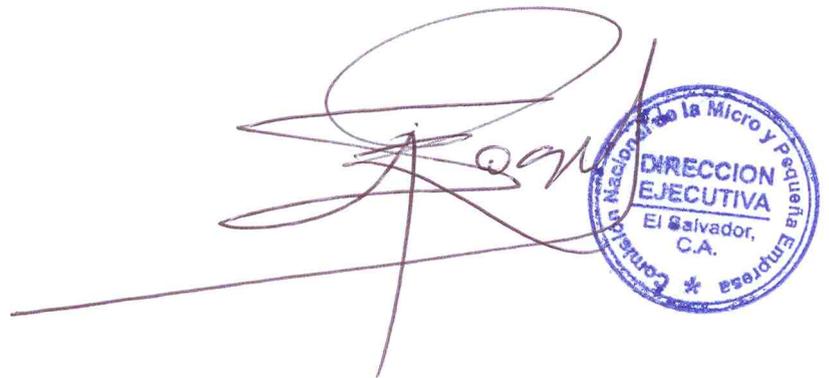


Estrategia

“Un Pueblo Un Producto”
El Salvador



El Salvador
UN PUEBLO, UN PRODUCTO



A handwritten signature in purple ink is written over a blue circular stamp. The stamp contains the text: "Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa", "DIRECCION EJECUTIVA", and "El Salvador, C.A.".

Ministerio de Economía
Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
CONAMYPE.

Octubre, 2012.

Contenido

| | | |
|-------|--|----|
| I. | Glosario..... | 3 |
| II. | Introducción..... | 4 |
| III. | Antecedentes | 5 |
| IV. | Un Pueblo Un Producto innovando el Desarrollo Económico Local El Salvador..... | 8 |
| V. | Ejes estratégicos del Movimiento Un Pueblo Un Producto El Salvador | 12 |
| VI. | Ejes transversales del Movimiento Un Pueblo Un Producto El Salvador | 16 |
| VII. | Organización Institucional CONAMYPE con el Movimiento Un Pueblo Un Producto | 17 |
| VIII. | Organización del Movimiento a Nivel Nacional..... | 19 |
| IX | Recursos Financieros | 24 |
| X | Tesoros de los Pueblos..... | 24 |
| X | Bibliografía..... | 24 |



I. Glosario

| Termino | Concepto |
|----------------------------------|--|
| Movimiento Un Pueblo Un Producto | Es un Movimiento Internacional que surge en Japón, constituido como un proceso para el desarrollo de las capacidades de las personas alrededor de sus recursos locales, para generar cambios sociales y económicos. |
| Estrategia Un Pueblo Un Producto | Es una estrategia de CONAMYPE para el desarrollo económico local en El Salvador. Metodología de desarrollo endógeno de las localidades que busca mejorar la calidad de vida de la población, mediante la utilización de sus recursos locales la creatividad y el desarrollo de los recursos humanos. |
| Pueblo | Del latín <i>populus</i> , conjunto de personas que constituyen una comunidad en virtud de una cultura y religión con elementos en común. |
| ONPAKU | Le llamaremos ONPAKU, (aguas Termales) modelo de exhibición, promoción y difusión de Productos locales. |
| Tiendas Antenas e Itinerantes | Concepto de tienda estacionaria y móvil y para comercializar productos locales, regionales y nacionales del Movimiento Un Pueblo Un Producto. |
| Cooperativa | Es una empresa asociativa. De acuerdo a esta definición, una cooperativa tiene dos componentes: organización con un desempeño propio de una asociación y otra es la empresa productiva como tal. Modelo de organización que facilita al Movimiento Un Pueblo Un Producto su operatividad de una forma legal. |
| Asociatividad | Es el enfoque que reconoce la importancia estratégica del trabajo conjunto y articulado entre las empresas. Es decir, un mecanismo de cooperación entre empresas, en donde cada una mantiene su independencia jurídica y autonomía genera, y decide voluntariamente en participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. La cual facilita la organización del Movimiento Un Pueblo Un Producto |
| EMPRENDIMIENTO | Proceso consciente de fortalecimiento de las características emprendedoras de una persona, con la intención de potenciarlas en función de un proyecto de vida personal, familiar, profesional, empresarial, social, aspecto importante que estimula el Movimiento Un Pueblo Un Producto. |
| CADENAS DE VALOR | Un acuerdo institucional que enlaza y coordina a productores, procesadores, comerciantes y distribuidores de un producto en particular |

II. Introducción

En el marco del Plan Quinquenal de la gestión del Presidente Don Mauricio Funes Cartagena 2009-2014, se propone como área estratégica la reactivación económica, incluyendo la reconversión y la modernización del sector agropecuario e industrial, generación de empleos masivos y decentes, además, como objetivo estratégico define el aumentar de manera sostenida la producción nacional para el consumo interno, para la exportación y la sustitución eficiente de importaciones y disminuir la dependencia del país de las importaciones de alimentos y de productos agroalimentarios, visión y objetivo que CONAMYPE asume como guía de actuación para desarrollar estrategias vinculadas a la integración del tejido productivo y empresarial de las localidades a la dinámica económica del país.

CONAMYPE en sus objetivos estratégicos, desarrolla pilares que fundamentan acciones como el desarrollo del tejido productivo local, cadenas de valor a partir de la productividad, innovación y calidad, desarrollo del mercado local y regional, fortalecimiento a la asociatividad y el facilitar capacidades a los empresarios de la micro y pequeña empresa lo que coincide perfectamente con la estrategia de desarrollo económico Un Pueblo Un Producto, por lo que se pretende en ese sentido aumentar la generación de empleos generando sinergias, siendo una herramienta estratégica en el desarrollo de los pueblos y sus productos con potencial productivo que dinamice las economías locales y que conecte la MYPE con el mercado.

Se presenta esta Estrategia de Desarrollo Económico Local, que tiene como propósito la integración de los actores locales con apoyo del gobierno local y central, como base fundamental para generar una cultura de identidad, descubriendo y desarrollando tesoros y costumbres de los pueblos de El Salvador, exhibiendo y comercializando productos con calidad, innovación y de alta rentabilidad, estrategia que permitirá facilitar el camino en la implementación y crecimiento del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

III. Antecedentes

El Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO (*One Village, One Product Movement*, por sus siglas en inglés) nació en Oita, una prefectura localizada al suroeste de Japón, en Kyushu, una de las cuatro islas principales del país, dista aproximadamente 1,000 kilómetros de Tokio, la capital nipona.

El movimiento nació bajo el lema “trabajemos juntos sobre lo que tenemos y podemos hacer en la situación actual” esta filosofía busca fortalecer el orgullo, amor y sentido de pertenencia en la localidad.

