



GOBIERNO DEL GRAN DUCADO
DE LUXEMBURGO
Cooperación luxemburguesa



Al servicio
de las personas
y las naciones

PRODUCTO 4:

INFORME FINAL

Proyecto No. 00082508 “Metodologías para la Generación de Ingresos”

“Sistematización de la situación actual de los grupos de emprendedores atendidos con las diferentes metodologías del proyecto”

PRESENTADO POR: JOSUÉ SAMUEL HERNÁNDEZ

San Salvador, mayo, 2015.

Contenido

- Introducción 4
- 1. Objetivos 5
 - 1.1 Objetivo General 5
 - 1.2 Objetivos específicos..... 5
- 2. Metodología 6
 - 2.1 Fuentes de información 6
 - 2.2 Técnica de investigación utilizada 7
 - 2.3 Instrumento de recolección 8
 - 2.4 Procesamiento de la información 9
 - 2.5 Análisis e interpretación de los resultados 10
- 3. Resultados de la investigación 10
 - 3.1 Composición y situación de los grupos de emprendimiento 10
 - 3.2 Capital semilla y contra partida..... 12
 - 3.3 Número de personas que participan en cada grupo..... 14
 - 3.4 Salarios 15
- 4. Perfil del negocio..... 16
- 5. Conclusiones..... 21
- 6. Recomendaciones 21
- Anexos 22
 - A. Boleta 22

Índice de tablas

Tabla 1 Distribución de entrevistas por sede y equipo responsable	6
Tabla 2. Número de personas que participan en las microempresas.....	15
Tabla 3. Número de personas que participan en los emprendimientos por tramo de salarios	15
Tabla 4. Lista de precios de productos/servicios menores a \$10 dólares.	18
Tabla 5. Lista de precios/servicios de \$10 a \$80 dólares.	19
Tabla 6. Lista de productos/servicios con precios de \$100 dólares y más.	20

Índice de gráficos

Gráfico 1 Distribución porcentual de la figura legal utilizada	10
Gráfico 3 Porcentaje de emprendimientos por tramos de ingreso recibidos como capital semilla.....	13
Gráfico 4 Porcentaje de emprendimientos según tipo de aporte en especies.....	14
Gráfico 5 Porcentaje de negocios según lugar dónde vende sus productos o prestan sus servicios	17
Gráfico 6 Porcentaje de microempresas por rubro de gasto	20

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Ubicación del emprendimiento.....	11
Ilustración 2. Cantidad de emprendimientos por año en que se entregó el capital semilla.	12

Introducción

Durante el mes de febrero del presente año y como parte del proyecto "Metodologías para la generación de ingresos", se realizó una investigación sobre la medición del indicador de incremento de ingresos, en el cual se visitó un total de 50 grupos en la zona de Jiquilisco, 44 en Acajutla, 2 en Ahuachapán y 1 en San Martín, totalizando 97 Grupos.

El objetivo de la investigación era recopilar hallazgos sobre las condiciones de los grupos de emprendedores a partir de la utilización de capital semilla recibido; asimismo, se identificaron las operaciones comerciales sobre los productos y servicios que generan, y dónde y cómo se comercializan.

En la conformación de los emprendimientos, se obtuvo que el 58.8% (57) son grupos de hecho, el 35.1% (34) indicó unión de personas UDP, un 4.1% no respondió y un 2.1% no sabe; también se encontró que más del 70% se dedican a la comercialización de productos variados.

Entre las actividades comerciales a las que se dedican se encuentran: la venta de comida preparada, elaboración y venta de platos típicos, confección de ropa, y, en menor porcentaje, la elaboración y comercialización de artesanías.

De los 97 grupos estudiados, únicamente uno de ellos no recibe capital semilla. El resto lo reciben mayoritariamente en noviembre y diciembre de 2014. Los montos asignados oscilan entre los Us\$300.00 y Us\$6,000.00, concentrando el 52.6% en un rango que oscila entre los Us\$300.00 a los Us\$985.37.

Las operaciones comerciales las realizan en su comunidad y desde su casa, sumando un total de 52.8% del total de los emprendimientos. La mayoría realiza los procesos de comercialización de sus productos o servicios en su entorno próximo, lo cual obedece al tipo de productos y a las condiciones de inseguridad que presentan las zonas.

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Recopilar hallazgos sobre las condiciones de los grupos de emprendedores en relación a: utilización de capital semilla recibido, operaciones comerciales sobre productos, servicios que generan, donde y como comercializan.

1.2 Objetivos específicos

- Hallazgos sobre la utilización de capital semilla recibido, operaciones comerciales sobre los productos, servicios que generan, donde y como comercializan.

2. Metodología

2.1 Fuentes de información

La operación de campo incluyó la realización de 97 entrevistas estructuradas a personas líderes beneficiarias directas del proyecto "Metodologías para la generación de ingresos".

Se elaboró un plan de rutas¹ y su diseño se basó en los registros administrativos de los proyectos (Tabla 1), mismo que fue provisto por los diferentes responsables de las iniciativas² y suministrado por medio del PNUD. La elaboración del diseño fue responsabilidad del consultor.

La implementación del plan se coordinó con los responsables – en territorio – de los proyectos y contó con el monitoreo y seguimiento del PNUD. Cabe indicar que la coordinación en terreno fue determinante para el éxito de la labor en campo, ya que se realizó un trabajo informativo con los beneficiarios, a fin de asegurar la visita en fecha y hora acordada previamente.

Para los casos donde no resultó factible informar de manera anticipada, se realizaron varias visitas a domicilio hasta lograr programar la entrevista (en algunos casos las revisitas fueron en horario nocturno).

