

# Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial PRODERT IXOQIB'

## SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COPIRED *Un Modelo que Contribuye al Empoderamiento Económico de Mujeres Rurales*



Quetzaltenango, agosto de 2021

## Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial – PRODERT IXOQIB´

### Con el financiamiento de:

La Embajada de Suecia en Guatemala e  
Implementado por Helvetas Swiss Intercooperation Guatemala



### Supervisión:

Emilio Santos Bulux, Coordinador Proyecto PRODERT IXOQIB´  
Jairon Amilcar Mendoza, Coordinador Territorial Huehuetenango-Quiché Proyecto PRODERT IXOQIB´  
Byron López, Coordinador Territorial Quetzaltenango-Totonicapán Proyecto PRODERT IXOQIB´

### Consultora:

MBA Yeni de Lucero, Especialista en Economía Social y Cooperativismo

Primera edición  
Agosto, 2021

## Contenido

<b>1. Identificación de la Experiencia</b> .....	3
<b>2. Eje y el Objetivo de la Sistematización</b> .....	3
<b>3. La Situación Inicial</b> .....	3
3.1 Las Mujeres de Totonicapán Producen de Forma Individual .....	3
<b>4. El Proceso de Intervención</b> .....	4
4.1 Los Convenios de Partenariado .....	4
4.2 Análisis del Territorio, Cadenas de Valor y Oportunidades de Negocios .....	5
4.3 Promoción, Selección y Alianzas Estratégicas entre Productores y Actores del Sistema .....	5
4.4 Fortalecimiento Organizacional de las Redes Empresariales .....	6
4.5 Consolidación de la Confianza de las Redes Empresariales .....	6
4.6 Acción Estratégica para el Negocio Conjunto de las Redes Empresariales .....	7
4.7 Gestión del Negocio Conjunto de la Red Empresarial y Redes de Redes .....	7
4.8 Formalización y Fortalecimiento de la Organización de Base de Redes Empresariales .....	8
4.9 Fortalecimiento de COPIRED .....	9
4.9.1 Fortalecimiento Administrativo-Contable .....	9
4.9.2 El Plan de Negocios de Alimento Balanceado de Aves y Cerdos .....	9
4.9.3 La Planificación Estratégica .....	9
4.9.4 El Manual de Organización y Funciones .....	10
4.9.5 La Formulación de la Política de Igualdad de Género .....	11
4.9.6 La Creación de Capacidades en Mercadeo Digital y Registro de Marcas .....	11
4.10 El Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención .....	12
<b>5 La Situación Actual</b> .....	12
5.1 COPIRED una Cooperativa Sostenible, con Visión Empresarial y Proyección Social .....	12
5.2 Innovación de los Productos y de los Servicios .....	13
5.3 La Contribución al Empoderamiento Económico de las Mujer .....	14
<b>6 Lecciones Aprendidas</b> .....	¡Error! Marcador no definido.

## SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA DE COPIRED

### 1. Identificación de la Experiencia

La Cooperativa Integral de Comercialización “Redes Empresariales” R.L., COPIRED R.L., es una organización que se ubica en el Municipio de San Cristóbal Totonicapán en el Departamento de Totonicapán; COPIRED fue constituida en el año 2019 con una base de redes empresariales conformadas desde el año 2015 por el PRODERT Fase I (2014-2015) con el propósito de hacer sostenible el desarrollo de las cadenas de valor agropecuarias en el territorio de Totonicapán y de que los pequeños productores desarrollen sus economías a escala.

La formación de la cooperativa se materializa después de agotar un proceso de organización, y articulación de las y los productores en el departamento quienes, sobre la base de la vocación territorial, identificaron con mayor potencial las cadenas de valor de aves de postura, cerdas reproductoras, cerdas de engorde, apicultura y producción de tomate bajo invernadero.



El proceso de fortalecimiento de la asociatividad, conformación y constitución de COPIRED fue apoyado por el PRODERT IXQOIB´ Fase III (2018-2021) a través de la Asociación de Cooperativas para el Desarrollo Rural (CDRO) y el Centro Experimental para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa Rural (CEDEPEM)

### 2. Eje y el Objetivo de la Sistematización

El tema central de la experiencia de COPIRED es la asociatividad de tipo empresarial con el objetivo de demostrar que la Metodología de Redes Empresariales es un modelo asociativo innovador de tipo empresarial, para darlo a conocer a organizaciones de gobierno, organizaciones no gubernamentales, grupos de productores (as), la academia, y donantes.

