



Decanato de Artes y Comunicación

“Programa de Marketing Social Sobre Desarrollo Laboral
y Emprendurismo para Jóvenes en Situaciones de
Riesgo del Corredor Duarte”
República Dominicana. 2014
Caso: “Proyecto Alerta Joven, Entrena, USAID”

Sustentantes:

Delffin Rafael Peralta Familia	2008-0435
Juana Elvira Fuentes Vega	2009-0433

Asesores:

María Luisa Montás
Ivelisse Comprés

Monografía para Optar por el Título de:
Licenciatura en Publicidad

Distrito Nacional, República Dominicana

2014

Índice

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS

DEDICATORIAS

INTRODUCCIÓN

RESUMEN

Capítulo I. Marketing social

1.1 Concepto	1
1.2 Tipos de marketing social	4
1.3 Ventajas para las empresas u organismos y para el público objetivo.....	8

Capítulo II. Emprendurismo

2.1 Concepto	11
2.2 Aptitudes de una persona emprendedora	12
2.3 Anteproyecto de Ley de Emprendimiento e Innovación Empresarial en República Dominicana	14
2.4 Beneficio de los emprendedores	17

Capítulo III. USAID, Entrena y Alerta Joven

3.1 Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)	20
3.2 Entrena.....	24
3.3 Alerta Joven	27

Capítulo IV. Metodología de investigación

4.1 Presentación y análisis de la encuesta	34
4.2 Análisis de las entrevistas.....	50
4.2.1 Análisis general a la entrevista realizada a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven	50
4.2.2 Análisis general a la entrevista realizada a Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven	51
4.2.3 Análisis general a la entrevista realizada a Esther Frías, Especialista en Educación del Proyecto Alerta Joven	51
4.2.4 Análisis general a la entrevista realizada a Erielba Gil, Especialista en	

Inserción laboral del Proyecto Alerta Joven.....	52
4.2.5 Análisis general a la entrevista realizada a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana	53

Capítulo V. Propuesta de programa de Marketing social

5.1 Necesidad socia	54
5.2 Situación problemática de la población meta	54
5.3 Justificación del proyecto.....	54
5.4 Objetivo general	55
5.4.1 Objetivos específicos	55
5.5 Población objetivo	56
5.5.1 Perfil y comportamiento	56
5.6 Donadores.....	57
5.7 Patrocinadores	58
5.8 Público de apoyo	59
5.9 Demanda.....	60
5.10 Mezcla de marketing (Objetivos, estrategias y tácticas)	61
5.10.1 Producto	61
5.10.2 Precio	61
5.10.3 Promoción	62
5.10.4 Plaza.....	63
5.10.5 Proceso	63
5.10.6 Personal	65
5.10.7 Presentación.....	66
5.11 Piezas publicitarias	67

CONCLUSIÓN

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

Agradecimientos

“Por nada estéis afanosos, sino sean conocidas vuestras peticiones delante de Dios en toda oración y ruego, con acción de gracias” Filipenses 4, 6.

Antes de externar gratitud a personas en específico tengo que agradecer inmensamente a Dios, puesto que sin este ser omnipotente no hubiese podido llegar hasta este punto de mi vida profesional.

A los profesores que con tanto profesionalismo, entusiasmo y esfuerzo, se enfocaron en plasmar para la sociedad un profesional competente en el área que le apasiona, y un reconocimiento extra a esos profesores que pasan, pesan y pisan (en el buen sentido): Juan Carlos Capella, Suany Rosario, Lourdes Javier, Milagros Pérez (Milagrillo), Genaro Phillips, Lucía Román (Luchy), José Somavilla, Matilde Capitán, Ysidoro de los Santos, José Thomas Kingsley, Genaro Zorrilla, Rafael Álvarez; y por último a aquellos que llegaron al final (aunque no tarde) de mi trayectoria universitaria: Rafael de los Santos (Poteleche), María Luisa Montas e Ivelisse Comprés.

Mis compañeros de clase, desde el ciclo básico hasta los que fueron de pasillo que siempre en situaciones de apuro nos dábamos las manos para beneficios recíprocos, a mi compañera de trabajo para la elaboración final de este Trabajo de Grado, Juana Fuentes, la cual con su esmero y sentido competitivo de trabajo y cooperación mutua, logramos el objetivo soñado. A mi madre Matilde Familia, mi padre Rafael Peralta quienes de una forma u otra siempre estaban atentos a mi vida universitaria, mis hermanos Henry Peralta y Estalig Mercedes, quienes siempre dijeron presente ante alguna inquietud o necesidad que me surgiera para cumplir alguna obligación universitaria. A mis parientes lejanos que aunque a distancia, siempre estaban atentos a cómo iba la universidad, mis primas Ingrid Calderón, Carmenserfis Reyes, Dalconerys Reyes, mi tía Carmen Modesta Reyes Peralta (Hortensia).

A mis amigos inseparables, Nicaurys Geraldino, Diógenes Jiménez, Anthony Matos, Gabriela Pérez, Esperanza Cadena, y, en especial a una persona muy querida por mí, Ilonka Lorenzo, la cual con su fe, atención y dedicación, fue, es y será, una de las columnas que siempre estuvieron de base cuando en algún momento dude de mi potencial, y aprovechando el espacio consagro la frase bíblica que siempre me dedicaba: “En todo tiempo ama el amigo, y es como un hermano en tiempo de angustia”, Proverbios 17:17.

A las señoras: Naya Despradel y Floralba Jiménez, quienes en los años que laboré para el periódico El Caribe y OGM Central de Datos, me aconsejaron y toleraron en diversas ocasiones. A la Licenciada Karen Ricardo, Diputada de Santo Domingo Este, por confiar y darme la oportunidad de avanzar en mis ambiciones profesionales, al Licenciado Yasser Jordan, Viceministro de Juventud, el cual confió en mí y de manera incalculable le agradezco la oportunidad que me otorgó de ser beneficiario de una beca por parte del Ministerio de la Juventud para terminar mis estudios de grado. A Saschia Seibel y Erielba Gil, quienes al momento de hacer investigaciones requeridas para ser usadas en este Trabajo de Grado, siempre estuvieron dispuestas y al mismo tiempo agradecidas por el honor de trabajar su proyecto Alerta Joven. Gracias mil a todos y todas por sus apoyos directos o indirectos.

Delfin Peralta Familia

Agradezco a Dios Todopoderoso, que me ha dado el regalo de la vida y la ha sobreabundado en amor y bendiciones cada día. Señor Jesús, en tus manos se encuentran mis pasos, que todo lo que me suceda, de ahora en adelante sea Tú voluntad.

A mi madre, mi ángel, que su esfuerzo no ha sido en vano, que Dios ha visto cada uno de los momentos difíciles que ha tenido que pasar. Esta carrera profesional no habría sucedido sin la base académica y la enseñanza espiritual que me ha inculcado desde pequeña. ¡Este título es tuyo también! ¡Te amo!

A mi padre, que aunque no esté físicamente desde hace muchos años, siento dentro de mí, el orgullo y el amor que hubiera sentido viéndome vestida con toga y birrete. Papi, tu mirada se hace visible cuando cierro los ojos. ¡Te extraño!

Luis Eduardo, siempre has sido mi ejemplo a seguir, y verte ahora, luchando por tu familia y por tus hijos, me hace sentir tan orgullosa de ser tu hermana menor. Sigue luchando por lo que quieres y sigue siempre detrás de tus sueños como lo has hecho hasta ahora, que esa siempre ha sido la cualidad más admirable de tu persona.

Le agradezco inmensamente a mi esposo, Edwin Sánchez, porque además de apoyarme en mi carrera me ha ayudado a ser mejor profesionalmente; gracias por tu crítica constructiva, por abrirme los ojos frente al detalle y por enseñarme que a lo más mínimo hay que ponerle pasión. Eres mi luz y mi bendición divina. ¡Te amo!

A mis familiares que de alguna u otra forma siempre se han preocupado de mi carrera y me han motivado a seguir este camino hasta donde estoy ahora. En especial a mi abuela, la persona más bella que he conocido en mi vida, le pido a Dios cada día por ti;

y a mi tío Alexis, que cada vez que me ve, me pregunta de los estudios. ¡Tío! ¡Tu corazón es precioso, nunca cambies!

A mis amigos verdaderos, que han estado conmigo en este proceso de aprendizaje, María del Mar, Magerit, Arturo, Melquis, Elizabeth, Afif, David, significan mucho más de lo que pueden imaginar.

Y a mis profesores queridos, que me han brindado parte del conocimiento que han adquirido en todos sus años de trabajo. Sus palabras, sus enseñanzas y sus consejos, los mantendré, no solo profesionalmente, sino también serán pilares guía para mi vida. Simona Cappelli, Rafael Jubileo, Anthony Caraballo, Oscar Carballo, Juan Capella, Thomas Kingsley y Genaro Phillips, más que profesores, han sido maestros.

Juana Elvira Fuentes Vega

Dedicatorias

Fue, es, y será siempre el ser que está en mis días y mis noches, mis agradecimientos y plegarias, independientemente de lo que le externe, a quien me refiero es a Dios, quien todo lo puede, a Él le dedico más que este Trabajo de Grado, mi vida y todo. A mi madre, Matilde Familia quien fue una de mis inspiraciones principales para concluir esta trayectoria de estudios de grado. A mi tía Miguelina Tiburcio que considere mi segunda madre, y aunque ya no esté entre nosotros, siempre te recordaremos. Al Licenciado Yasser Jordan, a quien conocí en momentos difíciles y con su honesta insistencia y exigencia fue un estímulo esencial en mi vida profesional.

Delfin Rafael Peralta Familia

Dedico este proyecto de monográfico a mi madre, María Vega. Esto simboliza el esfuerzo de todos estos años de estudio universitario, tus fuerzas y tu motivación constante triunfan de igual modo en esta etapa de mi vida. Has sabido luchar y dar lo mejor de ti en cada momento, siempre con Dios como tu guía. Gracias por hacer las tareas conmigo desde pequeña, por enseñarme rimas como ejercicios de memoria y por prepararme esos cafés con leche a estas alturas de mi vida.

Eres y serás siempre el ángel que Dios me regalo en esta tierra, mis triunfos son tuyos también. ¡Te amo!

Juana Elvira Fuentes Vega



Resumen

RESUMEN

Emprender es llevar a cabo una idea con fines de superación personal y económica. El reto de ser una persona emprendedora en República Dominicana conlleva romper con los estigmas de estudiar y aprender para trabajar con grandes instituciones o empresas, requiere de esfuerzo y dedicación para el inicio y mantenimiento de un nuevo negocio, y sobre todo el suficiente coraje para luchar por los sueños. Esta investigación tiene como objetivo recopilar los antecedentes históricos enfocados en el Proyecto Alerta Joven, ejecutado por la empresa Entrena, la cual a su vez fue seleccionada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID); dentro de este proyecto, se encuentra la ramificación de desarrollo laboral dirigida a jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte hasta Puerto Plata y la cual será tomada como referencia para este estudio. El tema tiene la finalidad de crear un programa de marketing social sobre desarrollo laboral y emprendurismo dirigido al público objetivo del Proyecto Alerta Joven.

Introducción

INTRODUCCIÓN

El desarrollo laboral y emprendurismo son dos casos de estudio en los que República Dominicana hace algunos años, se ha involucrado como parte de esta tendencia mundial. Algunas empresas e instituciones han adoptado este tópico para formar parte dentro de sus esquemas de trabajo. Empezar un negocio propio, una idea de servicio o innovar en un área determinada, requiere de conocimientos, esfuerzos, dedicación y habilidades para poder alcanzar el objetivo determinado.

Existe un Proyecto llamado Alerta Joven llevado a cabo por la empresa Entrena, la cual a su vez fue seleccionada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), que ejecuta programas para el progreso de zonas menos privilegiadas del país. Una de las ramificaciones del proyecto está dirigida al desarrollo laboral y personal de jóvenes residentes en el Corredor Duarte hasta Puerto Plata, con la inclusión de Boca Chica, San Pedro de Macorís y Haina. Dentro del área intervenida se ejecutan capacitaciones técnicas y se realizan alianzas con el sector privado e instituciones públicas de modo que se puedan crear oportunidades laborales.

Ante esta situación se formularan las siguientes preguntas: ¿Cómo se pueden reintegrar a la sociedad jóvenes que no tienen oportunidad? ¿Qué acciones o dinámicas se pueden realizar en el desarrollo del programa de marketing social dirigido a estos jóvenes? ¿Cuál efecto causaría la inserción de estos jóvenes al ambiente laboral formal? ¿Cuál efecto causaría el desarrollo emprendedor de estos jóvenes al ambiente laboral?

Es por esto, que se realizará una propuesta de un programa de desarrollo laboral y emprendurismo, dirigido a jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte hasta

Puerto Plata, donde se pretende conocer las debilidades que se le presentan y brindar un enfoque de la situación actual, a la vez presentar una posible vía de solución frente a esta problemática.

La investigación tiene como objetivo general, diseñar un programa de marketing social sobre desarrollo laboral y emprendurismo dirigido a jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte, incluyendo Haina, Boca Chica y San Pedro de Macorís.

Este será logrado mediante los objetivos específicos: Determinar cuáles son las causas de la falta de oportunidad que tienen los jóvenes en el ambiente laboral. Establecer el concepto general del Proyecto en el cual se presente la problemática de los altos índices de desempleo que se está viviendo en la zona a trabajar: el Corredor Duarte. Elaborar un listado de actividades dinámicas que se puedan realizar para: motivar al público meta a comenzar su propio negocio y motivar la capacitación técnica y académica. Identificar las ventajas de la inserción de estos jóvenes en el ambiente laboral formal. Identificar las ventajas de jóvenes emprendedores en el ambiente laboral.

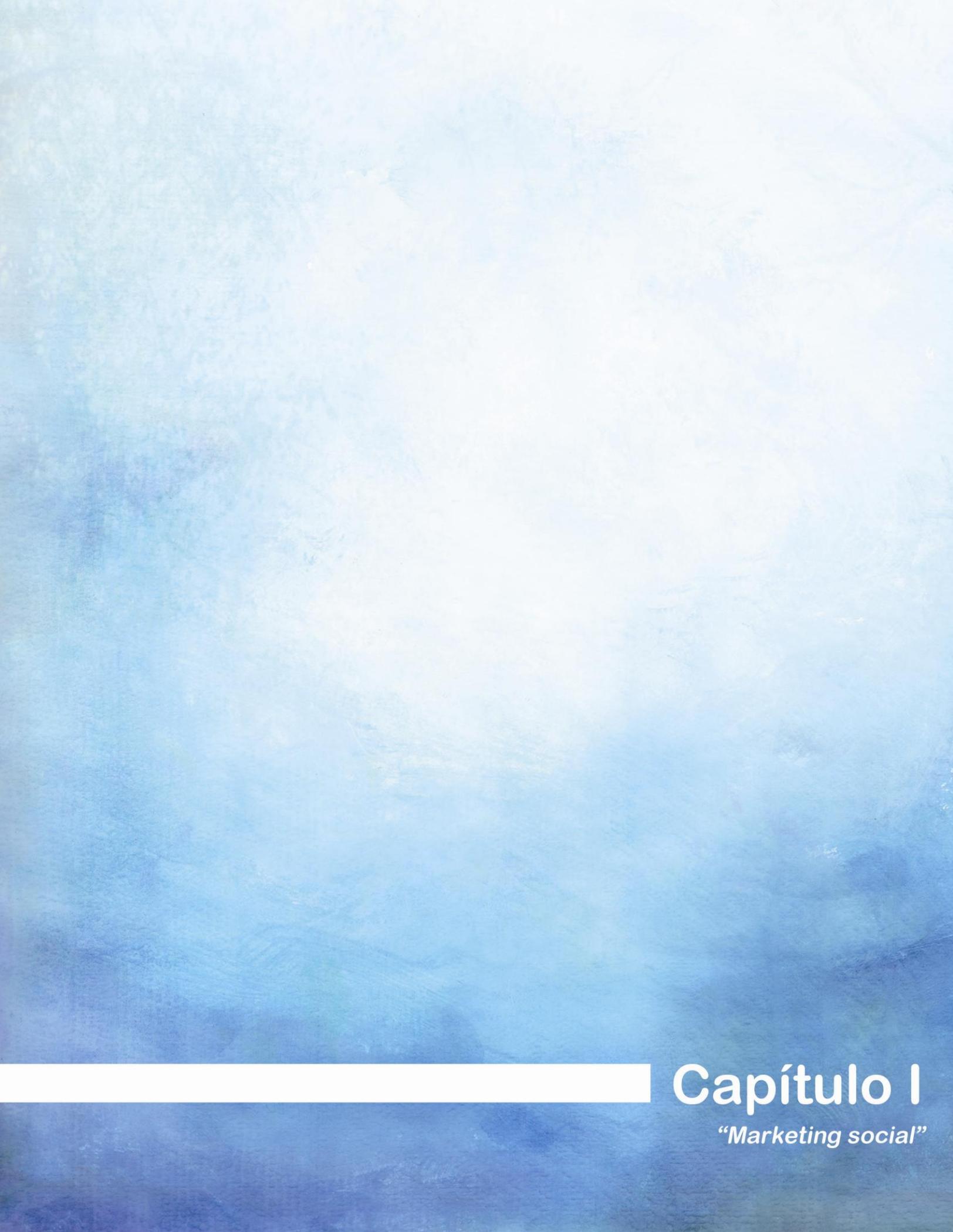
La monografía cuenta con 5 capítulos que abarcan el tema, a continuación una pequeña reseña de los mismos.

Capítulo I denominado "Marketing social", son programas donde se formulan e implementan actividades de marketing, caracterizadas por la contribución de una cantidad económica específica destinadas a causas no lucrativas y en pro de causas sociales del consumidor. Se presentaran los tipos marketing social existente, las ventajas para las empresas u organismos, como también las ventajas para el público objetivo.

El Capítulo II "Emprendurismo" daremos a conocer las aptitudes que debe tener una persona emprendedora, como es tener gran sentido de creatividad, autoconfianza y perseverancia, así como los beneficios que conlleva. Se presentará el anteproyecto de ley de emprendurismo e innovación laboral en República Dominicana para analizar su factibilidad.

El Capítulo III explora las instituciones que se investigaran para llevar a cabo este proyecto: USAID, Entrena y Alerta Joven y en el Capítulo IV encontraremos la "Metodología de investigación", con los análisis de las entrevistas realizadas a las principales autoridades del Proyecto y los resultados arrojados mediante las encuestas a los jóvenes que forman parte del público objetivo.

Por ultimo en el capítulo V llamado "Propuesta de programa de Marketing social" se desarrollará la idea de dicho programa, donde se presentará la necesidad, la justificación y los objetivos del mismo. Se determinarán los posibles donadores y patrocinadores como la estrategia de marketing a utilizar.



Capítulo I

“Marketing social”

CAPITULO 1

Capítulo I. Marketing social

1.1 Concepto

Según Antonio Leal Jiménez (2000), especifica en el concepto del marketing social, haciendo énfasis en la década de los 90s, como una drástica nueva orientación, que se estuvo desarrollando para tratar de dar soluciones a diferentes tipos de problemas de algunas personas. En términos estrictos, el marketing social, como cualquier campo emergente, se inicia con el desarrollo de un marco teórico formado por conceptos compartidos con otras áreas de conocimiento sometidos a debate y aceptados por consenso.

En el campo del marketing social como disciplina académica aplicada a la empresa, se han elaborado numerosas definiciones. Así, Antonio Leal Jiménez en su libro de Gestión de Marketing Social cita a varios autores:

- Andreasen (1996), quien lo define como: “El marketing social es la aplicación de las tecnologías del marketing comercial para el análisis, planificación, ejecución y evaluación de programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de los destinatarios específicos, para mejorar su bienestar personal así como el de la sociedad”. Esta definición contiene unas características que separan este enfoque de otras técnicas con las que, a menudo, se compara, como son el marketing comercial y el marketing sin ánimo de lucro con técnicas relacionadas con la salud pública. El objetivo único del marketing social es beneficiar al individuo o a la sociedad y no a la entidad que lo aplica. Esto lo distingue del marketing comercial, pero lo equipara al marketing sin ánimo de lucro. Sin embargo se distingue de este último en que está directamente

enfocado a mejorar el bienestar social.

En 1994, Andreasen publicó un artículo en el Journal of Public Policy and Marketing, titulado: “Marketing social: definición y dominio”, en el que proporcionó la siguiente definición de marketing social: “El marketing social es la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales. Debe incitar un comportamiento voluntario en el consumidor, sin perder de vista que lo primero que es necesario buscar, es el beneficio del individuo, de sus familiares, el de la sociedad y no el de la organización que implementa los programas sociales. En esta definición de Andreasen, se pueden observar varios elementos que contribuyen a comprender un poco más el marketing social:

1. El marketing social es una adaptación del marketing comercial. Es evidente que los principios del marketing, se deben comprender para implementarlos en todas las áreas que lo necesiten. Por ejemplo, cuando se implementan las estadísticas como área del conocimiento en diferentes circunstancias y momentos sin que sus principios básicos se alteren; entonces, la adecuación de la estadística a casos específicos hace más fácil su comprensión.
2. El marketing social es una aplicación a programas. La publicidad social es sinónimo de campañas, sin embargo los programas de esta naturaleza son mucho más que una campaña, de ahí el término “programas”, de modo que implique el empleo de las herramientas del marketing comercial para el bienestar social.

3. El marketing social se enfoca en el comportamiento del consumidor. La finalidad del marketing es el logro de un cambio de las ideas, creencias actitudes y comportamientos previamente identificados.
 4. El marketing social busca el bienestar del mercado meta y de la sociedad en general, no la del mercadólogo. En este apartado, Andreasen hace énfasis en que todo programa de marketing social debe tener como finalidad un bienestar mayor para la sociedad, aunque el principal beneficiario sea el mercado meta seleccionado, es decir, el individuo y su familia.
- Otras definiciones son parecidas a las aplicadas en el sector comercial del marketing como la que describe Kotler y Amstrong, (1994). Sin embargo lo distinguen de éste, principalmente, en dos aspectos: su objetivo y orientación. En el sector comercial el objetivo es beneficiar a las organizaciones patrocinadoras. El marketing social utiliza la orientación del cliente como el marketing comercial, pero difiere de éste en la naturaleza o propósito de los productos promocionados: promocionar productos beneficiosos socialmente.
 - En otros casos, el marketing social (Basil y Baume, 1998) está enfocado a promocionar ciertos comportamientos de los individuos que benefician directamente a otros. Se sugiere que los actos sociales promovidos se refieren unas veces a campañas sobre salud pública, (física y mental), como por ejemplo, el uso del preservativo para la prevención del SIDA en jóvenes, uso de cinturones de seguridad, evitar el alcoholismo, etc. En otras ocasiones se fomentan las actividades pro-sociales como pueden ser el aumento de la participación ciudadana en las elecciones o la promoción de organizaciones no lucrativas.

1.2 Tipos de marketing social

Durante los últimos cincuenta años el marketing ha dado como resultado una diversidad de estrategias metodológicas que, desde un enfoque relacional, pueden resumirse en tres grandes áreas:

- **Marketing Social Interno:** se refiere al desarrollo y al fomento del cambio cultural en los propios miembros, responsables del proceso de comunicación, es decir políticos, agentes sociales, profesionales varios, educadores, intelectuales, representantes de agrupaciones empresariales, sociales, sindicales, etc. Y sobre todo, los gestores de los medios de comunicación de masas.

Dado el carácter poco tangible y la naturaleza del mensaje que se quiere fomentar, es imprescindible que todos aquellos organismos, instituciones y entidades implicados, interioricen los valores y comportamientos que se pretenden transmitir.

- **Marketing Social Externo:** El marketing social externo, la publicidad social, las acciones propagandísticas o las campañas socioculturales, son algunas de las técnicas de comunicación social, utilizadas para fomentar un cambio de valores. De todas ellas, el marketing social externo tiene como objetivo la estrategia idónea para dar a conocer los valores y actitudes que deben de primar en la sociedad, creando flujos de opinión en torno a esta forma de pensar, sentir y actuar.

En esta tarea informativa y persuasiva, además de otras, juegan un papel fundamental todas aquellas acciones relacionadas con los diferentes medios de comunicación de masas, dado al enorme potencial para llegar a grandes colectivos, haciendo converger el espacio y el tiempo.

- Marketing Social Interactivo: En todo proceso de intervención social, el receptor no se concibe, en ningún caso, como un agente pasivo. Por el contrario, se supone a los diferentes individuos receptores una capacidad crítica y analítica para poder establecer relaciones de causa-efecto, a través de un proceso lógico-racional, entre la presencia de determinados valores, creencias y actitudes, y una serie de consecuencias positivas para el desarrollo social.

En síntesis, se puede decir que para fomentar el cambio de valores es necesario abordar la intervención, desde al menos estas tres estrategias de marketing complementarias, en función del objetivo concreto que se pretenda conseguir en diferentes momentos dándose a conocer mediante la persuasión o demostración.

Asimismo, los medios de comunicación de masas deben tenerse en cuenta en todo momento debido a su enorme potencial como agentes de socialización de conformación de la personalidad, mentalidad, motivaciones y estilos de vida de la sociedad en general.

Es necesario la planificación y el desarrollo de esquemas de marketing social para la interacción que tiene una organización no lucrativa con diversas entidades gubernamentales, agrupaciones y organizaciones del sector social, empresas del sector privado y la población civil. Esta planeación debe basarse en el tipo de interacción; no es la misma clase de interacción la que sostiene una ONGs u OSC (Organización Social Civil) con sus empleados que la que mantiene con su población objetivo, como tampoco debe ser la misma con los donadores y con las organizaciones de los sectores que actúan en todo programa social.

Por otro lado, Romero, L.A., (2004) explica que esta complejidad de intercambio le lleva a identificar cuatro tipos bien diferenciados y a la vez integrados de marketing que debe enfrentar toda organización social que trabaje con los principios de marketing:

- **Marketing Externo:** Se refiere al proceso de comunicar, informar, dar a conocer, persuadir o educar a la población objetivo o mercado meta. Puede informar sus servicios, la misión y los valores. Estos mensajes deben ser congruentes con la esencia misma de los servicios que se ofrecen y definir los mecanismos de acceso para las personas que requieran de los servicios ofertados por la ONG u OSC, de una manera clara, rápida, y suficiente para cumplir las expectativas generadas por el mismo marketing externo. La esencia es dar a conocer a la organización y la diversidad de sus servicios orientados al bienestar de la comunidad, así como el recibir información suficiente y oportuna de la población objetivo o del mercado meta.
- **Marketing Interno:** Se presenta en los procesos administrativos de las organizaciones en interacción con su personal. En cada proceso existen múltiples momentos de intercambio con el personal que labora dentro de la ONG y OSC. Es todo el esfuerzo que tiene que realizar una organización para que se comprendan los principios de marketing y para que se implementen como filosofía de la organización. La razón principal de toda ONG y OSC es precisamente favorecer el bienestar de la población, mediante la definición de los perfiles de la población objetiva o mercado meta, de los donadores, del sector privado, del sector gubernamental y de las organizaciones del tercer sector. Estas actividades generalmente se hacen tangibles en los programas exhaustivos de capacitación en administración de marketing, en la orientación a

la población objetivo o mercado meta, en la capacitación en procuración de fondos, en la planeación estratégica de marketing, en el servicio al cliente, entre otros.

