

Encuentro  
de jóvenes  
que dinamizan  
la economía rural  
de Las Segovias



# Índice

Introducción .....	3
Marco jurídico .....	4
Justificación del evento .....	5
Presentación de las organizaciones .....	6
Objetivos del encuentro .....	8
Ejes temáticos .....	9
Feria .....	10
Foro .....	16
Exposiciones .....	18
Salas temáticas .....	16
Sala 1: Productos agrecologicos SAMA .....	19
Sala 2: Granja Avícola .....	23
Sala 3 Plantas hortícolas .....	27
Sala 4: Dinamizadores .....	29
Resultados .....	31

# Introducción

La economía de Nicaragua es pequeña, abierta y vulnerable a impactos naturales y externos. Es el segundo país más pobre de América Latina, la tasa estimada de desempleo y subempleo es de un 23% (cámara de comercio y servicios de Nicaragua 2013).

Entre las principales causas de la pobreza esta la calidad del empleo, los y las jóvenes no son ajenos a esta situación, por lo que el desempleo juvenil se encuentra alrededor del 43%; es decir, al menos 4 de cada 10 jóvenes están desempleados (organización internación del trabajo 2005).

En repetidas ocasiones se escucha que los y las jóvenes son el futuro de Nicaragua, y que sobre ellos recae la responsabilidad de reducir la pobreza y de mejorar la calidad de vida de todas las y las ciudadanas pero esto se convierte cada día en una utopía más que en la realidad. No podemos obviar, que una de las ventajas comparativas más importantes de Nicaragua, es su juventud, de lo que se trata es de darle valor agregado a la misma, a través de las distintas modalidades de educación a que puedan tener acceso,

de forma tal que les permita desarrollar su iniciativa creadora y poner en práctica diversas estrategias de innovación y emprendedurismo, que logren labrar su futuro con dignidad, con sentido de superación y en aras de su desarrollo como persona y en función de la sociedad.



# Marco jurídico en el que sustenta el evento.

## **2.1. Política Nacional para el Desarrollo Integral de la Juventud (PNDIJ):**

Objetivo de ley: Busca conjugar la acción del Estado y la sociedad, a fin de integrar plenamente a las mujeres y hombres jóvenes del país a los procesos de transformación económica, social, política y cultura. Rector de la ley: Presidencia de la República de Nicaragua (Secretaría de la Juventud).

## **2.2 Ley 392 “Promoción al Desarrollo Integral de la Juventud”**

, Publicada en la Gaceta N° 126 del 4 de julio del 2001: Objetivo de ley: Esta ley tiene por objeto reconocer, promover y aplicar; las aptitudes, capacidades, economía, estrategias y políticas para garantizar el desarrollo humano de hombres y mujeres jóvenes, a través de su incorporación a la vida productivas, planes de desarrollo y modalidades para la consecución de recursos hacia la juventud.

## **2.3 Decreto No. 25-2002 “Reglamento de la ley 392 ley de Promoción del Desarrollo Integral de la Juventud”**

, Publicada en La Gaceta N°56 de 21 de marzo de 2002. Objetivo de ley: El presente reglamento tiene por objeto establecer las reglas de carácter específico para el

desarrollo y aplicación efectiva de la ley No. 392. Rector de la ley: La Comisión Nacional de la Juventud (CNJ) y la Secretaria de la Juventud de la Presidencia de la República es la instancia ejecutiva

## **2.4 Instituto Nicaragüense de la Juventud (INJUVE):**

Objetivo de ley: Rectorar las políticas públicas en materia de juventud, promoviendo principios, valores, fortaleciendo en las y los jóvenes, oportunidades y capacidades sociales, económicas y políticas a través de la articulación y coordinación entre las instituciones del Estado, expresiones juveniles organizadas y jóvenes en general, en el marco de la construcción de una sociedad justa, equitativa y solidaria como parte del ejercicio ciudadano.

## **2.5 Ley de promoción, fomento y desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa (ley mipyme):**

Las MIPYME son todas aquellas micro, pequeñas y medianas empresas, que operan como persona natural o jurídica, en los diversos sectores de la economía, siendo en general empresas manufactureras, industriales, agroindustriales, agrícolas, pecuarias, comerciales, de exportación, turísticas, artesanales y de servicios, entre otras.

## Justificación del Evento.

Nicaragua tiene que confiar en sus jóvenes, porque además de ser un diamante en bruto, estamos en el mejor momento del bono demográfico, es decir, que los jóvenes tengan la posibilidad de materializar sus ideas, es un paso estratégico, que estaría sentado bases para el desarrollo de mediano y largo plazo para el país.

Que Nicaragua es una población de hombres y mujeres, jóvenes, que representan el 67% de la población entre 0 y 25 años de edad y el 64% de la población oscila aproximadamente entre los 18 y 30 años, por lo que el futuro del país necesita de su incorporación a las actividades productivas, económicas, sociales y políticas en condiciones que les per-

mita aportar al desarrollo nacional. No dudamos que en un encuentro de jóvenes como el que está propuesto, encontraremos muchos vigores dispersos, que deberán juntarse y demostrar que hay experiencias novedosas, que en los jóvenes hay iniciativas, que pueden tener éxito ¿acaso no son el relevo generacional en Nicaragua? Se trata de facilitarles condiciones para que ellos muestren su potencialidad, su talento, la materialización de sus ideas, que al reflexionarlas y analizarlas entre todos, no dudamos los saltos cualitativos que se darán como una muestra del vigor que tienen.



