

Grupo de Diálogo Rural – Ecuador
Ayuda Memoria Emprendimientos No Agropecuarios de Jóvenes Rurales
Guayaquil, Hotel Sonesta (Jueves, 27/Julio/2017)

AGENDA:

- Introducción Ney Barrionuevo. Secretario Técnico GDR.
- Presentación de emprendimientos de jóvenes rurales:
 - Biocombustible de Aceite Vegetal de Piñón de Manabí para Galápagos, Viviana Bravo.
 - Reactivación del Turismo Comunitario mediante la Ampliación de la Oferta Turística en Crucita, Gabriel Mero Jóvenes U.D.C. Las Gilces.
 - Café del Tren de Yaguachi, Maribel Pinela.
- Foro de Diálogo
- Conclusiones y Cierre.

INTRODUCCIÓN. RIMISP-NEY BARRIONUEVO

Ney Barrionuevo, Secretario Técnico del GDR da la bienvenida a los asistentes y aprovecha la oportunidad para agradecer a APCSA por su auspicio y felicitarlo por su aniversario.

Empieza el diálogo señalando que la diversificación de las economías rurales y la menor dependencia del agro forman parte de las transformaciones rurales. Qué se entiende por diversificación? Tradicionalmente lo rural se ha circunscrito a lo agropecuario pero ya no es así en América Latina y tampoco en Ecuador. Se observa diversificación del empleo e ingresos de los pobladores rurales y emergen nuevas actividades en manufactura y servicios no agropecuarios. Según un estudio de FAO, CEPAL, RIMISP, BID, BM, el 40% del empleo rural y 50% del ingreso es no agropecuario. No es posible pensar el desarrollo rural sin tomar en cuenta la diversificación de actividades y los nuevos emprendimientos.

En cuanto a las actividades rurales no agropecuarias, se encuentran los servicios conectados a las cadenas, como: distribución de insumos, maquinaria y equipos; transferencia de tecnología, sistemas de riego, transporte de carga, servicios de post cosecha, agroindustrias, metalmecánica, entre otros. Otras actividades rurales no agropecuarias son: comercio, artesanías, gastronomía, turismo, transporte, talleres, recreación, informática y comunicaciones, burocracia, medios, entre otros. A pesar de su importancia, la estadística oficial no da cuenta de manera desagregada del peso económico de esos emprendimientos rurales no agro.

En este punto las interrogantes que se plantean son: ¿Cuál es el aporte al PIB de esas otras actividades no agro? ¿Cuán atractivo puede ser para un joven rural, los emprendimientos no agro como fuente de empleo y de ingresos? ¿Cuál es la participación actual de los jóvenes en este tipo de emprendimientos rurales? ¿Cuáles son los obstáculos que enfrentan para su establecimiento y sostenibilidad? ¿Cuáles son las principales necesidades de apoyo a ese tipo de emprendimientos?

Al igual que en las actividades agropecuarias, hay dos tipos de emprendimientos rurales no agro: los de baja productividad (sobrevivencia) y los innovadores, de diferenciación por calidad (con mejores ingresos).

Con estos antecedentes, los objetivos de la presente sesión son: 1) Conocer casos de emprendimientos rurales no agro; 2) Analizar los obstáculos que enfrentan; y, 3) Profundizar en el análisis de problemas y alternativas, que sirva como un insumo para el futuro diseño de un programa de apoyo a los emprendedores rurales.

PRESENTACIONES JÓVENES RURALES

PIÑÓN DE MANABÍ PARA GALÁPAGOS, VIVIANA BRAVO.