### 3. La Situación Inicial

#### 3.1 Las Mujeres de Totonicapán Producen de Forma Individual

Alrededor de diez años atrás las mujeres pertenecientes a alguno de los municipios de Totonicapán no participaban en actividades en conjunto, la mayoría no tenía acceso a recursos productivos o trabajo remunerados, ellas nunca habían escuchado de estar organizadas para algún fin común, no conocían la palabra asociatividad; algunas mujeres se dedicaban a la producción de traspatio como plantas medicinales y alimenticias, cultivo de maíz, crianza de gallinas criollas, entre otros.

En la mayoría de las municipalidades de Totonicapán solamente organizaban grupos de mujeres para utilizarlas para fines políticos, las reunían en épocas de campaña, les hacían regalitos y, aprovechándose del analfabetismo, hacían publicidad para que se grabaran los logos de los partidos políticos y de esta forma poder lograr votos a cambio de proyectos; los grupos eran casi solo de mujeres porque supuestamente tenían más tiempo para participar en las reuniones y los hombres se iban a trabajar o emigraban a otros departamentos, además pensaban que eran más difíciles de manipular.

## 4. El Proceso de Intervención

### 4.1 Los Convenios de Partenariado



En el período 2014-2016 la Asociación de Desarrollo Agrícola y Empresarial (ASDIM) suscribe Convenio Marco de Partenariado con HELVETAS 15-CMC-TOT-01 para la implementación del Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial (PRODERT) de donde se conformaron las primeras redes empresariales.

Para el período 2017-2021, HELVETAS suscribe Convenios Marco de Partenariado denominados "Desarrollo de los Sistemas de Mercado Seleccionados en el Departamento de Totonicapán, dentro del Marco de Implementación del Proyecto PRODERT IXOQIB´ con la Asociación de Cooperativas para el Desarrollo Rural (CDRO) (2017-2021) (CMC-TO-2018-01; CMC-TO-2020-03) y con el Centro Experimental para el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa Rural (CEDEPEM) (2018-2021) (18-DERT-QUET-04; 19-DERT-QUET-01; HSI-PRODERT-QTG-2020-01).

Por su parte CDRO se haría cargo de la intervención del proyecto en el Municipio de Totonicapán y Santa María Chiquimula y CEDEPEM en los Municipios de Momostenango, San Andrés Xecul, San Bartolo Aguas Calientes, San Cristóbal Totonicapán y San Francisco el Alto.

Entre los principales resultados planteados para ambas instituciones fueron:

- a) Mejores mercados identificados y desarrollados para los productos agropecuarios;
- b) Mayores inversiones estratégicas provenientes de créditos y contrapartidas de otros actores;
- c) Fomento de la asociatividad de tipo empresarial, mediante la conformación de redes empresariales, redes de redes, así como la creación de capacidades en gestión de agronegocios a todas las representantes de los Consejos Directivos.
- d) Fortalecimiento de los servicios de extensión agropecuaria;
- e) Apoyo en la prevención y/o alerta temprana de los riesgos relacionados al cambio climático;
- f) Los (as) representantes de organizaciones locales de base y de redes empresariales participando en espacios de toma de decisión; y,
- g) Las redes empresariales transformadas en organizaciones formales y legales, incrementan su membresía y escalan sus capacidades productivas por medio de créditos comerciales, mejorando la calidad y mejor integración a los mercados.

## 4.2 Análisis del Territorio, Cadenas de Valor y Oportunidades de Negocios

Se realizó el análisis del territorio para definir las potencialidades económicas del Departamento de Totonicapán, se definieron las cadenas de valor a desarrollar y las oportunidades de negocio con potencial de mercado, rentables y que pudieran ser lideradas por mujeres, habiéndose priorizado las siguientes: Aves de postura, cerdas reproductoras, cerdos de engorde y producción de tomate bajo invernadero.<sup>1</sup>

Algunos criterios que se tomaron en consideración para la selección del territorio y cadenas de valor fueron:

- Actividad productiva importante en el territorio con potencial de ser desarrollada;
- Vocación productiva amigables con el medio ambiente;
- Acceso de condiciones y recursos naturales para producir competitivamente;
- Potencial de mercado;
- Existencia de un número importante de pequeños productores para la conformación de redes empresariales;
- Oferentes de servicios en torno a la cadena;
- Cadenas de valor rentables; y,
- Cadenas con potencial de generar empleo;

## 4.3 Promoción, Selección y Alianzas Estratégicas entre Productores y Actores del Sistema

En esta etapa se promocionaron las ventajas sociales y económicas de trabajar en redes empresariales a partir de las oportunidades de negocios; se inició un proceso de articulación de productores en redes empresariales que reunieran las características idóneas para trabajar de manera conjunta.

