



GRUPO DE JÓVENES DE PRODUCTOS
EL ENCANTO PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE TRUCHA
RELLENA

1. Resumen ejecutivo

La experiencia de producción de trucha rellena del grupo de Productos El Encanto en Jardín (Colombia) surge en el marco del Programa Jóvenes Rurales Emprendedores del SENA, que a inicios del año 2008 lanzó una convocatoria ofreciendo cursos de formación para aquellos jóvenes y personas de grupos vulnerables interesados en tener un emprendimiento. El Programa no llegó con propuestas de emprendimientos predefinidas, sino que fueron los mismos jóvenes los que decidieron qué producto o servicio querían ofrecer, luego de analizar las potencialidades de la zona.

La capacitación en la parte técnica y empresarial se desarrolló de manera coordinada, abordando los distintos temas en función de los avances y requerimientos del grupo. Toda la capacitación ha sido de tipo teórico práctico: se los orienta sobre un tema, se les dice lo que hay que hacer, dándoles las herramientas e información necesarias para ello, y se los guía y acompaña en el proceso, delegándoles la responsabilidad de desempeñar el trabajo. Se enseñan las cosas de manera sencilla y práctica, centrándose en los aspectos relevantes para el emprendimiento. Además, en el caso de trámites, se les enseña y muestra donde encontrar la información, se los acompaña (las primeras veces) a las oficinas y se los asesora durante todo el proceso. Para algunos temas específicos (ej: diseño gráfico y formas asociativas), se solicitó el apoyo de especialistas del SENA. Del mismo modo, se organizaron visitas a otros emprendimientos de la zona.

Tanto el enfoque como la metodología de capacitación utilizado por el Programa han sido efectivos. Además de la formación de capacidades, el enfoque ha favorecido la apropiación de los jóvenes de la iniciativa. Es por ello que a pesar de las dificultades que enfrentaron, ellos persistieron y aunque por el momento la producción y comercialización de la trucha rellena es limitada, actualmente tienen un emprendimiento propio. Del mismo modo, esta iniciativa ha tenido un importante impacto en su autoestima y nivel de seguridad, contribuyendo también a su validación en el mundo adulto.

Las principales lecciones de esta experiencia son:

Para que un emprendimiento de jóvenes se desarrolle es fundamental que ellos se apropien de la iniciativa. Para lograrlo se requiere, entre otras cosas, que los proyectos o programas que promueven la formación de emprendimientos no lleguen con propuestas y soluciones predefinidas, sino que incentiven a los jóvenes para que ellos mismos decidan el producto o servicio que quieren ofrecer, guiándolos y asesorándolos a partir de un análisis conjunto de las potencialidades y limitaciones de la zona.

Para captar la atención de los jóvenes e incentivarlos a aprender se les debe dar un tipo de capacitación teórico – práctica, donde con ejercicios prácticos ellos vayan aplicando y viendo la utilidad de lo aprendido. Por otra parte, los muchachos muy jóvenes (menores de 20 años) requieren de mayor acompañamiento y guía que otros durante todo el proceso de formación del emprendimiento. Es necesario orientarlos sobre los distintos temas (productivos, empresariales y legales), darles las herramientas e información necesarias para desempeñar las tareas, pero delegarles la responsabilidad de llevarlas a cabo, dándoles seguimiento y asesoramiento durante el proceso. Es importante evitar de incurrir en el error de desempeñar estas funciones por ellos.

Para el desarrollo de un emprendimiento, es muy importante trabajar en la consolidación del grupo, enseñarles a trabajar en equipo para evitar el surgimiento de conflictos. Si bien existen algunos ejercicios y dinámicas de grupo útiles para ellos, la experiencia ha demostrado que con los jóvenes puede ser más efectivo organizar salidas, paseos u otros espacios fuera de clases donde puedan compartir y conocerse mejor.

Por lo general los jóvenes rurales cuentan con menos recursos económicos que los adultos (ya sea porque recién están empezando a trabajar que porque aún están estudiando). Por ello es importante que los programas de formación empresarial para jóvenes incluyan mecanismos para facilitar el acceso a recursos para iniciar las actividades productivas (materia prima y algunos materiales). Otorgar capital semilla no reembolsable para materia prima y empaque puede ser suficiente en la etapa inicial, mas no a medida que se desarrolla el emprendimiento. Por lo tanto, es necesario prever mecanismos para que puedan acceder a fondos adicionales y/o enseñarles a buscar otras fuentes de financiamiento alternativas al crédito.

