

TÍTULO DEL PROYECTO: Oportunidades de formación y empleo a mujeres rurales mediante Redes de Distribución Inclusivas (RDI) en Honduras.

NÚMERO DE PROYECTO: HO-M1043

EQUIPO DE PROYECTO: Carlos Güiza (MIF/AMC), César Buenadicha (MIF/AMC), Gladys Morena Gómez (MIF/CHO), Aminta Pérez-Gold (MIF/AMC), Conrado Fuentes (CID/CHO), Dora Moscoso (MIF/DEU), Mariel Sabra (MIF/CAR), Maritza Vela (MIF/AMC), Jessica Olivan (MIF/WEE), Sarah Miers (MIF/AMC), Laura Tora (MIF/KSC) y Luciane Juliani (LEG/NSG)

I. RESUMEN DEL PROYECTO

La reciente crisis migratoria debida a la falta de oportunidades económicas y laborales unida a la creciente violencia en los países que conforman el llamado Triángulo Norte¹, ha impulsado la creación de una estrategia que identifica la creación de oportunidades económicas, el desarrollo del talento humano, la seguridad y el fortalecimiento institucional como pilares fundamentales para el desarrollo. En relación con los dos primeros pilares, el gobierno de Honduras ha desarrollado estrategias de capacitación que actualmente cubren centros populares y las denominadas ‘zonas calientes’ en las principales cabeceras urbanas pero, y a pesar de presentar avances satisfactorios, la estrategia de formación no alcanza a cubrir zonas rurales ni apoya suficientemente la generación de ingresos, dejando especialmente desatendidas a mujeres jóvenes vulnerables de caer en manos de grupos ilegales de migración o bandas delincuenciales.

Con el fin de apoyar a esta población, el grupo Juvenil Dion ha desarrollado los Talleres Móviles (TM), una metodología innovadora que consiste en llevar capacitación técnica y de empleo a lugares donde no es posible su acceso, contribuyendo a solucionar el problema de formación empresarial con una oferta adaptada a las necesidades específicas de cada región. Sin embargo, aunque los TM han mostrado resultados positivos, requiere de ajustes para fortalecer la oferta de oportunidades de generación de ingresos en zonas remotas. Es por ello que este proyecto propone la creación del modelo de Talleres Móviles Inclusivos (TMI), una metodología innovadora de formación técnica y desarrollo empresarial que complementa el modelo de talleres móviles con la incorporación de Redes de Distribución Inclusiva (RDI). A través del establecimiento de alianzas con empresas privadas interesadas en distribuir sus productos en estas zonas, instituciones financieras de cobertura nacional e instituciones proveedoras de servicios de soporte², el grupo Juvenil Dion promoverá la creación de RDI las cuales ofrecerán oportunidades estables de generación de ingresos para mujeres vulnerables de zonas rurales, mediante la distribución de productos y servicios en comunidades de bajos ingresos. El reconocimiento de marca, la logística y el conocimiento de competitividad empresarial

¹ Plan regional de El Salvador, Guatemala y Honduras. 2014. “Lineamientos del plan de la alianza para la prosperidad del triángulo norte”.

² De acuerdo con la experiencia del FOMIN primero en Microfranquicias y luego en RDI; para que los beneficiarios en la base de la pirámide emprendan un camino seguro hacia el desarrollo empresarial (3E’s), es necesario articular la mayor cantidad de servicios de apoyo en las zonas atendidas. Estos servicios parten de la articulación con otras ONGs y entidades del gobierno y pueden variar desde el suministro de apoyos en seguridad alimentaria, articulación con otras cadenas de comercialización, programas de vivienda, hasta modelos experimentales de aseguramiento en salud y microseguros de vida. BSD Consulting. 2014. SCALA: Strategic Recommendations. Pg. 6.

proporcionado por las RDI³ permitirán mitigar el riesgo de fracaso de estas mujeres en su camino hacia el desarrollo laboral y empresarial.

