ADEL La Unión ha brindado a la empresaria va desde la formalización de su negocio, hasta la expansión de sus restaurantes, para lo cual ha requerido de asesorías y capacitaciones a nivel comercial, administrativo y tecnológico.

Hasta ahora, la relación que la familia ha construido con la institución, involucra y beneficia además, al

esposo de la empresaria, Héctor Melgar como parte del Programa “Un pueblo, un producto”, y a su hijo, Carlitos Humberto Molina, quien participa en el Programa “Juventud Emprende”.

No obstante, el principal proyecto que los ocupa es la construcción de un hotel ecológico, que obtenga su energía



DATOS

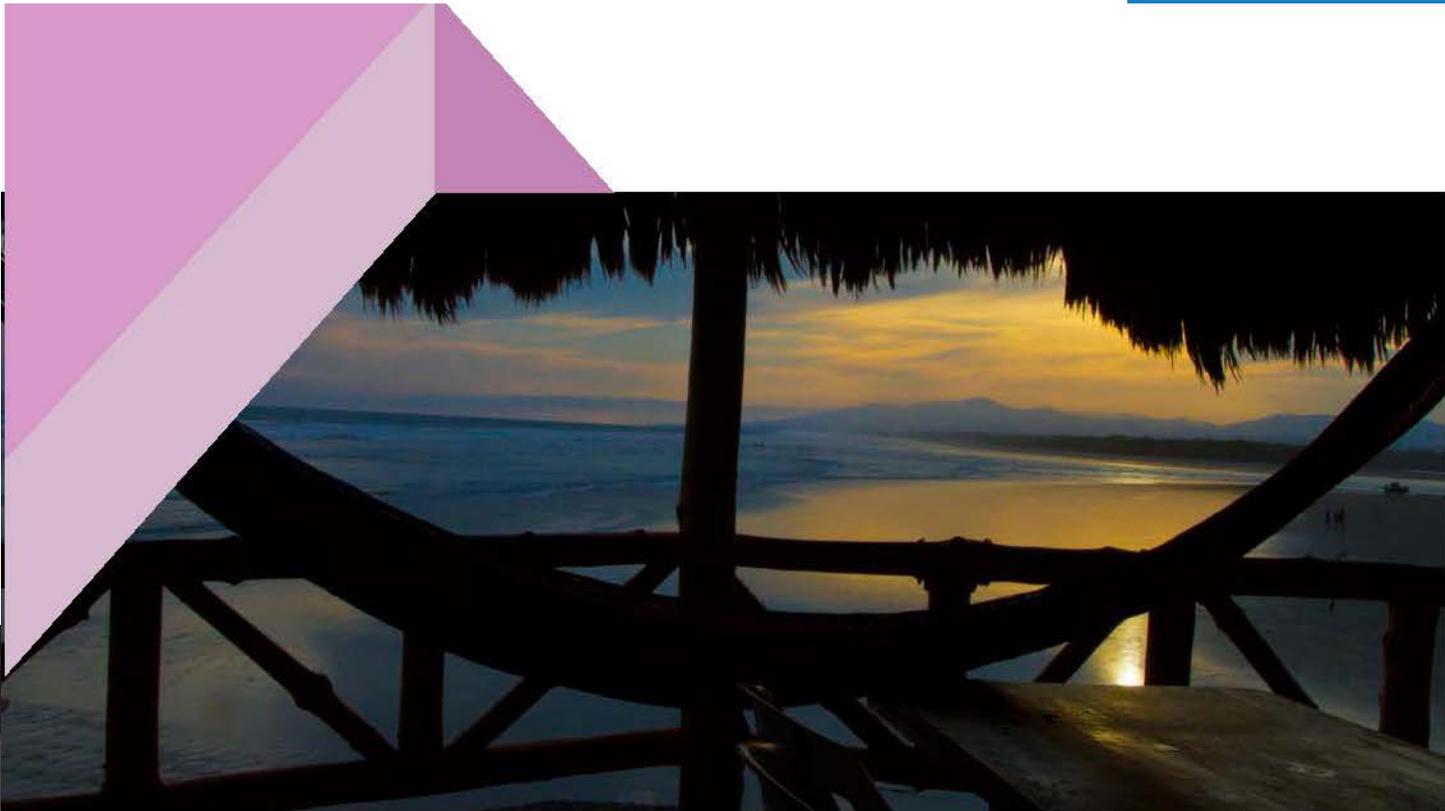
Nombre: Mirna Ileana Castro

Edad: 25 años

Profesión: Gestión y Desarrollo Turístico.