El periodo de entrevistas se ejecutó del 9 al 26 de febrero del presente año. El levantamiento de información se llevó a cabo en los lugares de residencia de los beneficiarios del proyecto, los cuales se detallan en la tabla 1.

Tabla 1 Distribución de entrevistas por sede y equipo responsable

Equipo responsable SEDE	Departamento	Municipio	Cantidad personas
Equipo 1	Ahuachapán	Ahuachapán	2
	Sonsonate	Acajutla	44
	San Salvador	San Martín	1
Equipo 2	Usulután	Jiquilisco	50
Total			97

¹ Es un ordenamiento del trabajo de campo, el cual incluye recurso humano, transporte, papelería, entre otras cosas. Se organiza de manera espacial y se establece la fecha de inicio y cierre de las operaciones de campo.

² Proyecto e iniciativas serán utilizadas para referirse a los componentes del proyecto "Metodologías para la generación de ingresos".

Fuente: Registros administrativo de los proyecto. PNUD.

La metodología de levantamiento en los lugares de residencia de los líderes fue otro de los factores determinantes para la garantizar la efectividad de los resultados y asegurar la calidad de los datos básicos primarios; pero también representó un factor de riesgo por las condiciones de seguridad para el personal en campo.

Los municipios en los cuales se observaron mayores condiciones de inseguridad fueron: Jiquilisco, Ahuachapán y Acajutla. Ahí, la presencia de pandillas era evidente e implicó un alto riesgo para el personal en campo, lo cual obligó a cambiar la metodología de trabajo en estos municipios.

En el caso de Acajutla, dentro del cantón Metalío, el apoyo en campo por parte de CONAMYPE permitió concentrar a la mayoría de las personas en una zona con poca presencia de pandillas, minimizando el riesgo de inserción a zonas peligrosas.

En futuras mediciones de seguimiento, se sugiere valorar las condiciones de seguridad para la ejecución del trabajo en campo, ya que debe convertirse en unas de las variables determinantes al momento de seleccionar futuras intervenciones en el país. Dicha acción deberá ir acompañada del pleno conocimiento de las coordinaciones locales que se requiere para realizar acciones en terreno.

Sin el afán de generar una cultura de miedo y considerando que la variable de alto riesgo – por el accionar de las pandillas – afecta la calidad de los datos básicos primarios desde su origen (el informante), y dificulta la obtención de los datos por parte de los encuestadores. Por tal razón, es importante valorar el diseño e implementación de otras maneras de obtener datos de los beneficiarios. Una de las opciones viables son los modelos conceptuales de registros básicos por objetivo.

2.2 Técnica de investigación utilizada

Para la operación de campo se utilizó la técnica de barrido, que permite cubrir en menor tiempo los cuatro departamentos y al mismo tiempo utilizar una menor cantidad de recurso humano en ello, brindando una estrategia de seguridad para el personal en campo. En las zonas con alta presencia de pandillas se aplicó la técnica de recolección centralizada (concentración de entrevistados).

El instrumento de recolección se elaboró dentro del marco de los estándares internacionales para *entrevistas a líderes con informante principal a profundidad*. La técnica de entrevista aplicada fue *cara a cara*.

Para la obtención de la información se diseñó un instrumento de recolección de datos, el cual está compuesto por 3 secciones³:

1. Panel de información del participante (PT)
2. Antecedentes del entrevistado (AE)
3. Perfil del negocio (PN)

Cada sección posee las preguntas pertinentes para la obtención de los datos requeridos en la construcción de los indicadores que dan respuesta al objetivo. El flujo del cuestionario es lógico y sistemático.

Cada elemento del cuestionario fue elaborado con palabras sencillas para garantizar la comprensión del entrevistador y de esa manera evitar confusiones al informante.

2.3 Instrumento de recolección

Como se estableció en el apartado anterior, el instrumento consta de 3 secciones, las cuales permiten reconstruir los procesos de intervención del proyecto y hacer un corte transversal de información.

A continuación las generalidades por sección:

1. Panel de información del participante (PT): consta de 9 preguntas en las que se ubica temporal y espacialmente la entrevista.
2. Antecedentes del entrevistado (AE): son 14 preguntas en las que se registra el nombre del emprendimiento, cuál es su actividad comercial, fecha que se le entregó el capital semilla, entre otras.
3. Perfil del negocio (PN): 14 preguntas partir de las cuales se reconstruye un perfil del negocio, fecha de inicio de las actividades de emprendimiento, quienes son su clientes, sus costos de producción, volumen de producción, precios, ventas, entre otros.

³ Anexo A. Boleta.

La estructura del instrumento consta en su mayoría de preguntas cerradas, con opciones de respuestas pertinentes y lógicamente ordenadas; todas son de respuesta única. (Ver anexo A. Boleta)

2.4 Procesamiento de la información

En el procesamiento de información se efectuaron los siguientes procesos: aseguramiento de la calidad, introducción de datos (digitación), generación de las bases de datos en SPSS⁴ y generación de tabulados. A partir de las bases se procedió al análisis de información y elaboración del informe de resultados.

Algunos detalles importantes en el marco de la garantía de la calidad de datos (*fueron cuatro niveles*):

- La crítica de consistencia de llenado por parte de los entrevistadores en campo.
- La edición de datos por parte del responsable del equipo en campo.
- Control de calidad – en oficina – el cual se concentró en garantizar la estructura base del trabajo de campo y se encarga de revisar las inconsistencias, tanto de recorrido como de registro de información. Éste lleva consigo un proceso de corrección que puede darse en oficina, si se resuelve con llamada telefónica o se lleva directamente a campo para ser corregida la información.

