

Biocomercio. El mercado de sachá inchik y sus posibilidades



El Biocomercio se entiende como aquellas actividades de acopio, producción, transformación y comercialización de bienes y servicios derivados de la biodiversidad nativa, que involucran prácticas de conservación y uso sostenible, y son generados con criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica.



Principios del biocomercio

- ❶ Conservación de la biodiversidad.
- ❷ Uso sostenible de la biodiversidad.
- ❸ Distribución justa y equitativa de beneficios derivados del uso de la biodiversidad.
- ❹ Sostenibilidad socio-económica (De gestión, productiva, financiera y de mercado).
- ❺ Cumplimiento de la legislación nacional e internacional.
- ❻ Respeto de los derechos de los actores involucrados en el biocomercio.
- ❼ Claridad sobre la tenencia de la tierra, el uso y acceso a los recursos naturales y a los conocimientos.

El Proyecto PerúBiodiverso, que se ejecuta en el marco del Programa Nacional de Promoción del BioComercio del Perú, identificó en el sachá inchik, un bio negocio con potencialidad para la generación de ingresos para las familias de productores rurales de San Martín.

1.1 El mercado de sacha inchik



“EL MEJOR ACEITE DEL MUNDO”

*El aceite de Sacha Inchi tiene el mayor contenido de **omega 3** en comparación a los otros aceites de semillas oleaginosas.*

Es un recurso renovable, controlable y de cultivo netamente orgánico

El Sacha Inchi (*Plukenetia volúbilis L*), es una planta de la amazonia peruana con un alto contenido de proteínas (33%) y aceite (49%), así como de vitaminas A y E. Entre sus beneficios se encuentran:

- Contribuye a fortalecer el corazón y a mantener estable la presión arterial.
- Favorece la reducción del colesterol malo en la sangre y facilita el transporte de sustancias nutritivas por todo el organismo.
- Es el alimento ideal para madres gestantes pues favorece el adecuado desarrollo cerebral del feto.
- Favorece la rapidez de las diferentes funciones cerebrales, sobre todo la memoria, inteligencia y el razonamiento.
- Buenos resultados en el tratamiento de la diabetes.

¿QUIÉNES COMPRAN EL SACHA INCHIK?

El Sacha inchi tiene mercado en Lima y países a los que se le exporta:

PRECIOS DEL SACHA INCHIK POR PAÍSES EN FEBRERO DEL 2008	
PAIS	PRECIO SIN INCLUIR EL FLETE (\$)
USA	8.445
CANADÁ	8.300
INGLATERRA	4.511
ALEMANIA	18.786
COREA	5.760
CHINA	11.794

En Lima se le encuentra en los principales supermercados (WONG, METRO, PLAZA VEA), en clínicas y tiendas naturistas. Respaldan este movimiento comercial, las 1220 ha que sembraron en San Martín (48.98%) y Ucayali (51.02%), que se encuentran actualmente en producción.

¿CÓMO SE VENDE EL SACHA INCHIK?

Tiene diversas formas de presentación, sobre todo las alimenticias, en un mercado con gran tendencia hacia el consumo de lo “natural”:

■ ALIMENTICIAS:

- Aceite de 200 ml
- Aceite de 250 ml
- Café de 250 gr
- Salsa tipo mayonesa
- Chocolates
- Harina (Con la cuál se prepara fideos, pan, suplemento para niños)
- Leche
- Semilla de 250 gr
- Semilla snack (Refrigerio)

■ COSMÉTICAS

- Crema de baba de caracol con sachá inchi, de 60 gr

■ FARMACÉUTICAS

- Cápsulas gel de 500 mg

■ INDUSTRIALES

- Semilla

¿QUÉ PRECIOS TIENE EL SACHA INCHIK?

Es importante que los productores rurales conozcan los precios que se plantean en los diferentes niveles de la cadena de valor, para poder negociar los, o decidir invertir en otro nivel de la cadena.

