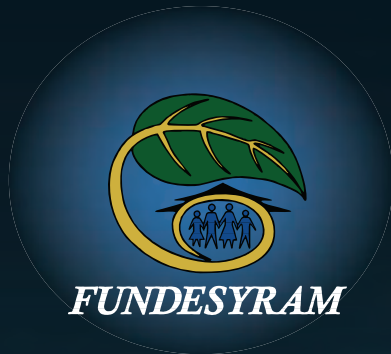


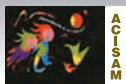


De jóvenes sin oportunidades a emprendedores

que luchan por
mejorar
el mundo de los
jóvenes del mañana

San Salvador, El Salvador

Proyecto "Fortalecimiento de las capacidades
de las organizaciones de jóvenes del
municipio de Tacuba".
EU-DCI-NSAPVD.2008-168-769-Juventud-Tacuba



Proyecto de cooperación con
HORIZONT 3000

Apoyado por la
Cooperación Austriaca
para el Desarrollo



Desde 1999 la Fundación para el Desarrollo Socioeconómico y Restauración Ambiental, FUNDESYRAM considera que el desarrollo debe ser concebido como un proceso global y complejo. Por lo que asumió el reto de apoyar a las familias para que logren mejores niveles de vida y luchar contra la histórica exclusión de las familias en los municipios de la zona occidental, dado que es una institución comprometida con el desarrollo territorial y trabaja especialmente para que las familias de escasos recursos se conviertan en actores determinantes de su propio desarrollo y el de sus territorios; su papel consiste en ser facilitadora del proceso de innovación y transformación de los territorios y sus integrantes, privilegiándose las acciones orientadas a garantizar la agricultura orgánica, el desarrollo participativo a nivel territorial (comunidad, municipio, cuenca) construidos por la gente junto a su organización local; el desarrollo de las capacidades de las personas e instituciones; todo esto en armonía con la naturaleza para disminuir los factores que contribuyen al cambio climático. Dentro de este proceso de desarrollo del territorio, FUNDESYRAM ha promovido la solidaridad entre las personas, ha potenciado la participación organizada de los pobladores al promover espacios de expresión y participación especialmente de los jóvenes y mujeres en una región tradicionalmente administrada en forma conservadora, ha promovido la auto gestión y demeritado el enfoque asistencial tradicional, todo esto para poner la ruta a los territorios en algunas prácticas de democracia participativa. Para llevar a cabo la ejecución de sus acciones trabaja con cuatro ejes estratégicos:

1) ORGANIZACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA CON EQUIDAD DE GÉNERO.

2) DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL SUSTENTABLE ORGÁNICO.

3) MANEJO DEL AMBIENTE Y LA VULNERABILIDAD.

4) DESARROLLO DE LA MUJER Y LOS JÓVENES.

La presente publicación ha sido producida en el marco del proyecto “Fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones de jóvenes del municipio de Tacuba”. EU-DCI-NSAPVD.2008-168-769-Juventud-Tacuba, implementado con el apoyo financiero y técnico de la Unión Europea, la Cooperación Austríaca para el Desarrollo, HORIZONT3000, DKA Austria y Asociación de Capacitación e Investigación para la Salud Mental, ACISAM.

Contenido: Roberto Rodríguez, María Lidia Martínez, Nicolás Guillen, Israel Morales

Con el apoyo de: Silvia Linares, Josefina Velásquez, Ana María Olmedo, Margarita Centeno, Verónica Sánchez, Isidro Galdámez, Efraín Cerritos, Jesús Córdova, Hugo Mata

Diseño y diagramación: Raul Lemus (Beyond Graphics)

Imprenta: Casa Barak

Tiraje: 500 ejemplares

El Contenido de este documento es responsabilidad de FUNDESYRAM y no representa necesariamente el planteamiento de la UE, DKA, HORIZONT3000 o ACISAM.

Los contenidos de esta publicación pueden ser utilizados o reproducidos total o parcialmente siempre y cuando se cite la fuente.

San Salvador, El Salvador, enero de 2012



FUNDESYRAM

De jóvenes sin oportunidades a emprendedores

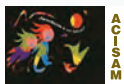
que luchan por
mejorar
el mundo de los
jóvenes del mañana



San Salvador, El Salvador,
enero 2012

Proyecto "Fortalecimiento de las capacidades
de las organizaciones de jóvenes del
municipio de Tacuba".

EU-DCI-NSAPVD.2008-168-769-Juventud-Tacuba



Proyecto de cooperación con

HORIZONT 3000

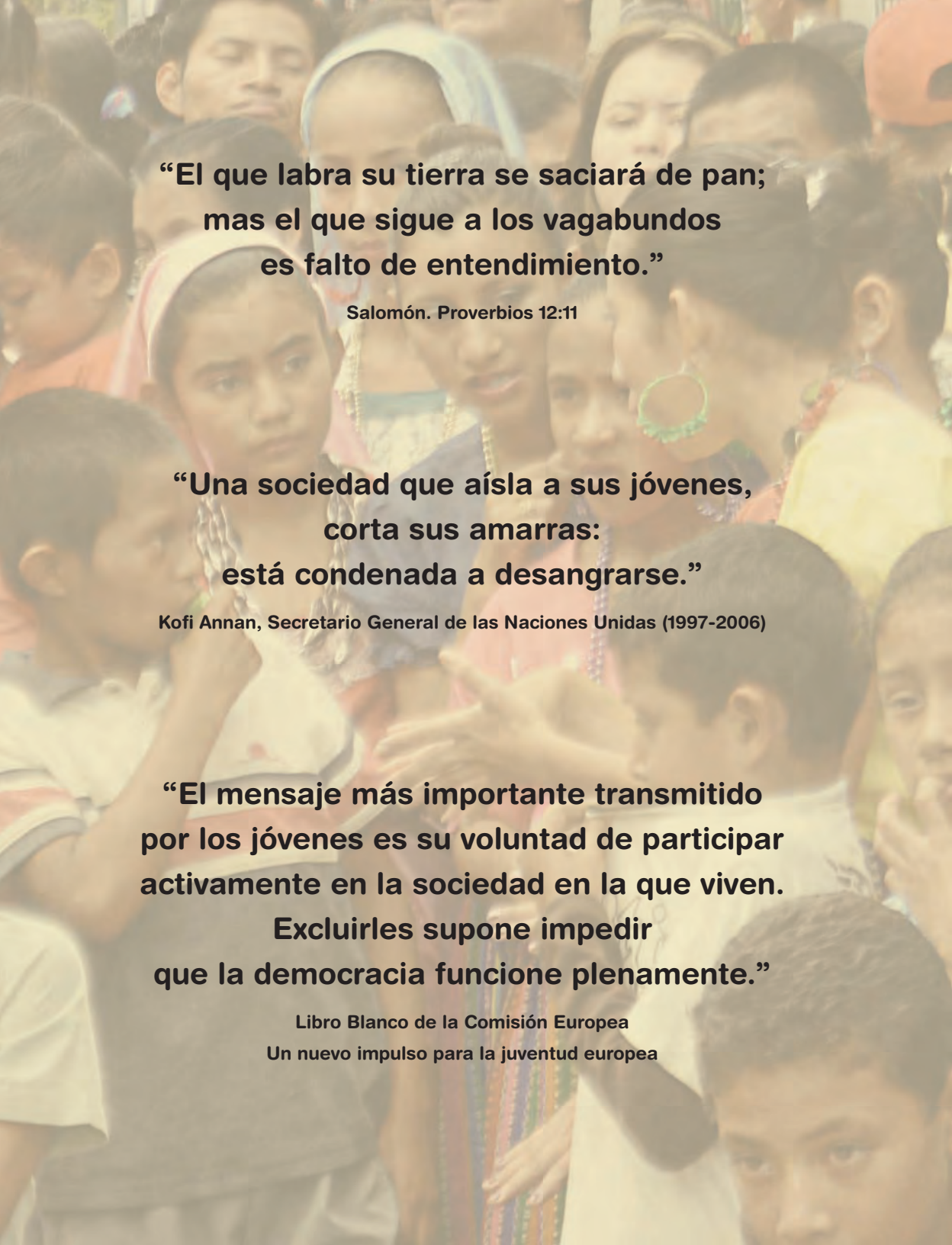
Apoyado por la

Cooperación Austriaca
para el Desarrollo



Dka Austria





**“El que labra su tierra se saciará de pan;
mas el que sigue a los vagabundos
es falto de entendimiento.”**

Salomón. Proverbios 12:11

**“Una sociedad que aísla a sus jóvenes,
corta sus amarras:
está condenada a desangrarse.”**

Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas (1997-2006)

**“El mensaje más importante transmitido
por los jóvenes es su voluntad de participar
activamente en la sociedad en la que viven.
Excluirles supone impedir
que la democracia funcione plenamente.”**

Libro Blanco de la Comisión Europea
Un nuevo impulso para la juventud europea

Contenido

Introducción	5
---------------------	----------

Perfil de la población meta:	8
1.1 Grupo 1, Jóvenes que se encuentran en el Nivel Avanzado en emprendedurismo	8
1.2 Grupo 2, Jóvenes que se encuentran en el Nivel Medio en emprendedurismo	9
1.3 Grupo 3, Jóvenes que se encuentran en el Nivel Básico en emprendedurismo:	10

Proceso para decidir a entrar en un programa de emprendedurismo:	12
2.1 Fuentes de información para los jóvenes que quieren ser emprendedores	12
2.2. Actividades a las que se dedicaban los jóvenes que llegaron a ser emprendedores	13
2.3 Influencias que tuvieron los jóvenes para decidirse a ser emprendedores	13
2.4 Pensamientos “Positivos y Negativos” que enfrentaron los jóvenes para decidirse a ser emprendedores	14

Del deseo hasta llegar a definir la idea de negocio o empresa a establecer	17
3.1 Motivación para establecer el emprendimiento	17
3.2 De la idea de negocio concebida a la idea emprendida	18
3.3 Tipo de apoyos que deben recibir para establecer un emprendimiento	19

Establecimiento de la empresa o negocio	21
4.1 Temores que enfrentan	21
4.2 Apoyos que se necesitan para establecer los emprendimientos	22
4.3 Tipo de capacitaciones requeridas y demandadas	22
4.4 Procesos a seguir para establecer negocio o empresa	25
4.5 Apoyos que demandan los jóvenes emprendedores	27
4.6 Decisiones importantes que toman los y las emprendedores	28
4.7 Generación de empleo, ingresos y destino	31

4.8 Qué hacer para aumentar las ventas	33
4.9 Perfil del emprendedor sugerido por los mismos emprendedores	35
4.10 Logros e impactos obtenidos o influenciados por los emprendedores	36
4.11 Principales beneficios de trabajar en redes	37
4.12 Lo que volvería o no, a hacer, si comenzara de nuevo a ser emprendedor	40
4.13 Negocios más rentables que conocen los jóvenes	40
4.14 Acciones que deben implementar los jóvenes emprendedores de cara al ambiente	41
4.15 Articulación de esfuerzos con la municipalidad y Gobierno Central	42
4.16 Visión de futuro de los jóvenes emprendedores	43

Sostenibilidad de los emprendimientos	44
--	-----------

5.1 Acciones que se deben hacer para mantener los emprendimientos	44
5.2 Acciones para hacer crecer la empresa y hacerla rentable	44
5.3 Permanencia de la empresa en el tiempo	45
5.4 Apoyos adicionales que se requieren para ser sostenibles	45

Conclusiones, Lecciones Aprendidas y Recomendaciones	46
---	-----------

Anexos	51
---------------	-----------

A-1 Base de datos de las iniciativas Económicas Juveniles de Tacuba	51
A-2 Evolución de las diferentes líneas de acción que ha implementado FUNDESYRAM en las comunidades	57
A-3 Metodología de FUNDESYRAM para implementar el emprendedurismo	58



Introducción

Tacuba es uno de los 7 municipios más desnutridos de El Salvador con un nivel de desnutrición infantil Muy alta (41.3%) reportada por el PMA en el Mapa de Hambre 2011, con un ingreso per cápita mensual de US\$ 37.79 según el Atlas de la pobreza y la opulencia en El Salvador, Salvador Arias 2010, y un Índice de Desarrollo Humano de 0.651 lo cual lo ubica en el lugar 200 de los 262 municipios con que cuenta El Salvador, según el PNUD en 2009.

Una de las limitantes que más afectan a nuestros jóvenes hombres y mujeres es la falta de oportunidades entre ellas las de educación y formación técnica; pero no solo es necesario educar y formar académicamente a los jóvenes, sino también, se debe establecer las oportunidades necesarias que les permita su desarrollo integral, esto es además de las mencionadas anteriormente, laboral y empresarial; la transferencia de vida, más que la de conocimientos técnicos,

una vez concluido el proceso de formación, con capacidades técnicas y laborales especiales y acorde a sus capacidades innatas; puede y debe ser de interés a cuanta institución de apoyo, se comprometa apoyarles; considerando que el mercado laboral, tanto local como nacional, en la actualidad no ofrece mayores oportunidades de empleo.

También, en el marco de la prevención de la violencia juvenil que desarrolla el Gobierno de El Salvador privilegia la represión, con menor énfasis la prevención; el cual proyecta programas de apoyo dirigidos especialmente a jóvenes (hombres y mujeres); para facilitar la organización, la capacitación técnico-laboral y realizar acciones que les facilite su inserción al mercado laboral nacional; como una medida de contrarrestar el ocio juvenil y mejorar la condición y calidad de vida de la juventud. Sin embargo, no ha logrado construir un programa integral

que sea incluyente, dadas las limitantes de inversión en este campo quedando varios sectores sociales y económicos descubiertos. Es aquí donde la Sociedad Civil hace su aporte para dar pautas y descubrir estrategias y métodos apropiados para dar esperanza a los jóvenes, facilitar su desarrollo integral y promover que se conviertan en agentes de cambio en sus comunidades y el municipio; pero esto no sería posible sin el apoyo financiero, técnico y metodológico de la Unión Europea (UE), la Cooperación Austríaca para el Desarrollo y las organizaciones de la sociedad civil austriaca como DKA y HORIZONT3000 para la ejecución del Proyecto "Fortalecimiento de las capacidades de las organizaciones de jóvenes del municipio de Tacuba". EU-DCI-NSAPVD.2008-168-769- Juventud-Tacuba, ejecutado entre el 1 de febrero de 2009 al 31 de enero de 2012, y ejecutado por las ONG salvadoreñas FUNDESYRAM (lo vinculado con organización y emprendedurismo) y ACISAM (lo vinculado a comunicación y cultura).