2. Contexto

La experiencia de producción de trucha rellena se desarrolla en el Municipio de Jardín, localizado en la Región Suroeste del Departamento de Antioquia, Colombia. Jardín es un Municipio de 13.549 habitantes, de los cuales el 54,7% vive en el centro urbano. La economía del Municipio está centrada principalmente en el café, el plátano y banano, siendo también importantes la caña de azúcar, el lulo, y el frijol. Jardín también se destaca a nivel regional por la piscicultura, centrada principalmente en la cría intensiva de trucha.

El turismo forma parte importante de la economía del Municipio. Jardín recibe cerca de 25.000 turistas al año, de los cuáles aproximadamente 1.300 son extranjeros. La mayor afluencia turística se registra los fines de semana y en días festivos, ya que mucha gente de Medellín se dirige allí aprovechando la cercanía (2 horas y media por carretera asfaltada). Muchos turistas van a comer trucha a los establecimientos situados en las afueras del centro urbano (las trucheras), donde además pueden pescar y hacerse preparar la trucha.

A pesar de este flujo turístico, la oferta de trabajo para los jóvenes en este sector es muy reducida, limitándose mayormente a los fines de semana y puentes. Las oportunidades laborales para los jóvenes en el municipio son limitadas. Fuera del trabajo agrícola, ellos encuentran trabajo en el sector de construcción y comercio, donde la capacidad de absorción es muy reducida. Por consiguiente, la tasa de ocupación de jóvenes es de sólo 27,4 %.

La respuesta de la Alcaldía para este problema se ha centrado principalmente en convenios con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)¹ para la realización de cursos de formación que favorezcan la creación de microemprendimientos. En este contexto se han acordado cursos en temas que el Municipio considera prioritarios (ej: formación de guías turísticos), y la implementación del Programa Jóvenes Rurales Emprendedores², que busca promover la formación de emprendimientos de jóvenes y otros grupos vulnerables³ a través de la oferta de formación técnica y empresarial. A través de estos convenios la Alcaldía se compromete a facilitar los procesos de capacitación a través de la dotación de espacio, mientras el SENA se compromete a ofrecer formación gratuita y capital semilla para la compra de materia prima y material de empaque de los grupos durante todo el proceso de formación.

3. Antecedentes

El grupo de jóvenes de Productos El Encanto nace en Jardín en el año 2008, en el marco del Programa Jóvenes Rurales Emprendedores del SENA (Centro de Recursos Renovables la Salada – Regional Antioquia). A inicios del año 2008 este Programa lanzó una convocatoria dirigida a aquellos jóvenes y personas de grupos vulnerables interesados en conformar un emprendimiento. La convocatoria se hizo a través de afiches en lugares públicos y en las escuelas.

Se inscribieron 40 jóvenes de Jardín, la mayoría de ellos en edad escolar. La capacitación inició con una orientación sobre lo que implica tener un emprendimiento, reforzada con videos, dinámicas de grupo y otras actividades lúdicas que contribuyeran a entender mejor los temas tratados⁴. Posteriormente los jóvenes realizaron un análisis sobre las potencialidades de la zona, a partir del cual definieron 4 ideas de negocios y se dividieron en 4 grupos para trabajar en ellas. De ahí nació el grupo de Productos El Encanto, con 17 jóvenes de este curso.

El grupo inició produciendo postres de leche y dulces. Si bien los productos tenían buena aceptación, pronto se dieron cuenta que la cantidad de leche disponible en la zona era limitada⁵ y que los dulces no eran muy rentables. Por ello decidieron buscar otro producto. Al ver la elevada demanda de trucha en la zona y la escasa variedad en los platos que ofrecen los restaurantes, ellos decidieron crear un producto innovador: dos variedades de trucha rellena.