PRECIOS DEL SACHA INCHIK A LO LARGO DE LA CADENA DE VALOR	
A LOS PRODUCTORES EN CAMPO soles	
Semilla con cápsula	2.50
Semilla pelada	6.00
A LOS PROCESADORES EN LIMA soles	
Semilla pelada	De 5.00 a 8.00
MERCADOS EN LÍNEA (INTERNET) dólares	
SEMILLA 250 gr	5.00
ACEITE 200 ml	10.00
ACEITE 250 ml	12.00
CAFÉ 250 gr	5.00
CREMA DE BABA DE CARACOL CON SACHA INCHIK	23.00

CONCLUSIÓN: El Sacha inchi es un producto en desarrollo, y que de contar con las condiciones adecuadas, podría ubicarse entre los principales productos orgánicos de exportación del mercado peruano.

En la actualidad, la demanda de productos orgánicos en el exterior cobra cada vez mayor importancia. La empresa Roda, durante el año 2006 logró el 50% de las exportaciones totales del aceite de Sacha Inchi en el Perú.

Los pequeños productores rurales y la asociatividad como respuesta al mercado



El desarrollo del biocomercio, es un poderoso estímulo para que los pequeños productores rurales se asocien en los países de América Latina y el Caribe, pues la tendencia al consumo de productos nativos orgánicos seguirá creciendo, al considerarlos alimentos mas seguros y saludables.

Para responder a esta oportunidad, los pequeños productores rurales necesitan:

- Acceder a información procesada relacionada al bionegocio: La demanda del mercado; la rentabilidad del negocio, los “mercados especiales” para pequeños productores rurales (por ejemplo: Comercio Justo). Toda esta información ayudará en la toma de decisiones de producción.
- Conocer en detalle la cadena productiva a la que se desea ingresar, e identificar los puntos críticos en la misma, para ver como se superan. Apoyo para analizar la captación de utilidades de los diferentes actores en la cadena, con la finalidad de establecer criterios mínimos de captación de utilidades por parte de los pequeños productores rurales.
- Acceder a capacitación y asistencia técnica para mejorar la planificación de la producción campesina, que le permita responder a la demanda en forma continua.
- Acceder a alianzas y búsqueda de servicios de apoyo, con diferentes actores (Universidades, Institutos de Investigación), que amplíen la base técnica y metodológica de los pequeños productores rurales.
- Acceder a información normativa, regulatoria, y/o de promoción de la actividad que los pequeños productores rurales estén viendo como bionegocio potencial. Promover el desarrollo del bionegocio desde los gobiernos locales, impulsando su capacidad de negociación.
- Realizar ensayos “piloto “, para validar la información teórica en campo.

- Acceder a información relacionada a servicios financieros (Banca comercial y/o de fomento), y no financieros (Capacitación, asistencia técnica, fondos concursables, bonos de compra de servicios,). Y posteriormente capacitarse en el proceso de acceso a éstos servicios.

Todas estas acciones se pueden realizar si los pequeños productores rurales se asocian....

*El **asociativismo** es el proceso por el cual una o más personas y/o grupo(s) deciden reunirse para atender demandas comunes. Se trata de un proceso basado en el consenso, la ética, la reciprocidad, la confianza, la pluralidad, y el respeto entre las personas.*



Desde tiempos antiguos el productor agropecuario ha sabido buscar formas asociativas de utilización de sus factores productivos, a fin de asegurar su supervivencia. Algunas de ellas son: La mingada¹; uso asociado de maquinaria e implementos agropecuarios; cría conjunta de ciertos animales; almacenamiento conjunto del producto, etc. También existen los Comités y las Asociaciones de Productores que se crearon con miras a mejorar su poder de negociación, frente a las múltiples demandas que poseen.