El Objetivo específico del proyecto fue "Fortalecer las expresiones organizativas de los jóvenes y su capacidad de consenso para la implementación de una política de desarrollo juvenil en el municipio de Tacuba". Para lograr este objetivo se plantearon cuatro resultados, pero en esta publicación solo se abordan los relacionados con el R1, "Se ha fomentado el protagonismo de las organizaciones de jóvenes de Tacuba y su articulación con los otros actores de la sociedad civil y del gobierno local"; y el R4, "Se han impulsado iniciativas y emprendimientos económicos juveniles innovadores".

En resumen se puede decir que se ha fomentado el protagonismo de las organi-

zaciones de jóvenes y su articulación con otros actores de la sociedad civil y del gobierno municipal y se ha logrado la consolidación de la Asociación de Desarrollo Juvenil del Municipio de Tacuba, ADEJUMUT, como forma organizativa más representativa de la juventud de Tacuba y que busca la mayor legitimación, aceptación, operatividad y sostenibilidad en la defensa de los derechos de la juventud en el ámbito comunitario y municipal por medio de la Política y estrategia juvenil de Tacuba. Se ha logrado también que 129 jóvenes (50.4% son mujeres) manejen 111 emprendimientos de ellos el 15.3% se dedican a servicios, el 33.3% son agropecuarias, el 31.5% son de comercio, el 5.4% se dedican a artesanías y 14.4% a transformación, los cuales están logrando mejorar los ingresos económicos y elevando el nivel de vida personal y familiar, así también se está logrando el desarrollo de sus capacidades, lo que se refleja en la participación efectiva de los jóvenes en sus comunidades y en el municipio, ver Anexo 1.

Al mismo tiempo con el proyecto se ha facilitado el mejoramiento de las condiciones de la estructura social acercando oportunidades de servicios y productos con orientación ecológica a la comunidad, se está generando autoempleo y empleo comunitario, mejoras académicas, y en especial mejoras en la autoestima. En general el proyecto ha logrado dar un impulso e implementación de las distintas estrategias sociales, culturales y económicas, se han fortalecido las expresiones organizativas de los jóvenes y su capacidad de consenso para generar la propuesta de implementación de una política de desarrollo juvenil en el Municipio de Tacuba.

Esta publicación, "DE JOVENES SIN OPORTUNIDADES A EMPRENDEDORES Que luchan por mejorar el mundo de los jóvenes del mañana" es un intento de FUNDESYRAM para sistematizar y evaluar la experiencia lograda; entender de mejor manera el proceso que se ha seguido desde que los jóvenes del área rural conocieron del proyecto y el programa de emprendedurismo hasta la visión futurista lograda por los jóvenes emprendedores.

Hallazgos obtenidos mediante el desarrollo de un taller participativo en el que cada joven contó su experiencia, expuesta en cinco grandes apartados, el primero de ellos donde se describe el perfil inicial de la población meta, 19 hombres y 19 mujeres que optaron por emprender su idea de negocio y ahora se ven como empresarios.

El segundo apartado describe el proceso seguido para decidir entrar en un programa de emprendedurismo, cuáles eran los pensamientos que les venía a la mente antes de unirse al programa. El tercer apartado revela lo que ocurre desde concebir la idea hasta establecer la empresa, develando las ideas previas en la mente de cada joven. El cuarto apartado, trata sobre el proceso de establecimiento de la empresa abordando aspectos desde los temores que enfrentaban al iniciar el emprendimiento hasta la visión de futuro que ahora tienen. El quinto apartado explora la sostenibilidad de la empresa en el tiempo y la rentabilidad de la misma, describiendo apoyos adicionales que los grupos de emprendedores, valoran como necesarios. Se suman a este contenido, conclusiones, recomendaciones y lecciones aprendidas.

El propósito de este documento es comprender el proceso de emprendedurismo desarrollado por jóvenes del área rural de Tacuba, municipio de Ahuachapán para ayudar a entidades que trabajan con jóvenes, a definir el mejor camino para facilitar su desarrollo personal, familiar y comunitario y animar a otras personas jóvenes a superar sus propios estigmas y lanzarse hacia el éxito mediante el emprendedurismo.

Si las entidades que trabajan con jóvenes encuentran el camino para ayudar a más de ellos y ellas, se habrá logrado el propósito plasmado en este instrumento. Para ello de entre 129 jóvenes se tomó una muestra representativa del 29.4% (38 jóvenes representados por 19 hombres y 19 mujeres), los cuales previamente se habían estratificado por parte de FUNDESYRAM en tres niveles considerando su desarrollo en el emprendedurismo, nivel Avanzado (6 hombres, 5 mujeres), nivel Medio (6 hombres, 8 mujeres) y el nivel Básico (7 hombres, 6 mujeres); por medio de una guía de preguntas preparada por FUNDESYRAM se desarrollaron los talleres donde, en cada nivel trabajaron por separado los hombres y mujeres, todo esto con el objetivo de saber si hay diferencias significativas entre los niveles y sexo de las personas participantes.

En los anexos se detalla la Evolución de las diferentes líneas de acción que ha implementado FUNDESYRAM en las comunidades para facilitar el desarrollo territorial integrado y en el anexo A-3 Metodología de FUNDESYRAM para implementar el emprendedurismo que es la base fundamental de todo el trabajo realizado con los jóvenes.

Perfil de la población meta

En todo el documento se trata de descubrir alguna diferencia lograda por los jóvenes emprendedores que por el grado de avance en sus emprendimientos han sido estratificados por FUNDESYRAM en tres estratos, Avanzado, Intermedio y Básico; de cada estrato y según el sexo se hace la sistematización y evaluación para lograr entender el proceso que han seguido los jóvenes para llegar a ser emprendedores. En esta primera etapa se hace una caracterización socioeconómica de los jóvenes.

1.1 Grupo 1: Jóvenes que se encuentran en el Nivel Avanzado en emprendedurismo

Esta población posee un nivel mayor de avance en cuanto a su capacidad y claridad de pensamiento y objetivos a conseguir en sus emprendimientos, las características observadas son:

Hombres: de edad entre 21 y 30 años, escolaridad desde 6° grado hasta bachillerato, cinco



solteros de seis, quienes viven aun con sus familiares sean padres o abuelos. Viven en casa propia construidas de adobe (50%) o sistema mixto concreto (40%) excepto uno (10%) que vive en casa de toldo plástico y lámina. Desde que conocieron del proyecto hasta que realmente iniciaron su empresa han pasado desde dos meses hasta dos años. Ellos o sus familias siembran cultivos de subsistencia para alimentación como el maíz, frijol en áreas de su propiedad en un 67% mientras que el 33% cultivan en parcelas alquiladas. Además de los cultivos, crían animales de patio como gallinas indias en un 67%, el 16% cría pollo mejorado y otro 16% cría conejos. No cultivan hortalizas. El mayor porcentaje de daño por la tormenta 12 E lo sufrió el cultivo de frijol (100%) y luego el maíz (50%) y los pollos mejorados (50%).

Mujeres: de edad entre 15 y 25 años, escolaridad desde 6° hasta bachillerato, cuatro de cinco están solteras, una acompañada (es la de menor nivel de escolaridad). Viven con sus padres y su pareja respectivamente, en casa propia, construida de adobe (60%) y sistema mixto concreto (40%). Desde que conocieron el proyecto hasta que realmente iniciaron su empresa, pasaron desde un mes hasta 1.5 años. Estas mujeres con sus familias siembran cultivos de subsistencia, el 80% en lo propio y el 20% alquila; los cultivos que siembran son maíz y frijol; entre el 60 y 80% cultivan hortalizas como tomate, pepino, chile dulce. En este rubro sufrieron daños totales por la tormenta 12 E que azotó a El Salvador el pasado mes de octubre del año 2011. En menor escala cultivan el 20% maicillo y arroz, en granos básicos solo hubo el 60% de daños. El 100% de las mujeres crían aves de patio como gallinas y pollos indios, un 20% además tiene gallinas y pollos mejorados. En estos rubros el daño por la tormenta fue de entre 15 y 50%.

1.2 Grupo 2, Jóvenes que se encuentran en el Nivel Medio en emprendedurismo

Hombres: en edad entre 18 y 21 años, escolaridad entre 9° grado y bachillerato, todos solteros, viven con sus padres en casa propia construida de bahareque (68%) hasta sistema mixto concreto (17%). Desde que conocieron el proyecto hasta que iniciaron su empresa han pasado desde dos meses hasta un año y medio. Cultivan junto a sus familias granos básicos en un 100%; pero solo el 33.4% en tierra propia, el 50% alquila el terreno para sus cultivos y el 17% lo hace en tierra prestada. El daño ocasionado por la tormenta 12 E varió del 50% en maíz hasta el 100% en el maicillo. El 100% de integrantes crían gallinas indias que sufrieron daños por la tormenta en un 20%.

Mujeres: de edad entre 16 y 25 años; con escolaridad desde 6° grado hasta bachillerato; todas solteras; viven con sus padres en casa propia a excepción de una familia que alquila (11%). Desde que conocieron el proyecto hasta que iniciaron su empresa han pasado desde un mes hasta dos años. Este grupo de mujeres cultivan en lo propio un 77% y el 22% en tierra alquilada. El 88% cultiva granos básicos maíz, frijol; arroz y maicillo el 11 % de ellas. El otro 33% cultiva hortalizas (pepino



y chile dulce) también cultivan café, el 33% cultiva tomate. El mayor daño por la tormenta lo sufrieron en el frijol con 77% de pérdidas. Mientras que en arroz y maicillo no sufrieron daños. Las especies menores criadas por ellas son gallinas indias en 77% de los casos, pollo indio en el 33%, conejos en el 22% el resto cría ovejas y gallinas mejoradas.

1.3 Grupo 3, Jóvenes que se encuentran en el Nivel Básico en emprendedurismo

Hombres: en edad entre los 15 y 21 años; escolaridad desde 7° grado hasta bachillerato; seis de siete integrantes son solteros y uno está acompañado; seis viven en casa propia (86%) y uno es colono (14%), las casas son de adobe (42%) y block (56%). Desde que conocieron el proyecto hasta que iniciaron su empresa han pasado desde tres meses hasta dos años. El 43% de estos hombres cultivan en tierra propia maíz y frijol, arroz y maicillo y el 57% alquila la tierra donde cultiva. La tormenta 12 E causó daños totales en frijol, arroz y solo del 50% en maicillo y maíz. El 100% de jóvenes en este grupo, cría aves de patio en especial gallina y pollo indio, el 57% cría pollo mejorado y el 14% cría chompipes (pavos).

Mujeres: en edad entre 15 y 18 años; con escolaridad desde 6° grado hasta bachillerato; todas solteras; viven con sus padres en casa propia. Desde que cono-

cieron el proyecto hasta que iniciaron su empresa ha pasado desde tres meses hasta dos años. El 83% de las mujeres y sus familias cultiva en parcelas de su propiedad y el 17% en parcelas arrendadas. Todas (100%) cultivan granos básicos. Sufrieron daños en el 100% del cultivo de frijol; también el 83% de ellas cultivan huertos caseros de tomate y pepino, el que sufrió daños fue el pepino en un 100%. Las especies menores que crían son, un 83% pollo indio y conejo, el 33% conejos y patos y el 17% pollo mejorado y cabras.

En resumen en función de su perfil socioeconómico y sexo no se detectan diferencias importantes entre los estratos, solamente se observa que el Grupo Básico le pone mayor atención a la producción de los granos básicos y la edad si es influyente, pues el grupo del nivel Básico es donde se encuentran las personas más jóvenes. Una vez descrito el perfil de los emprendedores, es interés de este estudio, conocer el proceso seguido por una persona joven para decidirse a entrar en un programa como emprendedor/a.



Proceso para entrar en un Programa de Emprendedurismo

Para llegar a ser emprendedores, los jóvenes han pasado todo un proceso que es interesante y necesario conocer para que las organizaciones de apoyo y el gobierno mismo pueda mejorar las estrategias que permitan hacer más efectivos los pocos recursos asignados.

2.1 Fuentes de información para los jóvenes que quieren ser emprendedores

Las principales fuentes de información por medio de las cuales se enteraron del proyecto y su programa de emprendedurismo, fueron los técnicos de FUNDESYRAM, la Directiva Comunal, otros Jóvenes Empresarios y los Extensionistas Comunitarios que son agricultores/as formados por FUNDESYRAM para trabajar en forma voluntaria en la promoción y desarrollo de la comunidad y el sector agropecuario. Cuadro 1.

La principal fuente de información para las mujeres fue la directiva comunal, en segunda instancia los jóvenes que ya se habían incorporado como emprendedores. No se encontró diferencia entre los tres grupos en acceso a la fuente de información. En general éstas se mantienen como principales fuentes de información en las comunidades conjuntamente con los Extensionistas Comunitarios.

Esto se explica en cierta medida por la metodología de FUNDESYRAM de trabajar en primera instancia con las directivas comunales y Extensionistas Comunitarios. Es importante destacar también que las directivas comunales se han empoderado de su papel de impulsar los procesos de desarrollo integral y hacer su labor de apoyo a la comunidad y en este caso en particular, informando a los jóvenes de las oportunidades. Sin embargo el equipo técnico y los Extensionistas Comunitarios han hecho una labor complementaria especialmente con los hombres jóvenes.

Cuadro 1. **Medios de difusión del programa de emprendedurismo**

Medio por el cual se enteró del programa	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Técnicos FUNDESYRAM	33		16		86	33
Directiva Comunal	33	80		44	14	67
Otros Jóvenes Empresarios	33	20	67	56		
Extensionista Comunitario			16			

2.2. Actividades a las que se dedicaban los jóvenes que llegaron a ser emprendedores

En cuanto a la actividad a que se dedicaban los jóvenes antes de iniciar su empresa no se encontraron diferencias entre los tres grupos solamente entre los sexos. Las mujeres el 8% se dedicaban a estudiar solamente y el 14% de los hombres, esto muestra la preferencia que dan los padres a los varones para que puedan estudiar.

Las mujeres que estudian y trabajan en la casa o fuera de ella representan al 70%, mientras que los hombres el 30% lo que confirma la aseveración anterior. El 22% de las mujeres que se dedican solo a trabajar y el 47% de los hombres y en especial a las labores agropecuarias, categoría que no se presenta entre las mujeres. Esta panorámica nos indica que aun existe fuerte tendencia a la separación de trabajo según el sexo.