4. Presentación general y metodología usada por la experiencia

La producción de trucha rellena inició a finales del 2008, con el acompañamiento de las gestoras técnica y empresarial del SENA. En esta etapa se retiraron 7 personas del grupo y se incorporó 1 muchacho de otro de los grupos formados en el marco del Programa, el cual se había disuelto por la falta de compromiso de sus integrantes. Actualmente el grupo está conformado por 10 muchachos (4 hombres y 6 mujeres)⁶, de entre 15 y 27 años. Siete de ellos terminaron el colegio en diciembre 2009 (17-18 años). Lo que motiva a estos jóvenes a continuar con esta iniciativa son las ganas de tener un emprendimiento propio. *Por ello, a pesar

¹ Entidad gubernamental que ofrece servicios de formación técnica y empresarial de manera gratuita.

² Anexo 1: Tríptico Programa Jóvenes Rurales Emprendedores.

³ Son considerados grupos vulnerables las mujeres cabeza de familia, indígenas, afrodescendientes y desplazados.

⁴ En la orientación se abarcaron temas como qué es un emprendimiento, qué significa ser emprendedor, liderazgo, creatividad, innovación, trabajo en equipo, valores, etc.

⁵ Si bien la producción de leche en la región es alta, la mayor parte de los productores se la venden a Collanta.

⁶ Uno de los jóvenes que durante el 2009 trabajó con el grupo en el procesamiento de trucha se retiró a inicios del 2010, debido a que se trasladará a Medellín para continuar sus estudios en la Universidad.

de los costos y dificultades que implicaba movilizarse para los 8 de los miembros del grupo que viven en el área rural (ej: imposibilidad de volver a sus casas después de la capacitación), ellos persistieron en su iniciativa⁷.

Durante todo este proceso, la capacitación en la parte técnica y empresarial se desarrolló de manera coordinada, abordando los distintos temas en función de los avances y requerimientos del grupo. Toda la capacitación ha sido de tipo teórico práctico: se los orienta sobre un tema, se les dice lo que hay que hacer, dándoles las herramientas e información necesarias para ello, y se los guía y acompaña en el proceso, delegándoles la responsabilidad de desempeñar el trabajo. Se enseñan las cosas de manera sencilla y práctica, centrándose en los aspectos relevantes para el emprendimiento. Además se les enseña y muestra donde encontrar la información y en el caso de trámites, se los acompaña (las primeras veces) a las oficinas y se los asesora durante todo el proceso. Esta capacitación también fue complementada con algunas visitas a otros emprendimientos de la zona.

Antes de iniciar con la capacitación en el procesamiento de la trucha rellena, se hizo un análisis de mercado, identificando la oferta de proveedores y demanda por el producto. Para ello se utilizaron encuestas. Para el cálculo de precios se les dio algunas nociones básicas de contabilidad, para que tuvieran en cuenta tanto los costos fijos como variables y para que mantuvieran un libro de cuentas. Sin embargo, aún se observan limitaciones en el tema

Para la comercialización, se trabajó con ellos en los temas de presentación del producto y de la imagen corporativa (nombre de la empresa, del producto y logo), contándose con el apoyo de un especialista en diseño gráfico del SENA para el diseño del logo. También se analizaron las normas y registros que se requieren para la comercialización (ej: acondicionamiento de la planta, registro INVIMA⁸), los pasos necesarios para su obtención y el costo de los mismos. Para la identificación de mercados y definición de estrategia de promoción comercialización se realizó un taller donde, a partir de una lluvia de ideas, los jóvenes fueron identificando y definiendo los lugares y canales más apropiados para la promoción de la trucha rellena, tomando en cuenta las restricciones presupuestarias y que ellos no pueden vender en otros municipios ni en supermercados por falta de registro INVIMA.