A partir de ellas es pues importante RECREAR formas más complejas de organización, que permitan a los pequeños productores acceder a las actuales oportunidades del biocomercio, llámense empresas asociativas o cooperativas, basadas en la ayuda mutua, para superar las limitantes características de los pequeños productores, como:

- ⊖ Escasez de recursos productivos
- ⊖ Sistemas precarios de tenencia de la tierra.
- ⊖ Dificultades para generar excedentes que permitan su capitalización
- ⊖ Bajo nivel de tecnificación

ALGUNAS CARACTERÍSTICAS A TENER EN CUENTA AL IMPULSAR LA ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES RURALES

FACILITADORES

- ☺ En su historia y evolución, el grupo humano es abierto a la integración
- ☺ Experiencias previas de gestión correcta y democrática de una asociación.

¹ Sistema de prestación recíproca de trabajo en las tareas agrícolas.

- ☺ Claridad respecto a las condiciones reales de las familias de productores: Fortalezas y limitaciones.
- ☺ Deseos de avanzar en el proceso de capacitación y de transformación de la situación.
- ☺ Contar y aplicar instrumentos de control sobre el bionegocio.

LIMITANTES

- ☹ Usar “recetas” para las formas asociativas. Lo que debe hacerse es buscar de manera conjunta, una fórmula apropiada para cada realidad.
- ☹ Esfuerzo desigual en las tareas. Genera desaliento en quienes ponen más de su parte,
- ☹ Ganancias desiguales, no solamente entre familias sino entre: Jóvenes-ancianos, hombres-mujeres, nuevos-antiguos, etc.
- ☹ Pretender abarcar diversos puntos de la cadena productiva, cuando la organización aún no se está preparada para ello
- ☹ Corrupción en el manejo de recursos dinerarios o no dinerarios (tierras, equipos, insumos, etc.)

EXPERIENCIAS ASOCIATIVAS EXITOSAS EN EL PERÚ

ROYAL KNIT EIRL	
	<ul style="list-style-type: none"> • Producción y exportación de prendas de lana de alpaca. • Antigüedad: 25 años • Ubicación: Lima, Cuzco, Puno y Huancavelica • Se articula a 15 talleres de mujeres organizadas como PYMEs • Vende 350 000 \$ anuales
COOPERATIVA AGRARIA CACAOTERA ACOPAGRO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Producción y exportación de cacao orgánico. • Antigüedad: 13 años • Ubicación: San Martín (Huallaga Central) • 1000 socios • Logros: Confianza, Autosostenibilidad, Acceso a Comercio Justo
PRODUCTOS ALIMENTARIOS MINSKY	
	<ul style="list-style-type: none"> • Transformación de frutas andinas, miel de abeja y granos. • Antigüedad: 24 años • Ubicación: Cuzco • Proveedores: 500 familias campesinas • Logros: Incremento de la producción en 60% en los últimos 5 años

Mirando nuestras actitudes y recursos empresarialmente. La actitud emprendedora

Existe gran interés por el estudio de la pequeña empresa y el emprendedor, en los últimos años. El emprendedor o la emprendedora, son aquel/aquella que dentro de la cadena de personas, hace posible avanzar y desarrollarse, es capaz de ver la oportunidad y hacerla realidad; es el elemento fundamental ya que define el comportamiento y desarrollo de la pequeña empresa.

Una empresa de alto crecimiento, generará empleo e ingresos, y al frente de ella se encontrará uno/a o varios/as emprendedores/as.

¿CÓMO ES UNA PERSONA EMPRENDEDORA?