- **Marketing Interactivo:** Es la aplicación de los principios del marketing al personal de la ONG y OSC que tiene contacto directo con la población objetivo o mercado meta. A parte de la capacitación que se proporciona mediante el programa de marketing interno es muy importante brindar una capacitación totalmente diferente a toda aquella persona que tendrá contacto directo con el mercado meta y con los donadores. Por ejemplo, para un banco, el marketing interactivo será todo aquel esfuerzo que se realice para capacitar a las personas que se desempeñan como cajeros o personal que tiene contacto directo con los clientes. En este tipo de marketing es muy importante documentar y verificar el proceso de la presentación de los servicios, para que de manera permanente se participe en el desarrollo de la mejora continua de los procesos que generan valor agregado para los clientes. En otras palabras, es importante diseñar un mapa perceptual de la forma en que la población adoptante objetivo demanda el producto o servicio social y diseñar otro de la manera en que la ONG y OSC ofrece el producto o servicio social, con la finalidad de encontrar áreas de mejora continua.
- **Marketing de Relación:** Es todo aquel esfuerzo que realizan las OSC y ONGs para mantener activa la participación de los donadores, del sector privado y del sector gubernamental con legislación, supervisión y aportación oportuna. Es por ello que se tiene la necesidad de diseñar programas de marketing exclusivos para los donadores, así como para las empresas del sector privado que están apoyando a la organización y para estrechar los lazos de cooperación con el

sector gubernamental. Estos programas deben estar encaminados a crear lazos o alianzas perdurables en el mediano y el largo plazo. El marketing de relación también se presenta en la población objetivo o mercado meta.

El marketing social no persigue una venta, sino la transformación de una idea, creencia, actitud o comportamiento; situación en la que el agente de cambio social (ONG u OSC) tiene que crear los programas de acercamiento a mediano y largo plazo con la población objetivo o mercado meta. Una idea o comportamiento social no se cambia de la noche a la mañana, por lo que se debe desarrollar esquemas de relaciones sólidas para que el cambio social se realice de manera sustentable.

1.3 Ventajas para las empresas u organismos y para el público objetivo

“Toda organización al momento de aplicar la filosofía del marketing debe tomar en cuenta el beneficio que se aportará a la población objetivo, así como el beneficio para su organización en cuanto a rentabilidad, alcance de sus objetivos sociales y cumplimiento del compromiso de mejorar el bienestar social con la participación solidaria de la ciudadanía y las organizaciones que conforman a la sociedad”. (Luis Alfonso Pérez Romero, 2004)

En caso de que una organización social opere bajo el principio de la autogestión, es decir, como una organización que tiene la capacidad de generar los ingresos necesarios para hacer frente a los gastos de operación y administración de la misma; debe comprender que esta situación le brindará libertad de crear programas de procuración de fondos, los cuales apoyaran de manera directa a sus diferentes programas sociales, y deben de enfocarse en las estrategias que generarán ingresos, como sorteos y donativos en especie que contribuirán a la expansión de la organización.

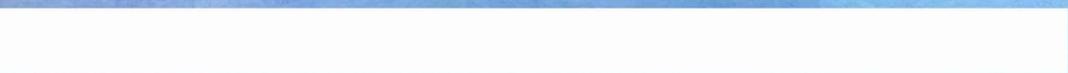
La finalidad primordial del marketing social es el incremento del bienestar de la comunidad y para ello se requiere del estudio de las necesidades sociales, las ideas, las creencias, las actitudes y los valores de la población para poder diseñar y planear las estrategias, así como ejecutar la mezcla de las 7Ps y los principios del marketing social a fin de que este contribuya al bienestar de las partes involucradas. En función de las empresas privadas, los objetivos más aludidos son: incrementar el volumen de venta, mayor participación en el mercado, posicionar un producto nuevo, reposicionar la imagen de la empresa entre otros.

Una empresa del sector privado debe de tener varios puntos cuando desee trabajar con los principios del marketing social:

- Lograr una sinergia entre el programa de causa social y uno o más objetivos y estrategias de la compañía.
- Definir de manera clara el nivel de compromiso.
- Tener los recursos necesarios
- Hacer un compromiso con las causas sociales
- Definir una relación de beneficio mutuo
- Mantener una buena comunicación
- Medir los resultados
- Trabajar y hablar, es decir, capacitar al personal.
- Innovar con esquemas modernos.

Los objetivos deben estar relacionados con la responsabilidad social de la compañía, con el mejoramiento de la imagen de la empresa, con el incremento del compromiso y la moral de los empleados, con ventas asociadas a ciertas marcas y con relaciones de beneficio mutuo entre las organizaciones no lucrativas y las compañías.

El público objetivo del marketing social se ve afectado por diversas situaciones y necesidades que las empresas u organizaciones deben detectar y de esta forma crear programas que aporten a la mejoría de la comunidad. Estos deben de contribuir al bienestar, crecimiento y desarrollo social, siendo un derecho y un deber de toda persona física y moral, el cual no debe ser, ni es responsabilidad exclusiva del sector gubernamental, antes bien, es corresponsabilidad de todos los que cohabitan en una misma localidad.



Capítulo II

“Emprendurismo”

CAPITULO II

Capítulo II. Emprendurismo

2.1 Concepto

Emprendurismo: proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. (Todo marketing. 2014).

Emprender es iniciar un negocio partiendo de una idea que necesita ser transformada mediante un proceso creativo hasta convertirla en un negocio real preferiblemente formal y que sea capaz de generar empleos. Normalmente, emprender conlleva riesgo, esfuerzo y trabajo.

Existen varios tipos de emprendedores: el emprendedor empresarial o de iniciativas económicas, el emprendedor por necesidad y el emprendedor social.

- El emprendedor empresarial o de iniciativas económicas desarrolla su negocio en un mercado de bienes y servicios. Estos emprendedores poseen la visión, la creatividad y la determinación asociada a los negocios, es decir, buscan un beneficio económico como resultado de su accionar.
- El emprendedor por necesidad surge como resultado de una situación de no tener empleo o la insatisfacción de su ingreso económico, esto en el caso de que posea empleo.
- El emprendedor social busca mejorar las condiciones de vida de personas de escasos recursos o con alguna necesidad. No busca un beneficio económico ya que su motivación es el cambio social.

2.2 Aptitudes de una persona emprendedora

Las aptitudes de un emprendedor son muchas, pero las principales son poseer gran sentido de creatividad, autoconfianza, perseverancia y compromiso. Pero también, debe tener conocimiento de que emprender conlleva riesgo, por lo que hay que ser positivo y tener la madurez para lidiar con el fracaso.

Según *Emprende Pyme* (2014) pueden detallarse doce conductas básicas en las personas emprendedoras:

1. **Pasión:** Los emprendedores se entregan a su actividad con cuerpo y alma para lograr las metas y objetivos trazados. La pasión es un componente esencial que orienta otras conductas, y hace sobrevivir al sacrificio que requiere la empresa.
2. **Visión:** Para alcanzar el éxito, cada emprendedor necesita un plan y la visualización de los objetivos finales. El trabajo comienza definiendo los pasos estratégicos que lo llevará a alcanzar los resultados. Además a partir del establecimiento de las metas, se gana una perspectiva más clara de cuáles son las prioridades inmediatas y necesidades en el presente.
3. **Capacidad de aprendizaje:** Los emprendedores exitosos reconocen que están aprendiendo siempre y que pueden aprender de todos cada día. No estar dispuesto a escuchar y a aprender, es negarse muchas oportunidades.
4. **Buscar lograr resultados:** Los emprendedores son personas prácticas que creen que pueden controlar su propio destino y que toman decisiones llevadas a la acción para lograr objetivos en un plazo determinado.
5. **Determinación y coraje:** Los emprendedores tienen que aceptar los problemas y tomar oportunas y firmes decisiones para solucionarlos con eficacia. El

emprendedor debe anticiparse a las dificultades, y estar en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo.

6. **Creatividad e innovación:** La creatividad es el proceso por medio del cual las ideas son generadas, desarrolladas y transformadas en valor agregado. No es necesario inventar lo que ya está inventado, pero si es necesario identificar nuevas posibilidades de hacer las cosas y garantizar diferenciación.
7. **Persistencia:** Toda iniciativa debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente. Hay que dar un paso a la vez y buscar perfeccionarlo de manera creativa y organizada si es que no ha dado los resultados esperados a la primera.
8. **Sentido de oportunidad:** El emprendedor identifica necesidades, problemas y tendencias de las personas que viven a su alrededor y trata de concebir alternativas de satisfacción o solución según sea el caso.
9. **Trabajo en equipo:** El liderazgo del emprendedor busca unificar ideas y lograr consensos ante los problemas que se le presenta haciendo que el grupo humano involucrado en el emprendimiento funcione en armonía.
10. **Autoestima:** El emprendedor es optimista y seguro. De tener confianza en sí mismo y en las propias habilidades y capacidades surge el poder mágico de ser positivo y atraer el éxito.
11. **Asertividad:** No dar rodeos e ir directo al grano para manifestar lo que se piensa, siente y quiere sin lastimar a los demás es una característica básica para poder alcanzar los objetivos trazados.

12. **Organización:** Establecer un cronograma de actividades que se programa con la capacidad de recibir ajustes permanentes.

2.3 Anteproyecto de Ley de emprendimiento e Innovación empresarial en República Dominicana

Existe un Anteproyecto de Ley sobre Emprendurismo e Innovación Empresarial del diputado David Collado ante el Congreso Nacional del PRD por la Circunscripción No.1, Distrito Nacional, este con el fin de desarrollar la cultura emprendedora nacional. Sin embargo, el 19 de mayo de 2014 fue lanzada la Estrategia Nacional de Emprendimiento del Poder Ejecutivo. Cuya misión es, y cito la Estrategia Nacional de Emprendimiento de la República Dominicana: "Crear, apoyar e impulsar una cultura de emprendimiento e innovación, asumiéndola como una forma de vida en los dominicanos y dominicanas, que asegura la formación, el liderazgo, la competitividad y la sostenibilidad de las nuevas empresas creadas a partir de la misma". (Cámara de Diputado de la República Dominicana, 2012).

A continuación el análisis del Anteproyecto de Emprendurismo e Innovación Laboral: La mañana del 23 de noviembre de 2011 el Diputado del PRD por el Distrito Nacional y Presidente de la Comisión de Turismo, Miguel David Collado, depositó ante la Cámara de Diputados, presidida por el Licenciado Abel Martínez, el Anteproyecto de Ley de Emprendurismo e Innovación Empresarial. Este anteproyecto en los considerandos primero, segundo y tercero, aclara que: en los últimos 30 años, en las naciones desarrolladas, los negocios nuevos con menos de 5 años han sido responsables de la mayor creación neta de nuevos empleos; que la República Dominicana tiene una tasa total de desempleo de aproximadamente 15%, siendo uno de los países con mayor tasas de desempleo de América Latina, por lo que resulta fundamental adoptar políticas

que promuevan concomitantemente la creación de empresas y disminución del desempleo existente en el país; bajo una Estrategia Nacional de Desarrollo el Estado Dominicano debe comprometerse con la generación de empleo, a través de la creación de empresas nuevas que generen procesos productivos de valor, faciliten la inserción en el mercado laboral y permitan desarrollar las capacidades emprendedoras. Por tales motivos el anteproyecto mencionado en el artículo 2 del primer capítulo 0especifica que la ley persigue como principales objetivos:

- Fomentar el clima y cultura de promoción del emprendurismo y la innovación empresarial en República Dominicana.
- Crear un marco normativo y organizacional para la creación y aplicación de una política nacional de promoción del emprendurismo y la innovación empresarial.
- Promover y difundir la cultura emprendedora, que incentive la creación y permanencia de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas en el mercado dominicano.
- Promover el desarrollo de programas para la creación de capacidades generales y técnicas para proyectos emprendedores.
- Crear condiciones que faciliten el diseño y ejecución de iniciativas de simplificación de trámites para la creación de nuevas empresas y el inicio de sus operaciones.
- Facilitar el acceso a financiamiento, capitales y créditos a través de redes de inversión, incentivos fiscales y políticas de facilitación para proyectos emprendedores.
- Promover la competitividad y la innovación tecnológica.

- Promover el seguimiento de proyectos emprendedores a través del establecimiento de incentivos fiscales favorables para las nuevas empresas y para los inversionistas de las mismas.

En el capítulo 2, referente al marco conceptual, la sección 1 habla sobre la creación del Instituto Nacional del Emprendurismo y la Innovación Empresarial, el cual en el artículo 4 propone que sea creado el Instituto Nacional de Promoción del Emprendurismo y la Innovación Empresarial (PROEMPREDADOR), adscrito al Ministerio de Industria y Comercio, como un órgano descentralizado del Estado, con personalidad jurídica y autonomía administrativa, financiera y técnica, regida por un Consejo de participación pública y privada.

El artículo 5 propone que el Instituto tenga un Director y que este sea designado por el Poder Ejecutivo por un periodo de cuatro años. En el artículo 8 de la sección 2, se crea el Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial (CONEMPRENDE), como órgano rector de la política de emprendurismo de la República Dominicana, el cual estará integrado de la siguiente manera: el ministro de Industria & Comercio (MIC) o su representante, quien lo presidirá y coordinará; el ministro de Educación Superior, Ciencia y Tecnología (MESCyT) o su representante, miembro; el director ejecutivo del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD); el director general de Impuestos Internos (DGII), miembro; el director del Instituto Nacional de Promoción del Emprendurismo y la Innovación Empresarial (PROEMPREDADOR), quien tendrá voz, pero no voto; el director del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), miembro; el director general de PROMIPYME, miembro; el director general de PROINDUSTRIA, miembro; dos representantes de las Asociaciones empresariales multisectoriales, elegidos por estas;

un representante de Asociaciones o entidades de promoción del emprendurismo, elegido por estos; y por último, un rector de una universidad del país o su representante.

Otros puntos señalados en el documento de anteproyecto reducen la burocracia gubernamental e incita al seguimiento de las personas que acojan este proyecto para emprender en su vida, así como facilidades para acceder a créditos.

Desde el Ministerio de la Juventud, también está en el proceso de elaboración de una guía básica sobre emprendimiento, denominada “Guía Juventud Emprende”, la cual tiene como objetivo principal motivar a jóvenes dominicanos y dominicanas a convertir una idea en un negocio propio, mediante un lenguaje juvenil, ilustraciones, ejemplos de proyectos emprendedores reales, información sobre cuales instituciones se debe acudir para recibir apoyo y un Emprende Diccionario, que definirá las palabras claves del emprendimiento. La guía está pautada para ser presentada en el Foro Nacional de Políticas Públicas de Juventud, Octubre 2014.

2.4 *Beneficio de los emprendedores*

Todo emprendedor tiene múltiples beneficios, desde lo personal o particular hasta lo general o colectivo, dependerá del tipo de emprendimiento. Definitivamente un emprendimiento siempre provocara cambios y recursos al creador de la empresa y sus empleados generan riquezas, lo que causa un impacto positivo en la economía. Para una persona dar inicio a un nuevo negocio y emprender una idea laboral, debe de tomar en cuenta muchos factores que incidirán frente a esta decisión, como dejar un empleo fijo, tener una idea que dé resultados, tener o conseguir las herramientas necesarias para llevar a cabo el proyecto, encontrar la disposición y el tiempo para desarrollarlo, entre otras; pero llevar a cabo este paso también conlleva muchas ventajas para estos valientes, en Info Autónomos (2013), podemos encontrar algunas:

- **Estabilidad en el empleo.** En el contexto laboral en el que se encuentre inmerso, “trabajar en una empresa toda la vida”, al menos como empleado, empieza a difuminarse en favor de una mayor movilidad laboral, pero también de una mayor incertidumbre. La generación de autoempleo no está exenta de esta incertidumbre ante el futuro, pero la continuidad o no de la actividad depende de factores económicos y de negocio, y no de otro tipo de decisiones.
- **Autonomía.** Como emprendedores, somos nosotros los que marcamos el ritmo e imponemos las normas que regirán nuestra actividad. Si bien es cierto que exige una gran dedicación, horas y esfuerzo, ser “nuestro propio jefe”, pero esto nos permite decidir de forma autónoma cuál es el mejor momento para realizar determinada tarea o cuál es el nivel de exigencia a aplicar. Este tipo de decisiones han de moverse siempre dentro de los principios de responsabilidad, perseverancia y búsqueda de la excelencia y de la calidad, si deseamos el éxito del negocio. Pero también permite poner en marcha las propias ideas y metodologías de trabajo, adaptar la actividad a nuestras necesidades y decidir en qué grado queremos conciliar nuestra vida laboral y familiar.
- **Satisfacción personal.** Porque, para muchos, nada produce más satisfacción que un trabajo bien hecho, sobre todo si se desarrolla, desde su gestación hasta su ejecución, bajo la propia percepción de cómo debe realizarse. Este tipo de satisfacción está relacionada con la puesta en valor como individuos a través del planteamiento y superación de diversos retos, de aplicar de forma productiva e imaginativa las habilidades y de obtener resultados fruto del esfuerzo, de la dedicación y la pasión.
- **Luchar por algo propio.** Emprender significa poner un proyecto en marcha, especialmente cuando entraña dificultad. Emprender es una lucha diaria por

superar retos y obstáculos, pero esta batalla se hace mucho más llevadera cuando tiene por objeto la consecución de los objetivos que se han marcado. No sólo está en juego las aspiraciones, sino también el tiempo y el dinero de inversión en el proyecto, los sacrificios realizados para ponerlo en marcha y la posibilidad de legar ese fruto de esfuerzo a futuras generaciones.

- **Mayores ingresos.** Quizá éste sea uno de los puntos más controvertidos, pero, si el proyecto está bien planteado y finalmente tiene éxito, se puede aspirar a tener mayores ingresos que trabajando por cuenta ajena. Si bien es cierto que, en ocasiones, en las etapas iniciales de una empresa los gastos son mayores que los ingresos, por lo que es recomendable contar con un remanente y un plan económico en el que se haya calculado durante cuánto tiempo se puede “permitir” perder dinero antes de empezar a obtener beneficios, una vez llegado a este punto, las posibilidades de incrementar la percepción económica también aumenta y, además, ésta irá en relación con el éxito económico de nuestro proyecto empresarial.
- **Prestigio social.** Poner en marcha y consolidar una empresa que, con su actividad, sea capaz de cubrir necesidades y demandas reales y contribuya a la mejora del entorno, puede constituirse como una gran fuente de reconocimiento social que, si bien no ha de ser el fin último, puede abrir muchas puertas para seguir creciendo y evolucionando tanto profesional como personalmente.



Capítulo III

“USAID, Entrena y Alerta Joven”.

CAPITULO III

Capítulo III. USAID

3.1 Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

USAID es la agencia del gobierno de EE.UU. que trabaja para acabar con la pobreza extrema a nivel mundial y permitir a las sociedades resilientes, democráticas a darse cuenta de su potencial. Fundamentalmente cree que acabar con la pobreza extrema requiere de habilitación, el crecimiento inclusivo y sostenible; promover sociedades libres, pacíficas y autosuficientes, con gobiernos legítimos eficaces; la construcción de capital humano y la creación de redes de seguridad social que lleguen a los más pobres y los más vulnerables.

El trabajo de la USAID en la educación que ya está llegando a millones de personas en pobreza extrema. Del mismo modo, nuestros esfuerzos intersectoriales para promover la democracia, los derechos y el buen gobierno, el empoderamiento de las mujeres y las niñas, el avance de la prosperidad, la construcción de sociedades resistentes, y la mitigación del cambio climático son esenciales para acabar con la pobreza.

Sociedades resilientes, democráticas no se limitan a mantener la estabilidad: son esenciales para mantener el progreso del desarrollo. Dichas sociedades cuentan con un crecimiento económico de amplia base; bien nutridos y educados poblaciones saludables; y la sostenibilidad ambiental. No abarca sólo las elecciones, sino también las instituciones legítimas, incluyentes y responsables que entregan con eficacia los servicios para todos los de su pueblo, el respeto y promoción de los derechos humanos, y se esfuerzan por promover la libertad, la dignidad humana y el desarrollo. Tienen la capacidad de manejar los conflictos, mitigar el impacto de los desastres naturales, y

prevenir crisis que de otra manera hace retroceder los logros del desarrollo. Estas sociedades están equipadas para asegurar que las vías de salida de la pobreza se mantengan.

La asistencia de ayuda exterior a los países extranjeros ha tenido siempre el doble propósito de favorecer los intereses de Estados Unidos, mientras que mejora la vida en el mundo en desarrollo. USAID lleva a cabo la política exterior de EE.UU., fomentando el progreso humano a gran escala, al mismo tiempo que amplía las sociedades estables, libres, crea mercados y socios comerciales, además fomenta la buena voluntad en el extranjero. USAID trabaja en más de 100 países donde lleva a cabo:

- Promover la prosperidad económica ampliamente compartida
- Fortalecer la democracia y el buen gobierno
- Proteger los derechos humanos
- Mejorar la salud global
- Avanzar en la seguridad alimentaria y la agricultura
- Mejorar la sostenibilidad del medio ambiente
- Educación superior
- Ayudar a las sociedades a prevenir y recuperarse de los conflictos
- Proporcionar asistencia humanitaria a raíz de los desastres naturales y de origen humano.

Dentro de las iniciativas presidenciales que tiene USAID se encuentran:

- “Feed the future”: Casi mil millones de personas en todo el mundo se acuestan con hambre cada noche. Para satisfacer las necesidades de una población mundial que se espera alcance los 9 mil millones en el año 2050, la producción agrícola tendrá que aumentar en al menos un 60 por ciento. Asegurar que las

personas tengan suficientes alimentos requiere la alineación de la ayuda a corto plazo con una estrategia de desarrollo a largo plazo para ayudar a los países de alimentar a sus propios pueblos. La seguridad alimentaria significa tener, en todo momento, acceso físico y económico a suficientes alimentos para satisfacer las necesidades dietéticas para una vida productiva y saludable. Una familia es segura alimentaria cuando sus miembros no viven en el hambre o el miedo al hambre. La inseguridad alimentaria es a menudo sus raíces en la pobreza y tiene efectos a largo plazo sobre la capacidad de las familias, las comunidades y los países a desarrollar. Desnutrición prolongada impide el crecimiento, frena el desarrollo cognitivo y aumenta la susceptibilidad a la enfermedad. USAID está avanzando la seguridad alimentaria mundial, ayudando a mejorar la más básica de las condiciones humanas: la necesidad de que las familias y los individuos tienen una fuente confiable de alimentos de calidad y los recursos suficientes para comprarlo. Esto, a su vez, apoya la estabilidad y la prosperidad mundial, “Feed the Future” es la iniciativa del Gobierno de los EE.UU. que establece las bases para un progreso duradero contra el hambre en el mundo. Con un enfoque en los pequeños agricultores, en particular las mujeres, apoyar a los países socios en el desarrollo de sus sectores agrícolas para estimular el crecimiento económico que aumenta los ingresos y reduce el hambre, la pobreza y la desnutrición.

- “The Global Health Initiative”: lleva a cabo actividades de salud mundial, se basa en el liderazgo bipartidista y amplía el impacto de los programas mediante su integración para obtener resultados sostenibles en todo el mundo. Cambiar el enfoque a los programas que maximicen la continuidad asistencial. Esta iniciativa busca salvar vidas mediante la lucha contra la enfermedad global y permitir a más personas hacer un mundo mejor para sus hijos. También se

enfoca en maximizar los resultados, asegurando que las agencias que trabajan en iniciativas globales de salud trabajen juntos para aprovechar al máximo el dinero para mejorar la salud de las familias más pobres de todo el mundo.

- “The Global Climate Change Initiative” se dedica a trabajar con socios globales para fomentar el crecimiento bajo en carbono, reducir las emisiones derivadas de la deforestación y promover sociedades sostenibles y resistentes. El trabajo de esta iniciativa se enfoca básicamente en fortalecer las relaciones bilaterales, apoyar a las negociaciones internacionales y ayudar a prepararse para el cambio; este programa ayuda a los países de clima en desarrollo a crear la capacidad crítica que necesitan para aumentar la resistencia a los cambios en el clima, para proteger las vidas y los medios de vida.

Durante los últimos 50 años, la USAID ha respondido a las necesidades de la República Dominicana. La Agencia actualmente ayuda a mejorar la gobernabilidad y reducir la corrupción en todo el país y apoya la implementación del gobierno de Tratado de Libre Comercio. También ayuda a las pequeñas empresas, a las comunidades rurales a aprovechar las oportunidades de libre comercio, a la generación de empleo, al mismo tiempo que protege los recursos naturales y la biodiversidad.

Además, la USAID está trabajando para reformar el sector salud del país, incluyendo la ampliación del acceso a la atención médica de calidad, la mejora del tratamiento del VIH / SIDA, los servicios de prevención, detección y tratamiento de la tuberculosis, y la implementación de un componente de salud en el marco del sistema de seguridad social. Trabaja para mejorar la calidad de la educación pública primaria a través de la formación del profesorado, y proporcionar a los jóvenes en situación de riesgo con la preparación para la vida, la formación profesional y las oportunidades de empleo.

3.2 Entrena

En la página web oficial de la empresa Entrena Consulting, creada en 2013, podemos visualizar todos los detalles correspondientes a este programa y descritos a continuación: Entrena es especializada en capacitación, educación, y emprendurismo social, han sido pioneros en el desarrollo sostenible, alianzas públicas-privadas, modelos alternativos para la educación pública, y desarrollo de recursos humanos por más de 25 años. La diversidad de sus clientes, ya sean jugadores del béisbol o promotores de desarrollo o de empresas privadas hasta ONGs, Entrena es reconocida como una institución líder en la República Dominicana. Tiene 30 años en el mercado y brinda la oportunidad de aprender, en un ambiente relajado, con una metodológica moderna dinámica, y rodeada de profesionales biculturales.

Entrena está involucrada en muchos proyectos, desde educación, hasta Alerta joven, el proyecto más grande auspiciado por USAID en el Caribe. Algunos de los que se pueden mencionar son:

- **Viajes de estudio.** Diseñar programas que desafía a los estudiantes, el desarrollo de la vida y las competencias académicas, que mejoran las carreras en un mercado global. Se integran temas tales como: Aplicación activa de español como un segundo idioma, donde los estudiantes realizan investigaciones, entrevistas, cuestionarios de diseño, escribir documentos e informes, hacer presentaciones - todo en español; Exposición en profundidad a las cuestiones de desarrollo, la pobreza y la globalización; temas especializados de experiencia en educación, juventud, familia, inmigración, género, medio ambiente, salud, deportes profesionales y negocios; y cómo funcionar eficazmente en entornos multiculturales: comunicación directa e indirecta, la construcción de relaciones, los valores y comportamientos.