Culminando la revisión se inició el proceso de captura de información que lleva al siguiente proceso.

- Chequeo de errores e inconsistencias en la entrada de datos. Éste consiste en la definición de un conjunto de procedimientos que relacionan las diferentes preguntas para identificar vacíos o inconsistencias que pudieran ser causadas, tanto en la captura de información, como dentro de la fase de control de calidad.

Si se identifican errores se procede a revisar las boletas y se identifica donde estuvo el vacío, a la vez que se busca el mecanismo de corrección que consiste en regresar a control de calidad y seguir el procedimiento ya definido o cambiar la información por la que existe en la boleta.

⁴ Se generó una base por sección. Poseen un ID que permite fundir las diferentes bases en una sola.

Se construyeron las bases de datos a partir del recorrido de las diferentes secciones de la boleta⁵, identificando algunas preguntas que requirieron un tratamiento específico por la cantidad de respuestas que presentan. Con las máscaras de capturas definidas se inició la digitación de las 97 boletas. Cuando el proceso culmina se continúa con el procedimiento de control de calidad, el cual se denomina chequeo de errores e inconsistencias.

Cuando este proceso culmina, se genera una versión final de las bases de datos, con la cual se definen todos los cuadros que se requieren para la construcción del informe.

2.5 Análisis e interpretación de los resultados

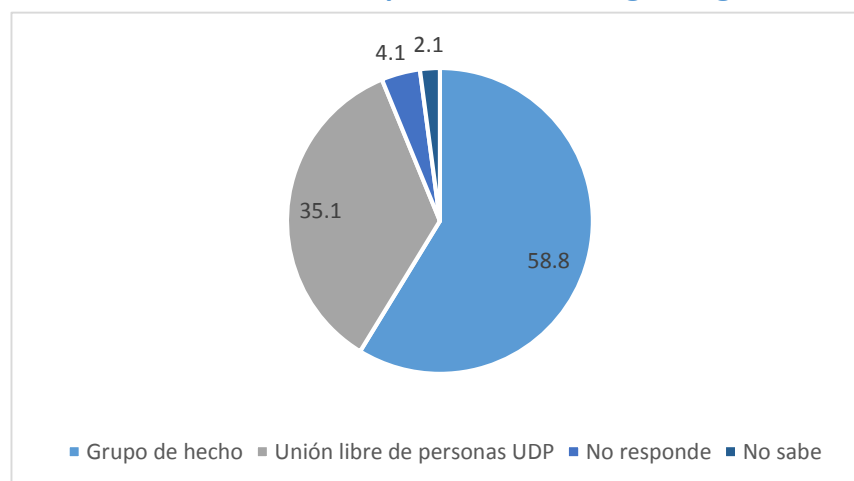
Como parte del cumplimiento al objetivo específico de la investigación, la sistematización de los hallazgos se concentra básicamente en los datos del perfil del negocio, con el afán de establecer un contexto al mismo se presentan los datos de antecedentes del emprendimiento.

3. Resultados de la investigación

3.1 Composición y situación de los grupos de emprendimiento

Al consultarle a los 97 participantes respecto a qué figura legal utilizan: 57 (58.8%) respondieron unión de personas (grupo de hecho), 34 (35.1%) dijo unión libre de personas. Los 6 restantes se distribuyeron de la siguiente manera: 4 no respondieron y 2 dijeron no saber⁶. (Ver Gráfico 1)

Gráfico 1 Distribución porcentual de la figura legal utilizada



⁵ Instrumento de recolección, cuestionario y boleta son términos utilizados para referirse al mismo objeto.

⁶ 97 entrevistados contestaron esta pregunta, 8 no. Los datos se trabajaron sobre los datos válidos. (97)

El 90.5% de los entrevistados dijo la actividad económica que realizan: el 76.2% señalo el comercio, 11.4% se desenvuelve en actividades de servicios y un 2.9% a la crianza y venta de pollos. Las actividades comerciales están vinculadas a la venta de comida preparada, elaboración y venta de platos típicos, confección de ropa y en menor porcentaje a la elaboración y comercialización de artesanías.

Entre las actividades de prestación de servicios se tienen: corte de cabello para hombre y mujer, servicios de cosmetología y en menor porcentaje el ecoturismo y los servicios de fontanería, albañilería, electricista y pintura de brocha gorda.

La distribución geográfica de los emprendimientos cubre la región occidental, paracentral y oriental del país. La Figura 1⁷ permite visualizar la ubicación de los emprendimientos, el 51.5% en Jiquilisco, el 45.4% en Acajutla, un 2.1% en Ahuachapán y un 1.0% en San Martín.

Ilustración 1. Ubicación del emprendimiento



Un aspecto obtenido en el desarrollo del instrumento fue el área donde se ubican estos emprendimientos: el 90.5% están en área rural y un 9.5% en lo urbano. Este dato resalta de importancia, dado que la comercialización de los productos o servicios está en función de la conectividad que exista entre la sede del emprendimiento y sus mercados potenciales.





Otro aspecto es el efecto que ejerce sobre el costo de producción, vía el costo de los insumos requeridos en el proceso de producción. Esto puede afectar el nivel de competitividad de algunos emprendimientos constituidos en el 90.5%.

⁷ Ídem al 6.