Una persona emprendedora tiene las siguientes actitudes:

- Es independiente
- Se autodisciplina
- Asume riesgos
- Confía en sí misma
- Tiene necesidad de logros
- Se compromete
- Es flexible
- Es tolerante
- Es persistente
- Tiene iniciativa



Y tiene las siguientes habilidades:

- Capacidad de comunicación
- Capacidad de búsqueda de información
- Creatividad
- Capacidad de trabajar en equipo
- Capacidad de toma de decisiones
- Capacidad de planificar y fijar metas.
- Liderazgo
- No se desalientan fácilmente

Sin embargo en el Perú antiguo, se ha hecho muy poco por formar y/o impulsar emprendedores/as empresariales. Por el contrario, la actitud ante la riqueza no ha sido la más adecuada. En el país aún no es un valor muy aceptado la obtención de riqueza por mérito propio, sobre la base del esfuerzo y la creatividad. Desde la época del virreinato, la carrera militar y el derecho fueron fuentes de prestigio social, lo que originó la abundancia de estas profesiones, con escaso desarrollo de la actividad empresarial. También estaba muy metido en las mentes de las personas, que la generación de riqueza estaba muy relacionada a la corrupción, y por otra parte, las creencias religiosas elogiaban la pobreza como una virtud: Era muy noble y destacado ser pobre.

Es decir, existen dificultades culturales y educativas para impulsar la actitud emprendedora empresarial en el país. Algunas personas que conocen de éstos temas afirman que **“es más fácil abrir los mercados que las mentes”**. Para comentar un ejemplo cercano: Se analizó el espíritu emprendedor de empresarios de la zona urbana de Tarapoto, cuya actitud MÁS valorada por ellos mismos, era la independencia, y la habilidad MENOS desarrollada era el trabajo en equipo.

La educación formal e informal es la oportunidad de cambio, y ya empezó, porque ya existen colegios secundarios, institutos superiores y universidades, en la Costa del país, que están impulsando la actitud emprendedora empresarial.

¿El /la emprendedor/a nace o se hace?

Algunas personas nacen con actitudes y habilidades emprendedoras, pero todas son capaces de desarrollarlas. Es como si el potencial creativo de las personas estuviera esperando que alguien lo alentara...

La familia rural como núcleo de la organización para el agro-negocio. Roles en el seno de la misma

Cuando se invita a la conformación de un Comité de Productores, generalmente se inscriben varones. Cuando se convoca a una capacitación relacionada al tema agrícola, también acuden varones. Cuando un extensionista llega a una chacra a brindar asistencia técnica, busca generalmente al varón para hacerlo.

Sin embargo, detrás de las tareas y responsabilidades que origina una chacra existe una familia. Una familia que no solo coopera, sino también decide, arriesga e invierte. Y estas decisiones están muy relacionadas a su forma de ver la vida, a sus aspiraciones y posibilidades de ponerlas en marcha. Es decir, **la familia es el núcleo de la organización para el agro-negocio**, como puede verse claramente en la figura:



En el medio rural, la familia tiene una parcela en la cuál realiza actividades agrícolas para su consumo y también con fines comerciales (Unidad de producción y consumo). Los productos comerciales pueden colocarse en uno o más de los diferentes mercados:

- Locales
- Regionales
- Nacionales
- Internacionales

Es decir, el desenvolvimiento de la familia rural será más complejo, cuánto más numerosos sean los productos y mercados a los que se vincule. Sin reconocerlo estarían actuando como una empresa en la que los integrantes tendrían un rol definido por las costumbres y la tradición.



Los hombres generalmente desempeñan tareas que requieren más fuerza física, tales como arar, cortar leña, hacer curvas de nivel, derribar árboles y construir cercas. También forma parte de sus tareas, el uso de maquinaria agrícola más sofisticada, como el tractor.

La mujer en general desempeña sola¹ las actividades más rutinarias, ligadas a la casa, al sustento del hogar o cercanas al mismo. Entre las tareas realizadas por ella están prácticamente todas las actividades domésticas, el cuidado de los animales (especialmente los animales menores, tales como gallinas, cerdos y patos), el ordeño de las vacas y el cuidado de la huerta, de los árboles frutales y del jardín.

Aparentemente las mujeres desarrollan tareas "leves", sin embargo, la cosecha de productos agrícolas, el cargar a los hijos y buscar agua en lugares distantes del domicilio, no son precisamente actividades leves.

