



ic Fundación

Comercialización asociativa de Coco Fresco

*Reflexiones de dos
proyectos de desarrollo
empresarial asociativo en
Tumaco, Francisco Pizarro
y el corredor de
Sanquianga*



Consejo Asesor

Alberto Carrizosa (Presidente)
Enrique Carrizosa
Felipe Carrizosa
María Carolina Suárez
Roberto Pizarro

Director Ejecutivo

José Andrés Díaz

Coordinadora Fortalecimiento Empresarial

Laura Rivera

Coordinadora Crédito Asociativo

Marcela Uribe

Coordinadora de Proyecto

LLuviany Preciado

Escrito por

LLuviany Preciado

Título original

Comercialización asociativa de Coco Fresco
“Reflexiones de dos proyectos de desarrollo
empresarial asociativo en Tumaco, Francisco
Pizarro y el corredor de Sanquianga”

Fundación Julio y Astrida Carrizosa ONG - iC Fundación.
Todos los derechos reservados. Esta publicación podrá ser
parcial o totalmente reproducida siempre que se cite la
fuente y con el permiso de los autores.

Fundación Julio y Astrida Carrizosa ONG IC Fundación
www.icfundacion.org
Carrera 11 # 93A - 83 / Piso 6
Tel.: +57 (601) 691 9165 Bogotá, D.C. - Colombia

Contenido

Introducción

1. *Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco*
2. *Conectando la comercialización de coco en el Corredor Sanquianga*
3. *¿Que funcionó bien?*
4. *Lecciones aprendidas*
5. *Reflexiones finales*



Comercialización asociativa de Coco Fresco

Reflexiones de dos proyectos de desarrollo empresarial asociativo en Tumaco, Francisco Pizarro y el corredor de Sanquianga



Introducción

Entre 2021 y 2023, iC Fundación implementó en el marco del programa Territorios de Oportunidad (TdO) los proyectos: ***“Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco”*** y ***“Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga”***. El Programa Territorios de Oportunidad (TdeO) era un programa de USAID implementado por ARD-Tetrattech, que buscaba el fortalecimiento de las capacidades de comunidades afectadas por el conflicto, de manera que pudieran diseñar, gestionar e implementar proyectos de desarrollo rural integral, fomentando así el desarrollo económico y la participación ciudadana en estos procesos.

Con la implementación del proyecto ***“Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco”*** se buscaba fortalecer

organizacional, comercial y empresarialmente a productores de coco asociados a cinco organizaciones. Este esfuerzo buscaba mejorar la dinámica comercial del coco fresco y preparar a los productores para una operación comercial colectiva sostenible. De manera similar, en el proyecto ***“Comercialización Cocotera en el Corredor Sanquianga”*** se esperaba fortalecer las capacidades empresariales de 5 asociaciones y desarrollar alianzas estratégicas con empresas del sector privado que ayudaran a desarrollar el agronegocio del coco en esta región.

En este documento se resumen algunas reflexiones y lecciones aprendidas de la implementación de los dos proyectos mencionados anteriormente.

La Fundación Julio y Astrida Carrizosa ONG - iC Fundación, es una fundación colombiana que busca generar impactos sociales y económicos positivos en Colombia, a través del apoyo al desarrollo y consolidación de empresas asociativas en comunidades vulnerables.

iC Fundación implementa programas y proyectos de fortalecimiento empresarial a la medida, con la posibilidad de dar directamente financiación de capital de trabajo. (capital catalítico)



1

Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco

Cinco asociaciones de productores de coco ubicadas en el corredor Francisco Pizarro – Tumaco, intentaban comercializar directamente coco fresco, sin embargo, el desconocimiento del mercado, la falta de capital de trabajo, la infraestructura de acopio inadecuada y las bajas capacidades contables y administrativas hacían difícil desarrollar ejercicios comerciales de manera exitosa.



El proyecto "**Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro Tumaco**" tenía como objetivo principal fortalecer organizacional, comercial y empresarialmente a productores de coco asociados a cinco organizaciones, mejorar la dinámica comercial del coco fresco y preparar a los productores para una operación colectiva sostenible a través de la implementación de un modelo de negocios asociativo.

Para estructurar e implementar un modelo de negocios asociativo con estas organizaciones, se realizaron diversas actividades siguiendo la metodología de fortalecimiento de iC Fundación.