Para la realización del proyecto Dion constituirá alianzas con entidades públicas, privadas y de cooperación internacional, entre las que se encuentran el Instituto Nacional para la Formación Profesional (INFOP), Eurocosmética y la Fundación Interamericana (FIA). Con el proyecto los beneficios de los TMI serán llevados a 320 mujeres de zonas rurales y sus resultados y aprendizajes contribuirán a la consolidación de un modelo con gran potencial de escalamiento para la inserción laboral y desarrollo empresarial en poblaciones rurales pobres en coordinación con actores clave para su sostenibilidad y futuro escalamiento.

La gestión estratégica del proyecto se dará en el marco de la facilidad “*Empoderamiento Económico de poblaciones de bajos ingresos a través de su integración en redes de distribución inclusivas basadas en Microfranquicias*” - SCALA (RG-M1234), que busca consolidar y escalar modelos innovadores de redes de distribución inclusiva, pero que para el caso de Honduras, las incipientes condiciones del mercado hacen necesaria una intervención que genere un primer experimento que pueda luego ser escalado.

II. CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO AL MARCO DE ACCESO

El proyecto contribuye al logro de los objetivos del FOMIN de promover el desarrollo del sector privado y la reducción de la pobreza mediante la facilitación de alianzas con empresas privadas que contribuirán al empoderamiento económico de mujeres que viven en condiciones adversas, mediante su integración en un canal para llevar sus productos y servicios a zonas rurales, desarrollando de esta forma sus habilidades técnicas, empresariales y financieras y contribuyendo al fortalecimiento de redes y emprendimientos.

Los resultados medibles contribuirán a los objetivos de conocimiento de las estrategias de emprendimiento social e innovación, agenda de jóvenes y de empoderamiento económico de la mujer, al buscar soluciones innovadoras a problemas sociales, mediante la experimentación con metodologías de distribución apoyadas en alianzas que buscan el bienestar de mujeres jóvenes en Honduras.

III. INFORMACIÓN

PAIS:	Honduras	COOPERACIÓN TÉCNICA:	USD\$150,000	43%
UBICACIÓN:	Zonas Periurbanas de Tegucigalpa y dos Zonas	CONTRAPARTE:	USD\$200,000	57%

³ Las redes de distribución inclusivas (RDI) construyen a partir de mejores prácticas de conceptos tales como negocios inclusivos, valor compartido, responsabilidad social empresarial, etc. con el fin de impactar positivamente del desarrollo económico y social de las personas en la base de la pirámide. Bajo un enfoque de alianzas, las RDI entrelazan el trabajo de una empresa ancla, una microfinanciera y una entidad de soporte, generando una estructura ‘gana-gana’ que busca beneficiar a todos los actores al tiempo que se aprovecha el segmento en la base de la pirámide como consumidor y distribuidor. BSD Consulting. 2015. SCALA Springboard Document. The Power of Downstream: Inclusive distribution for development.

	Rurales			
AGENCIA EJECUTORA:	Grupo Juvenil (Dion)	CONFINANCIAMIENTO:		
AREA DE ACCESO:	AMC	MONTO TOTAL DEL PROYECTO:	USD\$350,000	100%
AGENDAS:	Emprendimiento Social e Innovación / Jóvenes y Empoderamiento económico de Mujeres (EEM)	NÚMERO DE BENEFICIARIOS DIRECTOS:	320 Mujeres	
OPERACIONES DEL BANCO COMPLEMENTARIAS:		NÚMERO DE BENEFICIARIOS INDIRECTOS:	1,280 personas que conforman el núcleo familiar de la beneficiarias.	
		PUNTAJE QED:		

IV. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA(S)

Las perspectivas de ingresos son especialmente sombrías para las mujeres en zonas rurales de Honduras⁴. Las mujeres representan el 37,2% de la fuerza laboral y sólo el 42% de este porcentaje participa efectivamente del mercado formal, en comparación con 90% de participación de la fuerza laboral masculina. La tasa oficial de desempleo para mujeres es del 6,1% aproximadamente, que a su vez es 50% más alta que la tasa de desempleo de hombres, que se registra en 4,1%. Por otra parte, el 93% de mujeres de la población económicamente activa se consideran subempleadas y sus salarios se encuentran por debajo de la media⁵.