# Presentación de organizaciones

## SUCO/PROGA-Jóvenes:

SUCO coopera en Nicaragua desde 1981 y los departamentos de intervención son Nueva Segovia, Madriz y Estelí. SUCO brinda una atención individualizada a las contrapartes y su grupo meta. La atención personalizada y capacitación en el grupo meta tiene como fin dotar a los jóvenes de los conocimientos indispensables para aumentar la productividad de sus pequeñas parcelas y para procesar y comercializar estos excedentes, para así mejorar su calidad y condiciones de vida.

Desde 2011 SUCO/PROGA-Jóvenes; esta ejecutando el proyecto "Mejoramiento de la producción y gestión agrícolas de los y las jóvenes productoras de Las Segovias" - PROGA-Jóvenes. El grupo meta son jóvenes productores mujeres y hombres, los cuales tienen entre 16 y 30 años de la zona rural. Los y las jóvenes, para poder participar en el proyecto, solo tienen que saber leer y escribir y tener acceso a una parcela de tierra para aplicar el conjunto de prácticas y conocimientos adquiridos. El reclutamiento de los jóvenes se realiza de forma equili-

brada de mujeres y hombres, 50% hombres-50% mujeres.

El objetivo general a largo plazo que busca el proyecto es que familias de la región de Las Segovias (departamentos de Estelí, Madriz y Nueva Segovia) en Nicaragua mejoren sus condiciones de vida al aumentar sus ingresos, disminuir su vulnerabilidad hacia el medio ambiente y son más autónomas con respecto a la soberanía alimentaria. Como objetivo específico: Ingresos provenientes de actividades de transformación y comercialización, de las y los jóvenes productores y sus familias de Las Segovias aumentados.

## ASDENIC

La Asociación de Desarrollo Social de Nicaragua es un organismo sin fines de lucro cuyo objetivo es promover el desarrollo social sostenible para comunidades rurales del norte del país. Para ello, la asociación cuenta con cuatro áreas de acción diferenciadas y una estrategia institucional integradora para asegurar impacto en el grupo objetivo.

La mayor fortaleza institucional ha sido el trabajo realizado con grupos de jóvenes tanto de las comunidades rurales, como de universitarios locales. Estos grupos de jóvenes son integrados en organizaciones llamadas factorías del conocimiento, las cuales permiten la potencialización de las habilidades creadoras, generadoras de ideas y de emprendimiento de los jóvenes. Las factorías buscan desarrollar elementos de valor que den respuestas a problemas sociales identificados, mientras ofrecen oportunidades de desarrollo personal a los miembros que la conforman; dichas oportunidades pueden ser formativas, económicas o experimentales.

ASDENIC es además un fuerte promotor de la producción agroecológica, pues dicho comportamiento va de la mano del respeto medio ambiental. Por ello, el trabajo en las comunidades alrededor de la producción agropecuaria se hace desde un enfoque agroecológico. Así mismo, los componentes formativos que se llevan a los jóvenes van orientados a la práctica agroecológica en sus propias parcelas y huertos del hogar.

En general, ASDENIC es una organización de mucho recorrido en el norte de Nicaragua, respaldada por más de 20 años de trabajo en la región segoviana, fomentando la búsqueda de una mejor calidad de vida a través de elementos que aseguren la sostenibilidad y el no asistencialismo de los grupos metas. ASDENIC es impulsado por un grupo multidisciplinario, joven, debidamente capacitado y dinámico, que logran ejecutar sus acciones integrando los elementos estratégicos institucionales a través del trabajo colaborativo, la sistematización y la construcción compartida de nuevas ideas.

# Objetivos del encuentro.

## **General**

Apoyar a 180 jóvenes (mujeres y hombres) de la zona rural estudiantes de SUCO/PROGA-Jóvenes, CII-ASDENIC, Universidad del campo y de la factoría universitaria en la búsqueda de nuevos canales de comercialización de productos agropecuarios agroecológicos.

## **Específico**

1. Dar a conocer herramientas de gestión empresarial a 140 jóvenes (mujeres y hombres) que permita crear vínculos y alianza de comercialización y las bases para la asociatividad. (Objetivo de foro).
2. Dar a conocer al público lo que están haciendo los y las jóvenes de la zona rural y reconocerlos como un grupo protagonista del desarrollo económico.
3. Facilitar técnicas de comercialización (feria) que les permita a los 140 jóvenes poner en prácticas su conocimiento en venta ante un público externo.
4. Crear espacios y vínculos entre los y las jóvenes para intercambiar experiencias y descubrir oportunidades colectivas.
5. Hacer alianzas estratégicas y asociativa

# Ejes temáticos a trabajar

## **Promover una visión de negocios con enfoque de mercadeo:**

Este lineamiento plantea trabajar por un cambio de actitud en los y las jóvenes, para que su enfoque de los negocios esté centrado en los clientes; de tal manera que los productos y servicios que se les ofrece, sean instrumentos para conseguir nuevos segmentos e ingresar a nuevos nichos de mercado. Desde la perspectiva de generar ingresos económico sustentables.

**Redes o asociatividad:** Promover la cooperación y la existencia de cambios de actitud empresarial mediante la asociatividad o redes por rubros de importancia. Este evento se tiene que trabajar desde el enfoque de negocios y de promoción y por la tanto es una actividad empresarial y se organizara desde este enfoque.

**Productos agroecológicos:** Posicionar en el mercados productos con enfoque agroecológicos desarrollando las cadenas de valor y la gestión empresarial, fortaleciendo el trabajo en redes de jóvenes de la zona rural con jóvenes de la zona urbana.