2.3 Influencias que tuvieron los jóvenes para decidirse a ser emprendedores

Las principales influencias que tuvieron los jóvenes para considerar iniciar un emprendimiento económico o negocio fueron el Desarrollo de jornadas de motivación y capacitación, Conocen los resultados de otros jóvenes empresarios exitosos, y se tenía la oportunidad de concretar un anhelo que siempre había tenido, figura 1.

En el grupo de emprendedores Avanzados fue determinante en los hombres (67%) recibir motivación y capacitación sobre emprendedurismo, mientras que en las mujeres predominó el participar en jornadas de motivación y capacitación (40%) así como conocer los resultados de otros jóvenes emprendedores exitosos (40%). En el grupo de emprendedores Medios entre los hombres (67%) y mujeres (89%) predominó el aprovechar la oportunidad para hacer realidad el anhelo que siempre había tenido de ser emprendedores.

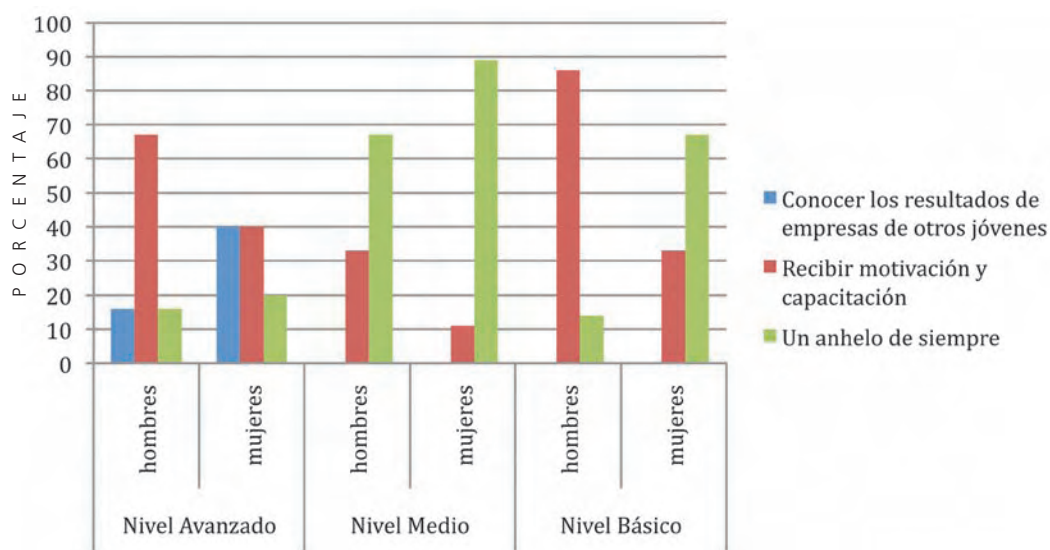
En el grupo de emprendedores del nivel Básico, en los hombres (86%) fue determinante el recibir motivación y capacitación y en las mujeres (67%) el hacer realidad el anhelo que siempre había tenido de ser emprendedores. Es gratificante para los jóvenes emprendedores convertirse en modelo a seguir en las comunidades y para el proyecto saber que ha hecho posible que muchos jóvenes logren cumplir con sus anhelos de ser emprendedores.

No se puede negar a los jóvenes los medios para lograr sus aspiraciones y sueños pues la falta la oportunidad para realizarlos causa frustración, desesperanza y puede caer fácilmente en las soluciones fáciles como la emigración o asociarse a grupos no constructivos. También cobra sentido en este punto, el rol de las instituciones estatales y ONG en propiciar estas oportunidades.



El proceso de capacitación e intercambios ha sido fundamental durante todo el proceso de fomento del emprendedurismo juvenil.

Figura 1. **Influencias en los jóvenes para decidirse a establecer un emprendimiento**



Al momento de presentarse la oportunidad de emprender una idea, a los jóvenes les asaltan pensamientos negativos que les son discapacitantes y que les hacen desistir de su proyecto de vida; y de no ser porque logran hacer prevalecer los pensamientos positivos ellos/as llegan a ser emprendedores. Es por eso, que se considera importante saber cuáles son esos pensamientos tanto positivos como negativos que deben afrontar para emprender o no una empresa.

2.4 Pensamientos “Positivos y Negativos” que enfrentaron los jóvenes para decidirse a ser emprendedores

Dado que los jóvenes al ser emprendedores empezarían una nueva vida de retos y responsabilidades, tuvieron pensamientos encontrados antes de tomar la decisión

de emprender en los negocios o empresas. Conocer estos pensamientos, permitirá en el futuro, a instituciones que trabajan con la juventud desarrollar estrategias y acciones para ayudarles a superar los pensamientos negativos y resaltar los positivos, con acciones apropiadas.

Pensamientos Negativos, los pensamientos negativos más fuertes son, en primer lugar, que no hay oportunidades para su desarrollo, expresado como “Para mí es imposible tener una empresa” y “Solo quienes tienen dinero les va bien en los negocios” y en segundo lugar, el temor a los mayores o al fracaso expresado en “Los vecinos que ya tienen negocio se molestarán” y “Ya hay competencia, no me irá bien”, cuadro 2.

Cuadro 2. Áreas y tipo de pensamientos negativos que asaltaban la mente de los emprendedores antes de establecer su empresa

Área	Pensamiento negativo	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
		H %	M %	H %	M %	H %	M %
Falta de oportunidades para el desarrollo	Para mí es imposible tener una empresa.				40	86	83
	Solo a quienes tienen dinero les va bien en los negocios.	68					
Temor a los mayores o al fracaso	Los vecinos que ya tienen negocio se molestarán.		80		40		
	Ya hay competencia, no me irá bien.			83			

En los diferentes niveles de avance en emprendedurismo se observa que los del nivel Básico hombres y mujeres los pensamientos negativos se concentran en la falta de oportunidades, mientras que los del nivel Avanzado y Medio se distribuyen entre falta de oportunidades y el temor al fracaso y temor a los mayores; y en cuanto al sexo no se observan diferencias significativas entre hombres y mujeres.

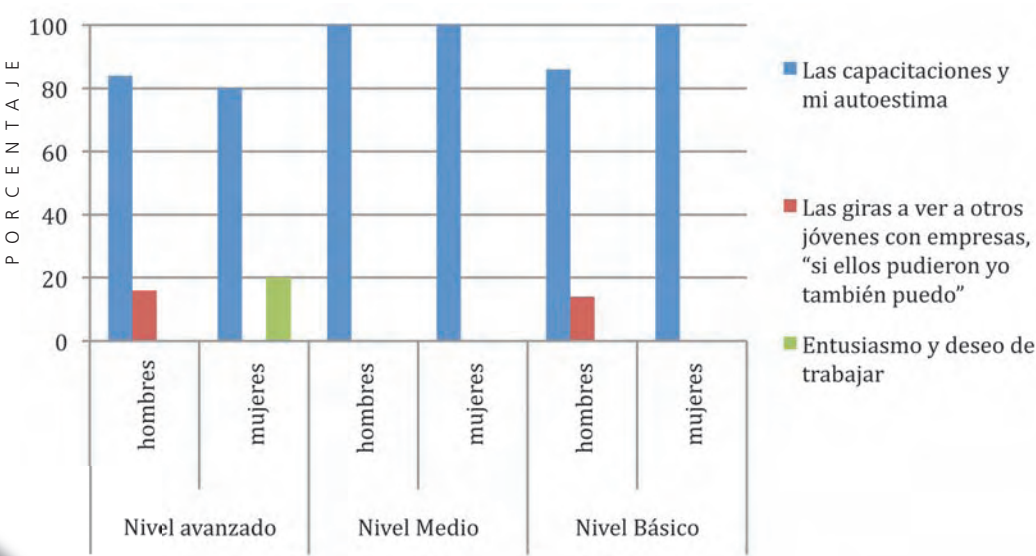
Pensamientos Positivos, los pensamientos positivos se concentran en primer lugar, Si tengo la oportunidad puedo mejorar, expresado por “Puedo mejorar mi situación si tengo una empresa o negocio” y en segundo lugar, De mi depende mi desarrollo expresado por “Esforzándose, todo es posible de lograr” y “Puedo aprender y trabajar con la familia”. Esto es válido para todos los niveles de avance en emprendedurismo y para ambos sexos, cuadro 3.

Cuadro 3. **Áreas y tipo de pensamientos positivos que tenían los emprendedores antes de iniciar su empresa**

Área	Pensamiento positivo	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
		H %	M %	H %	M %	H %	M %
Si tengo la oportunidad puedo mejorar	Puedo mejorar mi situación si tengo una empresa o negocio			100	100	71	
De mi depende mi desarrollo	Esforzándose, todo es posible de lograr	50					67
	Puedo aprender y trabajar con la familia		60				

Para romper con los pensamientos negativos o temores, son fundamentales las capacitaciones para mejorar la autoestima de los jóvenes complementada con giras e intercambios y la motivación de que pueden salir adelante. Esto es interesante pues, del deseo de poseer su propio negocio hasta llegar a definir la idea de negocio o empresa, la capacitación y los intercambios son totalmente necesarios.

Figura 2. **Acciones que ayudaron para que los emprendedores rompieran la barrea de los pensamientos negativos**



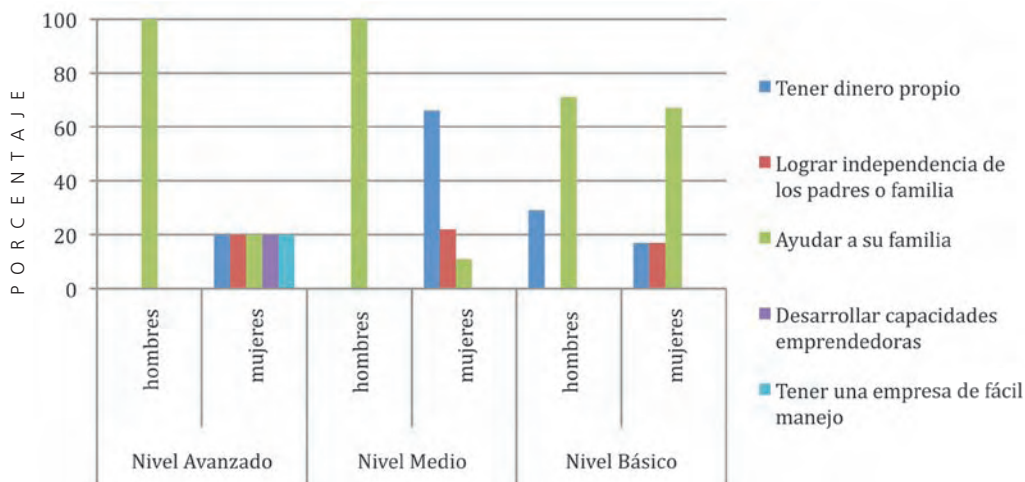
Del deseo hasta llegar a definir la idea de negocio o empresa a establecer

Los jóvenes que han conocido de las ventajas que tiene participar en un programa de emprendedurismo, a otros jóvenes emprendedores en sus comunidades o en condiciones similares a sus comunidades, y que han roto las barreras de los pensamientos negativos hasta decidirse a implementar su propio emprendimiento pasan por un periodo que se ha definido del deseo a concretar la idea de negocio, es este periodo el que se explora en esta sección.

3.1 Motivación para establecer el emprendimiento

Dada las limitantes socioeconómicas y de falta de oportunidades en las que se desenvuelven los jóvenes y sus familias en las comunidades, ven el emprendedurismo como una forma de salir de la situación desesperante de escasas y superarse, pero no solo él o ella sino con su familia. Es por eso que la principal motivación para tener un emprendimiento es ayudar a su familia y la segunda motivación principal es tener su propio dinero; es interesante observar que aunque con menor intensidad, las mujeres plantean en forma persistente que la motivación es Tener su propio dinero y Lograr independencia de los padres o familia, esto marca una tendencia de la situación en que se encuentran las mujeres jóvenes y la oportunidad que ven de ser ellas mismas por medio de los emprendimientos, figura 3.

Figura 3. Motivación principal para establecer la empresa



3.2 De la idea de negocio concebida a la idea emprendida

Dado que los jóvenes pasan por un proceso de motivación, intercambios, capacitación y elaboración del plan de negocio, los jóvenes toman sus decisiones o cambian su idea concebida. Los hombres han mantenido la idea concebida de emprendimiento más que las mujeres, lo cual se puede estimar por la tasa de cambio que se dio entre los hombres de 0.15 y para las mujeres 0.25 (1 de cada 4 mujeres), cuadro 4.

Cuadro 4. **Permanencia de la idea de negocio concebida a la implementada**

Mantuvieron la idea del emprendimiento concebido	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Si	100	80	83	44	71	33
No	0	20	17	55	29	67

Las principales razones para este cambio fueron a) Que llegaron a entender después de las capacitaciones o planes de negocios elaborados para cada emprendimiento que la idea concebida no era viable reflejado en lo expresado por los jóvenes en el cuadro 5, como la “Mucha competencia”, “Falta de recursos económicos”, “Por el resultado de los planes de negocios apoyados en la elaboración por técnicos de FUNDESIRAM”, “Ya había una empresa igual”, Por no tener el espacio suficiente para la empresa, y b) los temores, expresados por los jóvenes como “La gente no paga” y “evitar la competencia”.

Cuadro 5. **Motivos para cambiar la idea inicial del negocio**

Motivos para cambiar la idea inicial de emprendimiento	Nivel Avanzado	Nivel Medio		Nivel Básico	
	M %	H %	M %	H %	M %
Mucha competencia		100			33
La gente no paga					17
Falta de recursos económicos					17
Por el resultado de los planes de negocios apoyados en la elaboración por técnicos de FUNDESIRAM				100	
Evitar la competencia			22		
Ya había una empresa igual	100		11		
Sin espacio suficiente para la empresa			11		

Aunque está enmascarado en las respuestas del cuadro 5, se quiso profundizar si el conocimiento del mercado juega un papel determinante en la decisión de qué emprender.