Se realizó el mapeo de la oferta productiva de coco a nivel local y nacional y se implementaron planes de fortalecimiento a la medida en los que se realizaron intercambios para conocer otras experiencias empresariales asociativas, misiones comerciales, asesorías técnicas, talleres y capacitaciones en temas administrativos y contables.¹



Algunos de los resultados del proceso fueron:

Modelo de negocios asociativo en implementación, con un aumento de **160% en ingresos de las asociaciones.**

Gestión de capital de trabajo a través de crédito asociativo y gestión de anticipos con clientes.

Se implementó un programa de educación financiera (Manejo exitoso del dinero) para **50 productores de coco** a través de alianza con la Fundación WWB.

Fortalecimiento de capacidades y habilidades empresariales de las juntas directivas, equipos operativos y productores asociados.

Puesta en marcha de la tienda Mister Coco (la tienda de productos a base de coco).

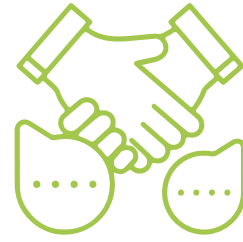
Desarrollo de alianzas comerciales con compradores industriales y distribuidores.

El proyecto logró mejorar los niveles de desarrollo empresarial de las 5 asociaciones y la cooperación entre ellas para la implementación de un modelo de negocios asociativo, mejorando la dinámica comercial de coco y estableciendo alianzas comerciales estratégicas con clientes mayoristas e industriales a nivel nacional.

Durante el primer semestre del 2022, las asociaciones lograron comercializar **76,67 toneladas de coco por un valor de \$234.974.500.**

¹ El proyecto Dinamización de la comercialización de coco se implementó entre febrero de 2021 y julio de 2022. Durante los primeros meses del proyecto se realizó el mapeo de la oferta productiva, la construcción participativa del modelo de negocio asociativo y el fortalecimiento de las capacidades empresariales. El ejercicio de comercialización se implementó en los últimos 6 meses de ejecución del proyecto.

2



Conectando la comercialización de coco en el Corredor Sanquianga

La comercialización del coco en el corredor Sanquianga había enfrentado varios desafíos en los últimos años: Por un lado, la propagación del picudo negro en las palmas de coco, había afectado significativamente la productividad y, por otro lado, las dificultades de acceso y movilización a los municipios El Charco, Olaya Herrera y Santa Bárbara de Iscuandé, elevaban los costos de comercialización.

El proyecto "**Conectando la Comercialización Cocotera en el Corredor Sanquianga**" tuvo como objetivo central fortalecer el agronegocio del coco en esta región desarrollando alianzas estratégicas con el sector privado. El proyecto se implementó con 5 asociaciones de los municipios El Charco, Olaya Herrera y Santa Barbara de Iscuandé.

En este proceso, se realizó la caracterización productiva de las fincas de **150 productores de coco**, se realizaron diagnósticos empresariales a las 5 asociaciones, y se implementó un plan de fortalecimiento en el que se hizo énfasis en la formalización de las asociaciones (y el cumplimiento de obligaciones tributarias), el acceso al mercado (local y nacional), la implementación de herramientas para el registro de compras y ventas (trazabilidad), y la implementación de campañas fitosanitarias para controlar el picudo negro².

Algunos de los principales resultados fueron:

Se inició la implementación de un **modelo de comercialización de coco** en el que se unieron las 5 asociaciones.

Se realizó la **gestión de capital de trabajo** a través de crédito asociativo y anticipo de clientes.

Se **formalizaron dos alianzas comerciales** (una a nivel local y una a nivel nacional).

Se realizaron tres ejercicios comerciales exitosos, enviando un total de **13,48 toneladas de coco** fresco a Barranquilla como parte de un piloto comercial. Estos ejercicios representaron ingresos por **\$35.110.265** para la asociación.

Se implementó **programa de educación financiera** (Manejo exitoso del dinero y Ofelia no está sola) para 50 productores y productoras de coco con la Fundación WWB.

Se formalizó una **alianza con el SENA** para la formación y acompañamiento en la creación de unidades productivas con 25 productores de coco.