- **Idioma y formación multicultural.** Provee entrenamiento de español como segunda lengua y adaptación en habilidades para la vida y el trabajo en la República Dominicana. La enseñanza de idiomas es el resultado de tres décadas de experiencia con organizaciones como Cuerpo de Paz, otros grupos de voluntarios extranjeros, embajadas, empresas y universidades de Estados Unidos. Cientos de clientes individuales (empresarios, misioneros, sacerdotes, estudiantes, maestro) han utilizado los servicios. Los programas se adaptan a las necesidades y a la disponibilidad de tiempo, sobre la base de las competencias necesarias a desarrollar en español, que pueden incluir convivencias con familias dominicanas y excursiones especiales.
- **Desarrollo sostenible.** Especializado en la gestión de proyectos que abordan el desarrollo social sostenible, la reducción de la pobreza, y la participación comunitaria. Son expertos en la facilitación y coordinación de recursos y actividades entre los donantes (internacionales, del sector privado, gubernamental), y la aplicación de las instituciones, como las ONG y las Organizaciones de Base Comunitaria (OBC).
- **Modelo educativo para naciones en desarrollo.** Desempeña un papel de liderazgo en el diseño e implementación del modelo de EPC (Espacios para crecer). Los EPC se diseñaron originalmente para rescatar a los niños del trabajo infantil y reinsertarlos en el sistema de educación pública. El modelo no sólo logra este objetivo, sino también fue un ejemplo de restauración a bajo costo, alta calidad, y modelo de comunidad educativa que complementa y fortalece el sistema público y ofrece una solución para un día escolar más largo. Considerado como uno de los modelos más innovadores de la República Dominicana en las últimas dos décadas, los EPC han sido reconocidos en foros

nacionales e internacionales. Entrena también representa Quantum Learning (QL) en la República Dominicana. QL, es un líder mundial en la incorporación de metodologías de aprendizaje acelerado para los estudiantes y profesores. Se ha tomado el modelo de Quantum y se ha aplicado con éxito al sistema de educación pública de los países en desarrollo, incluyendo la República Dominicana. Los resultados han sido notables, el aprendizaje es divertido, los alumnos descubren la alegría de aprender y los maestros reaviven su pasión por la enseñanza. Muchos maestros de escuelas públicas dominicanas han participado en talleres de capacitación docente QL que han sido financiados a través de fondos privados, públicos e internacionales, actividades adicionales para los estudiantes y Super Camps han arrojado resultados similares. Por último, en este proyecto se debe mencionar “A Ganar” en el cual, Entrena fue seleccionada por Partners of the Americas para la aplicación de su programa de desarrollo de fuerza de trabajo juvenil en el 2010 en la República Dominicana. Mediante la práctica del fútbol y otros deportes, específicamente beisbol. Se ayuda a jóvenes entre 16 y 24 años en Latino América, a encontrar trabajo, desarrollar habilidades empresariales o terminar su educación formal. El proyecto ayuda a adaptar el programa de béisbol en la República Dominicana, entrenar las ONG ejecutoras seleccionadas, y en el proceso de vinculación con el sector privado. Movilizar una amplia gama de donantes y partes interesadas, incluidas las organizaciones deportivas, empresas, fundaciones, individuos y otros para defender y promover la oportunidad de los jóvenes, fortalecer los grupos de egresados mediante la creación de una red que admita espacios seguros para los jóvenes que promuevan la formación de la identidad cívica, el compromiso y el servicio de aprendizaje, desarrollar una red de organizaciones capaces y comprometidas con la utilización del deporte para el desarrollo juvenil.

- **Béisbol.** Entrena ofrece servicios de consultoría y resolución de problemas en muchas iniciativas como la contratación de personal y formación, estudios de impacto económico de la inversión MLB en la República Dominicana, relaciones gubernamentales, educación de los jugadores, la gestión de la academia, las presentaciones de los equipos, anuncios de servicio público (PSA), y alcance comunitario incluyendo la MLB, DDA, Baseball Tomorrow Fund, y los programas RBI.

3.3 Alerta Joven

En la página web oficial del Proyecto Alerta Joven, creada en 2013, podemos visualizar todos los detalles correspondientes a este programa y descritos a continuación: Alerta Joven es una iniciativa que promueve oportunidades para la juventud dominicana en situaciones de riesgo para que tengan las posibilidades de descubrir sus talentos, recobrar sus vidas y ser personas que aportan productiva y positivamente a nuestra sociedad.

Para llevar a cabo estos objetivos, desempeñan las siguientes funciones:

- Crea una red de protección y seguridad, multidisciplinaria en enfoque y que sea sostenible, cuya implementación contribuya a reducir los niveles de violencia y criminalidad.
- El término sostenible es debido a que sigue creciendo después que su financiamiento inicial de la USAID haya terminado después de 5 años.
- Multidisciplinario porque integra servicios de educación, salud, e inserción laboral y acompaña los pasos de los jóvenes vulnerables durante mucho tiempo.
- Acogedora y protectora donde un(a) joven, quizás un primer ofensor con la ley, alguien que desertó de la escuela por la razón que fuera, o nuestra madre

adolescente pueda tocar la puerta con confianza, redescubrir la esperanza, y conectarse con soluciones prácticas para salir de la situación en la que se encuentra y seguir positivamente con sus vidas.

El Proyecto define a los jóvenes en situaciones de riesgo como: El adolescente que desertó la escuela en el séptimo curso a los 12 años y ahora es un joven de 19 sin futuro y sin esperanza; La jovencita que fue llevada a prostituirse y sobrevive en las sombras de la informalidad del turismo; El muchacho que cometió una primera ofensa contra la ley y ahora está socialmente rechazado sin posibilidades de estudiar o trabajar; Niño(a)s VIH positivo y marginados en su entorno familiar y barrial; Niños/as adolescentes y jóvenes “apátridas” sin oportunidades de permanecer en el sector educativo y que buscan sus soluciones en la calle; Jóvenes sin documentación por lo que no pueden ser insertados en el sistema laboral; La madre de 16 años con dos hijos, ya sola, abandonada por su pareja; Adolescentes y jóvenes que han caído en la trampa de las pandillas y no pueden salir; y el joven discapacitado que nunca ha tenido la oportunidad de trabajar porque no hay oportunidades de inserción laboral para él o ella. Dentro de las razones encontradas en el crecimiento de la violencia y el crimen, ofrecen datos estadísticos que incluyen a estos jóvenes vulnerables y con falta de oportunidades, dentro de los cuales se encuentran:

- Los adolescentes y Jóvenes en edades entre 10-24 años representan más del 30% de la población y la mayor parte de ellos está viviendo en la pobreza, sin acceso a educación, salud y oportunidades de inserción laboral.
- El 12.7% de los jóvenes entre 10 y 24 años de edad no tienen documentos de identidad por lo cual no pueden participar activamente en la escuela, universidad y participación ciudadana.
- República Dominicana presenta el más alto índice de embarazo en adolescentes

en América Latina y El Caribe con un 18% de embarazos entre 12 y 18 años de edad.

- Un 36% de estudiantes no completa su educación básica.
- Los jóvenes entre 16 y 24 años de edad representan el 38% de la población total desempleada.

Para presupuestar, planificar, ejecutar y evaluar un programa, es importante conocer cómo se aplica realmente. Cuando los resultados se evalúan sin el conocimiento de la aplicación, rara vez proporcionan una dirección para la acción porque las decisiones carecen de información acerca de lo que producen los resultados observados. En cambio, el monitoreo continuo del desempeño y la documentación del proceso de un programa permite generar conclusiones sobre el grado en que el programa está funcionando en relación con la forma en que el programa fue diseñado originalmente. También revela las áreas en las que se puede mejorar, así como los puntos fuertes del programa que deben ser preservados. Por eso, monitoreo y evaluación (M&E) es una herramienta fundamental para el logro de un programa de impacto verdadero, en esta se llevan a cabo diferentes actividades como: Encuestas Comunitarias, Encuesta de Línea Base y Seguimiento a los Participantes, Reportes Programáticos e Investigaciones y Evaluación de Programas. A través de estas actividades, el equipo de monitoreo y evaluación trabaja hacia el constante fortalecimiento del Proyecto mediante: La construcción de consenso sobre los indicadores más útiles para medir la efectividad y tomar decisiones programáticas; La aplicación de los métodos y las herramientas de fácil uso que se pueden llevar a cabo entre el equipo y las contrapartes claves; La creación de capacidad entre el equipo y las contrapartes claves para gestionar, analizar y utilizar los datos; La habilitación de retroalimentación sistemática de los datos interpretados en el proceso de gestión y

planificación; y la difusión de información entre el equipo y las contrapartes claves.

Alerta Joven se enfoca en cinco ramas principales de trabajo:

1. **Educación.** Oportunidades de los jóvenes para ser ciudadanos productivos mejorados, que buscan aumentar las oportunidades de educación formal y alternativa. El Proyecto se enfoca en la reinserción y permanencia en el sistema escolar formal, completar la educación básica y 8º grado, y luego tener una oportunidad real y accesible para graduarse de la escuela secundaria o grado 12 completado. La educación está directamente relacionada con las posibilidades de empleo. Un joven de la República Dominicana en la economía de servicios de hoy en día debe tener un diploma de escuela secundaria, saber inglés funcional y administrar equipos para competir por un trabajo decente. Puede haber excepciones limitadas y es posible compensar a través de la formación profesional de calidad, pero este modelo de economía de servicios seguirá creciendo. En el Proyecto, se forman a los profesores con metodología activa, participación de los estudiantes y ajustar sus servicios para responder mejor a las necesidades únicas de nuestra población juvenil en situación de riesgo. Espacios Para Crecer (EpC) combina el currículo de educación pública con competencias para la vida e incorpora técnicas de aprendizaje acelerado de Quantum Learning (QL). El modelo de Espacios Para Crecer ofrece un valor añadido, ya que puede resolver el problema de no tener un día escolar completo en la República Dominicana. A causa de la creciente crisis de los jóvenes de riesgos en la República Dominicana, es la cantidad de tiempo libre fuera de la escuela. Los niños más comprometidos y jóvenes que están en la escuela la mayor posibilidad es que se continuará con la educación superior en el futuro.

2. **Salud:** Dar acceso a la juventud para la salud y la calidad de los servicios de prevención y atención del VIH. Los únicos desafíos que verdaderamente enfrentan la juventud de riesgo dominicano se puede superar con recursos que les permitan tomar decisiones de vida saludables y responsables. Sin las herramientas adecuadas para hacer frente a estos desafíos, la juventud dominicana seguirá sufriendo de estas desventajas significativas. El reto es asegurar que los programas deben de llegar a los más vulnerables jóvenes de riesgos que no sólo adquieran información, sino que asimilen conductas saludables y los cambios de estilo de vida. Esto se logrará a través de la tutoría institucional, mostrando las mejores prácticas de los programas exitosos, y promover el intercambio de experiencias entre las instituciones. Otro desafío es permitir a los jóvenes de riesgos, lograr cambios de su estilo de vida a través del acceso a los servicios de salud de calidad que también proporcionan la intimidad deseable. Facilitar el acceso, mejorar la calidad, y convertirse en 'El cuidado del paciente' es una prioridad en el fortalecimiento para la capacidad de los componentes de los servicios de salud.
3. **Desarrollo laboral.** Hay tres canales definidos para aumentar el empleo juvenil: empleos formales que requieren niveles de educación, puestos de trabajo del sector informal con los requisitos de educación y preparación más bajos, y por último, los jóvenes operado microempresas que por lo general son del sector informal, con enlaces ocasionales al sector formal. Dentro de las actividades del programa se encuentran: encuestas de la demanda del mercado laboral, los servicios actuales de inventarios, creación de incentivos para que las empresas contraten a estos jóvenes, facilitación de acceso a las oportunidades de empleo mediante la segregación de todos los jóvenes en la Bolsa de Trabajo del Gobierno Dominicano (MOL), Creando Cibao y los bancos regionales SDQ,

inserción de la mayoría de los participantes jóvenes en riesgo en el programa Juventud y Empleo para la formación continua y oportunidades de pasantías y la unidad de todos los que cumplen con los requisitos de certificación de INFOTEP con este programa para que puedan tener la oportunidad de recibir formación continua o formación de fase (formación que viene en más de 1 módulo) en el caso concreto de cierta capacidad profesional.

4. **Prevención de crimen y violencia.** Grupos multidisciplinarios de coordinación eficaz y aplicación de soluciones innovadoras para reducir la delincuencia y las actividades de pandillas. Dentro del grupo interinstitucional de Entrena de los interesados, son creados comités directivos a centrarse exclusivamente en el reto de la reducción de las actividades relacionadas con la delincuencia. No tratándose de grupos de expertos, sino una sección transversal de los interesados, incluidos los jóvenes. Esto incluye los organismos principales responsables de la aplicación de la ley, el procesamiento judicial, y los sistemas penitenciarios, conectados con los representantes de los jóvenes vinculados en actividades criminales o pandillas, el sector privado, ONGs y la sociedad civil para crear un grupo de reflexión permanente.
5. **Políticas Públicas:** Esta rama del Proyecto Alerta Joven aún está en etapa de construcción, debido a que tiene que ser elaborado conjuntamente con el Estado y la misma requiere modificaciones a la Ley de Juventud 49-00. (Ver anexo: Entrevista a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven)



Capítulo IV

“Metodología de la investigación”.

CAPITULO IV

Capítulo IV. Metodología

La metodología de la investigación de mercado es el conjunto de procesos metódicos, sistemáticos, objetivos o medibles que se utilizan para realizar una determinada investigación, que consiste en la resolución de un determinado problema y que a su vez, es producto de esta aplicación de la metodología.

La campaña de marketing social para el desarrollo laboral y emprendurismo se ejecutara mediante el método analítico – sintético, debido a que se va a descomponer el objeto estudiado en sus distintos elementos o partes para poder obtener nuevos conocimientos acerca del mismo. Se procederá a delimitar el problema en el tiempo y espacio, y en cuanto a los diferentes factores que lo componen. Luego de esta parte analítica, se aplicará el método sintético en donde se podrá ver el problema de forma integral, es decir observar causas, consecuencias, ventajas, entre otros.

Las técnicas de esta sección que serán presentadas a continuación y que se van a utilizar son las siguientes:

Datos primarios:

- Encuesta a los jóvenes pertenecientes al público meta del Proyecto Alerta Joven.
- Entrevista a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven.
- Entrevista a Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven.
- Entrevista a Esther Frías, Especialista en Educación del Proyecto Alerta Joven
- Entrevista a Erielba Gil, Especialista en Inserción laboral del Proyecto Alerta

Joven.

- Entrevista a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana.

La importancia de este capítulo es vital para comprender la situación de la necesidad social por la que están viviendo estos jóvenes en situación de riesgo.

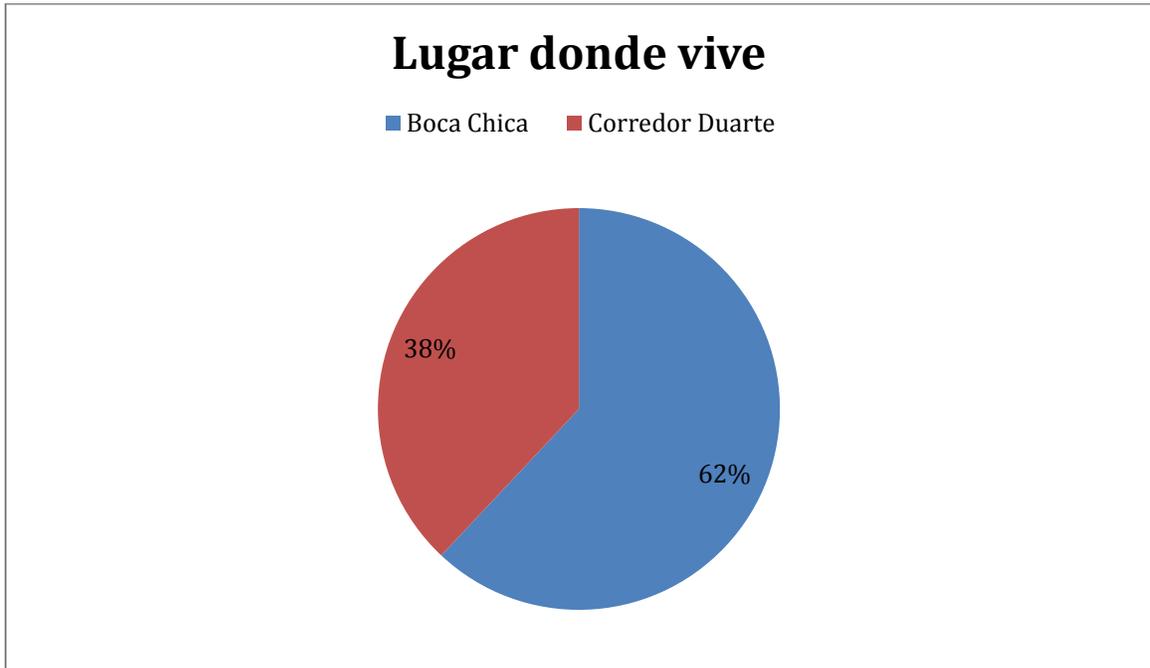
4.1 *Presentación y análisis de la encuesta*

Encuesta concerniente a emprendurismo y desarrollo laboral de jóvenes en situaciones de riesgo en el Corredor Duarte. La misma abordará sobre el concepto básico que tienen los jóvenes del mercado meta frente al concepto de emprendimiento, la percepción de ayuda frente al Estado y las razones por la cual no han desarrollado aun la idea de un nuevo negocio

Base: 330 encuestados

Tabla no.1 – Lugar donde vive

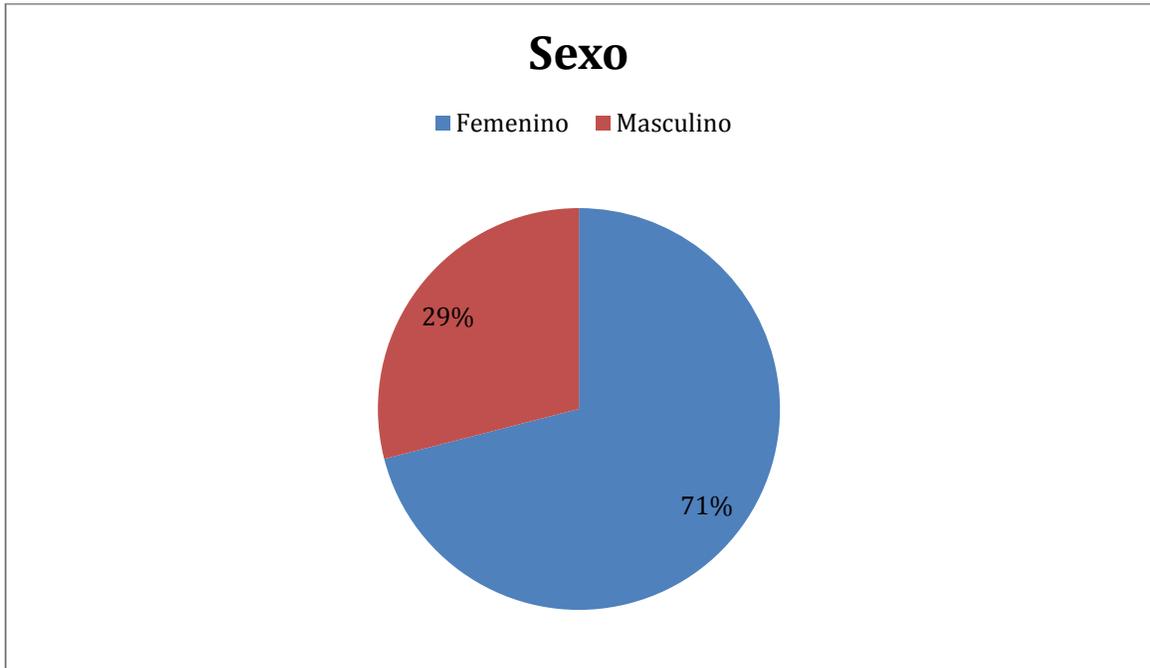
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Boca Chica	204	62%
Corredor Duarte	126	38%
	330	100%



Análisis: En la encuesta realizada en el centro de capacitación técnica Infotep de Boca Chica y en el Instituto Dominicano de Desarrollo Integral (IDDI) ubicado en el Ensanche Luperón, el 62% equivalente a 204 personas de los encuestados residen en el área de Boca Chica (La Caleta y sectores aledaños), mientras que el 38% formado por 126 personas corresponde a la zona del Corredor Duarte de Santo Domingo (La Zurza, La Cañita, 24 de Abril, Capotillo, Gualey y sectores aledaños).

Tabla no.2 – Sexo

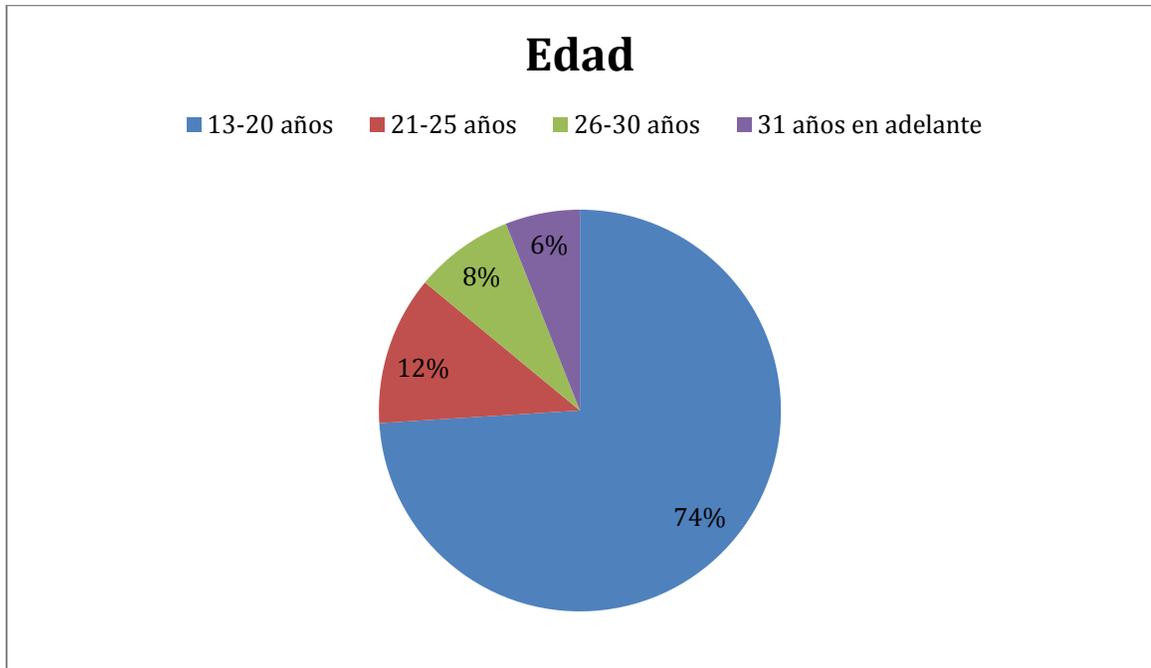
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	96	29%
Femenino	234	71%
	330	100%



Análisis: El 71% equivalente a 234 personas encuestadas son de sexo femenino, mientras que el 29% formado por 96 personas son de sexo masculino.

Tabla no.3 – Edad

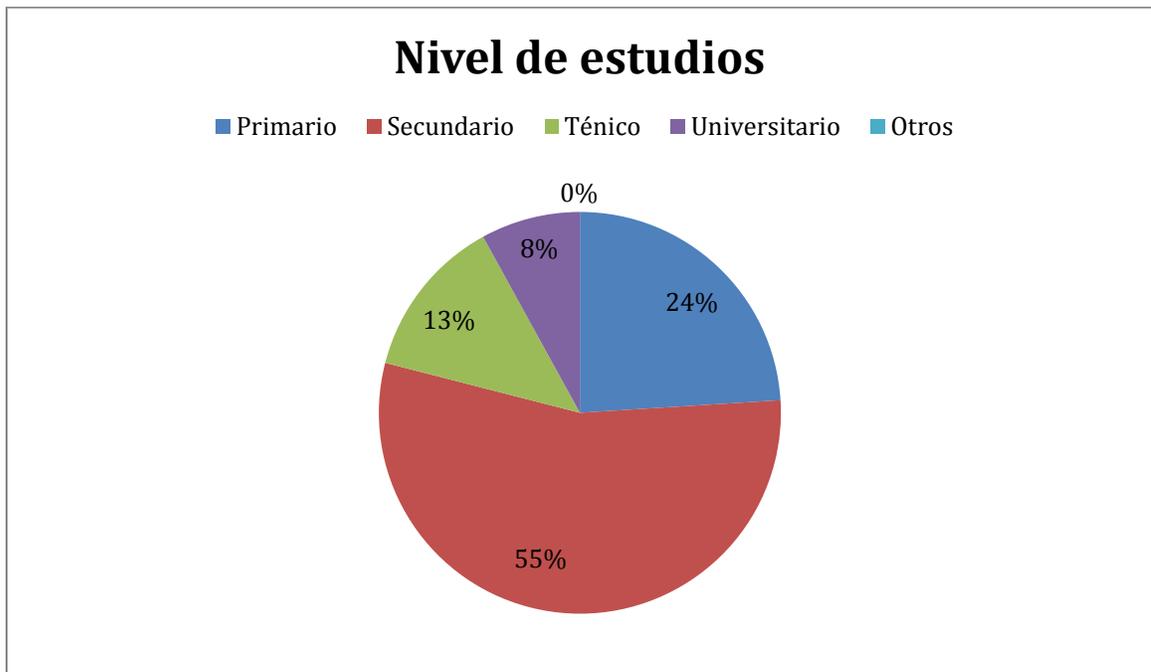
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
13-20 años	243	74%
21-25 años	39	12%
26-30 años	27	8%
31 años en adelante	21	6%
	330	100%



Análisis: El mayor número de personas encuestadas correspondientes a un 74% de la muestra se encuentran entre las edades de 13-20 años, seguidas por los jóvenes de 21-25 años con un 12%, luego se encuentran los jóvenes de 26-30 años con un 8% y por último, con un 6% se encuentran los jóvenes adultos de 31 años en adelante.

Tabla no.4 – Nivel de estudios

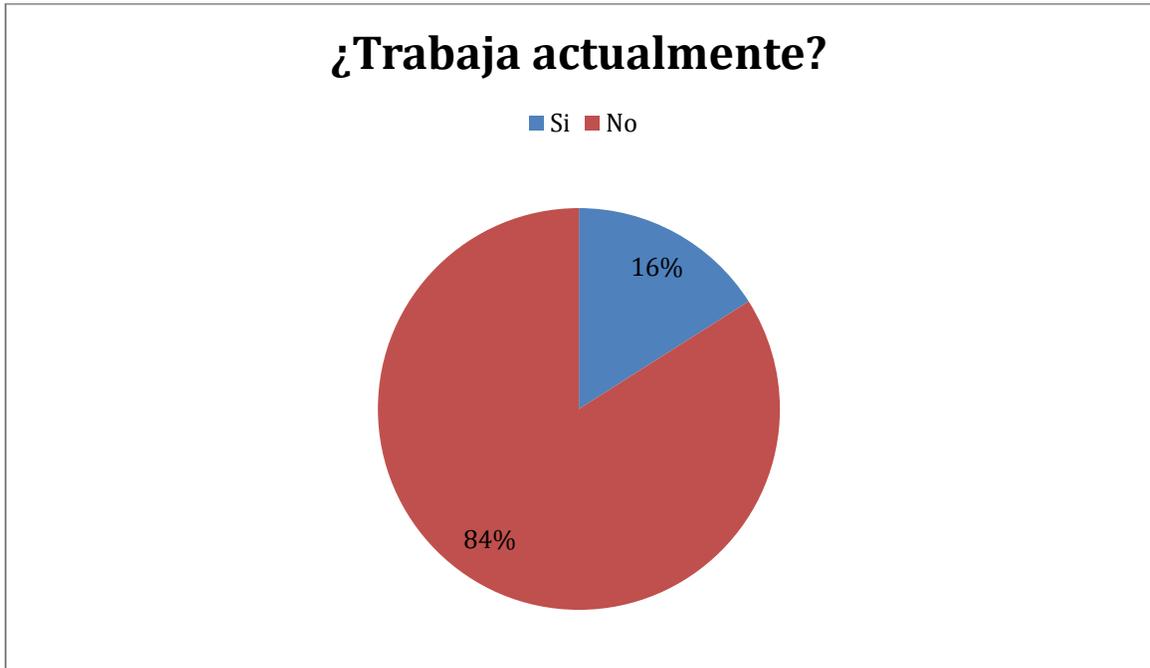
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Primario	78	24%
Secundario	183	55%
Técnico	42	13%
Universitario	27	8%
Otros	0	0%
	330	100%



Análisis: 183 personas de los encuestados, correspondiente a la mayoría del rango, su nivel de estudios es secundario, seguidos por aquellas personas encuestadas representando el 24% que poseen estudios primarios; un 13% de los que participaron poseen cursos técnicos y por último, un 8%, la minoría, son universitarios.

Tabla no.5 – ¿Trabaja actualmente?