3.2 Capital semilla y contra partida⁸

Se logró obtener las fechas en la que se distribuyó el capital semilla a 96 emprendimientos. Entre agosto del 2011 y el mismo mes del 2014 se entregó el capital semilla al 8.3% (8). Entre noviembre y diciembre del 2014, al 91.7% (88). (Ver Gráfica 2 e Ilustración 2)

Ilustración 2. Cantidad de emprendimientos por año en que se entregó el capital semilla.

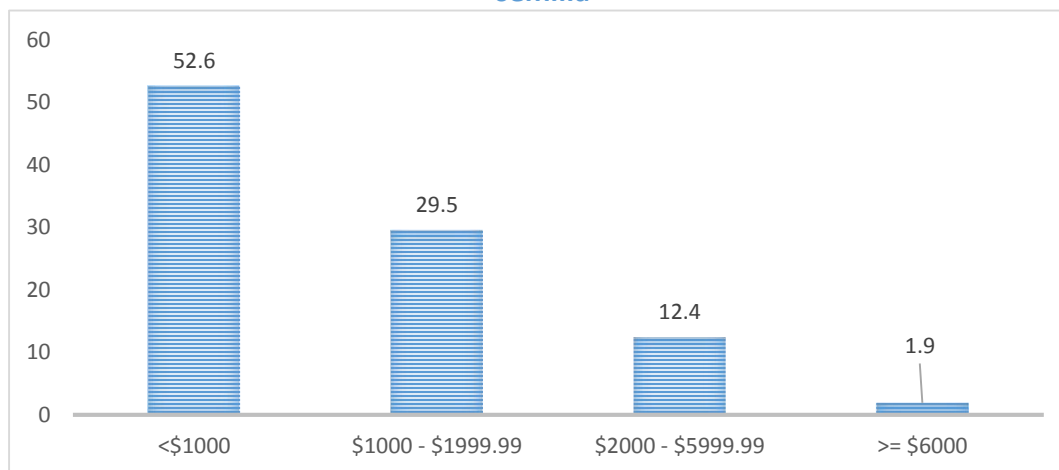
Año	Cantidad	Ilustración
2011	2	
2012	1	
2013	3	
2014	90	

 = 10

En el caso de la recepción del capital semilla, 50 de las iniciativas declararon haber recibido entre \$300 y \$985.37 como grupo, constituyendo más de la mitad del total de emprendimientos (52.6%); de los 46 participantes restantes, 28 (29.5%) indicaron que se les entregó entre \$1,000.00 y \$1,713.00; 12 (12.4%) señalaron que les fue otorgado entre \$2,000.00 y \$ 3,500.00; y 2 empresas registraron más de \$6,000.00, esto representa el 1.9% del total de 96 participantes. Un 3.6% (4) no brindó información sobre el monto que les fue entregado como grupo. (Ver Gráfica 3)

⁸ 96 entrevistados contestaron las preguntas de base para el desarrollo de este numeral.

Gráfico 2 Porcentaje de emprendimientos por tramos de ingreso recibidos como capital semilla



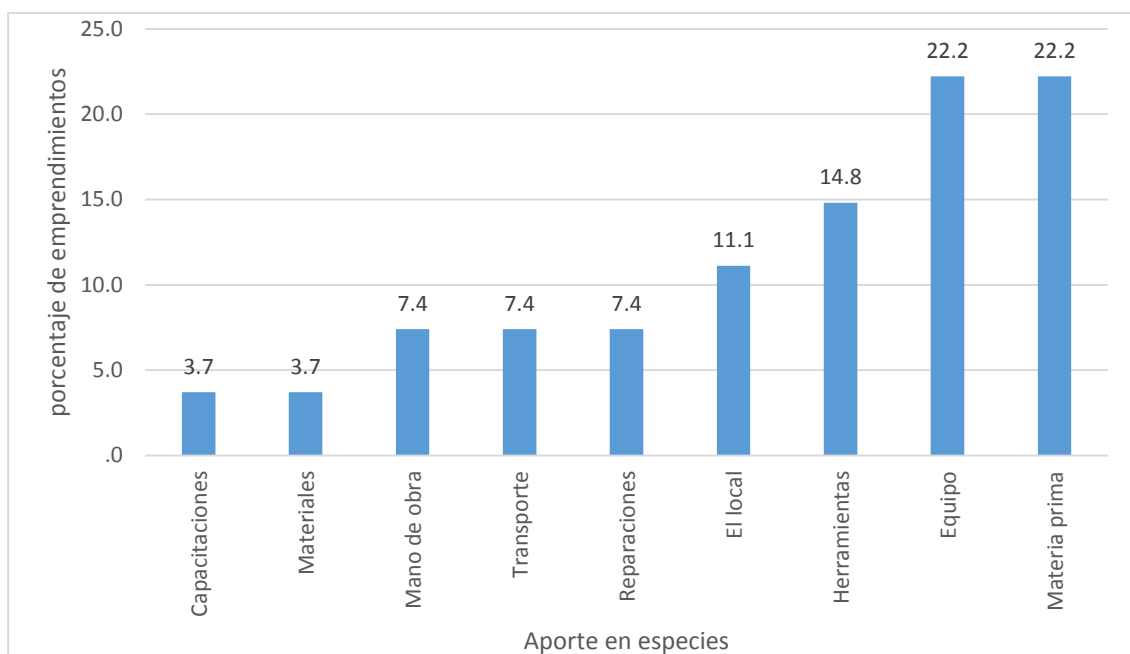
Al consultarle si este capital era suficiente, se identificó que en 66 (69.1%) emprendimientos consideran que el capital semilla no fue suficiente y en 30 (30.9%) expresan que fue suficiente. A los que contestaron que no, se les consultó por qué no fue suficiente, y se obtuvo una diversidad de respuestas, sin embargo, la mayoría de estas orbita en las siguientes causas:

- No era suficiente para comprar los insumos.
- Solo alcanzó para comprar lo básico.
- Porque el proyecto era más caro.
- Porque tuvieron que aportar para completar la compra de insumos y algunas herramientas o muebles.
- Porque solo compramos el equipo y no alcanzó para los insumos.

