

Gloria Silvia Orellana
@SilviaCoLatino

La Palma, Chalatenango

El círculo virtuoso del "Movimiento un pueblo, un producto"

Con la emblemática mística de un "Crecimiento de Calidad", que se fundamenta en acciones incluyentes, sostenibles y de adaptación, la cooperación japonesa junto a la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) se encuentran trabajando en 82 municipios con el "Movimiento Un Pueblo Un Producto", con la visión de cimentar una dinámica productiva en diversos territorios del país, con un enfoque social y económico. La cooperación japonesa en El Salvador data desde 1968, luego de una firma de "Convenio de Envío de Voluntarios", que marcó su entrada por primera vez en América Latina y que permanece en la actualidad. Y que solo en el 2015, su cooperación técnica rondó los 7.42 millones de dólares, además de fondos financieros no reembolsables y préstamos.

"Gracias por conocer este trabajo que realizamos de forma conjunta con la Agencia de Cooperación Japonesa (JICA) y la CONAMYPE y quiero destacar que el movimiento "Un Pueblo Un Producto" se originó en El Salvador hace muchos años, con un planteamiento exploratorio; pero en el 2009, retomamos la idea y junto a la experiencia del pueblo de Japón la pusimos en práctica en El Salvador" explicó, Ileana Rogel, Directora de CONAMYPE.

Este proyecto fue lanzado como "Plan Piloto" en el año 2010, en cinco territorios y la metodología utilizada demostró que efectivamente tuvieron un buen resultado, entonces pasaron a diseñar una estrategia, que les permitió ampliar y crecer en el número de territorios intervenidos con Un Pueblo Un Producto. "Si vamos a producir nuestras figuras de barro, cultivar jocotes, o preparar embuditos, todos estos productos pueden ser detonantes de un accionar mucho más amplio de búsqueda que puede



La directora ejecutiva de CONAMYPE Ileana Rogel, junto al experto asesor por parte de JICA del movimiento y política nacional de "Un Pueblo, Un Producto" Tomonori Uchikawa, muestran productos artesanales propios del Comité OVOP de La Palma, Chalatenango; con el objetivo de dinamizar la economía local de los empresarios locales y generando Marcas Territoriales. Foto Diario Co Latino/Ludwin Vanegas.

la experiencia japonesa de la "mejora de calidad de vida y el desarrollo económico local" a partir del trabajo realizado por el exgobernador Hiramatsu de la Prefectura de Oita, Japón. "Actualmente, la estrategia del Movimiento Un Pueblo Un Producto se ha convertido en una política nacional que se proyecta para intensificar este trabajo que estamos realizando con el apoyo de Japón. Y quiero destacar la participación de los expertos de

propio crecimiento con la oferta de productos.

"Esta metodología la oportunidad de generar oportunidades y garantizar que la gente de ese territorio decida quedarse ahí, en sus municipios y generar oportunidades de ingresos y empleo. Y quiero destacar que el Movimiento de "Un Pueblo Un Producto", articula dos componentes, la revista de orientación turística "ONPAKU" palabra de origen japonés que significa -Dar a Conocer- y segundo, la estrategia de construir -Tiendas de Carreteras- que serían estaciones donde los productos del territorio podrán ser mostrados directamente por los mismos artesanos ya sean, alimentos, vestimentas o artesanías", sugirió. Entre los desafíos de la CONAMYPE y el JICA está en fomentar la cultura de un trabajo organizativo ya sean agricultores, artesanos y empresarios con emprendimientos micros o pequeños, para que actúen de manera colectiva, que apuesten a un esfuerzo de inversión y tiempo. Y así ganar la confianza que ellos mismos, pueden articular todo un proceso productivo y en equipo.

"Ciertamente, lo que nos ha pasado es que las personas tienen tesoros escondidos y no lo saben, que pueden generar una dinámica económica y social con Un Pueblo un Producto. Y no solo debe ser algo tangible, también puede ser un tesoro un bello paisaje, una buena historia solo falta que la gente le de el valor que tiene y así generar ingresos económicos; a través de esta metodología lo podemos realizar dimensionando todos los elementos para vender su territorio. Hay una ficha que tenemos con un lema muy importante -Pensar Global Actuar

Local- que es motivador y sobre esa base se levanta una guía que nos permite identificar el producto que le da identidad a un territorio", acotó. Mientras, el experto japonés Tomonori Uchikawa del Movimiento Un Pueblo Un Producto, destacó que esta iniciativa ha permitido la inclusión