En promedio el 45% de los hombres no sabía donde vender sus productos y tampoco el 34% de las mujeres. En general se puede decir que las mujeres sabían un poco más de donde venderían sus productos. De los que mencionaron que sí sabían donde venderían sus productos, se puede decir que la mayoría estaban pensando en vender sus productos en sus comunidades, lo cual es bueno al comienzo, por el tamaño de los emprendimientos o la naturaleza de los mismos, pues no tienen mayores costos de transacción o inversión de tiempo que les complique la vida y quizás por eso le tienen temor a la competencia de los mayores en la comunidad pues tendrán que enfrentarse a ellos. Es importante mencionar que solo el 86% de los hombres del Grupo básico no sabía específicamente donde vendería sus productos.

Cuadro 6. **Idea previa del mercado entre los emprendedores**

¿Tenía idea de donde vendería sus servicios o productos?	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Si	50	20	100	78	14	100
No	50	80		22	86	
¿Dónde venderían?						
En la comunidad	100	100	100	100	14	83
Dentro y fuera del departamento						17
En cualquier lugar					86	

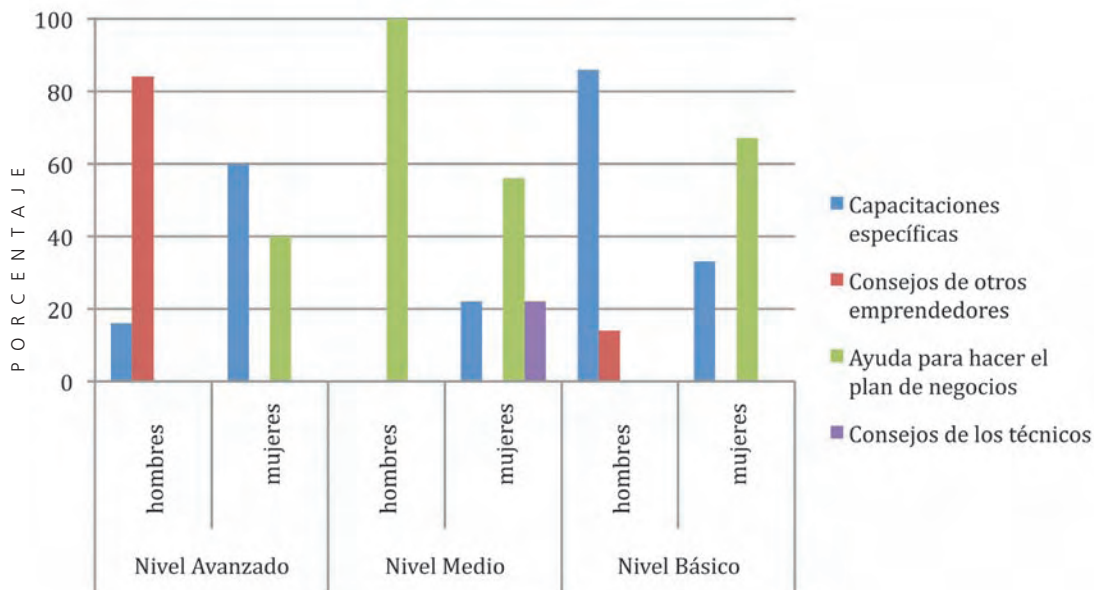
Es bueno destacar que las instituciones que implementan programas de emprendedurismo especialmente con jóvenes, le tienen que poner máxima atención a desarrollar capacidades para competir en los mercados, lo cual pasa por lograr un alto conocimiento práctico del mercadeo, y de cómo producir con calidad y bajo costo los productos o servicios que ofrecen.

3.3 Tipo de apoyos que deben recibir para establecer un emprendimiento

Para emprender un negocio o empresa los jóvenes tienen que recibir algunos apoyos básicos para la incubación de los mismos. Lo que más valoran los jóvenes que han logrado llegar a ser emprendedores son en primer lugar la ayuda para elaborar

el Plan de negocios (especialmente las mujeres), en segundo lugar las capacitaciones y en tercer lugar los consejos de otros emprendedores o los técnicos, figura 4.

Figura 4. **Tipo de apoyo recibido para asegurar su idea de negocio**



De nuevo se evidencia la importancia de las capacitaciones bien orientadas y apropiadas al propósito de fomentar el emprendedurismo.



Establecimiento de la empresa o negocio

Los jóvenes tienen que tomar decisiones que repercutirán en su vida como emprendedores y en la empresa o negocio. Conocer y valorar lo que pasa en esta etapa es importantísimo para que las instituciones puedan apoyarlos en una forma más apropiada.

4.1 Temores que enfrentan

Cuando los empresarios deciden establecer su emprendimiento se presentan temores a vencer, el primer gran temor a vencer es como administrar el emprendimiento (especialmente para las mujeres) y para los hombres es el temor a fracasar y el desconocimiento de cómo vender y competir, en tercer lugar el temor a ser víctima de la delincuencia y especialmente para las mujeres cómo coordinar con los compañeros emprendedores, cuadro 7.

Cuadro 7. **Temores que asaltaban a los emprendedores antes de establecer su emprendimiento**

Temores a vencer para establecer su empresa	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Desconocimiento de cómo administrar la empresa		80	50	88		67
Desconocimiento de cómo vender y competir	84					33
Temor a fracasar			50		57	
Temor a ser víctima de la delincuencia	16			11	43	
Temor a no coordinar con los compañeros		20				

4.2 Apoyos que se necesitan para establecer los emprendimientos

Los principales apoyos que los jóvenes consideran que deben recibir para poder llegar a ser emprendedores con éxito son: en primer lugar, tener capacitaciones e intercambios apropiados; en segundo lugar, tener asesoría técnica para elaborar el plan de negocio, vender bien, administrar el negocio y producir; en tercer lugar pero no menos importante el apoyo con recursos económicos para el establecimiento y funcionamiento de la empresa, cuadro 8.

Cuadro 8. **Apoyos fundamentales que se requieren para establecer un emprendimiento**

Apoyos que deben recibir	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Asesoría para vender bien	17	20				50
Recursos económicos para el establecimiento y funcionamiento de la empresa	83	20				17
Capacitaciones		20	67		71	
Asesoría para elaborar el plan del negocio				44		
Asesoría técnica para administrar el negocio		20		56		
Asesoría técnica para producir		20	33		29	
Intercambio o giras						33

4.3 Tipo de capacitaciones requeridas y demandadas

FUNDESYRAM ha impartido una serie de capacitaciones necesarias para establecer y sostener los emprendimientos, algunas de ellas se pueden observar en el cuadro 9, pero dentro de todas ellas los jóvenes consideran que las que más le han servido son: en primer lugar las relacionadas a la administración de la empresa, el dinero y el presupuesto; en segundo lugar las capacitaciones específicas para la producción en el emprendimiento; en tercer lugar las relacionadas a como ser emprendedores y gestión de proyectos; en cuarto lugar las vinculadas a liderazgo, y como perder la pena para socializar en los grupos (mencionada solo por las mujeres del nivel avanzado). Es interesante observar que los hombres del nivel Avanzado y Básico valoran más las capacitaciones específicas directamente vinculadas a como producir.

Cuadro 9. Temas de capacitación impartidos y más valorados por los/as emprendedores

Temas de capacitaciones que han recibido y les ha servido más	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M%
Planificación de una empresa						17
Administración de la empresa				22		83
Elaboración de pan					14	
Pasos para destazar pollos					14	
Producción de pollos					29	
Todas					43	
Habilidades para la vida				11		
Educación financiera				11		
Presupuesto				22		
Emprendedurismo				22		
Plan de negocios				11		
Formación de líderes			33			
Gestión de proyectos			67			
Como administrar mi negocio y dinero	16	80				
Como perder la pena para socializar		20				
Hojalatería	16					
Manejo de aves	16					
Artesanía manual	16					
Carpintería	16					
Comercialización	16					

A pesar de que han recibido muchas capacitaciones, siempre valoran que les hacen falta algunas de ellas o se debe profundizar un poco más en las ya recibidas. Los temas que necesitan que se profundice, en primer lugar se puede mencionar los vinculados a la administración del negocio y gestión empresarial; en segundo lugar, como lograr una mejor calidad y presentación de los productos, cuadro 10.

Dentro de los temas nuevos se mencionan derechos humanos (expresado solo por los hombres del nivel Medio), y como competir y ser una ganadora (expresado por las mujeres del nivel Avanzado). Es bueno destacar que las mujeres del nivel Básico expresaron, que por ahora no tienen idea de cuales capacitaciones les pueden hacer falta, probablemente se deba a que por el momento se encuentran satisfechas de las recibidas y consideran que no les faltan más; pero también debe recordarse que son jóvenes entre 15 y 18 años, aun dependientes de sus padres en forma total.

Cuadro 10. **Temas de capacitación que necesitan profundizar o no recibidos**

Temas necesarios para capacitación que aun no han recibido los emprendedores	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Buenas prácticas de trabajo	16					
Administración del negocio	50			22	43	
Calidad de productos	16	80				
Atención al cliente	16					
Como competir y ganar		20				
Capacitación en turismo			17			
Derechos humanos			50			
Mecánica automotriz			17			
Pintura artística			17			
Gestión empresarial				66		
Manejo de aves				11	14	
Peluquería					14	
Empacado de pollos para la venta					29	
No tienen idea de cuales						100

Se considera que los temas sugeridos muestran en primera instancia que hay grupos bien enfocados en su negocio, por lo que piden perfeccionarse en aspectos administrativos y gerenciales; los menos avanzados demandan temas que les permitiría (de recibirlos) incursionar en otras esferas de conocimiento y emprendimientos que hasta hoy no les son familiares.

4.4 Procesos a seguir para establecer negocio o empresa

Cuando se les pide ordenar la secuencia de cómo emprender un negocio a los jóvenes que ya tuvieron la experiencia, ellos/as muestran su capacidad de organizar sus pensamientos, figura 5 y 6. Las mujeres de los tres estratos ven el orden secuencial del proceso diferente a los hombres, ante esto, no se puede decir que uno es mejor que el otro, pero en función de la experiencia se sugiere que antes de iniciar un nuevo proceso de fomento del emprendedurismo con jóvenes, se deben considerar ambos y aplicarlos en forma integrada según las especificidades de los jóvenes y los territorios a trabajar.



El programa de emprendedurismo ha logrado apoyar e integrar la diversidad de iniciativas de los jóvenes de Tacuba



Figura 5. **Proceso a seguir para establecer una empresa exitosa visto por los hombres**



Figura 6. **Proceso a seguir para establecer una empresa exitosa visto por las mujeres**



4.5 Apoyos que demandan los jóvenes emprendedores

Al preguntar a los emprendedores ¿Qué es lo que siempre deben apoyar las organizaciones locales, ONG, Gobierno y proyectos para lograr buenos resultados en el emprendimiento?, se plantean de mayor a menor frecuencia lo demandado por los jóvenes.

Los/as jóvenes emprendedoras consideran que la comunidad y su organización deben:

- Ayudarles a promover sus productos o servicios,
- Motivar y apoyar a los jóvenes a ser emprendedores,
- Animar a los jóvenes a ser emprendedores, y a la comunidad a consumir los productos y servicios de los emprendedores.

Los/as jóvenes emprendedoras consideran que las ONG, Gobierno y proyectos deben:

- Implementar un programa de capacitación integral desde establecer el emprendimiento hasta hacerlo crecer,
- Apoyar con recursos económicos o materiales para establecer la empresa.
- Brindar apoyo en sondeos de mercado, estudios de factibilidad o planes de negocios,
- Promover intercambios con otros emprendedores,
- Brindar acompañamiento técnico y metodológico a todos los jóvenes.



Emprendedoras muestran como se elaboran los rótulos en su empresa en el Día de Logros de la Juventud de Tacuba.



Emprendedoras muestran parte de la producción de rótulos en Día de Logros de la Juventud de Tacuba.

4.6 Decisiones importantes que toman los y las emprendedores

Los emprendedores tienen que tomar muchas decisiones importantes. Para su propio desarrollo, el de su familia, su empresa, la comunidad y los otros jóvenes; pero muchas veces los programas de apoyo al emprendedurismo no le dan relevancia a las capacitaciones y ejercicio práctico de cómo tomar decisiones acertadas en el momento oportuno, en el cuadro 11 aparece con un número 1 las decisiones más importante que han tomado y con el número 2 la segunda decisión de mayor importancia; la idea es mostrar por nivel de avance de emprendedurismo y por sexo las decisiones que han tomado los jóvenes ya ejerciendo como emprendedores.

Cuadro 11. **Decisiones importantes tomadas por los emprendedores (1 la decisión más importante y 2 la segunda en importancia)**

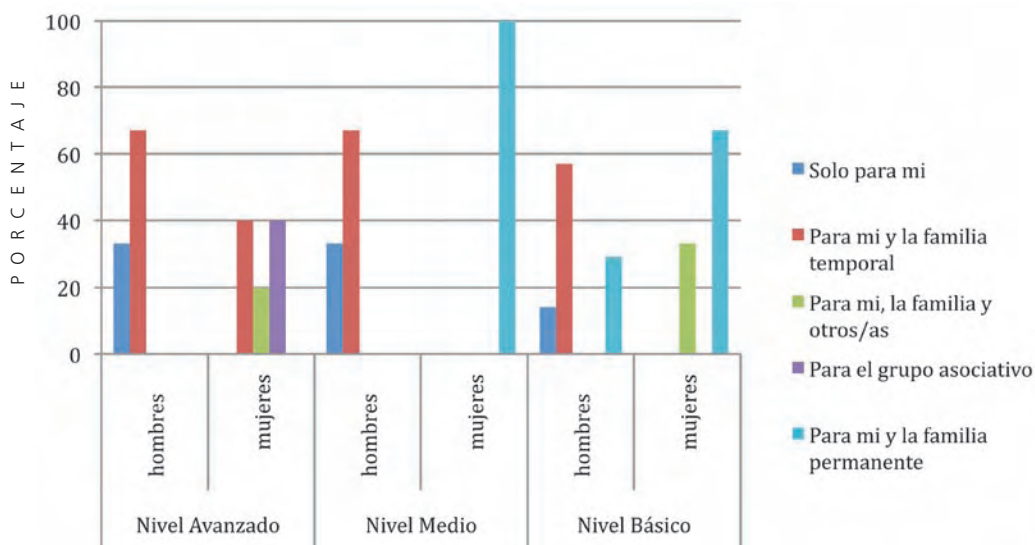
Decisiones más importantes tomadas como emprendedores	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Etapas 1: para comenzar el proceso de ser emprendedor						
Vencer el temor	1	2				1
Arriesgarse	2					
Tomar capacitaciones		1				
Incluirse en el proyecto beneficiario			1			
Gestionar la idea del emprendimiento			2			
Tener iniciativa				1		
Contribuir con los demás				2		
Mejorar para seguir adelante					2	2
Esforzarse para desarrollar la empresa					1	
Etapas 2 para producir en la empresa o negocio						
Capacitarse					2	1
Ofrecer un buen producto	1				1	
Necesidad de cumplir la demanda				1		
Variar los productos				2		
Tener los conocimientos técnicos			1			
Dedicar tiempo al negocio			2			2
Tener las instalaciones adecuadas		1				
Aprender todo el proceso de producción		2				
Precio competitivo	2					
Etapas 3 para manejar su empresa o negocio						
Deseo de superación				1		1
Cumplir metas				2		
Dedicar tiempo necesario			1			
Planificar el trabajo			2			
Aprender a administrar bien		1				2
Planificar bien el proceso de producción y venta		2				
Capitalizar la empresa	1					
Reinvertir en el negocio	2					