## **Lo que esperamos del encuentro.**

- a) Consolidación de la organización de jóvenes.
- b) Crear espacios donde los y las jóvenes puedan comercializar sus productos (mercado verde) en alianza entre jóvenes del campo con la ciudad.
- c) Contactos con jóvenes innovadores de organizaciones nacionales y extranjeras (Universidades, asociaciones, etc), para intercambiar conocimientos en materia de tecnologías, transformación y comercialización.
- d) Reuniones con autoridades de gobierno y privados (Ministerio de economía familiar, ministerio de la juventud, Pymes, APEN, programas financieros, ONGs), para fortalecer las capacidades de los y las jóvenes (modelo organizativo, gestión empresarial-financiera, Marketing, otros).
- e) Institucionalizar la feria.
- f) Organización de modelo de gobernanza para dar sostenibilidad al evento.

La feria:  
Encuentro de  
jóvenes que  
dinamizan la  
economía rural  
de Las Segovias



Las ferias son una forma de expresión en la que personas emprendedoras tienen la oportunidad de exhibir proyectos, ideas, productos o servicios para promocionar o vender. Son formas de mercados, donde se concentra una gran fuente de información de diferentes sectores, un lugar para intercambiar opiniones e información.

Por lo mencionado anteriormente, consideramos la feria como una herramienta que han de usarse con el objetivo de fomentar el desarrollo de una empresa.

En la feria que llevó por nombre “Jóvenes que dinamizan la economía rural de Las Segovias”, se realizó en la ciudad de Estelí el día 30 de octubre, 2014 y fue organizada por SUCO y CII-ASDENIC. Participaron jóvenes del norte de Nicaragua, especialmente de Palacagüina, Jícaro, Totogalpa, Jalapa, Estelí, Somoto, Telpaneca, Pueblo Nuevo, La Sabana, Condega, Limay, Mirafior, Mosonte y una joven representan-

te de México de la universidad de Chapingo.

Fue un gran momento para que la juventud hiciera gala y tuviera la oportunidad de hacerse conocer y mostrar lo que hacen.

### **Jóvenes de CII-ASDENIC o Factorías del conocimiento**

**Dinamizadores/as:** Son jóvenes activos de las comunidades que trabajan en pro a su desarrollo personal y de su comunidad. Lo conforman 18 jóvenes de las comunidades de: Buena Vista, Edén, Llanos, El Chagüitón, Sontule, Venecia, San Jerónimo, Naranjo y Daraili.

Estos jóvenes tuvieron la oportunidad de vender los excedentes que tenían en sus patios, productos que son manejados agroecológicamente. Poseen una normativa en las que deben cumplir una serie de puntos como: Conservación de Biodiversidad, Ahorro y protección de Agua, Manejo de los desechos,

Conservación de suelos., Manejo agroecológico de cultivos, Respeto a la comunidad, Integración familiar y Seguridad alimentaria y nutricional. Entre los productos que se visualizaban están: Naranjas, ayotes, limones, chayas, yuca, chicoria, hierba buena, plátano, pepino, banano, remolacha, zanahoria, cebolla, rábano, jocotes, guayabas, maracuyá, tomate, camote, entre otros. También estaban vendiendo abonos e pesticidas orgánicos como: Lombrihumus, Sulfato de boro, sulfato de cobre, sulfato de magnesio, purín, controlador de insectos y calcio sulfocalcico.

**Estudiantes de UNI:** Este grupo de jóvenes está conformado por muchachos y muchachas de la carrera de agroindustrial. Estos jóvenes son la prueba de que si se pueden crear alianzas entre personas del campo y la universidad. Estos jóvenes tienen conocimientos en la transformación de alimentos. Sabemos bien que en las comunidades hay muchos productos que son excedentes y que muchas veces se desperdician, es por eso que estos jóvenes universitarios/as, tratan de transformar esta materia prima para conservar los alimentos, que consiste en conte-



ner por mucho tiempo la calidad, el sabor y preservar sus propiedades nutricionales, a través de diferentes técnicas o métodos como: deshidratación, secado, fermentación, entre otros. Entre los productos transformados que vendieron: Salsa Inglesa, Vinos, néctar, mermeladas, jaleas y deshidratados de cebolla, ajo, chicoria, hierba buena y apio.

**Estudiantes de FAREM:** Son jóvenes universitarios de la carrera de Cien-

cias ambientales, que lo conforman cuatro estudiantes. Tuvieron la oportunidad de presentar su proyecto, que consiste en una caracterización en ocho comunidades de la reserva de Canta Gallo. Estos jóvenes están recopilando datos con respecto socioeconómico, biofísico, morfo métrico y ambiental.

### **Jóvenes de PROGRA**

Estos jóvenes los conforman productores mujeres y hombres, los cuales tienen entre 16 y 30 años de la zona rural. El reclutamiento que hace este programa es que la selección de los jóvenes se realiza de forma equilibrada, 50% hombres-50% mujeres. El objetivo de este programa es apoyar a estos jóvenes que mejoren sus condiciones de vida y son más autónomas con respecto a la soberanía alimentaria. Los y las jóvenes han trabajado en la transformación y comercialización de alimentos. Este programa apoya iniciativas de comercialización y de transformación de productos agrícolas, con valor agregado. A partir de lo anterior, se espera aumentar los ingresos de jóvenes y sus familias.

En la feria estos jóvenes presentaron alimentos procesados como: mermeladas, quesos, miel de abeja,



café, frijoles empacados, pan, rosquillas, encurtidos, cajetas, yogurt y crema.

También se vendieron productos que trajeron de la comunidad como: Papayas, ayotes, cebolla, chicoria, melocotón, chayas, maracuyá, bananos, zanahoria, pipianes, chiltoma, jocotes, tomates, naranja, yuca entre otras.

