



Universidad de San Carlos de Guatemala
Facultad de Ingeniería
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO
CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE
EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE
GUATEMALA**

César Armando Pérez Castellanos

Asesorado por el Ing. Eric Ronaldo Ruiz Matías

Guatemala, octubre de 2021

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA



FACULTAD DE INGENIERÍA

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO
CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE
EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE
GUATEMALA**

TRABAJO DE GRADUACIÓN

PRESENTADO A LA JUNTA DIRECTIVA DE LA
FACULTAD DE INGENIERÍA
POR

CÉSAR ARMANDO PÉREZ CASTELLANOS
ASESORADO POR EL ING. ERIC RONALDO RUIZ MATÍAS

AL CONFERÍRSELE EL TÍTULO DE

INGENIERO INDUSTRIAL

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2021

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE INGENIERÍA



NÓMINA DE JUNTA DIRECTIVA

DECANA	Inga. Aurelia Anabela Cordova Estrada
VOCAL I	Ing. José Francisco Gómez Rivera
VOCAL II	Ing. Mario Renato Escobedo Martínez
VOCAL III	Ing. José Milton de León Bran
VOCAL IV	Br. Kevin Vladimir Armando Cruz Lorente
VOCAL V	Br. Fernando José Paz González
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

TRIBUNAL QUE PRACTICÓ EL EXAMEN GENERAL PRIVADO

DECANA	Inga. Aurelia Anabela Cordova Estrada
EXAMINADOR	Ing. Aldo Ozaeta Santiago
EXAMINADOR	Ing. Selvin Estuardo Joachín Juarez
EXAMINADOR	Ing. Luis Pedro Ortiz de León
SECRETARIO	Ing. Hugo Humberto Rivera Pérez

HONORABLE TRIBUNAL EXAMINADOR

En cumplimiento con los preceptos que establece la ley de la Universidad de San Carlos de Guatemala, presento a su consideración mi trabajo de graduación titulado:

**INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO
CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE
EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE
GUATEMALA**

Tema que me fuera asignado por la Dirección de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, con fecha 11 de mayo de 2021.

César Armando Pérez Castellanos

Guatemala, marzo de 2021

Ingeniero
César Ernesto Urquizú Rodas
Director
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial
Facultad de Ingeniería, USAC.

Ing. Urquizú Rodas

Por medio de la presente me dirijo a usted, para hacer de su conocimiento que como Asesor del estudiante universitario: **César Armando Pérez Castellanos** quien se identifica con CUI No. **2806 74198 0101** y carné universitario No. **2013-14294**, he tenido a la vista el trabajo de graduación **“INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA”**, el cual encuentro satisfactorio.

En tal virtud, **LO DOY POR APROBADO**, solicitándole darle el trámite respectivo.

Sin otro particular, me suscribo.



Eric Ronaldo Ruiz Matías
INGENIERO INDUSTRIAL
COLEGIADO No. 10,022

Ing. Eric Ronaldo Ruiz Matías
Colegiado No. 10,022
Asesor



ESCUELA DE
INGENIERÍA MECÁNICA INDUSTRIAL
FACULTAD DE INGENIERÍA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

REF.REV.EMI.078.021

Como Catedrático Revisor del Trabajo de Graduación titulado **INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**, presentado por el estudiante universitario **César Armando Pérez Castellanos**, apruebo el presente trabajo y recomiendo la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

*Ing. José Rolando Chávez Salazar
Ingeniero Industrial
Colegiado No. 4,317*

Ing. José Rolando Chávez Salazar
Catedrático / Revisor de Trabajos de Graduación
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, julio de 2021.

/mgp



ESCUELA DE
INGENIERÍA MECÁNICA INDUSTRIAL
FACULTAD DE INGENIERÍA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

REF.DIR.EMI.096.021

El Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer el dictamen del Asesor, el Visto Bueno del Revisor y la aprobación del Área de Lingüística del trabajo de graduación titulado **INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**, presentado por el estudiante universitario **César Armando Pérez Castellanos**, aprueba el presente trabajo y solicita la autorización del mismo.

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



Firmada digitalmente por Cesar Ernesto Urquizu Rodas
Motivo: Ingeniero Industrial
Ubicación: Facultad de Ingeniería, Escuela de Ingeniería
Mecánica Industrial, USAC
Colegiado 4,272

Ing. César Ernesto Urquizú Rodas
DIRECTOR
Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial

Guatemala, octubre de 2021.
/mgp

DTG. 471.2021

La Decana de la Facultad de Ingeniería de la Universidad de San Carlos de Guatemala, luego de conocer la aprobación por parte del Director de la Escuela de Ingeniería Mecánica Industrial, al Trabajo de Graduación titulado: **INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA IDENTIFICAR LAS LÍNEAS DE EMPRENDIMIENTO CON MAYOR ÉXITO QUE FUERON ASESORADAS POR LA COMUNIDAD DE EMPRENDEDORES MANOS GT, EN EL ÁREA RURAL DEL DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**, presentado por el estudiante universitario: **César Armando Pérez Castellanos**, y después de haber culminado las revisiones previas bajo la responsabilidad de las instancias correspondientes, autoriza la impresión del mismo.

IMPRÍMASE:



Inga. Anabela Cordova Estrada
Decana



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
DECANA
FACULTAD DE INGENIERÍA

Guatemala, octubre de 2021

AACE/asga

ACTO QUE DEDICO A:

Dios	Por permitirme culminar esta etapa estudiantil con éxito.
Mis padres	Claudia Castellanos y Henri Chinchilla, por su amor, apoyo, comprensión y por ser mi inspiración para ser mejor cada día.
Mi madrina	Ana Adelina Castellanos (q. e. p. d.) por ser mi segunda madre, por su amor y sabios consejos que siempre estarán presentes en mi corazón.
Mis hermanas	Anapaula y Ximena Chinchilla, por su amor, comprensión y apoyo incondicional.
Mi familia	Por ser parte de mi vida, en especial a mi abuela María Samayoa (q. e. p. d.), mis tíos Nancy Castellanos, Vinicio Salazar y mi primo Marco Salazar.
Mis amigos	Por todos los momentos compartidos, en especial a Rosemary García, Samuel Contreras y Carlos Ramírez, gracias por su amistad.

AGRADECIMIENTOS A:

**Universidad de San
Carlos de Guatemala**

Mi *alma máter*, por permitirme estudiar en sus aulas y adquirir el conocimiento que me permitirá desarrollarme como profesional.

ÍNDICE GENERAL

LISTA DE SÍMBOLOS.....	XI
GLOSARIO.....	XIII
RESUMEN.....	XV
OBJETIVOS	XVII
INTRODUCCIÓN.....	XIX
1. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Comunidad de emprendedores.....	1
1.1.1. Emprendimiento rural.....	1
1.1.2. Bazares.....	1
1.2. Investigación de mercado.....	2
1.2.1. Mercado.....	2
1.2.2. Marketing tradicional.....	2
1.2.3. Marketing digital.....	3
1.2.4. Ventas	3
1.3. Estudio Financiero	3
1.3.1. Asesoría financiera	3
1.3.2. Capital semilla.....	4
1.3.3. Proyectos autofinanciables	4
1.3.4. Facturaje.....	4
1.3.5. Evaluación financiera de proyectos.....	5
1.4. Dificultades en los emprendimientos	6
1.4.1. Escasez de recursos.....	7
1.4.2. Desinformación	7
1.4.3. Motivación personal	7

2.	PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL ÁREA RURAL.....	9
2.1.	Datos generales de los emprendedores.....	9
2.1.1.	Sexo.....	9
2.1.2.	Ubicación.....	10
2.1.3.	Edad.....	10
2.1.4.	Escolaridad.....	10
2.1.5.	Cantidad de personas del núcleo familiar	11
2.1.6.	Trabajo en relación de dependencia.....	11
2.1.7.	Formas de cobro	11
2.1.8.	Políticas de crédito	12
2.2.	Línea productiva en la que se desarrolla actualmente.....	12
2.2.1.	Tipo de emprendimiento que desarrolla actualmente.....	12
2.2.2.	Recursos necesarios para iniciar su emprendimiento.....	13
2.2.3.	Recursos necesarios para operar su emprendimiento.....	13
2.2.4.	Estimación de ingresos que genera el emprendimiento.....	14
2.3.	Actividad emprendedora rural	14
2.3.1.	Fines del emprendimiento	15
2.3.2.	Dificultades para iniciar un emprendimiento	15
2.3.3.	Financiamiento	16
2.3.4.	Fuentes de trabajo.....	17
2.3.5.	Capacitación y asesoría	17
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
3.1.	Canales de comunicación con la comunidad de emprendedores	19

3.1.1.	Medios digitales	19
3.1.2.	Medios tradicionales	20
3.2.	Establecer objetivos de la investigación.....	20
3.2.1.	Selección de muestra del municipio	21
3.2.2.	Base de datos de emprendedores	21
3.2.3.	Metodología de comunicación con los emprendedores.....	22
3.3.	Delimitación de la investigación	22
3.3.1.	Segmentación de la población	23
3.3.2.	Tamaño de la muestra	23
3.3.3.	Parámetros estadísticos para la investigación	23
3.4.	Construcción de instrumentos de recolección de datos	24
3.4.1.	Modelo de entrevista.....	24
3.4.2.	Formularios de inscripción	24
3.5.	Tabulación de datos	25
3.5.1.	Contabilización de datos	26
3.5.2.	Actualización de base de datos.....	26
4.	INVESTIGACIÓN DE CAMPO	27
4.1.	Emprendimiento rural en el municipio de Guatemala.....	27
4.1.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	28
4.1.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	28
4.1.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	30
4.1.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	30
4.1.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	31
4.2.	Emprendimiento rural en el municipio de Amatitlán	31

4.2.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	31
4.2.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	32
4.2.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	32
4.2.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	32
4.2.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	32
4.3.	Emprendimiento rural en el municipio de Chinautla.....	33
4.3.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	33
4.3.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	33
4.3.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	33
4.3.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	34
4.3.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	34
4.4.	Emprendimiento rural en el municipio de Chuarancho	35
4.4.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	35
4.4.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	35
4.4.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	35
4.4.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	36
4.4.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	36
4.5.	Emprendimiento rural en el municipio de Fraijanes	36
4.5.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	37
4.5.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	38
4.5.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	38

4.5.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	39
4.5.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	41
4.6.	Emprendimiento rural en el municipio de Mixco	42
4.6.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	42
4.6.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	43
4.6.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	43
4.6.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	43
4.6.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	44
4.7.	Emprendimiento rural en el municipio de Palencia	44
4.7.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	45
4.7.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	45
4.7.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	45
4.7.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	46
4.7.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	46
4.8.	Emprendimiento rural en el municipio de San José del Golfo.....	47
4.8.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	47
4.8.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	47
4.8.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	47
4.8.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	48
4.8.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	48
4.9.	Emprendimiento rural en el municipio de San José Pinula.....	49

4.9.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	49
4.9.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	49
4.9.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	49
4.9.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	50
4.9.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	50
4.10.	Emprendimiento rural en el municipio de San Juan Sacatepéquez	50
4.10.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	51
4.10.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	51
4.10.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	51
4.10.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	52
4.10.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	52
4.11.	Emprendimiento rural en el municipio de San Miguel Petapa.....	52
4.11.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	53
4.11.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	53
4.11.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	54
4.11.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	54
4.11.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	55
4.12.	Emprendimientos rurales en el municipio de San Pedro Ayampuc.....	55
4.12.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	55

4.12.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	56
4.12.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	56
4.12.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	56
4.12.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	56
4.13.	Emprendimientos rurales en el municipio de San Pedro Sacatepéquez.....	57
4.13.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	57
4.13.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	57
4.13.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	57
4.13.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	58
4.13.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	58
4.14.	Emprendimientos rurales en el municipio de San Raymundo	58
4.14.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	59
4.14.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	59
4.14.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	59
4.14.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo	59
4.14.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos.....	60
4.15.	Emprendimientos rurales en el municipio de Santa Catarina Pinula	60
4.15.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia	60
4.15.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito.....	61
4.15.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento	61

4.15.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	61
4.15.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	61
4.16.	Emprendimientos rurales en el municipio de Villa Canales	62
4.16.1.	Características de los emprendimientos con mayor incidencia.....	62
4.16.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	62
4.16.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	63
4.16.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	63
4.16.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	63
4.17.	Emprendimientos rurales en el municipio de Villa Nueva	63
4.17.1.	Características de los emprendimientos	64
4.17.2.	Línea de emprendimiento con mayor éxito	64
4.17.3.	Dificultades para iniciar su emprendimiento.....	64
4.17.4.	Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo.....	64
4.17.5.	Estrategias para fortalecer los emprendimientos	65
5.	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	67
5.1.	Líneas de emprendimiento rurales exitosas	67
5.1.1.	Factores de éxito	67
5.1.2.	Recursos necesarios	67
5.1.3.	Beneficiarios directos e indirectos	67
5.2.	Estrategias de comunicación e interacción.....	68
5.2.1.	Metodología de interacción con emprendedores	69
5.2.2.	Canales de comunicación.....	70
5.2.3.	Comunidad de emprendimiento.....	70
5.3.	Estrategias para fortalecer el emprendimiento rural	71

5.3.1.	Estrategias y metodología de capacitación	71
5.3.2.	Asesoría en comercialización.....	72
5.3.3.	Asesoría en aspectos legales, contables y mercantiles	72
5.3.4.	Financiamiento y capital semilla.....	72
5.3.5.	Estrategias de comercialización nacional y exportación	73
5.3.6.	Asesoría en mercadeo y ventas	74
5.3.7.	Asesoría en marketing digital	74
5.3.8.	Asesoría en exportación de productos	75
5.4.	Estrategias de seguimiento EMPRENDEDORES-MANOS	
	GT	75
5.4.1.	Medios tradicionales	76
5.4.1.1.	Ferias de emprendimiento.....	76
5.4.1.2.	Reuniones semestrales de emprendedores	77
5.4.1.3.	Contacto telefónico	77
5.4.2.	Medios digitales	77
5.4.2.1.	Sitio Web comunidad de emprendedores MANOS GT	78
5.4.2.2.	Redes sociales de la comunidad de emprendedores	78
5.4.2.3.	Meetings <i>online</i> de emprendedores	79
5.4.2.4.	Grupos <i>online</i> según línea de emprendimiento	79
5.4.2.5.	Mentorías <i>online</i>	80

CONCLUSIONES 81
RECOMENDACIONES 83
BIBLIOGRAFÍA 85
APÉNDICE..... 93

LISTA DE SÍMBOLOS

Símbolo	Significado
kg	Kilogramos
kg/m³	Kilogramos por metro cúbico
Kwh	Kilowatt por hora
LF	Ladle Furnace
m	Metros
m/s	Metros por segundo
mm	Milímetros
P	Paradas programadas
%	Porcentaje
kg/	TM Kilogramos por tonelada k

GLOSARIO

Comunidad	Conjunto de personas de una zona geográfica determinada.
Emprendedor	Persona que diseña, lanza y pone en funcionamiento un negocio, partiendo de una innovación.
Emprendimiento	Actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.
Entrevista	Conversación entre dos o más personas con un fin determinado.
Financiamiento	Mecanismo por medio del cual se aporta dinero o se concede un crédito a una persona, para que esta lleve a cabo un proyecto.
Investigación de campo	Categorización relacionada con las características de una idea de negocio.
Línea de emprendimiento.	Oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa.
Negocio	Actividad que se realiza para obtener un beneficio monetario.

Pertinencia

Oportunidad, adecuación y conveniencia de una cosa.

Sector rural

Adjetivo que hace referencia a lo perteneciente o relativo a la vida en el campo.

RESUMEN

El emprendimiento hoy en día es una actividad que genera ingresos para los diferentes sectores económicos del país, en el caso de Guatemala se presenta más por necesidad que oportunidad y los guatemaltecos visualizan oportunidades de ingresos adicionales en las diferentes actividades que se realizan.

MANOS GT es una empresa y como comunidad guatemalteca de emprendedores invita a profesionalizar a diferentes emprendedores en sus emprendimientos en los diferentes sectores productivos de Guatemala y uno de los mercados que desea apoyar es el sector rural de Guatemala.

El objetivo del presente trabajo se enfocará en elaborar una investigación de mercado, para identificar las líneas de emprendimiento con mayor éxito que fueron asesoradas por la comunidad de emprendedores MANOS GT, durante el período 2017 al 2019 en el área rural del departamento de Guatemala.