Este emprendimiento es de tipo asociativo y empezó en el año 2012; tiene como objetivo producir biocombustibles para la generación de electricidad en Galápagos. Las instituciones que han apoyado la iniciativa son: MEER, GIZ, IICA, BID-FOMIN. Entre los resultados alcanzados está que se ha beneficiado a 3.000 familias, en el año 2017 se han recolectado 3.000 quintales, se cuentan con 86 centros de acopio y 15.000 toneladas de CO2 absorbidas. Los problemas que ha tenido que enfrentar el emprendimiento son: productores no organizados, falta de materia prima y baja productividad de las

plantas. Para resolver esta problemática, se está trabajando en el fortalecimiento de una cooperativa de productores e incentivando la incorporación de jóvenes. Además, se han abierto más centros de acopio y se están capacitando a través de ECAs a nuevos productores/recolectores. De igual manera, se elaboró un proyecto de mejoramiento genético con el INIAP y se están buscando los recursos para su financiamiento.

Comentarios y preguntas de los participantes:

Lourdes Luque, CORPEI: Esta es una actividad adicional de la familia. El mercado es inmenso porque Galápagos es un “paraíso natural de la humanidad”. Hay externalidades positivas del proyecto.

Gustavo Marín, AGROBAN: ¿INIAP ha iniciado el desarrollo de alguna variedad que sea más productiva?

Ney Barrionuevo: Se han hecho intentos de establecer la jatropha como cultivo comercial pero no han funcionado; tal vez por la falta de investigación.

Anastasio Gallegos, USM: ¿Cómo surgió el emprendimiento? El impacto del proyecto a nivel de género, y en la mejora del nivel de vida de las mujeres, es importante. Se debería hablar menos de subsidio y más de apoyo.

Raquel Jurado, CORPCOM: ¿Tienen conocimiento de iniciativas similares en otros países y que podrían replicarse en Ecuador?

Viviana Bravo, IICA: Las variedades con las que se trabaja provienen de cultivos de propiedad privada, haciendas, linderos que hay cerca del campo. El INIAP está iniciando investigaciones. El proyecto se dio a conocer a través del MAE y ahora lo implementa el IICA. Por otro lado, existe un nivel de subsidio alto, por parte de la Empresa Eléctrica de Galápagos, en este proyecto de carácter ambiental. La iniciativa no es sostenible si es que se quitan los apoyos que tiene actualmente. Los recolectores del piñón (en su mayoría mujeres) son mal vistos y tachados como “recicladores”. Las necesidades del sector son capacitaciones y charlas en escuelas de campo para informar más sobre la producción de piñón. Se tiene la idea de expandir el proyecto a otras islas pero no se ha tenido intercambio con experiencias internacionales. Hay una demanda creciente, en este momento se abastece a la Isla Floreaba y luego se piensa cubrir a la Isla Isabela.

REACTIVACIÓN DEL TURISMO COMUNITARIO MEDIANTE LA AMPLIACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN CRUCITA, GABRIEL MERO JÓVENES U.D.C. LAS GILCES.

Este emprendimiento tiene como objetivo la construcción de un sendero ecológico, dentro del ecosistema manglar, adecuación de bici-rutas y señalización; plan de capacitación y sensibilización turística y ambiental con enfoque de resiliencia personal, familiar y comunitario. El proyecto inició hace más de un año como idea y formó parte de un concurso que se realizó para Manabí y Esmeraldas, resultado del cual ganaron 5 mil dólares que utilizaron para la compra de materiales para la construcción del sendero. La iniciativa arrancó formalmente el 1 de julio del 2017 y es de carácter asociativo comunitario. Ha recibido el apoyo del PPD/PNUD, MAE, GADs.

Los problemas con los que se ha enfrentado el emprendimiento son: desmotivación de las familias, jóvenes, adultos, debido al terremoto; escases de fuentes de trabajo e infraestructuras turísticas; y, baja influencia de visitantes y turistas en la comunidad. Para resolver esta problemática, hay realizado las siguientes acciones: reorganización de la comunidad y talleres de capacitación de motivación y resiliencia frente a desastres naturales; gestión ante organismos gubernamentales y no gubernamentales para la reconstrucción de las infraestructuras comunitarias; y, participación en la campaña GreenCrowds, donde se aprovechó para hablar de los atractivos de la comunidad e incidir a que los visiten.