### **Entretenimiento**

Entre las actividades hubo una variedad de actividades de entretenimiento. Las personas que visitaron

la feria en conjunto con los jóvenes pudieron disfrutar de juegos y concursos como:

- Revienta la chimbomba.
- El más comelón
- El huevo con la cuchara
- El concurso de bailes
- El costalazo

### **Presentación de Katia Cardenal**

Katia Cardenal, cantante y cantautora nicaragüense, hizo presencia en la feria de los jóvenes, no podía faltar la música de un icono de nuestro país, para obsequiarnos canciones llenas de amor por la naturaleza y vivencias personales.

Esta mujer de hermosa voz y de una gran carrera, nos deleito con una variedad de sus canciones como: Corazón de niño, Araré, Casa abierta, Mi luna y Dale una luz.

### **Ayote en miel**

Para finalizar la noche, los jóvenes disfrutaron de la presentación de un grupo de cantantes, bailarines y actores, llamados “Ayote en miel”, son un grupo conformado por 10 integrantes, que tocan cumbia, merengue, quebraditas entre otras, pero lo que los identifica es la música Nica. Los jóvenes de SUCO y CII-ASDENIC, pudieron ver un drama llamado: “Los gemelos” trataba sobre un tema muy importante para la sociedad, La equidad de género.



## **Resultados:**

- La feria fue una gran experiencia para algunos jóvenes que nunca habían participado en eventos como estos. Se les dio la oportunidad de aprender a comerciar y a promocionar sus productos al público en general de Estelí.
- Se observó una gran variedad de productos procesados por PROGRA-JOVEN y por la Factoría del conocimiento. Existen productos en las comunidades que son perecederos, es necesario que una de las estrategias es la transformación de estos alimentos y darles un valor agregado.
- Las ventas personales que realizaron cada uno de los jóvenes es una forma de comunicación oral y más dinámica, en el cual se transmite de una forma más directa, sin tener que buscar mediadores y acceder a un comercio más justo.

Foro:  
Encuentro de  
jóvenes que  
dinamizan la  
economía  
rural de  
Las Segovias

**Objetivo general:**

Dar a conocer herramientas de gestión empresarial a 180 jóvenes (mujeres y hombres) que permita crear vínculos, alianza de comercialización y las bases para la asociatividad.

**Objetivos específicos:**

- Crear espacios y vínculos entre los y las jóvenes para intercambiar experiencias y descubrir oportunidades colectivas.
- Facilitar mensajes claves a los y las jóvenes que les permita crear alianzas estratégicas y de asociativa.

**La Metodología del encuentro, consistió** en organizar cuatro grupos de trabajos, los cuales estaban organizados con distintivos de diferentes colores. Se realizaron cuatro presentaciones lideradas por jóvenes que han iniciado sus planes de negocios.

1. Planes de negocios de transformación: Café + Panadería + Manjares de leche y coco: Jóvenes de Jícara Nueva Segovias del centro regional CPPN.

2. Plan de Negocio: Producción y comercialización de plántulas de

hortalizas: Jóvenes de Palacagüina del centro regional PCG. Asociatividad.

3. Planes de negocios de granjas Avícolas: Jóvenes de San Nicolás del centro regional INTECFOR Pollo de engorde y Jóvenes de Totogalpa del centro regional INPRHU-Somoto Gallinas ponedoras. Con perspectivas de género.

4. Experiencia en el procesos de producción y comercialización de productos agroecológicos / Historia de éxito Jóvenes de CII-ASDENIC.

Al final de la presentación los y las jóvenes podrán hacer comentarios, preguntas y aportes. Luego retornaron al salón principal, para exponer los resultados.

# Exposiciones

Se realizaron dos exposiciones centrales, una explicando el modelo de factorías del conocimiento y la otra una exposición de la cooperativa CONJERUMA.

## Las factorías del conocimiento

**E**n esta exposición se definió la factoría del conocimiento, como un grupo de creación compartida de elementos de valor a partir de ideas emprendedoras y que se divide en tres factorías principales: La factoría del conocimiento rural, que son los dinamizadores o las personas que viven en el campo y que son jóvenes que se han formado, han experimentado nuevas formas de producción y que han sido un ejemplo para su comunidad.

La factoría del conocimiento, conformado por estudiantes universitarios, son personas que realizan investigaciones científicas, usan las tecnologías y trabajan con la gestión del conocimiento. Estas factorías son vinculadas por la factoría central (CII-ASDENIC), con el propósito, de formar formadores e identificar oportunidades, para estos jóvenes.

Estas factorías son capaces de realizar proyectos, de facilitar la informa-

ción, crean empresas y forman redes permanentes especializadas, es decir crear una red de jóvenes que puedan compartir conocimientos y experiencias. Entre los aspectos comunes que enlazan a estas factorías del conocimiento es el Desarrollo humano, desarrollo de oportunidades y buscan un desarrollo sostenible.

## Cooperativa CONJERUMA

**L**a cooperativa llamada CONJERUMA, realizó un resumen sobre el trabajo que han estado realizando, con la producción de miel de abeja. Es una Cooperativa Multisectorial formada por jóvenes campesinos dedicados a la producción, procesamiento, transformación y comercialización de productos de alta calidad, entre estos está la miel de abeja. Con estas acciones consideran que podrían generar empleos a otros jóvenes de sus comunidades, motivándolos al trabajo cooperativo y que les permita atenuar la migración del campo a la ciudad e incidir favorablemente en sus ingresos, calidad de vida y productividad de los diferentes sectores de la economía local.

# Sala 1

## Productos Agroecológicos SAMA- Café PECO

Sala La Estanzuela

Prograjoven/SUCO

### **Nombre de los expositores:**

Amado Sarantes, Milvia Marin, Kelvin Montoya

Facilitadores : Ismael Artola

**H**izo su presentación un grupo de agricultores emprendedores que está conformado por 3 socios 2 varones y 1 mujer, ubicados en la comunidad Los Arados y Sabana Grande, en El Júcaro Nueva Segovia. El objetivo de su empresa es promover productos agroecológicos saludables, generando oportunidades para las familias de la comunidad. En el futuro ellos desean crecer como microempresa y ampliar su oferta de productos.