Como alternativa a la falta de oportunidades derivadas de la desigualdad laboral en relación con los hombres, la necesidad de mantenerse al cuidado de su familia y el poco acceso a capacitación técnica, estas mujeres desarrollan emprendimientos que comprenden desde la elaboración de productos derivados de la agricultura y la ganadería, hasta productos no agrícolas como artesanías (fibra, barro, maíz), rosquillas, ventas de semillas de jícara, casabe, bordados, tajadas de plátano y otras actividades de comercio al por menor, lo que para Honduras representa el segundo renglón de ocupación a nivel nacional con un 21% después de la agricultura. En este renglón, las mujeres rurales tienen salarios aproximados de \$1,684 lempiras mensuales (US\$78), una tercera parte en comparación con el salario mínimo de otros sectores como el agrícola calculado en \$5,385 Lempiras (US\$250) y el de maquilas en \$5,730 (US\$267). Adicionalmente, los emprendimientos de estas mujeres no cuentan con el ambiente adecuado para llevar a cabo estas actividades, tanto por el espacio físico como por la escasez de equipos e instrumentos y la inexistencia de condiciones de inocuidad, dificultando su trabajo, limitando la calidad de sus productos y atentando contra la calidad de vida de su familia. La mayoría no está organizada, y no tiene acceso a redes que les podrían facilitar y ampliar el acceso a servicios para la producción y la comercialización de sus productos.

Estos hechos ilustran la incapacidad del mercado de producir suficientes oportunidades económicas estables, especialmente para mujeres en zonas rurales, creando una falla de mercado que les obliga a

⁴ World Data Bank. The World Bank. http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx#s_1

⁵ Instituto Nacional de Estadísticas. Honduras.

iniciar emprendimientos informales que no superan niveles de ingresos de subsistencia, y cuyo fracaso en general trae condiciones económicas peores que las anteriores. Este tipo de emprendimientos informales que surgen por necesidad, conforman el grueso del 69.6%⁶ del empleo informal hondureño y son liderados por mujeres que rara vez poseen las habilidades y conocimientos necesarios para gestionar su crecimiento sostenible. En este escenario, los pequeños emprendimientos y en general las mujeres rurales en búsqueda de oportunidades de ingresos no son conscientes de la dinámica del mercado y con frecuencia se centran en productos y/o servicios que no responden a las necesidades reales de una base de clientes que además cuenta con bajo poder adquisitivo, impidiendo la generación de ventas requeridas para cubrir sus necesidades básicas y desarrollarse empresarialmente.

Las principales causas que hacen que las mujeres en zonas rurales busquen ingresos a través de emprendimientos informales son:

- i) **Limitadas oportunidades de ingresos y Economía del Cuidado**⁷. De acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE), el mercado laboral hondureño tiene una mayor propensión a absorber mano de obra masculina⁸. Esta desigualdad se refleja en el sector rural donde la escasa empresa privada no contrata mujeres para el desarrollo de actividades mejor remuneradas⁹ por ser socialmente asignadas a hombres, ofreciéndoles salarios en promedio 32% a 50% más bajos¹⁰. Sectores económicos crecientes como la industria textil y de la confección que emplean mano de obra no calificada y absorben el 12,7% del total de mujeres de la fuerza laboral, han venido implementando cambios en su modelo de producción¹¹ que exigen a las mujeres trabajar más horas, repercutiendo principalmente en su carga de trabajo de cuidado familiar. En el caso de Honduras, el 98% de las mujeres asumen de forma casi exclusiva el cuidado de los hijos e hijas y las tareas domésticas, impidiendo su acceso a la educación o cualquier otra actividad que pudiese conducir al desarrollo de sus capacidades e ingresos.
- ii) **Sesgo geográfico y de género en el acceso a capacitación técnica**. A nivel país más del 50% de los Hondureños aún carecen de habilidades suficientes para el trabajo¹². A pesar de que el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) cofinancia iniciativas de formación en 23 zonas urbanas y 'centros calientes' del país, el esfuerzo no alcanza zonas rurales donde tan sólo el 25% de los estudiantes captados son mujeres. Esta brecha de acceso se profundiza con el hecho de que los sistemas formales y no formales de educación en zonas rurales presentan sesgos de género¹³ que hacen que la capacitación técnica dirigida a mujeres jóvenes enfatice en oficios tradicionales que representan una extensión de las tareas domésticas, por ejemplo costura, elaboración de alimentos y nutrición que a su vez presentan niveles más bajos de ingresos y menos perspectivas de desarrollo profesional.