Se **fortalecieron las capacidades de gobernanza** de las organizaciones a través del programa de formación de Juntas Directivas.

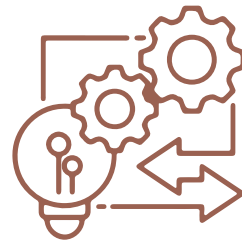
86 productores capacitados en la identificación y prevención de violencia de género.

101 productores implementaron campañas fitosanitarias y de conservación ambiental y se implementó una red de trampeo para picudo negro. **Esto, permitió la captura de 2.124 picudos, contribuyendo así a la mitigación del impacto de esta plaga.**

² El proyecto Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga se implementó entre marzo de 2022 y febrero de 2023. Inicialmente se realizaron actividades de caracterización de productores y posteriormente se realizó proceso de formalización, construcción participativa del modelo de negocios y fortalecimiento de capacidades empresariales para el desarrollo de los ejercicios comerciales. De manera transversal se hicieron actividades de manejo fitosanitario, campañas ambientales y control de plagas y enfermedades en los cultivos de coco.

3

¿Qué funcionó bien?



Ambos proyectos **“Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco”** y **“Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga”**, se implementaron entre el 2021 y el 2023 y tenían muchas cosas en común: en ambos se trabajó en la estructuración e implementación de modelos de comercialización asociativa empezando desde cero, en el fortalecimiento empresarial de asociaciones de productores de coco, **en lograr la conexión con el mercado nacional a través de la gestión de alianzas comerciales y de capital de trabajo para el aumento de los ingresos de los productores.**

Dentro de los factores de éxito para el proceso de implementación de ambos proyectos se pueden resaltar los siguientes:

3.1. Identificación de Líderes locales

Evaluar cuidadosamente el perfil de los líderes de las asociaciones (nivel de escolaridad, experiencia en asociatividad, profesión o labor, tiempo que le dedica a la asociación, entre otras.) resultó de gran importancia para el desarrollo efectivo de las actividades y la implementación de procesos. **Identificar líderes con vocación social y compromiso colectivo** ha demostrado ser fundamental para alcanzar los objetivos del proyecto de manera efectiva y sostenible y sus oportunidades de mejora.

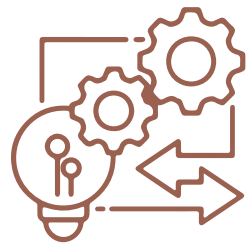
Un caso destacado es el de las organizaciones **ASOPROCACOC Y NUEVA OPORTUNIDAD**, donde se identificaron líderes tradicionales y nuevos líderes. Estos nuevos líderes, motivaron la activa participación de los asociados y facilitaron el desarrollo de actividades claves para la construcción e implementación de los modelos de negocio asociativos.

Un ejemplo notable es el emprendimiento **“Míster Coco”**, liderado por un nuevo líder en **ASOPROCACOC**.

Además, en la asociación Nueva Oportunidad los nuevos líderes identificados **ayudaron a aumentar la participación de las mujeres en la implementación de campañas ambientales.**

3.2. Actividades Prácticas

El desarrollo de actividades prácticas como la gestión comercial, procesos de negociación, acompañamiento en trámites de documentos legales, procesos de compra y venta, Escuelas de Campo, Jornadas de erradicación, **permitieron que las asociaciones fortalecieran sus conocimientos a través de la experiencia** y recibieran retroalimentación inmediata, lo que **facilitó la realización de ajustes y mejoras en procesos empresariales**. Para la puesta en marcha de los modelos de negocio asociativos se preparó y acompañó a los miembros de las organizaciones en las siguientes actividades:



Logística y manejo post cosecha del Producto:

El acompañamiento en la selección, clasificación, empaque y envío del coco en fruta, tanto por vía fluvial como terrestre, garantizó que la carga llegara a ciudades como Barranquilla enfrentando desafíos como las condiciones climáticas (el coco en fruta se “madura” más rápido con el calor) cumpliendo compromisos con los clientes y generando confianza para la sostenibilidad de las alianzas comerciales.



Trazabilidad y Contabilidad:

El soporte en el registro de compras y egresos, así como en la implementación de documentación contable, permitió llevar la trazabilidad del proceso comercial, determinar volúmenes por productor, realizar rendiciones de cuentas con información clara y confiable, y conocer los beneficios obtenidos tanto a nivel individual como asociativo.