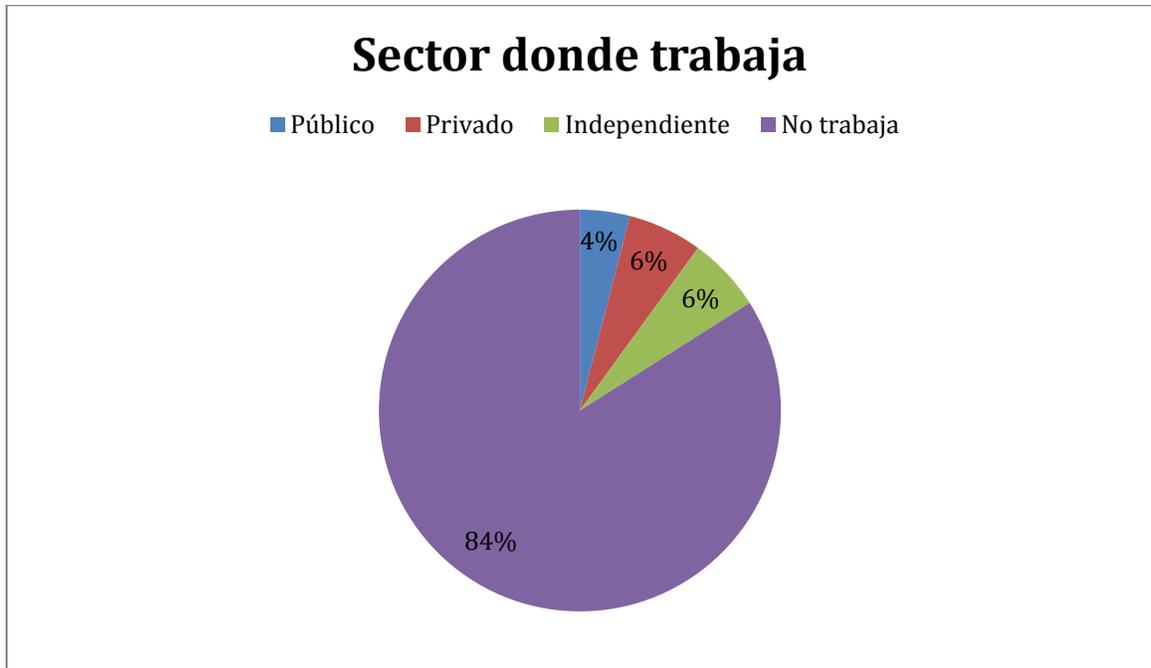
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	54	16%
No	276	84%
	330	100%



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas no trabajan, correspondiente a un 84% de la muestra; sin embargo, el 16% si trabaja.

Tabla no.6 – Sector donde trabaja

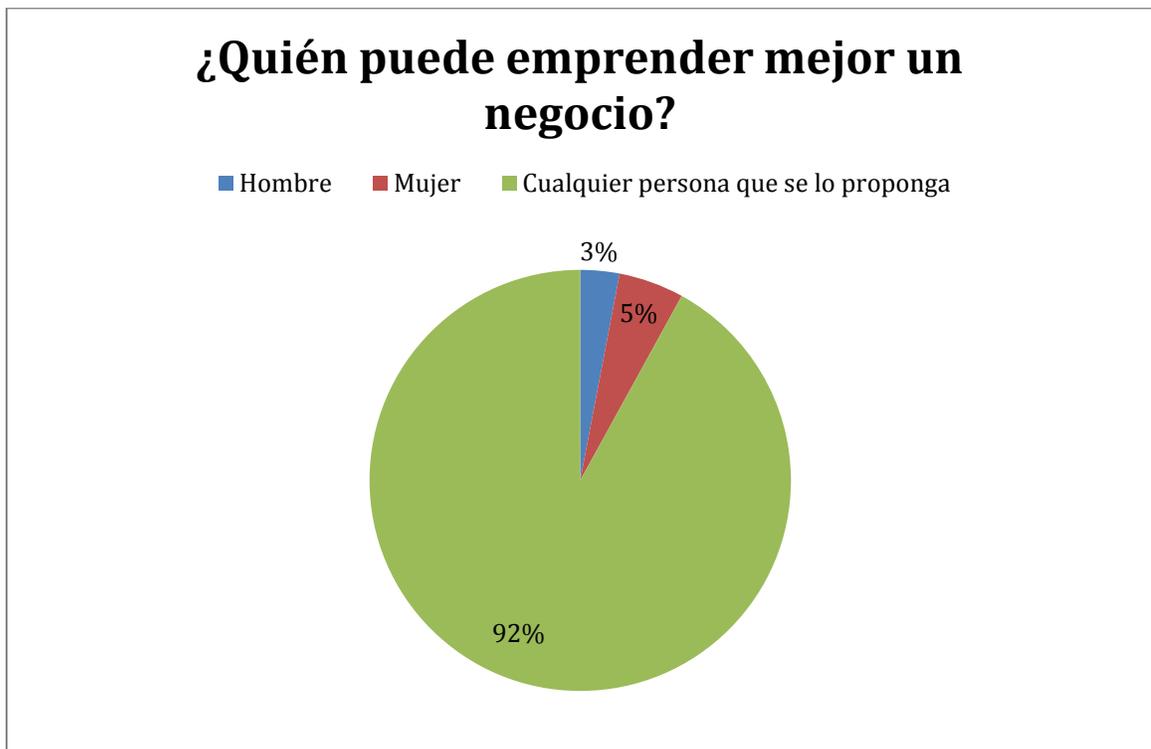
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Público	12	4%
Privado	21	6%
Independiente	21	6%
No trabaja	276	84%
	330	100%



Análisis: 276 personas de las encuestadas, correspondiente al 84% no trabaja, un 6% expresó que trabaja en el sector privado, al igual que el otro 6% que trabaja independiente; por otro lado, 12 personas, correspondiente a un 4% trabaja en el sector público.

Tabla no.7 – ¿Quién puede emprender mejor un negocio?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hombre	9	3%
Mujer	18	5%
Cualquier persona que se lo proponga	303	92%
	330	100%



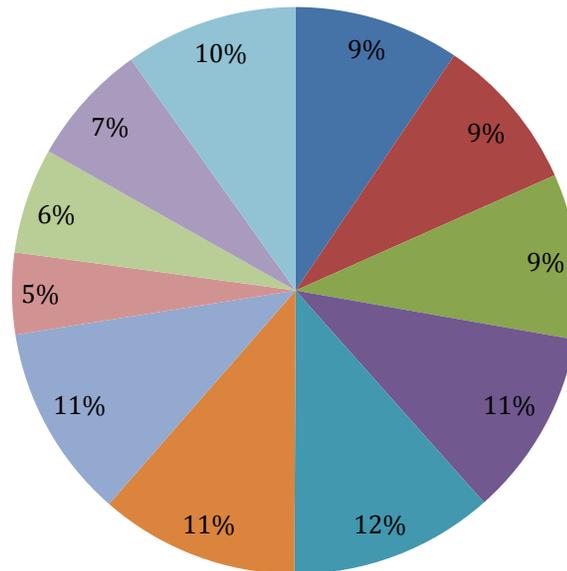
Análisis: La mayoría de las personas encuestadas correspondiente a un 92% considera que cualquier persona que se lo proponga puede emprender un negocio; un 5% considero que las mujeres pueden hacerlo mejor y un 4% expresó que los hombres pueden emprender mejor un negocio.

Tabla no.8 – Características importantes de un emprendedor

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Valentía	228	9%
Persistencia	213	9%
Pasión	228	9%
Visión	258	11%
Inteligencia	282	12%
Organización	273	11%
Creatividad	267	11%
Coraje	111	5%
Dinero	144	6%
Innovación	168	7%
Autoestima	237	10%
		100%

Características importantes de un emprendedor

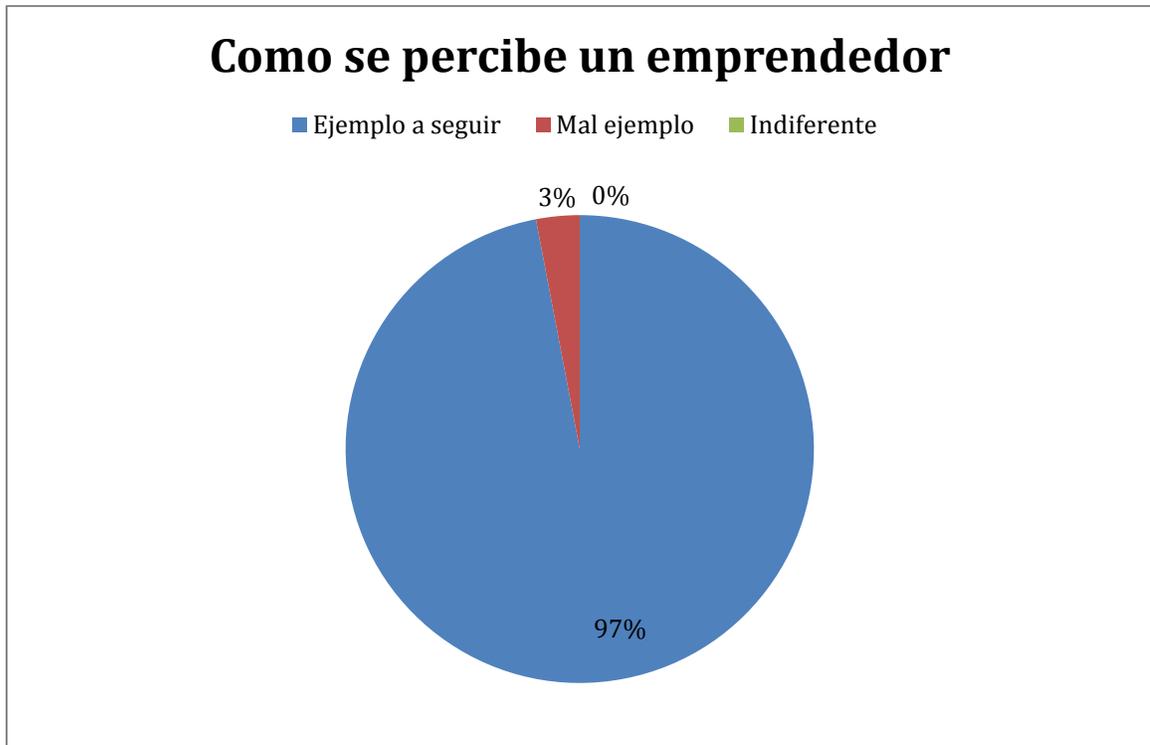
■ Valentía ■ Persistencia ■ Pasión ■ Visión
■ Inteligencia ■ Organización ■ Creatividad ■ Coraje
■ Dinero ■ Innovación ■ Autoestima



Análisis: Según la mayoría de los encuestados correspondiente a un 12% consideraron que la característica más importante para ser emprendedor es la inteligencia, seguida por la visión, la organización y la creatividad con un 11% cada una, luego se determinó con un 10% la autoestima, seguida por la valentía, la persistencia y la pasión, con un 9%. Con 5%, 6% y 7% respectivamente se encuentran el coraje, el dinero y la innovación.

Tabla no.9 – Como se percibe un emprendedor

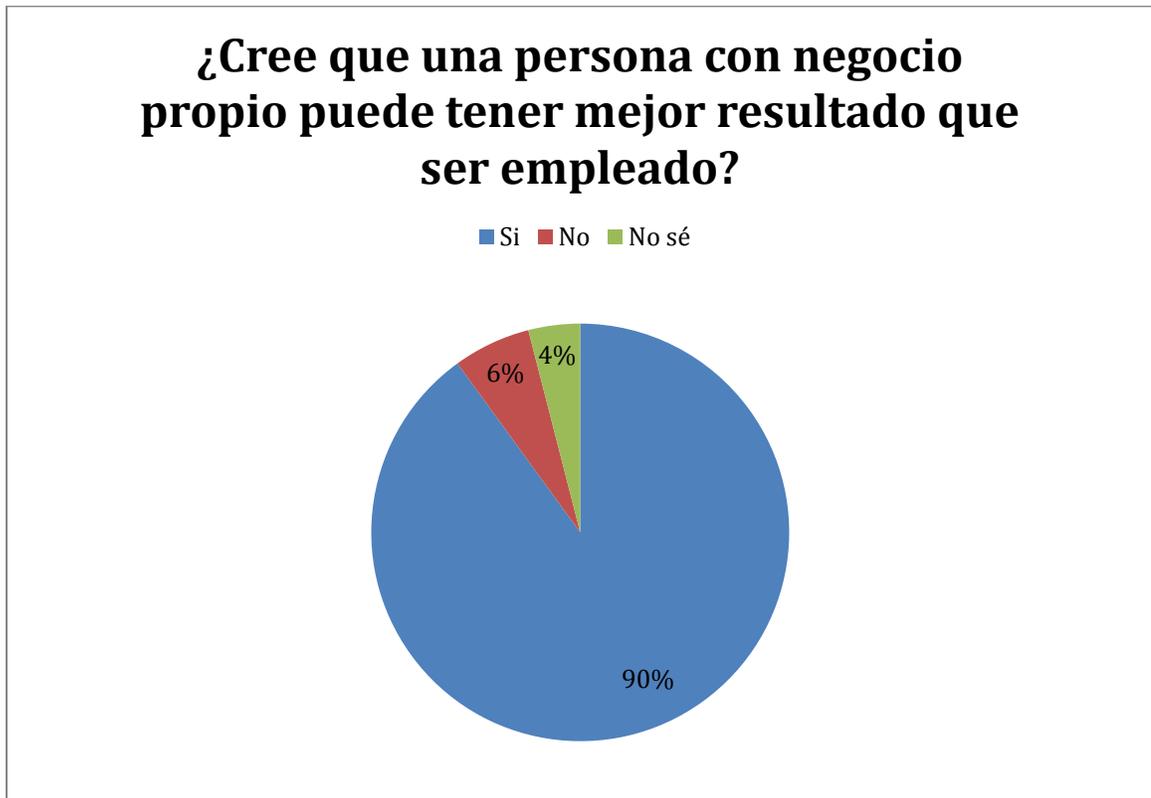
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ejemplo a seguir	321	97%
Mal ejemplo	9	3%
Indiferente	0	0%
	330	100%



Análisis: El 97% de los jóvenes, correspondiente a 321 encuestados expresaron que un emprendedor es un buen ejemplo para la sociedad, frente a la minoría del 3% restante, equivalente a 9 personas que colocaron en la encuesta que era un mal ejemplo.

Tabla no.10 – ¿Cree que una persona con negocio propio puede tener mejor resultado que ser empleado?

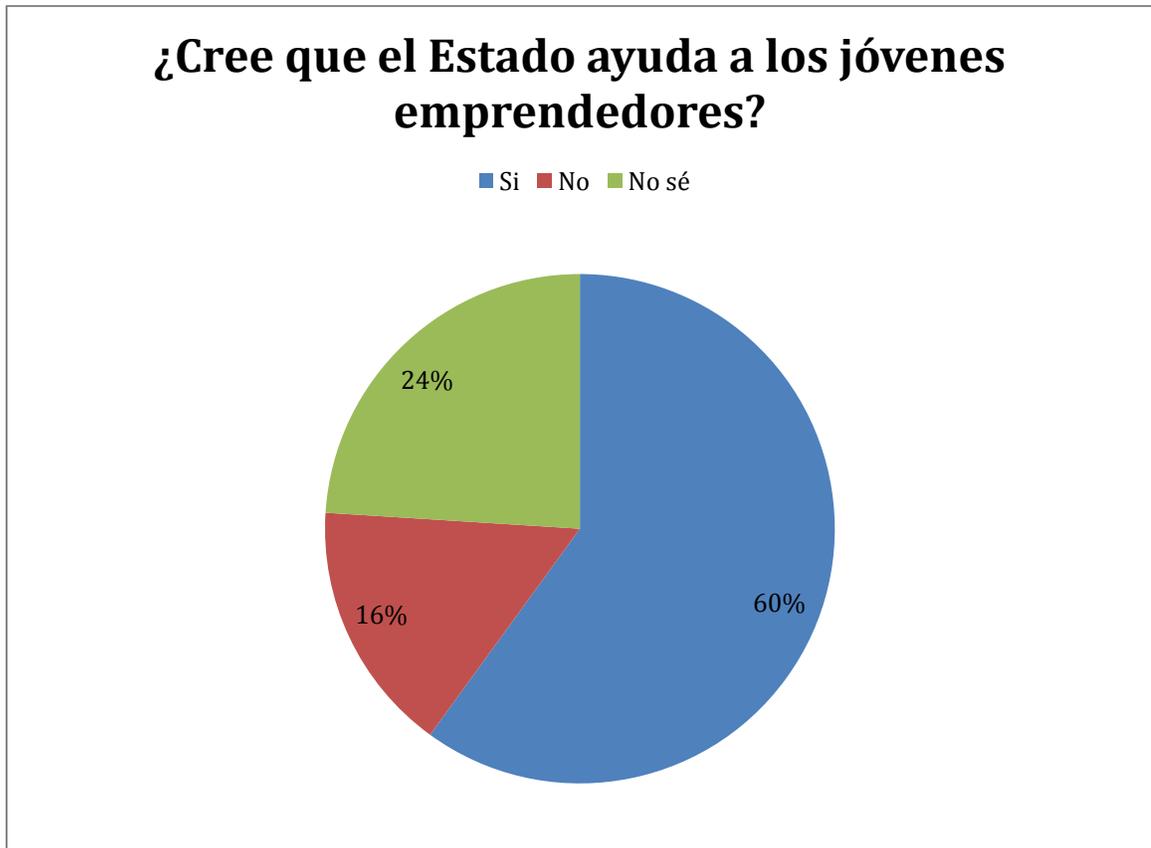
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	297	90%
No	21	6%
No sé	12	4%
	330	100%



Análisis: 90% de las personas consideraron que una persona emprendedora, con negocio propio, puede tener mejores resultados económicamente que siendo empleado, sin embargo un 6% expresó que no cree ser posible y un 4% no estuvo certero para responder positiva o negativamente.

Tabla no.11 – ¿Cree que el Estado ayuda a los jóvenes emprendedores?

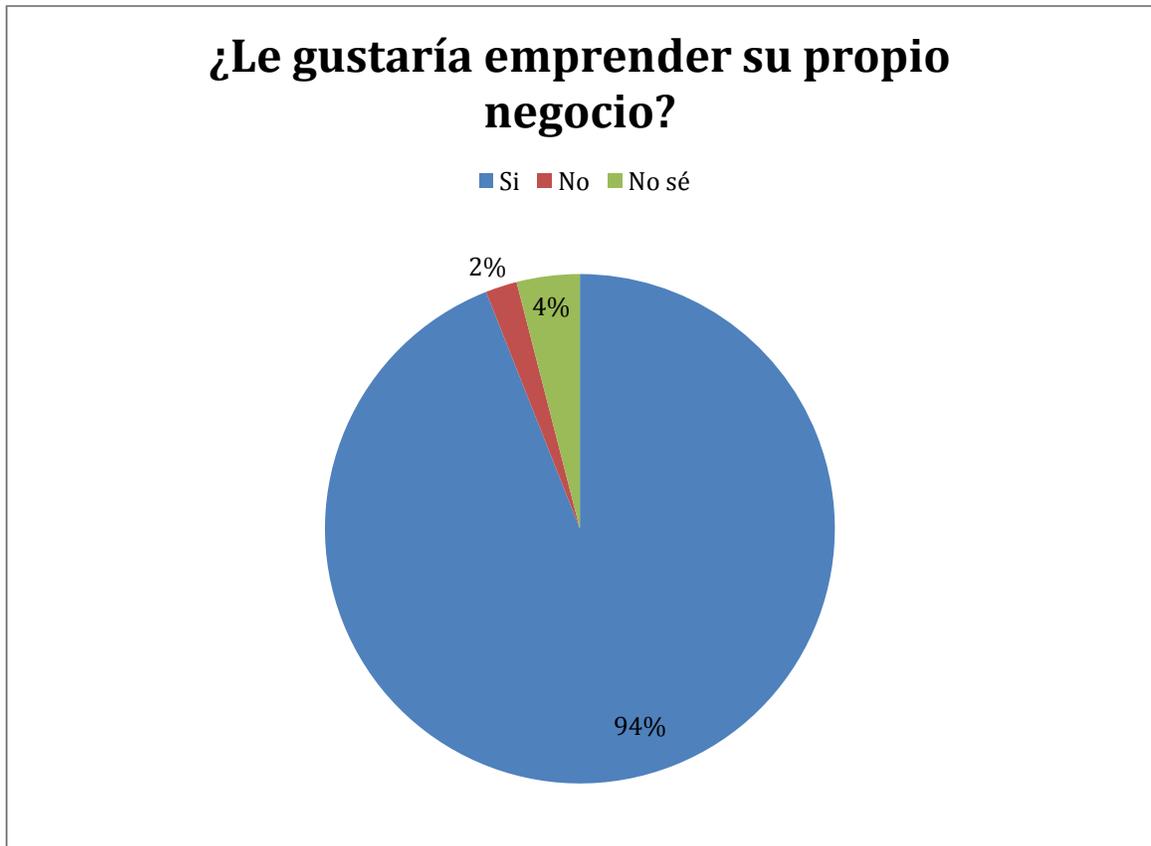
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	198	60%
No	54	16%
No sé	78	24%
	330	100%



Análisis: Según 198 personas de la muestra, representando a un 60% expresó que el Estado Dominicano si brinda apoyo a los jóvenes emprendedores, seguido por 78 jóvenes, equivalente al 24%, consideraron que no reciben apoyo del Estado y un 16% (54 personas) no tenían conocimiento de esto.

Tabla no.12 – ¿Le gustaría emprender su propio negocio?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	312	94%
No	6	2%
No sé	12	4%
	330	100%



Análisis: En la encuesta se determinó que un 94% de los jóvenes tienen la visión a futuro de emprender su propio negocio, un 4% expresó que no sabía si quisiera, mientras que el 2% restante no le interesaba.

Tabla no.13 – ¿Por qué no ha iniciado su propio negocio?

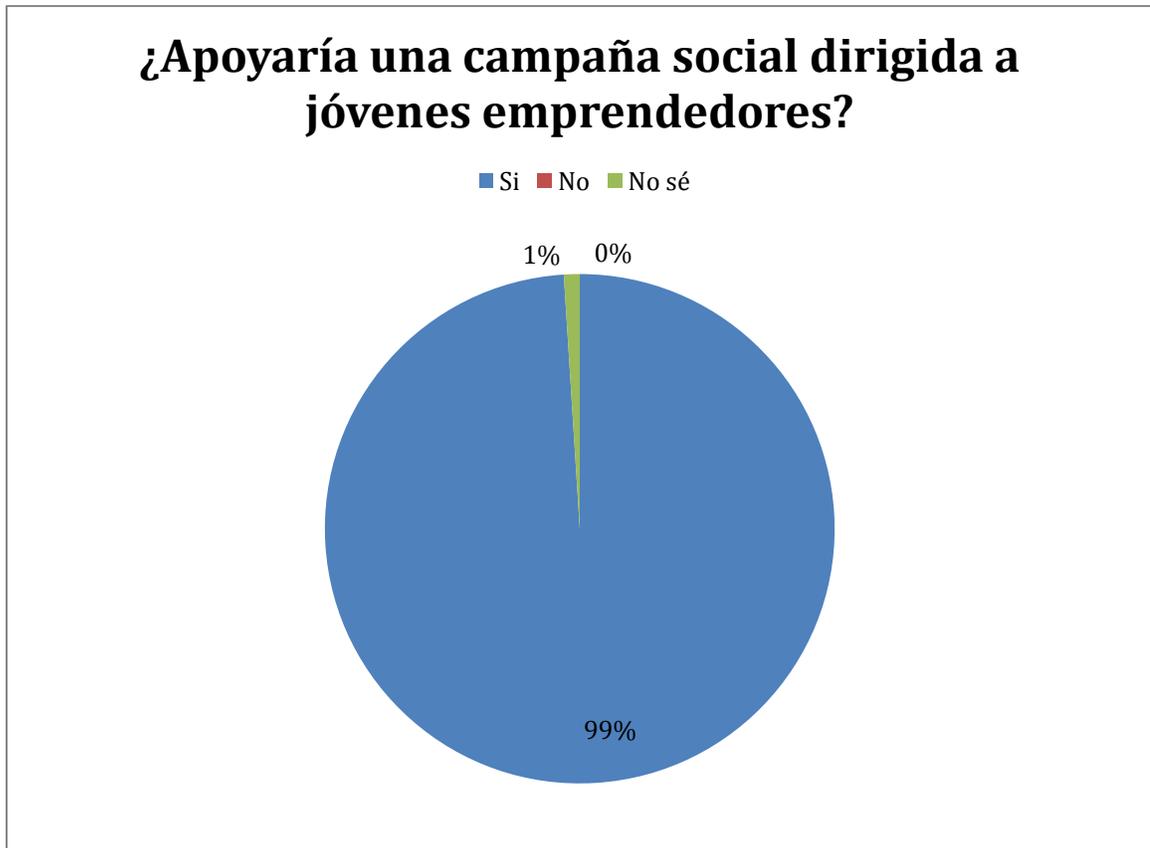
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Estoy trabajando la idea	105	32%
Nací para ser empleado	6	2%
Soy dueño de mi propio negocio	15	5%
Me falta apoyo económico	131	40%
No me interesa	18	5%
Otras: Soy menor de edad	27	8%
Otras: No estoy lista	3	1%
Otras: No soy inteligente	1	0%
Otras (sin especificar)	24	7%
	330	100%



Análisis: Dentro de las razones por las cuales las personas encuestadas no han iniciado su propio negocio, se encuentra un 40% con que les falta apoyo económico, un 32% expresaron que están en proceso de desarrollo de la idea. Seguido de un 7% y 8% que no especificaron las razones y que aún son menores de edad, respectivamente. Un 5% de la muestra para las opciones de que no estaban interesados y para aquellos que ya tenían su propio negocio. Finalmente un 2% de los jóvenes expresaron que nacieron para ser empleados y un 1% no estaban listos para dar este paso en su vida.

Tabla no.14– ¿Apoyaría una campaña social dirigida a jóvenes emprendedores?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	326	99%
No	1	0%
No sé	3	1%
	330	100%



Análisis: La mayoría de los jóvenes de la muestra, representados por un 99% respondieron positivamente a la idea de apoyar campañas dirigidas a emprendimiento, mientras que solo el 1% expresó que no.

Análisis de la pregunta abierta no.3

¿Para usted que es una persona emprendedora?

La mayoría de los jóvenes dieron definiciones muy similares para el término de emprendedor, dentro de las que se pueden mencionar se encuentran:

- Una persona emprendedora es tener ideas para un futuro y pensar en un proyecto que ayude a aportar a la sociedad.
- Una persona emprendedora es aquella que toma la iniciativa de un trabajo o una microempresa.
- Una persona emprendedora es aquella que es capaz y se siente con el valor de tener un negocio y seguir para adelante.

Análisis de la pregunta abierta no.4

¿Se considera usted una persona emprendedora? Explicar respuesta

La mayor parte de los encuestados demostraron en su respuesta una visión optimista de ellos mismos, expresando que luchan por sus sueños, tienen el interés de aprender, están en la disposición de capacitarse, les gustaría mejorar su situación económica, entre otros. Muy pocos expresaron que no se consideran una persona emprendedora.

4.2 Análisis de las entrevistas

4.2.1 Análisis general a la entrevista realizada a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven

Es la cabeza principal del Proyecto, encargada de supervisar y delegar en todo el personal involucrado directamente con Alerta Joven, incluyendo a los especialistas que están respondiendo a los resultados. Además, es responsable de hacer las conexiones de alianzas público-privadas y de relación con el donante que es la

Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

Mantiene un galopante esfuerzo para que Alerta Joven se mantenga siempre obteniendo datos favorables, cuantitativos y cualitativos, y enfocada en todo los sentidos para que los datos estadísticos pautados como meta para finales del 2017, fecha en que está contemplado concluir este Proyecto, sean favorables y beneficiosos a la sociedad dominicana.