⁶ Lopez Florencia. 2009. Part-time work, gender and job satisfaction. IDB working paper #664. Pg. 25.

⁷ Esquivel Valeria. 2011. La Economía del Cuidado en América Latina. PNUD. Pg. 12

⁸ 44th Multi-Use Household Permanent Survey. 2013. National Statistics Institute (INE).

⁹ Renzi, María Rosa y Fauné, María Angélica. 2004. Perfil de género de la economía del Istmo Centroamericano. PNUD.

¹⁰ Lopez Florencia. 2009. Part-time work, gender and job satisfaction. IDB working paper #664.

¹¹ Maquila Solidarity Network. 2012. Can national competitiveness strategies include decent work? International Development Research Center (IDRC).

¹² Banco Mundial. 2012. Mejores Empleos en América Central: El Rol del Capital Humano.

¹³ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). 2008. Situación de las mujeres rurales en Honduras. Pg. 39

iii) **Poca oferta de financiamiento para la creación de negocios.** El acceso a crédito por parte de mujeres en zonas rurales¹⁴ de acuerdo con cifras del Banco Nacional de Desarrollo Agrícola (Banadesa) es tan solo del 11%. A pesar de contar con productos de financiamiento como el crédito solidario ofrecido por microfinancieras, los montos son bajos (entre \$5,000 a \$10,000 Lempiras – \$230 a \$470 dólares aproximadamente), los periodos de cobro muy cortos (entre cuatro (4) y seis (6) meses) y no ofrecen productos de capital semilla o de arranque, dificultando la reinversión y reflejando el tamaño de subsistencia de los emprendimientos. A nivel país, casi el 30% de los microempresarios identifican el acceso al crédito como uno de los principales obstáculos para el mejoramiento de su competitividad¹⁵.

Las principales **beneficiarias** de este proyecto serán 320 mujeres entre 17 y 35 años¹⁶, desempleadas o subempleadas con ingresos mensuales promedio por debajo de 2.000 lempiras (aprox. US\$94), con núcleos familiares de no menos 4 personas y que habiten en zonas rurales pobres de Honduras. La selección será ajustada y realizada siguiendo la metodología de Dion la cual, entre otros aspectos, involucra una visita al hogar para confirmar su vulnerabilidad.

V. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El **objetivo del proyecto** a nivel de *impacto* es empoderar económicamente a mujeres que viven en zonas rurales de Honduras. A nivel de *resultados*, el proyecto tiene como objetivo probar un modelo de formación técnica y desarrollo empresarial para mujeres en zonas rurales de Honduras, a través del desarrollo de redes de distribución inclusiva (RDI).

El **modelo de intervención** se basa en la creación y consolidación de los Talleres Móviles Inclusivos (TMI) que complementan el **modelo** de talleres móviles (TM) desarrollado por Dion con la incorporación en Redes de Distribución Inclusivas (RDI).

Los TM son una estrategia innovadora de formación técnica y empresarial que Dion ha desarrollado basado en su experiencia, como respuesta a la falta de acceso a la formación laboral en zonas alejadas del país. A través de alianzas con comunidades o autoridades locales en municipios pobres y zonas rurales de Honduras, Dion gestiona los espacios físicos y traslada el personal y los equipos necesarios para brindar formación técnica en estas zonas. Esta metodología de acercar la formación técnica a cada región ha posicionado los TM como estrategia fundamental para la necesidad de desarrollo de capital humano establecida en el plan estratégico del triángulo norte.