Característica: Interés por el rescate y el desarrollo del oficio artesanal en Ilobasco.

Idea de negocio: Ofertar nueva línea de diseños artesanales de barro, con calidad de exportación.



a través de paneles solares y que su construcción sea amigable con el medio ambiente. “CDMYPE en una relación directa con BANDESAL nos está apoyando con el diseño y la gestión del financiamiento para iniciar la construcción y nuestra aspiración es llegar a ser el primer hotel ecológico de playa en oriente. Queremos estar preparados para la apertura del Puerto de Cutuco”, aclara Héctor Melgar.

La familia Andasol cree que es toda una ventaja emprender un negocio entre todos. Las razones que argumentan es primero, la posibilidad de arreglar los problemas en equipo, segundo, generar trabajo estable para todos, y tercero, estar juntos para compartir al final de una jornada dura de trabajo.

“Como ex becario del JICA puedo decir que la relación con CONAMYPE nos ha abierto puertas tanto a nivel comunitario como empresarial y estamos muy agradecidos por todo el apoyo que nos han dado”, concluye Melgar.



LOS DISEÑADORES DEL software made in Osicala



Los fundadores de la empresa XYPNOS Ronald Sigredo Amaya y Omar Argueta nacieron en Osicala. Allí soñaron con llegar a ser un día ingenieros en sistemas informáticos y después, soñaron con ejercer sus profesiones en un pueblo ubicado a 184 km. de San Salvador. Un pueblo que entre sus principales fuentes de ingresos sobresalen las remesas familiares procedentes de Estados Unidos.

Sin embargo, ambos empresarios optaron por remar contra corriente y fundar una empresa dedicada a desarrollar sistemas informáticos en Osicala. “Empezamos cada uno como profesionales independientes y hacíamos programaciones en San Miguel, pero la paga era poca y había mucha competencia”, cuenta Ronald Amaya.

La única opción era fundar su propia empresa y correrse el riesgo de asegurar un ingreso mensual

para ambos. XYPNOS dejó de ser un sueño cuando firmaron su primer contrato con el Hospital de Especialidades Nuestra Señora de la Paz, en San Miguel. Y las puertas se abrieron, según Ronald Amaya el día que llegaron al CDMYPE ADEL Morazán.

“Ellos nos ayudaron a formalizar nuestra empresa, nuestros controles y nuestros procesos mejoraron. Desde entonces han sido difusores de nuestros servicios, consultores de nuestros proyectos y siguen siendo formadores de algunas de nuestras habilidades empresariales”, dice Amaya.

Omar Argueta piensa que la principal ganancia de haberse atrevido a fundar este emprendimiento ha sido descubrir un mercado inesperado que demandaba un servicio de software funcional, completo y a bajo precio. “Las MYPES es un segmento del mercado que no tiene las posibilidades de pagar 3 mil o 4 mil dólares por un software, entonces nosotros hemos desarrollado software a bajo precio para farmacias, talleres, almacenes y tiendas de servicio”.

El flujo de efectivo constante les ha permitido realizar mejoras continuas en los sistemas y ahora figuran entre los consultores mejor cotizados en los CDMYPE. La meta es convertirse en líderes regionales de la producción de software de sistemas de inventario y facturación.

“Para nosotros CONAMYPE son los interlocutores que nos dan la pauta para implementar estrategias, tecnología y desarrollo empresarial y de mercado. Son quienes nos ayudan a consolidar el mercado local y a soñar con el mercado de los salvadoreños radicados en Estados Unidos”, concluye Ronald Amaya.



DATOS

Nombres: Ronald Sigfredo Amaya y Omar Argueta

Edad: 27 y 28 años

Profesión: Ingenieros en Sistemas Informáticos

Característica: “Queremos crear el software más funcional y completo de El Salvador”

Idea de negocio: Elaborar software a bajo precio para las MYPES salvadoreñas.

LUNA AZUL: una fusión cultural entre Japón y El Salvador

La empresaria, Nina Marcela Flores de Peñate es una de las mejores diseñadoras artesanales que tiene el municipio de Chalchuapa. De su obra en añil llama la atención los complejos diseños de dioses mayas, con acabados perfectos y extraordinario dominio de la técnica japonesa de teñido shibori. Mientras extiende las piezas de tela, Nina dice que el día que entró al sitio arqueológico Casa Blanca se enamoró profundamente del añil y de todo lo que era posible hacer con él.