Empoderamiento Comercial:

Los ejercicios de gestión comercial a nivel local y nacional permitieron a los productores adquirir un mejor conocimiento del mercado, desarrollar habilidades comerciales y gestionar alianzas estratégicas que facilitaron el acceso a anticipos y otros beneficios.



Participación en Mesas Técnicas:

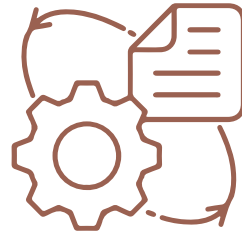
La participación de líderes en las mesas técnicas de coco permitió a las organizaciones conocer los avances en políticas públicas relacionadas con la cadena productiva de coco a nivel nacional, así como socializar las problemáticas de la cadena desde sus experiencias y comunidades. En estos espacios, las organizaciones gestionaron insumos como feromonas con el ICA para la elaboración de trampas para el picudo negro.

Control de Plagas:

Las jornadas de erradicación de palmas enfermas y muertas, la instalación de una red de trampeo para el picudo negro y el monitoreo de la captura permitieron que **101 productores** aprendieran a construir sus propias trampas e implementaran las campañas fitosanitarias, logrando la captura de más de **2.124 picudos negros**.

«Todas estas actividades prácticas implementadas con las asociaciones, respaldadas por la documentación de procesos y procedimientos administrativos, contables, organizacionales y comerciales, dejan una capacidad instalada que permite a las asociaciones seguir desarrollándose empresarialmente cada vez con mayor autonomía.»





3.3. Implementación de la Metodología de iC Fundación

La metodología de iC Fundación inicialmente no se ajustaba a todas las demandas de la tabla de resultados esperados del proyecto. Sin embargo, **se pudo ajustar al contexto territorial**, a los bajos niveles de desarrollo empresarial que tenían las asociaciones en ese momento y a la articulación con entidades cooperantes **sin perder de vista los principios de fortalecimiento de iC Fundación** (trabajo a la medida, respetar la autonomía de las asociaciones, trabajo participativo, no hacerle la tarea a las empresas asociativas, generar capacidad instalada, apropiación de conceptos y herramientas de manera clara por parte de las empresas asociativas, entre otros).

Como ejemplo se tienen los **indicadores de aumento en ventas**, el cual se debía lograr en 10 meses con asociaciones que estaban inactivas, con asociados dispersos y sin ningún tipo de experiencia comercial; para este caso, inicialmente **se realizaron actividades de implementación, donde los productores cosechaban el coco, se le hacía acompañamiento a actividades** de post cosecha, empaque de acuerdo con las necesidades del cliente, logística de envío, registros, etc., luego de evaluación: **retroalimentación de los ejercicios comerciales por parte de los clientes, revisión de los registros y rendiciones de cuentas y por último se hacía la toma de correctivos resultado de los ejercicios comerciales realizados.**



3.4. Evaluación constante de la ejecución

La realización de comités internos de manera constante ayudó a monitorear y medir los avances hacia los objetivos, detectar retos en la ejecución de manera temprana, permitiendo la implementación de correcciones a tiempo.



3.5. Equipo de trabajo en campo

Contar con profesionales locales, empáticos con las comunidades, con un profundo conocimiento de la región y familiaridad con los contextos territoriales, fue un factor clave para asegurar el compromiso de las asociaciones para el desarrollo de las actividades en campo.

Para el caso del proyecto **“Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco”**, se contaba con el acompañamiento de un profesional socio empresarial, un contador y un auxiliar contable y en el proyecto **“Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga”**, se contaba con 3 técnicos de campo, un profesional socio empresarial, un contador y un auxiliar contable.