Tradicionalmente, en la unidad agropecuaria familiar, las tareas realizadas por las mujeres en el ámbito productivo y de comercialización, se cuentan como "ayuda", siendo los hombres los responsables de las tareas mas "importantes": Los contactos con extensionistas, bancos, sindicatos, cooperativas, firmas vendedoras de insumos y compradores, etc. Otra desigualdad tradicional es que las mujeres no poseen el conocimiento tecnológico necesario para administrar la unidad agropecuaria, ni los ingresos originados por las ventas de la producción. El espacio en el que tienen autonomía y poder, es en la preparación de los alimentos, el cuidado de la casa y de la ropa, orientación y educación de los hijos, así como el uso de recursos destinados al consumo doméstico. Ellas también toman decisiones referentes a las ventas eventuales de bienes producidos por ellas, tales como huevos, queso, manteca, y otros, siendo también las responsables por el uso de los recursos obtenidos de esa forma.

¹ En la actualidad los adolescentes y jóvenes ocupan la mayoría de su tiempo en la escuela o colegio.

Dentro de la familia y en la comunidad rural en general, las actividades domésticas son consideradas como secundarias, en relación a las actividades productivas. Pero si se observa desde el punto de vista empresarial: **¿La chacra podría sostenerse sin el soporte del trabajo doméstico? ¿Las tareas agrícolas podrían sostenerse solamente con el trabajo masculino? ¿La dirección de la chacra y las decisiones que corresponden a ella deben ser tomadas solamente por el varón cuando sus consecuencias positivas o negativas afectan a toda la familia?**

Si concebimos a la familia rural como una empresa horizontal, trabajaremos para que todos sus miembros accedan a las mismas oportunidades de formación y toma de decisiones.

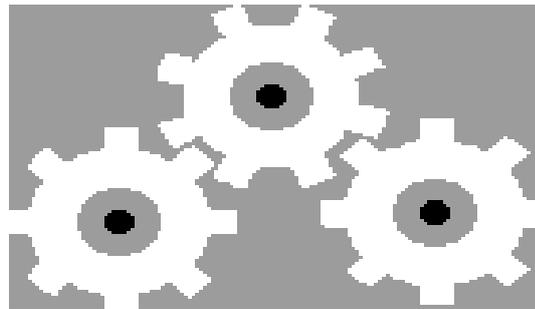
Por otra parte, si la familia rural trabaja hacia la horizontalidad, será también más fácil obtenerla en el nivel organizacional, los Comités de Productores Agrarios dejarán de serlo, para pasar a una nueva forma de "ser": Los Comités de Familias Agrarias.

Trabajo en equipo y resolución de problemas dentro de la organización

Toda organización tiene una FORMA DE COMPORTARSE. Algunas tienen a una sola persona que toma las decisiones por todos, (a veces estas decisiones son buenas y en otras ocasiones son malas); existen otras organizaciones en las que un grupo de personas es el más activo y asume la mayoría de responsabilidades; un tercer grupo de organizaciones se caracteriza por contar con la colaboración de todos sus integrantes.

¿Qué tipo de organización queremos ser?

El tercer tipo de organizaciones realiza el trabajo en equipo como estrategia para COHESIONAR a sus integrantes



EL TRABAJO EN EQUIPO

Es aquél que consigue el máximo rendimiento del esfuerzo de sus integrantes, a partir de la **compenetración**, alcanzando las metas propuestas por la organización.

El éxito de un equipo no es resultado de la buena suerte ni de la casualidad. Detrás de este éxito se encuentran una serie de motivos:

- Personalidades complementarias. Gente motivada, con ganas.
- La persona que conduce tiene carisma, sabe comunicar, motivar, exigir; se sabe ganar la confianza y el respeto de sus socios/as.
- El trabajo se realiza con responsabilidad, no se deja nada suelto
- Los objetivos a alcanzar son claros.
- Cada miembro del equipo conoce perfectamente su papel.
- Las metas son exigentes, pero se pueden alcanzar.