Comentarios y preguntas de los participantes:

Eugenia Espinoza, El Agro: ¿Han contactado agencias turísticas?

Régula Chávez, Swisscontact: ¿La zona cuenta con un flujo permanente de turistas? ¿Tienen apoyo de alguna entidad para implementar el proyecto? ¿Cómo van a estructurar su proyecto, considerando los ámbitos administrativos y operativos para funcionar como negocio?

Luis Bautista, MAG: ¿Han recibido capacitaciones de entidades públicas para formar, por ejemplo, agencias de turismo?

Ney Barrionuevo: ¿Tienen plan de negocios? ¿Qué movimiento económico esperar lograr?

Lourdes Luque, CORPEI: MAE tiene una iniciativa relacionada a la “economía basada en la biodiversidad”; con este fin se está creando un fondo. Este emprendimiento de Las Gilces no es nuevo ya que existen iniciativas similares en otros territorios, por lo que es totalmente viable. CORPEI podría apoyarlos para presentar su proyecto al Ministro del Ambiente.

Beatriz Rivela, Plan Internacional: Hay muchas lecciones aprendidas de experiencias previas, las cuales deberían ser aprovechadas. ¿Qué tipo de acompañamiento o proceso requieren para el proyecto? Se necesitaría clarificar y aterrizar el diseño del proyecto. ¿Ya han conseguido recursos?

Maritza Tello, APROCA: ¿Es un paquete lo que van a brindar y cuál es el costo?

Ivonne Quinche, MAG: ¿Han elaborado análisis de costos/Inversión? Como Redes Comerciales del MAG, se ha trabajado con ecoturismo y se ofrecen paquetes turísticos, iniciativa que puede ser tomada en cuenta en el proyecto.

Gabriel Mero, Las Gilces: Se está trabajando para realizar contactos con agencias de turismo, se está promocionado a través de las redes sociales. El proyecto involucrará a varios actores, generará fuentes de empleo y contemplará la capacitación de guías turísticas. En promedio, la zona cuenta con más de 500 turistas al mes. La meta es multiplicar el flujo de turistas. Por otro lado, el sendero se ha valorado en USD20 mil y la bici-ruta es la vía a través de la cual se quiere vincular el sendero. El promedio de alquiler de una bicicleta es de USD1 o UAS1,50 y el recorrido sería de 15 kilómetros. Se agradecen las nuevas ideas y se aplicarán las recomendaciones.

CAFÉ DEL TREN DE YAGUACHI, MARIBEL PINELA.

Es un emprendimiento de carácter familiar que inició en el año 2015 y que tiene como objetivo atender a los turistas que viajan en los trenes: Dulzura, Costa Sierra y Crucero; se ofrecen desayunos y productos tradicionales. Adicionalmente, son proveedores de Ferrocarriles del Ecuador. Como resultados del proyecto se puede mencionar el mejoramiento de la economía familiar y un mejor servicio al turista.

La iniciativa se encontró con algunos problemas como la falta de financiamiento, el rechazo de la gente y desconfianza y la poca variedad y bajas ventas. Las acciones que se tomaron para mitigar estos problemas son: financiamiento a través de ahorros familiares, capitalización de las ganancias, promoción por medio de folletos, periódicos locales, TV, identificación de la demanda y acceso a un préstamo para tener más productos para la venta.

Comentarios y preguntas de los participantes:

Lourdes Luque, CORPEI: ¿Cuál es la base de conocimiento para montar el local?

Kleber Ekhart, Banana Export: ¿Qué tipos de servicios se ofrece?

María Isabel Cartagena, Universidad Agraria: ¿El logo, la concepción es de Ferrocarriles?

Régula Chávez, Swisscontact: ¿Se dedican 100% a esta actividad o solamente unas horas y luego se dedican a otro negocio?

Raquel Jurado, CORPCOM: ¿Se ha incrementado la asistencia del turista nacional?