De estas pregunta se tiene que un 35.2% de los que expusieron que no fue suficiente el monto del capital semilla, no proporcionó las causas.

También se identificaron 60 emprendimientos, los cuales colocaron capital adicional para lanzar el negocio. Las aportaciones fueron en efectivo o en especie, el 71.1% (43) aportó efectivo y el 28.9% (17) lo hizo en especies. Se investigó respecto al tipo de aporte en especies que realizaron y el resultado fue el siguiente:

Gráfico 3 Porcentaje de emprendimientos según tipo de aporte en especies



Como se puede observar en el gráfico 4, inversión en equipo y materia prima representan los aportes principales, seguido de herramientas y el local. El aporte del trabajo de los miembros de cada iniciativa, figura como reparaciones, transporte (para traslado del equipo y/o materia prima que se compró con el capital semilla) y mano de obra. Materiales (excluye materia prima) y capacitaciones representan los aporte de menor importancia relativa⁹.

3.3 Número de personas que participan en cada grupo.

En la conformación de las microempresas se identificó que una de ellas estaba conformada con 24 personas. El 37.5% de las 96 microempresas tienen dos personas, el 21.9% tres personas, un 18.8% están conformados por cuatro, el 11.5% por cinco, en tanto el 4.2% de los emprendimientos reporta 6 personas, así como 1 que posee 7 personas. (Ver Tabla 2)

⁹ Los porcentajes no suman 100%, dado que la opción de respuesta de la pregunta AE11 es de opción múltiple. (ver anexo A)

Tabla 2. Número de personas que participan en las microempresas¹⁰.

Número de personas	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
1	4	4
2	38	42
3	22	64
4	19	83
5	11	94
6	4	98
7	1	99
24	1	100
Total	100.	

3.4 Salarios

De acuerdo a las preguntas: desde que inició operaciones el emprendimiento ¿cuántos miembros de la misma reciben salario mensual? y ¿cuál es el monto en dólares? se obtuvo que el 24.4%, de las 303 personas que participan en 96 microempresas, reciben salario. El resto (75.6%) exteriorizó que no lo recibe. (Ver Tabla 3)

Tabla 3. Número de personas que participan en los emprendimientos por tramo de salarios

Tramos	Frecuencia	Porcentaje
< \$10	14	4.6
\$10 - \$100	35	11.6
\$101 - \$200	16	5.3
\$201 - \$300	8	2.6
>= \$301	1	0.3
Total	74	100.0

¹⁰ Los casos de una persona, surgen de cuestionarios en los que el informante no precisó dicho número al momento de la entrevista.

De los 74 que devengan un salario, el 66.2% percibe ingresos iguales o menores a \$100.00 por mes, el 21.6% está entre los \$101.00 a \$200.00 y el 10.8% entre los \$201.00 y los \$300.00. Solo el 1.4% percibe más de \$300.00 mensuales. Lo anterior denota que el 87.8% de los participantes que perciben un salario, recibe ingresos mensuales inferiores a un salario mínimo urbano.

4. Perfil del negocio

Al indagar respecto a los productos y/o servicios producen y si estos son principales o secundarios, se logró registrar 227 productos, de los cuales 205 fueron clasificados por el informante como principales y 22 como secundarios.

Las 96 empresas generan 261 productos/servicios. Estos son comercializados en diversos lugares y su espectro de cliente es muy reducido y geográficamente concentrado. Un número de 193 productos constituyen la oferta principal, entre ellos los productos tradicionales como la tortilla, pan dulce menudo, semillas, comidas típicas entre otros productos, eso explica la cartera de clientes.

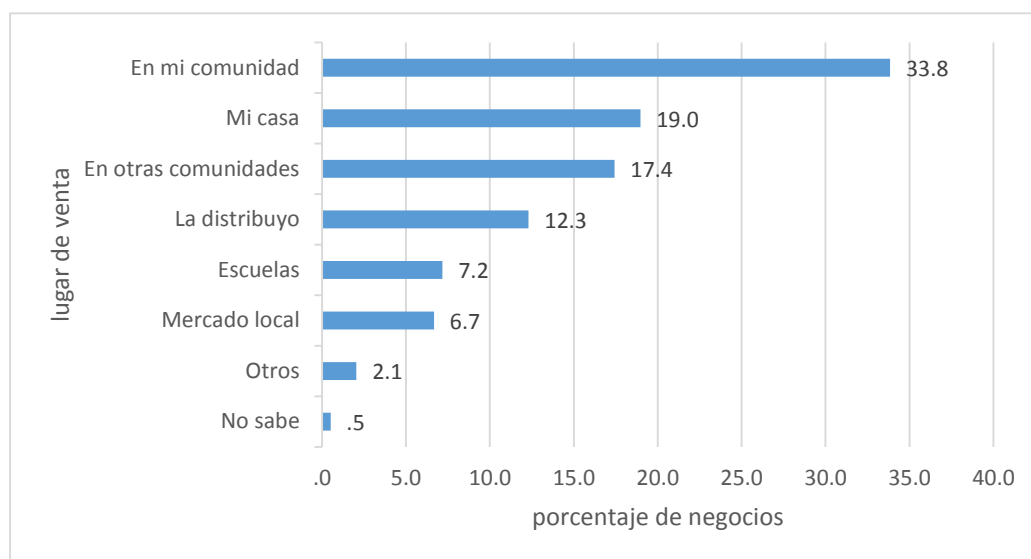
¿Quiénes son sus clientes?