Sin embargo, y a pesar del éxito de los TM en formación técnica, tan solo el 20% (aproximadamente 8 de cada 40 capacitados) logra crear empresas que difícilmente sobreviven los primeros seis (6) meses y solo un 5% accede a oportunidades de trabajo al finalizar la formación. Por esta razón el modelo se complementa con RDI. Las RDI constituyen un aporte al pilar de dinamización de oportunidades económicas contempladas en la alianza para la prosperidad del triángulo norte, al trabajar en el segmento de distribución de la cadena de valor con el fin de brindar a comunidades en zonas rurales alternativas de superación de la pobreza a través de acceso a oportunidades de ingreso,

¹⁴ Inam. 2005. Diagnóstico de Género de País 2006-2010. Ante la Pobreza: la Equidad de Género Potencia la Equidad Social. Honduras.

¹⁵ IDB/OVE. 2010. "Country program evaluation 2007 – 2010" RE-390

¹⁶ De acuerdo con cifras oficiales, la mayor parte de personas que emigran se encuentran entre este rango de edad.

empoderamiento y desarrollo empresarial mediante la gestión de alianzas con empresas ancla, microfinancieras y servicios de apoyo¹⁷.

El modelo TMI plantea entonces una **solución** que busca: (i) generar de oportunidades de ingresos y facilitar la economía del cuidado¹⁸ mediante alianzas que acercan a las empresas a zonas rurales, brindando opciones laborales al pertenecer a sus redes de distribución y facilitando el fortalecimiento y creación de emprendimientos que permiten a las mujeres generar ingresos estables desde sus hogares al tiempo que brindan soporte a sus familias, (ii) brindar formación técnica in-situ adaptada de acuerdo con las necesidades de la región y las capacidades de las mujeres que en ella habitan desarraigando limitaciones culturales de género y acercando la oferta de formación técnica y empresarial y; (iii) estimular el financiamiento para la creación de emprendimientos mediante la gestión de alianzas para el fortalecimiento del Fondo de Microconsignación (FMc) administrado por Dion y la facilitación de espacios para que microfinancieras adapten su oferta de productos.

La **intervención** establecerá alianzas con empresas con el fin de fortalecer la formación técnica brindada por los TM en zonas rurales, con el conocimiento del mercado y estrategias de promoción y ventas. Esta relación facilitará a su vez la **Creación o Fortalecimiento** de emprendimientos integrados a la red de microdistribución (**RDI**) de la empresa y apoyará el proceso de búsqueda de trabajo de las beneficiarias que gracias a las nuevas capacidades creadas, podrán trabajar para negocios relacionados con la formación recibida.

Adicionalmente y con el fin de apoyar la creación o fortalecimiento de los emprendimientos, la intervención fortalecerá el FMc creado y administrado por Dion desde hace más de diez años y abrirá la posibilidad para que instituciones microfinancieras adapten sus productos financieros a las necesidades de la red.

A manera de ejemplo, Dion ya se encuentra trabajando en el establecimiento de una alianza con la empresa Eurocosmética dedicada a la distribución de productos de belleza. Eurocosmética, interesada en la ampliación geográfica de sus ventas, proporcionará capacitación de uso de marca y producto, apoyará con estrategias sostenibles de mercadeo y ventas y proporcionará a los emprendimientos y red generada por los TMI inventarios de productos en consignación. Las necesidades adicionales de financiamiento serán cubiertas por el Fondo de Microconsignación de Dion (FMc) fortalecido en alianza con la Fundación Interamericana (FIA) o una microfinanciera aliada con el proyecto. De esta forma las mujeres podrán por ejemplo, encontrar empleo en salones de belleza establecidos, crear o fortalecer sus propios salones de belleza y/o convertirse en microdistribuidoras exclusivas de Eurocosmética¹⁹.

La **innovación** y aprendizaje del modelo se da en la combinación de experiencias de TM con RDI para alcanzar beneficiarios en zonas rurales de Honduras e integrarlos a oportunidades laborales y de desarrollo empresarial. La **sostenibilidad** del modelo de TMI, se basará en tres pilares fundamentales:

¹⁷ BSD, SCALA. 2015. The power of Downstream: Inclusive Distribution for Development.