Ramiro Pita, Selva: ¿Cuál es el siguiente paso del emprendimiento para lograr mayor impacto?

Alfredo Saltos Guale, consultor: ¿Su familia se dedica al agro?

Denisse Naranjo, MIPRO: ¿Cómo funciona operativamente el emprendimiento?

Mary Carmen, Ferrocarriles: La filial litoral de Ferrocarriles tiene varios emprendimientos; brindan capacitación, analizan cómo está el emprendimiento, asesoran desde la constitución del negocio, identifican necesidades de capacitación y, de ser el caso, contratan asesoría externas para brindar estas capacitaciones. Se manejan por medio de convenios que duran por 1 año; si la iniciativa funciona, se va renovando los convenios.

Maribel Pinela, Café del Tren: El emprendimiento, liderado por Maribel que es chef profesional, participó de un concurso impulsado por la empresa de Ferrocarriles y se ganó el apoyo para iniciar el proyecto. Administraciones anteriores solo permitían atender a los turistas del tren pero luego, a más de ofrecer desayunos con productos típicos a los turistas, se amplió para ofrecer servicios a la comunidad. Además, se hicieron encuestas para identificar la demanda. Antes de iniciar este

emprendimiento, la familia, específicamente los padres se dedicaban a la agricultura pero luego se dedicaron a ofrecer servicios de catering en su restaurante, negocio que mantienen hasta la actualidad ya que el Café del Tren funciona solamente algunas horas; abrir todo el día genera pérdidas. El emprendimiento ha sido muy aceptado por los turistas; sin embargo, a futuro lo que se pretende es ampliar el otro negocio con el que cuenta la familia (catering-restaurante).

FORO DE DIÁLOGO

Ney Barrionuevo: hay jóvenes rurales que quieren seguir con la actividad de sus padres y saben cuál es la problemática con la que tienen que lidiar. Sin embargo, hay otra porción de jóvenes rurales que quiere seguir en el campo, pero dedicados a nuevos negocios rurales no agro y hay otro grupo que su mente ya está en irse a la ciudad y no volver nunca al campo. La política pública tiene que atender a todos esos intereses. GDR quiere apoyar a jóvenes emprendedores en el campo para que puedan seguir en el campo pero que se queden por voluntad propia y manteniendo un buen estilo de vida.

Resumiendo los emprendimientos que se presentaron se puede señalar lo siguiente:

- En cuanto al origen de los emprendimientos: en el caso del proyecto de piñón, éste nace como una iniciativa estatal que se traslada a la comunidad. En Las Gilces, la iniciativa nace de los jóvenes y en el caso del Café del Tren, es un mix.
- Con respecto a las necesidades de capacitación de los emprendimientos, estos son de tipo productivo, de negocios y de gerencia.
- En temas de asociatividad, en el emprendimiento de piñón se habla de Cooperativa, en Las Gilces de grupo de jóvenes y el Café del Tren es un emprendimiento de carácter familiar. Fortalecer esa asociatividad es clave.
- En cuanto a alianzas, en el caso del piñón se encuentran entidades como el MEER, la Empresa Eléctrica de Galápagos y el IICA. En Las Gilces, están vinculadas el MAE, PPD-PNUD y Juntas. En el Café del Tren, Ferrocarriles del Ecuador a través de la Gerencia Filial Litoral. Todos tienen alianzas, la pregunta es si estas alianzas son apoyos o en realidad son el sustento que una vez que desaparece termina el proyecto.
- En lo que se refiere a financiamiento, en el caso del piñón es estatal y privado; en Las Gilces está el PPD/PNUD y en el Café del Tren los recursos son familiares.
- Con respecto a los subsidios, en el caso del piñón, es bien alto, ya que subsidia instalación de la planta, precio de compra, capacitación técnica y los promotores. En el caso de Las Gilces, a parte de los 5 mil que ganaron como capital semilla, hay otros financiamientos a través de las actividades del grupo que realiza iniciativas para auto-financiarse y recursos provenientes de las alianzas. En el Café del Tren no tienen subsidio alguno.
- En cuanto a la sostenibilidad en un proyecto ésta depende del subsidio. El emprendimiento del piñón depende totalmente del subsidio, Las Gilces depende de la capacidad de generar recursos y, en el caso del Tren, estaría por definirse la capacidad de sobrevivencia ya que es un emprendimiento nuevo. A veces se piensa que lo más importante es lograr gestionar los recursos, pero ¿será todo plata?