La Metodología de Redes Empresariales se promovió como un modelo de asociatividad de tipo empresarial, para que pequeñas productoras mejoren sus negocios y se articulen a mercados de manera beneficiosa y sostenible, precisando los beneficios económicos y sociales que resultan de esta forma de asociatividad, con la cual se pueden obtener los siguientes beneficios:



### Beneficios Económicos:

- Poder de negociación para la compra de insumos;
- Acceso a capacitación y tecnología;
- Consolidación del volumen de oferta de productos; y
- Reducción de costos de comercialización y poder de negociación de precios de venta;

---

<sup>1</sup> Las rentabilidades promedio de aves de postura, cerdas reproductoras, cerdos de engorde y tomate bajo invernadero se establecieron en 33%, 22%, 19% y 25%, respectivamente.

### **Beneficios Sociales:**

- Construcción de capital social;
- Generación de confianza de trabajar de forma colectiva;
- Promoción de la equidad de género;
- Incidencia en políticas públicas; y,
- Mejoramiento de la habilidad de gestión de proyectos sociales.

La estrategia de conformación de redes empresariales es un proceso con una duración de alrededor de 36 meses con la visión de llevar a productoras individuales hasta organizarlas para la comercialización. Las redes empresariales se conformaron a nivel comunitario de manera formal (no legal) entre 12 a 35 productoras, cada red contaba con un Consejo Directivo integrado por una Gerente, una Secretaria, una responsable de las finanzas, una responsable de comercialización y ventas y dos responsables de la producción (dos promotoras agropecuarias).

Por otro lado, también se promovieron alianzas estratégicas entre productores e instituciones públicas y privadas que apoyaran el desarrollo de las cadenas de valor seleccionadas, de esa cuenta se gestionaron alianzas con los Alcaldes de los municipios de Totonicapán, para motivarlos a coinvertir en proyectos productivo-comerciales liderados por mujeres; con el MAGA para apoyar la asistencia técnica en la producción y para fortalecer el sistema de extensión promovido en las redes empresariales tipo promotorías (2 promotores agropecuarios por cada red empresarial); y con el INTECAP, para fortalecer las capacidades en gestión de agronegocios.

### **4.4 Fortalecimiento Organizacional de las Redes Empresariales**

Para fortalecer la red empresarial, se organizaron intercambios de experiencias entre productoras de diferentes comunidades y municipios y hasta a nivel departamental; se diseñaron e implementaron herramientas de organización tales como:

- El reglamento interno de trabajo de la red empresarial conteniendo la descripción de las funciones del Consejo Directivo y de los asociados;
- La apertura de cuenta de ahorro solidaria y mancomunada para el resguardo de las inversiones;
- La tarjeta de ahorro, para motivarlas a ahorrar para la reinversión de la actividad productiva; y
- El cuaderno de registro de producción y ventas para cada productor.



En cada red empresarial se realizó un análisis FODA con el objeto de conocer las oportunidades de mejora.

### **4.5 Consolidación de la Confianza de las Redes Empresariales**

Se acompañó la elaboración de planes de trabajo en donde incluyera la implementación de un proyecto productivo conjunto con coinversión del PRODERT, fondos municipales y de las mismas productoras, que les permitiera experimentar beneficios tangibles y en el corto plazo como resultado de estar conformadas en redes empresariales.

Para la implementación del proyecto productivo con coinversiones de diferentes actores se diseñó el instrumento llamado Plan de Inversión que reflejaba la información general del proyecto productivo, número de redes empresariales, número de socios de cada red empresarial distribuido por hombres y mujeres, número de promotoras agropecuarias a formar, número de unidades productivas por beneficiaria; presupuesto del proyecto con desglose de los aportes de contrapartidas monetarias y en especie (inversiones de la municipalidad, inversiones de las mujeres pertenecientes a redes empresariales y otros aportes de terceros); costos de producción y rentabilidad del proyecto; y, plan de trabajo y cronograma de implementación.

#### 4.6 Acción Estratégica para el Negocio Conjunto de las Redes Empresariales

Contando con la experiencia de la producción de huevo y con el objetivo de incrementar los volúmenes de oferta, se acompañó la formulación de un Plan de Comercialización, en donde establecieron la demanda potencial, la oferta consolidada, los precios, canales de comercialización y una estrategia para el posicionamiento territorial del producto, para lo cual crearon la marca denominada “Doña Huevo”.

La conformación de redes de redes se motivó con los objetivos de:

- Contar con mayor volumen de oferta para el acceso a mercados formales;
- Reducir costos de producción y de comercialización; y,
- Fortalecer el poder de negociación de precios de venta para asegurar la rentabilidad.

La red de redes se conformó por una Asamblea, una Gerente, una Subgerente, una responsable de secretaría, una responsable de finanzas, una comisión de comercialización y ventas y una comisión de monitoreo y mediación.