El objetivo fundamental del Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO, consiste en **identificar y promover productos ligados a la comunidad, para que, a través de estos, sea posible lograr un orgullo local**. Así, la producción y comercialización no son los objetivos finales del movimiento, sino un medio por el cual se genera un cultura de independencia y autonomía en los actores locales, una identidad de amor hacia lo propio, una base de sostenibilidad duradera y desarrollo de los recursos comunitarios entre ellas las personas son su fin último.

En resumen, el Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO, es una filosofía alternativa para el desarrollo local, que fortalece el orgullo, el amor y la identidad en una comunidad, mediante productos únicos y reconocidos como propios, que son resultado del aprovechamiento de potencialidades de los recursos locales y que fortalecen, a su vez, la iniciativa y el trabajo del pueblo para su desarrollo.

UN PUEBLO UN PRODUCTO EN EL MUNDO.

La Prefectura de Oita creó un Fondo para replicar su metodología UN PUEBLO UN PRODUCTO a nivel mundial, donde es urgente el Desarrollo Local,

en la actualidad el movimiento está presente en 71 países como China, Pakistán, Malawi, Indonesia, Mongolia y en Latinoamérica en Ecuador y Perú.

UN PUEBLO UN PRODUCTO EN COLOMBIA

En Colombia en marzo de 2010 el Gobierno Nacional a través del Departamento Nacional de Planeación (DNP) y las Gobernaciones realizó la convocatoria para identificar los municipios en los que se iniciará el Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO; se recibieron 213 propuestas, de ellas, 71 fueron priorizadas por 27 Gobernaciones y evaluadas por el Gobierno Nacional entre mayo y junio de 2010.

UN PUEBLO UN PRODUCTO EN PERU

El MINCETUR en Perú, a través del Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO, lidera y articula los esfuerzos de las distintas entidades públicas y privadas; nacionales e internacionales cuyo objetivo es impulsar el desarrollo sostenible en las zonas rurales a través de la mejora en el manejo, puesta en valor y transformación de sus recursos naturales y culturales para elaborar productos competitivos que contribuyan a disminuir el problema de la pobreza en el país.

Para este efecto, se ha creado una Oficina a cargo de una Coordinación Nacional UN PUEBLO UN PRODUCTO, la cual ha contado con el apoyo de un Consultor de la Agencia de Cooperación Internacional del Japón JICA. Se trabajaron 9 Regiones para el año 2010: Amazonas, Arequipa, Cajamarca, Cusco, La libertad, Lambayeque, Lima Provincias, Piura y Puno.

El Movimiento "Un Pueblo, Un Producto" (One village, one product - UN PUEBLO UN PRODUCTO), encuentra ventajas especiales en su diversidad cultural, en las ancestrales organizaciones comunitarias y en la variedad de sus recursos naturales.



UN PUEBLO UN PRODUCTO EL SALVADOR

En el año 2003 el Movimiento es presentado a la Comisión Nacional de Desarrollo como uno de los componentes del “Plan Maestro de Desarrollo Económico de la Región Oriental” (elaborado por JICA), para la activación de la economía local y regional.

El 2007 primer intento por implantar el movimiento en el país. Estudios: Investigación de mercado e identificación de productos enfocado al a Zona Nor-oriental del país (6 Municipios) el cual ejecuta la Universidad Andrés Bello.

En el 2009 con la llegada del nuevo gobierno, en julio del 2009, se retoma la iniciativa UN PUEBLO UN PRODUCTO en EL Salvador, la Secretaría Técnica de la Presidencia, coordina un equipo nacional de alto nivel en el que participan Ministros y Directores Ejecutivos de diferentes carteras de Estado para conocer la metodología y es delegado a CONAMYPE el impulso y seguimiento del movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO.

En 2010 con el apoyo del voluntario de Jica, Señor Ryoei Kuwai inicia el proceso de identificación de productos locales para lo cual se desarrollaron visitas y acciones de sensibilización, selección de pueblos con potencial UN PUEBLO UN PRODUCTO, que facilitará identificar la factibilidad de ejecutar la metodología y sistematizar la experiencia.

Avances Estratégicos

Desarrollo de los Proyectos pilotos con el Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO en los pueblos de San Lorenzo, El Congo, Santa María Ostuma.

- Se ha logrado generar una organización empresarial productiva en cada uno de los procesos de los proyectos pilotos facilitados por CONAMYPE, alcanzando un posicionamiento importante y generación de sinergias desde instituciones de gobierno central, gobiernos locales y organizaciones no gubernamentales, que le apuestan al desarrollo local de estos pueblos.



Posicionamiento del movimiento Un Pueblo Un Producto a Nivel Nacional.

- Con el lanzamiento del primer y segundo encuentro de los pueblos, facilitó el proceso de identificación de los tesoros nacionales existentes en 32 pueblos que participaron, evento que se realizó en el Paseo El Carmen, en el Municipio de Santa Tecla, logrando posicionar a estos productos y servicios, empresarios/as y productores, contando con la asistencia de cincuenta mil personas provenientes de varias regiones del país, permitiendo además, presentar avances y la filosofía UN PUEBLO UN PRODUCTO en El Salvador.
- Como principio base de la filosofía **UN PUEBLO UN PRODUCTO**, que es el desarrollo de las capacidades del recurso humano, un proceso que en los proyectos pilotos, han alcanzado desarrollar capacidades locales en productores, empresarios, autoridades locales, en la organización productiva, sensibilización sobre el movimiento, gestión y visión empresarial.

IV. Un Pueblo Un Producto innovando el Desarrollo Económico Local El Salvador

i. Filosofía UN PUEBLO UN PRODUCTO El Salvador.

Su propósito fundamental, es desarrollar los recursos potenciales de los pueblos, a través de identificar y promociar sus tesoros, generando la mejora en la calidad de vida en la comunidad, activando la economía local.

El Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO, expone la identidad, cultura, sentido de pertenencia entre los pueblos, así como el desarrollo de creencias y valores, tras descubrir los tesoros de la comunidad, generando productos locales y desarrollando capacidades, conocimiento de sus productos, siendo este la esencia de la estrategia.

Además el Movimiento **UN PUEBLO UN PRODUCTO**, busca generar una cultura de independencia económica, autonomía de los pueblos, promoviendo la identidad, el amor, orgullo, sentido de pertenencia, equilibrando el uso de sus recursos naturales.

Es una estrategia de desarrollo local con resultados para el mediano y largo plazo, orientada a generar transformaciones económicas y sociales en los pueblos, que se basa en la participación y organización activa de los actores locales para desarrollar sus recursos naturales y solucionar sus problemáticas bajo sus capacidades, generando un cambio de conciencia, orgullo hacia su localidad.