Se analizarán emprendimientos ya existentes y se realizarán entrevistas a emprendedores que han generado éxito en sus diferentes actividades que realizan con el objeto de compartir sus experiencias y servir de apoyo y soporte para los nuevos emprendimientos que surgen día con día; especialmente en la situación actual de pandemia COVID-19, que vive Guatemala y los diferentes países del mundo.

OBJETIVOS

General

Elaborar una investigación de mercado para identificar las líneas de emprendimiento con mayor éxito que fueron asesoradas por la comunidad de emprendedores MANOS GT, durante el período 2017 al 2019 en el área rural del departamento de Guatemala.

Específicos

1. Analizar la base de datos para determinar la cantidad de proyectos que hay por región, así como la línea productiva en la que se desarrollan y datos generales del emprendedor.
2. Establecer la metodología de comunicación y acercamiento con los distintos emprendedores, y desarrollar el trabajo de campo.
3. Analizar la información obtenida en el trabajo de campo, para determinar los emprendimientos con mayor incidencia, porcentaje de éxito y dificultades presentadas en su desarrollo.
4. Fortalecer los emprendimientos en el área rural del departamento de Guatemala, desarrollando estrategias basadas en los datos obtenidos de la investigación realizada.

5. Establecer estrategias para una correcta relación, MANOS GT – emprendedores, con el fin de mejorar el servicio prestado a la comunidad.

INTRODUCCIÓN

El sector rural de Guatemala, específicamente los municipios de ciudad capital; maneja comercio formal e informal para generar ingresos para sus habitantes. En el caso de los emprendedores, existen diferentes líneas de acción que desarrollan según su nivel profesional, recursos, conocimiento y capacitación que poseen.

A continuación se presentará una investigación de mercado para identificar las líneas de emprendimiento con mayor éxito que fueron asesoradas por la comunidad de emprendedores MANOS GT (una comunidad de emprendedores), durante el período 2017 al 2019 en el área rural del departamento de Guatemala; se realizó una investigación cualitativa y a través de entrevistas y encuestas, se logró determinar las diferentes líneas de emprendimientos exitosas y no exitosas que se han generado en los diferentes municipios de ciudad capital de Guatemala.

En el primer capítulo se presentarán los fundamentos teóricos de los conceptos y temática planteada, en el segundo capítulo se realizará una descripción del perfil del emprendedor rural, específicamente de los municipios de ciudad capital de Guatemala; en el tercer capítulo se planteará la metodología de la investigación usada; considerando que la misma se realizó en tiempos de pandemia y no se pudo realizar una investigación de campo cuantitativa presencial; en el cuarto capítulo se mostrará el resumen de los emprendimientos rurales de cada municipio de Guatemala, y en el quinto capítulo se presentará un análisis de los resultados obtenidos en la investigación.

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Comunidad de emprendedores

“Ecosistema en donde los emprendedores pueden encontrar un espacio en el cual encuentran personas con intereses, metas y valores.”¹

1.1.1. Emprendimiento rural

“El emprendimiento en las zonas rurales puede llegar a tener el potencial de convertirse en el mecanismo promotor de desarrollo ya que lograría ser la herramienta para la solución de varias problemáticas que se presentan en el sector.”²

1.1.2. Bazares

“Es aquí donde los emprendedores buscan un espacio para hacer crecer sus negocios, la gran mayoría familiares, y exponen sus productos para disposición de los visitantes.”³

¹ LASCUARÁIN, Pablo. *Impacto de comunidades emprendedoras*. <https://www.forbes.com.mx/impacto-de-comunidades-emprendedoras/>. Consulta: marzo 2021.

² IOR Consulting. *Emprendedores rurales reinventan la vida en el campo*. <https://ior.es/emprendedores-rurales/>. Consulta: marzo 2021.

³ CGN Noticias. *Preparan espacio para emprendedores*. <https://cgnoticiasdeguatemala.wordpress.com/2018/11/06/preparan-espacio-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

1.2. Investigación de mercado

Todo proceso de emprendimiento, por más ingenioso, novedoso e innovador que sea, debe de iniciar por un estudio del mercado, para definir entre otras cosas, sus necesidades, gustos y preferencias, cuánto está dispuesto a pagar y lo más importante, validar el modelo de negocio. Asimismo, se debe conocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, es decir el panorama completo.⁴

1.2.1. Mercado

Mercadeo comprende desde el simple acto de ponerle nombre al negocio o sus productos, ajustes al producto y servicio, realizar una oferta, decisiones gráficas, medir el proceso, crear esfuerzos de ventas e incluso el seguimiento que realicemos con los clientes.⁵

1.2.2. Marketing tradicional

El marketing tradicional —también conocido como «marketing offline»— hace referencia a todas aquellas estrategias destinadas a promocionar los productos o servicios de una entidad mediante herramientas que no hacen uso de las tecnologías digitales. Algunos ejemplos de ello son los materiales en papel —folletos plegables, flyers, cartas, páginas publicitarias en revistas y periódicos, catálogos y carteles—, los eventos en vivo y los anuncios de radio o televisión.⁶

⁴ CÉSPEDES, Javier. *Investigación de mercados para emprendedores*. <https://asep.pe/index.php/investigacion-de-mercados-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

⁵ CGN Noticias. *Preparan espacio para emprendedores*. <https://cgnoticiasdeguatemala.wordpress.com/2018/11/06/preparan-espacio-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

⁶ CANTAVALLE, Sarah. *Por qué el marketing tradicional nunca pasará de moda*. <https://efiempresa.com/blog/efiempresa-marketing-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

1.2.3. Marketing digital

Es un complemento del marketing tradicional que se dedica al uso estratégico y táctico del internet y las redes sociales para la gestión comercial de los productos y servicios de una empresa. En el marketing digital nada está escrito y el éxito de la empresa solo depende de la creatividad y la innovación que se coloque en la estrategia digital de cada organización.⁷

1.2.4. Ventas

El proceso de venta es la sucesión de pasos que una empresa realiza desde el momento en que intenta captar la atención de un potencial cliente hasta que la transacción final se lleva a cabo, es decir, hasta que se consigue una venta efectiva del producto o servicio de la compañía.⁸

1.3. Estudio Financiero

Proceso por medio del cual se analiza la viabilidad de un proyecto para poder llevarlo a cabo, tomando como base los recursos económicos que posee el emprendedor.

1.3.1. Asesoría financiera

La asesoría financiera es dada por un experto en finanzas que decidió dedicarse al entrenamiento financiero; esta persona debe estar calificada y certificada, con gran experiencia en las inversiones, los bancos y las finanzas. Con un buen servicio de asesoría se obtiene la ventaja de no depender de las entidades bancarias o financieras y, por ende, no se tienen conflictos con intereses.

⁷ SÁNCHEZ, Duvian. *Marketing digital para emprendedores*. <https://www.duviansanchez.com/marketing-digital/marketing-digital-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

⁸ VALDÉS, Pau. *Proceso de venta: ¿Qué es y cómo funciona?* <https://www.inboundcycle.com/proceso-de-venta-que-es-y-como-funciona>. Consulta: marzo 2021.

Esta enseñanza en finanzas busca organizar las inversiones a la medida del cliente, sea una persona o empresa. El asesoramiento financiero logra que los empresarios decidan por sí solos inversiones buenas, siendo capaces de planificarse y tomar estrategias imparciales con base en su cartera de inversión.⁹

1.3.2. Capital semilla

Es el financiamiento inicial para poner en marcha una nueva empresa o para impulsar su desarrollo en una etapa temprana. Generalmente, proviene del emprendedor y de su círculo cercano (*friends, family & fools*). Su destino son las necesidades de arranque de la empresa y se caracteriza por no tener retorno.¹⁰

1.3.3. Proyectos autofinanciables

Al igual que los proyectos autofinanciables y los de propósitos múltiples el análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Ya que este pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. Este método se aplica a obras sociales, proyectos colectivos o individuales, empresas privadas, planes de negocios, entre otros, prestando atención a la importancia y cuantificación de sus consecuencias sociales o económicas.¹¹

1.3.4. Facturaje

En un ciclo de transacción típico, se genera una factura después de concluido el proceso contractual y de venta. El proceso de facturación tradicional siempre ha formado parte de un conjunto más amplio de procesos de negocio en el comercio que incluyen la colocación y aceptación de una orden, el procesamiento de la orden, la entrega de la mercancía y el pago final. Este es un proceso de compra-a-pago desde la perspectiva del comprador, y uno de pedido-a-cobro desde la perspectiva del vendedor.

El vendedor y el comprador tienen que intercambiar facturas. A pesar de que los formatos electrónicos ya son posibles, los métodos más comunes para el intercambio de facturas son el correo y, en el caso de las transacciones cara a cara,

⁹ ARGENTA PATRIMONIOS. *Qué se hace en una asesoría financiera*. <https://argentapatrimonios.com/se-una-asesoria-financiera/>. Consulta: marzo 2021.

¹⁰ URIBE, Érika. *Qué es la capital semilla y el capital emprendedor*. <https://www.entrepreneur.com/article/305053>. Consulta: marzo 2021.

¹¹ TURMERO, Iván. *Proyectos autofinanciables*. <https://www.buenastareas.com/ensayos/Proyectos-Autofinanciables/7213812.html>. Consulta: marzo 2021.

la entrega en mano al cliente. El principal problema de tal procesamiento manual es que el papel sigue estando muy arraigado en los procesos de facturación entre entidades de todos los tamaños.

El proceso de facturación es un paso importante del comercio ya que detona el inicio del proceso de pago entre los socios comerciales. El impacto de la tecnología es importante para facilitar el esfuerzo continuo que llevan a cabo las compañías para reducir el número de documentos en papel. El proceso puede simplificarse a través del uso de formatos, de elementos de datos armonizados o formularios clave para documentos estándar.¹²

1.3.5. Evaluación financiera de proyectos

En una evaluación financiera de proyectos de inversión, es importante tener claro el componente financiero para analizar su viabilidad y tomar decisiones que mitiguen los riesgos.

Esta evaluación permite no sólo conocer los montos de inversión del proyecto, sino también sus costos asociados, para identificar unos niveles de precios que permitan definir metas de ingresos o ventas y estimar la capacidad de generar riqueza o valor a los inversionistas. Una evaluación financiera de proyectos contiene las siguientes etapas:

- Estudio de mercado

Para conocer el entorno en que se desempeñará el proyecto, es necesario conocer la situación actual del mercado. Se deben analizar, los competidores, perfiles de clientes, aspectos estratégicos del proyecto (fortalezas y debilidades) y del mercado (oportunidades y amenazas), identificar productos sustitutos, entre otros.

- Identificación de las variables a considerar

Todas aquellas que generen un impacto financiero. se identifica el detalle de los montos de inversión inicial (compra de maquinaria, equipos, adquisición de bienes muebles e inmuebles, entre otros). Se deben incluir aquellas relacionadas con el entorno económico y del mercado, como la tasa de inflación, el crecimiento económico, las tasas de interés, entre otros.

Así mismo, se identifican las variables que estarán presentes en el proyecto durante su etapa de ejecución.

- Organización y levantamiento de la información

Una vez identificadas las variables que generan impacto financiero, se hace una organización de ésta, en el que se identifiquen los rubros pertenecientes a los

¹² ASOCIACIÓN BANCARIA EUROPEA/INNOPAY. *Proceso de facturación.* <https://tfig.itcilo.org/SP/contents/invoicing-process.htm>. Consulta: marzo 2021.

costos de ventas, gastos de operación y administración, inversiones, depreciaciones, entre otros.

Al tener definida esta organización, es necesario conseguir cotizaciones o información de los precios de los elementos a ser considerados en las inversiones, así como de las materias primas e insumos requeridos para la producción. Una vez se cuente con la información, se puede elegir un criterio estadístico para definir los montos de los ingresos, egresos e inversiones: valores promedio, mediana, máximo, mínimo, entre otros.

En este punto, es importante identificar los costos fijos (es decir, aquellos que se generan con independencia de los niveles de producción), así como los costos variables (los que están directamente asociados con la producción del bien).

- Estimación del Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, desde un análisis financiero, es el nivel de unidades de un producto que se debe vender en una empresa o proyecto de inversión, para que la utilidad o ganancia neta sea cero; es decir, que los ingresos sean iguales que los egresos. Es definido así:

Punto de Equilibrio = (Costos Fijos + Depreciación) / (Precio – Costo Variable Unitario)

- Definición de metas de ventas

Una vez identificado el punto de equilibrio, se pueden definir las metas de ventas en el marco del proyecto. En este punto, se debe identificar si, a partir de los resultados del punto de equilibrio, las metas corresponden a una participación razonable en el mercado, si los precios a ser utilizados permiten alcanzar los niveles de ventas esperados, si la capacidad de producción permite generar dicha cantidad de productos, entre otros.

En caso de ser necesario, se deben realizar los ajustes correspondientes, en función de que estos niveles se mantengan iguales o superiores al punto de equilibrio.¹³

1.4. Dificultades en los emprendimientos

Existen distintos inconvenientes que pueden presentarse a la hora de llevar a cabo un proyecto, muchos emprendedores se ven limitados por estas situaciones para poder materializar sus anhelos.

¹³ PROFIMA. *Evaluación financiera de proyectos*. <https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>. Consulta: marzo 2021.

1.4.1. Escasez de recursos

La escasez financiera presenta desafíos que consumen recursos cognitivos, lo que implica dejar menos recursos para otras tareas e impedir otras funciones cognitivas básicas, de esta manera, la gente se vuelve más propensa a cometer errores al tomar decisiones.

La escasez es una característica conceptual que está fuertemente ligada a los emprendedores, lo que puede repercutir en su éxito o fracaso. El objetivo de esta investigación es comprender cómo el factor de escasez financiera influye en la toma de decisiones de los emprendedores y cómo esto afecta sus planes a futuro.¹⁴

1.4.2. Desinformación

Es una actividad de alto riesgo, porque todo es desconocido: no hay certidumbre sobre la necesidad o el problema que tenemos que resolver; no la hay tampoco sobre quién es el cliente ni sobre lo que tenemos que construir. Al principio, solo tenemos ideas, hipótesis, corazonadas y quizá un poco de conocimiento de determinado mercado. Hace falta un minucioso trabajo de investigación.

En la fase de arranque los riesgos más importantes son:

- La tecnología
- El mercado

La triste realidad es que cerca del 90 % de las empresas fracasan porque no pueden encontrar a nadie que les compre (riesgo mercado) su producto y no porque no puedan construir lo que quieren vender.¹⁵

1.4.3. Motivación personal

Algunos emprendedores inician un proyecto porque creen que es suficiente con tener una idea, ganas e ilusión. Pero este no es un motivo suficiente, y prueba de ello es que más del 90 % terminan fracasando a los pocos años.

En muchas ocasiones los motivos que inducen a alguien a emprender son huidas hacia delante porque lo que buscan es un cambio en la situación actual, como

¹⁴ DEL VALLE, Carlo. *El ciclo de estancamiento*. <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://files.elfsight.com/storage/20f131ea-4070-49cd-9af3-27f2c5427dc7/8a83c588-448c-4e6a-a8fb-af2933b67b60.pdf>. Consulta: marzo 2021.

¹⁵ BISBAL, Pedro. *Emprendimiento: el verdadero problema no es el dinero*. <https://www.esic.edu/rethink/management/emprendimiento-el-verdadero-problema-no-es-el-dinero>. Consulta: marzo 2021.

son, por ejemplo: no estar contentos con el jefe, la empresa, los compañeros, problemas de horario, falta de potestad para elegir las vacaciones. En otras ocasiones el motivo para emprender es debido a circunstancias como son:

- ganar más,
- tener más tiempo libre,
- libertad de horarios,
- sentirte exitoso,
- dejar un negocio para tus hijos,
- tener un puesto de trabajo seguro,
- recibir el reconocimiento de los demás,
- adquirir nuevas habilidades,
- crear puestos de trabajo,
- ayudar a los demás,
- ser reconocido socialmente,
- demostrar algo más a uno mismo, a la familia o a los demás...
- y por descontado el principal motivo que induce a emprender es por conseguir la independencia financiera.¹⁶

¹⁶ VILLALBA, Regelio. *Motivación para emprender un negocio*.
<https://asepyme.com/motivacion-para-emprender/>. Consulta: marzo 2021.