### **Análisis FODA**

#### **Fortalezas:**

- El apoyo de sus familias y de SUCO.
- Buena administración de recursos, local adecuado para el procesado de los productos.
- Seguimiento y monitoreo por parte de SUCO.
- Productos de calidad y diversi-

ficados.

- Trabajo organizado, alianzas para comercializar.

#### **Oportunidades:**

- La materia prima que utilizan, ellos mismos la producen
- Participación en ferias para la exhibición y venta

#### **Debilidades:**

- Falta de conocimientos en la elaboración de otros productos
- Equipos y maquinarias para hacer otros productos

#### **Amenazas:**

- Desintegración del grupo por pocos recursos económicos
- Posibilidad de que surja un producto igual a menos costo
- Perder el apoyo de SUCO.

#### **Oferta:**

Su oferta consiste en productos de calidad, transformados para darle un valor agregado.



### **Café orgánico:**

En presentaciones de 28gr, 200gr y 400gr.

### **Procedimiento:**

Recolección y procesado de café,  
Diseño y reproducción de etiquetas.  
El proceso dura 4 horas con 20 lb de café y 2 o 3 personas participantes.  
Tienen dos presentaciones:  
Café puro (25, 200 y 400 gramos)  
Café con canela (25 y 200 gramos).

### **Precios:**

Café 25 gr: C\$4

200 gr: C\$ 35

400 gr: C\$ 70

Manjar de leche y coco:

Es un producto innovador creado

por ellos mismos, el proceso de elaboración dura 5 horas, con 10 litros de leche.

Presentaciones de 2 y 4 onzas.

2onz: C\$5

4 onz: C\$ 10

5 ½ onz: C\$15

Empanadas de maíz amarillo, rellenas de piña y papaya:

### **Procedimiento:**

Preparan el horno, los moldes, compran los ingredientes que les faltan, elaboran la mermelada, preparan la masa y se horna. Luego lo empaacan y etiquetan.

El procedimiento dura 6 horas con 10 arrobas de maíz y 6 personas.

Este producto ha permitido aprovechar el maíz amarillo el cual no podían comercializar y desperdiciaban.

### **Preguntas y Respuestas:**

**- ¿Por qué no hacen alianzas con universidades?**

Han tenido dificultades por la falta de accesibilidad, viven en una comunidad muy lejana y no tienen recursos. Las universidades no están interesadas, además son una empresa nueva solo tiene 3 meses de haber iniciado.

- Uno de los participantes comentó

que tiene un plan de producción agroecológica, sus productos los vende en Pueblo Nuevo, pero ahora que ya tiene sus clientes le falta productos.

Le recomendaron hacer alianzas, dar un valor agregado a sus productos y enriquecer sus conocimientos.

**- ¿A qué se refieren con aditivos naturales?**

Por ejemplo el café y la canela.

- ¿Ustedes pensaban o manejaban esa idea de negocio?

Cuando la formaron iniciaron con un grupo de 5 personas, analizando los tipos de productos que tenían en su parcela y que la gente no compraba como: maíz amarillo, papaya, coco, etc.

**- ¿Cuándo crearon la idea de negocio tenían conocimientos para procesar?**

Sí, pero ellos inventaron su propio producto y lo fueron perfeccionando.

**Dinámica:**

Se formaron grupos de acuerdo al color que escogieran, a cada color le correspondía una pregunta escrita en un papelógrafo, cuando terminaban pasaban a la siguiente y de esta manera hasta responder todas las preguntas.

**1- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de hacer alianzas?**

Ventajas: Se adquieren más conocimientos, incrementan la producción y capital, mejores oportunidades, acceso a financiamiento (crédito).

Desventajas: Falta de comunicación, irresponsabilidad de algunos miembros, tener una visión y objetivos diferentes, mala coordinación.

**2- ¿Cómo garantizar la Sostenibilidad del negocio a través de alianzas?**

Creando productos factibles y viables, con una mayor diversidad de productos, con nuevos contactos, un mercado estable, intercambios, interrelaciones, establecer un estándar de calidad y vender directa-



mente al consumidor sin intermediarios.

### **3- ¿Cuál es la importancia de estar organizados?**

Se consolida la idea mejor, oportunidades de financiamiento, acceso a capacitaciones. Es importante no menospreciar las habilidades de otros sino potenciarlas.

### **4- ¿Cree conveniente tener una red de jóvenes para trabajar la comercialización?**

Sí, porque se distribuyen las tareas, hay un mejor control, es importante sobre todo para los productores del corredor seco crear una red de jóvenes.

#### **Temas:**

1. Comercialización
2. Alianzas
3. Asociatividad

La comercialización es diferente por ejemplo: a las personas de la ciudad se le facilita porque tienen clientes, vías de acceso, información; en cambio en el campo les cuesta más la comercialización, pero tienen los productos.

Es por esto que ambos pueden

crear una alianza, si estamos bien organizados nos va a ir bien, el objetivo es determinar de qué manera se puede resolver los problemas relacionados con estos temas.

# Sala 2

## Genero y desarrollo empresarial. Granja avícola

Sala Villa Vieja

Prograjoven/SUCO

Nombre de los expositores:

Silma González, Erling González , Luis González

Facilitador: Henry José Ramón

Después de un curso de duración de tres años impartido por Prograjoven, Blanca Rosa, Leonel y Modesto plata y Héctor Uriel decidieron emprender un proyecto de producción de Huevos en su comunidad, es decir una “Granja Avícola”, para eso elaboraron un plan de negocio, el cual narran que no estuvo nada fácil de hacer, sin embargo y con apoyo de Prograjoven lograron sacarlo adelante.