Como resultado de este análisis, se decidió promocionar el producto a través de volantes⁹ que repartieron los jóvenes en distintos puntos de la ciudad y de Andes, otra ciudad vecina, y mediante la oferta a familiares, amigos y conocidos. Si bien el producto tuvo buena aceptación, la cual se materializó en varios pedidos, la producción y comercialización ha sido bastante limitada debido a los siguientes motivos:

- La falta de un local fijo para producir: Los jóvenes han estado procesando el producto en los diferentes locales asignados por la Alcaldía (colegios y la sede de una asociación de mujeres). Sin embargo, en diversas ocasiones se encontraron con que no podían procesar porque los locales estaban ocupados o cerrados. Además el hecho de no tener local propio les impedía tener los insumos guardados en un mismo lugar. Sólo recientemente (Febrero 2010) la Alcaldía les otorgó en comodato un espacio propio para el procesamiento de sus productos, como resultado de las gestiones de los jóvenes acompañados y asesorados por las gestoras del SENA.
- La falta de capital de operaciones: Si bien generalmente el SENA otorga a estos grupos un capital semilla (no reembolsable) para comprar la materia prima y empaques necesarios durante el periodo de capacitación, como este grupo había iniciado con el procesamiento de lácteos, no se les pudo dar el capital para la compra de ingredientes para el procesamiento de la trucha rellena. A pesar de que los jóvenes tenían algún capital acumulado, producto de la venta de los postres, los recursos no eran suficientes para comprar mucha trucha. Por este motivo decidieron producir sólo a pedido.
- La promoción del producto se realizó exclusivamente a través de volantes y la oferta a familiares y amigos. Si bien los jóvenes participaron en 3 ferias y una rueda de negocios, no pudieron llevar el producto debido a la falta de un lugar donde conservarla. A pesar de ello se han recibido varios pedidos.
- La imposibilidad de vender en otros municipios y en supermercados, debido a la falta de recursos para obtener el permiso sanitario, el registro de marca, el código de barras y el registro INVIMA.

Actualmente la venta del producto empacado y congelado se hace exclusivamente por pedidos de familias o grupos de personas que han conocido los productos a través de los volantes. Recientemente recibieron la propuesta de dejar una muestra del producto en un pequeño supermercado de Andes, comprometiéndose el dueño a comprarles periódicamente el producto si este salía rápido. Dados los bajos niveles de producción no tienen un proveedor fijo de truchas y los ingredientes para rellenarlas los compran en

⁷ Vale la pena resaltar que los otros 3 grupos que iniciaron con las capacitaciones del SENA se disolvieron en el año 2009. Todos los muchachos de estos grupos eran del área urbana del municipio.

⁸ Registro sanitario y de control de calidad emitido por el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (INVIMA) que habilita la comercialización de alimentos, bebidas y medicamentos en puntos de distribución masiva (ej: supermercados) y fuera del municipio de origen.

⁹ Anexo 2: Volante trucha rellena

el supermercado. Siguen produciendo postres, aprovechando la materia prima otorgada por el SENA, ya que esto les permite generar recursos para la compra de trucha para los pedidos ¹⁰. Los postres producidos se dividen entre los miembros del grupo, quienes se hacen responsables de su venta. Los padres también colaboran en la venta de los productos, ofreciéndolos a familiares y amigos.

Los jóvenes se reúnen semanalmente para procesar truchas o postres y para discutir sobre algunas necesidades del grupo. Ellos se han ido dividiendo los roles en el proceso de producción y comercialización, tomando en cuenta las capacidades de cada uno. Además han iniciado los trámites necesarios para la formalización del grupo. Para ello, se realizó una capacitación donde, con el apoyo de una especialista del SENA en el tema, se analizaron las ventajas y desventajas de las diferentes formas asociativas, y los requisitos y trámites necesarios para el registro y obtención de la personería jurídica. A partir de ello, los jóvenes decidieron constituirse como asociación civil sin fines de lucro y constituyeron una junta directiva ¹¹. También elaboraron el estatuto, cartas y otros documentos necesarios con el asesoramiento de la gestora empresarial del SENA. Si bien los jóvenes conocen todos los trámites que tienen que hacer y los lugares a los cuáles se deben dirigir para el registro y obtención de la personería jurídica, la gestora empresarial los acompaña las primeras veces a las oficinas y los asesora en todo este proceso, delegándoles la responsabilidad de darle seguimiento.