- La atmósfera de trabajo es de cordialidad, de respeto, las personas se sienten unidas y surge un sentimiento de compromiso.
- El ambiente es de participación, los miembros exponen sus opiniones, se fomenta el debate abierto, no se intenta imponer un pensamiento único.
- La crítica constructiva es bienvenida. No obstante, una vez adoptada una decisión se exige apoyo firme.

¿TODO FUNCIONA SIEMPRE TAN BIEN?

Pues no....no es fácil organizar un equipo de trabajo y tampoco es fácil evitar que puedan aparecer dificultades en la organización, pues éstas son parte de las relaciones humanas **¿Quién no tiene dificultades con las personas con las que se relaciona?**

Las personas a veces estamos de acuerdo y a veces no. Por otra parte, existen personas con las que nos ponemos de acuerdo con suma facilidad y otras con las que no podemos llegar nunca a un acuerdo. La vida en sociedad es así.

¿QUÉ TIPO DE PERSONAS SOMOS FRENTE A LOS PROBLEMAS?

Las personas respondemos a los problemas de diferentes formas, algunas con mucha "calma y buen humor", otras nos exaltamos muchísimo. A continuación las características de una persona problemática:

- Trata de imponer siempre su punto de vista
- Hace y dice todo lo necesario para que el punto de vista de las otras personas, no tenga valor.
- No cede en el planteamiento de sus opiniones y propuestas

Las personas respondemos a los problemas que se nos presentan dependiendo de nuestro nivel de autoestima y de asertividad

¿Qué es la autoestima?



Es la suma de confianza y respeto hacia nosotros mismos. Es el último proceso que realiza una persona para integrar las valoraciones que recibe de su familia, amigos, socios y comunidad en general.

Si confío y me respeto a mí mismo/a, manejaré mejor las situaciones problemáticas que se me presentan a mí y a mi organización.

Un pilar importante de la autoestima es la auto-aceptación. A continuación una fábula que la ilustra y que puede ser empleada por los/as líderes de una organización, para motivar a los/as socios/as a mirar hacia su interior y preguntarse **¿Cómo está mi autoestima? ¿Me conozco? ¿Me acepto como soy? ¿Me valoro?**

Un pez debe ser un pez

“Los animales del bosque se dieron cuenta un día de que ninguno de ellos era el animal perfecto: los pájaros volaban muy bien, pero no nadaban ni escarbaban; la liebre era muy buena corredora, pero no volaba ni sabía nadar... Y así todos los demás.

Entonces formaron una academia para mejorar la raza animal. Dicho y hecho, en la primera clase de carrera, el conejo fue una maravilla, y sacó nota sobresaliente; pero en la clase de vuelo se subió a la rama de un árbol, saltó y se estrelló contra el suelo, con tan mala suerte que se rompió dos patas. El pájaro fue fantástico volando, pero le pidieron que excavara como un topo y al hacerlo se lastimó las alas y el pico.

Convenzámonos se dijeron los animales: Un pez debe ser un pez, un excelente pez, un magnífico pez, pero no tiene por qué ser un pájaro”.

Solo cuando aprendamos a amar en serio lo que somos, seremos capaces de convertirnos en una maravilla

Los líderes de las organizaciones de productores necesitan conocer los niveles de autoestima que tienen sus socios, porque eso le ayudará a saber CON QUÉ MATERIAL HUMANO CUENTAN para asumir los retos del bionegocio. A continuación otra dinámica motivadora:



El árbol

El/la presidente/a de la organización motivará para que cada socio/a elabore una lista de todos sus valores positivos: Por ejemplo: Valentía, saber escuchar, fuerza, rapidez, creatividad, etc. Durante 10 o 15 minutos la persona tiene que hacer una lista lo más larga posible de sus cualidades.

El/la presidente/a estimulará a sus socios/as a pensar en las “cualidades” que tienen con detenimiento, calma y sobre todo: ¡Sinceridad!