2. PERFIL DEL EMPRENDEDOR DEL ÁREA RURAL

2.1. Datos generales de los emprendedores

A pesar de los desafíos que enfrentamos los guatemaltecos, el espíritu emprendedor es admirable; sin embargo, no contamos con los elementos para tener éxito. Un estudio realizado en 2011 coloca a nuestro país entre las diez economías más emprendedoras de 54 analizadas, pero la sobrevivencia de los negocios es muy baja, ya que solamente 2,2 de cada cien guatemaltecos logran establecer una empresa capaz de generar ingresos en forma permanente por más de tres años y medio; el desafío es más complejo en el área rural.

Las áreas rurales en Guatemala son espacios geográficos que habita más de la mitad de la población, que no tienen fácil acceso a las instituciones públicas ni a los servicios básicos, por lo que iniciar y sostener una actividad económica resulta mucho más complicado. Mientras el 50 % de los habitantes del área urbana han logrado completar la primaria, los habitantes del área rural apenas alcanzan tercera primaria.

En el área rural, el emprendedor es hombre (58 %), joven (menor de 44 años), con poca educación formal (solo 10 % ha estudiado en la secundaria) y apenas logra Q 1 400 de ingresos mensuales.

El estudio concluye que las restricciones más severas para el emprendimiento, en especial en el área rural, son: 1) el acceso limitado al financiamiento, 2) la falta de educación, capacitación y conocimientos, 3) la dificultad para ampliar mercados, 4) las deficiencias en los derechos de propiedad, 5) el crimen y la violencia y 6) el costo de cumplir con la formalidad.¹⁷

2.1.1. Sexo

“En el área rural, el emprendedor es hombre (58 %). Esto se debe a que es el hombre el proveedor del hogar en algunos casos y en su mayoría pueden dedicar más tiempo a sus negocios y emprendimientos.”¹⁸

¹⁷ ACEÑA, María. *Desarrollo rural*. <https://cien.org.gt/index.php/desarrollo-rural/>. Consulta: marzo 2021.

¹⁸ *Ibíd.*

2.1.2. Ubicación

Los municipios con mayores tasas de emprendimiento se localizan en territorios en donde la calidad de los caminos es muy mala o no hay caminos. Las vías de comunicación y los medios de transporte son el principal mecanismo para ampliar los mercados de los negocios. Una buena carretera, un buen camino asfaltado, un buen sistema de transporte y que sean transitables en todo momento tiene un alto impacto en la rentabilidad de los negocios pues permite al emprendedor llevar sus productos a nuevos mercados.¹⁹

2.1.3. Edad

Una característica que presentan los emprendedores es su juventud. Más de la mitad del total de emprendedores tiene menos de 34 años. Según datos del 2015 de Adult Population Survey (APS), es la encuesta que captura la información con la que se caracterizan los emprendimientos que llevan a cabo los habitantes en cada país. El 28,2 % tiene edades comprendidas entre 18 y 24 años, el 30 % entre 25 y 34 años, el 20 % entre 35 y 44 años, el 12,9 % entre 45 y 54 años, y el 8,8 % entre 55 y 64 años.

17 de cada 100 guatemaltecos mayores de 18 años se encuentran emprendiendo negocios en el país; es decir que existe una alta proporción de personas que finalmente no convierten su idea en un negocio en funcionamiento y que sea fuente generadora de ingresos.²⁰

2.1.4. Escolaridad

El 4,4 % no ha estudiado, el 14,8 % posee primaria completa, el 10,4 % posee básico completo, el 29,6 % posee diversificado completo y el 4,9 % posee universitario completo. 40 % de emprendedores tiene un nivel educativo superior a diversificado completo, también existe un grupo de emprendedores con un nivel educativo inferior a los seis años promedio de educación formal. Situación que refleja la necesidad de atención diferenciada que necesitarán los emprendedores al momento de recibir cualquier apoyo técnico, según sus niveles de educación.²¹

¹⁹ INCAE Business School. *Emprendimiento juvenil en Guatemala, Informe Nacional*. https://www.incae.edu/sites/default/files/reporte_nacional_-_guatemala_final_corregido.pdf. Consulta: marzo 2021.

²⁰ UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN. *Monitor global de emprendimiento*. Guatemala. p. 35.

²¹ *Ibíd.*

2.1.5. Cantidad de personas del núcleo familiar

El emprendedor y su familia puede estar conformada por sus padres y hermanos o por su esposa (so) y sus hijos. En ocasiones, la familia es el principal motor para el emprendedor, es el eje de sus funciones y la razón de estar empeñado en triunfar. De hecho, la energía que se puede recibir de la familia puede convertirlo en un luchador incansable y a la postre en un vencedor.²²

2.1.6. Trabajo en relación de dependencia

Los emprendedores en relación de dependencia es una tendencia cada vez más fuerte, ya que para que funcione el negocio de emprendimiento y de ganancias se lleva un tiempo, motivo por el cual no renuncian a sus trabajos y llevan paralelamente sus emprendimientos, a la vez que también tienen fuente de ingreso para capital de trabajo.

La gran mayoría de los fundadores de start-ups, por no decir todos, han desarrollado su proyecto, al menos en una fase inicial, encontrándose trabajando en relación de dependencia. En Latinoamérica, donde no es nada fácil conseguir financiamiento y todo es cuesta arriba, tener un trabajo en relación de dependencia parecería ser la única opción viable para poder financiar un emprendimiento.²³

2.1.7. Formas de cobro

Uno de los objetivos principales de un emprendimiento es solucionar la necesidad del consumidor quien adquiere un producto o servicio, y diversificar los métodos de pago es una forma sencilla pero muy importante. Muchas veces, el cliente toma la decisión de dejar de comprar en algún emprendimiento por no facilitar el pago. Hay pagos tradicionales y electrónicos, a continuación, formas de pago convencionales preferidas por el consumidor:

- Efectivo: por medio de billetes o monedas, hay una marcada tendencia a usar cada vez más dinero electrónico en lugar de efectivo.
- Cheques: documento certificado con la cantidad a pagar al portador, la cual cambia por efectivo.
- Pago contra entrega: Utilizado para productos vía online o ventas a domicilio, se acuerda un lugar de entrega y se recibe el dinero por el insumo.

²² GUERRERO, Manuel. *El emprendedor y su familia*. <https://www.gestiopolis.com/emprendedor-su-familia/>. Consulta: marzo 2021.

²³ ACCESO GLOBAL. *Por qué el trabajo en relación de dependencia ayuda a crear startups*. <https://raskovskyasociados.com.ar/index.php/2014/10/17/por-que-el-trabajo-en-relacion-de-dependencia-ayuda-a-crear-startups/>. Consulta: marzo 2021.

- Transferencia: El cliente da una orden al banco de pagar el importe de la compra a su proveedor.²⁴

2.1.8. Políticas de crédito

Para cualquier empresa lo ideal siempre será cobrar sus ventas al contado, sin embargo, la dinámica actual del mercado hace que en muchos casos haya que ofrecer aplazamientos de pago a nuestros clientes.

Estos aplazamientos pueden incluir el pago diferido en el tiempo de una factura por su importe total o bien un fraccionamiento de la misma en varias cuotas. Cualquiera que sea el caso, la empresa está concediendo un préstamo a su cliente, y este aspecto ha de ser analizado minuciosamente por la empresa, tanto en cuanto a la rentabilidad de dicho préstamo como al riesgo que se incurre.²⁵

2.2. Línea productiva en la que se desarrolla actualmente

Hay variedad de líneas productivas, que van desde la producción de alimentos, artesanías, estética y la comercialización de variedad de productos según las necesidades de cada sector, los cuales se formalizan mediante pagos acordados, alianzas o pactos.

2.2.1. Tipo de emprendimiento que desarrolla actualmente

Todos los emprendimientos son de tipo oportunista, es decir que se busca la generación de ganancias económicas que permitan sostener el emprendimiento y las necesidades personales. En la presente investigación en el sector rural los tipos de emprendimiento que se encontró son: Cortes de cabello

²⁴ COMUNICACIONES ASEP. *Conoce los medios de pago tradicionales para los emprendimientos.* <https://asep.pe/index.php/conoce-los-medios-de-pago-tradicionales-para-los-emprendimientos/>. Consulta: marzo 2021.

²⁵ DE LA CRUZ, Juan. *La política de crédito en la empresa.* <https://www.empresaactual.com/la-politica-de-credito-en-la-empresa/>. Consulta: marzo 2021.

a domicilio, casetas de comida, restaurante de comida rápida, producción de productos agrícolas, comida a domicilio, productos de consumo masivo.

2.2.2. Recursos necesarios para iniciar su emprendimiento

La mayoría de emprendimientos han iniciado con recursos económicos propios, algunos han recurrido a préstamos familiares y otros a préstamos bancarios.

“Todo proyecto emprendedor tiene que tener unos recursos para lanzarse al mercado. Esos recursos no solo son los económicos, pues también hay otros elementos que son imprescindibles para poner en marcha una empresa.”²⁶

- Recursos humanos.
- Recursos físicos
- Recursos intelectuales
- Recursos económicos

2.2.3. Recursos necesarios para operar su emprendimiento

El plan de acción debe contar con recursos para hacer viable el emprendimiento. Entre los más importantes e indispensables están:

- Recursos económicos: la búsqueda de financiación es indispensable para contar con un plan específico para lograr este reto.

²⁶ BUSINESS INFAC. *Recursos necesarios para poner en marcha un proyecto emprendedor.* <https://www.todostartups.com/bloggers/recursos-necesarios-para-poner-en-marcha-un-proyecto-emprendedor-por-businessinfact>. Consulta: marzo 2021.

- Conocimiento: se debe contar con recursos de conocimiento que puede haber adquirido a través de formación o asesoramiento por parte de expertos y estar actualizado.
- Recursos materiales: instalaciones, materia prima, equipo, entre otros, lo que se necesita para garantizar el cumplimiento del trabajo.
- Recursos humanos: generalmente es el emprendedor junto a su esposo (a) e hijos, o junto a familiares. Dependiendo el tamaño del emprendimiento y la proyección de ganancia se podrá contratar a otras personas.
- Recursos web: también deben contar con medios para afianzar con el fin de lograr un posicionamiento eficaz en el nicho de mercado.

2.2.4. Estimación de ingresos que genera el emprendimiento

La rentabilidad se asocia al margen de beneficio, o sea, a la diferencia entre lo que se ingresa por el proyecto y lo que se gasta en su ejecución. Los ingresos en su mayoría y en promedio son del 40 % sobre la inversión. Esto refleja un ingreso promedio de Q 1 500,00 semanales y en algunos emprendimientos puede ser mayor, depende del proyecto.

2.3. Actividad emprendedora rural

Un problema fundamental de las naciones del TNCA es la falta de inversiones para el empleo de los jóvenes y el desarrollo rural. En el campo se concentra la pobreza y la falta de oportunidades lo que obliga a la población a emigrar. En las zonas rurales de Guatemala hay un enorme potencial para emprender negocios o

pequeñas empresas en rubros como turismo, forestal, textiles, artesanías y tecnologías de la información, entre otros.²⁷

Esta investigación muestra que los emprendimientos más utilizados están dentro de la actividad de artesanías, elaboración de comida, entrega de comida y otros productos a domicilio, agricultura, y cualquier actividad que genere ingresos y que se pueda llevar a cabo dentro del término emprendimiento.

2.3.1. Fines del emprendimiento

Todo emprendimiento tiene como interés la generación de ganancias económicas, posicionar el negocio y hacerlo crecer, generar clientes satisfechos, así como oportunidades de empleo.

Otro fin no menos importante es dejar la relación de dependencia con una empresa, para iniciar proyectos propios.

2.3.2. Dificultades para iniciar un emprendimiento

El emprendimiento está siendo promovido en el mundo como la nueva forma de salir a la crisis y especialmente a la falta de trabajo. Esta emprendeduría se encuentra impulsada por dos factores; los gobiernos nacionales y los jóvenes en busca del oro.²⁸

Básicamente son cuatro los obstáculos que enfrenta un emprendedor en mayor o menor medida según las características culturales, sociales, económicas y políticas de cada país:

Barreras culturales del emprendedor y de su entorno, están relacionadas con la actitud, la visión y los valores que se inculcan desde niños, paradigmas y temores es común que las nuevas generaciones sean orientadas hacia "la seguridad de un buen empleo.

²⁷ NOTIMEX. *Debate Guatemala futuro de jóvenes rurales emprendedores*. <https://www.20minutos.com.mx/noticia/281171/0/debate-guatemala-futuro-de-jovenes-rurales-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

²⁸ BARRIOS, Kleber. *Las dificultades del emprendedor*. <https://www.kleberbarrios.com/las-dificultades-del-emprendedor/>. Consulta: marzo 2021.

Obstáculos educativos, hay una serie de habilidades, competencias y conocimientos básicos que todos los emprendedores deben dominar, pero la educación tradicional no se enfoca en desarrollar estas habilidades ni en formar estos conocimientos, los emprendedores deben desarrollar habilidades relacionadas con el liderazgo, trabajo en equipo, negociación, comunicación, entre otros.

Obstáculos administrativos, algunos países presentan ciertas facilidades y apoyos en cuanto a tramites y a impuestos para las nuevas empresas. Otros no y dificultan el desarrollo de emprendimientos.

Barreras relacionadas con el dinero, para poder comenzar una empresa es necesario contar con recursos financieros o de la capacidad de poder conseguir esos recursos.²⁹

2.3.3. Financiamiento

Las opciones para financiar una idea de negocios hasta el proyecto de expansión de una empresa han aumentado significativamente en los últimos años, se han vuelto más accesibles.

Conviene tener claro el modelo de negocio del emprendimiento, ya que las personas y empresas a las que se va a proponer invertir en el negocio, necesitará saber cómo se va a ganar dinero.

Otro aspecto importante es saber cuánto dinero se necesita para responder a las siguientes preguntas:

- ¿Cuánto dinero se necesita?
- ¿En qué se va a invertir el dinero?
- ¿En cuánto tiempo el negocio empezará a generar utilidades?
- ¿En cuánto tiempo se podrá devolver el dinero?
- Con estos aspectos financieros y económicos claros, se podrá la fuente de financiación que más conviene.³⁰

“Según la Asociación Guatemalteca de Emprendedores (Adegua), en Guatemala existen cuatro opciones para financiar: créditos bancarios; eventos de capital semilla no reembolsable, incubadoras y por acceso directo.”³¹

²⁹ DÍAZ, Javier. *Los 4 principales obstáculos al emprender... y cómo superarlos*. <https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/07/principales-obstaculos-al-emprender-y-como-superarlos.html>. Consulta: marzo 2021.

³⁰ ALVARADO, Christiam. *Fuentes de financiamiento para los emprendedores*. <https://www.christiamalvarado.com/emprender-un-negocio/fuentes-financiamiento-para-emprendedores/>. Consulta: marzo 2021.

³¹ SOY502. *Opciones para financiar un proyecto emprendedor en Guatemala*. <https://www.soy502.com/articulo/opciones-financiar-proyecto-emprendedor-guatemala-32539>. Consulta: marzo 2021.

2.3.4. Fuentes de trabajo

Guatemala tiene muchos emprendedores. Según el último estudio del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Guatemala ocupa el puesto 9, de acuerdo a su Tasa de Emprendimiento Temprano (TEA), la que mide el porcentaje de la población adulta que están poniendo en marcha un negocio (emprendedores nacientes) o son propietarios de uno con menos de tres años y medio de existencia (emprendedores propietarios).

El problema es que según el estudio el 78,1 % de los negocios no han generado ningún empleo adicional al del titular del mismo, es decir, solamente logran crear un empleo para sí mismos.

Además, según este informe, solamente 2,5 % de los guatemaltecos adultos poseen un “negocio establecido”, definido como aquel negocio que logra superar los 42 meses de existencia.³²

2.3.5. Capacitación y asesoría

El más reciente estudio de los Centros de Atención a las Mipymes (CAM) de Centroamérica y República Dominicana revela que durante el 2016 se ha logrado formalizar a 1 137 empresas a partir de procesos capacitación y asistencia técnica.

Hay una relación directa entre capacitación técnica y especializada sobre emprendimiento y un aumento en las ventas, desarrollo de nuevos productos y mejora en la capacidad de negociación.

Los programas de capacitación han dejado atrás la metodología teórica para adentrarse en modelos de mentoría y de acompañamiento directo con el emprendedor o futuro empresario.

Por medio de CAM se consolidan alianzas público-privadas-academia para financiar (50 % de los recursos otorgados por los gobiernos y 50 % de parte de universidades, gremiales y ONG's) programas de capacitación, asesoría empresarial, asistencia técnica, vinculación e internacionalización, entre otros servicios.³³

³² DIAZ, Hugo. *¿Cómo lograr que emprendedores generen empleo?* <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasmanagement/management/746837-330/c%C3%B3mo-lograr-que-emprendedores-generen-empleo>. Consulta: marzo 2021.