La Red Nacional "Un Pueblo, Un Producto" es un esfuerzo de CONAMYPE y asesoramiento de JICA que impulsa la formación del Comité OVOP; La Palma y otros 48 municipios forman parte de este acoso y promueven el sostenimiento del próspero proyecto de productos artesanales de empresarios locales y la proporción de marcas territoriales de los mismos. Foto Diario Co Latino/Ludwin Vanegas.

de mujeres con un porcentaje de un 59%, más que hombres. Así también un 30% de participación juvenil y también adultos mayores, por tanto están generando un impacto social, y no solo económico.

"Quiero destacar que en El Salvador se ha elaborado una política nacional para el Movimiento Un pueblo Un producto y he trabajado como experto de JICA en otros partes del mundo como África, Asia y Centroamérica y nunca había visto, una política específica para el Movimiento Un Pueblo Un Producto, este es el único país que la elaboró. Y Quiero brindar por eso un gran abrazo a los

salvadoreños", expresó.

Sobre las revistas "ONPAKU" que es el medio de publicidad de cada territorio para destacar sus productos explicó Tomonori que la revista es preparada por los actores locales; dejando que los empresarios y artesanos mismos elaboren sus revistas, a través de la identificación de los recursos locales, mientras CONAMYPE y el JICA solo realizan un papel facilitador de sus iniciativas. "En La Palma, Chalatenango están en proceso de elaboración de su revista que describe la belleza de su municipio y otros lugares que no habían identificado, tenemos el caso de Meanguera, Morazán que han identificado lugares tangibles e intangibles. Además, tenemos a Panchimalco con lugares de extrema belleza que van bien en la revista ONPAKU y podemos como consumidores nacionales y extranjeros apreciar y valorar sus potencialidades, porque queremos que los locales consuman lo que se produce, luego nacionales y después extranjeros", indicó.

La Mermelada de Jocote y el Pesto de Loroco de San Lorenzo, San Vicente son productos identitarios y representativos, que han logrado una exportación a Estados Unidos, es el primer producto que han logrado su exportación.

"Por mi apellido -Tomonori- mis colegas salvadoreños me llaman -Tomochicha- y ahora les pregunto ¿Qué es chicha?, claro un licor nacional, muchos toman tequila mexicana, cerveza gringa, pero aquí tenemos chicha, chaparro y cuzusa, entonces, ¿Por qué no consumimos lo que produce nuestro país?, y ahora, les presento este producto innovador se llama "Chentlo" que es vino de camote, es una chicha de camote es un producto identitario de San Vicente. Tiene un nombre

representativo, buena calidad, pero todavía necesitamos promocionarlo y posicionarlo como una marca entonces trabajamos en la promoción y consumo local entre los mismos salvadoreños", señaló.

Los productos del Movimiento Un Pueblo Un Producto incluyen los tejidos de San Sebastián; jocotes y lorocos de San Lorenzo de San Vicente; Restaurantes en el Corgo, Santa Ana; totopostes y tostacas de San Miguel; artesanía de La Palma; artesanías en barro Ilobasco, Cabañas; butifarras y embuditos, Cabañeteque, Cuscatlán, entre la oferta turística.



El experto asesor del movimiento y política nacional de "Un Pueblo, Un Producto" Tomonori Uchikawa muestra la jalea de jocote "La Quitruba", un producto logrado con técnicas proporcionadas por expertos de CONAMYPE y apoyo del JICA; este forma parte de la diversidad de productos dinamizados por la política nacional "Un Pueblo, Un Producto". Foto Diario Co Latino/Ludwin Vanegas.

pasar de restaurantes, a hostales y tour-operadores. Lo que buscamos es activar de manera organizada a la población de un territorio y para eso la CONAMYPE ha venido trabajando en distintas etapas", señaló Rogel. El Movimiento "Un Pueblo Un Producto" (OVOP por sus siglas en inglés) tiene su concepto y origen en

Japón como el señor Uchikawa, que en los últimos cuatro años, nos ha permitido llevar un proceso de acompañamiento", afirmó. Por ahora, son 82 municipios intervenidos con esta metodología los niveles de desarrollo van desde el avanzado, hasta los que se encuentran en sus primeras experiencias que buscan su