“Mi profesora japonesa Yuki Terahata era muy exigente y no me permitía aprender una nueva técnica hasta que no dominara la que me estaba enseñando, era muy metódica, quizá por eso mis piezas son tan diferentes al resto de propuestas en añil que hay en el país”, explica la empresaria.

Nina llegó a Casa Blanca con la ilusión postergada de ir a la universidad y estudiar leyes. Su familia no pasaba por un buen momento económico y ella tuvo que ingeniárselas para no renunciar al sueño de ser abogada. “Vendía verduras, ropa usada, tamales hacía lo que fuera para ir a la universidad hasta que decidí enfocarme en hacer mis diseños en tela con añil”.

Su hermana la animó a dejar tarjetas de presentación en las principales tiendas de souvenir en Ataco. Un año después, la llamó uno de los dueños de esas tiendas para hacerle un pedido de cien



camisetas con diseños en añil. “Lo que me salvó es que él puso las camisetas y yo la tinta, la ganancia de ese negocio se transformó en el capital semilla que tanta falta me hacía para arrancar”.

La empresaria plantea que el encuentro con CONAMYPE en Ciudad Mujer Santa Ana, representó la oportunidad de dejar de ser un simple emprendimiento para convertirse en una empresa. “Me ayudaron a hacer un plan de negocios con enfoque innovador, una imagen comercial, formalicé mi negocio, aprendí herramientas de contabilidad básica, construí modelos de negocios y me integré con mis productos a las ferias”.



Ahora, la empresa Luna Azul cuenta con 13 empleados y 15 clientes que aprecian y demandan sus productos. “Le agradezco a CONAMYPE por la asistencia y la legalización. Estoy segura que sin el deseo y la decisión de salir adelante, no hubiera encontrado las respuestas que necesitaba para salir de la crisis, espero lograr exportar mis productos y generar más y mejores empleos para madres solteras con deseos de estudiar y trabajar”, puntualiza la diseñadora.



DATOS

Nombre: Nina Marcela Flores de Peñate

Edad: 36 años

Profesión: Licda. en Ciencias Jurídicas y Diseñadora Artesanal

Característica: “Las mujeres no tenemos que tenerle miedo a nada. Hay que intentarlo”

Idea de negocio: Diseños exclusivos en añil utilizando la técnica japonesa de teñido Shibori.

UNA ALTERNATIVA PARA TOMAR

agua 100% pura, Los Bilfiltros artesanales

Cansados de tener que elegir entre cultivar la tierra o migrar, un grupo de jóvenes del centro de Tecoluca y el Bajo Lempa decidieron explorar otras oportunidades, hasta que las encontraron. Con el apoyo de la Asociación Fundación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador (CORDES) viajaron a Nicaragua para observar cómo funcionaba el programa internacional de filtros de agua cerámicos creado por la ONG Ceramistas por la Paz.

De regreso en el país, los jóvenes organizados en sus ADESCOS, decidieron aglutinar esfuerzos y fundaron la Cooperativa Juventud Rural del Bajo Lempa de R.L. La meta era iniciar en los planteles construidos por la cooperación alemana: la fabricación de biofiltros artesanales y el procesamiento de marañón en presentaciones de jugo y vino.

El operario de la planta, Bartolomé Brizuela explica que: “para hacer los filtros trabajamos con arcilla, cascarilla de arroz, hacemos una mezcla en seco de ambos materiales, luego agregamos agua, la pasta que se produce la llevamos a una prensa hidráulica, lo ponemos a secar, lo pulimos y finalmente lo dejamos secar, hasta que llega el momento de trasladarlo a los hornos”.

El resultado es una unidad de tratamiento de agua casera, de bajo costo, capaz de potabilizar agua contaminada y de remover hasta el 99% de las bacterias. De acuerdo a pruebas realizadas en Taiwan se comprobó que el biofiltro puede cumplir con la función de remover arsénico, plomo y hasta residuos de plaguicidas.

Si bien es cierto, el producto superó la etapa de prueba error, en la cual se tuvieron que corregir varios procedimientos, a la cooperativa le hacía falta apoyos y asesoramiento en el área administrativa. En ese momento, los jóvenes socios acudieron a CONAMYPE Zacatecoluca. Los técnicos trabajaron con ellos un plan estratégico, los guiaron para tramitar el registro de la marca BIOFILTRO y FRUTANAL, los han invitado a participar en las ferias “Un Pueblo un Producto” y los asesoran sobre imagen corporativa y buenas prácticas de manufactura.