³³ ZUERAS, Daniel. *Capacitación, la clave del éxito para los emprendedores (opciones en Centroamérica)*. <https://www.estrategiaynegocios.net/empresasmanagement/1169395-330/mandamiento-4-del-emprendedor-capacitarse>. Consulta: marzo 2021.

La capacitación en determinada área dará la especialización y el punto de diferenciación en la idea o negocio de emprendimiento. En la actualidad hay diversidad de apoyos y asesorías para mejorar técnicas y llevar a la realidad los planes de negocio.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Canales de comunicación con la comunidad de emprendedores

Para la comunicación entre el Ecosistema de emprendedores hoy en día se utiliza herramientas de video llamada, el correo electrónico y actualmente se encuentra en desarrollo un software y un sistema de base de datos que permitirá mantener actualizada la información de los diferentes emprendedores en relación a sus datos personales, problemas presentados en el desarrollo de los emprendimientos y los avances que en su gestión empresarial han logrado.

3.1.1. Medios digitales

“Son espacios en los que se genera comunicación e intercambio de información entre usuarios en la red, estas herramientas han permitido expandir los mercados de los emprendedores, reducir el costo de sus comunicaciones y fortalecer los lazos entre ellos.”³⁴ Actualmente la comunidad de emprendedores desarrolla su directorio digital y se encuentra validando el funcionamiento de su tienda virtual como medio digital, para que las personas conozcan a los diferentes emprendedores y puedan comprar sus productos o servicios.

³⁴ GÓMES, Fabio. *Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia*. <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>. Consulta: marzo 2021.

3.1.2. Medios tradicionales

Considerando que, en el sector rural de Guatemala, la mayoría de los emprendedores se comunican vía teléfono a las oficinas de MANOS GT y en algunos casos vía correo electrónico, la comunicación es directa y se trabaja con cita para atender en fecha y hora acordada con los emprendedores que lo soliciten. En la situación actual de pandemia se incrementó el uso de medios digitales para la comunicación entre la comunidad de emprendedores.

En el año 2019, se logró obtener un espacio en radio en frecuencia A.M. para entrevistar a los emprendedores, medio para dar a conocer sus productos y servicios y medio de contacto para la inscripción de nuevos emprendedores que escucharon el programa. Por la situación de la pandemia COVID-19, el programa quedó pausado por las restricciones de distanciamiento y protección de los invitados al mismo a la fecha. Se está evaluando el reinicio del mismo para el mes de junio del año 2021.

3.2. Establecer objetivos de la investigación

Se estableció para la investigación como objetivo general: elaborar una investigación de mercado para identificar las líneas de emprendimiento con mayor éxito que fueron asesoradas por la comunidad de emprendedores MANOS GT, durante el período 2017 al 2019 en el área rural del departamento de Guatemala, para analizar las fuentes de ingresos para los emprendedores dicha área geográfica y del sector rural.

Se analizó la base de datos disponible de emprendedores y se pudo determinar su ubicación, líneas de emprendimiento de mayor éxito; adicional se estableció la metodología de comunicación y acercamiento con los distintos

emprendedores y se enlistaron estrategias para fortalecer los emprendimientos ya posicionados y motivar a los proyectos emprendedores que se encuentran en fase inicial.

3.2.1. Selección de muestra del municipio

El objetivo de asesorar y fortalecer los emprendimientos rurales es lograr la formalización de los mismos a través de emprendimientos que facturen, puedan manejar alguna patente y disponer de los requisitos legales que toda empresa debe poseer para la formalidad y confianza de las transacciones con los clientes.

Este fue el criterio para seleccionar la muestra de los emprendimientos exitosos en los diferentes municipios investigados de ciudad capital de Guatemala. Es importante mencionar que se incluyó en la investigación la base de datos de emprendedores que tienen comunicación con la empresa MANOS GT, quienes proporcionaron información de sus emprendimientos y brindaron información de conocidos, amigos y familiares que actualmente se encuentran en un proceso de desarrollo de su emprendimiento también.

3.2.2. Base de datos de emprendedores

La comunidad de emprendedores MANOS GT, maneja la base de datos de contactos con los que ha trabajado en el período 2017 al 2019, personas que iniciaron el proyecto como comunidad en el año 2016. Los emprendedores que se incluyen en la mencionada base se actualizan cada mes, en función del ingreso de nuevos emprendedores y salida de algunos de ellos; por disolución de sus emprendimientos, viajes o situaciones personales que les impide seguir trabajando en sus emprendimientos.

En la comunidad ha funcionado la recomendación y emprendedores que actualmente interactúan en la comunidad, brindan referencia de amigos, compañeros o socios y eso ha permitido la comunicación con emprendedores de diversos sectores productivos.

3.2.3. Metodología de comunicación con los emprendedores

Para la comunicación con los emprendedores se maneja hoy en día redes sociales, específicamente un grupo de WhatsApp donde los emprendedores pueden interactuar entre ellos, publicar sus productos y servicios y realizar alianzas con emprendedores de otros municipios o departamentos. Adicional se maneja un directorio digital (actualmente en desarrollo) y la tienda virtual para promocionar los productos y servicios de ellos (en prueba también). La comunicación digital ha permitido esa interacción entre emprendedores, reduciendo costos y agilizando la comunicación entre ellos.

3.3. Delimitación de la investigación

Para la investigación, se tomará como referencia emprendedores del sector rural y municipios del departamento de Guatemala, la comunidad de emprendedores coordina emprendedores de otros departamentos, pero sería mayor la población analizar en la investigación. MANOS GT, comunidad guatemalteca de emprendedores, desea investigar dicho grupo objetivo y generar estrategias de asesoría, capacitación y apoderamiento que puedan duplicar más adelante con emprendedores de otros departamentos.

3.3.1. Segmentación de la población

Para la segmentación de la población, se utilizaron los siguientes factores: emprendedores del sector rural de los 17 municipios del departamento de Guatemala y adicional se seleccionaron los emprendimientos que tienen más de un año de funcionamiento.

3.3.2. Tamaño de la muestra

Por el tema de la pandemia, la investigación en 2020, quedó pausada y no se pudo realizar un estudio estadístico presencial, por lo que se realizó cuestionarios digitales y entrevista por teléfono para recopilar la información de los emprendedores. Se consideraron 3 emprendimientos con más de un año de funcionamiento en cada municipio, quienes a través entrevistas brindaron la información solicitada para alcanzar los objetivos del trabajo de graduación.

3.3.3. Parámetros estadísticos para la investigación

La investigación se tornó en modalidad cualitativa, en función que no se pudo realizar en forma presencial, obteniendo información a través de cuestionarios digitales y entrevistas vía teléfono. En párrafos anteriores se indicó que se decidió considerar 3 emprendimientos por municipio; tomando como factor de selección aquellos que presentaban mayor durabilidad en su funcionamiento y el soporte legal y equipo de trabajo que lo conformaba para seleccionarlos.

3.4. Construcción de instrumentos de recolección de datos

Para los cuestionarios digitales se utilizó un formulario en Google (ver anexo 1), en donde se plantearon las preguntas para recopilación necesaria para la investigación de las líneas de emprendimientos más exitosas y funcionales.

Esta metodología se utilizó por tema de ahorro en costos y principalmente por las recomendaciones de distanciamiento social, exigido por la situación de pandemia COVID-19, vigente en Guatemala.

3.4.1. Modelo de entrevista

De los 3 emprendimientos trabajados por cada municipio, se realizó entrevista al emprendedor; que poseía mayor tiempo de funcionamiento y que pudiera aportar más información como referencia de los inconvenientes y estrategias utilizadas para mantener su emprendimiento operando con éxito. En el apéndice, se podrá visualizar el contenido de la entrevista realizada y para ello se hizo llamada teléfono en un día y hora agenda con la persona entrevistada.

3.4.2. Formularios de inscripción

Los emprendedores de los diferentes sectores productivos inician la inscripción en la comunidad, realizando una entrevista; en donde se obtiene información de ellos y se les pregunta de las dificultades que presentan durante la ejecución de su emprendimiento. Al finalizar la entrevista, se les toma una fotografía, se les asigna un código y se ingresan a la base de datos de emprendedores suscritos a la comunidad.

Para ingresarlos en dicha base de datos, se debe llenar un formulario de inscripción; en donde se coloca información general de ellos, números de teléfono de contacto, correos electrónicos y se coloca el link de las principales redes sociales que manejan.

Esto se realiza con el fin de conocer el perfil general de ellos y tener la facilidad de contactarlos, por información de cursos, talleres, ferias o sobre las diferentes actividades que realiza la comunidad.

3.5. Tabulación de datos

Para la tabulación de datos obtenidos; se utilizaron cuestionarios digitales (tabulan automáticamente la información), enviado a los emprendedores seleccionados y posteriormente al emprendimiento de mayor tiempo de funcionamiento; se le realizó una entrevista vía telefónica; a través de una entrevista previamente estructurada.

La tabulación de la información en la entrevista; cuyas preguntas en su mayoría de respuesta abierta; se vaciaron en una hoja de Excel; en donde se plasmaba los resultados obtenidos de las mismas y la riqueza de la información obtenida: En función de la información obtenida en la investigación; se desarrollará una metodología que podrá servirle a futuros emprendedores; en función que la información obtenida es brindada por emprendedores exitosos en los productos o servicios que ofrecen.

3.5.1. Contabilización de datos

Con la información recopilada con los cuestionarios y en las entrevistas, se logró integrar información de 51 emprendedores; muestra que permite determinar los enfoques, metas, objetivos, factores de éxito y estrategias que utilizan los emprendedores del sector rural de ciudad capital de Guatemala.

3.5.2. Actualización de base de datos

La actualización de la base de datos se realiza cada mes. Se creó un formulario digital, que se envía a los correos electrónicos de cada uno de los participantes y de esa forma; cada emprendedor llena sus datos, si en el caso existió algún cambio de teléfono, correo electrónico, domicilio fiscal o la situación del emprendimiento. Esta metodología ha tenido sus dificultades, debido a que los emprendedores durante la pandemia que se vive actualmente han disminuido sus ventas y la cantidad de clientes; situación que vino afectar sus emprendimientos. En algunos casos; los emprendedores han perdido clientes, recursos y se ha dificultado el acceso de financiamiento; razón que ha provocado la baja de emprendedores para la comunidad.

4. INVESTIGACIÓN DE CAMPO

4.1. Emprendimiento rural en el municipio de Guatemala

En Guatemala, país que ocupa el segundo lugar de emprendimiento a nivel de Latinoamérica, se caracteriza porque sus habitantes desarrollan el emprendimiento por necesidad y no tanto por oportunidad. Generalmente, emprenden por generar ingresos adicionales y mantienen ventas variables durante la operación de sus negocios. Es importante mencionar que a pesar de las dificultades los emprendedores son personas optimistas y siguen en su carrera emprendedora a pesar de las dificultades; mostrando actitud positiva en esos procesos; situación que les permite mantener un emprendimiento con poca formación académica o escaso conocimiento empresarial. Generan experiencia durante la práctica del emprendimiento en forma paralela a la ejecución del mismo.

Una característica importante es el nivel educativo, la mayoría de emprendedores, no poseen niveles académicos altos, generalmente manejan nivel diversificado; inclusive personas con niveles académicos más bajos; aunque se presentan profesionales universitarios que desarrollan su actividad profesional en forma paralela al emprendimiento que generan. Se desarrolla auto empleo o generalmente un emprendedor estudia, trabaja para una empresa y emprende; eso genera la disciplina en sus actividades. Se genera empleo para la familia y cuando es necesario se contrata personal temporal para cumplir con la demanda de los productos o servicios ofrecidos.

En relación con los productos hay poca diferenciación de los mismos y se genera gran cantidad de venta en productos de consumo. En relación al financiamiento se inicia con presupuestos bajos; por la dificultad a optar a capitales semillas o fondos de inversión de mayores magnitudes; inclusive algunos emprendedores; financian sus emprendimientos con algún excedente que obtengan de sus actividades laborales en relación de dependencia que poseen. En ciudad capital de Guatemala, el emprendimiento se encuentra en su mayoría en la economía informal, generando ingresos sin declaración de impuestos, sin patente legal o documentos que avalen el giro formal del negocio. En función del resumen anterior, se puede generar un perfil general de los emprendimientos en ciudad capital de Guatemala y a continuación se hará una breve descripción de la situación del emprendimiento en cada uno de los 17 municipios de Guatemala.³⁵

³⁵ FERNÁNDEZ, Juan. *Guatemala: El país donde se emprende con poco dinero, baja formación y mucho optimismo*. <https://www.prensalibre.com/economia/monitor-global-de-emprendimiento-gem-2018-2019-presento-resultados/>.

4.1.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

En el municipio de Guatemala, los 3 emprendimientos seleccionados fueron 3 socias de la comunidad, una de ellas inició con productos de limpieza para mascotas (es un laboratorio químico); otra se dedica a la venta de bisutería y la tercera a la panadería inclusiva. Los 3 emprendimientos reflejan el área de actividad que les apasiona a las emprendedoras, la primera es ingeniería electricista; por lo tanto, conoce el área técnica y uno de sus socios es ingeniero químico; a los dos les apasiona su área laboral y las mascotas. En el segundo caso, la persona de bisutería; siempre le ha gustado lucir ese tipo de accesorios y al quedarse sin trabajo después de varios años para trabajar para el gobierno, decidió viajar por el mundo y conocer los procesos para elaborar ese tipo de productos con materiales autóctonos; principalmente del Perú.

En el caso del tercer emprendimiento es una maestra que apoya a personas con discapacidad y los motiva a salir adelante en una actividad que desarrolla su independencia personal; eso ha generado un emprendimiento inclusivo. En resumen, una característica de los emprendimientos en ciudad de Guatemala y que permiten alcanzar proyectos a largo plazo es desarrollar actividades que le gusten al emprendedor y generar ingresos a través de dichas actividades.

4.1.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Según entrevista a las emprendedoras y complemento de información en medios digitales, se establecieron líneas de emprendimiento para ciudad de Guatemala, siendo las siguientes:

Emprendimiento para desarrollo de contenido para social media: emprendimiento con alto crecimiento en función de la demanda de publicidad, promoción y marketing digital que se maneja hoy en día.

Servicios de asesoría empresarial: en función del crecimiento de emprendimiento informal, la asesoría siempre tendrá un cambio de acción para trabajar.

Community Manager: promoviendo marcas personales o empresariales.

Barbería para Grandes y Chicos: emprendimiento enfocado al cuidado personal para el varón.

Restaurantes Móviles: emprendimiento que ha permitido su crecimiento por la flexibilidad de traslado a cualquier punto y necesidad de los usuarios o clientes.

Ventas de Neumáticos: exitoso desde el punto de vista del crecimiento en el uso de vehículos y motocicletas en Guatemala.

Servicios de limpieza: servicios que siempre tendrá campo; en función de la necesidad de subcontratación de esta actividad por el sector empresarial.

Servicios de mudanza: emprendimiento de éxito, en función de la gran cantidad de personas que alquilan habitaciones en Guatemala.

Fotografía profesional de estudio: todo lo fotográfico tiene mercado, conociendo que la mayoría de dispositivos digitales toma fotografías y a las personas les gusta imprimir las mejores.

Tienda de trajes de baño y venta de souvenir y cafetería: siendo Guatemala un país con diversidad de climas y bellos lugares para visitar, este emprendimiento es de alta importancia para Guatemala. Escuelas de emprendimientos: emprendimiento que apoya emprendimientos; de allí el éxito de MANOS GT, como comunidad que capacita, orienta y motiva a los diferentes emprendedores a lograr sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.

4.1.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

En ciudad capital de Guatemala, una de las principales dificultades es el acceso a capitales; fuentes de financiamiento y desconocimiento de técnicas o metodologías para establecer costos y la rentabilidad de una empresa.

El nivel académico de los emprendedores influye en el escaso conocimiento sobre aspectos legales, elaboración de presupuestos y análisis de mercados antes de invertir en una propuesta de negocio que pueda interesar al emprendedor.

4.1.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Diversidad de empresas cometen el error de comenzar a operar sin plantearse su misión, visión, valores y estrategia. La mayoría de los nuevos emprendedores ignoran el impacto que tiene para un negocio la definición clara de una cultura empresarial. Es importante que las nuevas empresas en crecimiento se planteen su razón de existir, a dónde quieren llegar o cómo se ven dentro de determinado tiempo para así, trabajar y operar persiguiendo un objetivo claro.