Decisiones más importantes tomadas como emprendedores	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Etapas para mantener la calidad los productos o servicios						
Conocimiento del oficio	1					
Actualizarse en el negocio	2					2
Producir con calidad		1				
Hacer siempre bien los productos		2	2			1
Trabajar con insumos de calidad			1			
Dar buen manejo a los animales				2	2	
Higiene del producto (personal e infraestructura)				1	1	
Etapas para vender y mantener la clientela						
Atender bien a los clientes (ser amable)		1	1	2	2	1
Tener un producto aceptable para la clientela	2		2		1	
Tener disponible el producto para mantener la clientela				1		2
Poner el precio y que sea competitivo	1	2				
Etapas para obtener mejores ganancias y crecer						
Optimizar los recursos	1					
Buscar mejores precios de insumos	2					2
Mantener la clientela		1				
Ampliar el mercado		2				
Reinvertir las ganancias			1			
Administrar bien			2			
Registrar las entradas y salidas (contabilidad)				1	2	1
Dar valor agregado				2		
Vender a buen precio					1	
Etapas para adquirir y pagar un crédito para funcionamiento de la empresa						
Tener ganancias					2	
Ser responsable		1			1	1
Invertir en productos con mayor demanda				2		
Mantener separado el gasto del negocio con el de la casa				1		
Considerar la capacidad de pago al tomar un crédito			1			
Hacer buen uso de los fondos		2	2			
Tener buen mercado de los productos	1					2
Administrar bien el negocio	2					

4.7 Generación de empleo, ingresos y destino

Los hombres consideran que los emprendimientos, prioritariamente permiten generar autoempleo permanente para ellos, figura 7; sin embargo las mujeres consideran que genera autoempleo permanente para ellas y para sus familias en forma temporal o permanente. En ambos casos los emprendimientos económicos son una forma de generar empleo en las comunidades, esto reviste importancia social y económica pues empleo es lo que más falta hace, además permite a los jóvenes tener oportunidades concretas para su autodesarrollo, apoyar a sus familias y la comunidad.

Figura 7. **Generación de empleo en las empresas**



Los jóvenes consideran que tienen ingresos mensuales provenientes de sus emprendimientos en un rango de Ingresos desde US\$US 25.00 hasta más de US\$200.00, cuadro 11. Los hombres (84%) del nivel Avanzado son los que logran con mayor frecuencia ingresos de más de US\$200.00, mientras que las mujeres (80%) se concentran entre US\$50.00 a US\$150.00. Las hombres (100%) del nivel Medio se concentran en, entre US\$25.00 a US\$50.00 y las mujeres (100%) se concentran entre US\$50.00 a US\$100.00. Los hombres (86%) del nivel Básico tienen ingresos promedios de US\$25.00 a US\$50.00 y las mujeres (86%) tienen ingresos entre US\$50.00 a US\$100.00.

Es evidente que el nivel Avanzado logra un mayor ingreso mensual pero no hay diferencias entre el nivel Medio y Básico esto puede ser explicado por ambos grupos. Participar de un proceso similar de apoyo y las diferencias solo se encuentran en el avance gerencial de los emprendimientos. Nótese que, aunque podría parecer a

muchas personas, que estos rangos son bajos, para jóvenes que no tenían oportunidad de percibir dinero para cubrir algunas necesidades, es altamente valorado el hecho de tener ahora ingresos “extra” y además, son manejados a su criterio.

Cuadro 11. Rango de ingreso mensual logrado de los emprendimientos por los jóvenes

Ingreso mensual obtenido en un año normal	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
25 a 50.00			100		86	
50.1 a 100.00	16	40		100	14	83
100.1 a 150		40				17
150 a 200		20				
Más de 200.00	84					

El destino principal de los ingresos es para reinvertirlos en el emprendimiento esto para mejorarlo y lograr una sostenibilidad en los ingresos, pues una parte de los ingresos se ocupan en los gastos personales, apoyo a la familia. Es importante destacar que un 33% de las mujeres del Nivel Básico una parte de los ingresos los ocupa para ahorrarlos y un 40% de las mujeres del nivel Avanzado una parte la usan para darse sus gustos y atender emergencias.

Cuadro 12. Destino de los ingresos de los emprendimientos manejados por los jóvenes

Destino de los ingresos obtenidos en la empresa	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Reinvertirlo en el negocio	100	100	100	100		67
Ahorrarlo						33
Reforzar la empresa					100	
Ayudar económicamente a la familia					57	
Mejoramiento de la empresa e instalaciones		100				
Alimentación familiar		60				
Darse gustos y atender emergencias		40				
Gastos de vida personal	100					

Se puede resumir que, aún cuando los emprendedores buscan ayudar a sus familias, lo que hacen con sus ingresos, es reinvertirlo en la empresa, porque ellos y ellas saben que haciendo crecer la empresa tendrán más oportunidades de salir a flote ellos (ellas) y sus familias.

4.8 Qué hacer para aumentar las ventas

Para evaluar las acciones que tienen que hacer los emprendedores para aumentar las ventas se tomaron las que calificaron con la prioridad 1 y 2 (máxima prioridad), se puede concluir que en primera instancia consideran que se deben cuidar los clientes y darles seguimiento; en segunda instancia, mejorar la calidad de los productos; en tercera instancia, hacer una buena administración del emprendimiento; y en cuarta instancia, diversificar la oferta de productos y flexibilizar los precios. Las acciones planteadas por los jóvenes muestran el grado de claridad que han logrado en el tema, corresponderá a las instituciones de apoyo como FUNDESYRAM acompañar a los emprendedores en dichas acciones.

Cuadro 13. **Acciones prioritarias que consideran los jóvenes se tienen que hacer para aumentar las ventas**

Prioridad de acciones para aumentar las ventas	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Mejorar la calidad de los productos	3	1 */	2	3	2	2
Hacer una buena administración	4	3	1	7	1	4
Análisis de precios para tener ofertas	7	6	4	6	3	
Diversificar la oferta de productos	5	9	5	2	5	
Publicidad	6	4	7	5	4	
Mejorar presentación	8	5	6	4	6	
Cuidar los clientes y su seguimiento	1	2	3	1	7	
Idear ofertas de productos	9	8	8	8	8	
Flexibilizar precios	2	7	9	9	9	

*/ El número menor "1" significa que le dan la máxima prioridad y el mayor la menor prioridad =10

Para mejorar las ventas se considera de extrema importancia como los emprendedores logran la información sobre las principales amenazas del mercado. En general ellos/as plantean una gama de opciones que deben ser consideradas por cualquier emprendedor, pero se especifica cómo piensa cada nivel de emprendedores.



Los jóvenes emprendedores y emprendedoras promocionan sus productos en el ámbito local y nacional



El nivel Avanzado, considera que la pueden obtener de consultas con los consumidores, analizar los precios de la competencia y los clientes de la competencia y analizar siempre la calidad del producto.

El nivel Medio, considera que él o ella deben visualizar estas amenazas.

El nivel Básico, considera que los pueden obtener de los medios de comunicación, los distribuidores de insumos y los amigos.

4.9 Perfil del emprendedor sugerido por los mismos emprendedores

Para definir el perfil de un emprendedor predominan cualidades o valores propios de la persona, sobre las habilidades o destrezas del mismo. Las más frecuentes en orden descendente son Responsabilidad, Amabilidad, Respeto a las personas y que se ordenado en todo, figura 8.

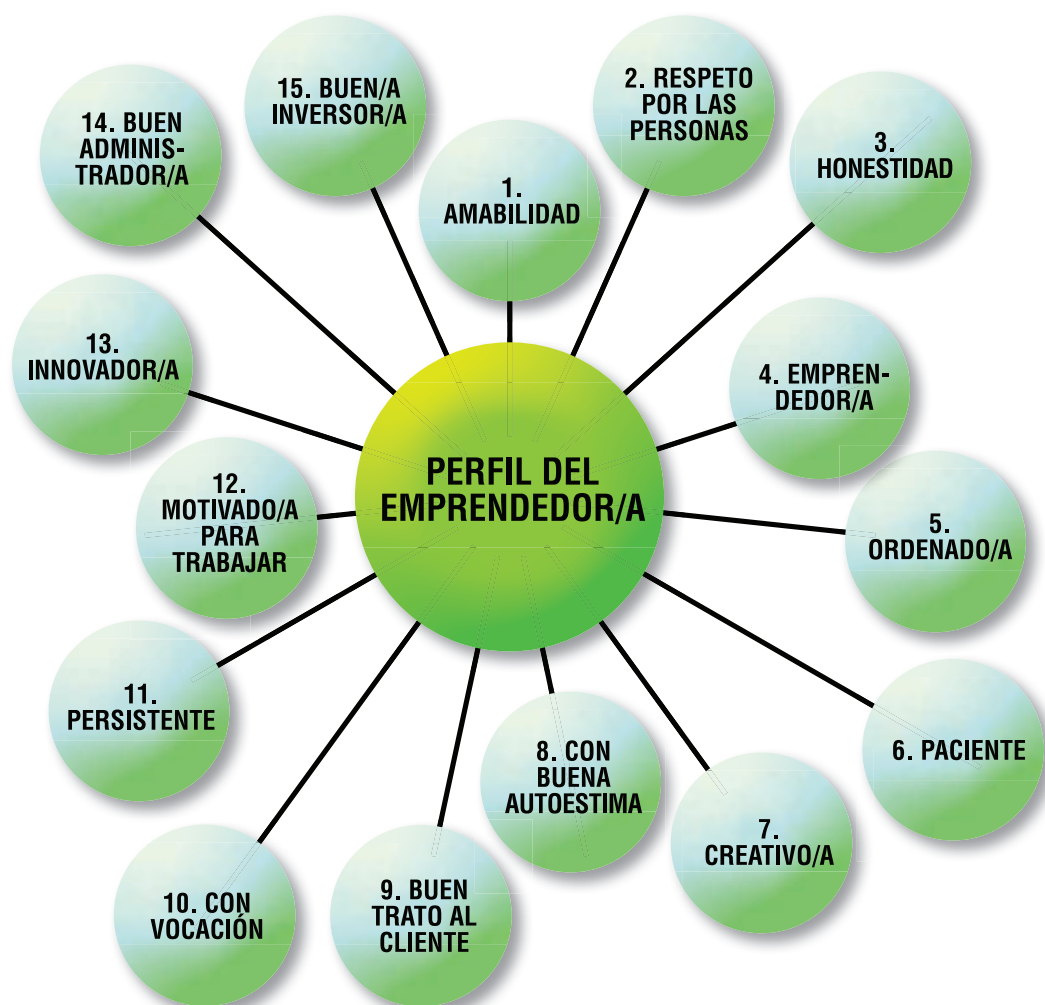


Figura 8. **Cualidades y destrezas que deben formar parte del perfil de el/la emprendedor/a según los/las mismos/as emprendedores/as.**

4.10 Logros e impactos obtenidos o influenciados por los emprendedores

Se evalúan los logros personales, en los emprendimientos y en la comunidad, además de los impactos económicos.

Logros personales, los logros están en la esfera económica, familiar y el auto-desarrollo, dichos logros se pueden resumir en:

- Los planteados por hombres y las mujeres, que al ser emprendedores logran, tener seguridad alimentaria de la familia, y adquirir mejores conocimientos y capacidades.
- Los planteados solo por las mujeres, aprender a administrar un negocio propio, y aprender a tomar decisiones propias.
- Los planteados solo por los hombres, lograr seguridad de uno mismo y de lo que hace, tener mayores ingresos, lograr estabilidad laboral al no depender de otros, y lograr el desarrollo familiar.

Logros en el emprendimiento. Es una buena señal, en términos de éxito, que la empresa sufra cambios para mejorar. En general, Los cambios más frecuente en primera instancia están vinculados a haber logrado una mejor calidad en la producción; en segunda instancia, haber logrado ampliar las instalaciones del emprendimiento y aumentar la producción. Se destaca que solo las mujeres del nivel Medio plantearon como logro haber diversificado la producción, y solo los hombres del nivel Básico, que han mejorado la forma de venta del producto.

Logros en la comunidad. Los principales logros o beneficios para las comunidades, en primera instancia (100%) de que se ha acercado los productos frescos generando a las familias ahorro de transporte al no tener que salir a buscarlos a las ciudades; en segunda instancia, se ha despertado interés en otras personas jóvenes para ser emprendedores/as, ofertar productos de mejor calidad, aliviar la carga domestica de las mujeres (planteado específicamente por los hombres del nivel Medio y Básico y las mujeres del nivel Avanzado) y fortalecer el mercado local. Es importante destacar que solo los hombres del nivel Avanzado, plantean como logro contribuir a mejorar la dieta alimenticia y lograr una mejor utilización del tiempo.

Impactos económicos. Partiendo de que un programa de emprendedurismo que procura facilitar el desarrollo de la gente especialmente de las mujeres adultas y los jóvenes y su territorio, debe generar resultados económicos que causen impacto positivo en la economía local, es por eso que se evaluó la apreciación que tienen los jóvenes de cómo sus emprendimientos han contribuido a mejorar las familias y comunidades, cuadro 14. Entre los principales impactos se destacan: primero, evita la fuga de dinero de la comunidad al consumir los productos que se generan en la misma comunidad, ahorrarles tiempo y dinero en la compra de productos a las fa-

milias de las comunidades, segundo, logra hacer inversión local, desarrollar nuevas oportunidades de mercado para los productores/as que traen como consecuencia la reactivación de la economía comunal.

