

Tabla de contenido

Introducción.....	7
Capítulo I	
Fundamentos y conceptos teóricos	9
Economía solidaria en Colombia	10
Definición de la economía solidaria.....	11
Organizaciones del sector solidario en Colombia	15
Santander, el primer territorio solidario en Colombia	17
La experiencia de la cooperativa multiactiva de Hilados del Fonce	19
Convenio Universidad del Magdalena y Pastoral Social Santa Marta.....	20
Asociación de Proveedores de la Vereda Colorado (Asoprovecol).....	21
Asociación de Campesinos de La Aguja (Asocaguja).....	21
Red de Mujeres Rurales del Magdalena (Redmurumag).....	22
Asociación de Productores de La María (Asoprodma)	22
Fundación de Desplazados de Aracataca (Fundesar)	23
Capítulo II	
Estrategias que permiten la certificación de la asociación de productores de La María para lograr la exportación de mango	24
Presentación	25
Metodología	26
Metodología cualitativa.....	26
Técnicas de recolección de la información	27
Resultados.....	30
Analizar la cadena productiva del mango de Asoprodma	30
Determinar la certificación que permita la exportación del mango de la Asociación de productores de La María	32
Anexos	33
Capítulo III	
Organización y planeación estratégica de la asociación de campesinos (Asocaguja) en Ciénaga, Magdalena.....	34
Presentación	35
Metodología	35
Metodología cualitativa como metodología utilizada	36

Técnicas de recolección de información.....	37
Resultados.....	39
Diagnosticar la situación de Asocaguja	39
Aspectos para mejorar	41
Determinar los circuitos cortos que puedan ser implementados por Asocaguja.....	43
Anexos.....	44
Capítulo IV	
Estrategias para el fortalecimiento productivo y comercial de la asociación de productores de la vereda colorado (Asoprovecol), en Ciénaga, Magdalena	88
Presentación	89
Metodología	90
Metodología cualitativa como metodología utilizada.....	90
Técnicas de recolección de la información.....	92
Resultados.....	96
Diagnosticar la situación de Asoprovecol.....	96
Determinar alternativas comerciales para mejorar la distribución de sus productos	97
Anexos.....	99
Capítulo V	
Diseño de un plan de <i>marketing</i> para la Red de Mujeres del Magdalena	100
Presentación	101
Metodología	101
Metodología cualitativa como metodología utilizada	102
Técnicas de recolección de información.....	102
Resultados.....	104
Diagnosticar la situación de Red de Mujeres	105
Plantear una propuesta de marketing digital con una estrategia diferenciadora e inclusiva para la Red de Mujeres Rurales del Magdalena (Redmurumag).....	105
Capítulo VI	
Propuestas estratégicas que le permitan a Fundesar desarrollar proyectos productivos para lograr su sostenibilidad	108
Presentación	109
Metodología	110

Metodología cualitativa como metodología utilizada	110
Técnicas de recolección de información.....	111
Resultados.....	116
Analizar la situación jurídica de la organización.....	116
Determinar un posible proyecto productivo para la organización	118
Referencias.....	122
La autora.....	128