4.2.2 Análisis general a la entrevista realizada a Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven

En la entrevista realizada a Yvelisse Reyes, especialista de Construcción de Capacidades del proyecto Alerta Joven, su función es el monitoreo y acompañamiento de proyectos presentados por instituciones que quieren aplicar el programa. También se encarga del diseño, la implementación y el seguimiento de talleres de capacitación, asesoría técnica y demás.

Frente a las dificultades que se encuentra al trabajar con jóvenes, la Sra. Reyes no considera que sea dificultad por el hecho de ser jóvenes, más bien, las dificultades se presentan por el hecho de trabajar con personas y con las diferentes culturas con que trabaja. Ésta ha encontrado un excelente resultado del Proyecto Alerta Joven, incluso con el poco tiempo que tiene establecido en relación al número de proyecciones de personas que establecen impactar. También nos detalla el importante aporte que tendría la sociedad con un incremento de los jóvenes emprendedores que dirijan su propio negocio, no solo para dejar de depender de la misma, sino, más bien como forma de forjar un mejor futuro autosuficiente para ellos mismos.

4.2.3 *Análisis general a la entrevista realizada a Esther Frías, Especialista en Educación del Proyecto Alerta Joven*

Cómo Especialista en Educación del Programa Alerta Joven, sigue y le da continuidad a esta rama del Proyecto. Cuenta con dos modalidades básicas de trabajo que son: inserción laboral y retención escolar, estos, enfocados en alfabetización para adultos. Su función básica está en acompañar a las organizaciones y socios aliados para que estos programas de alfabetización puedan tener éxitos, ser eficientes, competitivos y respondan a las necesidades de prioridad educativa para el público meta. Garantiza que los jóvenes a impactar puedan mantenerse en el programa y mantener una nivelación y superación

Además de este programa de alfabetización para adultos, esta rama también está dirigida a directores y maestros de escuelas con tecnologías competitivas como la Quantum Learning. Va de la mano con otra rama del Proyecto que es Desarrollo Laboral, estrechamente relacionado a educación y la guía para adquirir los conocimientos necesarios para ser un ente laboralmente eficiente.

4.2.4 *Análisis general a la entrevista realizada a Erielba Gil, Especialista en Inserción laboral del Proyecto Alerta Joven*

Es la encargada de todas las actividades relacionadas al componente de Inserción Laboral de dicho Proyecto. Este componente tiene como propósito principal desarrollar las capacidades técnicas y habilidades emprendedoras del joven beneficiado a través de capacitaciones técnico-vocacionales, cursos de auto empleo, así como habilidades para la vida. Estos programas además de generarles capacidad de ingresos a los jóvenes, les ayuda también a disfrutar de una vida más saludable y libre de crimen y violencia.

Como encargada de Inserción Laboral tiene que ver totalmente con la capacitación técnica vocacional del joven y acceso a micro crédito, con el fin de generar o crearles generación de ingresos.

4.2.5 Análisis general a la entrevista realizada a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana.

Según describió el Viceministro de Emprendurismo del Ministerio de la Juventud, emprender es empezar un negocio partiendo de una idea que necesita ser transformada mediante un proceso creativo hasta convertirla en un negocio real, preferiblemente formal y que sea capaz de generar empleos. Todo emprendedor debe tener aptitudes y características específicas, dentro de las que se destacan: sentido de creatividad, autoconfianza, perseverancia y compromiso.

En lo que concierne a la Ley de Emprendimiento e Innovación Empresarial, esta se encuentra aún como anteproyecto de Ley, sin embargo el Ministerio de Industria y Comercio en Mayo de 2014 lanzó la Estrategia Nacional de Emprendimiento cuya finalidad es: crear, apoyar e impulsar una cultura de Emprendimiento e innovación, asumiéndola como una forma de vida en los dominicanos y dominicanas. Con esto se pretende lograr que toda persona emprendedora reciba los múltiples beneficios que esto genera, como lo es las riquezas, lo que por supuesto tiene un impacto positivo en la economía.



Capítulo V

“Propuesta”

CAPITULO V

Capítulo V. Propuesta

5.1 Necesidad social

En la actualidad muchos jóvenes dominicanos de escasos recursos y zonas marginadas se enfrentan a la falta de oportunidades laborales y falta de interés de iniciar su propio negocio. Estos reciben un apoyo casi nulo de la sociedad y de instituciones privadas para poder desarrollarse en diferentes renglones económicos y así mejorar su calidad de vida.

5.2 Situación problemática de la población meta

Ante la falta de oportunidades de empleo, la precaria situación diaria y las necesidades que se le presentan, estos jóvenes podrían tomar decisiones erróneas para su futuro, su estilo de vida y sus familias. Enfrentarse solos a la realidad de no estar preparados de forma académica o técnica para trabajos formales y no generar los suficientes ingresos para sustentar a los suyos por vías de trabajos informales, son las causas que los conducen a acciones como delinquir, vandalismo, entre otros.

Las malas decisiones provocan tragedias, algunas veces irremediables, y la sociedad e instituciones se hacen de la vista gorda frente a esta problemática.

5.3 Justificación del proyecto

Existen diferentes razones por las que los jóvenes en situaciones de riesgo se les hace muy difícil emprender, en todo el sentido de la palabra, el ambiente que los rodea, la violencia, la delincuencia y las drogas hacen de sus vidas un camino que les cuesta mucho recorrer. "Entre 25% y 32% de la población entre 12 y 24 años ya sufre de las

consecuencias de al menos un tipo de conducta de riesgo" y "Las conductas de riesgo de los jóvenes reducen el crecimiento económico de América Latina y el Caribe en hasta 2% cada año. Si los que abandonaron la escuela entre los 24 y 25 años hubieran terminado la educación secundaria, ganarían mucho más dinero en el transcurso de su vida activa que si no hubieran abandonado la escuela". (Banco Mundial, 2010)

En el informe del "Ranking Doing Business" del Banco Mundial se arrojaron los datos en el que "República Dominicana se ubica en el lugar número 144 de un total de 189 países; en la relativo para la apertura de un Nuevo negocio, para el 2014; y en el 2013 ocupamos el puesto número 138, lo que indica que la posibilidad de mejorar estos indicadores se ha reducido en un -6". (Bautista, F., 2014).

Analizando las estadísticas y tomando en cuenta los diferentes obstáculos por lo que tienen que pasar los jóvenes de menos oportunidades, se ha considerado diseñar un programa donde se les capacite y al mismo tiempo puedan ocupar su mente desarrollando un mejor futuro para ellos, su entorno y la sociedad.

5.4 Objetivo general

Crear un programa de desarrollo laboral y emprendurismo para jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte, Santo Domingo, República Dominicana.

5.4.1 Objetivos específicos

- a) Identificar los sectores o zonas geográficas que abarca el programa Alerta Joven y la cual demande más recursos para subsanar la causa social.
- b) Disponer de recursos educativos y motivacionales a los jóvenes en situaciones de riesgo para lograr una mejora en la situación laboral actual en que se encuentran.

- c) Integrar al programa agentes de cambios como familiares, amigos y relacionados para brindar apoyo al público objetivo.

5.5 Población objetivo

La población objetivo son jóvenes en situaciones de riesgo y que incluyen las siguientes características:

- Adolescentes que desertan la escuela: que por necesidades económicas por diferentes razones, por ayudar a los padres o por no tener palpable el beneficio de estudiar. Tienen un grado de educación bajo, carecen de información sobre educación sexual, viven en un ambiente familiar problemático y usualmente provienen de hogares con bajos recursos económicos.
- Jóvenes que cometen una primera ofensa contra la ley y se encuentran socialmente rechazados y sin posibilidades de estudiar o trabajar.
- Niños/as adolescentes y jóvenes que han terminado sus estudios primarios y secundarios y necesitan empezar a generar dinero para subsistir, pero no encuentran oportunidades laborales con su capacitación.
- Madres de 16 años en adelante abandonadas por su pareja. Suelen ser influenciadas por el medio en el que se rodean. Son vulnerables a engaños, promesas y muchas de ellas no tienen la madurez suficiente para asumir la responsabilidad de ser madre.

5.5.1 Perfil y comportamiento

El primer grupo corresponde a adolescentes que han abandonados los estudios por necesidades económicas, que muchas veces tienen que ayudar a sus padres a trabajar

en el sector informal, o en muchas ocasiones los mismos jóvenes no le encuentran sentido a estar en una escuela aprendiendo. Tienen un grado de educación bajo, sus familiares cercanos no se preocupan porque aprenda, sino más bien, en que este aporte en lo que pueda para las necesidades del hogar y usualmente provienen de hogares con bajos recursos económicos.

El segundo grupo son jóvenes que han cometido una primera ofensa con la ley, ya sea por daños menores u otros delitos, y cuando estos se ponen en libertad se encuentran socialmente rechazados, con el temor de que no se les tenga confianza y sin posibilidades de estudiar o trabajar por su historial.

El tercer grupo corresponde a niños/as adolescentes y jóvenes que han terminado sus estudios primarios y secundarios en la escuela bajo muchos esfuerzos y necesitan empezar a generar dinero para subsistir y aportar a la familia, pero no encuentran oportunidades laborales con su capacitación básica escolar y su falta de experiencia.

Por último, el cuarto grupo corresponde a madres de 16 años en adelante, que han entrado precozmente a su etapa de mujer y que usualmente son abandonadas por su pareja al encontrarse en una relación inmadura. Suelen ser influenciadas por el medio en el que se rodean, como amigas que andan en malos pasos, actividades recreativas nocturnas, obviando las responsabilidades y otros que la desvían de un futuro mejor. Son vulnerables a engaños y promesas que pueden ser motivos para utilizarlas y luego abandonarlas.

5.6 Donadores

- Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU): Nos facilitará el espacio principal de la sede de nuestro programa, con aulas acondicionadas para impartir los talleres, charlas y cursos que se llevaran a cabo

- **Detalles Bordados:** Donará un total de 300 polo-shirts blancos con el logo bordado para la fácil identificación del personal voluntario que trabaje en la campaña.
- **Cazar DDB:** Donará línea grafica completa de la campaña, incluyendo logo, diseño de flyers y diseño de todos los artículos a utilizarse en el desarrollo de la misma.
- **Printería:** Donará 1,000 botones de material promocional el cual utilizaremos para identificar a los participantes y mantener un conteo de los mismos. Un stand, debidamente rotulado, el cual utilizaremos como puesto estratégico para brindar informaciones, distribuir material promocional y ser el centro autorizado como sede de la campaña social y nos donarán la impresión de bajantes, flyers, y demás que serán utilizados como material promocional para fuera del evento y dentro del mismo.

5.7 Patrocinadores

- **Profamilia**

Nos facilitarán los puestos médicos con los equipos necesarios para hacer chequeos y evaluaciones a los y las jóvenes. Se ofrecerán prescripciones de especialistas y regalarán como donación los medicamentos para situaciones generales y enfermedades menores para su mejoría. Contaremos con su apoyo para las charlas de presupuesto económico familiar, de ideas laborales, y demás; y por último, apoyarán la causa social con un plan monetario diamante para llevarse a cabo las actividades.

- **Ministerio de la Juventud**

Nos facilitaran charlas de emprendurismo y desarrollo laboral, así como también asesoría personal a los jóvenes que quieran desarrollar ideas de negocios. Estas serán

plasmadas, organizadas y colocadas de forma tal que se puedan presentar como una inversión viable de superación económica. Estos se encargaran de recibir las propuestas de los participantes, para el concurso de “Soy el resultado de mi esfuerzo” y premiaran las 30 ideas de negocios más factibles para desarrollar. Los premios de dicho concurso serán las herramientas básicas para llevar a cabo estas ideas ganadoras, se les registrara el nombre a quienes lo requieran, para hacer formalidad de su pequeña empresa y se le dará seguimiento durante los 3 primeros meses de funcionamiento.

- **Infotep**

Impartirá cursos y talleres técnicos de actividades que puedan llevarse a cabo por los jóvenes para un desarrollo económico sostenible y que serán consolidados en módulos de 2 meses de duración. Dentro del programa incluirá: Artesanía, elaboración de joyas, panadería y repostería, ebanistería, peluquería y electrónica. Nos suplirá los alimentos y bebidas para los 3 meses de campaña, tanto para el personal, como los refrigerios de los participantes. Apoyaran la causa social con un plan monetario plata para llevarse a cabo las actividades.

5.8 Público de apoyo

Se estarán implementando charlas y exposiciones por un periodo de 3 meses, para ayudar a estos jóvenes a aprender diversas actividades que le puedan brindar una alternativa económica, talleres de superación personal, autoestima, entre otros. Estas informaciones serian impartidas por médicos, psicólogos, emprendedores y dueños de negocios, asesores de presupuesto familiar y técnicos, que se dedicarán a fondo para que esos jóvenes sigan adelante cada día más preparados y con más capacidades, y aprendan a no rendirse ante una sociedad que los discrimina.

- Emprendedores y dueños de negocios: Darán informaciones y testimonio de sus inicios, de su historia y de las ventajas que obtienen al comprometerse con su negocio propio.
- Asesor de presupuesto familiar: Darán técnicas de orientación de cómo hacer un plan de gastos que le ayudara a manejar sus ingresos de una manera responsable y contabilidad básica.
- Psicólogo: Dar orientación de cómo afrontar las polémicas en situaciones de riesgo, como manejar el entorno en el que se desarrollan y como fijarse metas para sus beneficios.

5.9 Demanda

Esta investigación aportará a los jóvenes que viven en situaciones de riesgo en el Corredor Duarte informaciones académicas, técnicas y motivacionales sobre la importancia del desarrollo laboral y emprendurismo para su futuro.

Estos jóvenes, de escasos recursos y de oportunidades limitadas por su nivel económico, social o de otros aspectos, necesitan de un ejemplo a seguir en sus vidas, una visión más amplia de las posibilidades que pueden desarrollar y regenerar su situación actual y un impulso de apoyo de un sector de la sociedad

Las enseñanzas académicas, técnicas y motivacionales tienen como propósito inculcarles el deseo y los beneficios que puede traer su desarrollo laboral, así como también la iniciativa de emprender un nuevo reto en sus vidas, como es un pequeño o mediano negocio, elaborado por sus propios esfuerzos y para sentirse parte clave de la construcción de un mejor futuro.

5.10 Mezcla de marketing (Objetivos, estrategias y tácticas)

5.10.1 Producto

Objetivo: Brindar apoyo económico, social, psicológico y académico a los jóvenes en situaciones de riesgo.

Estrategias

- Apoyar económicamente a los jóvenes que tengan iniciativa de un negocio.
- Incrementar la seguridad y felicitar el esfuerzo de los jóvenes que desean ser más productivas en todas las áreas de su vida.
- Capacitar técnicamente en diversas áreas, de modo que puedan utilizar esos aprendizajes como fuentes primarios de ingresos.

Tácticas

- Con el apoyo monetario de los patrocinadores, se elegirán 30 jóvenes al final del programa con las ideas factibles para un nuevo pequeño negocio.
- Charlas motivacionales con emprendedores y dueños de negocio que han superado diversos obstáculos en el proceso de inicio y desarrollo de su empresa.
- Hacer alianzas con profesionales para que sean donadores de conocimientos en una serie de talleres prácticos.

5.10.2 Precio

Objetivo: Reunir el presupuesto necesario para cumplir con las actividades del programa.

Estrategias

- Contar con patrocinadores de diversas categorías para que nos apoyen económicamente.

Tácticas

- Presentar a las instituciones seleccionadas (Profamilia, Ministerio de Juventud e Infotep) un atractivo plan de apoyo con el que puedan aportar a las actividades que vamos a llevar a cabo, a cambio de que sus nombres y logos estén presentes en los medios de comunicación como patrocinadores oficiales de la campaña social “Soy el resultado de mi esfuerzo” y formen parte del cambio que se busca lograr en la sociedad

5.10.3 Promoción

Objetivo: Realizar una alianza estratégica con los patrocinadores y donadores de modo que se integre la campaña con su presupuesto publicitario.

Estrategias

- Colocar los anuncios publicitarios en la mayoría de medios de comunicación posibles.

Tácticas

- Se va a realizar una nota de prensa introductoria de la campaña.
- Se utilizará la publicidad de los patrocinadores para promocionar la campaña durante su periodo de vigencia de 3 meses en los medios masivos como: televisión, radio, prensa, revistas, etc.
- Se repartirán volantes y afiches en zonas estratégicas, empresas seleccionadas y otros puntos del país, pidiéndole a los receptores de los anuncios que rieguen la voz con sus conocidos y amigos.
- Se crearan las redes sociales de la campaña (Facebook y Twitter).

5.10.4 Plaza

Objetivo: Localizar una sede única en donde podremos desarrollar todas las actividades del programa.

Estrategias

- Manejar un espacio bastante amplio durante 3 meses de duración del programa donde se puedan desarrollar la actividad (carpa para oficina e información general y las aulas donde se impartirán las capacitaciones).

Tácticas

- Solicitar patrocinio de espacio a la Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña (UNPHU).

5.10.5 Proceso

Objetivo: Realizar un cronograma de actividades del programa para aprovechar al máximo el tiempo de duración de la campaña.

Estrategias

Mantener una logística bien organizada de las actividades y horarios en que se van a desarrollar, de modo que el evento sea reconocido por estos detalles.

Tácticas

1er Mes	1ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Recopilación de las donaciones y patrocinios para ejecución del programa - Confirmación del personal, voluntarios y público de apoyo - Capacitación de personal - Inicio de la publicidad en los medios de comunicación y entrega de volantes - Atención psicológica personal e individual de los participantes
	2da semana	<ul style="list-style-type: none"> - Charla “Emprendurismo” del Ministerio de la Juventud - Inicio de los cursos técnicos: Peluquería, electrónica, ebanistería, elaboración de joyas, panadería y repostería y artesanía - Atención psicológica personal e individual - Talleres académicos: entrega de materiales de estudios inicios de proyecto, contabilidad general y presupuesto
	3ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Concurso “Soy el resultado de mi esfuerzo” - Chequeos y evaluaciones medicas de parte de Profamilia - Charla “Pymes” del Ministerio de la Juventud - Atención psicológica personal e individual
	4ta semana	<ul style="list-style-type: none"> - Charla “Presupuesto personal” de Profamilia - Atención psicológica personal e individual
2do Mes	1ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo de actividades - Continuación de la publicidad en los medios de comunicación y entrega de volantes - Atención psicológica personal e individual - Asesoramiento del proyecto “Soy resultado de mi esfuerzo”
	2da semana	<ul style="list-style-type: none"> - Charla “Contabilidad básica” de Profamilia - Atención psicológica personal e individual - Talleres académicos: desarrollo y continuidad de proyectos
	3ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Chequeos y evaluaciones medicas de parte de Profamilia - Charla “Jóvenes por un Proyecto de Vida” del Ministerio de la Juventud - Atención psicológica personal e individual
	4ta semana	<ul style="list-style-type: none"> - Charla “Conciencia Juvenil” del Ministerio de la Juventud - Taller de inteligencia emocional - Atención psicológica personal e individual
3er Mes	1ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Taller de autoestima - Continuación de la publicidad en los medios de comunicación y entrega de volantes.

		<ul style="list-style-type: none"> - Atención psicológica personal e individual - Asesoramiento del proyecto “Soy el resultado de mi esfuerzo”
	2da semana	<ul style="list-style-type: none"> - Charla “Manejo de tiempo” de Profamilia - Atención psicológica personal e individual - Charla del Anteproyecto de ley de Emprendimiento y los beneficios del mismo - Talleres académicos: entrega de materiales de estudios de casos de emprendimiento en el país
	3ra semana	<ul style="list-style-type: none"> - Premiación del concurso “Soy el resultado de mi esfuerzo” (30 proyectos ganadores de herramientas para llevar a cabo su negocio) - Chequeos y evaluaciones medicas de parte de Profamilia - Charla “Disciplina en los negocios” del Ministerio de la Juventud - Atención psicológica personal e individual
	4ta semana	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación general y entrega de reconocimiento de los participantes y sus logros. - Nota de prensa a los medios o con los resultados de la campaña - Anuncio de prensa en agradecimiento a los patrocinadores y donadores

5.10.6 Personal

Objetivo: Contar que personas que apoyen voluntariamente la causa y se puedan comprometer con el programa por el tiempo de duración del mismo.

Estrategias

- Seleccionar voluntarios en base a las actividades del programa
- Capacitar previamente a los voluntarios con psicólogos para que dominen el tema central de la campaña.

Tácticas

- Solicitar donaciones de tiempo y actitud de enseñar a profesionales y técnicos que puedan impartir talleres.

- Antes de empezar las actividades de la campaña, se debe de tener una reunión con el grupo de voluntarios, de modo que se puedan responder todas las dudas que se tenga con relación al tema.

5.10.7 Presentación

Objetivo: Contar con instalaciones seguras y bien presentadas para llevar a cabo la campaña social.

Estrategias

- Instalar carpas amuebladas para la oficina e información donde se va a llevar a cabo las tareas administrativas y la inscripción de las participantes, y adecuar las aulas para llevar a cabo las charlas y actividades.
- Personal de seguridad para velar por el orden y el buen desenvolvimiento de las actividades a desarrollar.
- Identificar debidamente al personal de trabajo y los participantes del programa.

Tácticas

- Establecer las características necesarias de las carpas y las aulas a los donadores para que las funciones se puedan desempeñar correctamente.
- Contratar y capacitar un personal de seguridad para que se mantenga el orden de las inscripciones y actividades de la campaña.

5.11 Piezas publicitarias

Logo del programa



Botones o insignias para los jóvenes participantes



Polo shirts del personal de trabajo en el programa



Flyer promocional del evento

SOY el resultado de mi esfuerzo

Jóvenes emprendedores trabajando por un mejor futuro

Las enseñanzas académicas, técnicas y motivacionales tienen como propósito inculcarles el deseo y los beneficios que puede traer su desarrollo laboral, así como también la iniciativa de emprender un nuevo reto en sus vidas, como es un pequeño o mediano negocio, elaborado por sus propios esfuerzos y para sentirse parte clave de la construcción de un mejor futuro.

Talleres de:

- Ebanistería
- Joyería
- Electrónica
- Artesanía
- Peluquería
- Panadería

Conclusión

CONCLUSION

Después de estas semanas de arduo trabajo de la mano con personas valiosas, con amplio criterio de lo que es la sociedad dominicana en especial de la juventud, como es el equipo de Alerta Joven. Quiénes nos acompañaron en todos los procesos que ejecutamos, como fueron evaluación y encuestas de los jóvenes en diferentes provincias y localidades del país, entrevistas a su personal técnico, quienes nos aceptaron de manera armoniosa en sus instalaciones. Nos dimos cuenta la intensidad de los jóvenes que abarca este segmento a trazar, la disponibilidad de los mismos en cuanto se refiere a ser encaminados por senderos de prosperidad y progreso de vida, sus inquietudes, esperanzas y ambiciones de superación. Jóvenes que aun siendo considerados en situación riesgosa sienten que con esta iniciativa de USAID, de la mano de Entrena, no están desamparados y el saber que cuentan con el respaldo de esta valiosa cooperación internacional, renace una nueva esperanza para ellos.

Según describió el Viceministro de Emprendurismo del Ministerio de Juventud, emprender es empezar un negocio partiendo de una idea que necesita ser transformada mediante un proceso creativo hasta convertirla en un negocio real, preferiblemente formal y que sea capaz de generar empleos. Todo emprendedor debe tener aptitudes y características específicas se destacan: sentido de creatividad, autoconfianza, perseverancia y compromiso.

En lo que concierne a la Ley de Emprendimiento e Innovación Empresarial, esta se encuentra aún como anteproyecto de Ley, sin embargo el Ministerio de Industria y Comercio en mayo de 2014, lanzó la Estrategia Nacional de Emprendimiento cuya estrategia es: crear, apoyar e impulsar una cultura de Emprendimiento e innovación,

asumiéndola como una forma de vida en los dominicanos y dominicanas. Con esto se pretende lograr que toda persona emprendedora reciba los múltiples beneficios que esto genera, definitivamente un emprendedor genera riquezas, lo que por supuesto tiene un impacto positivo en la economía.

Entrena como institución intermediaria entre USAID y Alerta Joven, es además pionera local en desarrollo sostenible con más de 30 años de ejecución. Luego de ganar la licitación hecha por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, se ha enfocado en el seguimiento constante y trabajando de la mano con un excelente equipo técnico, el cual con buenas intenciones e insistencia de competitividad y compromiso está llegando a números notablemente favorables.

Alerta Joven con su iniciativa en busca de ofrecer a la juventud dominicana en situación de riesgo las herramientas para superar sus circunstancias y ser autores de su propio destino, en poco menos de 2 años ha logrado beneficiar a 12,130 jóvenes en diversas zonas desfavorecidas del Corredor Duarte, de los cuales han recibido algún beneficio en relación con inserción laboral, capacitación, micro crédito, capacitación de emprendurismo. Esto a futuro arrojará notables cambios en cuanto al comportamiento y educación de dicha población joven.

Luego de analizar las investigaciones mostradas en páginas anteriores y con los análisis, puntos de vista y criterios de personas involucradas en dicho tema, llegamos a la conclusión que las personas emprendedoras pueden ser no sólo con un fin lucrativo y para superación económica propia, además de esto existe el emprendedor social que va involucrado con su entorno para lograr un beneficio para todos los que ahí estén, sin poner como prioridad sus beneficios personales. Aunque independiente de cual tipo de emprendedor sea, todos si tienen que tener directrices claras y muy similares, así como

cualidades y criterio personal que solo o en conjunto le hagan llegar a lograr su fin trazado. Teniendo claro que para esta persona llegar a lograr este reto de vida debe dejarse influenciar por peritos expertos que le ayuden en su moldeo para lograr el despegue anhelado.

Esta investigación está basada principal y exclusivamente al tema de Marketing Social dónde fue estudiado a cabalidad todo lo concerniente con esta rama derivada del marketing comercial tradicional. Marketing social, en sus diversos tipos, busca la aceptación, control y concientización de un público meta previamente identificado, el cual está destinado a ser beneficiado directa o indirectamente con algún plan de alguna institución lucrativa o no lucrativa. Muchas de las instituciones con fines lucrativos que ejecutan algún plan de marketing social, determina de manera muy cautelosa sus directrices donde estén claros sus objetivos a desarrollar, para que al final, dicho impacto social que va en algún apoyo territorial, no sea confundido con actos de filantropía. Todo esto va en ejecución sin abandonar, desvincular u olvidar que dicha acción tiene un efecto beneficioso y recíproco entre la entidad que aplica el marketing social y el enclave beneficiado.



Recomendaciones

RECOMENDACIONES

- Desarrollar talleres con jóvenes impactados por el programa para que impartan asesorías y ayudas a los demás jóvenes de su comunidad de forma que ellos mismos capaciten técnicamente los que han aprendido.
- Recompensar y premiar a ese joven sobresaliente de algún curso, a continuar sus estudios, ya no a nivel técnico, si no universitario, esto servirá de incentivo a los futuros estudiantes que vean que pueden tener la oportunidad de ingresar a una universidad de prestigio local para estudiar lo que le apasiona.
- Premiar logros y metas de capacitación con una pasantía de trabajo pagada por 3 meses para que esto pueda servir como experiencia laboral y le sea más fácil a la hora de conseguir su primer empleo.
- Hacer un convenio entre las organizaciones del Estado de modo que cada una aporte herramientas como donación de aquellas capacitaciones cursadas por los jóvenes, siendo esto no un aporte económico líquido, más bien un proyecto de inicio para lo estudiado.
- Involucrar personas destacadas de la sociedad para apadrinar uno de los jóvenes en sus estudios por planes de 1 a 3 años.
- Mostrar en los medios masivos los resultados de los programas y proyectos realizados y aprovechar siempre la ocasión para invitar a los jóvenes del público meta que se unan e invitar a aquellos que puedan aportar de alguna forma.