Cuadro 14. Beneficios económicos para la comunidad por la existencia de los emprendimientos manejados por los jóvenes

Beneficios económicos producidos en la comunidad	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Ahorro de tiempo y dinero en la compra de productos	100	100	100		86	
Reactivación de la economía comunal	100		10		86	
Evita fuga de dinero de la comunidad	100	100	60		86	17
Nuevas oportunidades de mercado para los productores	100					
Generación eventual de empleo	100					
Hay inversión local		100	40	100		
Nuevas oportunidades de mercado para los productores		100			86	83
Generación de empleo		100				
Aumento de la infraestructura			30		86	

4.11 Principales beneficios de trabajar en redes

A la juventud de la zona se le ha animado a asociarse para que puedan luchar por sus derechos y hacer valer su condición de joven que demanda atención especial, si en verdad se quiere promover el desarrollo en el municipio y país. A la fecha los jóvenes de han organizado en 14 Comités comunales juveniles y se integran en la Asociación de Desarrollo Juvenil del Municipio de Tacuba, ADEJUMUT en la cual se han asociado 129 jóvenes (50.4% mujeres), cuyo lema es “Los jóvenes de hoy luchamos para mejorar el mundo de los jóvenes del mañana” de quienes tomamos prestado parte de su lema para el título de esta publicación. Dentro de este proceso de Asociatividad se ha comenzado a motivar a los jóvenes emprendedores a trabajar en redes de emprendedores y es por ese motivo que se les consultó como lo ven, pues se pueden obtener mejores resultados de sus emprendimientos, pero ellos lo valoran así:

En primer lugar, ven las ventajas de capacitarse mejor al compartir técnicas y conocimientos, buscar mercados juntos y tener menos competencia al trabajar en forma

integrada; en segundo lugar, les permitiría disminuir los costos y aumentar las ganancias; y en tercer lugar, como ya serían varios produciendo lo mismo les permitiría escalonar producción para poder incidir mejor en el mercado con una demanda más uniforme y mejorar los precios al no producir todos/as al mismo tiempo, lograr una mayor competitividad, el valor agregado queda dentro del grupo, y tener acceso a créditos cuando lo necesiten.



Juramentación de uno de los 14 Comités Comunitarios de Jóvenes.



Proceso de constitución de la Asociación de Desarrollo Juvenil del Municipio de Tacuba, ADEJUMUT.

Directiva de la ADEJUMUT.





Asistentes a la celebración del Día de la Juventud de Tacuba, diciembre 2011.



Visita de seguimiento y apoyo de la UE a los jóvenes emprendedores/as y su Asociación.

4.12 Lo que volvería o no, a hacer, si comenzara de nuevo a ser emprendedor

Dado que este estudio es un análisis de las facetas de un proceso de emprendedurismo, un aspecto que no puede dejarse a un lado es cuáles son aquellas acciones “que se volverían a hacer y cuáles no volvería a hacer” de tener que comenzar de nuevo. Es importante determinarlo puesto que otras personas emprendedoras podrían guiarse por estos pasos para ser exitosas; la experiencia de los jóvenes emprendedores se puede resumir en.

Lo que volvería a hacer si comenzara de nuevo, **en primer lugar**, llevar registros del emprendimiento desde el inicio; **en segundo lugar**, hacer las inversiones necesarias para ampliar la empresa, y fomentar la amabilidad para con todos/as; **en tercer lugar**, ser responsable siempre, sentirse capaz y eficiente, tomar decisiones oportunas, concientizar a la familia de cuidar el negocio, y asociarse con otros emprendedores. Es bueno destacar que solo las mujeres del nivel Avanzado plantearon que se deben hacer compras asociativas. Lo que indica el grado de conciencia y haber experimentado ventajas al asociarse.

En todo proceso se hacen acciones que no deberían repetirse porque han sido contraproducentes, por tanto, conocerlas es bueno para evitarlas en el futuro. Lo que no volvería a hacer si comenzara de nuevo, **en primer lugar**, escuchar los comentarios negativos, y dar fiado sin control; **en segundo lugar**, tener pena, mezclar los gastos de la empresa con los de la casa, sentir miedo y duda de las capacidades que se tienen; **en tercer lugar**, tratar mal a los clientes, y ser irresponsable.

Es bueno destacar que solo los hombres del nivel medio expresaron que no volverían a producir sin planificación, y los hombres del nivel Avanzado, invitar a los amigos a consumir los bienes del negocio, pues apunta a experiencias vividas y lecciones aprendidas.

4.13 Negocios más rentables que conocen los jóvenes

Cada joven seleccionó su idea de empresa y la implementó; pero además ha evaluado las que según él o ella, son más rentables. **Las mujeres** ven como más rentables los emprendimientos de molino de nixtamal, tiendas, producción y venta de pollos, producción de café tostado y molido; mientras que **los hombres** ven como más rentables los emprendimientos de molino de nixtamal, tiendas, panadería, y ciber café.

Ambos coinciden en que las más rentables son las de molino de nixtamal y tiendas. Es interesante observar que de los emprendimientos agropecuarios solo aparecen la crianza de pollos y la agroindustria de café tostado y molido.



Emprendimiento de pollo de engorde y molino de nixtamal.

4.14 Acciones que deben implementar los jóvenes emprendedores de cara al ambiente

Los emprendedores también saben de la responsabilidad social de toda empresa, particularmente en el cuidado del medio ambiente, consideran que hay que hacer acciones para mejorar su entorno ambiental. Las mujeres plantean, sembrar árboles, recolectar la basura, mantener limpios los corrales de los animales, reciclar y manejar bien los desechos o residuos; mientras que los hombres plantean, conservar los árboles, usar otro combustible que no sea leña en las panaderías, utilizar el estiércol como abono orgánico, reciclar, utilización de semillas criollas y mantener aseado el negocio, tener plantas ornamentales. Ambos, sembrar árboles y conservarlos, mantener aseado el ambiente, y reciclar.



Jóvenes integrados a su comunidad participan en la producción de plantas para contribuir a mejorar el ambiente.

4.15 Articulación de esfuerzos con la municipalidad y Gobierno Central

Las demandas concretas de los jóvenes para su municipalidad y Gobierno central son diversas y están reflejadas en el cuadro 15. La riqueza de planteamientos que hacen los jóvenes es bueno que sean retomados no solo por las municipalidades y Gobierno central sino también por las ONG y proyectos de desarrollo.

Cuadro 15. **Acciones que deben implementar las municipales y Gobierno Central**

Que hacer para lograr mejores apoyos de las instancias	Nivel Avanzado		Nivel Medio		Nivel Básico	
	H %	M %	H %	M %	H %	M %
Municipalidad						
Agruparse como comunidad	100		100			67
Dar capacitaciones en emprendedurismo		100				33
Crear talleres vocacionales para jóvenes					100	
Coordinar con ONG locales					43	
Crear un mercado donde los jóvenes comercialicen					100	
Incentivar con becas escolares				100		
Planificar y gestionar proyectos			80			
Participando en cabildos abiertos			60			
Dar fondos para apoyar el establecimiento		100				
Abrir las puertas a las ONG		100				
Respaldo legal		100				
Tener capacidad instalada en su negocio		100				
Con el Gobierno Central						
Encuentro entre jóvenes					100	67
Acercar a los jóvenes con las organizaciones						17
Generar empleos para los jóvenes						17
Coordinando con las instituciones			100			
Planificando y gestionando proyectos			80			
Haciendo alianzas estratégicas			60			
Capacitando en emprendedurismo		100				
Aportar fondos para apoyar los emprendimientos		100				
Tener contactos adecuados	100					
Hacer convenios con instituciones	100					

4.16 Visión de futuro de los jóvenes emprendedores

Tener una visión hacia el futuro es uno de los logros importantes que tienen los jóvenes emprendedores; pero que no siempre es considerado como tal. Las Mujeres plantean, hacer crecer la empresa, crecer en el mercado, dar empleo a otras personas, mejorar la calidad de vida de la familia. Los hombres plantean ser exitoso, generar empleos, contar con herramientas y equipo necesario, Hacer crecer la empresa, mejorar la calidad de vida de la familia, diversificar los productos y servicios. Ambos plantean generar empleos, hacer crecer la empresa, mejorar la calidad de vida de la familia.



Jóvenes participando en campañas ambientalistas de promoción del uso de las semillas criollas e insumos orgánicos.

Sostenibilidad de los emprendimientos

Es importante conocer como los y las jóvenes emprendedoras plantean que están buscando la sostenibilidad de las empresas, esto no es fácil pues intervienen muchas variables que en la mayoría de los casos no están bajo el control de ellos/as.

5.1 Acciones que se deben hacer para mantener los emprendimientos

Las acciones identificadas por los emprendedores/as en primer lugar son, lograr una buena administración en segundo lugar, dar una buena atención al cliente, separar gastos del negocio con los de la familia, tener un presupuesto con base en prioridades, llevar registros actualizados, dar seguimiento al plan de negocios, mantener la clientela, invertir bien, diversificar los productos, evitar vender al crédito (fiado), estandarizar precios entre empresarios del mismo negocio, y mantenerse unidos como empresarios. Obsérvese que no señalan medidas que no dependan de ellos y ellas, esto refleja el grado de empoderamiento y de conciencia acerca de su rol en el emprendimiento. Han superado la etapa de dependencia del apoyo externo aún cuando en otro apartado hacen alusión a apoyos que les ayudarán a lograr la sostenibilidad.

5.2 Acciones para hacer crecer la empresa y hacerla rentable

Las opciones consideradas como acciones para que la empresa “no quiebre” revelan otra vez que se trata de medidas a tomar por los empresarios mismos y no por entes externos.

Las mujeres, ampliar la clientela, producir en gran escala, llevar registros contables, bajar costos, invertir bien y en mayor cuantía. **Los hombres**, ampliar la clientela, invertir bien y en mayor cuantía, ampliar la empresa, vender a buen precio, optimizar uso de recursos, hacer compras asociativas, capacitar al personal, y capitalizar la empresa. **Ambos**, ampliar la clientela, invertir bien y en mayor cuantía. Es importante destacar que en el grupo avanzado de hombres, las respuestas se pueden resumir en una sola “buena administración” ya que separar gastos y presupuestar con base en prioridades es parte de una buena administración. En el caso de las mujeres el énfasis está en llevar registros, dar seguimiento al plan de negocios y mantener la clientela. El grupo de hombres del nivel medio, reconoce la importancia de mantenerse organizados como una forma de mantenerse a flote.

5.3 Permanencia de la empresa en el tiempo

El 100% de las mujeres considera que sus empresas permanecerán por más de 10 años y solo el 56.3% de los hombres mantiene este pensamiento; esto da una idea del nivel de empoderamiento de sus emprendimientos que han logrado las mujeres. Las mujeres consideran que sus empresas permanecerán ese tiempo debido a que rinden los frutos esperados, se tiene una buena administración desde el principio, los productos son de calidad, tienen el entusiasmo, y se cuenta con que Dios les dará salud y sabiduría. Mientras que los hombres plantean: existe demanda del producto, se generan ingresos económicos, se cuenta con apoyo familiar y de programas, se tiene buena administración desde el principio, se reinvierte en los emprendimientos, y se optimizan los recursos. Ambos coinciden que serán sostenibles porque se tiene buena administración desde el principio.

El 43.7% de los hombres que consideran que no pueden permanecer más de 10 años con sus emprendimientos, se debe a que tienen temores, aun en el nivel Avanzado, estos están ligados a la alta competencia, disminución de la demanda y falta de visión; mientras que el nivel Básico, los temores están ligados a la corta edad de los y las participantes, el no tener espacio propio, tener que viajar lejos para obtener las materias primas.

5.4 Apoyos adicionales que se requieren para ser sostenibles

Las mujeres consideran que se necesitarán: más capacitaciones especializadas, financiamiento (apoyo económico y créditos), mayor apoyo familiar, y salud y sabiduría de Dios. Mientras que los hombres consideran que se necesitarán: más capacitaciones especializadas, financiamiento (apoyo económico y créditos), mayor apoyo familiar, mejoramiento de infraestructura, apoyo técnico, apoyo asociativo empresarial, y un programa permanente de emprendedurismo juvenil. Ambos grupos coinciden en que se necesitarán: más capacitaciones especializadas, financiamiento (apoyo económico y créditos) y mayor apoyo familiar.





Conclusiones, Lecciones aprendidas y Recomendaciones

Las conclusiones, lecciones aprendidas y recomendaciones se han elaborado para que puedan ser analizadas por las instituciones de Gobierno, municipalidades, ONG o proyectos de desarrollo, de tal manera que puedan ser de utilidad para orientar o reorientar programas, proyectos o acciones de apoyo a los jóvenes teniendo como eje central el emprendedurismo juvenil.

6.1 Conclusiones

1. Jóvenes del área rural de Tacuba, que viven en condiciones de pobreza y sin oportunidades, han experimentado que, con el emprendedurismo y la asociatividad con otros jóvenes pueden empezar a cumplir sus sueños de autodesarrollo, mejorar la autoestima y contribuir para que la familia y la comunidad entren a la ruta del desarrollo sostenible lejos de la desintegración familiar, el desarraigo y la delincuencia.
2. Las mujeres y hombres jóvenes construyen barreras en sus mentes como la creencia de que no hay oportunidades para su desarrollo, el temor a represión de parte de los adultos, y temor a fracasar; estas barreras pueden llegar a frenar el deseo de salir adelante; pero estas barreras los jóvenes emprendedores de Tacuba las han derribado al lograr pensamientos positivos como “Si tengo la oportunidad puedo mejorar, De mi depende mi desarrollo” contruidos después de participar en intercambios para ver el ejemplo de otros jóvenes que en sus mismas condiciones están saliendo adelante, por las capacitaciones y jornadas de motivación
3. Con un buen plan de motivación y formación, la elaboración de planes de negocios participativos, sondeos de mercados participativos e intercambios, los jóvenes pueden llegar a cambiar su idea inicial o mantenerla. Durante la ejecución del proyecto los hombres han mantenido la idea concebida de emprendimiento más que las mujeres lo que se ve reflejado en la tasa de cambio que se dio entre los hombres de 0.15 y para las mujeres de 0.25 (1 de cada 4 mujeres).
4. Con el emprendedurismo los jóvenes pueden salir de su situación de desesperanza, al lograr mejoras sostenibles en la esfera económica, familiar y el autodesarrollo. Específicamente hombres y mujeres plantean que al ser emprendedores logran, tener seguridad alimentaria de la familia, y adquirir mejores conocimientos y capacidades; las mujeres consideran que han logrado aprender a administrar un negocio propio, y tomar sus propias decisiones, y los hombres, que han logrado seguridad en ellos mismos y en lo que hacen, tener mayores ingresos, lograr estabilidad laboral al no depender de otros, y lograr el desarrollo familiar.
5. Con el emprendedurismo gana también la comunidad, los jóvenes consideran que se han acercado los productos frescos y de calidad que permite a las familias ahorrar transporte al no tener que salir a buscarlos a las ciudades; se ha despertado interés en otras personas jóvenes para ser emprendedores/as para que estos no busquen la solución de la emigración o delincuencia juvenil, aliviar la carga domestica de las mujeres, fortalecer el mercado local, mejorar la dieta alimenticia, y lograr una mejor utilización del tiempo.
6. Toda acción productiva debe conllevar, como objetivos: el desarrollo económico en pro del mejoramiento del desarrollo personal que eleve el nivel y la calidad de vida del o la beneficiario/a, incluyendo su núcleo familiar, para considerarse verdaderamente exitoso.