4.1.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

A continuación, se describen algunas estrategias que permiten fortalecer los emprendimientos en el mercado.

- Analizar el mercado
- Recomendable realizar un análisis FODA fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, para analizar el entorno de los emprendimientos.
- Aceptar las opiniones positivas, de otras personas involucradas en tu negocio.
- Procura conseguir un mentor de negocios.
- Tener un buen equipo de trabajo, creando sinergia y obteniendo lo mejor de cada uno y desarrollar el trabajo en equipo.
- Realizar un análisis de los clientes potenciales, conociendo sus gustos, preferencias, ubicaciones y forma de comportamiento.

4.2. Emprendimiento rural en el municipio de Amatitlán

En Amatitlán, se recomienda gestionar ante las entidades de gobierno; ya sea instituciones gubernamentales o municipales proyectos que sean para desarrollo y bienestar del municipio; en función del turismo que genera el lago del mismo nombre.

4.2.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Visión del negocio y enfocados a incentivar el turismo en el sector; optimismo y el amor al municipio a su cultura y a su familia.

4.2.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Se genera un desarrollo económico, productividad y competitividad para los emprendimientos de consumo; principalmente alimentos y lo relacionado al turismo generado por las visitas al lago de Amatitlán.

4.2.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La Falta de experiencia, nivel de escolaridad bajo es una de las principales dificultades para iniciar un emprendimiento en el sector.

4.2.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Subida de precios en la materia prima a utilizar, mala administración, falta de planeación y la variabilidad a los gustos de la demanda, la gente produce y vende productos de temporada.

4.2.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Recibir charlas de personas experimentadas, pedir apoyo con instituciones gubernamentales o no gubernamentales en tema de capacitación, asesoría o financiamiento y determinar si el emprendimiento cumple las expectativas de los clientes.

4.3. Emprendimiento rural en el municipio de Chinautla

El emprendimiento en el área rural es muy escaso y a su vez no se le da el apoyo necesario para apoyar a todos los pequeños empresarios que quieren empezar a darse a conocer, a pesar de que hay muy buenos proyectos de emprendimiento las autoridades no se esfuerzan por apoyar a toda esa gente que quiere salir adelante con su emprendimiento.

4.3.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

En Chinautla los emprendimientos que más se desarrollan es lo relativo a la cerámica y repostería; consideran la experiencia que las familias heredan de generación en generación entre los miembros familiares.

4.3.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

La repostería; por lo general los clientes encargan algún postre para obsequiarle a algún ser querido o simplemente para pasar un rato ameno con la familia y la cerámica; por ser un trabajo que ha sido heredado entre familiares.

4.3.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Existen dos grandes dificultades que se presentan al iniciar un emprendimiento, éstas son:

- Uno de ellos es la dificultad de conseguir una red de contactos para promover productos; como también la publicidad inadecuada para dar a conocer los productos que se realizan.

- No tener claros los derechos y obligaciones legales y fiscales, genera negocios en economía informal.

4.3.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Un emprendimiento planteado a largo plazo se enfrenta a dificultades para operación, éstas son:

- El poco conocimiento administrativo de manejo de personal y que pueda provocar problemas por dicha situación.
- El financiamiento, la mala administración del dinero, invertir mal el efectivo y no saber qué hacer con el dinero.

4.3.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

La mejor estrategia es saber que en cada rama del emprendimiento se puede innovar, solicitar apoyo y asesoría cuando se requiera y conocer metodologías para establecer mercados potenciales para la cerámica. Incentivar la unión familiar para posicionar el consumo de la repostería local en el sector.

4.4. Emprendimiento rural en el municipio de Chuarrancho

“La principal actividad económica es la agricultura. Los cultivos que predominan en este municipio son maíz, frijol, maicillo, tomate, café, berro y güisquil.”³⁶

4.4.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

En Chuarrancho, considerando que el mayor potencial económico es la agricultura y siendo los granos básicos como frijol y maíz, para que generen una mayor incidencia en la economía del municipio, se realiza la tecnificación de la producción y análisis del mercado potencial para los mismos.

4.4.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

El mercado ofrece una variedad de mercancías, incluyendo: comestibles, verduras, frutas, carnes, comida preparada, flores, ropa y enseres de casa, electrodomésticos. Los emprendimientos más exitosos son: ferreterías, panaderías, tiendas de comestibles, farmacias, papelerías y pacas de ropa.

4.4.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Una problemática principal es la falta de empleo local y la poca cobertura educativa lo que implica que pobladores que forman la PEA (población económica activa); inicien a laborar a edad temprana y también se ven obligados

³⁶ VALLADARES, Luis. *Municipio de Chuarrancho, Guatemala*. <https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/municipio-de-chuarrancho-guatemala/>. Consulta: marzo 2021.

a emigrar a otros municipios del departamento de Guatemala y en otros casos a otros países; otra problemática lo representa el poco acceso a la tecnificación para una mejor producción de la agricultura.

4.4.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

En resumen, los niveles educativos bajos, el limitado acceso a financiamientos y de oportunidades, la pobreza generalizada y escasa visión; son causas que generan la dificultad para operar un emprendimiento a largo plazo.

4.4.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Diversificar la oferta productiva. La diversificación se logra a través del apoyo a empresas existentes para que innoven y se expandan hacia nuevas industrias y productos, y del fomento a la creación de nuevas empresas y la entrada a nuevos sectores, fortaleciendo el ecosistema de emprendimiento.

El apoyo del Estado presente en las diferentes etapas por las que transita un emprendedor: desde la creación, la supervivencia en los primeros años y en especial durante su proceso de crecimiento.

4.5. Emprendimiento rural en el municipio de Fraijanes

El emprendimiento rural en este municipio con relación a los empaques es el caso de un Emprendedor chapín, Rómulo Tun, que impulsa el uso de empaques a base de yute que además de ser útiles sean amigables con el ambiente.

Uno de los usos más frecuentes que tienen las bolsas de yute es ser parte del empaque de café, uno de los objetivos de su producto, además de generar ingresos y empleo en su comunidad, es concientizar a las personas sobre no contaminar el ambiente con el uso de bolsas plásticas. Se promueve un producto que es natural y que no contamina, además puede ser reusable, remarcó el emprendedor.

4.5.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Los emprendimientos que generan una mayor incidencia en el mercado comparten características específicas las cuales se describen a continuación:

- **Especialización:** la especialización puede ser la llave para incubar ideas creativas ligadas a un producto muy concreto e innovador permite tener una buena presentación de los productos en el mercado.
- **Apostar por los productos ecológicos:** los empaques *eco friendly* tienen bastante potencial, las personas en la actualidad están preocupadas por la sostenibilidad ambiental.
- **Innovación:** crear y pensar diferente garantiza más vida al producto y una sana competencia en el mercado. Se deben realizar investigaciones, pruebas, ensayos para conocer a tu cliente y poder ofrecerle productos nuevos que se adapten a sus necesidades.
- **Capacitación:** se deben recibir charlas, cursos, talleres y sesiones formativas para los emprendedores que quieran iniciar un proyecto en la

zona, por lo que es importante que estar atento a las convocatorias para enriquecer todo lo posible la formación profesional.

- Apoyo y vínculos locales: unirse a cooperativas, establecer vínculos con otros comercios y negocios, asociarse con el capital humano de la zona alrededor de los recursos propios del área geográfica donde se establezca el negocio pueden ayudar en el proceso de emprendimiento.

4.5.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

La línea ecológica del uso de yute es atractiva para los clientes en función de la reducción del impacto ambiental que causan las bolsas plásticas o envoltorios que no se descomponen fácilmente.

4.5.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Dificultad para consolidar el equipo de trabajo. El equipo de trabajo es una de las principales variables en las que se debe soportar el desarrollo del proyecto. La gente desea arrancar un proyecto, ganando de una vez dinero y no quieren asumir el riesgo sobre algo que no ha sido demostrado o que no tiene resultados inmediatos.

No estar dispuesto a ceder participación accionaria: una vez que tienen una idea, los emprendedores líderes quieren ser los únicos dueños de su negocio.

Muchos proyectos no se ajustan a las reales necesidades del mercado: una cosa es lo que el emprendedor desea, y otra muy distinta es encontrar la necesidad existente en el mercado. Los emprendedores deben identificar

oportunidades, buscar soluciones a problemas que se pueden presentar y hacerse cargo de su solución.

Dificultad para hacer redes de contacto: partiendo del hecho de que el posicionamiento de una marca no es tarea fácil, las redes de contacto se convierten en una herramienta clave en el medio empresarial que les permite despegar y tener una cuota en el mercado.

Falta de ambición: la falta de pasión y de convencimiento sobre lo que se está haciendo puede resultar un gran muro en el camino del emprendedor. Lamentablemente, son muchos los que se conforman con lo que tienen y prefieren ir despacio.

Conseguir financiamiento: contrario a lo que muchos creen, la financiación no es la principal razón por la que los proyectos se quedan a mitad de camino. El problema aquí es que muchas veces los emprendedores no saben buscar el dinero para financiar su proyecto, o piensan que no pueden encontrarlo. Por ende, este factor se convierte en un obstáculo mental; un miedo que lamentablemente espanta a muchos.

4.5.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Los emprendimientos que llegar a operar en el largo plazo se enfrentan a las siguientes dificultades:

- Falta de cultura empresarial: muchas nuevas pequeñas y medianas empresas cometen el error de comenzar a operar sin plantearse su misión, visión, valores y estrategia.

- Falta de análisis estratégico: otra de las causas del fracaso de las medianas empresas en crecimiento es la falta de análisis estratégico. Muchos líderes lanzan al mercado propuestas que no resultan oportunas ni mucho menos atienden a las necesidades de su mercado y esto se debe a errores como la no elección del segmento adecuado, falta de productos innovadores, falta de análisis de los competidores, escasez de mano de obra cualificada, entre otros.
- Mala administración: ésta es de hecho, una de las razones más comunes por las cuales los dueños de las empresas en crecimiento fracasan.
- Falta de previsión financiera: los nuevos empresarios cometen el error de trabajar en base a corazonadas y terminan improvisando en todo lo que hacen. Este es un grave error que a corto plazo conlleva a problemas financieros, la mala planeación y la no determinación de los fondos necesarios para operar es una de las principales razones por las cuales las nuevas empresas no logran sobrevivir.
- La falta de liderazgo: son muchas las personas que desean emprender sus propios negocios, pero desafortunadamente, son realmente muy pocas las que verdaderamente poseen aptitudes de liderazgo y pensamiento estratégico.
- Ausencia de controles: la ausencia de los controles es otra de las razones por las cuales las Pymes fracasan durante sus primeros años. Esto podría estar asociado al hecho de que la mayoría de los emprendimientos son llevados a cabo en ambientes familiares y situaciones poco formales. Algunos de los controles que son muy importantes para que una empresa

nueva sea exitosa son: control del personal, del efectivo, de los gastos, del inventario, de las ventas y de la producción.

- Falta de planeación: la planeación es muy importante al momento de comenzar un negocio, lamentablemente este es un punto que pocos empresarios toman en cuenta. La falta de planeación es una gran limitante para el crecimiento de las empresas, sobre todo en la parte financiera.
- Estrategias para fortalecer los emprendimientos

4.5.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Es importante definir estrategias que permitan fortalecer los emprendimientos con visión empresarial y aplicar mejora continua en los procesos, como las que se describen a continuación:

- Realizar el FODA: también es recomendable que hagas un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas) para encontrar nuevas ideas y métodos que muevan tu negocio hacia adelante.
- Recoge sugerencias y escuchar opiniones de personas experimentadas
Acepta las opiniones de otras personas involucradas en tu negocio. Tus compañeros de trabajo y proveedores pueden ser una gran fuente de ideas y contactos, sería una buena idea escuchar sus aportes.
- Seguimiento a los clientes, conocer sus necesidades, gustos y preferencias y enfocar la gestión empresarial.

4.6. Emprendimiento rural en el municipio de Mixco

El emprendimiento en este municipio es diverso, debido a su gran población y a lo cercano con la ciudad capital; gran parte de sus habitantes tienen su propio negocio y en el caso del área rural desde las mismas casas de habitación o bien rentan los espacios por las ubicaciones que son buscadas por el sector industrial.

4.6.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Dado que es una zona industrial, la mayoría de emprendimientos gira alrededor de esta industria con negocios que proveen de servicios tanto a las compañías como a las personas.

El crecimiento en el sector vivienda también ha dado como resultado el aumento de comercios que proveen de servicios a todas las personas que viven en los nuevos residenciales, colonias y condominios, tales como tiendas de conveniencia y comida.

Mixco es conocido por el chocolate y los chicharrones, factor que aprovechan sus habitantes para colocar sus propios negocios, así como la confección de prendas de vestir en maquilas, las cuales son compradas para ser revendidas.

Algo que caracteriza a los emprendedores de este municipio es que dependen de las fábricas y sus productos para poder comercializarlos, comprándolos a precio de mayorista para obtener un margen de ganancia. También ha crecido el negocio de la importación de vehículos.

4.6.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Según datos obtenidos la línea de más éxito es la venta de chicharrones, ya que se aprovecha que gozan de buena publicidad y en la mayoría de las colonias mixqueñas hay pequeños negocios de carnitas y chicharrones.

La venta de comida en general tiene mucha aceptación en este municipio.

4.6.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La mayoría tiene el inconveniente de no contar con el dinero inicial para operar formalmente, y lo hacen con temor a ser multados.

La falta de espacios para promocionar sus productos y servicios es otra dificultad, porque no se cuenta con plazas que apoyen este tipo de negocios.

4.6.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

El no contar con un lugar fijo para la venta genera que no se logre asentar un negocio. La poca seguridad que reciben los pequeños negocios ha ocasionado que cierren y no tengan el crecimiento que se han proyectado. En algunas ocasiones la ganancia es solamente para cubrir las necesidades del emprendedor más no para seguir invirtiendo.

4.6.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Se recomienda crear una comisión que desde la municipalidad tenga una base de datos con todos los emprendedores rurales para brindarles capacitación en las áreas administrativas, financieras y de marketing.

Las instituciones financieras podrían facilitar la obtención de créditos que permitan formalizar los negocios y hacer nuevas inversiones con intereses bajos en apoyo a los emprendedores.

Realizar más ferias en las diferentes colonias donde los emprendedores den a conocer sus productos, apoyados por los comités de barrio y municipalidad para que más personas asistan.

Buscar espacios / plazas que garanticen la seguridad de los propietarios de negocios, así como sus visitantes para incrementar la venta de productos y servicios.

4.7. Emprendimiento rural en el municipio de Palencia

El municipio cuenta con una actividad comercial potencializada en la urbanización ubicada en las vías de acceso al mismo. Esto hace fácil acceder a los mercados cantonales y que haya una actividad económica fluida por ser área de paso. La mayoría de emprendimientos son de cultivos de carácter agrícola, los cuales son comercializados en los mercados y autoconsumo.

4.7.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Las ventas de verduras y frutas cultivadas en el municipio y siendo que la mayoría de emprendedores se dedican a ello, hace que haya más oferta, incluyendo las tiendas de ropa manufacturada por los mismos lugareños.

Dentro del municipio existen numerosas ventas de ropa a un precio casi insignificante. Lo que ha aumentado su competencia y rivalidad entre tiendas.

Por ser área de paso y conexión con otros municipios importantes, la venta de comida en la calle, genera ingresos importantes para los emprendedores.

4.7.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Los emprendimientos basados en comida o restaurantes en las vías principales pueden catalogarse como los más rentables, debido a que el tráfico de personas en las vías principales es bastante recurrente.

4.7.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

El municipio tiene el problema de falta de agua, lo que hace difícil aumentar la siembra y cosecha de los productos agrícolas a lo largo del año.

La mayoría de la población trabaja fuera del municipio, debido a las pocas oportunidades de desarrollo dentro del mismo, lo que resta oportunidades de querer iniciar un negocio propio.

Las personas tienen tierra y terreno para cultivar o incluso criar animales para su comercialización, sin embargo, por su ubicación necesitan de intermediarios lo que hace que se reduzcan las ganancias significativamente, razón por la que no se emprende de esta manera.

4.7.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

No hay apoyo municipal o privado para diversificar emprendimientos, y de esta manera reducir la competencia de los mismos negocios.

Debido a que hay mucha oferta de los mismos productos, no hay un crecimiento a largo plazo.