Actualmente, los principales clientes de biofiltros son organismos internacionales, ONG e instituciones estatales. No obstante, el encargado de la planta de producción,



Juan Carlos Muñoz considera que el Talón de Aquiles de la cooperativa es el mercadeo “tenemos una capacidad instalada subutilizada porque nos ha hecho falta promocionar la idea del biofiltro como una alternativa económica, sobre todo en un país donde solo el 17% del agua es apta para el consumo humano”.



DATOS

Nombres: Juan Carlos Muñoz y Bartolomé Brizuela

Edad: 28 y 33 años

Profesión: Socios de la Cooperativa Juventud Rural del Bajo Lempa de R.L

Característica: Tecnología alternativa disponible para las mayorías a bajo precio.

Idea de negocio: Elaboración de biofiltros que garantizan agua 100% purificada.

Entre sus planes de desarrollo está la consolidación de la marca FRUTANAL y la producción de tres tipos de vino: Marañón, Agua de Jamaica y Papa. “Nuestro sueño es que la cooperativa pueda crecer para emplear a más jóvenes de la zona”, reitera Muñoz.

LOS TOTOPOSTES DE CHINAMECA, una deliciosa tradición empresarial

El secreto del éxito de los Bocadillos Típicos Chinameca es la receta de la abuela. Así lo confirma su nieta la empresaria Zeidy Ileana Saravia, quien toda la vida ha visto a la abuela cocinando totopostes, tustacas y rosquillas. “Ella descubrió el punto exacto entre el maíz y la grasa”. Todas las nietas que pasaron por esa cocina aprendieron la receta, pero Zeidy fue la única que decidió independizarse y montar su propio negocio.

Empezó en el 2000, con un horno de leña, una batea de madera y 36 latas usadas que le regaló su abuela. “Ahora tengo una planta productiva con tres hornos de leña, cada uno con capacidad para 108 latas y un horno industrial de 15 latas americanas. Pero, lo que he logrado hasta ahora no lo hice sola”.

Además de la guía incondicional de su abuela y su esposo, Zeidy buscó otros apoyos en CDMYPE Usulután y en la oficina de CONAMYPE en Ciudad Mujer Usulután. “La institución me ayudó a desarrollar la tabla nutricional de los productos, el código de barras, me han invitado a participar en ferias y exhibiciones y el año pasado participé en Programa Mujer y Negocios 2015.



En esta etapa las ambiciones de la empresaria son expandir su producto a todo el país. Los principales clientes son viajeros y las tiendas de conveniencia de la zona. “Me falta capacidad de producción, pero ya vinieron de CONAMYPE a inspeccionar mi negocio para apoyarme en lo que necesito y estamos trabajando en un plan de negocios para buscar financiamiento con otras instituciones. Mi abuela está muy orgullosa por todo lo que he logrado”.

DATOS

Nombres: Zeidy Ileana Saravia

Edad: 39 años

Profesión: Empresaria

Característica: “Las mujeres corremos los riesgos y perseveramos en conseguir lo que queremos”

Idea de negocio: Elaborar con la receta familiar los mejores totopostes, tustacas y rosquillas.



EL ARTE DE RETRATAR

la cultura centroamericana

Lo primero que llama la atención en el taller Creaciones Artísticas de La Palma es que nadie pinta los diseños de Fernando Llort. Lo segundo, es que todos los artistas son jóvenes entusiastas que se dedican a recrear en detalle, todos los elementos que definen el arte primitivista centroamericano. Mientras unos pintan naturaleza y fiestas patronales, otros dibujan la flora y fauna de los diferentes países de la región.

Pero en 1996, cuando la pareja de artesanos Felipe Argueta y Sandra Carolina Ramos fundaron el taller había menos movimiento. Los propietarios eran a su vez, los únicos empleados y la producción diaria, eran 10 piezas que vendían en el Mercado Nacional de Artesanías o en el Ex Cuartel.

“Nosotros empezamos este negocio de manera empírica y cuando llegamos a CONAMYPE nos dimos cuenta que si queríamos crecer, había que pasar de ser un taller de artesanías a una empresa”, afirma Argueta.



En esa época, recuerda que la infraestructura del taller era muy básica y no tenían una línea de producción definida. No había espacios asignados para bodegas y oficinas, tampoco había departamentos separados de carpintería, tintes, pintura, serigrafía y empackado.

“Todo eso cambió con la asistencia técnica que nos dio CONAMYPE. Nos ayudaron en el desarrollo de una planificación estratégica, con énfasis en la identificación de áreas de oportunidad en la administración de los recursos, la disminución

de costos y los recursos humanos; además de fortalecer y posicionar los productos en los nichos o segmentos de mercado que abastecemos”, añade Argueta.