#### 4.7 Gestión del Negocio Conjunto de la Red Empresarial y Redes de Redes

Con el objetivo de que las productoras operaran su negocio de manera sostenible, se realizó un proceso de fortalecimiento y acompañamiento a la gestión del negocio que consistió en crear capacidades en todas las productoras que formaban parte de los Consejos Directivos y comisiones de comercialización de las redes empresariales, por medio de la participación en el Curso Gestión Empresarial en Agronegocios, diseñado por el INTECAP, con una duración total de 40 horas de forma presencial, 28 horas de práctica y 12 horas de formación teórica con el contenido siguiente:



- Principios básicos de redes empresariales
- Finanzas personales y empresariales
- Desarrollo de mercados
- Desarrollo de negocios

Debido a las restricciones del COVID-19 se diseñó el curso con el mismo contenido, pero en una modalidad virtual denominada Metodología E-learning de Gestión de Agronegocios y Redes Empresariales, con el uso de una aplicación móvil denominada Red Agronegocios.

La APP de Gestión de Agronegocios fue un tipo de enseñanza interactiva “inclusiva”, ya que permitió que el aprendizaje llegara a los lugares más lejanos de las áreas rurales del país, se requería de internet únicamente para bajar la aplicación, las mujeres podían capacitarse desde cualquier lugar, ya sea en un salón de clases, en las áreas productivas, o desde el hogar, y, lo más importante, no era necesario que los productores supieran leer y escribir, ya que la maestra virtual “Carmen” los guiaba a lo largo del curso para que solamente dando click la aplicación avanzaba.

## **4.8 Formalización y Fortalecimiento de la Organización de Base de Redes Empresariales**

Con el objetivo de brindar ventajas, oportunidades de negocio a escala y sostenibilidad del negocio conjunto desarrollado por las redes empresariales, fue necesario la constitución legal de una organización de base que les permitiera comercializar con mercados formales y facilitar las transacciones comerciales y tributarias.

Como ya había transcurrido el tiempo desde que las primeras redes empresariales se habían conformado (2014-2018), en el año 2019 se inicia una fase de verificación de redes empresariales activas para fortalecer las capacidades de los Consejos Directivos para generar condiciones para la conformación una cooperativa y simultáneamente se conformaron nuevas redes empresariales y redes de redes en los Municipios de San Andrés Xecul, San Cristóbal Totonicapán, Momostenango, San Bartolo Aguas Calientes, Santa María Chiquimula, San Francisco El Alto y Totonicapán.



Las representantes de las redes de redes decidieron conformarse en una cooperativa, la Cooperativa Integral de Comercialización “Redes Empresariales” Responsabilidad Limitada, COPIRED R.L., constituida por 33 socias fundadores y legalizada por el Instituto Nacional de Cooperativas (INACOP) con sus estatutos correspondientes, el 1 de junio del año 2019, con el objetivo de comercializar huevos, cerdos, miel, tomate, carne de cerdo, lechones y otros productos y/o servicios de esa región.

El objeto social de COPIRED es comercializar los artículos producidos por sus asociados y otros propios de Totonicapán para:

- a) Promover el mejoramiento social y económico de sus miembros mediante la realización de planes, programas, proyectos y actividades que demanden el esfuerzo común, la acción conjunta y solidaridad;
- b) Fomentar entre sus asociadas todas aquellas acciones que contribuyan al fortalecimiento de la actividad principal de la cooperativa;
- c) Propiciar dentro de la empresa, la práctica del cooperativismo, tanto en su filosofía como en su organización;
- d) Estimular y mantener en las asociadas, las aptitudes y confianza necesarias con el objeto de que la empresa se constituya en una organización productiva; y,
- e) Garantizar la eficiencia y la seguridad, para que se proporcione a las asociadas, sus familias y la comunidad, el mejor servicio posible.

## 4.9 Fortalecimiento de COPIRED

### 4.9.1 Fortalecimiento Administrativo-Contable

Se apoyó a la cooperativa con la implementación de un software administrativo-contable y el diseño de herramientas administrativas, para el adecuado control de sus actividades, así como en la inscripción ante la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT). Vale la pena mencionar que las cooperativas de comercialización no son muy comunes en el país, por lo que tanto la legalización como el registro en la SAT fue muy complicado, ya que ambas instituciones están acostumbradas a los trámites de inscripción de cooperativas de ahorro y crédito.

### 4.9.2 El Plan de Negocios de Alimento Balanceado de Aves y Cerdos



Como una oportunidad de negocio para generar ingresos y proveer de otros servicios a los asociados de COPIRED, se promovió un intercambio de experiencias a Momostenango para conocer la experiencia de producción de concentrado y partiendo de ese conocimiento y de la oportunidad del negocio empiezan a hacer pruebas de fórmulas del alimento balanceado para aves durante casi seis meses, tiempo en el cual se les apoyó con la formulación del Plan de Negocios que determinó la viabilidad técnica y financiera del negocio, por lo que empiezan la producción y venta del producto.