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- Alerta Joven, 2013. *Información general del proyecto (nosotros, visión, proyectos)*. Recuperado en Julio 2014, de <http://alertajoven.com/>
- Banco Mundial, 2010. *El potencial de la juventud: políticas para jóvenes en situación de riesgo en América Latina y el Caribe*. Recuperado en Julio 2014, de http://siteresources.worldbank.org/INTLACINSPANISH/Resources/Youth_Spanish_Ex_Summary.pdf
- Bautista, F., 2014. *Desarrollo del emprendimiento en RD*. Recuperado en Julio 2014, de <http://listindiario.com/puntos-de-vista/2014/6/25/327304/Desarrollo-del-emprendimiento-en-RD>
- Cámara de Diputados de la República Dominicana. 2012. *Proyecto de Ley de Emprendimiento e Innovación Empresarial*. República Dominicana. (Ver anexos)
- Emprende Pyme, 2014. *12 Características básicas de los emprendedores de éxito*. Recuperado en Julio 2014, de <http://www.emprendepyme.net/12-caracteristicas-basicas-de-los-emprendedores-de-exito.html>
- Entrena, 2013. *Información general del proyecto (nosotros, visión, proyectos)*. Recuperado en Julio 2014, de <http://entrenainc.com>
- Info Autónomos, 2013. *Ventajas y desventajas de ser emprendedor*. Recuperado en Julio 2014, de <http://www.infoautonomos.com/hacerse-autonomo/ser-o-no-autonomo/ventajas-y-desventajas-de-ser-emprendedor/>

- Jiménez, Leal Antonio (2000) *Gestión de Marketing social*. Pág. 35. Editora Mc Graw Hill. Madrid.
- Pérez Romero, L. A. (2004) *Marketing Social, Teoría y Práctica*. Pág. 7. Editora Pearson. México.
- Todo marketing. 2014. *¿Qué es Emprendedurismo?*. Recuperado en Junio 2014, de <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>

Anexos

ANEXOS. Anteproyecto



Decanato de Artes y Comunicación

**“Programa de marketing social sobre Desarrollo Laboral y Emprendurismo para jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte” República Dominicana. 2014
Caso: “Proyecto Alerta Joven. Entrena, USAID”**

Delffin Rafael Peralta Familia (2008-0435)

Juana Elvira Fuentes Vega (2009-0433)

Asesores:

María Luisa Montás

Ivelisse Comprés

Anteproyecto de la monografía para optar por el título de
Licenciado en Publicidad

Distrito Nacional, República Dominicana

2014

Selección del título y definición del tema:

“Programa de marketing social sobre Desarrollo Laboral y Emprendurismo dirigido a jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte, para el Proyecto Alerta Joven de USAID. Año 2014”.

Este programa de marketing social tiene como enfoque principal analizar las oportunidades de emprendimiento y desarrollo laboral que podrían aprender y llevar a cabo los jóvenes en situaciones de riesgo residentes en el Corredor Duarte hasta Puerto Plata, incluyendo Haina, Boca Chica y San Pedro de Macorís. Dicho intervalo de enfoque se establece como la zona a trabajar por el Proyecto “Alerta Joven” ejecutado por la empresa Entrena, la cual fue seleccionada por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en República Dominicana.

En su recorrido hasta Junio 2014, Alerta Joven aún no ha trabajado extensamente su área de intervención referente al desarrollo laboral, por lo que esta propuesta es una conceptualización de cómo podemos aportar para aprovechar la misión que llevan a cabo en República Dominicana, presentando un programa de marketing social basado en la formación y capacitación técnica de estos jóvenes que son su público meta.

1. Planteamiento del problema:

En República Dominicana “existen niños y jóvenes que se encuentran en situaciones delicadas, que día a día deben encarar problemas de naturaleza muy dura, como son: la falta de educación básica y sin oportunidades de acceder a la escuela, ser forzados a prostituirse o trabajar sexualmente al no tener oportunidades de ingresos económicos, con esto la posibilidad de ser VIH positivos y verse marginados en su entorno social; no contar con una documentación legal, por lo tanto, no poder ser insertados en el sistema

social, y muchos otros factores y situaciones desfavorables que los conducen a buscar las soluciones a sus problemas en las calles” (María del Pilar Menéndez, 2013). En el aspecto laboral son discriminados por el sector donde residen, siendo uno de los síntomas que comúnmente se ven en las empresas.

La escases de opciones, al vivir en un entorno de riesgo se hacen mucho menores que para aquellas personas que tienen un poco más que sus necesidades básicas cubiertas, por lo que el proyecto “Alerta Joven”, ejecutado por la empresa Entrena, busca promover oportunidades para esos jóvenes, de modo que se les ofrezca posibilidades de descubrir sus talentos y habilidades.

Mediante alianzas estratégicas con empresas seleccionadas para que tengan acceso a emplearse, motivando la capacitación técnica y académica de los jóvenes y enseñándolos a desarrollar microempresas en el sector informal, son alternativas que pueden motivar su desarrollo laboral y despertar el sentido de emprendedor de cada uno de ellos.

2. Formulación del Problema

¿Qué impacto tendría en la reducción de las tasas de desempleo y aumento de actitud emprendedora en jóvenes del Corredor Duarte de República Dominicana, el diseño de un programa de marketing social basado en el área de desarrollo laboral del proyecto “Alerta Joven”?

3. Sistematización del Problema

- ¿Cómo se puede reintegrar a la sociedad jóvenes que no tienen oportunidades laborales?
- ¿Cuál es el concepto general del programa de marketing social sobre desarrollo laboral y emprendurismo?

- ¿Qué acciones o dinámicas se pueden realizar en el desarrollo del programa?
- ¿Cuál efectos causaría la inserción de estos jóvenes al ambiente laboral formal?
- ¿Cuál efectos causaría el desarrollo emprendedor de estos jóvenes al ambiente laboral?

4. Objetivos de la investigación:

A. Objetivo general

Diseñar un programa de marketing social sobre desarrollo laboral y emprendurismo dirigido a jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte, incluyendo Haina, Boca Chica y San Pedro de Macorís

B. Objetivos específicos

- Determinar cuáles son las causas de la falta de oportunidad que tienen los jóvenes en el ambiente laboral.
- Establecer el concepto general del proyecto en el cual se presente la problemática de los altos índices de desempleo que se está viviendo en la zona a trabajar: el Corredor Duarte.
- Elaborar un listado de actividades dinámicas que se puedan realizar para: motivar al público meta a comenzar su propio negocio y motivar la capacitación técnica y académica.
- Identificar las ventajas de la inserción de estos jóvenes en el ambiente laboral formal
- Identificar las ventajas de jóvenes emprendedores en el ambiente laboral.

5. Justificación de la investigación:

La razón por la cual se considera desarrollar este programa es debido a los bajos índices de desempleo que existen en el Corredor Duarte, la falta de interés en los

jóvenes por desarrollar su propio negocio y por capacitarse académica y técnicamente. A mayor falta de oportunidad de este sector, mayor es la cantidad de alternativas que estos puedan elegir a la hora de ganarse la vida.

“Los jóvenes que pueden ser beneficiados con el proyecto son los que se encuentren en edades de 11 a 24 años, ya que estos conforman más de un 30% de la población, y una gran parte de ellos viven en la pobreza, donde no tienen acceso a una educación, buenos servicios de salud e inserción laboral”. (María del Pilar Menéndez, 2013).

El programa de marketing social sobre desarrollo laboral y emprendurismo implicaría una influencia positiva en el pensar de las personas, cuando se le presenten diversas opciones para desarrollarse en un ambiente sano, busca realizar una estrategia en base a las oportunidades que puede desarrollar el sector de la juventud de escasos recursos, de modo que estas actividades le permitan ser partícipes activos y productivos de la sociedad.

El beneficio es tanto para estos jóvenes en situaciones de riesgo, como para el entorno en donde viven, este cambio radica en crear un mejor ambiente de convivencia en sus sectores y demostrar que con esfuerzo y empeño se pueden lograr las metas que se propongan. Puede servir como referencia para el Proyecto Alerta Joven al momento de poner en práctica las actividades que realizan, dirigidas a reducir las necesidades de la juventud en riesgo de República Dominicana. El mismo puede ser utilizado en la ramificación concerniente al desarrollo laboral que lleva a cabo, de forma tal que se apliquen las ideas aquí propuestas con el fin de aportar y ayudar a la juventud a descubrir las diversas formas de ser personas productivas a la sociedad.

6. Tipo(s) de investigación:

Para la investigación se utilizará el tipo de estudio descriptivo, ya que la misma pretende conocer el fenómeno tal y como se presenta, sin que exista manipulación de las variables, ni de la situación, también se buscará especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades.

7. Marcos de referencia:

A. Marco teórico

- **Programa Técnico de Idiomas y Culturas para la Inserción Laboral del Ministerio de la Juventud en República Dominicana (Año 2013).** Es un Convenio firmado entre el Ministerio de la Juventud, el Cluster de Contact Centers y la Fundación Nacional Cultura y Desarrollo para ofrecer becas con el objetivo de capacitar a jóvenes que ya tienen un nivel intermedio de inglés para posteriormente colocarlo en uno de los Call Center distribuidos en República Dominicana. Esta beca incluye la matrícula y los libros de texto. Con Beneficios como: Aumento del nivel de inglés, Entrenamiento servicio al cliente, Inserción laboral con un salario promedio de US\$450-US\$650 (RD\$18,000-RD\$30,000). (Ministerio de la juventud, 2013).

- **El Programa de Formación de Emprendedores de INFOTEP** realizó, con apoyo técnico de la OIT, la capacitación de 70 facilitadores en desarrollo empresarial y acompañamiento a emprendedores, específicamente en las metodologías Generación de una Idea de Negocio (GIN) e Inicie Su Negocio (ISUN).

Los 70 facilitadores ahora cuentan con las herramientas para replicar el conocimiento con grupos de personas interesadas en iniciar nuevos negocios y

emprendedores que deseen fortalecer sus negocios. Este Programa se realiza en el marco del acuerdo de cooperación entre la OIT y el INFOTEP y está orientado a promover el emprendimiento en el país en el marco del Programa de Apoyo al Desarrollo de las Pymes, el cual persigue, entre otras cosas, desarrollar habilidades emprendedoras en los propietarios y mandos medios de las Pymes como una herramienta para el desarrollo de la innovación, mejora y diseño de nuevos productos y servicios

La cooperación de la OIT se enmarca en los planes del Gobierno dominicano en el combate y reducción de la pobreza a través de la creación de oportunidades de nuevos empleos; esto a través de políticas públicas que incentiven el emprendurismo, las micro, pequeñas y medianas empresas y la formalización de la economía. Además de la cooperación en metodologías de desarrollo empresarial la OIT está apoyando la actualización de herramientas de medición de empleo, en coordinación con el Banco Central de la República Dominicana.

El Ministerio de Trabajo de la República Dominicana, bajo el liderazgo de la licenciada Maritza Hernández, ha realizado una destacada labor en señalar la importancia de la capacitación en la generación de empleos de calidad, así como su impacto en el bienestar de la sociedad en general. (Organización internacional del trabajo – OIT, 2014).

- **Programa “Progresando” del despacho de la primera dama:** El Despacho de la Primera Dama (DPD), que dirige la doctora Margarita Cedeño de Fernández, dejó inaugurado en este municipio el nuevo Centro de Capacitación y Producción Progresando, con el objetivo de contribuir al combate de la pobreza, lograr el

empoderamiento y mejorar la cobertura de servicios en el área de formación ocupacional.

Al dirigirse a los asistentes, la Primera Dama y vicepresidenta electa recordó que hace un par de años la Fundación Rica y el Despacho que dirige albergaron un sueño que hoy han hecho realidad con la construcción de este Centro de Capacitación y Producción Progresando, a través del cual se crean nuevas oportunidades de formación y capacitación para que los habitantes de este Municipio puedan insertarse en el mercado laboral y generar los ingresos necesarios para tener una vida digna.

“Este Centro que hoy inauguramos cuenta con un área de informática que nos permitirá seguir incidiendo en la reducción de la brecha digital y social en el país, porque facilitará a todos los y las habitantes de esta comunidad aprender a usar el computador como un instrumento indispensable de trabajo y desarrollo, por lo que se impartirán todos los programas que sean de interés para las labores que ustedes puedan realizar y las que contribuyan con su crecimiento humano”, destacó.

Destacó que a través del Programa Progresando, el DPD comenzó a trabajar en Villa Altagracia en junio de 2007, y que al día de hoy tienen incorporadas 2,700 familias que han decidido superarse y alcanzar su desarrollo integral, con el acompañamiento de 56 enlaces comunitarios y 7 supervisores. En el Centro de Capacitación y Producción Progresando de Básima se impartirán cursos de reparación de electrodomésticos, instalación y mantenimiento eléctrico, reparación de computadoras, de inversores y la fabricación de los mismos, panadería, repostería y decoración de bizcocho.

En el área de informática se ofrecerán cursos de alfabetización digital, técnico en informática, manejo de paquete de oficina, diseño de páginas Web, auxiliar de contabilidad, contabilidad de costos y fiscal y secretariado ejecutivo. Otros cursos que se ofrecerán serán de peluquería, adaptación de extensiones de cabello, colorista en belleza (decoloración, tintes, permanentes), facialista y maquillista (maquillaje y limpieza facial), maquillaje permanente y diseño de uñas acrílicas, entre otros. (Periódico Nuevo Diario digital, 2012).

- **Fomento del empleo juvenil en zonas rurales socialmente desfavorecidas de la República Dominicana (Cooperación Triangular Chile – República Dominicana – Alemania):** El proyecto sucede y amplifica una fase piloto realizada con éxito en 2011 en el marco de la cooperación triangular entre Chile, Alemania y la República Dominicana orientada a fomentar el empleo juvenil. Conjuntamente, los socios en el proyecto fomentan medidas de formación con el objetivo de ofrecer a la juventud marginada salidas para superar su precaria situación. Al mismo tiempo, el proyecto fortalece las capacidades de las instituciones dominicanas responsables de la creación y de la intermediación de puestos de empleo a fin de mejorar la eficiencia y eficacia de sus procesos. A largo plazo, las instituciones dominicanas deberían tener la capacidad de desarrollar por iniciativa propia nuevas metodologías y estrategias para fomentar el empleo juvenil.

Mediante el aumento de las capacidades de formación profesional y la ampliación de las iniciativas de empleo en zonas rurales se busca mejorar de forma sostenible la situación de estas personas. (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013)

B. Marco conceptual

- Marketing social: se entiende la aplicación de los principios y técnicas del marketing a los programas o acciones encaminadas a contribuir con el bienestar de la comunidad, es decir, modificar ideas, creencias, actitudes y valores a fin de mejorar la vida dentro de una colectividad. (Pérez Romero, L. A. 2004. Pág. 108).
- Desarrollo económico: El desarrollo económico es entendido como un proceso donde las condiciones de bienes y servicios se encuentran en estado creciente y al alcance de todos los grupos sociales que conforman la comunidad. Una sociedad donde existe un buen desarrollo económico presenta características de integración económica y social y tendría menos personas viviendo en la marginalidad. Para conseguir el desarrollo económico los países se guían por los principios pautados por la ONU, donde se reafirman las medidas macroeconómicas siempre y cuando estén desarrolladas en pos de una mejor producción que mejore las condiciones de vida de las sociedades. Dentro de esas medidas se brinda especial atención al desarrollo humano, que no solamente engloba las necesidades económicas, sino también las intelectuales y culturales. Por eso, un país en desarrollo debería ofrecer una mejor formación a sus ciudadanos y una guía para que las capacidades adquiridas de dicha formación pueden ser llevadas a la experiencia laboral, ejerciendo una actividad eficiente en lo económico, social, cultural y político. (Definicion.de)
- El desarrollo sostenible es el que permite una mejoría de las condiciones de vida presente sin poner en riesgo los recursos de las generaciones futuras. Es decir, un aprovechamiento adecuado de los recursos que se tienen, satisfaciendo las necesidades de los pobladores pero sin exprimir al máximo los bienes naturales. Para que exista el desarrollo sostenible se necesitan tres elementos

fundamentales: una sociedad, un medio ambiente y una economía. El desarrollo sostenible afirma que la naturaleza es un medio pero que es necesario respetar ciertos límites a fin de no cometer equivocaciones que puedan costar la vida a las futuras generaciones. Lo fundamental en el desarrollo sostenible es la armonía absoluta entre humanidad y naturaleza. (Definicion.de)

- Emprendurismo: proceso en el que una persona lleva su idea a convertirse en un proyecto concreto, sea esta con fines de lucro o beneficencia social generando innovación y empleo. (Todo marketing. 2014).
- Situaciones de riesgo: Los riesgos sociales son aquellos factores que van a llevar al individuo a romper con su salud mental, desencadenando en éste conductas desviadas y anormales que afectaran a la persona misma y a la sociedad. Los riesgos sociales se ven originados por el constante desarrollo de nuestra sociedad, afectando el área psicológica, socioeconómica, biológica y social de los individuos.
- Inserción laboral: acción que tendrá como misión primordial incorporar al mercado laboral a aquellas personas que se hallan en una situación de exclusión en este sentido. Cabe destacarse que la inserción laboral es fundamental para que la persona pueda tener acceso a los medios económicos que le permitan mantenerse, tanto a él como a su familia.
- Capacitación: La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.

C. Marco espacial

El programa está dirigido a jóvenes de escasos recursos con edades entre 18-25 años que residan en los alrededores del Corredor Duarte.

D. Marco temporal

Se ha seleccionado un período de 3 meses para que el programa pueda medir su funcionalidad.

8. Métodos, procedimientos y técnicas de la investigación:

La campaña de marketing social para el desarrollo laboral y emprendurismo se ejecutara mediante el método analítico – sintético, debido a que se va a descomponer el objeto estudiado en sus distintos elementos o partes para poder obtener nuevos conocimientos acerca del mismo. Se procederá a delimitar el problema en el tiempo y espacio, y en cuanto a los diferentes factores que lo componen. Luego de esta parte analítica, se aplicará el método sintético en donde se podrá ver el problema de forma integral, es decir observar causas, consecuencias, ventajas, entre otros.

Las técnicas que se van a utilizar son las siguientes:

- Datos primarios: Entrevista a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven; Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven; Esther Frías, Especialista en Educación del Proyecto Alerta Joven; Erielba Gil, Especialista en Inserción laboral del Proyecto Alerta Joven y por último a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana.

- Datos secundarios: libros, revistas, páginas de internet.

9. Tabla de contenido:

Agradecimientos

Dedicatorias

Introducción

Capítulo I Marketing social

1.1 Concepto

1.2 Tipos de marketing social

1.3 Ventajas para las empresas u organismos y para el público objetivo

Capítulo II Emprendurismo

2.1 Concepto

2.2 Aptitudes de una persona emprendedora

2.3 Anteproyecto de emprendimiento e Innovación laboral en República Dominicana

2.4 Beneficio de los emprendedores

Capítulo III USAID, Entrena y Alerta Joven

3.1 Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID)

3.2 Entrena

3.3 Alerta Joven

Capítulo IV Metodología de la investigación

4.1 Presentación y análisis de la encuesta

4.2 Análisis de las entrevistas

4.2.1 Análisis general a la entrevista realizada a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven

4.2.2 Análisis general a la entrevista realizada a Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven

4.2.3 Análisis general a la entrevista realizada a Esther Frías, Especialista en Educación del Proyecto Alerta Joven

4.2.4 Análisis general a la entrevista realizada a Erielba Gil, Especialista en Inserción laboral del Proyecto Alerta Joven

4.2.5 Análisis general a la entrevista realizada a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana.

Capítulo V *Propuesta de Marketing Social*

5.1 Necesidad social

5.2 Situación problemática de la población meta

5.3 Justificación del proyecto

5.4 Objetivo general

5.4.1 Objetivos específicos

5.5 Población objetivo

5.5.1 Perfil y comportamiento

5.6 Donadores

5.7 Patrocinadores

5.8 Público de apoyo

5.9 Demanda

5.10 Mezcla de marketing (Objetivos, estrategias y tácticas)

5.10.1 Producto

5.10.2 Precio

5.10.3 Promoción

5.10.4 Plaza

5.10.5 Proceso

5.10.6 Personal

5.10.7 Presentación

5.11 Piezas publicitarias

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

10. Fuentes de información:

- Definicion.de. “*Concepto de desarrollo*”. Recuperado en Junio 2014, de <http://definicion.de/desarrollo/#ixzz33mPx1CxG>
- María del Pilar Menéndez, 2013. *Alerta Joven, un proyecto comprometido con el país*. Recuperado en Junio 2014, de <http://listin.com.do/la-vida/2013/3/13/269409/Alerta-Joven-un-proyecto-comprometido-con-el-pais>
- Ministerio de la juventud, 2013. *Programa Técnico de Idiomas y Culturas para la Inserción Laboral*. Recuperado en Junio 2014, de <http://juventud.gob.do/programa-tecnico-de-idiomas-y-culturas-para-la-insercion-laboral/>
- Ministerio de Relaciones Exteriores, 2013. *Profesionales chilenos del FOSIS en conjunto a miembros de la Agencia de Cooperación alemana, GIZ, realizan taller de emprendedurismo juvenil*. Recuperado en Junio 2014, de <http://www.agci.cl/index.php/noticias/981-profesionales-chilenos-del-fosis-en-conjunto-a-miembros-de-la-agencia-de-cooperacion-alemana-giz-realizan-taller-de-emprendedurismo-juvenil>

- Organización internacional del trabajo – OIT, 2014. *República Dominicana: Inicia Programa de Formación de Emprendedores*. Recuperado en Junio 2014, de http://www.ilo.org/sanjose/sala-de-prensa/WCMS_210046/lang-es/index.htm
- Pérez Romero, L. A. (2004). *“Los fundamentos del marketing social”* Editora Pearson, Prentice Hall (2da. Edición).
- Periódico Nuevo Diario digital, 2012. *Despacho Primera Dama inaugura centro de capacitación Progresando en VA*. Recuperado en Junio 2014, de <http://elnuevodiario.com.do/app/article.aspx?id=290122>
- Todo marketing. 2014. *¿Qué es Emprendedurismo?*. Recuperado en Junio 2014, de <http://www.todomktblog.com/2014/01/emprendedurismo.html>

2. Carta dirigida al proyecto Alerta Joven con fines de solicitud del nombre en el proyecto de monográfico.

Santo Domingo, República Dominicana

Martes 22 de Julio, 2014

Señora

Saschia Seibel

Directora del proyecto Alerta Joven

Por medio de la presente solicitamos autorización para el uso de los nombres USAID, Entrena y Alerta Joven, con fines de utilizarlos en nuestro trabajo de monográfico en la carrera de Publicidad de la Universidad APEC.

El tema a tratar, y ya aprobado por el decanato de artes de la universidad es:

“Programa de marketing social sobre Desarrollo Laboral y Emprendurismo para jóvenes en situaciones de riesgo del Corredor Duarte”

República Dominicana. 2014

Caso: “Proyecto Alerta Joven. Entrena, USAID”

Agrademos de antemano su colaboración y nos comprometemos a hacerle entrega de una copia del trabajo finalizado.

Cordialmente,

Juana Fuentes y Delffin Peralta

Estudiantes de término de la Universidad APEC

3. Anteproyecto de Ley de emprendurismo e Innovación Laboral



CAMARA DE DIPUTADOS

David Collado Morales

Presidente de la Comisión de Turismo
Diputado Distrito Nacional, PRD



Santo Domingo,
6 de Agosto de 2012

03296

Señor

Lic. Abel Martínez del Orbe
Honorable Presidente de la
Cámara de Diputados

Vía: **Lic. Helen Paniagua**
Secretaria General.

Asunto: Proyecto de Ley sobre Emprendimiento e Innovación Empresarial.

Honorable Presidente:

Por esta vía tenemos a bien reintroducir el Proyecto de Ley sobre Emprendimiento e Innovación Empresarial de la Republica Dominicana.

Sin otro particular y agradeciendo de antemano toda la atención

Se despide,

Miguel David Collado Morales
Presidente Comisión Permanente de Turismo

ANTEPROYECTO DE LEY SOBRE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

EL CONGRESO NACIONAL En nombre de la República

CONSIDERANDO PRIMERO: Que en los últimos 30 años, en las naciones desarrolladas, los negocios nuevos con menos de 5 años han sido responsables de la mayor creación neta de nuevos empleos;

CONSIDERANDO SEGUNDO: Que la República Dominicana tiene una tasa total de desempleo de aproximadamente un 15%, siendo uno de los países con mayor tasa de desempleo América Latina, por lo que resulta fundamental adoptar políticas que promuevan concomitantemente la creación de empresas y la disminución del desempleo existente en el país;

CONSIDERANDO TERCERO: Que de conformidad a los lineamientos de la Estrategia Nacional de Desarrollo, el Estado dominicano debe comprometerse con la generación de empleos, a través de la creación de empresas nuevas que generen procesos productivos de valor, que faciliten la inserción en el mercado laboral y mundial, y que propicien desarrollar las capacidades emprendedoras;

CONSIDERANDO CUARTO: Que para promover el desarrollo es preciso ampliar la base social y de género de la cual surgen los emprendimientos dinámicos, con la finalidad de incrementar las fuentes de riqueza económica y el número de emprendedores dinámicos, fortaleciendo los canales de movilidad social;

CONSIDERANDO QUINTO: Que en República Dominicana no existen en la actualidad políticas públicas suficientes para el fomento de los emprendimientos, por lo que el Estado dominicano debe asumir el desarrollo emprendedor como una inversión social con visión de largo plazo, mediante el establecimiento de instituciones que contribuyan con el fortalecimiento de las capacidades emprendedoras y la innovación, así como con la creación de incubadoras de negocios y redes de inversión;

CONSIDERANDO SEXTO: Que según el Estudio del Global Entrepreneurship Monitor para República Dominicana del año 2007, los emprendedores enfrentan múltiples trabas, como las deficientes políticas gubernamentales, la falta de apoyo financiero y de capacitación académica en torno a la creación de empresas, por lo que se deben adoptar iniciativas que eliminen dichos obstáculos y que

permitan profundizar en el diseño de nuevos productos financieros que se adapten a las necesidades y características de los emprendedores;

CONSIDERANDO SÉPTIMO: Que las condiciones regulatorias existentes son propicias para que la mayoría de los emprendedores opten por iniciar negocios de manera informal como manera de evitar los costos de incorporación y las diversas obligaciones asociadas a la operación de un negocio, puesto que impactan los escasos fondos disponibles para el inicio de la empresa;

CONSIDERANDO OCTAVO: Que si se logran reducir sustancialmente los costos asociados con el tiempo de incorporación y se simplifican los trámites para el inicio y puesta en operación de los negocios ante los organismos competentes, se facilitaría el ingreso de nuevas empresas formales a la economía, aumentando con ello los empleos, las recaudaciones y el cumplimiento de las obligaciones de las mismas frente al Estado;

VISTA: La Constitución de la República, de fecha veintiséis (26) de enero del año dos mil diez (2010).