- Personas de la comunidad – 32.0%
 - Personas de otras comunidades – 19.2%
 - **Estudiantes de la escuela – 12.0%**
 - Personas del casco urbano – 10.8%
 - Personas de la Alcaldía – 7.6%
 - Turistas – 7.2%
 - Gobierno – 4.8%
 - Otras personas – 3.2%
 - ONG – 2.4%
- El mercado de clientes es altamente vinculado al área geográfica en la que se ubica el negocio. El 90.5% se encuentra en el área rural, razón por la cual, sus principales clientes son las personas de la comunidad.

¿Dónde vende sus productos o presta sus servicios?

El 33.8% de los grupos empresariales realizan sus ventas en su propia comunidad (de manera ambulante o puestos sin estructura), el 19.0% lo hacen desde su casa, un 17.4% en otras comunidades. Algunos negocios (12.3%) han desarrollado un proceso de distribución de productos, un 7.2% de las microempresas realiza sus negocios en los centros escolares. La venta de productos o servicios desde los mercados representan el 6.7%. El 2.6% no sabe o posee otros lugares para ir a vender. (Ver Gráfica 5)

Gráfico 4 Porcentaje de negocios según lugar dónde vende sus productos o prestan sus servicios



¿Qué precios tienen sus productos/servicios?

La distribución de precios es muy variada. De los 193 productos o servicios identificados, los precios oscilan desde los \$0.04 ctvs. a \$9.75 de dólar. Entre estos se pueden indicar los siguientes productos/servicios en la Tabla 4.

Dentro de la lista, los productos alimenticios como tortillas, pan francés y pan dulce menudo son los que tienen menores precios, comparados con productos/servicios como serigrafía de camisas, tinte para cabello y elaboración de prendas textiles, las cuales manejan precios cercanos a los \$10 dólares.

Tabla 4. Lista de precios de productos/servicios menores a \$10 dólares.