Con la seguridad del producto y del mercado, se les apoyó con la compra de una máquina (marzo 2020) y fue durante los primeros meses de llegada de la pandemia del COVID-19 cuando ninguna empresa grande estaba distribuyendo, COPIRED inicia el crecimiento de las ventas de huevo y concentrado, y además, incursiona con la distribución de huevo y concentrado a domicilio.

### 4.9.3 La Planificación Estratégica

Como parte de la estrategia para la sostenibilidad de la cooperativa, se apoyó con la formulación de la planificación estratégica de la cooperativa para los siguientes 5 años (2020-2025), en donde se definieron de forma participativa la Visión, Misión, Principios y Valores cooperativistas e institucionales, así como la realización de un análisis FODA, de donde priorizaron los objetivos estratégicos y sus metas, ejes de trabajo y líneas de acción.

Los 3 objetivos estratégicos que la COPIRED definió fueron:

- Consolidar y fortalecer el área de comercialización;
- Diseñar e implementar el área de desarrollo de negocios; y,
- Fortalecimiento organizacional

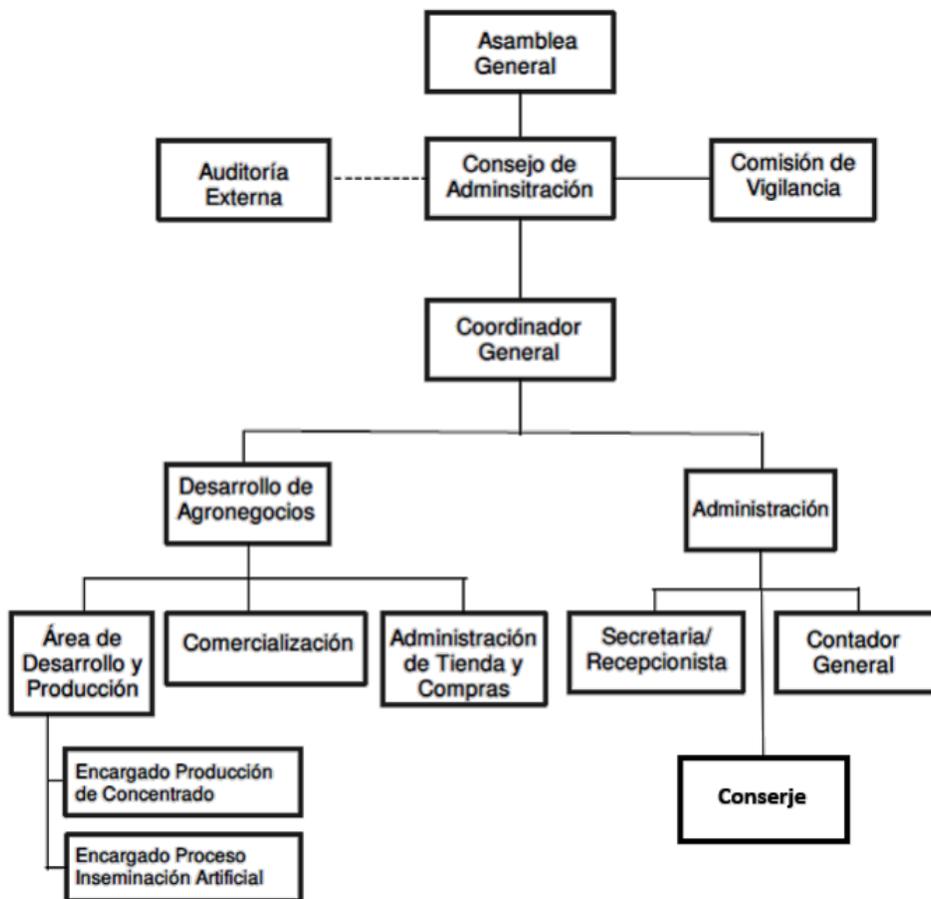
Se definió el sistema de planificación, monitoreo y evaluación, así como un presupuesto por año para la operativización del plan estratégico.

#### 4.9.4 El Manual de Organización y Funciones

COPIRED se constituyó con los puestos mínimos necesarios para el desarrollo de las actividades, la Asamblea General de Asociados, el Comité de Vigilancia, un Comité de Educación (por mandato) y el Consejo de Administración que cuenta con el apoyo de una comisión que realiza provisionalmente las operaciones asignadas al Coordinador General, mientras se contrata la figura de una Gerente.