Hasta el momento los jóvenes no se han distribuido los ingresos provenientes de la venta de las truchas y los postres. Por sugerencia del SENA, todos estos recursos son capitalizados para la compra de insumos para la producción y otros materiales y utensilios. A los jóvenes les parece adecuada esta medida, ya que consideran que es la única manera de poder contar con capital para crecer como empresa. Adicionalmente, las técnicas del SENA han buscado fuentes de financiamiento alternativas para esta iniciativa (financiamiento de proyectos de desarrollo, concursos, etc.).

Ahora que finalmente tienen un local propio (desde febrero 2010), los jóvenes de este grupo piensan aumentar la producción de trucha rellena y diversificar la oferta creando nuevos rellenos, pero sin dejar de procesar postres. Ellos se han planteado como objetivo llegar a diferentes mercados con la trucha rellena. Sin embargo es evidente que enfrentan varios desafíos para lograrlo. Por una parte, deben conseguir los recursos para acondicionar el local. La Alcaldía les ha ofrecido apoyo para ello y adicionalmente ellos están buscando apoyo en otras partes (ej. empresas). Por otra parte, deben reforzar la promoción del producto pero además deben encontrar solución para la falta de capital que les dificulta la compra de materia prima. Dado que durante este año (2010) continuarán recibiendo asesoramiento del SENA, es muy probable que logren solucionar, al menos parcialmente estos problemas, ya que además les permitirá contar con el capital de operaciones necesario para comprar la materia prima. Antes de iniciar el año el SENA realizará un diagnóstico con los jóvenes para identificar aquellas áreas que requieren ser reforzadas.

Este año los jóvenes tienen previsto participar en el evento “Antójtate de Antioquia” de la Gobernación de Antioquia ¹², ya que este concurso ofrece como premio a los mejores productos del Departamento el código de barras, el registro de marca y el registro INVIMA además la posibilidad de promocionar por 3 meses sus productos en las cadenas de supermercados Éxito y Carrefour.

5. Resultados e impactos logrados

Los resultados e impactos que se mencionan a continuación son producto, principalmente, de que los jóvenes hubieran ganado el primer premio en el concurso a nivel nacional de “Estrategias e Iniciativas Innovadoras de Emprendedores Jóvenes Rurales” y el segundo premio en el concurso a nivel regional (América Latina). Estos son:

- Aumento en la autoestima y seguridad de los jóvenes. Al inicio los jóvenes eran muy tímidos e incluso se les hacía difícil ofrecer sus productos. Actualmente ellos se movilizan por su cuenta a otras ciudades para ofrecer el producto e incluso se dirigen solos a la Alcaldía para solicitar apoyo en diferentes temas (ej: obtención de personería jurídica, adecuación del local, etc.)
- Validación en el mundo adulto. Tanto los padres de los muchachos como el Alcalde y otros funcionarios de la Alcaldía están orgullosos de lo que ellos han logrado. Consideran que ellos sirven de ejemplo para sus familiares y para otros jóvenes del municipio, ya que demuestran que es posible tener un emprendimiento propio.
- Reconocimiento y apoyo por parte de la Alcaldía: El hecho de que los muchachos hayan resultado ganadores en ambos concursos han hecho que el Alcalde finalmente se decida a brindarles un espacio propio para el procesamiento de sus productos. Asimismo otros funcionarios de la Alcaldía les han ofrecido apoyo para la obtención de la personería jurídica y para que vendan sus productos en Medellín.

¹⁰ Anexo 3: Etiquetas productos El Encanto

¹¹ La junta está integrada por: Presidente, vicepresidente, secretaria, tesorero y fiscal del proceso productivo.

¹² Concurso regional que se realiza anualmente, con el objetivo de contribuir al desarrollo de emprendimientos pequeños y medianos en las categorías de alimentos procesados, turismo y apuestas tecnológicas innovadoras.

- Definición de un proyecto de vida. Los jóvenes del grupo quieren continuar y fortalecer su emprendimiento. Los siete muchachos que terminaron colegio en diciembre del 2009 piensan continuar con sus estudios, en una carrera (técnica o universitaria) relacionada con esta iniciativa.

6. Evaluación de los servicios que entrega el programa

El enfoque que utilizó el Programa Jóvenes Rurales Emprendedores del SENA ha sido apropiado. El Programa no llegó con propuestas de emprendimientos predefinidas, sino que fueron los mismos jóvenes los que decidieron qué producto o servicio querían ofrecer, luego de analizar las potencialidades de la zona. Esto ha contribuido a que los jóvenes se apropien de la iniciativa y a persistan a pesar de todas las dificultades que enfrentaron.