PRODUCTOS/SERVICIOS	PRECIO PROMEDIO	PRODUCTOS/SERVICIOS	PRECIO PROMEDIO
TORTILLAS	\$.05	PULSERA	\$1.50
PAN FRANCÉS	\$.05	TERMINALES MEDIANAS	\$1.50
TORTILLA	\$.05	COSTILLA	\$1.75
PAN DULCE MENUDO	\$.08	BAGRE	\$2.00
PAN DULCE VARIADO	\$.08	BOXER	\$2.00
PAN FRANCÉS UNID	\$.10	CINTA AISLANTE PEQUEÑA	\$2.00
PAN DULCE	\$.12	COJINES	\$2.00
PASTELES Y ENCHILADAS	\$.13	CORTE CABELLO FEMENINO	\$2.00
PASTELITOS	\$.15	CORTE DE CABELLO MUJER	\$2.00
NUEGADOS	\$.17	FALDAS NIÑA	\$2.00
TAMALES DE GALLINA	\$.17	MAIZ TOSTADO	\$2.00
ANTOJITOS	\$.25	MANTELES MED	\$2.00
ATOL DE SEMILLA	\$.25	PESCADO BLANCO	\$2.00
BOLSAS 1 ONZ	\$.25	PLANCHADO PARA CABELLO MEDIO	\$2.00
BOLTEADO DE GUINEO	\$.25	REPARACION DE LLANTAS	\$2.00
BUDIN	\$.25	QUESADILLA	\$2.25
CHORIZO	\$.25	ADORNOS ARTESANALES	\$2.50
CONSERVA BLANCA	\$.25	DELANTALES	\$2.50
CONSERVA NEGRA	\$.25	HORCHATA	\$2.50
DULCE ARTESANAL	\$.25	MANICURE PEDICURE	\$2.50
DULCE DE NANCE	\$.25	PESCADO BOCA COLORADA	\$2.50
ENCHILADAS	\$.25	SEMILLA MEDIA LIBRA	\$2.50
ENREDOS DE YUCA	\$.25	CAMISAS	\$3.00
FLAUTA	\$.25	CARNE	\$3.00
LLAVEROS	\$.25	CHOCOLATE	\$3.00
PAN DULCE PORCION	\$.25	COMIDA	\$3.00
PAN MENUDO 204 "	\$.25	FACIALES	\$3.00
PANES CON POLLO PEQUEÑOS	\$.25	GABACHAS	\$3.00
PAPAS FRITAS	\$.25	LICRA	\$3.00
PUPIUSA	\$.25	PLANCHADO PARA CABELLO LARGO	\$3.00
PUPIUSAS Y FRESCO	\$.25	PLANCHADO PISTOLEADO	\$3.00
S DE MARANON 1/2 ONZA	\$.25	PLATOS DE PASTAS	\$3.00
SEMILLA 2 ONZAS	\$.25	PLATOS DE POLLO	\$3.00
SEMITA	\$.25	QUESO CHICHARRON	\$3.00
SEMITA PACHA	\$.25	SHORT	\$3.00
TACOS	\$.25	SOPAS	\$3.00
TORTILLITAS LOCAS	\$.25	TINTES	\$3.00
YUCA	\$.25	CREMA	\$3.20
YUCA FRITA	\$.25	PLATO COMIDA	\$3.33
PUPIUSAS	\$.27	FALDA ADULTO	\$3.50
REFRESCOS	\$.34	PLATOS DE CARNE	\$3.50
ARITOS	\$.35	S DE MARANON 1/2	\$3.50
MINUTA DE SABORES	\$.35	BLUSAS	\$3.67
SUERO	\$.35	CAMISA HOMBRE	\$4.00
TAMALES	\$.35	CAMISA MUJER	\$4.00
BOLSAS 2 ONZ	\$.38	ESTUCHERAS	\$4.00
CALCETINES	\$.50	GABACHA	\$4.00
CONSERVA DE SEMILLA DE MARANON	\$.50	HARINA SEMILLA DE MARANON	\$4.00
CUPCAKES	\$.50	LIBRA	\$4.00
GASEOSA	\$.50	PESCADO	\$4.00
MASAJE	\$.50	PORTA LAPICES	\$4.00
MINUTA DE FRUTAS	\$.50	CHICHARRON	\$4.13
PANES CON POLLO GRANDES	\$.50	CORTINAS	\$4.25
PULSERAS	\$.50	FALDAS	\$4.33
QUIEBRA DIENTES SEMILLA DE MARANON	\$.50	BLUSAS	\$4.50
REFRESCO	\$.50	COCTEL	\$4.50
REMIENDOS O COSTURAS	\$.50	SEMILLA LIBRA	\$4.50
REPARACION	\$.50	FALDA	\$4.79
S DE MARANON 1 ONZA	\$.50	CAMISA LISA	\$5.00
SEMILLA 4 ONZAS	\$.50	FONTANERIA	\$5.00
SEMILLA CON AZUCAR	\$.50	MANIQUIUR	\$5.00
SEMILLA CON DULCE DE PANELA	\$.50	MANTAS	\$5.00
VENTA REP	\$.50	MARISCADA	\$5.00
MINUTA DE LIMON	\$.60	PEDIQUIUR	\$5.00
SODAS	\$.60	CAMBIO DE BUJIA	\$5.00
BOLSAS 3 ONZ	\$.75	CAMBIO DE FRENO	\$5.00
LICUADOS	\$.75	CAMISA	\$5.00
PAPITAS	\$.75	PLANCHADO	\$5.00
PAPITAS FRITAS	\$.75	POLLO	\$5.00
BOLSAS 16 ONZ	\$1.00	SANDALIA PACHA	\$5.00
BOLSAS 4 ONZ	\$1.00	SEMILLA DE MARANON POR LIBRA	\$5.00
COLA PESCADO	\$1.00	SEMILLA DE MARANON 1 LB	\$5.00
CORTE DE CABELLO	\$1.00	SEMILLA DE MARANON ASADA	\$5.00
FOCOS 100-60 WATS	\$1.00	TAZAS	\$5.00
HUEZO	\$1.00	CAMISSETAS SERIGRAFIA	\$5.50
MANTELES	\$1.00	CAMISSETAS SUBLIMADAS	\$6.00
MANTELES PEQ	\$1.00	FLORERO	\$6.00
PANES CON POLLO	\$1.00	JOYERO	\$6.00
POLLO A LA PLANCHA	\$1.00	LIBRA DE SEMILLA	\$6.00
SEMILLA DE MARANON 2 ONZAS	\$1.00	MANICURE	\$6.00
SOPA DE PATAS	\$1.00	MANTELES GRANDES	\$6.00
SOUVENIR	\$1.00	PEDICURE	\$6.00
TORTAS	\$1.00	POLLOS	\$6.00
TORTAS MEXICANAS	\$1.00	PASTELES	\$6.10
LIBRA DE POLLO PIERNA	\$1.10	TARJETAS PRESENT	\$6.50
QUESO FRESCO	\$1.10	CAMBIO DE ACEITE	\$7.00
CORTE CABELLO	\$1.13	SEMILLA DE MARANON LIBRA	\$7.00
REQUESON	\$1.13	CAMISA CON ADORNO	\$8.00
COLLARES	\$1.25	PLATOS DE MARISCOS	\$8.00
DESAYUNOS	\$1.25	SERIGRAFIA EN CAMISA	\$8.00
PAN DE TORTA	\$1.25	TINTE	\$8.00
QUESO	\$1.25	STICKERS EN VINIL	\$9.00
TERMINALES PEQUEÑAS	\$1.25	PANTALONES	\$9.50
LIBRA DE POLLO PECHUGA	\$1.40	PANTALON	\$9.75
VENTA DE POLLO	\$1.40		
ALMUERZOS	\$1.50		
CAMANDULA	\$1.50		
CINTA AISLANTE GRANDE	\$1.50		
CORTE DE CABELLO MASCULINO	\$1.50		

Una lista de 40 productos/servicios presenta una banda de precios de \$10 a \$80 dólares. Estos productos requieren más valor agregado y servicios de un nivel mayor de especialización de la persona que lo suministra. (Ver Tabla 5)

Tabla 5. Lista de precios/servicios de \$10 a \$80 dólares.