Se acompañó el diseño del Manual de Organización y Funciones de la cooperativa, el cual contiene una estructura institucional funcional y las funciones y el perfil de los puestos que a medida que crezca y se capitalice la cooperativa se deberán ir cubriendo.

**Ilustración 1 Organigrama Institucional COPIRED**



Fuente: Manual de Organización y Funciones de COPIRED.

#### 4.9.5 La Formulación de la Política de Igualdad de Género

Posteriormente se apoyó a COPIRED con la formulación de su Política de Igualdad de Género (2021-2025), con el objetivo general de crear un ambiente institucional para la plena integración de las mujeres rurales asociadas a la cooperativa, a la vida productiva en condiciones de igualdad de género, para lo cual se definieron los siguientes 3 ejes estratégicos:

- a) Sensibilización y formación sobre el enfoque de equidad de género a los distintos niveles de la cooperativa y su aplicación práctica a la vida diaria;
- b) Creación de condiciones para la integración plena de las mujeres a la administración de sus emprendimientos o proyectos de desarrollo empresarial, o a desempeñar cargos de liderazgo en redes empresariales u otras formas de organización; y
- c) Fortalecimiento institucional para la generación de un ambiente habilitante a la implementación la política de género.

#### 4.9.6 La Creación de Capacidades en Mercadeo Digital y Registro de Marcas

Se crearon capacidades en COPIRED para el mercadeo y comercialización de los productos de forma digital con el contenido siguiente:

- Navegación en internet y tareas de ofimática con casos prácticos
- Administración de Facebook y sus diferentes herramientas comerciales
- Uso y gestión del WhatsApp Business y sus aplicaciones contextualizadas a negocios comunitarios
- Servicio al cliente digital y el uso de la aplicación páginas en teléfonos o dispositivos móviles.



Tanto COPIRED como Doña Huevo, cuentan con un catálogo de productos disponibles para utilizar con sus clientes y administra la página empresarial en Facebook para promocionar y publicar sus productos y características, oferta consolidada, logística de distribución, etc. ([www.facebook.com/@Copired.rl](http://www.facebook.com/@Copired.rl) [www.facebook.com/@Dhuevo](http://www.facebook.com/@Dhuevo))

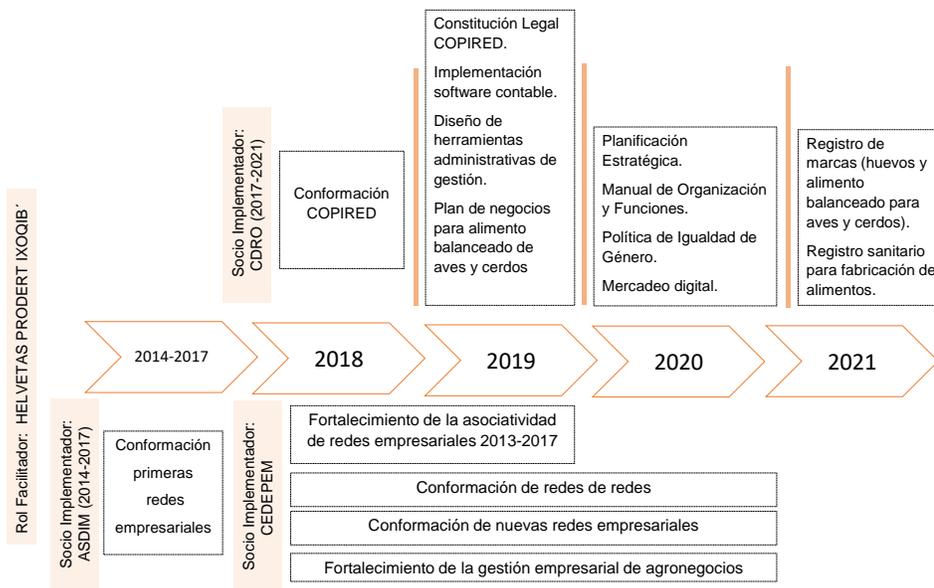
Aprovechando la coyuntura de pasar del mercadeo presencial (ferias comunitarias, municipales, reuniones presenciales, etc.) al mercadeo digital, se actualizaron los logos tanto de COPIRED como de Doña Huevo.

Finalmente, para lograr el reconocimiento de los productos de la cooperativa, se apoyó con los registros de marcas para huevo y alimento balanceado para aves y cerdos (Doña Huevo y COPIRED (Postura, Levante, Cerdos) (y registro sanitario para la fabricación del alimento), con las cuales la cooperativa ya se estaba dando a conocer a nivel departamental y del todo el Altiplano Occidental.