El siguiente paso será invitarles a escribir durante otros 10 o 15 minutos la lista de todo lo que han conseguido gracias a sus cualidades, cosas que les han salido bien (logros), y con las cuales están contentos/as: Ayudar a alguien, enviar a su hijo a la universidad, conseguir un préstamo para la siembra, cosecha abundante, etc.

Con ambas listas preparadas se pasará a dibujar un árbol, un árbol con raíces, tronco y ramas. En las raíces se colocarán las cualidades, En las ramas se colocarán los logros. Al final, se “expondrán” los dibujos de todos en la pared.

De forma voluntaria cada socio/a comentará el árbol dibujado, así como las cualidades y logros identificados. Generalmente se olvidan algunas importantes y es el momento de pedir a los participantes recordarlas y resaltarlas.

Pueden lanzarse algunas preguntas motivadoras para los/as participantes: ¿Estoy satisfecho/a de mi árbol? ¿Ha sido difícil dibujarlo? ¿Qué cualidades o logros he olvidado? ¿Cómo han reaccionado los/as demás ante mi árbol?

Esta dinámica ayudará a los/as líderes de las organizaciones de familias productoras a tener idea de los procesos internos de autoestima de las personas.

¿Qué es la asertividad?

Es la capacidad de expresar tus sentimientos, ideas y opiniones, de manera libre, clara y sencilla, comunicándolos en el momento justo y a la persona indicada, ejerciendo tus derechos y sin quebrantar los de los demás



Es decir, LA ASERTIVIDAD es la habilidad que nos permitirá comunicarnos adecuadamente con nuestros socios de la organización. A continuación, otra dinámica que nos puede dar una idea mas clara de lo que es la asertividad:

◆ **Las estatuas**

El/la presidente/a de la organización productiva motivará a sus socios/as a jugar a " las estatuas". Para comenzar les pedirá pensar en el individuo "más sumiso" que conozcan, y recordar características de la conducta de ésta persona. Posteriormente, se les indicará que vayan de un lado a otro tomando actitudes sumisas, sin utilizar palabras. Después de cinco minutos, se pedirá a los/as participantes "se queden como estatuas" en una posición que demuestre comportamiento sumiso.

Pasado unos minutos el/la presidente/a solicitará comentarios acerca de cómo se sintieron.

Seguidamente motivará a cambiar su comportamiento de sumisión por uno de agresividad. Nuevamente, les motivará a pensar en el comportamiento de la persona más "agresiva" que hayan visto en su vida, al igual que en el caso anterior, se les indicará desplazarse tomando actitudes violentas, sin usar palabras. La única restricción es que no haya abusos físicos o destrucción de la propiedad.

Transcurridos cinco minutos, el/la presidente/a ordenará permanecer en una "posición de estatuas" mostrando un comportamiento agresivo. Posteriormente solicitará comentarios acerca de los sentimientos de los/as participantes en ésta etapa de la dinámica y comparativamente a la etapa anterior.

¿Cuándo somos pasivos estamos ejerciendo nuestros derechos?...No. porque nos dejamos. ¿Cuándo somos agresivos ejercemos nuestros derechos? Probablemente sí pero a costa del de los demás. Por eso es mejor ser asertivos/as, que es la conducta que nos permitirá defendernos sin agredir.

¿Cómo se es "asertivo/a"? La persona asertiva mira a los ojos para hablar, se para tranquila pero firmemente en sus dos pies con sus brazos colgando a los costados. La persona asertiva está consciente de sus sentimientos y los maneja, controla sus emociones negativas, buscando equilibrio en su relación con las otras personas.

La asertividad es un nivel maduro de comportamiento entre las personas, pero debe aspirarse a llegar a él, sobre todo en una organización que quiere emprender grandes retos, y en la que el capital más importante es la solidaridad del grupo.

Ser asertivos/as ayudará no solo a resolver conflictos, sino al desarrollo humano de los integrantes de la organización porque desaparecerán las personalidades pasivas, así como las agresivas.