6.2 Lecciones Aprendidas

1. La población joven del municipio de Tacuba, es terreno fértil para el desarrollo de iniciativas productivas, bajo un apropiado proceso de capacitación técnica en la disciplina que más se ajuste al perfil de cada beneficiario/a, pero sin olvidar el apropiado seguimiento durante un periodo moderado, que además de guiarle, le sostenga anímicamente, para no bajar la guardia durante el proceso de establecimiento y consolidación como empresarios.
2. Aun cuando los/as emprendedores buscan ayudar a sus familias, lo que hacen con sus ingresos, es reinvertirlo en la empresa, porque ellos y ellas saben que haciendo crecer la empresa tendrán más oportunidades de salir a flote ellos, ellas y sus familias.
3. Para emprender un negocio o empresa, los jóvenes tienen que recibir algunos apoyos básicos para la incubación de los mismos. Lo que más valoran los jóvenes que han logrado llegar a ser emprendedores son en primer lugar la ayuda para elaborar el Plan de negocios (especialmente las mujeres), en segundo lugar las capacitaciones y en tercer lugar los consejos de otros emprendedores o de los técnicos.
4. Toda acción a desarrollar, con esta población, debe tener muy en cuenta su propia idiosincrasia cultural, costumbres y tradiciones; que no signifique la aplicación de "recetas pre elaboradas"; sino una propuesta integral que involucre como fortaleza estas costumbres y tradiciones.
5. Los logros, grandes o pequeños, deben ser parte de la estrategia misma, según las capacidades y aptitudes de los y las beneficiarios/as; que les permita ver su propio avance y les motive a seguir siempre hacia adelante y de esta manera evitar el desánimo, que pudiera servirles de barrera, por no tener logros idénticos a otros beneficiarios/as.

6.3 Recomendaciones

1. Las instituciones que implementan programas de emprendedurismo especialmente con jóvenes, le tienen que poner máxima atención a desarrollar capacidades para competir en los mercados, lo cual pasa por lograr un alto conocimiento práctico del mercadeo, y de cómo producir con calidad y bajo costo los productos o servicios que ofrecen.
2. Las instituciones pueden mejorar el desempeño de todo emprendedor, al afinar aun más la estrategia metodológica lo cual permitirá hacer un uso más eficiente de los recursos de los proyectos y a los jóvenes hacer menos traumática la etapa de decidir el emprendimiento a implementar.
3. Las instituciones que fomentan el emprendedurismo juvenil deben poner atención a la recomendación que ellos dan, de **lo que volvería a hacer si comenzaran de nuevo** el proceso de ser emprendedor, en primer lugar es , llevar registros del emprendimiento desde el inicio; en segundo lugar, hacer las inversiones necesarias para ampliar la empresa, y fomentar la amabilidad para con todos/as; en tercer lugar, ser responsable siempre, sentirse capaz y eficiente, tomar decisiones oportunas, concientizar a la familia de cuidar el negocio, y asociarse con otros emprendedores.

Lo que no volvería a hacer si comenzara de nuevo, en primer lugar, escuchar los comentarios negativos, y vender fiado sin control; en segundo lugar, tener pena, mezclar los gastos de la empresa con los de la casa, sentir miedo y duda de las capacidades que se tienen; en tercer lugar, tratar mal a los clientes, y ser irresponsable. Es bueno destacar que solo los hombres del nivel medio expresaron que no volverían a producir sin planificación y los hombres del nivel Avanzado, invitar a los amigos a consumir los bienes del negocio. Solo las mujeres del nivel Avanzado planteo que se deben hacer compras asociativas.

4. Las instituciones estatales y privadas deben propiciar la inclusión de los beneficiarios/as en las acciones oficiales orientadas a promover el emprendedurismo por medio de eventos orientados a la difusión: ferias, eventos casa abierta, inclusión en celebración de eventos oficiales como aniversarios, días conmemorativos, etc. En los cuales los y las beneficiarios/as puedan exponer y comercializar sus productos. Estos eventos deben contar también con la participación de las autoridades locales
5. Las instituciones que promueven el emprendedurismo juvenil, deben facilitar el acceso de jóvenes empresarios a programas de financiamiento con intereses privilegiados, en el sistema financiero local.
6. Las autoridades locales deben apropiarse de toda actividad de las enunciadas anteriormente, en calidad de apoyos, dado que es la población de la cual son representantes y quienes están considerados en toda plataforma de trabajo tan-

to municipal como de Gobierno Central; bajo el esquema de políticas públicas. Además deben promover intercambio de los jóvenes emprendedores con empresas similares exitosas, que les sirvan de modelo y motivación; ya sea en el mismo municipio o en otros.

7. Las instituciones que fomentan el emprendedurismo juvenil deben empoderar a las organizaciones comunales, a los jóvenes que ya son emprendedores, a los líderes y lideresas locales para que contribuyan a promover e incentivar a los jóvenes a que participen en los programas de emprendedurismo y los apoyen ya siendo emprendedores.
8. Las instituciones de apoyo deben de darle más pensamiento a cómo llegar a tener un perfil del emprendedor, pues no necesariamente todos/as los jóvenes pueden ser emprendedores, esto permitirá en las charlas motivacionales y capacitaciones que los jóvenes tomen sus propias decisiones de entrar a un programa sostenido de emprendedurismo.
9. Las instituciones de apoyo deben darle mucha atención a fomentar capacidades y experiencia entre los jóvenes emprendedores para que logren hacer una buena administración y gerencia de los emprendimientos, a saber aprovechar las oportunidades del mercado, buena competitividad por medio de calidad y buen precio y manejar los emprendimientos con una orientación ecológica.



Anexos

A-1 Base de datos de las iniciativas Económicas Juveniles de Tacuba

No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
1	Blanca Celia de La Cruz	Crianza de gallinas	Jícara	571.5	x			Agropecuaria	F
2	Oqueli Palacios Reinoso	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	M
3	Idalia Elizabeth Reinoso Salazar	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	F
4	Joselin Hortensia Galicia Cortez	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	F
5	Lilian Patricia Campos Osorio	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	F
6	Omar Adolfo Ruiz Lara	Pollo Rojo	San Rafael	687.75			x	Agropecuaria	M
7	Merlín Yasmin Rodríguez	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	F
8	Silver Raúl Ortiz	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	M
9	Yuri Mireya Sarmientos	Pollo Rojo	San Rafael	687.75		x		Agropecuaria	F
10	Luis Antonio Mendoza	Pollo Rojo	Jícara	687.75	x			Agropecuaria	M
11	Consuelo Amelia Saldaña	Pollo Rojo	Carrizal	687.75			x	Agropecuaria	F
12	Ever Antonio López Magaña	Pollo Rojo	Carrizal	687.75	x			Agropecuaria	M
13	José Miguel Aguilera Zuniga	Pavos	San Francisco	134		x		Agropecuaria	M
14	Matías Jonatan Suriano Saldaña	Pollos engorde	Jícara	687.75		x		Agropecuaria	M
15	Nolbia Armida López	Ovejas	Pandeadura	255.5		x		Agropecuaria	F
16	Marcos Alfredo Contreras	Conejos	San Rafael	419.05	x			Agropecuaria	M
17	Henri Otoniel Esteban Rumaldo	Gallina Ponedoras	Sincuyo	571.5				Agropecuaria	M

No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
18	Francisco Vicente Hernández Hernández	Panadería	El palmo real	993.35			x	Transformacion	M
19	Mayra Irene Escobar	Pollo engorde	Rosario	674		x		Agropecuaria	F
20	Gerson Andrés Cashpal Cortez	Pollos engorde	Pandeadura	282.36	x			Agropecuaria	M
21	Sonia Teresa Gonzales Medrano	Gallina	Rosario	1051.42		x		Agropecuaria	F
22	Julio Alfredo Molina González	Pollos engorde	El Rosario	687.75				Agropecuaria	M
23	Reina de Los Ángeles González	Ovejas	Clavelito	1030.65		x		Agropecuaria	F
24	José Luis Antonio Victoriano	Pollos engorde	Sincuyo	687.75	x			Agropecuaria	M
25	Reina María de la Cruz Juárez	Pollos de engorde	Retiro	687.75		x		Agropecuaria	F
26	Rodolfo Alexander Rinaldo	Cerdos	San Rafael	416.75	x			Agropecuaria	M
27	Moris Neftalí García García	Codornices	El Rosario	805.75	x			Agropecuaria	M
28	Evelyn Carolina Ruiz	Cerdo	San Rafael	416.75	x			Agropecuaria	F
29	Zulma Esmeralda Cortez	Cerdo	San Rafael	416.75	x			Agropecuaria	F
30	Xiomara Beatriz Alfaro Sánchez	Pollos	Chilapa	1030.7		x		Agropecuaria	F
31	Nolvia Armida López	Ovejas	Pandeadura	255.5		x		Agropecuaria	F
32	Santos Menéndez y William Magaña	Producción de conejos	Níspero	419.05	x			Agropecuaria	2 M
33	Misael Alfredo Mendoza García y Samuel Mendoza García	Pollo Rojo	La Cumbre	687.75	x			Agropecuaria	2 M
34	Ismael Ernesto Mendoza de la Cruz	Pollo Rojo	La Cumbre	687.75	x			Agropecuaria	M
35	Elvin Rolando Mendoza Hernández	Pollo Rojo	La Cumbre	687.75	x			Agropecuaria	M
36	Victor Manuel Mendoza García	Pollo Rojo	La Cumbre	687.75	x			Agropecuaria	M
37	Verónica Marisol Sandoval	Pollo Rojo	Carrizal	687.75	x			Agropecuaria	F

No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
38	Marvin Leonel García Ascencio	Pollos	Sincuyo Arenales	679.4		x		Agropecuaria	M
39	David Joaquín Rodríguez	Bisutería	Col Las Palmeras	376.9		x		Artesanías	M
40	Luis Alonso Medina Jiménez	Serigrafía	Rodeo 2	666.6		x		Artesanías	M
41	Flor Cristina Godínez	Bisutería	Las Palmeras	481.25		x		Artesanías	F
42	Rocío Claribel García	Jarcía	Las Palmeras	202.5	x			Artesanías	F
43	Jeremías Adelo Rodríguez, Reina Hermelinda Rodríguez y Ernesto Enrique Rodríguez	Bisutería	Loma Larga	253	x			Artesanías	2M 1F
44	Consuelo Guevara Saldaña, Aida Genoveva Guevara Saldaña,	Bisutería	Rodeo 2	231.45		x		Artesanías	F
45	Geovani Alexander Galicia	Tienda de artículos	El Rosario	391.92			x	Comercio	M
46	Sonia Beatriz Jiménez Linares	Comida rápida	Jícara los Manguitos	723.1				Comercio	F
47	Marvin Pérez García	Repuestos para bicicleta	Tacuba La vueltona	765.7		x		Comercio	M
48	Alberto Castro Rivas	Peluquería	Tacuba La vueltona	791		x		Comercio	M
49	Wilfredo López García	Tienda	Jícara			x		Comercio	M
50	Eva Elizabeth Saldaña López	Tienda de artículos	Jícara	125.99		x		Comercio	F
51	Griselda Marilí Cerna Silva	Compra venta de granos básicos	Loma Larga	780	x			Comercio	F
52	William Armando Rodríguez	Tienda.	Carrizal	391.92			x	Comercio	M
53	Kelli Griselda Tobar Rodríguez	Tienda	Jícara Centro	566.97		x		Comercio	F
54	Flor Estela Hernández	Tienda	El Palmo Real	566.97		x		Comercio	F
55	Deysi Iris Hernández	Tienda	Jícara El Escondido	566.97		x		Comercio	F
56	Lorenzo Oswaldo Escobar Contreras	Tienda	Llano Grande	566.97		x		Comercio	M