Ambos proyectos tenían un coordinador en Tumaco. Cabe resaltar que en ambos casos los equipos tenían experiencia en procesos asociativos, lo que permitió desarrollar actividades como las siguientes:

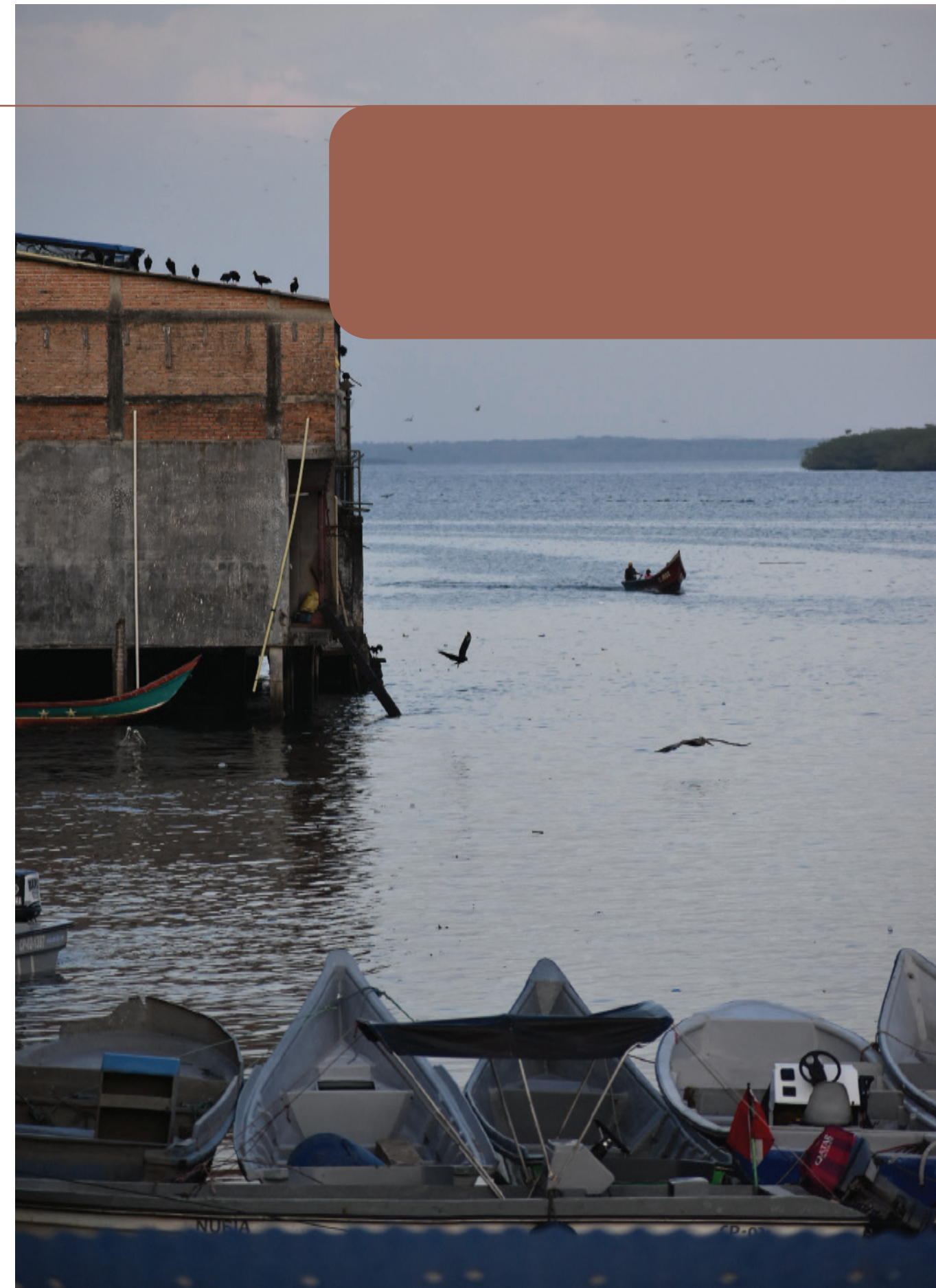
Definición de rutas de compra y comercialización de coco (transporte fluvial y terrestre).

Acceso a zonas de difícil acceso como algunas veredas donde están ubicadas las fincas de los productores.

Establecimiento de alianzas con actores locales como alcaldías municipales.

Promoción de la participación de asociados y productores en las actividades enmarcadas en el proyecto, entre otras.

Es de destacar el manejo del equipo ante situaciones de alto riesgo (como la presencia de grupos al margen de la ley) que retrasaron el desarrollo de algunas actividades del proyecto.