PRODUCTOS/SERVICIOS	PRECIO PROMEDIO
CUBRECAMA	\$10.00
ELECTRICIDAD	\$10.00
SABANAS	\$10.00
ZAPATOS	\$10.00
ZAPATOS BALERINA	\$10.00
SANDALIA	\$12.00
SNORKEL	\$12.00
PASTEL PEQUEÑO	\$13.00
VESTIDOS	\$13.33
MOCHILAS ESCOLARES	\$14.00
HAMACA DE NUDO	\$15.00
MORRALES TIPICOS	\$15.00
SANDALIA PLATAFORMA	\$15.00
SET DE CAMA	\$15.00
TOGA GRADUACION	\$16.00
BROSHURES	\$20.00
CARTERAS	\$20.00
RECORRIDO GUIADO	\$20.00
SACOS	\$20.00
BALCONES	\$25.00
BALCONES + SERVICIO	\$25.00
MESEROS	\$25.00
PASTEL MEDIANO	\$25.00
ROLLO DE ALAMBRE # 12	\$25.00
TRAJE TIPICO	\$25.00
CALENDARIOS	\$30.00
PASTEL GRANDE	\$30.00
PIZZA	\$30.00
VENTANAS	\$30.00
PESCA ARTESANAL	\$35.00
AVISTAMIENTO DE FAUNA MARINA	\$37.00
ROLLO DE ALAMBRE #16	\$38.00
ROLLO DE ALAMBRE #18	\$38.00
AFICHES	\$45.00
FUSIBLES 10 AMPERIOS	\$45.00
FUSIBLES 15 AMPERIOS	\$45.00
FUSIBLES 20 AMPERIOS	\$45.00
ROLLO DE ALAMBRE # 14	\$45.00
MESA	\$50.00
REPARACION ELECTRICA A DOMICILIO	\$80.00

La otra franja de precios se conforma con 28 productos/servicios, los cuales presentan montos de \$100 a \$1,500 dólares. En esta lista destacan los servicios vinculados al mantenimiento y construcción de vivienda. Los servicios de alimentos a mayor escala y la elaboración de estructuras metálicas están entre los que alcanzan precios más altos. (Ver Tabla 6)

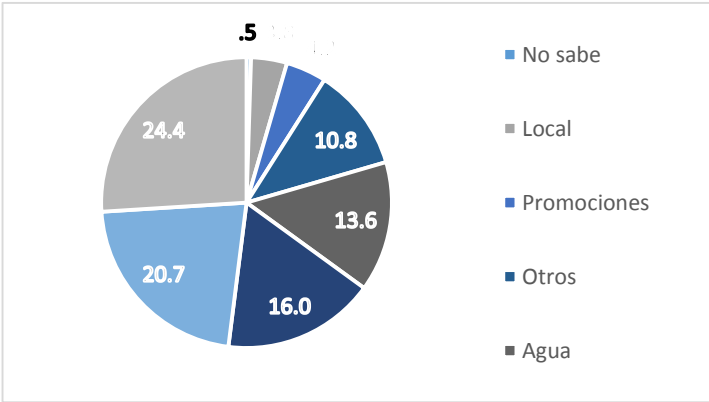
Tabla 6. Lista de productos/servicios con precios de \$100 dólares y más.

PRODUCTOS/SERVICIOS	PRECIO PROMEDIO
FILMACIONES	\$100.00
AMACAS	\$150.00
PASEO EN LANCHAS	\$150.00
PESCA DEPORTIVA	\$150.00
PINTURA	\$150.00
PORTONES	\$150.00
TECHOS	\$150.00
PUERTAS	\$190.00
ALBAÑILERIA	\$200.00
BANQUETE	\$200.00
PUERTA + SERVICIO	\$250.00
CERCA PERIMETRALES + SERVICIOS	\$308.00
REPARACION DE UN TECHO	\$500.00
CONSTRUCCION DE VIVIENDA	\$1,500.00

¿Cuáles son los gastos que tienen en la microempresa?

En la caracterización de las microempresas se suma la identificación de los gastos de operación; donde una quinta parte están asociados al pago de la energía eléctrica, seguido por el transporte, telefonía fija y celular, agua y otros rubros. Aun cuando la promoción es importante para el desempeños comercial de todo negocio, este solo representa el 4.2%. Otro aspecto determinante es el local, este representa el 3.8% en la estructura de los gastos. (Ver Gráfica 6)

Gráfico 5 Porcentaje de microempresas por rubro de gasto



5. Conclusiones

- Las microempresas presentan **dificultades** para cubrir el monto de dinero requerido para la compra de insumos, **entorpeciendo** su capacidad de producción.
- Al 90.5% de los emprendimientos se le dificulta ampliar sus mercados, debido a su ubicación en el área rural y las condiciones de riesgo que implica movilizarse a otras zonas.
- Se observa un número considerable de personas que participan en la producción y venta de los productos/ servicios que no reciben un salario.
- La baja capacidad de compra de los clientes principales de los empresarios no permite diversificar el catálogo de productos y servicios.
- Los grupos empresariales, de acuerdo al mercado de clientes, adecúan sus precios a la capacidad de pago de los mismos.

6. Recomendaciones

Brindar asistencia técnica en la determinación de la inversión inicial, con el afán poder identificar en la etapa de diseño, las aportaciones en efectivo o especies que se requieren para iniciar la microempresa.

La incorporación de estrategia de precios inteligentes (fijación de precios, comunicar los precios, cuando modificar los precios, entre otros) permitiría a los empresarios ampliar su cartera de clientes.

Dado que la conectividad se encuentra fuera del alcance de este proyecto, es importante buscar estrategias que permitan establecer encadenamientos para facilitar la compra de insumos, la producción y comercialización de los productos/servicios.

Sin el afán de generar una cultura de miedo, la variable de alto riesgo – por el accionar de las pandillas – para este tipo de levantamiento de información primaria, afecta la calidad de los datos básicos desde su origen (el informante) y dificulta la obtención de los mismos por parte de los encuestadores. Por tal razón, *es importante valorar en el diseño e implementación de los proyectos, otros mecanismos para obtener datos de los beneficiarios. Una opción viable son los modelos conceptuales de registros básicos por objetivo.*

Anexos

A. Boleta