## 4.10 El Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención

En la ilustración a continuación se visualiza la participación del PRODERT IXOQIB´ en su rol facilitador, acompañando todo el proceso, así como la intervención de los Socios Implementaciones ASDIM, CDRO y CEDEPEM, en el proceso de la conformación, la constitución legal y el fortalecimiento de COPIRED, a través de los años.

**Ilustración 2 Rol de los Actores Principales y el Proceso de Intervención**



Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a revisión documental y resultados de la investigación de campo.

## 5 La Situación Actual

Los cambios más importantes que se identificaron de COPIRED como resultado de la intervención del PRODERT IXOQIB´, con el apoyo de ASDIM, CDRO y CEDEPEM, se describen a continuación:

### 5.1 COPIRED una Cooperativa Sostenible, con Visión Empresarial y Proyección Social

COPIRED logró fortalecer la asociatividad de su base comunitaria de redes empresariales, su membresía inicial de 33 productores se incrementó en un 345% a apenas tres años y medio de haberse constituido legalmente.

COPIRED ahora contrata los servicios permanentes de una contadora y comercializa facturando y genera empleo temporal en la planta de producción, así como para la consolidación y distribución de los productos.

Antes, la marca Doña Huevo no tenía mayor credibilidad debido a que la producción era a nivel comunitario, sin embargo, ahora la marca Doña Huevo es reconocida a nivel municipal, departamental y del Altiplano Occidental, han generado confianza de sus proveedores y de sus clientes.

COPIRED ahora tiene el apoyo del MAGA para incursionar a otros mercados además la vincula a las Organizaciones de Padres de Familia (OPS´s) aprovechando la oportunidad de mercado derivada de la Ley de Alimentación Escolar, con lo cual proveen huevos y otros productos a más de 25 de escuelas.

COPIRED ahora tiene acceso al fortalecimiento de las capacidades de sus asociados a través de otros programas de apoyo a la MIPYME de Guatemala, así como acceso a formas más eficientes (inclusivas) de financiamiento, con lo cual planifican construir las oficinas, centro de acopio y planta de producción de concentrados.

Ahora el mercadeo y la comercialización lo realizan de forma digital por medio de las redes sociales y brindan un servicio al cliente diferenciado.



***“A inicios de la pandemia, durante el toque de queda, ayudábamos para que las familias tuvieran sus alimentos, ya que contábamos con los permisos...” Candelaria Rosales, Tesorera COPIRED.***

***“Al principio nos hacían favores, ahora damos empleo remunerado...” Evelyn Caniz, Presidenta COPIRED.***

## **5.2 Innovación de los Productos y de los Servicios**

La cooperativa inició con la producción y distribución de huevos con su marca Doña Huevo, pero gracias un sueño compartido, ahora fabrican alimento balanceado de alta calidad y su marca COPIRED es reconocida a nivel comunitario, municipal y departamental.

Antes COPIRED recibía los servicios de asistencia técnica provenientes de técnicos del proyecto y de los Socios Implementadores, ahora ha logrado hacer alianzas con diferentes instituciones y universidades y presta el servicio de asistencia técnica productiva, administrativa y empresarial a sus asociados y brinda el servicio de entrega a domicilio de productos al consumidor final.