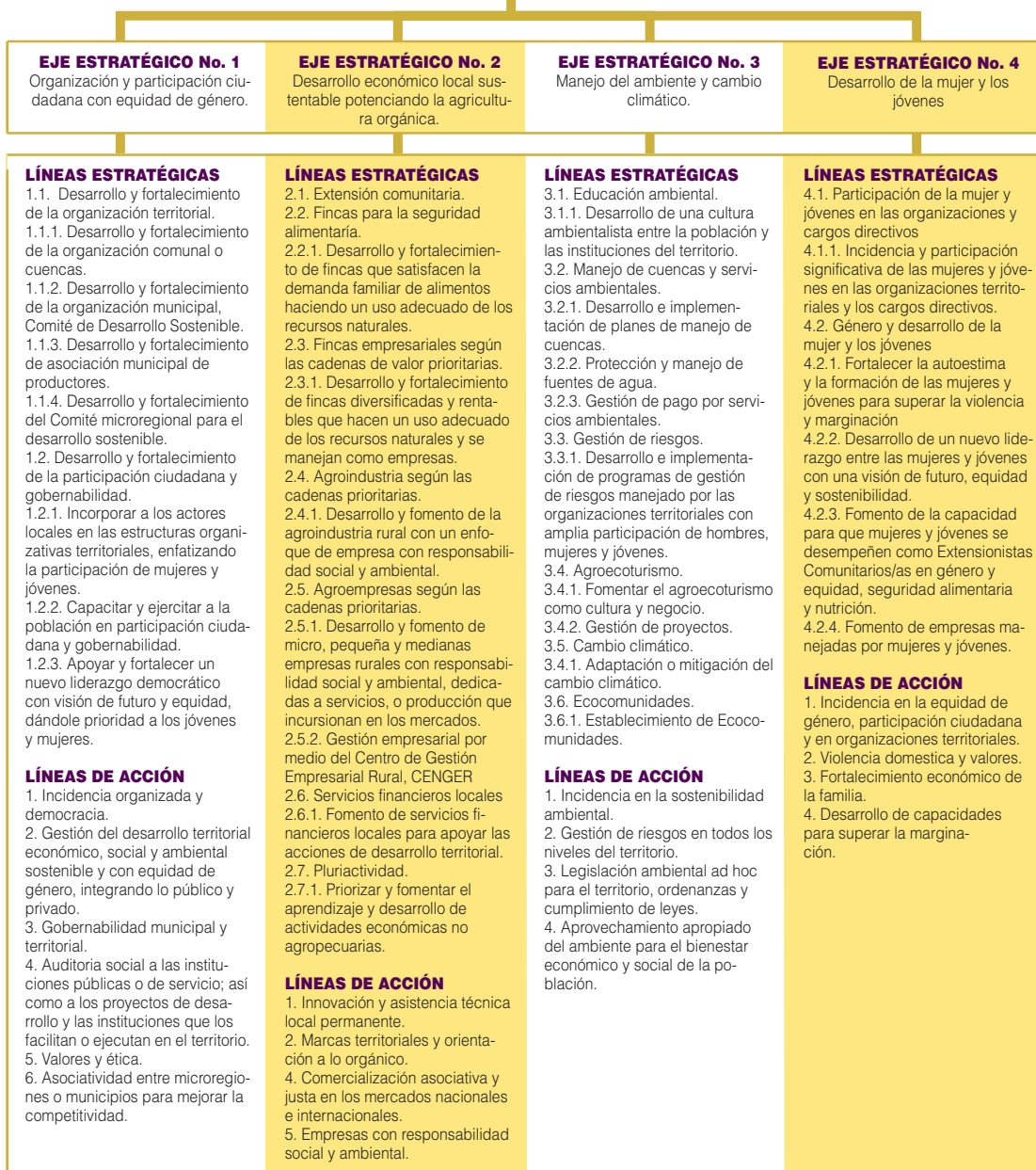
No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
57	Ovidio Enrique Mulato	Tienda	San Rafael	566.97	x			Comercio	M
58	Rosa María Guevara	Tienda	Loma Larga	566.97			x	Comercio	F
59	Júvita Verónica de La Cruz Escalante	Tienda	Jícaro Centro Abajo	566.97	x			Comercio	F
60	Alba Elizabeth Herrera Galicia	Tienda	Chagüite Durazneño	566.97		x		Comercio	F
61	Rosa Imelda Suriano	Tienda	El Nispero	391.92		x		Comercio	F
62	Marilú Aquino	Deshidratado	Tacuba	3999			x	Transformacion	F
63	Sandra Rebeca Rosales	Pupusería	Pandeadura	543.94		x		Comercio	F
64	Yoselin Roxana Guevara Zaldaña	Pupusería	Loma Larga	543.94			x	Comercio	F
65	Deysi Iris Hernández	Tienda	Jícaro	419.97		x		Comercio	F
66	Julio Cesar Mendoza	Tienda	La Vueltona	479.97		x		Comercio	M
67	Emérita Yasmin García Soriano	Tienda	Jícaro	982.6		x		Comercio	F
68	Nancy Geraldina Pineda	Tienda	Calvario	1072.6			x	Comercio	F
69	Roxana Margarita Salazar	Fabricación de chocolate	Rodeo 2	207.6	x			Transformacion	F
70	Jorge Alberto Violante	Tienda	Valle la Puerta	307		x		Comercio	M
71	Angélica Salazar Jiménez	fabricación de chocolate	El Rodeo	207.6	x			Transformacion	F
72	Miriam Claribel Salazar	fabricación de chocolate	Rodeo 2	207.6	x			Transformacion	F
73	Moisés Salazar Mendoza	Tienda	Rodeo 2	391.92		x		Comercio	M
74	Catía Jeamilet Marroquín Rincán	Tienda	La Pandeadura	267.45			x	Comercio	F
75	Silvia Reyes Reyes	Tienda	La Pandeadura	324.92		x		Comercio	F
76	Moisés Elías Rodríguez	Tienda	Retiro	566.97		x		Comercio	M
77	Francisca Hernández	Transformación de café Oro	Sincuyo	262	x			Transformacion	F

No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
78	Liliam Guadalupe Hernández Escobar	Tienda	Jícaro	391.92		x		Comercio	F
79	Mayra Magaña	Tienda de artículos	Jícaro	244.92				Comercio	F
80	Rosa Imelda Suriano Joaquín	Tienda de artículos	Nispero las Pozas	584.92		x		Comercio	F
81	Emérita Yasmin García Soriano	Tiendas de artículos	Jícaro Arriba	982.6		x		Comercio	F
82	María Herminia Martínez Suriano	Tienda de artículos	Nispero las Pozas	634.108		x		Comercio	F
83	Ingrid Jequeline Vasquez, María Herminia Martínez, Marvin Leonel García, Ángel Marciano Ascencio, Roberto Carlos Gonzales	Tostado, molido y venta de café orgánico	Tacuba	3000			x	Transformacion	2 F 3 M
84	Deisy Margarita Hernández	Tienda de artículos	Sincuyo	391.92	x			Comercio	F
85	Luis Argedis Rodríguez, Germán Mauricio Palacios, Ronal Amílcar Sarmientos, César Osmildo Moran, William Antonio Rumaldo, Lucas Salazar, Esaú Rodríguez, Venancio Rumaldo García	Escuela Carpintería	San Rafael	621.75	x			Servicio	6 M
86	Genoveva Saldaña	Panadería	Sicuyo Mameyal	995.2		x		Transformacion	F
87	Pascual Octavio Jiménez Saldaña, Heber Alfonso Saldaña, Fredy Abigail Mendoza Vásquez	Panadería	Chagüite	995.2		x		Transformacion	3 M
88	Wendy Noemy Rodríguez	Panadería	Nispero	995.2			x	Transformacion	F
89	Ubaldo Antonio Rodríguez Milla	Panadería	Carrizal	192.23			x	Transformacion	M
90	Adalberto Rojas y Ulises Rojas	Carpintería	Loma Larga	742.5			x	Transformacion	2 M
91	Berta Esperanza Ramírez Hernández	Confección de prendas	Rosario	93.28		x		Servicio	F
92	Israel Antonio Ascencio	Carpintería	Rosario	309.64			x	Servicio	M

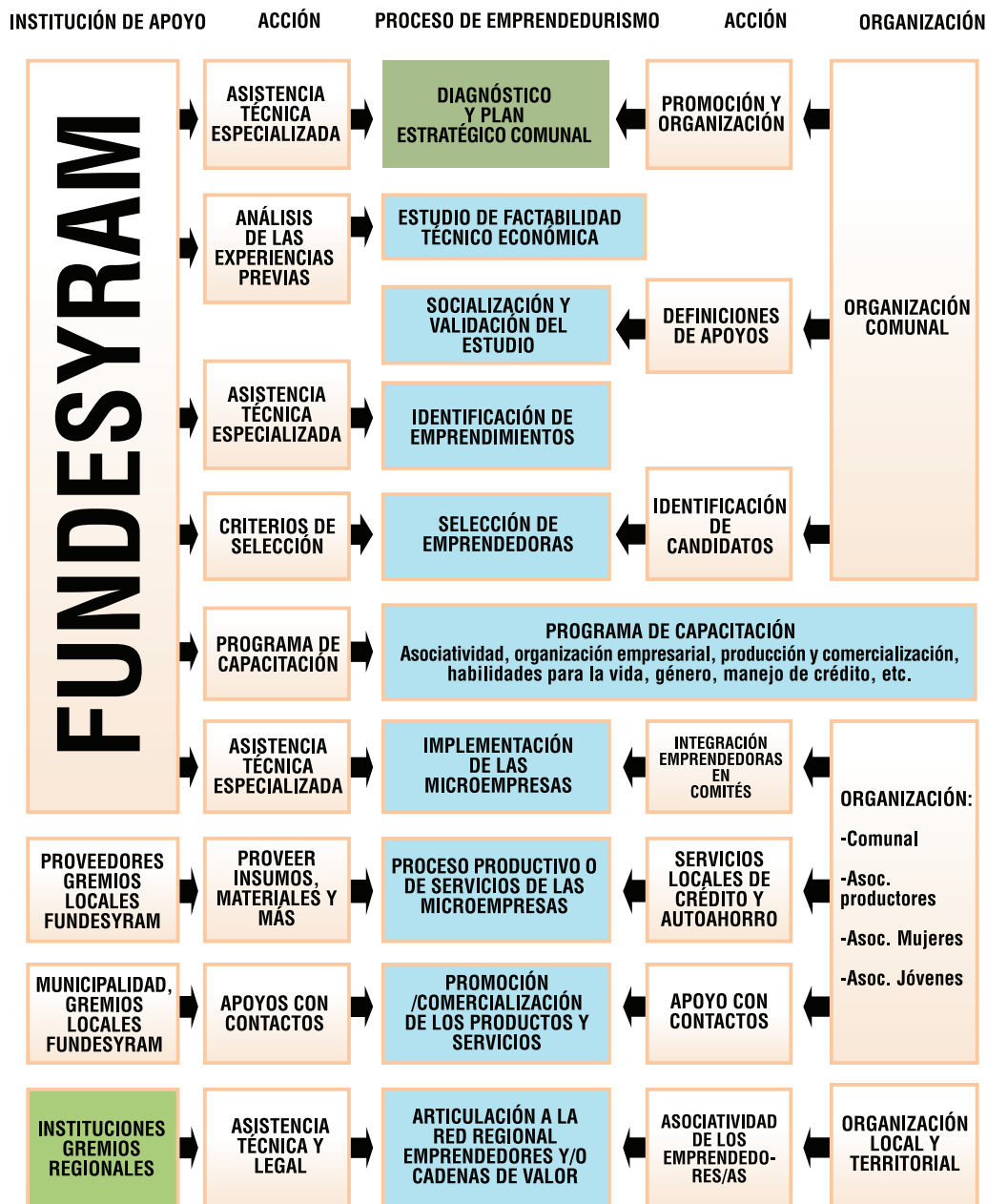
No	Nombre del Beneficiario/a	Rubro de las Empresa	Ubicación	Inversión US\$	Grado de Funcionamiento			Tipo de empresas	SEXO
					Básico	Medio	Avanzado		
93	Alicia Hayde Soriano Hernández	Molino	Palmo Real	1500	x			Servicio	F
94	Félix Godínez	Cambios de aceite para Vehículos	Tacuba	458.21		x		Servicio	M
95	Ana Elizabeth Jiménez	Molino para maíz	Retiro	1400		x		Servicio	F
96	Franklin Yango Vásquez Ibáñez	Molino	San Rafael	1620		x		Servicio	M
97	Cipriano Alfonso Ramos	Molino	Chagüite	1620	x			Servicio	M
98	José Miguel Aguilera Zúñiga	Pavos	San Francisco	214	x			Servicio	M
99	José Isidro Martínez Mendoza	Sastrería	Jícara	640			x	Servicio	M
100	Roberto Carlos Mendoza Ortiz	Carpintería	Barrio San Nicolás Tacuba	720			x	Servicio	M
101	Dina Yanira Aguilar Magaña	Molino Gasolina	Jícara	1614		x		Servicio	F
102	Rosibel Antonia Soriano Cáceres	Molino Eléctrico	Carrizal Abajo	1817		x		Servicio	F
103	Sandra Dalila Tobar Sandoval	Molino Eléctrico	Carrizal	1817		x		Servicio	F
104	Zenaida Marisol Mendoza Mendoza	Costura	La cumbre	784.75		x		Servicio	F
105	Cesar Gustavo Ramos Cortez	Elaboración de Silos metálicos	Tacuba	786.455		x		Transformacion	M
106	Joselyn Odily Esteban Jiménez	Costura	Jícara los Manguitos	886.65		x		Servicio	F
107	Wendy Jiménez	Rótulos	Lomas de San Antonio	600		x		Transformacion	F
108	María Guadalupe Mercedes Salazar	Panadería	Jícara	221.5		x		Transformacion	F
109	Lubia Floridalma Velázquez de Rojas y Damaris Rojas	Compra y venta de ropa	Loma Larga	1164	x			comercio	2 F
110	Fermín Atilio Saldaña García	Panadería	Rodeo 2	914.95		x		Transformacion	M
111	Juan Carlos Ramírez Erceles	Cíber	Tacuba	2800			x	Servicio	M
	Total			US\$ 78,185.98	28	65	18	111	

A-2 Evolución de las diferentes líneas de acción que ha implementado FUNDESYRAM en las comunidades

Desarrollo agropecuario y territorial sostenible construido por la gente



A-3 Metodología de FUNDESYRAM para implementar el emprendedurismo



Proceso de integración de las instituciones de apoyo como FUNDESYRAM para fomentar el proceso de emprendedurismo comunitario rural.

**“Joven fui, y he envejecido,
Y no he visto *emprendedor*
justo desamparado,
Ni su descendencia
que mendigue pan.”**

Paráfrasis de la Santa Biblia

David. Salmos 37:25



FUNDESYRAM



SAN SALVADOR OFICINA CENTRAL

Residencial Los Eliseos, Calle Los Viveros, Pje. 4 Casa G-9.
Tel. (503) 2273-2524. Telefax. (503) 2273-3406.
fundesyramdireccion@gmail.com
fundesyram@gmail.com

MICRO REGIÓN PUXTLA Y CENTRO SUR

Av. Fray Guido Vellardita, Barrio San Pablo,
San Pedro Puxtla, Ahuachapán. Telefax. (503) 2420-1161.
fundesyrampuxtla@hotmail.com

MICRO REGIÓN TACUBA

3° Av. Sur, 4° Calle Poniente, No. 44
Barrio Chilapa, Tacuba, Ahuachapán
Telefax. (503) 2417-4588.
fundesyramtacuba@hotmail.com

COMASAGUA

Calle Ppal. No. 33, Bo. Guadalupe, Comasagua,
a 300 mts. de la iglesia católica. Tel.: 2346-7138
fundesyram.comasagua@gmail.com

FUNDESYRAM HONDURAS

fundesyram.honduras@gmail.com

CRISAC—FUNDESYRAM Tapachula, México

Tel. 0052-9626257664
crisac.fundesyram@gmail.com

Página web: www.fundesyram.info