Se constituye en una política pública a través de la cual el gobierno nacional y local, facilitan la asociatividad de los actores en torno a sus recursos y su visión de desarrollo, integrando la dinámica económica de los pueblos y las instituciones de apoyo como plataforma de servicios para el Movimiento, a través del soporte técnico y el estímulo permanente de las propuestas de las comunidades locales.

ii. Principios Filosóficos del Movimiento **UN PUEBLO UN PRODUCTO**

a) **Pensar Global, Actuar Local.**

El Movimiento **UN PUEBLO UN PRODUCTO**, tiene como objeto incorporar en la comunidad una visión más allá de la localidad, que le permita pensar y actuar con visión amplia y diversa, en base a sus recursos locales, promoviendo que la comunidad desarrolle sus productos y servicios, tangibles e intangibles, en el mercado nacional e internacional.

b) Autonomía y Creatividad

Las iniciativas empresariales de la comunidad se promueven sobre la base de la capacidad de transformación e innovación de sus recursos locales, que le da independencia y autodesarrollo, es decidir qué crear y producir usando todo su conocimiento y creatividad para innovar los productos y servicios que les permitan lograr mejores condiciones de vida.

c) Desarrollo del Recurso Humano

El Movimiento **UN PUEBLO UN PRODUCTO**, ubica al ser humano como el centro de la acción y busca desarrollar las capacidades de los actores locales, productores, emprendedores/as y empresarios de la micro y pequeña empresa que brindan productos y servicios de la localidad, siendo la formación del recurso humano lo que mejora la capacidad técnica, empresarial y organizativa, sentando con ello bases firmes para el desarrollo económico local.

iii. Visión

Ser un Movimiento de pueblos **unidos, incluyentes y sostenibles** que facilite el desarrollo económico local, promueva productos y servicios diferenciados con calidad e innovación hacia los mercados.

iv. Misión

Fortalecer el tejido empresarial articulando procesos con actores locales y nacionales, generando productos y servicios diferenciados para el mercado global.



v. Valores

Identidad:

Promovemos el rescate de la identidad de los pueblos, su historia, cultura y sus recursos naturales, que permita la creación de productos y servicios de calidad.

Solidaridad:

Promovemos relaciones solidarias que generan lazos de hermandad, apoyo mutuo y cooperación entre los pueblos para el fortalecimiento de sus iniciativas empresariales.

Creatividad

Potenciamos y valoramos la creatividad de los pueblos como el medio para innovar y desarrollar productos con identidad propia y calidad.

vi. Objetivo General

Promover el Desarrollo económico local a través de procesos que generen capacidades comunitarias, emprendedoras y empresariales, a partir del potencial de los recursos locales con base en los principios del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

V. Ejes estratégicos del Movimiento Un Pueblo Un Producto El Salvador.

El Movimiento Un Pueblo Un Producto El Salvador, desarrollará los siguientes ejes estratégicos que faciliten el fortalecimiento de los pueblos para el desarrollo endógeno local:

1. Desarrollo de capacidades locales a través de la formación del recurso humano del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

Con este eje se busca mejorar las capacidades del recurso humano mediante la formación, capacitación y asistencia técnica que permita mejorar la calidad de vida de los actores locales.

Líneas de Acción:

- 1.1. Desarrollar capacidades en los actores locales del movimiento, mediante programas de formación, especialización, tecnificación, y desarrollo empresarial.
- 1.2. Formar y fortalecer los liderazgos identificados en las comunidades que permitan la consolidación y permanencia del Movimiento Un Pueblo Un Producto.
- 1.2. Fomentar el intercambio y la formación del recurso humano comunitario en el plano nacional e internacional.



2. Integración de los actores locales al Movimiento Un Pueblo un Producto.

Fortalecer la organización del Movimiento a nivel local, generando alianzas, acuerdos y enlaces entre actores identificados en la comunidad para aumentar las posibilidades de éxito de los pueblos y productos.

Líneas de Acción:

- 2.1 Desarrollo de procesos asociativos con personas emprendedoras y empresarias para la integración al Movimiento.
- 2.2 Identificación de cadenas productivas con enfoque de valor vinculadas al movimiento.
- 2.3 Creación de estructura organizativa local para el fortalecimiento del Movimiento.
- 2.4 Creación de la mesa nacional de instituciones (conformada por representantes de carteras de estado vinculadas al fomento del Desarrollo Económico como: Secretaria Técnica de la Presidencia, Ministerio de Economía, Ministerio de Relaciones Exteriores, Ministerio de Turismo, Ministerio de Agricultura y Ganadería.

3. Calidad, productividad e innovación para la competitividad de productos de los Pueblos.

Promover una cultura de calidad, productividad e innovación que permita la competitividad de los productos en los mercados.

Líneas de Acción:

3.1 Promover la cultura de gestión de calidad en los productos de los pueblos del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

3.2 Promover la innovación de los productos de los pueblos para la diferenciación de los mismos.

3.3 Fomentar la competitividad de las personas empresarias manteniendo las ventajas comparativas de los productos en el plano nacional e internacional.

3.4 Desarrollo de marca Un Pueblo Un Producto, territorial y nacional, estableciendo criterio, registros, referenciales o normativas de calidad en los productos.

3.5 Acreditaciones de denominación de origen, registro de productos únicos y marcas colectivas que generen orgullo e identidad en la comunidad.

3.6 Fomentar y desarrollar la investigación que permitan la mejora de productos y servicios del Movimiento.

4. Promoción y difusión de los productos desarrollados en el marco del Movimiento Un Pueblo Un Producto a nivel nacional e internacional.

Gestionar y proyectar de manera integral estrategias que permitan una adecuada promoción, difusión y exhibición de pueblos y productos del Movimiento Un Pueblo Un Producto tendientes al posicionamiento nacional e internacional.

Líneas de acción:

- 4.1 Diseño de estrategias comunicacionales que permitan promocionar y difundir a los pueblos y productos a nivel nacional e internacional
- 4.2 Implementación de Tiendas Antenas, Tiendas Itinerantes, y otros modelos de exhibición y comercialización de productos del Movimiento Un Pueblo Un Producto nacional o internacionalmente.
- 4.3 Desarrollo del evento anual: Encuentro de Los Pueblos (Integrado el festival de los pueblos, de expresiones identitarias de la cultura nacional).
- 4.4 Diseño e implementación de premios y concursos que estimulen la creatividad, innovación y diversificación de productos.
- 4.5 Identificación y fortalecimiento de eventos de la tradición cultural de los pueblos y de medios para el posicionamiento de los productos como el catalogo y mapa de los pueblos y productos del movimiento.
- 4.6 Promoción telemática (web) del Movimiento.