Anastasio Gallego USM: conversando con los jóvenes de Las Gilces, mencionaron que nacieron a través del trabajo de la institución Visión Global y que ahí se juntaron los 27 jóvenes. La mayor dificultad para las mujeres, en ocasiones, son sus propios padres ya que no quieren que se vinculen en este tipo de actividades. Los dos chicos representantes de Las Gilces están estudiando ingenierías y son habitantes de la zona que quieren seguir trabajando en ella y no migrar. Lo importante es conversar más a profundidad con los jóvenes para entender sus iniciativas y apoyarles para que sus proyectos sean sostenibles. El campo no es el de hace 20 años. La ruralidad ha cambiado tanto que sería importante medir dicho cambio. La innovación se ha incorporado en una mentalidad en la que aún está inserto el tema productivo. El tema de emprendimiento rural no es lo mismo que en la ciudad ya que el proceso es un poco más lento. Hay que considerar el cambio de mentalidad que se está produciendo en el campo y encuadrar el emprendimiento en el área rural. Hay una serie de emprendimientos muy fuertes en el área rural que se pueden replicar.

Regula Chávez, Swisscontact: los jóvenes tienen gran energía y potencial, lo cual hay que cuidar mucho para que no se decepcionen y dejen de lado la iniciativa. Lo importante es organizar bien al grupo, establecer reglas claras: cómo, por qué lo hacemos, hacia dónde vamos. “Hay que ver el bosque y no solo cada árbol”. Se debería hacer un pequeño plan de negocios y establecer pasos a seguir, sin olvidarse el todo. El turista no va solo por una actividad, sino que va por varias cosas. Los emprendedores deben preguntarse cómo se imaginan su proyecto para que pueda ir avanzando. Hay que aterrizar las iniciativas un poco más con una visión de negocio y en temas del manejo del dinero y responsabilidades. Por otro lado, hay que considerar la parte legal: impuestos, asesoramiento en articulación de alianzas con varios actores en las diferentes ciudades, provincias e incluso con otros países. Articular con otros destinos para hacer un paquete turístico más atractivo. Los proyectos deben venir desde la demanda del mercado, se debe identificar qué quiere el cliente, qué tipo de cliente es, a quién vamos a ofrecer qué y, de acuerdo a eso, diseñar un producto. Se debe hacer un estudio de mercado y segmentar el tipo de cliente. También hay que considerar la gobernanza del negocio, cómo vamos a manejar el negocio y cómo lo vamos a articular para que funcione.

Ivonne Quinche, MAG: BANEQUADOR lanzó la iniciativa Banco del Pueblo, donde hay financiamiento para emprendimientos. Analizar cómo está la vinculación con la academia es un eje muy importante para las iniciativas planteadas.

Lourdes Luque, CORPEI: Se podría considerar la experiencia de Nataly Celi con su programa de apoyo a emprendimientos de mujeres, el cual identifica las falencias de las iniciativas y las necesidades de intervención. Es muy importante el tema de coaching; esto es fundamental para apuntalar las iniciativas. La construcción de abajo hacia arriba es básica. Es verdad que estas iniciativas solas pueden transformar vidas pero, para lograr mayor impacto, se necesita de asociatividad.

Washington Nuñez, CORPNARROZ: se requieren alianzas en el territorio porque en ocasiones el territorio cuenta con esos activos pero no son aprovechados.