En la imagen 1 se puede ver la maqueta que presentaron para darnos una idea de cómo es que su proyecto se ve actualmente.

Tienen aproximadamente poco más de dos meses de haber comenzado, actualmente tienen 73 gallinas, en una galera de 9m de largo por 6 m de ancho, dicha galera cuenta con una capacidad de almacenar un total aproximado de 350 gallinas.

En la imagen 1 también se puede apreciar que cuentan con sistema de captación de agua, esto para su aprovechamiento. El terreno donde esta construido este proyecto es pertenece a Héctor Uriel Pastrana.

Lo anterior lo lograron en buena parte por el apoyo técnico y económico de Suco, es importante mencionar que cuentan con un crédito otorgado por Suco el cual deben pagar en 12 meses, mientras que el resto de la inversión ellos la cubrieron. Las gallinas para el proyecto fueron de igual forma, la mayoría, donadas por Suco, aproximadamente 3/2 partes del total, el restante ellos las compraron. Como dato, cada gallina tiene un precio aproximado de \$14 dólares, tienen una vida útil alrededor de 76 semanas, las traen del municipio de Somoto, el transporte es un apoyo más de Suco.

Con respecto a la comercialización del producto, se realiza en la propia comunidad (Totogalpa), y alrededor de otras comunidades como lo es Palacahuina, el precio de la cajilla de huevo la venden a 100 córdobas mientras que por unidad la comercializan a 3.5 córdobas. También comentan que en los dos meses trabajados, y haciendo la cuenta sobre todo lo que invirtieron y lo que tienen que pagar, al final se vienen quedando con dos mil córdobas al mes.

Algunas de las limitantes que han tenido es que las gallinas con las que cuentan son de clima caliente, mientras que en el lugar donde ellos se encuentran es clima frío, lo que trae como consecuencia la mortandad de algunas, y los obliga

de alguna manera a suministrarles muchos antibióticos, esto para que no se enfermen, por lo tanto deben invertir más.

La perspectiva que tienen acerca de su proyecto a mediano plazo, es la de expandirse en sus canales de comercialización, con ello llenar la capacidad al máximo de la galera. Se encuentran ubicadas en la Quebrada de agua, en el municipio de San Nicolás, son un grupo de mujeres emprendedoras de 5 integrantes que tienen su proyecto de producción de carne de pollo.

**Misión de la empresa:** Somos un grupo de mujeres jóvenes que producimos y comercializamos carne de pollo de buena calidad, con tecnologías amigables con el medio ambiente, sostenible.





**Visión:** Ser reconocidas como una microempresa de mujeres líder en la producción y comercialización de carne de pollo en el municipio de San Nicolás y lugares circunvecinos. Infraestructura de equipos.

De la infraestructura con la que cuentan esta lo siguiente: una galera con las dimensiones de 8 x 20 mts, también con una bodega de 4 x 4 metros, dicha bodega está equipada con comederos y bebederos, pesas, Frizer, y tienen 94 pollitos, cada pollito lo compraron en 17 córdobas. El terreno donde esta ubicada la empresa avícola, pertenece a una de las integrantes del grupo.

### **Organización**

Con respecto a la organización y sobre todo registros que llevan a cabo se encuentran principalmente los siguientes: inventarios, registro de alimentación, registro de aplicación

de fármacos, de control de ganancia de peso, libro de actas y libros diarios (cuentas), esto para tener un mayor control en su empresa.

### **Comercialización**

Venden la carne de pollo destazado y pollo entero, realizan la venta directa, la comercializan en la población de San Nicolás y comunidades aledañas.

### **Limitantes o debilidades**

Mencionan que uno de los mayores problemas que han tenido es la falta de conocimientos técnicos, aunque se los proporciona suco, no quieren volverse dependientes, tienen el mismo problema que los de la producción de pollo, ya que los pollitos son clima caliente, y ellas se encuentran ubicadas en un clima muy frío, lo que también trae como consecuencia, la aplicación de muchos antibióticos para evitar que se enfermen, otro de los proble-

mas que tienen es que al ser pollitos y al estar en clima frío, necesitan de calor lo que les proporciona la luz eléctrica, lo que les implica un gasto mayor.

# Sala 3

## Plántulas hortícolas calidad para tu cosecha

Sala: Tisey

Prograjoven/SUCO

**Nombre de los expositores:**

Bianka Karina Olivas Jarquin

Darwin Medina González

Erling Demetrio González González

Glenda Carolina González González

Luis Miguel González Lopez

Silma Nohemí González Acuña

**E**n este grupo se expuso un proyecto rural llamado “JEDRA” realizado en Rio Arriba por jóvenes emprendedores, el cual presento en lo que estaban trabajando, visión, misión, objetivos...

(Objetivos): Mejorar nuestra condición de vida y la de nuestras familias a través de la puesta en marcha de iniciativa de negocios de producción y comercialización.

**Se explicaba que era una plántula:**

- Proceso
- Importancia
- Ofertas, Precios
- Diferencia de su proyecto
- Funcionamiento

De igual forma mencionaban porque era un proyecto único con la utilización de túneles puesto a que su comunidad no ofrecía eso, explicaron el proceso que ellos tuvieron para llevar a cabo esto y con qué

personas trabajaban.

Se hizo una ronda de preguntas y respuestas, donde varios de los participantes expusieron ciertas incógnitas dentro y fuera del proyecto expuesto.