5. Creación de mas ingresos y empleos para mejorar la calidad de vida de los pueblos.

Líneas de Acción:

- 5.1 Desarrollar una estrategia de mercadeo y comercialización, que permita posicionar pueblos y productos en los mercados a nivel nacional e internacional.
- 5.2 Contribuir al incremento de la producción con calidad y capacidad en la comercialización de los productos y servicios del Movimiento con una visión empresarial que permita generar mayores ingresos sostenibles para los actores locales.
- 5.3 Contribuir en los niveles de la calidad de vida de los pueblos, generando empleos dignos y formales, creando una conciencia del desarrollo personal, empresarial y ambiental.

VI. Ejes transversales del Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO El Salvador.

La estrategia Un Pueblo Un Producto, plantea el cumplimiento de los siguientes ejes transversales importantes para el desarrollo del Movimiento en los pueblos.

a) Equidad de género

Fomentar el desarrollo equilibrado entre hombres y mujeres utilizando sus capacidades para fortalecer el desarrollo económico local, a partir de



acciones por desarrollar el emprendimiento femenino como acción positiva para lograr alcanzar el equilibrio buscado entre hombres y mujeres.

b) Innovación.

Promover la diversificación e innovación de productos y servicios que generen valor e identidad a los pueblos.

c) Protección del medio ambiente.

Promueve la utilización sostenible de los recursos naturales en el proceso de creación de los productos y servicios; protegiendo el medio ambiente, generando conciencia en los pobladores, reduciendo el impacto ambiental de los procesos de producción.

d) Productividad.

Orientar los servicios no financieros y financieros a la generación de capacidades para que las micro y pequeñas empresas puedan dar el salto tecnológico que le permita mejorar el posicionamiento y crecimiento de las empresas.

VII. Organización Institucional CONAMYPE con el Movimiento UN PUEBLO UN PRODUCTO.

CONAMYPE, basa su estrategia de forma territorial y desconcentrada desde las oficinas que se ubican en todo el país con el nombre de Centros Regionales de CONAMYPE (CRMYPE), Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) y Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE), con la función ejecutiva o de implementación territorial de estrategias, programas y acciones, la Dirección

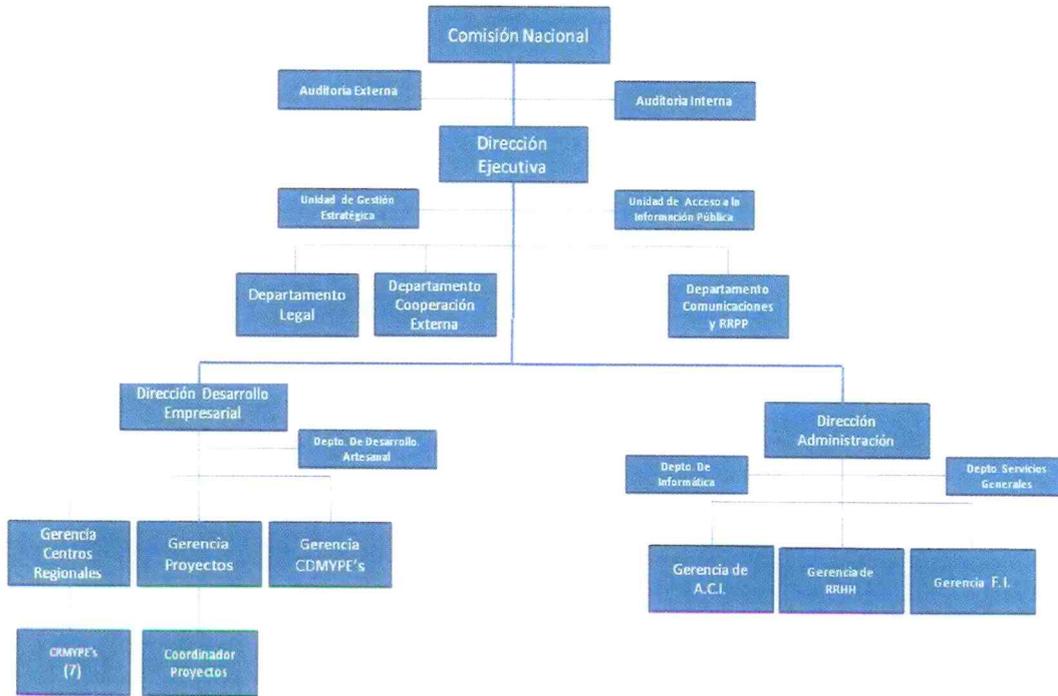
de Desarrollo Empresarial tiene como propósito articular estos servicios y cuya relación se precisa en el organigrama que se presenta a continuación.

La estrategia **Un Pueblo Un Producto**, en la estructura interna de CONAMYPE se integra en la Gerencia de Centros Regionales, quien coordina e integra los esfuerzos para el diseño, promoción y ejecución de los ejes de la estrategia, a partir de las oficinas desconcentradas y recursos de apoyo técnico dentro del comité técnico consultivo integrado por exbecarios en la metodología que facilita la discusión, reflexión, diseño y apoyo en la implementación de la estrategia de forma integrada institucionalmente.

Para ello, la Gerencia de Centros Regionales ejecuta sus acciones desde los equipos regionales en cada territorio, quienes a su vez coordinan con los Centros de Desarrollo Artesanales CEDART y los Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa CDMYPE para apoyar con servicios de desarrollo empresarial a las iniciativas generadas y articuladas al Movimiento.



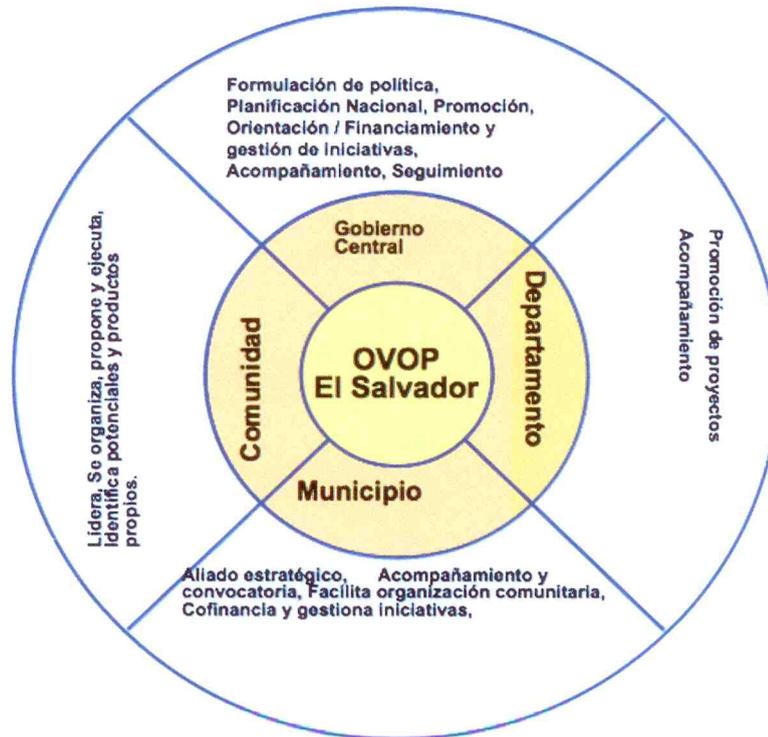
ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



VIII. Organización del Movimiento a Nivel Nacional

La Estrategia Un Pueblo Un Producto, promueve la integración de esfuerzos para el fomento del desarrollo económico, reflejando los diferentes frentes de abordaje y participación que se presentan en el disco siguiente:





Gobierno Central.