La metodología de capacitación utilizada ha facilitado el aprendizaje de los jóvenes, ya que: i) los jóvenes aprendieron haciendo (teórico – práctica); ii) se utilizaron instrumentos sencillos, centrándose en los aspectos relevantes para el emprendimiento, y haciendo ejercicios aplicados a su emprendimiento; iii) los temas técnicos y empresariales se fueron cubriendo de manera coordinada y en función de los requerimientos que se iban presentando a medida que se desarrollaba el emprendimiento.

El acompañamiento continuo de las gestoras empresarial y comercial del SENA, guiándolos y asesorándolos durante todo el proceso, pero dándoles las herramientas e información necesarias para desempeñar las tareas y delegándoles la responsabilidad de llevarlas a cabo, ha permitido la formación de capacidades en los jóvenes y además que asuman más responsabilidades. Es así que los jóvenes ahora se hacen cargo de algunas gestiones y dan seguimiento a algunos trámites, sin que las gestoras del SENA se lo pidan. Del mismo modo, acompañarlos las primeras veces a algunas oficinas (ej: Alcaldía, Cámara de Comercio, etc.) para realizar trámites, ha permitido que los jóvenes ganaran confianza y puedan dar seguimiento y hacer las gestiones por su cuenta.

De acuerdo con lo expresado por los jóvenes, las visitas organizadas a 3 emprendimientos “exitosos” del municipio les sirvieron principalmente de incentivo para perseverar con su emprendimiento, ya que pudieron conocer otros grupos como ellos que habían pasado por situaciones similares y que habían logrado superarlas.

Las gestoras del SENA también han contribuido notablemente a la integración del grupo. Esto se ha logrado sobre todo a través salidas, paseos u otros espacios fuera de clases (ej: comer algo juntos) que han favorecido una mayor comunicación e integración entre ellos. Esto ha evitado el surgimiento de conflictos entre ellos. A su vez, estos espacios han favorecido un relacionamiento bastante horizontal con las gestoras del SENA, lo cual ha contribuido a desarrollar mayor seguridad y confianza en los jóvenes.

Factores facilitadores y obstaculizadores de la experiencia

Factores facilitadores

- Constancia y perseverancia de los jóvenes porque quieren tener un emprendimiento propio. Esta motivación y la apropiación de la iniciativa han llevado a que ellos persistan en su objetivo, a pesar de todas las dificultades.
 - Elaboración de productos innovadores a partir de productos de alto consumo en la zona. Tanto la trucha rellena como los postres de leche y buñuelos de café han llamado la atención porque son variaciones de productos conocidos y consumidos habitualmente por la población. Por este motivo ha sido más fácil su aceptación.
 - Apoyo de los padres. A pesar de todas las dificultades que enfrentaron, los padres nunca motivaron a sus hijos para que abandonen el emprendimiento. Por el contrario los ayudaban en la venta de los productos, les prestaban utensilios de trabajo y les permitían llenar la nevera con sus productos. La única condición que ponían era que no descuidaran sus estudios
- Factores obstaculizadores
- Falta de capital para poder cumplir con los requisitos necesarios para obtener el permiso sanitario (ej: planta acondicionada) y para obtener el registro de marca, el código de barras y el registro INVIMA. La falta de estos registros impide a los jóvenes vender en otros municipios y en supermercados.
 - Falta de un local fijo para procesar. Los jóvenes tenían que trasladarse con todos sus materiales de un lugar a otro y a veces no podían procesar porque no les concedían el espacio.

- Falta de capital de operaciones. El procesamiento de trucha rellena se vio limitado por los pocos recursos disponibles para comprar la materia prima. Por este motivo decidieron producir sólo por pedido.
- Falta de equipo y utensilios de trabajo. Los jóvenes han estado procesando con los equipos de las sedes en las que trabajaban. En diversas ocasiones tuvieron que prestarse equipos de familiares que habitan en la zona urbana (ej. licuadora) y los productos terminados eran refrigerados en las casas de los miembros del grupo. Esto llevó a que en algunas ocasiones se les echara a perder el producto. Además, dificultó la promoción de las truchas rellenas en ferias y eventos, ya que no podían llevar el producto porque no tenían donde conservarla.