No hay suficiente agua que garantice la siembra y que los emprendedores puedan comprometerse a vender su cosecha.

4.7.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Se debe mejorar el servicio de agua por parte de las autoridades municipales para aumentar la productividad agrícola. Buscar alternativas de capacitación, asistencia técnica y agrícola para el buen manejo de sus emprendimientos, buscando la diversificación de negocios con diferenciación para reducir el exceso de oferta.

Involucrar a empresas que ayuden a comercializar los productos locales donde se busque un buen margen de ganancia.

Lograr alianzas para vender sus productos a otros municipios de una forma sostenible y que genere buenos ingresos.

4.8. Emprendimiento rural en el municipio de San José del Golfo

Principalmente es un municipio con producción agrícola, enfocándose en la comercialización de granos básicos y tiendas de barrio. Por su extensión de tierra, también se aprovecha los árboles de pino y encino para la fabricación de muebles para el hogar y su respectiva venta.

4.8.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

La principal característica es que los emprendedores siembran y cosechan sus granos básicos, así como la siembra y elaboración de muebles, no poseen en su mayoría intermediarios porque realizan ellos mismos la venta, obteniendo de esta manera una mejor ganancia.

4.8.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

La cosecha de maíz y frijol es el emprendimiento de mayor éxito, son granos que se dan en todo el año y la ganancia es buena.

4.8.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Una de las dificultades es que las personas no tengan el dinero para la compra de las cosas necesarias para iniciarlo, así como no contar con terreno propio para la siembra o que el alquiler de terreno sea demasiado caro.

4.8.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

La mayor dificultad es la inseguridad en las plazas de venta, debido a las extorciones, muchos negocios cierran y no logran crecer o avanzar. También el exceso de granos y que no se venda en tiempo puede causar que se pierda parte de la cosecha, generando pérdidas a largo plazo.

4.8.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Se describen a continuación, estrategias que permiten fortalecer los emprendimientos para mejorar sus funciones y asegurar su permanencia en el mercado.

- Adquirir semillas de calidad, para sacar buena producción de sus granos y posicionar al municipio como primera opción de compra.
- Mejorar la seguridad a nivel general, para generar que más personas decidan emprender y que también haya más visitantes que compren sus productos.
- Crear si es posible algún reglamento municipal para el arrendamiento de tierras y que se puedan utilizar para la siembra de granos, a un precio accesible. Recibir capacitación en las áreas de marketing para poder vender de mejor forma sus productos.

4.9. Emprendimiento rural en el municipio de San José Pinula

La economía es sustancialmente mantenida por el ganado vacuno. En el municipio existen granjas avícolas, cultivos de maíz y verduras. El aspecto ganadero tiene importancia por la producción de leche y sus derivados.

4.9.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Las características principales y que se distinguen son que la mayoría de sus pobladores se han dedicado a cultivar sus propias tierras y generan con ellos verduras de calidad. La leche y sus derivados son caracterizan a este municipio, gracias a la pureza que han logrado mantener en sus productos, y en los poblados aledaños son reconocidos por este mercado.

4.9.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Las extensiones de tierra que poseen la utilizan para el ganado vacuno y siembra de verduras, siendo los alimentos que se derivan de estos productos los que han logrado posicionar y comercializar de forma positiva para su economía.

4.9.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La falta de recursos para la compra de más tierra es una de las principales dificultades, así como la competencia que se presenta con los emprendimientos que ya están posicionados y tiene mercado.

4.9.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Los emprendedores necesitan de maquinaria industrial que les facilite el proceso de elaboración de los subproductos de la leche, lo que impide el crecimiento y que se logren tener más clientes para proyectarse a más tiempo.

No hay empatía de los negocios que ya lograron crecer con los que están iniciando, y genera competencia donde difícilmente los pequeños emprendimientos lograrán estabilidad.

4.9.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Para el municipio de San José Pinula los emprendimientos pueden aplicar algunas de las siguientes estrategias:

- Crear asociaciones que ayuden a industrializar la producción y cosecha de los diferentes emprendimientos, para que puedan tener más clientes.
- Capacitar a todos los emprendedores en el área financiera y de marketing, para el mejor uso de sus ganancias y que puedan invertir en el crecimiento de sus negocios.

4.10. Emprendimiento rural en el municipio de San Juan Sacatepéquez

Este municipio se caracteriza por la fabricación de muebles para el hogar, y el cultivo de flores. El 80 % de su población tiene un negocio de este tipo, y muchos de ellos desde sus propias casas. El 20 % restante se dedican a trabajar

en los emprendimientos de otros pobladores y/o tienen una tienda distribuidora de productos de la canasta básica.

4.10.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

San Juan Sacatepéquez es reconocido por los muebles que fabrican, tanto de diseños propios como sacados de revista de decoración, han logrado posicionarse por la calidad de su producción, estilos innovadores y sobre todo por el precio, que es relativamente más bajo que los que se comercializan en la ciudad capital. También se conoce por la venta de trajes típicos de la localidad y por la producción y venta de todo tipo de flores.

4.10.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Los muebles son la bandera de presentación de este municipio. Inicialmente muchas personas empezaron fabricando muebles sencillos, pero de calidad, y así se dieron a conocer, logrando tener más clientes, quienes a su vez solicitaban estilos más definidos y sofisticados, los cuales obtenían siempre con un mejor precio.

4.10.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

El miedo inicial de invertir en herramientas y telas de mayor calidad ha detenido un poco el crecimiento, porque no cuentan con asesoría para la obtención de las mismas con un precio que les deje margen de ganancia.

Otra dificultad es que les cuesta confiar en los pagos con tarjetas de crédito para la venta de sus muebles y en muchas de sus tiendas no aceptan este tipo de pago, por lo tanto, pierden clientes.

4.10.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

La falta de alianzas con socios comerciales fuera de su municipio, frena la producción que permita proyectarse a largo plazo.

4.10.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Crear asociaciones con los fabricantes y que hagan alianzas comerciales con las tiendas grandes de venta de muebles en ciudad capital, garantizando la venta de cierta cantidad mensual o anual.

Asociarse con floristerías fuera del municipio para la venta de sus flores de una forma anticipada, sin dejar de surtir entre sus pobladores y visitantes.

4.11. Emprendimiento rural en el municipio de San Miguel Petapa

Entre los emprendimientos de este municipio se encuentran principalmente tiendas de barrio, donde se venden artículos de consumo básico, existiendo varias tiendas en las distintas colonias de este municipio.

También se cultiva café, caña de azúcar, maíz, repollo, tomate, cebolla, pepino, papas, melón, güicoy, güisquil, sandía, chile pimiento, fresa y mora y la elaboración de artesanías como petates los cuales hacen los habitantes del municipio.

La mayoría de los emprendimientos se encuentran relacionados con comercios y servicios básicos, porque la cabecera municipal es considerada como ciudad dormitorio.

4.11.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Los emprendimientos que tienen mayor incidencia en el municipio de San Miguel Petapa son aquellos que se encuentran relacionados directa o indirectamente con las viviendas, como las tiendas de barrio, que son un elemento importante en el desarrollo de los pobladores del lugar.

Además, los emprendimientos que tienen que ver con el aspecto religioso en San Miguel Petapa tienen una incidencia aún mayor, y esto es porque este municipio tiene bastantes fiestas que se encuentran relacionadas con la piedad popular, entre las que destacan la Feria del Rosario, El Baile del centurión, la Novena al Niño Dios, la peregrinación al Cristo Negro de Esquipulas, el honrar a los difuntos y el baile popular los fieros, que contribuye a que en este municipio se desarrollen emprendimientos de alimentación y entretenimiento popular, destacándose los comedores. Otro aspecto importante es el equipo de fútbol, el cual contribuye a este ambiente festivo los días de juego que incentivan el comercio.

4.11.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Los emprendimientos como las tiendas de barrio, y aquellas que tienen que ver con la comida, son las de mayor éxito. Esto debido también a que el municipio cuenta con varios lugares de entretenimiento popular con una gran afluencia de visitantes, entre los más destacados centros de recreación y turismo se

encuentran El Parque la Cerra, Playa de Oro, Parque San Miguel Petapa y Parque Dinosaurio, lo cual constituye un fuerte apoyo a este tipo de emprendimientos.

4.11.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Entre las dificultades para iniciar un emprendimiento en San Miguel Petapa se encuentra lograr cubrir los costos del agua, luz y IUSI, por ello la mayoría de los emprendimientos tienden a mantenerse de manera informal y en la calle, a fin de reducir estos costos fijos.

Debido a que las actividades comerciales en san Miguel Petapa se encuentran íntimamente relacionadas con la alimentación y el entretenimiento, los negocios tienen auge principalmente el fin de semana, y cualquier emprendimiento que se realice en este municipio debe sobrevivir en base al fin de semana, teniendo pocos ingresos entre semana.

4.11.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

La violencia y el crimen organizado son una de las mayores dificultades a las que se enfrentan los emprendimientos en esta localidad, especialmente las extorsiones que impiden mantener un negocio a largo plazo. La falta de lugares para establecer locales dificulta la permanencia del negocio a largo plazo.

4.11.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Es importante reducir el costo de la luz y agua, ya que estos son algunos de los gastos más fuertes que tienen que enfrentar los emprendedores y apoyarles con tarifas razonales de acuerdo a su condición.

Apoyo por parte de la comuna para incentivar proyectos de infraestructura de locales para los emprendimientos, de manera que estos tengan sitios accesibles para trabajar y cercanos también a los centros populares de recreación.

4.12. Emprendimientos rurales en el municipio de San Pedro Ayampuc

En este municipio el emprendimiento es muy poco, dado que es considerado como “municipio dormitorio” debido a que la gran mayoría de la población sale a trabajar a otros sectores, únicamente el 20 % se queda y se dedica a la agricultura.³⁷

Existen algunas granjas porcinas y avícolas que hacen intentos de crecer, pero no lo han logrado debido a su poca tecnificación.

4.12.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

En su mayoría se dedican a la producción de maíz y frijol, generalmente para consumo propio y distribución local.

³⁷ DEGUATE.COM. *Economía de San Pedro Ayampuc.*
<https://www.deguate.com/municipios/pages/guatemala/san-pedro-ayampuc/economia.php>.

4.12.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Dado que es un municipio dormitorio, no hay un emprendimiento que tenga éxito como tal, porque la producción se queda en el consumo familiar y venta local en un bajo porcentaje.

4.12.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Una de las dificultades que enfrenta este municipio es su geografía, ya que el suelo no se presta para el cultivo, y son aprovechadas en su gran mayoría en la época de lluvia, limitando con esto la producción a esa época.

Debido a las pocas fuentes de trabajo las personas prefieren salir a otros municipios y no emprender o colocar un negocio propio. La escasez de agua también es una dificultad que les impide producir más granos.

4.12.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Falta de oportunidades locales, poca agua y cosechas temporales no permiten el crecimiento a largo plazo.

4.12.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Las estrategias que permitan fortalecer los emprendimientos en relación al mercado en el municipio de San Pedro Ayampuc, se describen a continuación:

- Buscar canales de comercialización para las granjas avícolas y porcinas, y así elevar su rentabilidad.

- Construir o buscar fuentes de agua para ayudar a que se pueda cosechar durante todo el año y no en meses específicos.
- Mejorar la infraestructura de los centros recreativos que posee para generar alrededor nuevos emprendimientos.

4.13. Emprendimientos rurales en el municipio de San Pedro Sacatepéquez

Este municipio tiene emprendimientos de artesanías con barro, hierro y candelas, así como la producción de flores.

4.13.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

La principal característica de estos emprendimientos es que los trabajan familias completas y que van delegando a sus generaciones, de esta manera se han dado a conocer por sus artesanías como municipio.

4.13.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

El cultivo y venta de flores es el emprendimiento de mayor éxito, aparte de las ventas locales también distribuyen a floristerías de la ciudad capital.

4.13.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La migración de sus pobladores ha impedido que se inicien nuevos emprendimientos.

No se han diversificado los emprendimientos dando como resultado bastante competencia, lo cual puede hacer que frenen el deseo de iniciarlo.

4.13.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Desintegración familiar es un factor que no permite que crezca el negocio.

Falta de capacitación en ventas, publicidad y alianzas comerciales fuera de su municipio.

4.13.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

En el municipio de San Pedro Sacatepéquez, los emprendimientos deben aplicar algunas de las siguientes estrategias para fortalecer su modelo de negocio.

- Capacitación en las áreas de publicidad y marketing para dar a conocer sus productos fuera del municipio.
- Aceptar otros medios de pagos no solo efectivo para aumentar sus ventas, para que sus visitantes tengan alternativas. Diversificar y crear nuevos productos y usar tiendas *online* para tener posibilidad de vender más.

4.14. Emprendimientos rurales en el municipio de San Raymundo

Este municipio cuenta con emprendimientos de servicios básicos para la población como ferreterías, tiendas de barrio, panaderías, librerías, cultivo de maíz, frijol y algunas frutas, fabricación de pirotecnia y güipiles bordados a mano.

4.14.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Se caracterizan por tener consumo local y ventas mayores en los días de mercado domingo y jueves.

4.14.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

La elaboración de pirotecnia deja bastante ganancia, porque venden sus productos a empresas que los comercializan, comprándoles grandes cantidades con lo cual aseguran sus ingresos.

4.14.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La comercialización de artesanías es difícil de operar debido a que es realizada por personas del municipio que no solo producen, sino que también se encargan de la venta y es difícil enfocarse cuando tienen que cumplir tiempos de entrega y cantidad de piezas.

4.14.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Debido a que los emprendimientos son realizados por familias, al momento de salir un miembro de la misma crea inestabilidad en la producción de los artículos al no contar con la mano de obra suficiente para cubrir la demanda.

4.14.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

A continuación, se describen algunas estrategias para los emprendimientos que se ubican en el municipio de San Raymundo las cuales permitirán fortalecer su modelo de negocio.

- Implementar estrategias que permitan industrializar y agilizar la producción.
- Capacitar y motivar a los emprendedores para que deleguen actividades y puedan descentralizarlas para aumentar la producción.

4.15. Emprendimientos rurales en el municipio de Santa Catarina Pinula

Santa Catarina Pinula es otro de los municipios “dormitorio”, la gran mayoría de su población sale a trabajar a la capital o San José Pinula. Los pocos emprendimientos son tiendas de barrio y abarroterías con productos de consumo diario y básico, y algunas personas se dedican a la crianza, destace y distribución de carne porcina.

4.15.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Solo un pequeño porcentaje ha emprendido con un negocio propio, siendo estos las tiendas de barrio.

Ventas de fruta y verdura que han cosechado primeramente para consumo familiar y otro poco para la venta local.

4.15.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

La crianza de cerdos para su destace y posterior distribución es la línea que tiene mayor éxito, debido a que cuentan con una asociación que les permite comercializar la carne de una forma más rápido y segura.

4.15.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Tienen poca tierra para continuar con siembras, porque es escasa, debido a que el sector inmobiliario está en pleno crecimiento.

Hay pocas oportunidades de nuevos emprendimientos porque la población en su mayoría sale a trabajar fuera del municipio.

4.15.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

En el caso del tema porcino, aún no han podido encontrar un lugar más grande para trasladar el rastro y también necesitan apoyo en la manufactura y procesos.

No hay diversidad de productos, por lo tanto, si bastante competencia y puede que dificulte que permanezca un negocio.

4.15.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Para el municipio de Santa Catarina Pinula las mejores estrategias que pueden implementar los emprendimientos son las siguientes:

- Solicitar ayuda municipal para el traslado del rastro, porque representa más trabajo para el sector.
- Capacitación e industrialización en el manejo de la crianza y destace de carne porcina, para generar más capacidad de producción y por ende más trabajo e ingresos.
- Capacitación a los emprendedores enfocándose en el área de marketing y digital, servicio a domicilio para abarcar al sector inmobiliario.

4.16. Emprendimientos rurales en el municipio de Villa Canales

Villa Canales es uno de los principales municipios de Guatemala, por su rápido crecimiento en el área inmobiliaria, los emprendimientos que más abundan son los de artículos básicos del diario vivir, que incluye además de alimentos, ferreterías, librerías, misceláneas.

4.16.1. Características de los emprendimientos con mayor incidencia

Tienen en común que los emprendimientos se van diversificando de acuerdo a las necesidades de los nuevos habitantes de proyectos inmobiliarios, de esta manera logran obtener más clientes y que no salgan del municipio.

4.16.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Las abarroterías de artículos de consumo diario. Siembra y cosecha de piña.