Tiene como rol la generación de propuestas de políticas públicas, planificación, promoción, identificar fuentes de financiamiento, acompañamiento y seguimiento para el desarrollo del Movimiento Un Pueblo Un Producto.

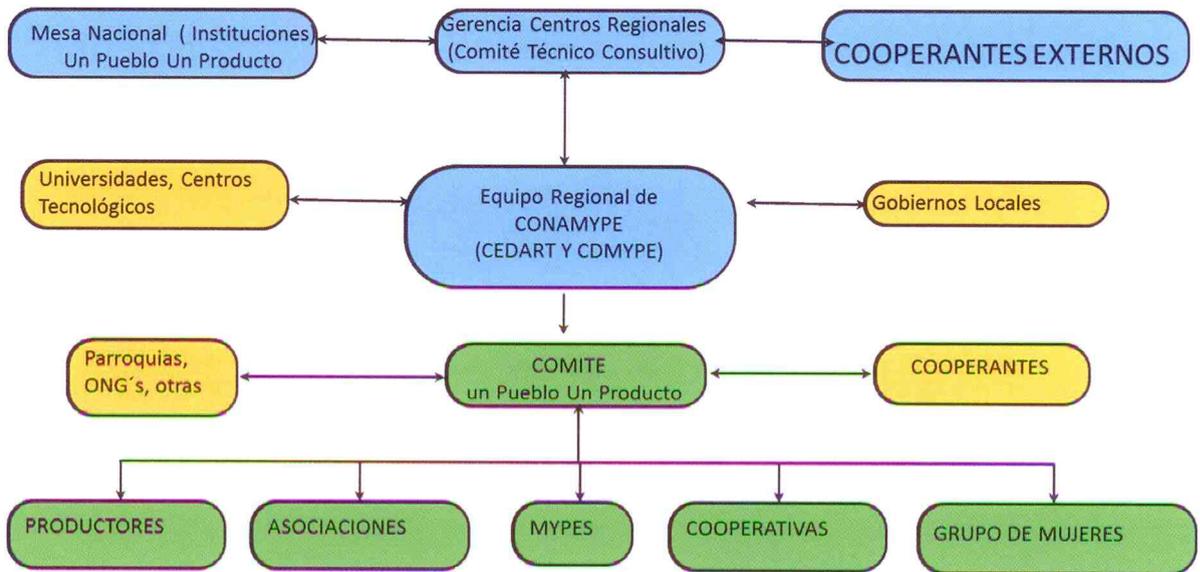
Municipios (Gobiernos Locales).

Los municipios juegan un papel clave en el desarrollo económico local y dentro de la estrategia Un Pueblo Un Producto, son un aliado valioso en el territorio quienes facilitan: procesos de organización local y territorial, convocatorias, acompañamiento en la comunidad, fomento de las iniciativas en sus planes de desarrollo, apoyo con financiamiento y gestión recursos que permita al municipio mostrar su identidad, tradiciones, cultura alrededor de un producto estrella del municipio.

Comunidad

Actores locales civiles, organizados y no organizados, proponen y ejecutan acciones de una forma organizada, constituyen, facilitan y participan en los Comités Locales del Movimiento Un Pueblo Un Producto. Son los dueños del proceso de desarrollo económico local por tanto actores clave y promotores de sus propios procesos de cambio en su localidad.

Estructura Movimiento Un Pueblo Un Producto en El Salvador



Equipo Regional (CRMYPE)

Las oficinas desconcentradas de CONAMYPE en todo el país, (Centros Regionales), coordinan los esfuerzos en el marco de la implementación de la estrategia y facilitan la integración de actores de apoyo para las iniciativas en los pueblos, los Centros de Desarrollo Artesanal (CEDART) y Centros de Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (CDMYPE) que se ubican en sus territorios son soporte a través de los servicios que proveen y se integran a partir de la coordinación del Centro Regional.



Mesa Nacional (Instituciones) Un Pueblo Un Producto

CONAMYPE, pretende sensibilizar a los miembros del Movimiento a nivel nacional, con participación de los titulares de las instituciones de gobierno, apoyando desde sus planes operativos, a fin de integrar a la estrategia nacional de desarrollo productivo que coordina la Secretaría Técnica de la Presidencia, la estrategia de Un Pueblo Un Producto que permita el Desarrollo económico Local de una forma ordenada, como mecanismo para generar sinergias y maximizar los recursos.

Cooperantes Externos.

Son todos aquellos países que tienen recursos para facilitar al país que pueden contribuir al desarrollo de la Estrategia con el Movimiento Un Pueblo Un Producto, CONAMYPE, coordina con el Ministerio de Relaciones Exteriores esfuerzos de gestión y vinculación de recursos para fortalecer el Movimiento.

Comité Local Un Pueblo Un Producto

Lidera las acciones del Movimiento Un Pueblo Un Producto en el municipio, conformado por líderes comunales, líderes productores, grupo de mujeres, empresarias/os, cooperativas y asociaciones, el Comité Un Pueblo Un Producto recibe la tutoría directa del Equipo Coordinador Regional de CONAMYPE para la implementación de la metodología y un Plan de Seguimiento de acciones en el municipio.

IX. Recursos Financieros

Los recursos financieros para el desarrollo de la estrategia Un Pueblo Un Producto inicialmente serán facilitados por CONAMYPE como promotor e impulsor del Movimiento **UN PUEBLO UN PRODUCTO**, en El Salvador, a través del recurso humano de las oficinas regionales y de personal técnico asesor del Movimiento.

El proceso de crecimiento y estructuración del Movimiento, demandará y promoverá la generación de alianzas, gestión de recursos a través del gobierno central, local y cooperación externa, facilitando la implementación e impulso del Movimiento.