4



Lecciones Aprendidas:

En el fortalecimiento empresarial de asociaciones de productores de coco, la gestión de alianzas comerciales y la obtención de capital de trabajo que se realizó en los proyectos analizados en este documento, hubo aspectos a mejorar o que no se evaluaron en su momento. **A continuación, se describen los principales desafíos y consideraciones para la ejecución de los proyectos:**

Contexto territorial actualizado e indicadores de proyectos:

En el planteamiento de los objetivos e indicadores de un proyecto de fortalecimiento empresarial se debe tener un contexto actualizado de las organizaciones beneficiarias, **incluyendo detalles como la implementación de ejercicios comerciales colectivos**, la situación de la estructura organizacional de la empresa asociativa, el número de asociados activos, el nivel educativo y la ubicación geográfica.

Cambios como la reducción de socios, miembros de juntas directivas, personal en las entidades territoriales mapeadas y comprometidas para el establecimiento de alianzas públicas, entre otros factores, **pueden impactar los indicadores relacionados con ventas, número de asociados, alianzas públicas y privadas, entre otros.**

Es fundamental entender que estos cambios pueden ocurrir entre el momento del mapeo inicial por parte del financiador y el inicio de la ejecución del proyecto, para ajustar objetivos, metodologías e indicadores según las necesidades.

La situación empresarial de las organizaciones era una cuando se hizo el primer mapeo y era otra totalmente diferente al iniciar la implementación del proyecto. La falta de actualización de la información sobre el contexto territorial de las organizaciones al formular indicadores y objetivos provocó situaciones de sobre esfuerzo tanto para las asociaciones como para el equipo de trabajo. **Un ejemplo notable es el caso de ASOCOES, ubicada en el municipio de Santa Bárbara de Iscuandé, en una vereda de difícil acceso.**

Esta organización estaba compuesta principalmente por productores mayores de 40 años con bajos niveles de escolaridad. Inicialmente, se había mapeado como una organización que integraba cinco comunidades con una oferta productiva significativa.

Sin embargo, durante el diagnóstico socio empresarial que se realizó en la ejecución del proyecto, se identificó que estas comunidades se habían dividido, creando asociaciones independientes. **Esto hizo necesario reorientar la metodología planeada, necesitando de esfuerzo, tiempo y personal adicional para garantizar la participación y el compromiso de los asociados con el proceso comercial.**

Igualmente, es importante que los indicadores del proyecto estén alineados con las capacidades y el nivel de desarrollo empresarial de las empresas asociativas. Entre más bajo sea el nivel de desarrollo empresarial de una organización, más tiempo se requiere para poder garantizar la sostenibilidad de los procesos comerciales. Aunque los proyectos **"Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco"** y **"Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga"** lograron cumplir con sus indicadores, persiste la preocupación sobre la sostenibilidad de los modelos de negocios implementados.

Asociaciones como AGROPESUR y ASOCOES, con bajos niveles de desarrollo empresarial, requieren más tiempo de acompañamiento en la implementación de sus modelos de negocio asociativos.

Metas del proyecto deben estar alineadas al nivel de desarrollo de las asociaciones priorizadas:

Para alcanzar en el corto plazo objetivos tales como el incremento de las ventas asociativas, la gestión de alianzas comerciales, el desarrollo de alianzas con entidades públicas y privadas, y el aumento de la base social, es fundamental que las organizaciones posean unas capacidades empresariales mínimas.



En el caso de las asociaciones **ASOCOES, ACOCOSOL, ASOAGROSEQUIHONDA, ASOCOCHAR y ASOCOCOA** en el corredor Sanquianga, así como **AGROPESUR, AGROCHAJAL, ASOPROCOF y NUEVA OPORTUNIDAD** en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco, se enfrentaron desafíos como la falta de formalidad y de cumplimiento de obligaciones tributarias de las asociaciones, el desconocimiento de los roles y responsabilidades de sus miembros dentro de la junta y la realización inefectiva de Asambleas Generales, entre otros. Por eso, para poder cumplir con algunos indicadores del proyecto, fue necesario acompañar a algunas asociaciones en su proceso de formalización empresarial; esto incluía, expedición del RUT (Registro único tributario) por primera vez, la renovación de certificados de cámara de comercio, presentación de declaraciones de renta, la expedición de facturación electrónica y la apertura de cuentas bancarias.