Para este empresario, no basta con recibir las asesorías que ofrecen los técnicos “la clave es poner en práctica las sugerencias, porque de lo contrario no se verán los resultados. Esa ha sido la ventaja de trabajar con mi esposa porque nos hemos repartido funciones y tenemos la confianza de que las cosas se harán bien”.

Ahora, el taller produce 150 piezas diarias en promedio. Para ello, cuenta con un personal de 35 artesanos, todos jóvenes de la zona, que igual pintan tucanes y ranas para exportar a Costa Rica, que delfines y corales para enviar a Roatán. El taller tiene clientes en toda Centroamérica. “En este momento estamos interesados en buscar misiones comerciales en Panamá y empezar a trabajar la cerámica como materia prima”.



DATOS

Nombre: Felipe Argueta

Edad: 42 años

Profesión: Artesano.

Característica: Especialista en pintura primitivista.

Idea de negocio: Producir piezas artesanales con las estampas, la flora y la fauna que caracteriza a cada país centroamericano.

EL ZAPOTE SI SABE DE HORTALIZAS

La Asociación de Regantes

A los diez años, ya sabía lo que era cultivar las tierras del Cantón El Zapote. En esa época, la única herramienta de trabajo era una cuma. La tierra era fértil y no necesitaban abonar nada para tener una buena cosecha. A sus 67 años, el presidente de la Asociación de Regantes El Zapote (AREZ), Jesús Retana nota las diferencias y dice que “ahora que la ciencia ha avanzado hemos dañado el medio ambiente y hay que abonarlo todo para cosechar”.

Su voz y su experiencia, son las que definen en gran medida las decisiones que toma la asociación. Hasta el 2004, el presidente explica que los agricultores de la zona solo se dedicaban a los cultivos tradicionales como maíz, frijol, maicillo y arroz. Los ciclos de cultivo eran largos y había que esperar durante mucho tiempo para saber si la cosecha se iba a ganar o a perder. Por esa razón, en el 2005, 48 asociados conformaron AREZ con el propósito de diversificar la producción en otros rubros que generaran mayor rentabilidad.

Una vez tomado el acuerdo, la asociación se dedicó a la reconstrucción del sistema de riego por gravedad, el cual sería utilizado para el cultivo de hortalizas y frutas. “Nos organizamos por el derecho al agua y delegamos un juez que se encarga de distribuir los turnos de riego”, enfatiza Retana.

En el 2009, con la tierra cultivada la pregunta que surgía era ¿dónde venderían la producción? Los socios optaron por solicitar asesoría en el CDMYPE USO Sonsonate. Según, el presidente ese encuentro marcó el inicio de una relación de capacitación, asesoría y colaboración que se mantiene vigente hasta la fecha. “Nos ayudaron a obtener un código para facturar con IVA en los supermercados, nos capacitaron en buenas prácticas de manufactura, formulación de proyectos, organización y



funcionamiento empresarial y mi hijo se fue becado a Japón para aprender sobre Desarrollo Industrial Regional y Articulación Público Privada”, agrega Retana.

De la beca en Japón, financiada por el JICA, Manuel de Jesús comprendió dos cosas: que el desarrollo de un país está determinado, en buena medida, por la unión entre el sector público y el privado y la importancia de aplicar la técnica del cultivo en estructuras protegidas. En este sentido, técnicos de CONAMYPE diseñaron el perfil del proyecto denominado “Ampliación y equipamiento de Centro de Acopio y construcción de invernadero para la producción y venta de hortalizas”, el cual es financiado por FONDEPRO a un costo de 51 mil dólares.

“Hemos unido esfuerzos para construir un centro de acopio, la bodega, el comedor, un cuarto frío y ahora estamos enfocado en asegurar otros mercados para no vivir sometidos a las exigencias muchas veces injustas de las grandes transnacionales de supermercados que operan en el país” señala Retana.



DATOS

Nombres: Jesús Retana

Edad: 67 años

Profesión: Presidente de la Asociación Regantes El Zapote (AREZ)

Característica: “Mi cultivo preferido es el chile dulce porque el ciclo de cultivo es corto y la producción larga”.

Idea de negocio: Producción de hortalizas que cumpla los estándares de calidad que exige el mercado formal.



"GRACIAS POR COMPARTIR SUS HISTORIAS"



www.conamype.gob.sv

 facebook.com/conamype.sv

 @CONAMYPESV

 CONAMYPE El Salvador