VISTA: La Ley No. 116-80 que crea el Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), de fecha veinte (20) de enero de mil novecientos ochenta (1980);

VISTA: La Ley No. 11-92 que instituye el Código Tributario de la República Dominicana, de fecha dieciséis (16) de mayo del año mil novecientos noventa y dos (1992);

VISTA: La Ley No. 16-92 que instituye el Código de Trabajo de la República Dominicana, de fecha veintinueve (29) de mayo del año mil novecientos noventa y dos (1992);

VISTA: La Ley No. 87-01 que instituye el Sistema Dominicano de sobre Seguridad Social, de fecha nueve (09) de mayo del año dos mil uno (2001);

VISTA: La Ley No. 392-07 sobre Competitividad e Innovación Industrial, de fecha cuatro (4) de diciembre del año dos mil siete (2007);

VISTA: La Ley No. 488-08 que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), de fecha diecinueve (19) días del mes de diciembre del año dos mil ocho (2008);

VISTA: La Ley No. 479-08 sobre Sociedades Comerciales y Empresas Individuales de Responsabilidad Limitada, de fecha once (11) de diciembre de dos mil ocho (2008), modificada por la Ley No. 31-11;

VISTO: La Ley No.1-12 Orgánica de la Estrategia Nacional de Desarrollo de la República Dominicana 2030;

Ha dado la siguiente

Proyecto de Ley sobre Emprendimiento e Innovación Empresarial

**CAPITULO I
DISPOSICIONES GENERALES**

Artículo 1. Objeto.- La presente ley tiene como objeto la creación del marco regulatorio e institucional que promueva la cultura emprendedora y la creación y permanencia de emprendimientos de negocios incorporados formalmente en la economía, mediante el establecimiento de instrumentos, mecanismos e incentivos que permitan su desarrollo y consolidación en el mercado, facilitado por la simplificación de los trámites para su incorporación.

Artículo 2. Objetivos.- La presente La presente Ley persigue como principales objetivos:

- a) Crear un marco normativo y organizacional para la creación y aplicación de una política nacional de promoción del emprendimiento y la innovación empresarial;
- b) Fomentar un clima y cultura de promoción del emprendimiento y la innovación empresarial en República Dominicana;
- c) Promover y difundir la cultura emprendedora, que incentive la creación y permanencia de nuevas micros, pequeñas y medianas empresas en el mercado dominicano;
- d) Promover el desarrollo de programas para la creación de capacidades gerenciales y técnicas para proyectos emprendedores;
- e) Crear condiciones que faciliten el diseño y ejecución de iniciativas de simplificación de trámites para la creación de nuevas empresas y el inicio de sus operaciones;
- f) Facilitar el acceso a financiamiento, capitales y créditos a través de redes de inversión, incentivos fiscales y políticas de facilitación para proyectos emprendedores;
- g) Promover la competitividad y la innovación tecnológica; y,

- h) Promover el surgimiento de proyectos emprendedores a través del establecimiento de incentivos fiscales favorables para las nuevas empresas y para los inversionistas de las mismas.

Artículo 3. Definiciones.- Para los efectos de la presente Ley, los términos que se indican a continuación tendrán los siguientes significados, excepto donde el texto de la presente Ley indique otra cosa:

a) Cultura Emprendedora.- Conjunto de valores, creencias, aprendizajes y formas de pensar que son inculcados en los individuos de una comunidad para impulsar su desarrollo integral y su participación eficiente en la estructura productiva de la nación a través de la creación e implementación de ideas de aplicación empresarial.

b) Emprendedor.- Es aquella persona que usando su talento creador o innovador ha convertido una idea en un primer negocio o empresa, mediante la organización de los recursos necesarios para ejecutarla, y que, como resultado de ello, genera empleos y promueve una mayor productividad e innovación en el desarrollo de productos y servicios en la economía nacional.

c) Formación para el emprendimiento y la innovación: Constituye el conjunto de enseñanzas y formación de aptitudes dentro del ámbito académico en el sistema educativo formal y no formal que persiguen la creación de competencias básicas, laborales y empresariales para contribuir a la integración formal del individuo en el sector productivo.

d) Partes vinculadas: A los efectos de la presente Ley, se considerará que son partes relacionadas o vinculadas, las sociedades o empresas emprendedoras cuando en ellas participen directa o indirectamente en la dirección, el control o el capital una empresa de un grupo económico que ostente el control de los derechos de voto en por lo menos un cincuenta por ciento (50%).

e) Incubadora.- Es una institución que acelera el proceso de creación, desarrollo y consolidación de negocios a partir de la conceptualización de una idea, con la finalidad de brindarle las herramientas necesarias para convertirla en realidad a través del diseño y ejecución de un plan de negocios.

f) Innovación: Es el proceso mediante el cual se introduce ya sea un nuevo bien o servicio en el mercado, o componentes de los mismos, o se crea un nuevo método de producción o prestación de un bien o servicio.

g) Inversionista.- Es la persona física o moral que está dispuesta a invertir capital en actividades emprendedoras.

h) Proyecto Emprendedor.- Es la puesta en práctica de una idea mediante una estructura de negocio o empresa nueva con la finalidad de desarrollar un determinado producto o servicio.

i) Red de inversionistas.- Es el conjunto de personas físicas o morales que están organizadas bajo una estructura común, quienes están dispuestos a invertir en emprendimientos innovadores con alto potencial de crecimiento.

CAPITULO II MARCO INSTITUCIONAL

SECCION I DEL INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN DE EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Artículo 4.- Creación de PROEMPRENDEDOR. Se crea el Instituto Nacional de Promoción del Emprendimiento y la Innovación Empresarial (PROEMPRENDEDOR), adscrito al Ministerio de Industria y Comercio, como un órgano descentralizado del Estado, con personalidad jurídica y autonomía administrativa, financiera y técnica, regida por un Consejo de participación pública y privada.

Artículo 5.- Director de PROEMPRENDEDOR. El Director de PROEMPRENDEDOR será designado por el Poder Ejecutivo por un período de cuatro años.

Artículo 6.- Atribuciones. PROEMPRENDEDOR tendrá como objetivo de proponer, promover e implementar políticas que procuren la consecución de los propósitos establecidos en el artículo 2 de la presente Ley. En ese orden, tendrá las siguientes atribuciones:

- 1) Apoyar al Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial en la definición de las políticas públicas de promoción del emprendimiento y la innovación empresarial;
- 2) Coordinar la ejecución de las políticas y disposiciones del Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación en el ámbito de las atribuciones que le confiere la presente Ley;
- 3) Promover y gestionar la obtención de donaciones, préstamos y aportes con organismos internacionales, entidades financieras públicas o privadas y entidades públicas o privadas en general para la creación de fondos especiales para la implementación de políticas y proyectos que fomenten los emprendimientos y la innovación;
- 4) Promover la creación de estímulos tributarios y de fomento para

proyectos emprendedores;

- 5) Suscribir convenios de colaboración con entidades nacionales o internacionales, públicas o privadas, para la promoción de la cultura emprendedora en República Dominicana;
- 6) Establecer y administrar el Registro Nacional de Emprendedores;
- 7) Recabar, mantener y difundir estadísticas e indicadores actualizados de la actividad emprendedora e innovadora en el país;
- 8) Promover y coordinar las políticas de simplificación de trámites de creación de empresas, en los términos del artículo 18 y siguientes de la presente ley;
- 9) Promover y coordinar la creación de redes de inversionistas ángeles en los términos del artículo 28 de la presente Ley;
- 10) Establecer programas de colaboración con entidades académicas para promover la difusión de la cultura emprendedora y la formación para el emprendimiento;
- 11) Fomentar la realización de actividades de investigación y desarrollo;
- 12) Representar a la República Dominicana en las actividades oficiales de su competencia;
- 13) Cualquier otra competencia necesaria para consecución de los objetivos de la presente Ley.

Artículo 7.- Del presupuesto y patrimonio de PROEMPRENDEDOR. El Presupuesto General del Estado asignará los fondos que constituirán el presupuesto de PROEMPRENDEDOR, sin perjuicio de los fondos y aportes adicionales que puedan ingresar por la firma de acuerdos o convenios de cooperación nacional o internacional.

SECCION II

CONSEJO NACIONAL PARA EL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACION EMPRESARIAL

Artículo 8.- Creación del Consejo. Se crea el Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial (CONEMPRENDE), como órgano rector de la política de emprendimientos de la República Dominicana, el cual estará integrado de la siguiente manera:

- a) El Ministro de Industria & Comercio o su representante, quien lo presidirá y coordinará;
- b) El Ministro de Educación Superior, Ciencia y Tecnología o su representante, miembro;
- c) El Director Ejecutivo del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), miembro;
- d) El Director General de Impuestos Internos (DGII), miembro;

- e) El Director del Instituto Nacional de Promoción del Emprendimiento y la Innovación Empresarial (PROEMPREDADOR), quien tendrá voz, pero no voto;
- f) El Director del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), miembro;
- g) El Director General de PROMIPYME, miembro;
- h) El Director General de PROINDUSTRIA, miembro;
- i) Dos representantes de las Asociaciones empresariales multisectoriales, elegidos por éstas;
- j) Un representante de Asociaciones o entidades de promoción del emprendimiento y la innovación, elegido por éstos;
- k) Un rector de una universidad del país o su representante.

Párrafo I.- Los integrantes del Consejo ejercerán sus funciones sin remuneración.

Párrafo II.- Los integrantes provenientes del sector privado ejercerán sus funciones por un período de dos (2) años y podrán ser ratificados por iguales períodos de tiempo.

Párrafo III.- Los representantes de las Asociaciones empresariales multisectoriales serán elegidos por el Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP), la Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa (CODOPYME) y la Asociación Nacional de Jóvenes Empresarios (ANJE). Asimismo, los representantes de las Asociaciones o entidades de promoción de emprendimientos deberán presentar su representante.

Párrafo IV.- En caso de ausencia del presidente, ocupará su posición, el Ministro de Economía, Planificación y Desarrollo o su representante.

Párrafo V.- Los miembros del Consejo, en caso de necesidad, podrán hacerse representar ante el por técnicos calificados, mediante poder escrito.

Artículo 9.- Atribuciones. Corresponderá al Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial (CONEMPRENDE), las siguientes atribuciones:

1. Dictar y modificar los reglamentos, resoluciones y normas que regulan los aspectos técnicos y administrativos de PROEMPREDADOR;
2. Promover la realización de estudios y análisis técnicos, por cuenta propia o a través de PROEMPREDADOR, sobre productos y servicios promovidos por emprendedores, que tengan un alto componente de innovación o potencial exportador, con la finalidad de adoptar estrategias específicas;

3. Enviar al Poder Ejecutivo para su aprobación las propuestas de políticas públicas para promover el emprendimiento y la innovación;
4. Conocer y aprobar las solicitudes de asistencia técnica y financiera negociadas por Proemprendedor;
5. Desarrollar comunicación y coordinación interinstitucional adecuadas con las demás instituciones y entidades educativas públicas y privadas que tienen incidencia o relación, por su naturaleza, operatividad y por disposiciones legales, con el tema del emprendimiento y la innovación;
6. Revisar la ejecución del presupuesto de PROEMPRENDEDOR;
7. Todas las demás funciones conferidas por la presente Ley y sus reglamentos.

Artículo 10. Sede. La sede de CONEMPRENDE y PROEMPRENDEDOR estará en la ciudad de Santo Domingo, pudiendo establecer oficinas en todo el territorio de la República de acuerdo a las necesidades de la población y a sus disponibilidades presupuestarias, con la finalidad de poder realizar sus labores de orientación, educación y tramitación a los emprendedores en todo el territorio nacional.

Artículo 11.- Sesiones.- El Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial (CONEMPRENDE) sesionará ordinariamente por lo menos una (1) vez por mes, para conocer de los asuntos de su competencia; y de manera extraordinaria, siempre que lo estime necesario el Presidente, el Director Ejecutivo de PROEMPRENDEDOR, o mediante solicitud de por lo menos dos (2) de sus miembros, expresando en cada caso el motivo y objeto de la convocatoria. Las decisiones se tomarán válidamente con la aprobación de por lo menos seis (6) de sus miembros. La forma de organización de las sesiones y la participación de entidades o personas externas a la entidad se reglamentará dentro de los sesenta (60) días de promulgada la presente Ley.

Artículo 12.- Resoluciones y Reglamentos.- Las resoluciones y reglamentos que dicte el Consejo Nacional para el Emprendimiento y la Innovación Empresarial (CONEMPRENDE) serán de aplicación obligatoria en todo el territorio nacional, exceptuando aquellas que tengan un ámbito de aplicación limitado de conformidad con lo que las mismas señalen.

CAPITULO III DEL REGISTRO NACIONAL DE EMPRENDEDORES

Artículo 13.- Creación del Registro Nacional de Emprendedores: PROEMPRENDEDOR administrará y coordinará un Registro Nacional en el cual será inscrito todo nuevo proyecto emprendedor que se acoja a alguno de los incentivos o programas establecidos en la presente Ley.

Párrafo I: El proceso de inscripción se realizará libre de costo para el solicitante y tendrá una vigencia de un año, renovable por iguales períodos hasta que la empresa alcance los tres años y medio desde su constitución.

Párrafo II: Las nuevas empresas dispondrán de un plazo de sesenta (60) días calendario a partir de la obtención del Registro Nacional de Contribuyente para proceder a inscribirse en el Registro Nacional de Emprendedores.

Artículo 14.- Calificación para incentivos. Sólo los proyectos emprendedores inscritos en el Registro Nacional de Emprendedores podrán acogerse a los incentivos y programas establecidos en la presente Ley.

Artículo 15.- Informaciones relevantes. Al momento de su Registro, todo proyecto emprendedor deberá ofrecer la información relevante de su iniciativa empresarial, incluyendo sus socios o accionistas, capital invertido, domicilio social, lugar o lugares de operación, número de empleados, tipo de actividad, y cualquier otro dato que se establezca mediante Reglamento de aplicación de la presente Ley o Resolución de CONEMPRENDE.

Artículo 16.- Verificación. Las autoridades de PROEMPRENDEDOR podrán en todo momento verificar la veracidad de las informaciones provistas al momento del Registro, mediante inspecciones y comprobaciones al efecto.

Párrafo: Una vez verificadas, PROEMPRENDEDOR podrá otorgar certificaciones que den constancia de la veracidad de la información relativa al proyecto de emprendimiento, las cuales podrán ser requeridas por la Dirección General de Impuestos Internos en caso de resultar necesario.

CAPITULO IV POLITICA NACIONAL DE FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO Y LA INNOVACION

Artículo 17.- Política Nacional de Emprendimiento e Innovación Empresarial.- El CONEMPRENDE tendrá a su cargo la elaboración y aplicación de una política nacional de emprendimiento e innovación empresarial que perseguirá de manera principal los objetivos generales previstos en el artículo 2 de la presente Ley. Dicha política incluirá al menos los siguientes componentes:

- a) Implementación de un programa de facilitación de trámites para la creación de nuevas empresas;
- b) Promoción del establecimiento de redes, clústers y proyectos de asociatividad para iniciativas emprendedoras;
- c) Promoción de programas de soporte técnico y administrativo a empresas emprendedoras;
- d) Desarrollo de programas de promoción de emprendimiento e innovación para grupos de mayor vulnerabilidad;
- e) Desarrollo de programas de promoción de emprendimientos para empresas tecnológicas y de innovación;
- f) Establecimiento de mecanismos de colaboración pública-privada para flexibilizar y facilitar el acceso a financiamiento de las empresas emprendedoras.

Párrafo: CONEMPRENDE realizará las consultas y gestiones necesarias con los organismos y entidades competentes para la aplicación de la referida política, con la finalidad de cumplir los objetivos de la presente Ley.

SECCION I SIMPLIFICACION DE TRÁMITES EMPRESARIALES

Artículo 18.- Establecimiento del Sistema de Simplificación de Trámites Empresariales. PROEMPRENDEDOR, de forma conjunta con las entidades públicas y privadas que se indican más adelante, establecerá los mecanismos necesarios para el diseño, adopción e implementación de un Sistema de Simplificación de Trámites Empresariales para los procesos de creación e inicio de operaciones de empresas. Este sistema podrá abarcar cualquier trámite y procedimiento realizado por la Administración Pública, autoridades municipales y por aquellas entidades que por ley desempeñen una función administrativa.

Artículo 19.- Objetivos. El Sistema de Simplificación de Trámites de Creación de Empresa tendrá los siguientes objetivos:

- a) Procurar la reducción de los tiempos y costos directos e indirectos relacionados con la creación de empresas;
- b) Alcanzar una mayor eficiencia en los procesos de las entidades públicas involucradas, a través de la reducción del número de trámites y de la eliminación de requisitos repetidos;
- c) Lograr un aprovechamiento máximo de los recursos tecnológicos en los procesos de creación de empresas;
- d) Establecer mecanismos de comunicación interinstitucional que faciliten los intercambios de información entre las entidades públicas competentes;

- e) Propiciar la disponibilidad y el intercambio de información sobre los trámites y sobre el estatus de cada proceso;
- f) Establecer una Ventanilla Única de Trámites de Formación de Empresas para la creación e inicio de operaciones de empresas, con un único procedimiento, único expediente y único pago, con plazos máximos establecidos y descentralización de decisiones.

Artículo 20.- Principios. El Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas responderá a los principios de celeridad, racionalización de trámites, estandarización de procesos, presunción de buena fe, información y publicidad, unicidad de procesos, descentralización, legalidad y maximización del uso de recursos tecnológicos.

Artículo 21.- Trámites incluidos. El proceso de simplificación de trámites se realizará por etapas e incluirá todos los pasos necesarios para la creación de empresas, así como para el inicio de sus operaciones, incluyendo de forma no limitativa el registro de nombre comercial, obtención del Registro Mercantil y obtención del Registro Nacional del Contribuyente (RNC). Se implementará igualmente una Ventanilla Única de Formación de Empresas para autorizaciones, registros y permisos en los distintos Ministerios y Direcciones para empresas sectoriales especializadas, incluyendo los relativos a proyectos de construcción, turismo, regulación sanitaria y permisos medioambientales.

Párrafo: Se establecerá al menos un punto de contacto de la Ventanilla Única de Trámites de Formación de Empresas en cada provincia del territorio nacional, además de un sistema virtual que permita realizar los trámites por vía electrónica desde cualquier lugar del país.

Artículo 22.- Comisión Nacional de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas.- Se crea la Comisión Nacional de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas, encargada de diseñar, planificar, coordinar y ejecutar la política nacional de simplificación de trámites para creación de empresas y para otras autorizaciones.

Artículo 23.- Integrantes.- La Comisión Nacional de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas estará integrada por:

1. El Ministro de Industria y Comercio o su representante, quien lo coordinará;
2. El Presidente o representante de la Federación Dominicana de Cámaras de Comercio;
3. El (la) Director (a) Ejecutivo (a) de cada Cámara de Comercio y Producción que funcione en el país;

4. El Director de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI);
5. El Director de la Oficina Presidencial para las Tecnologías de Información y Comunicación (OPTIC);
6. El Director de la Dirección General de Impuestos Internos (DGII);
7. El Director del Consejo Nacional de Competitividad (CNC);
8. El Director del Instituto Nacional de Promoción de Emprendimiento y la Innovación Empresarial (PROEMPRENDEDOR).

Párrafo I: La Secretaría Técnica de la Comisión estará a cargo de PROEMPRENDEDOR.

Párrafo II: La Comisión podrá decidir sobre la integración de otros titulares de entidades públicas relacionadas con los procesos de inicio de operaciones de empresas y con las autorizaciones y permisos especiales, en la medida en que dichos trámites se incorporen al Sistema de Simplificación de Trámites. No obstante, esos miembros adicionales sólo tendrán voz y voto respecto a los procesos y trámites que conciernan directamente a las entidades que representan.

Párrafo III: Los miembros de la Comisión ejercerán sus funciones de forma honorífica.

Artículo 24.- Funciones.- Serán funciones de la Comisión Nacional de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas las siguientes:

1. Proponer al Poder Ejecutivo los proyectos de Reglamentos necesarios para el funcionamiento e implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas;
2. Identificar las modificaciones legislativas y reglamentarias necesarias para la implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas y proponer al Congreso Nacional y al Poder Ejecutivo los proyectos de normativas que se requieran para lograr la adaptación de nuestro marco jurídico aplicable;
3. Diseñar los procesos técnicos y administrativos, formularios y documentos que conformarán el Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas;
4. Elaborar y coordinar la implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas, a través de la instalación y puesta en ejecución de la Ventanilla Única de Trámites de Formación de Empresas;
5. Suscribir todos los acuerdos que resulten pertinentes para la implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas;

6. Procurar financiamiento de organismos internacionales para la realización de consultas y para la planificación e implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas;
7. Contratar consultores o personal técnico para el desarrollo e implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de la Formación de Empresas;
8. Coordinar, supervisar y vigilar la implementación y funcionamiento de la Ventanilla Única del Sistema de Simplificación de Trámites de la Formación de Empresas;
9. Establecer los protocolos y los controles de calidad de los procesos y trámites a implementar;
10. Disponer la implementación de nuevas etapas del Sistema de Simplificación de Trámites de la Formación de Empresas, a través de la inclusión de nuevos trámites y servicios; y,
11. Aceptar todas las medidas e iniciativas necesarias para el proceso de preparación y aplicación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas y para la instalación y funcionamiento de la Ventanilla Única de Trámites de Formación de Empresas y sus puntos de contacto.

Párrafo: La Comisión Nacional de Simplificación de Trámites Empresariales recibirá el apoyo financiero de PROEMPREDDEDOR para la implementación del Sistema de Simplificación de Trámites de Formación de Empresas, así como de cualquier tipo de asignación del presupuesto nacional, así como de aportes de organismos internacionales o entidades privadas.

SECCION II DE LOS CENTROS DE INCUBACION DE EMPRESAS

Artículo 25. Centros de Incubación.- CONEMPRENDE y PROEMPREDDEDOR brindarán apoyo y facilitarán el establecimiento de Centros de Incubación de Empresas en todo el territorio nacional con la finalidad de acompañar el desarrollo de ideas que tengan un alto potencial de comercialización.

SECCION III DE LA FACILITACIÓN DEL FINANCIAMIENTO PARA PROYECTOS EMPREDDEDORES

Artículo 26.- Política de financiamiento y acceso al crédito. - Se establece como una prioridad del Estado la promoción de políticas de financiamiento para proyectos emprendedores de micro, pequeñas y medianas empresas, por lo que

los órganos regulatorios competentes deberán adoptar las políticas públicas necesarias para facilitar el acceso al crédito de las nuevas empresas.

Artículo 27.- Del Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FOMIPYMES).- PROMIPYMES, de forma conjunta con PROEMPRENDE, ofrecerá financiamiento de corto, mediano y largo plazo a proyectos emprendedores mediante el Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FOMIPYMES) establecido en la Ley No. 488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), de fecha 30 de diciembre de 2008. En ese orden, serán destinados únicamente a proyectos emprendedores al menos un veinticinco (25%) de los fondos destinados a financiamiento según lo establecido en el acápite b del Párrafo II del Artículo 14 de dicha Ley.

Artículo 28. Creación de Redes de Inversión.- CONEMPRENDE y PROEMPRENDOR promoverán la creación de redes de inversionistas y de inversionistas ángeles, mediante el aporte del apoyo logístico y técnico para su estructuración, integración, capacitación y funcionamiento inicial, con la finalidad de que se hagan autosostenibles.

CAPITULO V REGIMEN DE ESTIMULO A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Artículo 29.- Requisitos para optar por los incentivos. Pueden beneficiarse de los incentivos fiscales establecidos en la presente Ley, los proyectos emprendedores que cumplan con los requerimientos establecidos a continuación:

- 1) Haber sido inscrito en el Registro Nacional de Emprendedores;
- 2) No ser parte vinculada directa o indirectamente a otras empresas bajo los parámetros definidos en la presente Ley;
- 3) Debe tratarse de una micro, pequeña o mediana empresa;
- 4) La inversión realizada por terceros interesados en acogerse en los incentivos de la Ley no podrá superar el cuarenta por ciento (40%) del capital societario de la empresa emprendedora y el control de la sociedad deberá mantenerse siempre en manos del emprendedor fundador.

Artículo 30.- Estímulo Tributario por Reinversión. Por un término de diez (10) años a partir de la vigencia de la presente Ley, se establece una exención de impuesto sobre la Renta para proyectos emprendedores equivalente al cien por ciento (100%) de la renta reservada y reinvertida durante los tres primeros años a partir de la constitución.

Artículo 31.- Estímulo Tributario a la Inversión en proyectos emprendedores. Las personas jurídicas que realicen inversiones en proyectos emprendedores se beneficiarán de una exención de Impuesto Sobre la Renta a pagar por el inversionista equivalente a un cien por ciento (100%) del monto invertido.

Párrafo I: Dicha exención será aplicada de forma proporcional a los montos que la empresa emprendedora pagará por concepto de impuesto sobre la Renta cada año, hasta alcanzar el cien por ciento (100%) de la inversión realizada.

Párrafo II: La exención establecida en el presente artículo podrá ser aplicada hasta por cinco años desde el inicio de las operaciones de la empresa emprendedora.

Párrafo III: El monto acreditable a que se refiere el presente artículo no podrá superar el 25% del Impuesto sobre la Renta a pagar por el inversionista en el año fiscal en el que se aplique el crédito.

Artículo 32.- Afiliación al SDSS.- Las empresas nuevas micro, pequeñas y medianas que sean calificadas por Proemprendedor tendrán un régimen especial de ingreso y cotización al Sistema Dominicano de Seguridad Social (SDSS) de un año contado a partir de su inicio de operaciones. La afiliación, cotización y participación en el Sistema tendrá un carácter obligatorio siguiendo las condiciones y los mecanismos trazados en la presente Ley y en el Reglamento de Afiliación y Fiscalización de Empresas Emprendedoras Calificadas que a tal efecto deberá dictar el Consejo Nacional de la Seguridad Social, dentro de los noventa (90) días de promulgada la presente Ley.

Párrafo: Las empresas calificadas pagarán durante el primer año el 100% de la cotización correspondiente al Seguro Familiar de Salud, y el 50% de la cotización correspondiente por concepto de pensiones y de riesgos laborales. A partir del segundo año del inicio de su operación, la Tesorería de la Seguridad Social actualizará la base de datos y realizará los cambios en el sistema para que dichas empresas inicien sus cotizaciones bajo el régimen regular, debiendo pagar la totalidad de la cotización de conformidad con el marco legal vigente en materia de seguridad social.

Artículo 33.- Exención del Pago de Anticipo de Impuesto Sobre la Renta.- Las empresas calificadas por Proemprendedor estarán exentas del pago del anticipo de Impuesto sobre la Renta durante sus primeros tres años de operación.

Artículo 34.- Exoneración del Pago de los Beneficios de la Empresa.- Quedan exceptuadas de pagar el salario de participación en los beneficios de la empresas

establecido en el Código de Trabajo de la República Dominicana, las empresas calificadas por Proemprendedor, durante los tres (03) primeros años.

CAPITULO VI DISPOSICIONES FINALES

Artículo 35.- Modificación Art. 5 Ley 392-07. Se modifica el Artículo 5 de la Ley 392-07 de Competitividad e Innovación Industrial de fecha 4 de diciembre de 2007, de manera que en lo adelante se lea lo siguiente:

“Artículo 5.- Órgano Rector: PROINDUSTRIA tendrá un Consejo Directivo como el órgano rector encargado de proponer e impulsar las políticas de desarrollo y modernización del sector industrial de la República Dominicana, el cual estará integrado de la siguiente forma:

- 1) El Secretario de Estado de Industria y Comercio, quien lo presidirá;
- 2) El Secretario de Estado de Economía, Planificación y Desarrollo, miembro;
- 3) El Director Ejecutivo del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), miembro;
- 4) El Director Ejecutivo del Consejo Nacional de Competitividad (CNC), miembro;
- 5) El Director General de Aduanas, miembro;
- 6) El Director General de Impuestos Internos (DGII), miembro;
- 7) El Director General de PROINDUSTRIA, quien tendrá voz pero no voto;
- 8) Cinco (5) representantes titulares y sus respectivos suplentes del sector industrial escogidos por las asociaciones industriales dominicanas y ratificados cada dos años. La selección de representantes deberá atender los criterios de representatividad regional, tamaño de las industrias, industrias tradicionales y no tradicionales y potencial exportador. Las asociaciones industriales podrán escoger sus representantes siguiendo los criterios establecidos sin importar su membresía en una o varias o ningunas de las asociaciones industriales existentes;
- 9) El Director del Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional (INFOTEP).
- 10) El Director del Instituto Nacional de Promoción del Emprendimiento y la Innovación Empresarial (ProEmprendedor).