X. Tesoros de los Pueblos.

| PRODUCTO O SERVICIO | LUGAR | DESCRIPCION DEL PUEBLO |
|---|---|--|
| <p>Telares de San Sebastián</p>  | <p>San Sebastián, San Vicente</p> | <p>Los primeros telares europeos fueron traídos a San Sebastián en el siglo XVII, provenientes del sur de España. En la década de los 30 fue modificado el telar de mano, con el invento de los telares de caja, creatividad del sacerdote Olmedo con el apoyo de dos carpinteros originarios de lugar, Santiago y Eugenio Mauricio. En la actualidad son con este tipo de telares con los cuales trabajan los artesanos.</p> <p>San Sebastián se ha caracterizado por la elaboración de textiles artesanales como manteles, hamacas, colchas, cortinas, telas para camisa, telas para trajes típicos, mantas, coladores y toallas, entre otros. Orgullo de un pueblo trabajador</p> |
| <p>Alfarería de Santo Domingo</p>  | <p>Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate</p> | <p>Su nombre natural fue Huitzapán, cuyo significado es "Peñón de Gavilanes" o "Río de las Espinas", y fue fundado un poco al Norte de su asiento actual. La mayor parte de jefes de familia de Santo Domingo de Guzmán se dedican a la agricultura como actividad económica principal. Los agricultores representan el 76.58% de los jefes de familia mientras que el resto de actividades económicas sólo alcanza un 23.41%, destacando entre estas la alfarería (11.39%). La alfarería es la segunda actividad económica más importante entre los jefes de familia</p> |
| <p>Artesanía en Carrizo de El Carrizal</p>  | <p>Nahuizalco, Sonsonate</p> | <p>Tradicionalmente los pueblos originarios han trabajado el tule de petate y el carrizo, esos son los productos de mayor tradición de Nahuizalco, especialmente los petates y las tombillas. En la actualidad, se usan otras fibras como el zacate de conejo para la elaboración de venados, y con la creatividad de los artesanos se usaron muchas otras materias primas como el tule de agua, bejucos y cáscaras de árboles.</p> |
| <p>Artesanías de Barro de Ilobasco</p> | <p>Ilobasco, Cabañas</p> | <p>Ilobasco es una población de origen Lenca y que según historiadores tuvo su primer asentamiento en el paraje llamado Sitio Viejo, a 6 km de su actual asentamiento. Es famoso por la elaboración de sus artesanías en barro.</p> <p>Destaca María Dominga Herrera, que nació en Ilobasco el 4 de</p> |



Turismo en el Paseo El Carmen de Santa Tecla



Chorizos y Longanizas de Cojutepeque



Paisajes de Apaneca



Turismo de Metapan

Santa Tecla, La Libertad El Paseo el Carmen, Palacio Tecleño, Museo Tecleño (MUTE),

Parque José María San Martín, Parque Daniel Hernández y el complejo Deportivo El Cafetalón y su parque acuático, son espacios para una convivencia ciudadana en armonía. Todo esto hace que Santa Tecla sea inseparable de ti.

Cojutepeque, Cuscatlán

Cojutepeque ha sido considerada la población más importante del Departamento de Cuscatlán.

Fue fundada por indios yaquis o pipiles en tiempos inmemoriales, pues como tal ya existía en los duros momentos de la conquista peninsular.

Cojutepeque se ha caracterizado por darnos el especial sabor de sus embutidos: chorizos, salchichones y butifarras. Los chorizos son hechos de carne de cerdo y res, diversas especies y hierbas, sal y achiote

Apaneca, Ahuachapán

Apaneca es "río de vientos", razón que ha llevado a la implementación de marcadas barreras de viento a lo largo de su cadena montañosa y lo que forma parte del atractivo visual del área. La zona potencial cafetalera del país Cordillera Apaneca-Illamatepec, tiene como fortaleza, además de su calidad, cualidades organolépticas, de clima, de historia y tradición con que cuenta su café, el ser considerada por la UNESCO como reserva mundial

Metapan, Santa Metapán es una ciudad precolombina de origen maya-chorti, claramente dominada por los pipiles. A nivel



Su Historia y Cultura



Ruta del Tabudo, Lago de Coatepeque



Jocote Baron Rojo, de San Lorenzo



Ana nacional, Metapán es conocida como Ciudad Blanca, por su alta producción de cal, además de la iglesia colonial de San Pedro Apóstol, el lago de Güija y la laguna de Metapán. Zona minera y boscosa, área de crianza y pasturaje de ganado vacuno y cuentan con plantas procesadoras de lácteos

Santa Ana, Santa Ana El principal producto de Santa Ana es su historia, la ciudad. A través del tiempo, ha sido conocida con diversos apelativos. Desde el año 1708 la localidad comenzó a figurar con el sobrenombre de La Grande. Desde 1894 ha sido llamada La Ciudad Heroica, debido a la Revolución de los 44 ocurrida en ese año y la cual desencadenó el derrocamiento del gobierno de Carlos Ezeta (quien gobernaba desde el actual cuartel de la ciudad). Por el referido alzamiento, la ciudad también es llamada como La Ciudad de los 44.

Santa Ana tiene rutas turísticas activas, un centro histórico de importancia nacional, comercio de productos artesanales, ventas de dulces tradicionales. La ciudad tiene una historia que contar

El Congo, Santa Ana Población de origen pipil, misma que llamaba Conga a un pez conocido también como Burra, Cheva o Achiva, por ello el topónimo "Congo".

Su cercanía con el lago de Coatepeque le permite contar con un hermoso entorno para desarrollar un producto UN PUEBLO UN PRODUCTO: la "Ruta del Tabudo" en la que puedes disfrutar paseos en lancha, deliciosos y variados jugos de las frutas de la zona, aromático café y platillos como el que ahora llamaremos "La Mojarra Pitarrilla": ceviche de mojarra con jocote de pitarrilla.

San Lorenzo, Ahuachapan A nivel nacional e internacional, San Lorenzo es conocido por su fabricación de réplicas de piezas arqueológicas de origen prehispánico. También es reconocido en el Departamento de Ahuachapán por su producción agropecuaria, destacando el jocote Barón Rojo y el loroco. En la zona lo identifican por su balneario El Triunfo, en el río Gueveapán, Pampe o Chalchuapa, zona de riqueza natural como ríos y manantiales de aguas termales.

Cuenta con alta potencialidad al desarrollar proyectos tendientes a la creación de la operadora de eco-tours y una planta procesadora de jocote y una variada gama de productos derivados del jocote y el loroco



Cultura de Chalchuapa



Chalchuapa,
Santa Ana

La región de Chalchuapa es reconocida nacional e internacionalmente por sus vestigios arqueológicos. Su valor para nuestro patrimonio cultural intangible es de alta importancia al contar en la zona con sitios como Tazumal, laguna Cuscachapa, Casa Blanca, Pampe, El Trapiche, Las Victorias, Laguna Seca y Amulunga, entre otros.