7. Lecciones aprendidas y recomendaciones

Para que un emprendimiento de jóvenes se desarrolle es fundamental que ellos se apropien de la iniciativa. Para lograrlo se requiere, entre otras cosas, que los proyectos o programas que promueven la formación de emprendimientos no lleguen con propuestas y soluciones predefinidas, sino que incentiven a los jóvenes para que ellos mismos decidan el producto o servicio que quieren ofrecer, guiándolos y asesorándolos a partir de un análisis conjunto de las potencialidades y limitaciones de la zona.

Para captar la atención de los jóvenes e incentivarlos a aprender se les debe dar un tipo de capacitación teórico – práctica, donde con ejercicios prácticos ellos vayan aplicando y viendo la utilidad de lo aprendido. Por otra parte, los muchachos muy jóvenes (menores de 20 años) requieren de mayor acompañamiento y guía que otros durante todo el proceso de formación del emprendimiento. Es necesario orientarlos sobre los distintos temas (productivos, empresariales y legales), darles las herramientas e información necesarias para desempeñar las tareas, pero delegarles la responsabilidad de llevarlas a cabo, dándoles seguimiento y asesoramiento durante el proceso. Es importante evitar de incurrir en el error de desempeñar estas funciones por ellos.

Iniciativas de formación empresarial dirigidas exclusivamente a los jóvenes, tienen la capacidad de poner en contacto a jóvenes con los mismos intereses y aspiraciones, les permite conocerse mejor entre ellos e ir creando y consolidando un equipo de trabajo.

Para el desarrollo de un emprendimiento, es muy importante trabajar en la consolidación del grupo, enseñarles a trabajar en equipo para evitar el surgimiento de conflictos. Si bien existen algunos ejercicios y dinámicas de grupo útiles para ellos, la experiencia ha demostrado que con los jóvenes puede ser más efectivo organizar salidas, paseos u otros espacios fuera de clases donde puedan compartir y conocerse mejor.

El intercambio con otros micro-emprendimientos permite a los jóvenes aprender de la experiencia de otros grupos que han pasado por situaciones similares pero además, en el caso de grupos de jóvenes que recién están iniciando una actividad productiva, estas visitas pueden constituirse sobre todo en un importante estímulo para involucrarse más y perseverar en su iniciativa.

Por lo general los jóvenes rurales cuentan con menos recursos económicos que los adultos (ya sea porque recién están empezando a trabajar que porque aún están estudiando). Por ello es importante que los programas de formación empresarial para jóvenes incluyan mecanismos para facilitar el acceso a recursos para iniciar las actividades productivas (materia prima y algunos materiales). Otorgar capital semilla no reembolsable para materia prima y empaque puede ser suficiente en la etapa inicial, mas no a medida que se desarrolla el emprendimiento. Por lo tanto, es necesario prever mecanismos para que puedan acceder a fondos adicionales y/o enseñarles a buscar otras fuentes de financiamiento alternativas al crédito.

Las Alcaldías que suscriben convenio con el SENA para capacitaciones en el marco del Programa Jóvenes Emprendedores deberían considerar la adecuación de un espacio para uso exclusivo de los grupos del Programa, para que así ellos puedan aprender a procesar los productos sin inconvenientes durante todo el periodo de capacitación.



Asia y Pacífico
99/1 Koolpant Ville 9
Chiang Mai Hang Dong Road.
T.Ban Waen A. Hang Dong
Chiang Mai 50230, Thailand
Tel: +665 3336599
Móvil: +668 32083728
www.asia.procasur.org

Latinoamérica
Heriberto Covarrubias 21
Of. 705, Ñuñoa
Santiago de Chile
Tel: +562 3416367
www.procasur.org

África
Shelter Afrique Building
2nd Floor (Right wing)
P.O. Box 25965 - 00100
Mamlaka Road, off Nyerere Road
Nairobi, Kenya
Tel: +254 705585561
www.africa.procasur.org