Si bien todo esto era muy importante para poder realizar ejercicios comerciales formales directamente con clientes nacionales, estos procesos de formalización deben darse en el contexto de procesos de fortalecimiento empresarial de mayor tiempo o con procesos empresarialmente más maduros.

Los indicadores del proyecto deben tenerse en cuenta a la hora de seleccionar las asociaciones que hacen parte de un proyecto. **Esto garantiza que el proyecto responda a las necesidades reales de las asociaciones seleccionadas.**



Equipo de implementación:

En la implementación de los proyectos mencionados, el equipo local resultó ser insuficiente. **Dado que las empresas asociativas en proceso de fortalecimiento carecían de personal y especialistas en áreas contables, administrativas y técnicas, el equipo implementador asumió actividades de la empresa** para poder cumplir con los objetivos de los proyectos dentro del plazo establecido.

Evaluar adecuadamente las necesidades de personal y contar con un equipo adecuado es fundamental para evitar sobrecargas que comprometan la eficiencia y el cumplimiento de objetivos.

Capacitar al equipo en metodologías, gestión administrativa y roles específicos dentro del proyecto es indispensable para mejorar la ejecución.

Compromiso y disponibilidad de las Asociaciones para el Fortalecimiento:

Un proceso de fortalecimiento empresarial requiere del compromiso activo por parte de las asociaciones en actividades autónomas y verificables, demostrando su disposición y capacidad para el fortalecimiento continuo. Es crucial comunicar claramente a las asociaciones que el fortalecimiento socio empresarial implica un trabajo conjunto para mejorar sus capacidades empresariales.

Asociaciones como **NUEVA OPORTUNIDAD y ASOPROCACOC** donde hubo una participación importante de sus miembros en las actividades de sus planes de trabajo, tuvieron un mejor desempeño en la implementación de procesos y una mejoría significativa en sus niveles de desarrollo, caso contrario sucedió con asociaciones como **ASOAGROSEQUIHONDA, ACOCOSOL, AGROPESUR Y ASOPROCOF** donde la participación de sus miembros fue limitada. Lo anterior se relaciona con el nivel de desarrollo empresarial de las empresas asociativas, su experiencia comercial y el tipo de liderazgo que ejercían las juntas directivas de cada asociación.

Lograr el compromiso de los asociados en el proceso de fortalecimiento en empresas como las mencionadas, requería un mayor tiempo de ejecución del proyecto, que permitiera fortalecer el liderazgo de sus juntas directivas y la identificación de los servicios y beneficios que las asociaciones podría ofrecer a sus asociados, garantizando su participación en procesos de fortalecimiento donde las asociaciones sigan mejorando sus capacidades organizacionales, administrativas y comerciales.

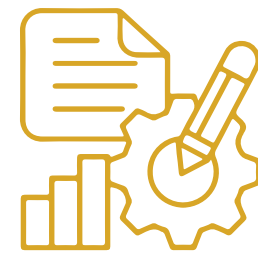
«Evaluar adecuadamente las necesidades de personal y contar con un equipo adecuado es fundamental»





5

Reflexiones finales



La implementación exitosa de los proyectos "*Dinamización de la comercialización asociativa en el corredor Francisco Pizarro - Tumaco*" y "*Conectando la comercialización cocotera en el corredor Sanquianga*" recalca la importancia de la identificación de liderazgos locales, una metodología flexible y una evaluación constante. Estos proyectos, enfocados en la construcción e implementación de modelos asociativos y el fortalecimiento empresarial de asociaciones de productores de coco, han demostrado que conectar con el mercado nacional a través de alianzas comerciales y la gestión de capital de trabajo puede aumentar significativamente los ingresos de los productores. **Sin embargo, aunque los proyectos cumplieron con sus metas de corto plazo, se reconoce que estos procesos que inician desde la creación de un modelo de negocio nuevo construido con asociaciones con muy bajo nivel de desarrollo empresarial necesitan más tiempo de acompañamiento.**





ic Fundación
www.icfundacion.org

**Comercialización asociativa
de Coco Fresco**
*Reflexiones de dos proyectos de desarrollo
empresarial asociativo en Tumaco, Francisco
Pizarro y el corredor de Sanquianga*