4.16.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

Entre las principales dificultades que presenta el municipio para el emprendimiento es la inseguridad, no disponer de dinero para inversión y la violencia que se vive en el sector.

4.16.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Falta de promoción de sus productos y no utilizar medios de cobro digitales; considerando que hoy en día la mayoría de las transacciones la gente prefiere pagarla por ese medio.

4.16.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Creación de capacitación para emprendedores, que les permitan realizar ferias y así dar a conocer a más personas sus productos, apoyo para cobrar a través de medios digitales y entrega de productos a domicilio en las áreas residenciales.

4.17. Emprendimientos rurales en el municipio de Villa Nueva

El municipio de Villa Nueva es uno de los que más desarrollo y crecimiento tiene en el área de industria y comercio, sin embargo, los emprendimientos no han tenido un crecimiento igual, debido a que también es considerado como una ciudad dormitorio; la población en su mayoría va la capital a trabajar.

4.17.1. Características de los emprendimientos

Los emprendimientos en este municipio se caracterizan por cubrir las necesidades de sus habitantes, especialmente de las colonias residenciales, que tienen locales con servicios de abarroterías, tortillerías, salones de belleza, ferreterías, fruterías y carnicerías, todos los servicios que ayuden a que los residentes no regresen a la capital conseguirlos.

4.17.2. Línea de emprendimiento con mayor éxito

Los salones de belleza y personas particulares que hacen este tipo de servicios a domicilio, es la que mayor éxito ha tenido, debido a que muchas personas por diferentes circunstancias se han dedicado a su negocio propio.

4.17.3. Dificultades para iniciar su emprendimiento

La mayoría tienen la dificultad del capital inicial, así como la compra de equipo necesario. Otro punto importante son las extorciones, razón por la cual muchas veces no tienen local propio, lo que conlleva que no tengan la exposición suficiente para atraer a más clientes.

Falta de plazas o locales para emprendedores a precios razones, que puedan cubrir los emprendedores.

4.17.4. Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo

Capital suficiente para varios meses en lo que llegan a su punto de equilibrio. Falta de un plan de publicidad o marketing que si funciones para atraer

a nuevos clientes y que los ya existentes continúen obteniendo los productos o servicios.

4.17.5. Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Capacitación en las áreas de marketing y legal, para formalizar los negocios. Apoyo de la municipalidad para encontrar plazas seguras para vender y promocionar los productos o servicios. Implementar planes de emprendimiento en los Cocodes de las colonias y realización de ferias en los centros educativos para incrementar el interés y la apertura de nuevos emprendimientos.

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Líneas de emprendimiento rurales exitosas

En este apartado se colocarán las líneas de emprendimiento rurales más exitosas; donde se podrían citar: la agricultura, alfarería, artesanías, los negocios de comida, medios de transporte entre otros.

5.1.1. Factores de éxito

Entre los factores de éxito de los emprendimientos analizados, se encuentra la perseverancia, paciencia, facilidad de adaptación y la visión del emprendedor. Adicional uno de los principales factores es el apoyo familiar y la motivación de generar ingresos extras para la familia.

5.1.2. Recursos necesarios

El recurso primordial es el capital para invertir, en los municipios algunos emprendedores utilizan el sistema financiero regulado, pero otras personas utilizan el crédito informal; caracterizado con pagos diarios, semanales o quincenales. Este tipo de crédito es con tasas alta, pero permite al emprendedor la opción de financiarse y colocar ese dinero para su negocio o emprendimiento.

5.1.3. Beneficiarios directos e indirectos

En el sector rural, los primeros beneficiarios son la familia del emprendedor, quienes involucran a los diferentes miembros de la misma. Generalmente eso lo

realizan los emprendedores que están iniciando y luego cuando los emprendimientos crecen, inician la contratación de colaboradores para actividades dentro de la organización.

Adicional se consideran como beneficiarios indirectos; los proveedores de materia prima, materiales o equipos y uno de los mayores beneficiados son los emprendedores que se dedican a envío o mensajería con motocicleta o vehículos.

En la situación actual de pandemia; las empresas de mensajería han incrementado su trabajo y han sido beneficiarios directos de los diferentes emprendimientos que se han desarrollado durante esta situación; especialmente en ciudad capital de Guatemala.

5.2. Estrategias de comunicación e interacción

La comunidad de emprendedores MANOS GT, genera oportunidades de negocios entre emprendedores, mercados, red de contactos y de allí la importancia de la interacción y comunicación que debe realizarse entre emprendedores y comunicación entre los emprendedores y MANOS GT.

Actualmente se encuentra el desarrollo de un sitio web; donde se estará colocando el directorio de emprendedores y de esa forma será eficiente la ubicación de ellos para la comunidad y para los diferentes clientes que puedan requerir sus productos o servicios. Este directorio es de fácil acceso a través de móviles y computadoras; por lo que se facilita la ubicación de los emprendedores participantes; adicional que permite la promoción de cada uno de los servicios o producto que los emprendedores que aparezcan en el sitio que podrán realizar.

El sitio web en desarrollo, tendrá una ruleta para cargar fotografías de los productos o servicios y de esa manera, los clientes podrán visualizar el perfil del emprendedor, sus números de teléfonos, redes sociales y si les interesa algún producto o servicio; hacerlo a través de los medios de contacto disponibles en el directorio.

En el año 2020, también se inició con una tienda virtual, la cual permitirá a los emprendedores de los diferentes sectores productivos; promocionar sus productos o servicios y adicional provee la opción de cobro con tarjeta de crédito o débito y la opción para realizar la mensajería a través de la tienda. Estos medios de comunicación (directorio de emprendedores y tienda virtual) se encuentran en desarrollo; pero se espera que sean herramientas de interacción y comunicación entre emprendedores, clientes potenciales y emprendedores y comunidad de emprendedores MANOS GT y los diferentes emprendimientos.

5.2.1. Metodología de interacción con emprendedores

Como se mencionó en el inciso anterior la interacción se realiza a través de medios digitales, adicional de un grupo de WhatsApp y un grupo en Facebook creado para que los emprendedores publiquen sus productos y servicios y se genera interacción entre ellos.

Estos medios de interacción han permitido que los emprendedores ofrezcan sus productos dentro de la misma comunidad, generando un mercado potencial entre ellos en forma colaborativa. Adicional se ha permitido generar alianzas entre emprendedores que poseen productos o servicios similares y se utilizan los espacios mencionados para solicitar productos, materia prima, equipos o recomendaciones que se puedan necesitar en algún momento determinado.

5.2.2. Canales de comunicación

El canal de comunicación sería el digital y la telefónica. Hoy en día por la situación actual de pandemia, algunos emprendedores han cambiado número de teléfono, pero la ventaja que se les puede escribir a través de los correos electrónicos y redes sociales que aparecen en el directorio digital.

5.2.3. Comunidad de emprendimiento

Llamada comunidad al grupo de personas; quienes interactúan y realizan actividades para beneficio de todos. La comunidad es una institución organizada y que practica la ética entre los socios para lograr sus objetivos para los que fue creada. En el caso de la comunidad de emprendedores MANOS GT, es una empresa privada creada para empoderar a emprendedores de diferentes sectores productivos. La comunidad fue creada por un grupo de emprendedores que tenían como visión el desarrollo personal y de sus emprendimientos; aportan sus experiencias, sus éxitos y plantean sus fracasos, miedos o frustraciones que han percibido durante el desarrollo de sus emprendimientos.

Estas experiencias permiten enseñar a otros emprendedores que inician en el proceso, conocer las mismas y lograr en lo posible evitarlas y considerar las estrategias positivas que a otros emprendedores les ha servido.

La comunidad de emprendedores MANOS GT, implementa capacitaciones, bazares y cursos virtuales para los emprendedores y de esa forma genera ingresos para su funcionamiento. Los emprendedores participan en dichas actividades con precios especiales o descuentos por ser parte de la comunidad.

Adicional MANOS GT, genera comisiones de las ventas que pueda hacer de los diferentes productos de los emprendedores; a través de bazares y hoy en día con la implementación de su tienda virtual. De esa forma la comunidad genera ingresos; para cubrir costos operativos y los emprendedores reciben capacitación, asesoría, apertura de mercados, herramientas de comercialización y ventas o lo que necesitan mejorar para ampliar su crecimiento en el sector empresarial.

5.3. Estrategias para fortalecer el emprendimiento rural

En resumen, de lo recopilado de los 17 municipios analizados, se plantearán estrategias para las diferentes etapas de los emprendimientos; desde su nacimiento, ejecución, operación y expansión. Cada emprendimiento es tan diferente; pero se puede establecer estrategias que puedan adoptar según necesidades y enfoques para cada uno de los emprendedores.

5.3.1. Estrategias y metodología de capacitación

Emprender no es una tarea fácil, especialmente en el área rural, porque no se cuenta con la suficiente información para tomar las decisiones adecuadas; por medio de la Comunidad MANOS GT, se implementarán talleres de capacitación en los cuales, los emprendedores con mayor éxito y tiempo de emprendimiento podrán dar a conocer a detalle, sus experiencias, consejos y recomendaciones para que, futuros visionarios, puedan iniciar su negocio de una manera más efectiva.

5.3.2. Asesoría en comercialización

En el sector agrícola la principal dificultad que presentan los emprendedores es la comercialización de sus productos o servicios. Se implementarán cursos de mercadeo agrícola, producción más limpia, producción verde y lo relacionado a procedimientos de exportación.

Adicional de las estrategias tradicionales de comercialización en los municipios rurales, se establecerá la factibilidad de la comercialización a través de medios digitales (canal de comercialización agrícola durante el tiempo de pandemia COVID-19; incentivando en los productores la búsqueda de valor agregado a los productos y servicios ofrecidos

5.3.3. Asesoría en aspectos legales, contables y mercantiles

Este aspecto será cubierto con el apoyo de emprendedores abogados, quienes son parte de la comunidad de emprendedores MANOS GT. La propuesta es crear talleres en relación a la apertura de empresas, manejos contables, declaración de impuestos, elaboración de partidas contables y lo relacionado al manejo y cierre contable. En el sector rural, los emprendedores prefieren gestionar este tipo de trámites con tramitadores que residen en sus departamentos o en ciudad capital y subcontratan el servicio de contadores para el control contable de los emprendimientos.

5.3.4. Financiamiento y capital semilla

Los emprendedores hoy en día; están comprendiendo lo positivo de conseguir o adquirir financiamiento no reembolsable para sus emprendimientos. En el sector de financiamiento existen instituciones no gubernamentales y no

gubernamentales, quienes ofrecen este tipo de financiamiento para proyectos productivos; dirigidos especialmente para mujeres.

En la comunidad MANOS GT, en el año 2021, seguirá promoviendo la capacitación y asesoría para los emprendedores y se encuentra en búsqueda de alianzas, especialmente con el sistema cooperativo o con instituciones que puedan brindar financiamiento con una tasa justa para los emprendedores que lo requieran y en la búsqueda siempre de financiamientos no reembolsables que pueda servir de capital semilla para los emprendimientos que cumplan las especificaciones legales, técnicas y financieras que justifiquen recibir esos tipos de capital.

5.3.5. Estrategias de comercialización nacional y exportación

En el caso de los diferentes temas de capacitación, MANOS GT, invitará a los emprendedores interesados en participar. Las capacitaciones son en modalidad virtual y tienen un costo especial para los emprendedores que pertenecen a la comunidad. Los cursos de igual manera se promocionan fuera de del grupo de MANOS GT para generar ingresos adicionales con eso. Los diferentes cursos y talleres reciben diploma de partición, firmado y avalado por empresas según la temática impartida. En el caso de comercialización; se incluirán las siguientes canales para clasificar los grupos de capacitación:

- Canal uno: productor y consumidor final
- Canal dos: productor al detallista y del detallista al consumidor final
- Canal tres: productor al mayorista, de estos a los detallistas y de estos al consumidor final.

- Canal cuatro: productor a los agentes intermediarios, de estos al mayorista, del mayorista a los detallistas y estos al consumidor final.

En esta parte se mencionarán estrategias de: crecimiento y estabilidad, estrategias competitivas, de crecimiento por diversificación, estrategias para mercados meta y estrategias del ciclo de vida del producto. Es importante mencionar que la estrategia dependerá de los objetivos, recurso disponible y compromiso del emprendedor. En los ítems posteriores se hablará a detalle del proceso y los requisitos para favorecer la comercialización de las exportaciones en el mercado extranjero.

5.3.6. Asesoría en mercadeo y ventas

En el caso de las ventas, la principal problemática encontrada es el escaso conocimiento en metodología de ventas, análisis de clientes y determinación de nichos de mercado.

Adicional la dificultad de manejar redes sociales, tomar fotografías atractivas para la venta y un conocimiento mínimo en mercadeo digital a través de redes sociales para prospectar en mayor cantidad y brindar información de los productos y servicios a más personas, enfocado a nichos de mercado determinados.

5.3.7. Asesoría en marketing digital

Hoy en día el uso del internet ha venido a cambiar los canales de comercialización y el marketing digital en tiempos de pandemia ha crecido de gran manera. Es necesario que los emprendedores conozcan herramientas digitales para prospectar clientes, tomar pedido, coordinar entregas y brindar

seguimiento a clientes a través de este tipo de herramientas. Se brindarán capacitaciones sobre el uso de redes sociales aplicadas a negocios y el uso de campañas publicitarias desarrolladas en Facebook para ampliar el área de cobertura de los negocios; contactar nuevos clientes a costos bastante accesibles.

El *marketing* digital, permite llegar a más personas, en menos tiempos y a costos mínimos y lo más importante provee métricas que resumen el perfil de los clientes, puntos de compra, ubicaciones más vistas de las campañas, de esta manera se podrá crear el perfil digital del cliente, y enfocar el *marketing* digital a nichos de mercados específicos e interesados en los productos y servicios ofrecidos.

5.3.8. Asesoría en exportación de productos

Para el tema de exportación, se consideran varios aspectos, desde temáticas legales, imagen, licencias, permisos y sellos de garantía. Adicional a la temática anterior, se plantearán capacitaciones para obtener códigos de exportación, asesoría para emitir documentos de exportación, emisión de requisitos no tributarios; obtención de documentos de soporte de exportación y los servicios de trámites de exportación. Adicional a lo anterior, evaluar disponibilidad de capital de trabajo, liquidez y soporte de proveedores para cubrir mercados detallistas como los europeos; exigentes en calidad y presentación.

5.4. Estrategias de seguimiento EMPRENDEDORES-MANOS GT

El objetivo de estas estrategias es básicamente mantener la comunidad con el grupo de emprendedores de los diferentes sectores y lugares productivos. Los medios de seguimiento permitirán actualizar base de datos de ellos y saber su

situación operativa y según su flujo de ingresos y tipo de proyectos, considerar la invitación a eventos, talleres, bazares o participación en las distintas actividades que se puedan realizar. Es importante mencionar que MANOS GT, siempre se encuentra en la búsqueda de alianzas, contactos con instituciones públicas y privadas para desarrollo de sus actividades y de los emprendedores.

5.4.1. Medios tradicionales

En este enunciado se presentarán las estrategias tradicionales de comunicación y seguimiento con los diferentes emprendedores; considerando que un porcentaje alto de ellos, se encuentran en aprendizaje de metodologías digitales y utilizan medios tradicionales para comunicarse.

5.4.1.1. Ferias de emprendimiento

Esta metodología se considera de seguimiento y al mismo tiempo es de comercialización, es la forma de tradicional de venta de muchos emprendedores en los diferentes municipios de Guatemala. Por la cultura y tradición del país, las ferias patronales y municipales han permitido comercializar productos y servicios en diferentes municipios y ha generado el crecimiento del turismo por lo mismo. Para la comunidad MANOS GT, es considerado metodología de seguimiento y comunicación con los emprendedores, porque la venta a través de este tipo de ferias o bazares; motivan a las personas a participar y a fortalecer la relación con ellos; adicional que permite contactar nuevos emprendedores que participan en los bazares o ferias de emprendimiento, debido a que muchos emprendedores manejan grupos de trabajo con los que participan en los bazares y generalmente refieren a dichos contactos para unirse a la comunidad.

5.4.1.2. Reuniones semestrales de emprendedores

El tema de reuniones se realizaba dos veces en el año en los períodos 2017 al 2019, con diferentes emprendedores que podrían participar en las mismas, generalmente se manejaba sectorialmente y por ubicaciones.