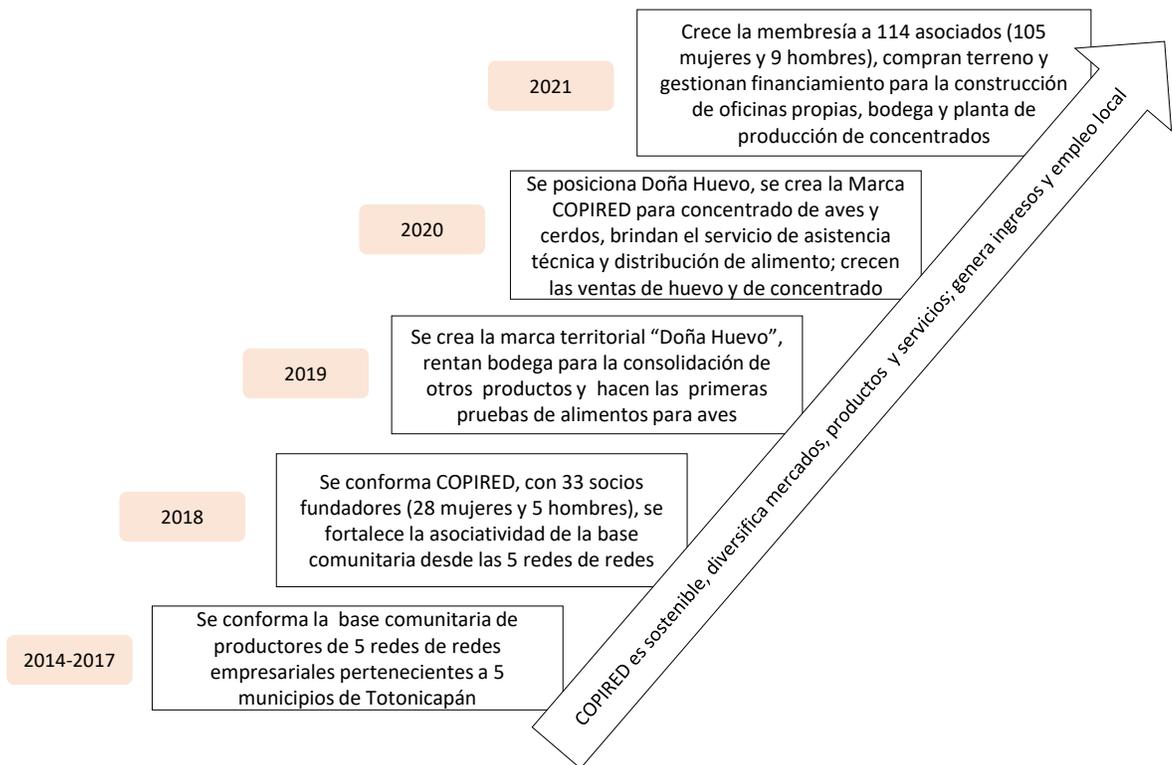
***“Por las noches elaborábamos el concentrado y durante el día prestábamos el servicio de distribución, lo cual era de mucho beneficio para los asociados...” Zulma Sajché, Secretaria de COPIRED.***

### 5.3 La Contribución al Empoderamiento Económico de las Mujer

La membresía de mujeres en COPIRED se incrementó al pasar de un 85% a un 92%, lo cual significa que más mujeres están generando ingresos y están contribuyendo con la economía de sus familias; las mujeres pertenecientes a las redes empresariales crearon capacidades en liderazgo y participación en espacios de toma de decisión, autonomía económica, derechos humanos de la mujer y ahora conocen las rutas de denuncia de violencia contra la mujer.

En la ilustración a continuación se visualizan de mejor manera los principales cambios que se dieron en la COPIRED desde sus inicios en el año 2014 apoyada por las Fases I y II del PRODERT y desde el año 2018 apoyada por el PRODERT IXOQIB´.

**Ilustración 3. Cambios Importantes Identificados en COPIRED**



Fuente: Elaboración propia (Lucero, Yeni) en base a revisión documental y resultados de la investigación de campo.



## 6. Lecciones Aprendidas

- Para que las mujeres productoras rurales mejoren sus emprendimientos, se debe promover un modelo de asociatividad de tipo empresarial que les permita organizar la oferta productiva y vincularse con mercados formales.
- Para contribuir con el empoderamiento económico de la mujer se deben superar los criterios de vocación territorial, potencial de mercado y rentabilidad, lo que permite seleccionar cadenas de valor que puedan ser lideradas por mujeres y garantizar negocios sostenibles.
- Las alianzas estratégicas entre productoras y actores del sistema deben contar con instrumentos de formalización como convenios y/o contratos que garanticen el acceso a servicios de soporte a los diferentes eslabones de las cadenas de valor a desarrollar y fortalecer.
- Para contribuir con la consolidación de la confianza de los emprendimientos de mujeres pertenecientes a redes empresariales, deben promoverse coinversiones en proyectos productivo-comerciales entre los gobiernos municipales, donante, las mismas productoras y otras organizaciones, que les permitan gestionar el negocio y las motive a escalar.
- La constitución de manera legal de una organización de base de redes empresariales permite la vinculación con mercados formales como la empresa privada y/o agroexportadoras, facilita las transacciones comerciales y fiscales, lo que garantiza el crecimiento y la consolidación del negocio.
- La identificación de líderes comunitarias con habilidades innatas y deseos de aprender y de compartir, es un elemento clave que motiva a las productoras agropecuarias a involucrarse a organizaciones formales, como la cooperativa COPIRED.

Esta publicación ha sido posible gracias a:

**PRODERT – IXOQIB´**  
*Apoyando la Generación de Ingresos de  
Redes Empresariales del Altiplano Occidental*

Con el apoyo de:



FEDERATION  
GENEVOISE  
DE COOPERATION

Más información en:

**HELVETAS Swiss Intercooperation Guatemala**  
4ª. calle 29-50, zona 7; Ciudad de Quetzaltenango, Quetzaltenango  
Teléfonos: +502 7767-1569 / 7767-5569 / 7767-7861  
[helvetas.guatemala@helvetas](mailto:helvetas.guatemala@helvetas)