- 1ra. Preguntaban sobre la obtención de ciertos cultivos fuera de temporada
- 2da. Sobre los precios
- 3ra. Sobre el origen de las semillas (Comentaban un tanto de las semillas criollas)
- 4ta. Tipos de Sustrato que utilizaban
- 5ta. Sobre la entrega

Seguidamente se formaron pequeños grupos para responder unas preguntas preparadas por los monitores del grupo, se formaron 4 grupos para responder 4 preguntas, haciendo rotación (agregar preguntas).

Terminado esto, se hizo un plena-

rio sobre todas las respuestas de los grupos, en la cual los participantes expusieron lo que respondieron en cada una, mientras se respondían explicaban y daban un ejemplo en la vida cotidiana sobre sus respuestas.

Terminado esto, se reunieron todos los grupos de trabajo, para hacer plenario.

Se hicieron sugerencias para la feria, los artesanos desean que sus productos sean integrados a este tipo de eventos.

Luego de esto nuevamente se reunieron en los grupos de trabajo para hablar sobre la importancia de asociarse y el trabajo en equipo, se realizó la misma dinámica, terminado esto se volvieron a reunir todos los equipos, se presentaron los trabajos realizados en los mismos mediante videos y presentaciones, hubo participación de las personas y se dieron las palabras finales a cargo de los organizadores.

# Sala 4

## Dinamizando la economía rural

Piscina

CII-ASDENIC

Nombre de los expositores:

Deyvin David López y José María Hoyes.

Facilitador: Marcell Molina

**D**inamizando la economía Rural  
Expuesta por dos de los dinamizadores de CII-ASDENIC

Los dinamizadores son personas de la comunidad y que la misma comunidad los elige, ellos son capacitados para luego transmitir sus conocimientos promoviendo sus ideas, entre las principales ideas que promueve son la conciencia ambiental y el desarrollo sostenible.

### **Producción y emprendedurismo**

**Cada dinamizador tiene responsabilidades como:**

- Promover la diversificación de cultivos
- Los huertos de patio para la seguridad alimentaria
- La promoción de prácticas agropecuarias amigables con el ambiente.
- Ser ejemplo de emprendedurismo y desarrollo.

Se promueve la diversificación de cultivos donde el curso de agroecología les ha permitido seguir una línea de trabajo como: Conservación de Biodiversidad, Ahorro y protección de Agua, Manejo de los desechos, Conservación de suelos, Manejo agroecológico de cultivos, Respeto a la comunidad, Integración familiar, Seguridad alimentaria y nutricional.

- Se ha implementado el riego por goteo para economizar el agua y darle un buen uso.
- Viveros con micro aspersores para reforestar.
- Bancos de siembra de doble excavación.
- Practicas agroecológicas para la elaboración de abono y fertilizantes para que las personas las pongan en práctica en su patio o parcelas.
- Trabajan con las familias ha-

ciendo talleres para elaborar productos orgánicos.

- Su experiencia como dinamizadores ha sido enriquecedora por todos los conocimientos que han adquirido.

### **Aspectos a mejorar**

- Plazas estables de comercialización de los productos de la comunidad.
- Valor agregado a la producción.
- Aumentar la producción orgánica.
- Mejorar los rendimientos.
- Fortalecer la cultura de cuidado del agua.

### **2- Trabajo en grupos**

Trabajamos en grupos de 6 en donde hubieron dos rondas de preguntas las cuales fueron de cuatro cada una, estas estaban dirigidas a las iniciativas de producción, comercialización y de las cosas que nos impide nuestro desarrollo al igual de las cosas que nos motivan para impulsarnos a seguir trabajando y construir un futuro mejor para nuestras familias y de nosotros mismos.

# Resultados

A continuación, se presentan los resultados que lo y las jóvenes consensuaron en grupo.

# Resultados de sala 1:

## Productos Agroecológicos SAMA- Café PECO

### **1- ¿Cómo podemos hacer para mejorar las alianzas entre jóvenes del campo y la ciudad?**

Conociéndonos, creando los contactos necesarios de amistad y comunicación, intercambios de experiencias. Ser responsables a la hora de realizar una alianza.

### **2- ¿Cuál podría ser el futuro del evento buscando la asociatividad?**

Que haya un mercado más abierto al producto los jóvenes, crear alianzas de negocio, estrategias de mercado. Se formaría una red de comercialización, se mejoraría la calidad de vida, producto permanente en el mercado. Buscar mercados internacionales, aumentar y diversificar la producción, más ingresos y beneficios para el vendedor y consumidor.

Menos costos de transporte, confianza y seguridad para vender los productos e intercambio de experiencias.

### **3- ¿Qué limitantes tenemos para desarrollar alianzas de comercialización?**

Poca comunicación y organización, poca confianza, falta de buenos contactos, la distancia de las comunidades, falta de publicidad, falta de accesibilidad, no conocer los compradores, desconfianza al contar su idea de proyecto.

### **4- ¿Qué canales de comercialización se pueden establecer?**

Crear alianza con acopiadores directos o exportadores, crear asociaciones con productores, organizaciones e instituciones que puedan facilitar la ubicación en el mercado.

Alianzas con alcaldías e instancias correspondientes para establecer un puesto definitivo.

## Resultados de sala 2:

### Genero y desarrollo empresarial. Granja avícola

#### **1. ¿Qué limitantes pueden encontrar las mujeres al emprender un negocio?**

Que este casada y que su marido no la deje trabajar, que no disponga de suficientes recursos económicos, autoestima muy bajo.

#### **2. ¿Creen ustedes que es importante la participación de la mujer en el desarrollo empresarial? ¿Por qué?**

Sí, porque tienen mucha capacidad, iguales derechos y obligaciones. A ejercer.