5.4.1.3. Contacto telefónico

Medio de comunicación que existió, existe y seguirá existiendo, permitiendo comunicación entre personas de forma rápida y eficiente. Este ha sido el principal medio de comunicación entre emprendedores de los diferentes municipios, específicamente del sector rural, mercado objetivo de la investigación y entrevistas realizadas.

5.4.2. Medios digitales

La pandemia actual, permitió que los canales digitales iniciaron un crecimiento exponencial de aplicaciones, redes sociales y diferentes medios que utilizan el internet como medio de contacto entre personas. Esta tecnología vino a utilizarse al trabajo, la educación y de igual manera para los emprendedores. De esta manera, se realizará un breve resumen del uso de estos medios digitales que los emprendedores en el sector rural utilizan y las herramientas que se utilizan para comunicación, publicidad y comercialización de diferentes productos o servicios.

5.4.2.1. Sitio Web comunidad de emprendedores MANOS GT

Este sitio ha sido creado y se encuentra en fase de validación, en donde los emprendedores pueden publicar su perfil de empresa o servicio, colocar algunas fotografías, números de contacto para que los clientes puedan contactarlos a través de teléfono, correo electrónico o redes sociales. De igual manera, si algún emprendedor maneja su propio sitio web, podrá colocar los links y que el sitio MANOS GT, les permita servir como medio de contacto. Lo interesante del sitio es que trabaja en forma colaborativa, cada emprendedor puede copiar el link de su perfil a sus clientes y con eso permite la ampliación de la cartera de clientes para los demás emprendedores.

Cientes de un emprendedor, pueden visitar perfiles de otros emprendedores para visualizar sus productos y servicios, inclusive emprendedores contactar a otros emprendedores para realizar alianzas o propuestas de negocios entre ellos.

5.4.2.2. Redes sociales de la comunidad de emprendedores

La comunidad MANOS GT, maneja su sitio web, anteriormente descrito y una página en Facebook que promociona la tienda *online* para la comunidad (este es proyecto de igual manera se encuentra en fase de validación).

La tienda en línea fue un proyecto que surgió a mediados de 2020 y fue el medio que les permitió a varios emprendedores promocionar, publicar y lo más importante vender sus productos a través de tarjeta de crédito o débito VISA o MÁSTERCARD. Esta solución permitió cobrar a través de esos medios de pagos

y se logró trabajar en conjunto con dos emprendedores que se dedican a la mensajería para apoyar a los emprendedores en todo el proceso; la publicidad, promoción, venta, cobro y entrega de sus productos a diferentes clientes en ciudad capital de Guatemala y en algunos departamentos; apoyándose para eso con empresas de mensajería ya establecidas.

5.4.2.3. Meetings *online* de emprendedores

Las reuniones virtuales se aplican a la mayoría de las actividades personales, familiares y laborales de hoy en día. En el caso de las videollamadas ha sido una metodología de comunicación que se aplica en la educación, negocios o aspectos familiares. Para los emprendedores se ha utilizado este tipo de metodología para realizar reuniones de trabajo, capacitación y se les motiva para que puedan utilizar la misma, para realizar citas y comunicación con sus clientes.

La metodología vino a quedarse y seguirá siendo un medio factible, eficiente y económico para realizar comunicación con los emprendedores, agregando el video y la multimedia para presentar videos, fotografías o presentaciones de los productos o servicios.

5.4.2.4. Grupos *online* según línea de emprendimiento

Esta metodología es derivada de las video llamadas, en la que se realizan lluvias de ideas o reuniones de trabajo según líneas de emprendimiento establecidas. Generalmente se manejan 3 sectores principales: el sector agrícola, artesanías o productos de feria y capacitación en diversas áreas. Se ha mencionado que una de las metodologías de trabajo para promover productos y

servicios son las ferias patronales o bazares en centros comerciales y para dichos eventos, generalmente se crean grupos de WhatsApp, en donde los emprendedores se comunican, publican e interactúan según los productos o servicios que cada uno menaje.

5.4.2.5. Mentorías *online*

Las comunicaciones virtuales, permiten hoy en día crear bazares virtuales (metodología utilizada por emprendedores para comercializar sus productos y considerando las disposiciones de distanciamiento y eliminación de actividades presenciales; adicional de capacitación, reuniones con clientes y proveedores y la interacción entre diferentes emprendedores; comentando sus experiencias hacia el grupo con el que interactúa.

En el caso de las experiencias, los emprendedores manejan en primer lugar su experiencia personal, lo que les ha funcionado y lo que les ha permitido crecer en sus emprendimientos y esos aportes se comparten para generar valor en las personas que se encuentran iniciando un emprendimiento.

Este tipo de mentorías hace un par de años se realizaba presencial, pero por la pandemia; se realizó la emigración a las herramientas digitales; utilizando capacitación sincrónica (videollamadas) y asincrónicas (grabaciones en canales de video y audio). Estas mentorías se pueden acceder cuando se desee y en la disponibilidad del tiempo de los emprendedores.

CONCLUSIONES

1. Se realizó La investigación de mercado para identificar las líneas de emprendimiento con mayor éxito que fueron asesoradas por la comunidad de emprendedores MANOS GT, durante el período 2017 al 2019 en el área rural del departamento de Guatemala, revisando información de la base de datos de emprendedores y entrevistas digitales a emprendedores.
2. A partir de agosto de 2020 se inició el análisis de la base de datos para determinar la cantidad de proyectos que hay por región, así como la línea productiva en la que se desarrollan y datos generales del emprendedor, pausando la misma a partir de octubre 2020 por cierre de actividades de la comunidad por la pandemia; terminando la investigación vía digital.
3. La metodología para recopilación de investigación de la investigación por tema de pandemia 2020, se realizó vía digital con encuestas y entrevistas a algunos emprendedores propuestos por MANOS GT; resultados obtenidos en el capítulo cuatro del presente trabajo de graduación.
4. En el capítulo cinco, del trabajo de graduación, se realizó una descripción de las estrategias de comunicación e interacción entre emprendedores, estrategias para fortalecer los emprendimientos en el sector rural, considerando la capacitación como medio principal para empoderar a los emprendedores y se formularon mecanismos de seguimiento para evaluar situación operacional, avances y éxitos de los emprendimientos rurales asociados con MANOS GT.

5. Entre las herramientas de seguimiento tradicionales para interactuar, comunicarse y capacitar a los emprendedores se citarán las llamadas telefónicas como la principal y entre los medios de comunicación digital, se puede citar el correo electrónico, las redes sociales y las aplicaciones para video llamadas; herramientas que por la pandemia COVID-19; se han fortalecido para apoyar los medios de comunicación digital a bajo costo.

RECOMENDACIONES

1. Fomentar el desarrollo personal de los emprendedores para seguir participando en presentaciones de emprendimiento considerando que la capacitación es parte fundamental para el crecimiento de sus emprendimientos.
2. Clasificar y organizar los grupos de emprendedores de la comunidad MANOS GT, según nivel de operación, experiencia y enfoque.
3. Incentivar el emprendimiento en las diferentes familias; para que conozcan lo beneficioso que es para ellos; principalmente a los jóvenes desde los niveles educativos de básicos y diversificado.
4. Incentivar el trabajo cooperativo para grupos de trabajo con la misma visión y deseo de superación empresarial, esto permitirá potenciar los emprendimientos actualmente activos.

BIBLIOGRAFÍA

1. ACCESO GLOBAL. *Por qué el trabajo en relación de dependencia ayuda a crear startups*. [en línea]. <<https://raskovskyasociados.com.ar/index.php/2014/10/17/por-que-el-trabajo-en-relacion-de-dependencia-ayuda-a-crear-startups/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
2. ACEÑA, Maria. *Desarrollo rural - CIEN - Centro de Investigaciones Económicas Nacionales*. [en línea]. <<https://cien.org.gt/index.php/desarrollo-rural/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
3. ALVARADO, Christiam. *Fuentes de financiamiento para los emprendedores*. [en línea]. <<https://www.christiamalvarado.com/emprender-un-negocio/fuentes-financiamiento-para-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
4. ARGENTA PATRIMONIOS. *Qué se hace en una asesoría financiera*. [en línea]. <<https://argentapatrimonios.com/se-una-asesoria-financiera/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
5. ASOCIACIÓN BANCARIA EUROPEA/INNOPAY. *Proceso de facturación*. [en línea]. <<https://tfig.itcilo.org/SP/contents/invoicing-process.html>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

6. BARRIOS, Kleber. *Las dificultades del emprendedor*. [en línea]. <<https://www.kleberbarrios.com/las-dificultades-del-emprendedor/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
7. BISBAL, Pedro. *Emprendimiento: el verdadero problema no es el dinero*. [en línea]. <<https://www.esic.edu/rethink/management/emprendimiento-el-verdadero-problema-no-es-el-dinero>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
8. BUSINESS INFACT. *Recursos necesarios para poner en marcha un proyecto emprendedor*. [en línea]. <<https://www.todostartups.com/bloggers/recursos-necesarios-para-poner-en-marcha-un-proyecto-emprendedor-por-businessinfact>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
9. CANTAVALLE, Sarah. *Por qué el marketing tradicional nunca pasará de moda*. [en línea]. <<https://efiempresa.com/blog/efiempresa-marketing-para-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
10. CÉSPEDES, Javier. *Investigación de mercados para emprendedores*. [en línea]. <<https://asep.pe/index.php/investigacion-de-mercados-para-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
11. CGN Noticias. *Preparan espacio para emprendedores*. [en línea]. <<https://cgnnoticiasdeguatemala.wordpress.com/2018/11/06/preparan-espacio-para-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

12. COMUNICACIONES ASEP. *Conoce los medios de pago tradicionales para los emprendimientos*. [en línea]. <<https://asep.pe/index.php/conoce-los-medios-de-pago-tradicionales-para-los-emprendimientos/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
13. DEGUATE.COM. *Economía de San Pedro Ayampuc*. [en línea]. <<https://www.deguate.com/municipios/pages/guatemala/san-pedro-ayampuc/economia.php>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
14. DE LA CRUZ, Juan. *La Política de Crédito en la Empresa*. [en línea]. <<https://www.empresaactual.com/la-politica-de-credito-en-la-empresa/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
15. DEL VALLE, Carlo. *El ciclo de estancamiento*. [en línea]. <<https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://files.elfsight.com/storage/20f131ea-4070-49cd-9af3-27f2c5427dc7/8a83c588-448c-4e6a-a8fb-af2933b67b60.pdf/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
16. DIAZ, Hugo. *¿Cómo lograr que emprendedores generen empleo?* [en línea]. <<https://www.estrategiaynegocios.net/empresasymangement/management/746837-330/c%C3%B3mo-lograr-que-emprendedores-generen-empleo>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
17. DÍAZ, Javier. *Los 4 principales obstáculos al emprender... y cómo superarlos*. [en línea]. <<https://www.negociosyemprendimiento.org/2013/07/principales-obstaculos-al-emprender-y-como-superarlos.html>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

18. FERNÁNDEZ, Juan. *Guatemala: El país donde se emprende con poco dinero, baja formación y mucho optimismo*. [en línea]. <<https://www.prensalibre.com/economia/monitor-global-de-emprendimiento-gem-2018-2019-presento-resultados/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
19. FLORES URIBE, Juan. *Proyectos de inversión para las PYME*. 3a ed. Ecuador: Eco Ediciones, 2015. 240 p.
20. GOICOCHEA, Juana. *Programa de tutoría para fortalecer capacidades de emprendimiento y administración empresarial en estudiantes de educación técnico productiva*. Perú: YoPublico, 2019. 147 p.
21. GOMES, Fabio. *Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia*. [en línea]. <<https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
22. GUERRERO, Manuel. *El emprendedor y su familia*. [en línea]. <<https://www.gestiopolis.com/emprendedor-su-familia/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
23. HEREDERO, Pablos. y BLANCO, Francisco. *Los cien errores del emprendimiento*. España: ESIC Editorial, 2013. 147 p.
24. HILARIÓN, Julia. *Emprendimiento e innovación, diseña y planea tu negocio*. 1a ed. México: Cengage Learning, 2014. 150 p.

25. INCAE Business School. *Emprendimiento juvenil en Guatemala, Informe Nacional*. [en línea]. <https://www.incae.edu/sites/default/files/reporte_nacional_-_guatemala_final_corregido.pdf>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
26. IOR Consulting. *Emprendedores rurales reinventan la vida en el campo*. [en línea]. <<https://ior.es/emprendedores-rurales/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
27. LASCUARÁIN, Pablo. *Impacto de comunidades emprendedoras*. [en línea]. <<https://www.forbes.com.mx/impacto-de-comunidades-emprendedoras/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
28. NOTIMEX. *Debate Guatemala futuro de jóvenes rurales emprendedores*. [en línea]. <<https://www.20minutos.com.mx/noticia/281171/0/debate-guatemala-futuro-de-jovenes-rurales-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
29. PALACIOS, Guadalupe. *Emprendimiento social: integrando a los excluidos en el ámbito rural*. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, Vol. XVI, No. 4, 2010. 590 p.
30. PRIETO GARCIA, Miguel. *Empresa e iniciativa emprendedora*. España: Editorial Síntesis, S. A., 2017. 298 p.
31. PROFIMA. *Evaluación financiera de proyectos*. [en línea]. <<https://www.profima.co/blog/finanzas-corporativas/39-evaluacion-financiera-de-proyectos>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

32. SÁNCHEZ, Duvian. *Marketing digital para emprendedores*. [en línea]. <<https://www.duviansanchez.com/marketing-digital/marketing-digital-para-emprendedores/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
33. SANDOVAL, Rodrigo. *GEM Guatemala 2018-2019: la situación actual del emprendimiento local*. [en línea]. <<https://www.guatemala.com/desarrollo/emprendimiento/gem-guatemala-2018-2019-la-situacion-actual-del-emprendimiento-local.html>>. [Consulta: 4 de octubre de 2019].
34. SIGNIFICADOS.COM. *Emprendimiento*. [en línea]. <[https://cien.org.gt/index.php /desarrollo-rural/](https://cien.org.gt/index.php/desarrollo-rural/)>. [Consulta: 4 de octubre de 2019].
35. SOY502. *Opciones para financiar un proyecto emprendedor en Guatemala*. [en línea]. <<https://www.soy502.com/articulo/opciones-financiar-proyecto-emprendedor-guatemala-32539>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
36. TURMERO, Iván. *Proyectos autofinanciables*. [en línea]. <<https://www.buenastareas.com/ensayos/Proyectos-Autofinanciables/7213812.html>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
37. UNIVERSIDAD FRANCISCO MARROQUÍN. *Monitor Global de Emprendimiento*. Guatemala. 1ra Edición. 2016. 35 p.
38. URIBE, Érika. *Qué es la capital semilla y el capital emprendedor*. [en línea]. <<https://www.entrepreneur.com/article/305053>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

39. VALDÉS, Pau. *Proceso de venta: ¿Qué es y cómo funciona?* [en línea]. <<https://www.inboundcycle.com/proceso-de-venta-que-es-y-como-funciona>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
40. VALLADARES, Luis. *Municipio de Chuarrancho, Guatemala*. [en línea]. <<https://aprende.guatemala.com/historia/geografia/municipio-de-chuarrancho-guatemala/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
41. VILLALBA, Regelio. *Motivación para emprender un negocio*. [en línea]. <<https://asepyme.com/motivacion-para-emprender/>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].
42. ZUERAS, Daniel. *Capacitación, la clave del éxito para los emprendedores (opciones en Centroamérica)*. [en línea]. <<https://www.estrategiaynegocios.net/empresasmanagement/1169395-330/mandamiento-4-del-emprendedor-capacitarse>>. [Consulta: 1 de marzo de 2021].

APÉNDICE

Apéndice 1. Modelo de entrevista a emprendedores rurales

La entrevista realizada a la mayoría de los emprendedores; se realizó por llamada telefónica en la misma se solicitó una descripción de su experiencia como emprendedor, dificultades y logros alcanzados e información general de los emprendimientos en su municipio. No fue autorizado de parte de la comunidad de emprendedores la publicación de nombres, marcas y números de contacto de los emprendedores entrevistados
Causas que motivaron a su emprendimiento
Recursos que necesitó para iniciar el emprendimiento
Dificultades que percibió al iniciar su emprendimiento
Nos puede describir el emprendimiento que más desarrollado se encuentra en su municipio.
Características de los emprendimientos con mayor incidencia
Línea de emprendimiento con mayor éxito
Dificultades para iniciar su emprendimiento
Dificultades para operar un emprendimiento a largo plazo
Estrategias para fortalecer los emprendimientos

Fuente: elaboración propia.