Ney Barrionuevo: el país está agotado de iniciativas que dependan de un bono o de subsidios y además existe una escasez de recursos fiscales. El gran reto de iniciativas como la del piñón es pasar a ser un negocio viable financieramente hablando. El gran reto de Las Gilces es cómo lograr conectarse con el flujo de turistas en el mercado provincial y nacional. Para el Café del Tren la idea sería que la gente se motive por ir a Yaguachi por sus productos y servicios innovadores.

Gabriel Mero, Las Gilces: hay que considerar la mano de obra como contraparte de los emprendedores. A parte del financiamiento, requerirían capacitación, promoción del emprendimiento. Recientemente se están estableciendo contactos con agencias turísticas. El nivel de asociatividad del Grupo está entre 5 y 6 sobre 10.

Maribel Pinela, Café del Tren: apoyos importantes para el negocio serían la capacitación y promoción comercial. El nivel de asociatividad está en 6 y este aspecto es un gran problema aunque sea emprendimiento familiar. Este proyecto trabaja en 3 rutas y han identificado las diferencias de exigencias en cada ruta.

Viviana Bravo, Piñón: el nivel de asociatividad de la COOPÍÑOM es bajo, está fracasando.

Denisse Naranjo, MIPRO: se requiere de innovación en las iniciativas para enfrentar la competencia que se genera constantemente.

Beatriz Rivela, Plan Internacional: la innovación es importante desde el proceso de creación. Hay procesos que nacen forzados, que son impuestos y no nacen de una necesidad del territorio o en un contexto concreto. Cómo lograr un acompañamiento al conocimiento local a nivel técnico y organizacional es el reto. No hablar de capacitación técnica sino acompañamiento técnico en el

proceso del diseño de los proyectos. El cambio en el mundo rural no necesariamente es más lento. Más allá del turismo hay muchos otros ámbitos que se deben considerar.

Ramiro Pita, Selva: tener información respecto al contexto en los que se mueven los emprendimientos es importante. Así se facilita aterrizar las experiencias. Ver el territorio en los que se desarrollan las iniciativas es importante.

Raquel Jurado, CORPCOM: los jóvenes desean dejar una marca. Si logran que sus proyectos se conviertan en realidad y que tengan impacto y sostenibilidad, impactarán en su comunidad y en el grupo con el que vienen trabajando.

CONCLUSIONES

El Ecuador tiene una ruralidad muy próxima a zonas urbanas, aunque algunos jóvenes siguen en el campo, su cultura es cada vez más urbana. ¿Qué hacer para lograr que los jóvenes se queden en lo rural? Se debe valorar a estos “nadadores contra corriente”: jóvenes que se quieren quedar e impulsar sus emprendimientos.

- Está claro que el financiamiento es un problema; sin embargo, el GDR no quiere reducir un problema tan complejo al tema de financiamiento.
- Un segundo ámbito a considerar es la capacitación técnica gerencial y en aspectos legales y tributarios. Hay que subir el nivel de gestión de agricultores, productores y emprendedores rurales. Si seguimos siendo pequeños emprendedores, que no planificamos, no sabemos los costos, no se dimensiona la demanda, se desconoce el punto de equilibrio; si no tenemos ese chip empresarial, lo único que vamos a hacer es replicar la pobreza.
- Además se requiere asistencia técnica para analizar el entorno, el mercado y para la elaboración de planes de negocios. De igual manera, es indispensable la innovación y diferenciación.
- También, es importante generar alianzas con actores territoriales (por ejemplo, universidades). Se requiere la promoción comercial y articulación con actores del mercado, así como el acompañamiento y coaching a las iniciativas.
- Los emprendimientos deben nacer desde los anhelos de los actores y que respondan a demandas y oportunidades de mercado desde la ideación.
- Por otro lado, el fortalecimiento de la asociatividad es clave al igual que la gobernanza.

Necesitamos una política pública de apoyos integrales. La idea del GDR es preparar una propuesta de perfil de proyecto para jóvenes emprendedores rurales para presentarlo a las autoridades y, a futuro, gestionar recursos de diversas fuentes.