#### **3. ¿Qué estrategias podemos implementar para mejorar la relación entre hombres y mujeres en el desarrollo empresarial?**

La buena comunicación, Equidad de género, cero machismo.

#### **4. ¿Cómo valoran ustedes el trabajo de la mujer dentro de la organización empresarial?**

Con la aceptación de opiniones de las mujeres dentro y fuera del hogar, muy bueno e importante, por el conocimiento que aportan.

**Después del receso se hizo la misma dinámica antes descrita solo que con otras preguntas, las cuales fueron:**

#### **1. ¿Cómo podemos mejorar la alianza entre jóvenes del campo y la ciudad?**

Igualdad de género, respeto de opiniones, intercambio de experiencias.

#### **2. ¿Qué canales de comercialización se pueden establecer después de estas experiencias?**

Establecer alianzas entre otros centros regionales, intercambio de produc-

tos en feria o en cualquier otro lugar, comunidad-municipio-departamento-nacional.

**3. ¿Qué limitantes tenemos para desarrollar alianzas de comercialización?**

Organización del grupo, falta de conocimiento para realizar alianzas, recursos económicos, la competencia con las grandes empresas, no darle valor agregado a los productos entre otros.

**4. ¿Cuál podría ser el futuro del evento buscando la asociatividad?**

Respuestas: Crear redes de comunicación entre los jóvenes, intercambio de ideas y experiencias.

Es importante mencionar que las respuestas anteriormente planteadas son solo algunas de las que el grupo colocó.

# Resultados de sala3:

## Plántulas hortícolas calidad para tu cosecha

### **1. ¿Cuales serian los factores que nos pueden llevar al éxito y al fracaso dentro del trabajo en equipo?**

- Organización, planificación, administración
- Responsabilidad
- Comunicación
- Liderazgo
- Perseverancia
- Conocimientos

### **2. ¿Cuáles serian los factores que nos pueden llevar al éxito y al fracaso dentro del trabajo en equipo?**

- Fracasos
- Individualismo
- Mala planificación
- Falta conocimientos
- Conflictos grupales, desigualdad
- Miedo a equivocarse

### **3. ¿Cuál sería la importancia para asociarse?**

- Oportunidad para reconocerse ante la sociedad
- Distribución y trabajo en equipo
- Flujo de ideas

### **4. ¿Que características o cualidades debe tener una persona para trabajar en equipo?**

- Critica y auto-critica !
- Deseo de superación
- Disponibilidad
- Innovador
- Dinámico

**5. ¿Conoce algunos modelos de organización?**

- Asociación de productores hombres y mujeres de Totogalpa
- Red de jóvenes emprendedores Condega
- Asociación de mujeres ASONAC
- Cooperativa por el futuro de mujeres de Mirafior
- Cooperativa de café 5 de Junio (las Sabanas)

**6. ¿Conoce algunos modelos de organización?**

- Cooperativa flor de café de Mura
- Cooperativa 10 de Mayo
- Acción contra el hambre
- SOYNICA
- Funica
- ESCUELA RADIOFONICA DE Nicaragua
- COLOPRE

# Resultados de sala4:

Dinamizadores: Jóvenes que dinamizan la economía rural.

## **1. Miedos para realizar iniciativas de producción y comercialización:**

- No tener un mercado establecido para la comercialización
- Falta de confianza en ellos mismos para crear iniciativas de negocio
- Falta de conocimientos técnicos para desarrollo de iniciativas económicas productivas.

## **2. Para realizar sus iniciativas de producción y comercialización se necesita tener:**

- Estar organizado
- Apoyo técnico y financiero
- Producto de calidad
- Creatividad e innovación
- Estudio de mercado
- Formulación de planes de negocios

## **3. Los que los motiva a crear sus propios negocios**

- Propósito de superación y calidad de vida
- Generar empleos
- Independizarse
- Tener visión de crecimiento
- Trabajo en equipo
- Tener productos de calidad

## **4. Elementos que ayudan a tener éxitos**

- Confianza y motivación en sí mismo
- Responsabilidad
- Una buena administración
- Innovación
- Uso adecuado de los recursos
- Integración familiar
- Formular metas
- Creación de alianzas estratégicas con un fin en común

### **Las ventajas**

- Mejorar oportunidades de negocio
- Darse a conocer ante otras organizaciones
- Crear redes de comercialización
- Incrementar productos y capital
- Mejor comunicación
- Acceso a conocimiento
- Mejor gestión del trabajo (fomentando trabajo en equipo)
- Sostenibilidad del mercado

### **Las desventajas**

- Dificultad de comunicación fluida.
- Mala coordinación, organización
- Visiones e intereses diferentes

### **Garantizar la sostenibilidad**

- Mejor coordinación
- Tener responsabilidad
- Buenos contactos (local y externo)
- Productos de mejor calidad y garantizados
- Con innovación factibles y viables
- Mercado estable
- Vender al consumidor directamente
- Manteniendo la organización y buscando nuevas alianzas

### **Importancia de estar organizados**

- Se trabaja mejor, mejor control y coordinación
- Tengo que ser preparado
- Mejorar estrategia
- Se logran metas alcanzadas
- Mejora el desarrollo social
- Aprovechar las fortalezas de cada persona
- Mejor oportunidad de financiamiento

### **Conveniente de una red de comercialización**

- Facilitar la venta de los productos
- Sin intermediario
- Posibilidad de mercados grandes
- Mejor valor del producto



Encuentro  
de jóvenes  
que  
dinamizan  
la economía rural  
de Las Segovias



SUCO



solidaridad  
unión  
cooperación

Canada 

Tecnológico Nacional  
Innovación y Prestigio

INPRHU  
Instituto de Promoción Humana  
Somoto, Madriz, Nicaragua