Párrafo I.- Las asociaciones industriales encargadas de la escogencia de los representantes titulares y los suplentes del sector industrial ante el Consejo Directivo son: La Asociación de Industrias de la República

Dominicana (AIRD), la Asociación de Empresas Industriales de Herrera (AEIH), Asociación de Industrias de la Región Norte (AIREN), Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa (CODOPYME), Asociación de Industriales de Haina (AIH) y la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO). La presente enumeración no excluye la participación en la escogencia de los miembros del sector privado de otras asociaciones industriales que pudiesen surgir luego de entrada en vigor de la presente ley.

Párrafo II.- El Consejo Directivo estará facultado para establecer órganos de trabajo dentro del Consejo y/o de PROINDUSTRIA incorporando otros representantes del sector industrial y del sector público relacionado con los fines de la presente ley. Podrá igualmente recomendar al Poder Ejecutivo la modificación de la composición del Consejo atendiendo a la evolución del sector, del entorno y las necesidades detectadas tras la puesta en funcionamiento de la institución. La solicitud deberá ser debidamente motivada y contar con el respaldo unánime de los miembros del Consejo.

Párrafo III.- Podrán ser invitados para casos especiales con voz, pero sin voto, los siguientes funcionarios: El Secretario de Estado de Trabajo, el Secretario de Estado de Educación Superior, Ciencia y Tecnología, el Director General del Instituto Dominicano de Seguros Sociales, el Director de Normas y Calidad Industrial (DIGENOR), el Secretario de Estado de Medio Ambiente, el Administrador General del Banco Agrícola y del Banco Nacional de Fomento de la Vivienda y la Producción, así como cualquier otro funcionario de interés.

Párrafo IV.- Los titulares de las entidades estatales que conforman el Consejo Directivo sólo podrán hacerse representar por sus subalternos jerárquicos inmediatos, en las áreas directamente relacionadas con PRONDUSTRIA. El representante deberá ser siempre el mismo, salvo sustitución permanente.

Párrafo V.- En caso de que por efecto de la ley una cualquiera de las instituciones públicas que integran el Consejo Directivo sea fusionada, absorbida o de cualquier otra forma pierda su personalidad jurídica como entidad pública, la vacante que ocurra en el Consejo Directivo será suplida por un representante designado al efecto por el Poder Ejecutivo, siempre observando un equilibrio entre la participación del sector público y del sector privado.

Párrafo VI.- Las funciones del Consejo Directivo se ejercerán de manera honorífica, sin importar la naturaleza de la misma, con excepción del Director General.”

Artículo 36.- Modificación Art. 4 Ley 488-08. Se modifica el Artículo 4 de la Ley 488-08, que establece un Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), del 30 de diciembre de 2008, de manera que en lo adelante se lea lo siguiente:

“Artículo 4.- Integración. El Consejo Nacional PROMIPYMES está integrado por:

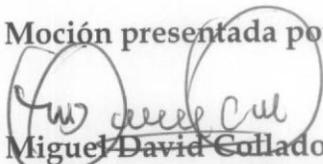
1. El Secretario o Secretaria de Estado de Industria y Comercio, quien lo presidirá;
2. El o la Directora General de PROMIPYMES, como Secretario.
3. El o la Directora General de PROINDUSTRIA;
4. El o la Directora General del Consejo Nacional de Competitividad (CNC);
5. El o la Administradora General del Banco de Reservas;
6. El o la Presidenta de la Confederación Dominicana de la Pequeña y Mediana Empresa, Inc. (CODOPYME);
7. Un o una representante de las cooperativas empresariales que oferten servicios financieros a las MIPYMES, presentado por las confederaciones, consejos y federaciones de asociaciones empresariales que agrupan cooperativas;
8. Un o una representante de las organizaciones representativas del sector industrial de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa presentado por las Confederaciones, Consejos y Federaciones de asociaciones empresariales que agrupan industrias de las MIPYMES.
9. Un o una representante de las organizaciones representativas del sector comercio detallista de la micro, pequeña y mediana empresa presentado por confederaciones, consejos y federaciones de asociaciones empresariales que agrupan al sector del comercio detallista de las MIPYMES.
10. Un representante de Instituto Nacional Técnico Profesional (INFOTEP).
11. El Director del Instituto Nacional de Promoción del Emprendimiento y la Innovación Empresarial (ProEmprendedor).”

Artículo 37.- Derogación. La presente ley deroga y sustituye cualquier otra legislación o disposición que le sea contraria.

Proyecto de Ley sobre Emprendimiento e Innovación Empresarial

DADA en la Sala de Sesiones de la Cámara de Diputados, Palacio del Congreso Nacional, en Santo Domingo de Guzmán, Distrito Nacional, capital de la República Dominicana, a los () días del mes de () del año dos mil once (2011); años 168 de la Independencia y 149 de la Restauración.

Moción presentada por



Miguel David Collado

Diputado por el Distrito Nacional

4. Modelo de encuesta al público objetivo

Encuesta de conocimiento y emprendimiento Proyecto Alerta Joven

Nombre del encuestador: _____
Nombre del encuestado: _____
Lugar / Provincia: _____
Numero de encuesta: _____

Buenos días/tardes,

Esta es una encuesta destinada a obtener datos estadísticos relacionados con el Proyecto Alerta Joven que ejecuta Entrena Consulting. Estos datos serán plasmados en el Trabajo de Grado de Delffin Peralta y Juana Fuentes, estudiantes de término de publicidad de la Universidad APEC, los cuales están realizando una investigación relacionada con el Proyecto mencionado. Estamos interesado en conocer su opinión, por favor, ¿sería tan amable de contestar el siguiente cuestionario? La información que nos proporcione será utilizada para saber de sus conocimientos con relación al emprendimiento. El cuestionario dura 5 minutos aproximadamente,

Gracias!

Perfil del encuestado

Edad: _____	Sexo: Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>		
Nivel de estudios: Primario <input type="checkbox"/>	Secundario <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	Universitario <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>

Cuestionario

1-) ¿Trabaja actualmente?

Si No

2-) Si la respuesta anterior fue "si", favor indique en que sector.

Público Privado Independiente

3-) ¿Para usted, que es una persona emprendedora?

4-) ¿Se considera usted una persona emprendedora? explicar respuesta

5-) ¿Quién cree usted que pueda emprender mejor un negocio?

Hombre Mujer Cualquier persona que se lo proponga

6-) ¿Cuales características considera más importante en una persona que emprende un negocio?
Marque todas las que crea

Valentía Inteligencia Dinero
Persistencia Organización Innovación
Pasión Creatividad Autoestima
Visión Coraje Otras: _____

7-) ¿Como percibe usted a una persona emprendedora?

Ejemplo a seguir Mal ejemplo Indiferente

8-) ¿Cree usted que una persona emprendedora con negocio propio, puede tener un mejor resultado económicamente que siendo empleado?

Si No No se

9-) ¿Cree usted que el Estado ayuda a aquellas personas que quieren emprender un nuevo negocio?

Si No No se

10-) ¿Le gustaría usted emprender su propio negocio?

Si No No se

11-) ¿Por qué usted no ha empezado un negocio propio?

Estoy trabajando la idea Soy dueño de mi propio negocio No me interesa
Nací para ser empleado Me falta apoyo económico Otras: _____

12-) ¿Estaría interesado en apoyar una campaña social que trabajara con jóvenes para que puedan ser emprendedores y crear su propio negocio?

Si No No se

5. Transcripción de Entrevista realizada a Saschia Seibel, Directora del Proyecto Alerta Joven

NOMBRE: Saschia Seibel

ORGANIZACION: Alerta Joven

POSICION: Directora del Proyecto Alerta Joven

1- ¿Cómo Directora del proyecto Alerta Joven, que funciones desempeña?

Bueno mi función es más bien supervisar y delegar que todas las personas que están bajo el Proyecto, incluyendo los especialistas de los sub acuerdos que están respondiendo a los resultados del Proyecto, igualmente hacer las conexiones de alianzas público-privadas y la relación con el donante que es la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional esas son mis tres mayores funciones.

2- ¿En que se basa la rama de desarrollo laboral en Alerta Joven?

Los jóvenes de nosotros, son jóvenes muy en riesgo, son jóvenes muy vulnerables entonces nosotros tenemos dos caminos de desarrollo laboral para ellos, la vía formal y la vía informal, nosotros proyectamos que un 40% de nuestros jóvenes puedan ser insertados en el mercado formal y un 60% irán al mercado informal, de ese 60% un 12% debe recibir microcrédito para empezar su propia empresa.

3- ¿Cuáles han sido los obstáculos y los beneficios de trabajar con personas jóvenes?

Tu sabes que los mayores obstáculos que hemos tenido no son por los jóvenes, es con las organizaciones, las entidades gubernamentales que no se coordinan para nada, los ministerios que tiene acciones dispersas, pero con los jóvenes la

respuesta ha sido impresionante, tú los convocas y ellos están ahí, ellos quieren tener oportunidades, yo creo que no he sentido una falta de respuesta por ellos mismos, es más por todos los que tenemos que aliarnos para trabajar por ellos.

4- ¿Alerta Joven ha tenido buena aceptación y resultado?

La aceptación ha sido tremenda en los jóvenes, yo creo que Alerta Joven más que un Proyecto, es un movimiento, yo estaba en Capotillo, en el Simón Bolívar y tu sientes como el programa empieza a cobrar vida propia, como te decía en ese sentido, hay mucha gente que se resiste, que nos cuestiona que cosa estamos haciendo y todo eso, así que es un poco de ir y conquistar al público en general.

5- ¿Para usted, cuáles podrían ser los beneficios de ser un joven emprendedor?

Primero un emprendedor nace, o sea, un emprendedor es una persona que tiene características de emprendedor, tú no puedes construir un emprendedor, tú lo puedes moldearlo, apoyarlo, ayudarlo, pero realmente es una persona que tiene que tener un deseo, luego que esa persona tiene el deseo, ahí es donde entramos nosotros como apoyo, lo primero en organizarle, en tener un plan de negocios, donde tenga todo lo segundo es y lo digo muy alto, mientras este gobierno no flexibilice sus políticas de creación de empresas para jóvenes, esta economía no va a echar para adelante, no vamos a echar para adelante porque no puede ser que un joven que no tenga recursos, no se le den las facilidades para empezar una empresa, esa es mi queja mayor entorno a esto, el Presidente habló de la creación de 400 mil nuevos empleos, ¿Cómo rayos, nosotros vamos a crear esos 400 mil nuevo empleos? Lo tercero es que el joven debe tener un estímulo, ¿Cuál es el estímulo para el joven si se la ponemos tan difícil? Debería

ser una estímulo económico, a través de fondo semilla, fondo para el microcrédito a tasa cero, etcétera. Definitivamente debemos de construir los estímulos para los jóvenes.

- 6- ¿Qué beneficio tiene para la sociedad trabajar campañas sociales que ayuden a los jóvenes a emprender su propio negocio?

Es un beneficio para todos los lados, es un beneficio país como crecimiento, jóvenes productivos se traduce a jóvenes que no están en situaciones de riesgo, la única manera de combatir pobreza, es generando riquezas, generando recursos, entonces realmente en ese sentido yo creo que al desarrollo de la sociedad en general. Número dos, es algo más de inversión en una población que es la población del futuro inmediato, muchas veces los programas de inversión van a niños o muchas veces van a medio ambiente o muchas veces van a otras cosas donde nuestro problema como país más grande de problema inmediato, es la juventud y la seguridad ciudadana y yo creo ese es el beneficio que tiene este Proyecto. Los jóvenes son los próximos trabajadores, son los próximos Senadores, o sea, la influencia que nosotros tengamos ahora va a tener un impacto directo en los próximos diez años de nuestra sociedad.

- 7- Sobre Políticas Públicas de juventud

¿Tú sabe porque está en construcción en nuestra página?

Porque lamentablemente tenemos una Ley 49-00 que es completamente retrograda, hemos hecho en el Ministerio de la Juventud, todas las sugerencias posibles de cuál debe ser la ruta para encaminar para nosotros realmente poder decir: óyeme tenemos una ruta hacia logra políticas claras de juventud, que no

sea solo 16 artículos y un pedacito de papel, entonces, el organismo rector de políticas públicas de juventud que es el Ministerio de la juventud, Alerta Joven no puede pretender sustituir al Ministerio, Alerta Joven debe trabajar con el Ministerio, ahora, el Ministerio tiene que tomar acciones más claras, esto no se trata de juramentar 26 consejeros municipales, esto se trata de incidir en todos los Ministerios y en todas las políticas públicas de jóvenes, entonces ahora mismo nosotros estamos involucrados con UNFPA en lo que es la revisión de los resultados del Foro Nacional de Políticas Públicas de Juventud 2013, estamos haciendo una recomendación al Ministerio de Juventud, pero definitivamente si el Ministerio no asume... ¿Qué nosotros hacemos? Y eso es algo que nos tranca, y tú oyes a los jóvenes, ellos demandan, ellos quieren, los jóvenes participan, tiene las inquietudes y las disposiciones, y esto es más que política, esto es desarrollo de población como tal.

6. Transcripción de Entrevista realizada a Yvelisse Reyes, Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven

NOMBRE: Yvelisse Reyes

ORGANIZACION: Alerta Joven

POSICION: Especialista en Construcción de Capacidades

- 1- ¿Cómo Especialista en Construcción de Capacidades del Proyecto Alerta Joven, que funciones desempeña?

Mi primera función es detectar las necesidades del desarrollo del personal de cada una de las organizaciones implementadoras del proyecto alerta joven, para yo saberlo, yo implemento un análisis Foda, donde investigamos cuales son las fortalezas y debilidades de las organizaciones, porque lo que me interesa es desarrollar el potencial humano, el potencial técnico, general, administrativo y financiero de las organizaciones que están implementando el proyecto Alerta joven. En este caso estoy trabajando con 19 organizaciones, la técnica no solo permite descubrir las fortalezas y debilidades, sino que también nos muestra las oportunidades y amenazas que tiene la organización para ser más competitiva y sostenible su intervención dentro del contexto de las comunidades donde están, la población a la cual sirve, y dentro de la realidad económica, política, cultural del país. Trabajamos entrevistas y acompañamiento junto con el gerente de contratos de la institución, análisis financiero administrativo en cuanto le llamamos auditoria previa, acompañamiento para ir conociendo cuales son los sistemas financieros, los procedimientos, las políticas de recursos humanos, las políticas de los controles financieros y conocer como tienen estructurado los activos fijos e inventarios de los equipos de mobiliario, entonces vemos si tienen un sistema

administrativo financiero como lo implementan, cuales son las dificultades que tienen y se le da un acompañamiento, lo hace la gerencia de contratos, yo le acompaño en ese proceso y la especialista trabajamos en equipo, la especialista de sub donaciones y la asistente de contratos. Le damos un monitoreo, un acompañamiento, es decir, un coaching, cuando hemos detectado dificultades que tienen, ya sea en el manejo interno de por ejemplo, políticas de recursos humanos, entonces, en este monitoreo internos, ellos van colocando fechas para cumplir la actividad, y nosotros vamos, visitamos, y volvemos y realizamos de una en una las actividades que tenían que cumplir, y que ellos mismo pusieron su fecha de cumplimiento, y nos mantenemos en ese monitoreo fortaleciendo en ellos la toma de decisiones para que ejecuten lo que dicen que van a hacer, porque generalmente el desarrollo de capacidades es un proceso lento, muchas veces y vamos partiendo de lo que ellos hacen, de lo que ellos son, para ir construyendo juntos una nueva manera de hacer las cosas. Yo tengo muchas funciones dentro de mi área, por ejemplo, todas las organizaciones están elaborando sus propuestas para aplicarles alerta joven ya sea por invitación directa o concursos, me toca acompañarlas, brindar asesoría técnicas, que lo hago a través de citas, reuniones, Skype, correos, diferentes medios, y llamadas, y muchos más lo hacemos en reuniones para ir construyendo capacidad en la elaboración de la propuesta, también las reviso después de que las envían, con todos sus anexos que tiene y luego también trabajo con la gerencia de contratos cotejando que las actividades que tiene la propuesta coincida con lo que está presupuestado. Luego de que ya la propuesta se aprueba trabajamos con los planes operativos anuales, en mi rol de desarrollo capacidades trato de hacerlo a través de talleres, reuniones en donde trabajamos como se elabora un plan de un proyecto y luego se trabaje la

implementación del plan. Luego el monitoreo como desarrollo de capacidades, Estoy trabajando también en un mapeo de la comunidades, en cada una las provincias donde trabaja el proyecto, ese mapeo es básicamente para que las organizaciones, porque este proyecto pretende y está creando alianzas público privadas, tipos como ONGs, entonces las organizaciones que implementan el proyecto es fundamental que conozcan y tengan a mano directorios de esas otras organizaciones, y nosotros también como Entrena, para que puedan trabajar convenios de cooperación, puedan hacer referimientos y contra referencia para la implementación de actividades en el proyecto. Facilito diferentes tipos de talleres, osea los talleres que he ido mencionando los creo y también los imparto.

2- ¿Qué relación tiene la posición que desempeña con la rama de desarrollo laboral en Alerta Joven?

Tengo mucha relación porque la propuesta tiene un componente de inserción laboral que es el resultado 2.3 del proyecto, entonces yo tengo que velar porque ese componente este reflejado tanto en la metodología de trabajo de la propuesta, en la descripción del programa, en las actividades de la propuesta y también en todo lo que es monitoreo y evaluación, en unos planes que hacemos de monitoreo y evaluación que lo tiene cada propuesta, tengo que vigilar que estén las actividades, pero que también estén los indicadores de inserción laboral. Y que se encuentren los planes de esas actividades y los reportes.

3- ¿Cuáles han sido los obstáculos y los beneficios de trabajar con personas jóvenes?

Creo que eso sería estigmatizar, decir personas jóvenes, porque las personas son las personas, y no importa si es chico, maduro. Es decir, la mayor dificultad es por ser persona, y por cultura organizacional y de país, la mayor dificultad es que generalmente la gente todavía no hay tanta coherencia entre lo que dice que va a hacer y lo que ejecuta, y esos problemas de desarrollo humano y de cultura.

4- ¿Alerta Joven ha tenido buena aceptación y resultado?

Excelentes resultados, porque realmente estamos articulando una red multidisciplinario y sostenible para la prevención de la violencia y el crimen, y lo estamos haciendo no con teoría sino como oportunidades que se le están brindando a los jóvenes, a través de las 19 organizaciones que están actualmente y de otras que van a venir implementando los subacuerdos que tenemos con ellos, entonces, a través, de las organizaciones que están desde boca chica hasta puerto plata, los jóvenes están recibiendo todo lo que es desarrollarse como personas recibiendo cursos técnicos, preparándose para empleos, desarrollando microempresas, están siendo vinculados a oportunidades de empleos, están trabajando con ellos todo lo que es educación, retención escolar, lo que es insertarlos a la escuela. Y se están beneficiando de espacios para crecer, y los maestros están también capacitándose en metodología Quantum Learning, EpC, hay realmente un movimiento grande. Y cuanto a los proyectos de Salud están ofreciendo muchas prevenciones para VIH, ETS, salud sexual reproductiva, y están preparando a los jóvenes para que

puedan usar y disfrutar de su sexualidad sin ningún riesgo, pruebas, uso consistente del condón, y estamos trabajando con ellos el componente de políticas de juventud para que estén puestas en prácticas, capacitamos ya 119 representantes de organizaciones, incluyendo actores juveniles a nivel de Santiago, San Francisco y el Distrito Nacional, y las organizaciones que están trabajando con ellos, y están implementando unos proyectos donde están trabajando la ley general de juventud, todo lo que son los derechos, realmente en el país, 85 mil que es nuestra meta, van a recobrar un nuevo sentido de su vida.

5- ¿Para usted, cuáles podrían ser los beneficios de ser un joven emprendedor?

El mayor beneficio de un joven emprendedor es que va a sentir y valga la redundancia, que su vida tiene sentido, porque cuando tú no tienes que depender ni del padre, ni de la madre, y no tienen estos jóvenes en riesgo, no tienen de quien le pueda subsidiar y brindarle todo lo que necesita para el sano desarrollo, entonces el joven emprendedor siente ya que su vida recobra sentido, porque puede dedicarse a algo que le está beneficiando a nivel humano, pero también a nivel económico y a nivel social, entonces ya ese joven siente que está aportándole a su vida y a la sociedad y que puede seguir avanzando, porque pone su esperanza en algo que realmente si se desarrolla adecuadamente y se le da un buen acompañamiento hasta que él pueda por si solo seguir emprendiendo lo que está haciendo, yo creo que tiene todas las de ganar en este mundo, a pesar de que hayan tantas dificultades en base a lo que es la situación económica social y política del país. Va ganado en todos los sentidos. Yo sé de eso, porque yo fui emprendedora desde jovencita, y ser

empresaria cuando jovencita, a temprana edad me hizo estar independiente, saber que yo tenía para comprarme ropa, para útiles de escuela, eso te cambia la vida.

- 6- ¿Qué beneficio tiene para la sociedad trabajar campañas sociales que ayuden a los jóvenes a emprender su propio negocio?

Que la sociedad ya no tendría tanta gente dependiente de ella, sin tener tampoco la capacidad que dependa, sería una sociedad más autónoma, sería una sociedad que realmente tiene personas que están aportando productivamente, entonces ya no va a tener esa dependencia, no crea vínculos de dependencia, para mí eso es lo más importante.

7. Transcripción de Entrevista realizada a Erielba Gil, Especialista en Inserción laboral del Proyecto Alerta Joven

NOMBRE: Erielba Gil

ORGANIZACION: Alerta Joven

POSICION: Especialista en Inserción Laboral del Proyecto Alerta Joven

- 1- ¿Cómo Especialista en Inserción Laboral del Proyecto Alerta Joven, que funciones desempeña?

Coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas al componente de Inserción Laboral del Proyecto Alerta Joven. Dicho componente tiene como propósito principal desarrollar las capacidades técnicas y las habilidades emprendedoras del joven beneficiario a través de capacitaciones técnica-vocacional, cursos de autoempleo y habilidades para la vida, a fin de que sea un ciudadano productivo en la sociedad dominicana, ya sea mediante un empleo en el mercado formal o creando su propia microempresa. Estos programas además de generarles capacidad de ingresos a los jóvenes, les ayuda también a disfrutar de una vida más saludable libre de crimen y violencia.

- 2- ¿Qué relación tiene la posición que desempeña con la rama de desarrollo laboral en Alerta Joven?

Todo... que te puedo decir, porque realmente el componente de inserción laboral tiene que ver totalmente con la capacitación técnica vocacional del joven, acceso a micro crédito, con el fin de general o crearle generación de ingresos. Crearle generación de ingresos a través de estos programas, ya sea a través de un empleo formal o creación de su micro empresa.

3- ¿Cuáles han sido los obstáculos y los beneficios de trabajar con personas jóvenes?

Particularmente desde mi área que es inserción laboral, el mayor obstáculo que se puede presentar en los jóvenes es que quieren todo rápido, si quieren un empleo, quieren un buen salario. Que incluso retrasa mucho el proceso porque no se quieren visualizar desde abajo primero. Digo nosotros porque somos jóvenes, y yo misma estoy aun en el rango de juventud que establece la ley dominicana. Unos de los beneficio es la disposición y creatividad que tienen en esas edades, se le puede sacar beneficio a sobre todo las ideas de negocios por la creatividad que tiene estos.

4- ¿Cómo ha sido la respuesta de las empresas colaboradoras con las que trabaja?

Realmente super positiva, si son organizaciones socias ellos tiene el compromiso de poder llevar al joven y de encaminarlo a conseguir un empleo formal. Cooperan en todos los sentidos, y más porque se les contrata para prestar un servicio, de lo contrario no fueran empresas asociadas. Por otro lado, con el sector empresarial hay muchos obstáculos y muchas limitantes porque no aportan vacantes requeridas ni les quieren dar la oportunidad de la primera experiencia de trabajo.

5- ¿Cuál es el beneficio de la inserción laboral para un joven emprendedor?

Un cambio total, desde su vida personal, familiar, profesional y socioeconómica, no necesariamente tienen que ser emprendedores, puede ser un empleado formal o informal, hasta en su autoestima.

8. Transcripción de Entrevista realizada a Yasser Jordan, Viceministro de emprendurismo del Ministerio de La Juventud de República Dominicana.

NOMBRE: Yasser Jordan

ORGANIZACION: Ministerio de la Juventud

POSICION: Viceministro de emprendurismo

1. ¿Para usted que significa emprender?

Emprender es iniciar un negocio partiendo de una idea que necesita ser transformada mediante un proceso creativo hasta convertirla en un negocio real preferiblemente formal y que sea capaz de generar empleos. Normalmente, emprender conlleva riesgo, esfuerzo y trabajo. Existen varios tipos de emprendedores: el emprendedor empresarial o de iniciativas económicas, el emprendedor por necesidad y el emprendedor social.

El emprendedor empresarial o de iniciativas económicas desarrolla su negocio en un mercado de bienes y servicios. Estos emprendedores poseen la visión, la creatividad y la determinación asociada a los negocios, es decir, buscan un beneficio económico como resultado de su accionar. El emprendedor por necesidad surge como resultado de una situación de no tener empleo o la insatisfacción de su ingreso económico, esto en el caso de que posea empleo. El emprendedor social busca mejorar las condiciones de vida de personas de escasos recursos o con alguna necesidad. No busca un beneficio económico ya que su motivación es el cambio social.

2. ¿Cuáles deben de ser las aptitudes de una persona emprendedora?

Las aptitudes de un emprendedor son muchas, pero las principales son poseer gran sentido de creatividad, autoconfianza, perseverancia y compromiso. Pero también, debe tener conocimiento de que emprender conlleva riesgo por lo que hay que ser propositivo y tener la madurez para lidiar con el fracaso.

3. ¿Sobre qué se trata la Ley de emprendimiento en República Dominicana?

Actualmente existe un Anteproyecto de Ley sobre Emprendurismo e Innovación Empresarial del diputado ante el Congreso Nacional del PRD por la Circunscripción No.1, Distrito Nacional; David Collado. Sin embargo, el 19 de mayo de 2014 fue lanzada la Estrategia Nacional de Emprendimiento del Poder Ejecutivo. Cuya misión es y cito la Estrategia Nacional de Emprendimiento de la Republica Dominicana "Crear, apoyar e impulsar una cultura de emprendimiento e innovación, asumiéndola como una forma de vida en los dominicanos y dominicanas, que asegura la formación, el liderazgo, la competitividad y la sostenibilidad de las nuevas empresas creadas a partir de la misma". También y desde el Ministerio de la Juventud estamos en el proceso de elaboración de una guía básica sobre emprendimiento "Guía Juventud Emprende" la cual tiene como objetivo principal motivar a jóvenes dominicanos y dominicanas a convertir una idea en un negocio propio, mediante un lenguaje juvenil, ilustraciones, ejemplos de proyectos emprendedores reales, información sobre a cuales instituciones acudir para recibir apoyo y un Emprende Diccionario, que definirá las palabras claves del emprendimiento. La guía está pautada ser presentada en el Foro Nacional de Políticas Públicas de Juventud, Octubre-2014.

4. ¿Cuáles son los beneficios de los emprendedores?

Todo emprendedor tiene múltiples beneficios, desde lo personal o particular hasta lo general o colectivo, dependerá del tipo de emprendimiento. Definitivamente un emprendimiento siempre provocara cambios y recursos al creador de la empresa y sus empleados pues generan riquezas lo que por supuesto tiene un impacto positivo en la economía.

9. Fotos





 Ce
y Pro

- ▲ Salón Mu
- ▲ Taller Dise
- ▲ Taller de C
- ▲ Taller de E
- ▶ Laborato
- ▶ Taller de

Financiado por la

Emprendedores
2do Nivel
Juana Pralle