Invaluable potencial para el desarrollo de rutas para el turismo cultural

EL turismo de Suchitoto



Suchitoto,
Cuscatlan

La preservación de su patrimonio arquitectónico colonial hace de Suchitoto un pueblo especial de El Salvador. Con una serie de sitios de interés para turistas nacionales y extranjeros como el lago Suchitlán y la Isla de los Pájaros, Cerro de Guazapa, La Bermuda, Cascada Los Tercios, lugares históricos del país, reservas forestales protegidas y turicentros, entre otros.

Diversos festivales culturales y artísticos se desarrollan en Suchitoto, como el "Festival Permanente de Arte y Cultura" que organiza Alejandro Coto, y el "Festival del Cerro de Guazapa", que se desarrolla cada enero en conmemoración de la Firma de los Acuerdos de Paz

Frijol de Seda



Santa Clara, San
Vicente

A nivel nacional Santa Clara es reconocida por su alta producción de frijol, arroz y maíz, además al municipio pertenece el 85% de la laguna conocida de Apastepeque, En idioma nahuatl Apastepeque significa "cerro de los alabastos", pues proviene de apast, alabastro; y tepec, cerro la cual provee de un lugar de recreación. Esta antiquísima y precolombina población de origen yaquí o pipil contenía originariamente dos pueblos: Apastepeque propiamente dicho y Saguayapa. Santa Clara posee turismo cultural: Laguna de Apastepeque, La Cascada El Salto, Río y Cascada de Agua Caliente, Río Titihuapa, Ojo de Agua, recursos paisajístico

Sopa de Gallina India de Caluco



Caluco,
Sonsonate

El pueblo de Caluco se distinguió en tiempos coloniales por su gran producción de cacao y sus peculiares ríos. Muy cerca de Caluco pasa el cauce del río Dehuteecat o Agua Caliente, posee aguas termales y salutíferas. Ahí se instalan restaurantes y comedores ofreciendo la singular sopa de gallina india como uno de sus productos UN PUEBLO UN PRODUCTO.

Dulce Nombre de María, Chalatenango

Dulce Nombre
de María,
Chalatenango

En 1790, "Dulce Nombre de María" fue fundado por varias familias españolas, enviadas a esta región por el Barón de Carandelet, capitán general de Reino de Guatemala. En 1910 recibió el título de Villa.

Según la tradición oral se conoce que hace aproximadamente cien años, el señor Félix Adán





Artesanía de LA Palma



Hamacas



Cultura de Panchimalco



Café de Jayaque

originario del cantón Los Sitios Arriba, aprendió el oficio del tejido con bambú para la elaboración de canastos arroberos mientras cumplía condena en la cárcel, lo que le generaba un ingreso estando dentro de la misma. Al terminar su condena motiva a los habitantes del cantón a aprender el oficio y así iniciar la tradición artesanal, heredándola de generación en generación.

La Palma, Chalatenango, “Somos protagonistas de esta historia, que en los 70’s, con pinceles, colores y mucha ilusión a través de las formas, nos ligamos a nuestras raíces con orgullo, convirtiéndonos a todos en herederos de un legado lleno de mucha creatividad”.

Fernando Llort logró juntar su talento creativo con el de artesanas y artesanos de La Palma, mezcla que dio por resultado, en 1977, la Cooperativa La Semilla de Dios. Poco tiempo transcurrió para que esta semilla germinara. Ahora es la producción artesanal un motor dinamizador de la economía local, un producto que viaja por el mundo.

Concepción Quezaltepeque, Concepción Quezaltepeque cuenta con la tradición de elaboración de hamacas. En el año de 1986 se crea el Festival de las Hamacas, por iniciativa de un grupo de tejedores apoyados por el ex párroco de la localidad Eduardo Alas.

Actualmente, se estima que entre el 25% y 30% de la población de Concepción Quezaltepeque realiza la actividad económica de artesanía en hilos, manos artesanas que elaboran hamacas, sillas-hamacas, bolsos y cebaderas en diferentes tamaños y colores.

Panchimalco, San Salvador, Población de origen náhuat. Panchimalco conserva con orgullo una riqueza de tradiciones de nuestra cultura originaria. Su Iglesia de la Santa Cruz de Roma es un ícono y una joya de la arquitectura colonial.

El primer domingo de mayo tiene lugar la famosa Procesión de las Palmas, misma que se realiza en honor a la Virgen María y está a cargo de la “Cofradía de las Flores y las Palmas”. Recorren las principales calles cofradías, historiantes y chapetones, un festejo por la llegada del invierno lleno de coloridas flores engarzadas en las palmas de coco. Panchimalco es una flor de nuestra identidad

Jayaque, La Libertad, Población de origen Pipil, una de las tradiciones de mayor importancia y representatividad es la Topa de los Cumpas, tradición que data el siglo XVIII y que consiste





El Bálsamo de Tepecoyo



La Piña de Santa María Ostuma



La Yuca de Izalco



Pupusas de Arroz de Olocuilta

en el compadrazgo entre los pueblos de Jayaque y Cuisnahuat.

El café se ha constituido como uno de los principales productos agrícolas de Jayaque, por reunir condiciones adecuadas para su cultivo incluyendo tierras fértiles y alturas idóneas hasta de 1500 msnm. Además se ha desarrollado productos a partir de ese cultivo como artesanías con poda del cafeto, accesorios elaborados con granos de café, teñidos, platillos a base de café, atol de café, licor de café y jalea de café, entre otros.

Tepecoyo, Libertad La Tepecoyo está ubicado sobre la vertiente sur de la cadena costera central, en la Cordillera del Bálsamo, única región del planeta en la que crece y se extrae la resina del Myroxylon balsamun variedad Pereirae Royle Harms, mejor conocido como Bálsamo de El Salvador, Balsamito, Bálsamo de las Indias, Bálsamo del Perú o Balsamero.

La recolección de la resina del bálsamo ha sido, a través de la historia, una importante fuente de ingresos para algunas familias de la zona

Santa María Ostuma, San Vicente Santa María Ostuma se cultiva todo tipo de árboles frutales como naranjos, limos, caraos, coyoles, zapotes, anonos, paternos y en especial hay grandes piñales de castilla.

En la actualidad, existe en Santa María Ostuma un área de 90 manzanas sembradas de piña en las variedades de azucarón, castilla y MD2, cosecha que comercializan directamente y de la que han logrado diversificar sus productos utilizando la piña para la elaboración de tamales, jaleas, dulce, pastel de piña, mermelada, jugo de piña y Chinchibi

Izalco, Sonsonate Izalco es uno de los pueblos que mejor preserva las raíces identitarias de nuestra cultura originaria, reflejando nuestra diversidad; por lo que el turismo es un potencial para el desarrollo del pueblo. Sus tradicionales cofradías, acompañadas con música de marimba de arco, son la ventana desde donde se puede observar al imponente Volcán de Izalco al fondo, asechando como fiel testigo de los tiempos Ahí podemos encontrar un exquisito plato de yuca frita con chicharrón y lo peculiar de su gente.

Olocuilta, La Paz Se dice que en la década de los 30's, durante una escasez de maíz, una señora del pueblo de Olocuilta decidió hacer las pupusas utilizando masa hecha de arroz. No



Los paisajes del parque eco turístico



La Caña de Azúcar de Verapaz



Los Dulces Típicos Artesanales de San Vicente



El Coco de Hacienda El Jobal



conforme sólo con cocinarlas para su familia y notando que eran bien recibidas por los comensales, la señora decidió poner una “pupusería” en la que sólo “echara” pupusas de arroz.

El negocio fue un éxito. La gente comenzó a buscar el nuevo platillo y las demás pupuseras de los alrededores también decidieron cambiar la masa de maíz por la de arroz.

Tecoluca, San Vicente Tecoluca, enclavada en tierras de los pueblos nonualcos, tierras y dominios del indio Anastacio Aquino. Con hermosos e importantes parajes como La Cueva del Indio y el Sitio arqueológico de Tehuacán, uno de los centros ceremoniales prehispánicos de mayor importancia de nuestro patrimonio cultural y vecino al Área Natural Protegida llamada Parque Eco turístico Tehuacán

Verapaz, San Vicente Desde tiempos de la colonia el dulce de atado se utilizaba para endulzar y luego la azúcar de Pilón que tiene un proceso que en la actualidad en algunas molindas ya solo está los moldes (es una especie de filtro).

En Verapaz se conservan algunas de estas molindas, en las que procesan de la caña de azúcar productos como: azúcar de Pilón, dulce de atado, batidos, melcochas, miel de mesa, miel de dedo, panela granulada, espuma, cachaza (mezcla de miel y espuma de color negruzco con un sabor delicioso).

San Vicente, San Vicente Ciudad conocida como la Capital de la Cumbia porque ha sido cuna de personajes de reconocimiento musical, entre ellos: José Napoleón Rodríguez, Francisco Flores (violinista), Los Hermanos Flores, Orquesta la Zúñiga, ahora La Canela, Orquesta Jiboa, Orquesta La Boa, entre otras. También San Vicente se identifica por sus dulces de camote, aunque en la actualidad existen muchas variedades de dulce: nisperitos, conserva de coco, leche, marañón, zapote, piña, leche de burra, mazapán, y mas.

Isla Espíritu Santo, Puerto El Triunfo, Usulután En la Bahía de Jiquilisco, la Isla del Espíritu Santo y ahí la Cooperativa El Jobal se ha dedicado por décadas al cultivo del coco y a procesarlo para la producción de aceite de coco y Harinas. Ahora, la comunidad de la Isla del Espíritu Santo ha desarrollado nuevos productos como licor de coco, estopa para jardinería, diversas artesanías de palma de coco, fibra de coco, joyería artesanal con tintes de coco y mangle, muebles,

Añil de Jocoaitique



Jocoaitique,
Morazán

productos utilitarios y decorativos, además de una deliciosa y diversificada línea de dulces de coco mezclados con otros frutos de la isla.

Más de un siglo después de que el añil decayera como principal producto de exportación de El Salvador, un grupo de agricultores ha asumido la tarea de revivir el cultivo. Actualmente, el área cultivada de añil es de apenas 264.37 hectáreas, la mayor parte de las cuales están en los departamentos de Morazán y San Miguel.

En el Cantón Rodeo, Caserío Los Quebrachos, de Jocoaitique, encontramos a la empresa "Florazul" que desde su constitución en el año de 2005 ha trabajado en el teñido de prendas de vestir con el tinte de Añil o índigo.

Barro de Guatajiagua



Guatajiagua,
Morazán

En Guatajiagua prevalece una de las culturas más antiguas de El Salvador, la Lenca Potón. Están organizados en la Asociación Comunal Lenca Guatajiagua (ACOLGUA), asociación que está constituida por 600 indígenas, quienes doman y amoldan la tierra de sus ancestros para sobrevivir; su descendencia de mineros les llama a gastar la tierra para extraer de ella su máxima riqueza: barro negro, barro rojo y arena

Totopostes y Tostacas de Chinameca

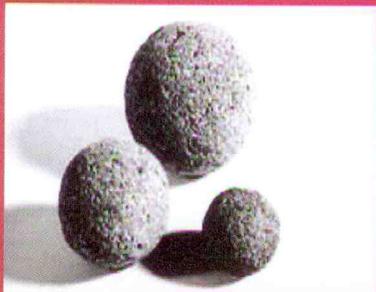


Chinameca, San Miguel

Este antiquísimo pueblo, fundado y habitado por indios lencas, fue conquistado por los yaquis o pipiles hacia fines del siglo XV de la Era Cristiana, marcando este núcleo de civilización precolombina la máxima penetración hacia el oriente de pueblos de idioma náhuat.

La comida típica que define a este municipio son las tostacas y totopostes. Tradición que se ha mantenido de generación en generación desde 1950.

Piedras de San Alejo



San Alejo, La Unión

San Alejo es el único lugar en el país en el que se producen las piedras de moler de minas. Su descendencia de mineros les facilita la talla en piedra de piezas utilitarias como las piedras de moler (o metate).

En el Cantón Piedra Gorda y El Lagarto existe un promedio de 20 artesanos que trabajan la piedra, como materia prima para la elaboración de artesanías, quienes de generación en generación venían produciendo objetos utilitarios como piedras de moler, a partir de la década del bicentenario inician la diversificación de sus productos tendientes a líneas de objetos decorativos y para la industria.

XI. Bibliografía

- Informe de Experiencia de Becarios de CONAMYPE en el Movimiento Un Pueblo Un Producto JICA JAPON.
- Informe de experiencia de becarios de CONAMYPE en el Movimiento Un Pueblo Un Producto en Taiwan
- Documento de Propuesta EL SALVADOR_Interim Report_UN PUEBLO UN PRODUCTO_2011.10.14
- Experiencia UN PUEBLO UN PRODUCTO Ecuador: Orgullo y amor por la localidad, guía de trabajo a partir de la filosofía OVOP, Comité Nacional del Movimiento Un Pueblo Un Producto, OVOP Ecuador, Primera Version, Febrero 2011.
- Experiencia Un Pueblo Un Producto de Colombia : Elementos básicos sobre el Movimiento Una Villa, Un Producto – OVOP de Oita, Vicepresidencia de la Republica de Colombia, Bogota D.C., Julio del 2010.

<http://www.dnp.gov.co/PortalWeb/LinkClick.aspx?fileticket=umniJSvIkSQ%3D&tabid=380>

- Plan Estrategico de CONAMYPE 2010-2014
- Pagina Web de JICA: www.jica.go.jp/english/index.html