¹⁸ La definición de Economía del Cuidado extiende la frontera del 'trabajo reproductivo' o 'trabajo doméstico', que se refiere a las tareas relacionadas con la satisfacción de necesidades básicas de los hogares, relacionadas con la vestimenta, la limpieza, la salud y la transformación de los alimentos; al analizar cómo el contenido de cuidado de ocupaciones usualmente feminizadas, penaliza a los trabajadores y trabajadoras que se desempeñan en ellas. Esquivel (2011)

¹⁹ Adicionalmente, La intervención contempla el establecimiento de alianzas con entidades de cooperación como la GIZ para la adaptación de los modelos de capacitación a cada región y programas de financiamiento del gobierno como 'Banca Solidaria.

(i) El compromiso del Instituto Nacional para la Formación Profesional (INFOP) de expandir el modelo, (ii) Las alianzas con empresas privadas como Eurocosmética para cada región y (iii) el desempeño de los emprendimientos y fortalecimientos establecidos por las mujeres con apoyo del proyecto y las cifras de quienes consiguen trabajo gracias a las habilidades adquiridas por el proyecto.

Con el fin de consolidar el modelo TMI para mujeres en zonas rurales, el proyecto desarrollará los siguientes componentes:

Componente 1: Establecimiento de Alianzas con Empresas Privadas para el desarrollo de TMI.

El objetivo de este componente es validar la viabilidad del modelo de distribución inclusiva propuesto y establecer los talleres de formación móviles en las zonas rurales seleccionadas. El componente pondrá a prueba la pertinencia para el mercado de la metodología de formación, consolidará las alianzas con empresas privadas, entidades financieras y programas de financiamiento de emprendimientos del sector público, la viabilidad del FMc y la estrategia de intermediación entre la empresa ancla y las microdistribuidoras (MDs).

Las actividades de este componente incluyen: (i) Establecimiento de alianzas con empresas interesadas en el modelo (ii) Análisis de mercado y de sensibilidad de conflicto²⁰ para la selección de las zonas rurales de implementación del modelo de distribución. (iii) Generación de alianzas con financieras, otros fondos de cooperación y programas de gobierno para el fortalecimiento del FMc, (iv) Identificación y establecimiento de alianzas con organizaciones comunales o alcaldías para el establecimiento de los TM, (v) Definición del modelo de intermediación comercial entre la empresa ancla y las microdistribuidoras.

Componente 2: Proceso de Reclutamiento y Formación Técnica.

El objetivo de este componente es reclutar y constituir una base sólida de potenciales microdistribuidoras, proporcionándoles las habilidades que requiere el mercado para desarrollar emprendimientos exitosos al tiempo que les brinda la flexibilidad necesaria para encargarse de su familia.

Las actividades de este componente incluyen: (i) consolidación de criterios de reclutamiento basados en la experiencia de los socios del proyecto, (ii) generación de alianzas para el fortalecimiento de la formación de acuerdo con la zona a ser intervenida, (iii) Establecimiento del sistema de recolección de datos y desarrollo de metodología de monitoreo, (iv) Adaptación y puesta en marcha de la formación técnica específica del sector y el desarrollo de capacidades técnicas y empresariales para jóvenes y mujeres rurales, (v) Evaluación y ajuste del modelo de negocio, incluyendo aspectos de rentabilidad, diversificación de productos, incentivos y sostenibilidad económica, (vi) Diseño del plan de acompañamiento.

Componente 3: Lanzamiento de los TMI.

El objetivo de este componente es fomentar la vinculación laboral y seleccionar los planes de negocio a ser financiados/fortalecidos y poner en marcha las nuevas empresas de distribución.

²⁰ El Análisis de sensibilidad de conflicto partiendo del mandato de la organización involucrada, comprende el entendimiento de las interacciones entre las actividades de un proyecto y el contexto, con el fin de minimizar los impactos negativos y maximizar los impactos positivos de una intervención en un probable escenario de conflicto. <http://www.conflictsensitivity.org/>

Las actividades de este componente serán: (i) generación de alianzas y fortalecimiento del fondo de microconsignación para zonas rurales. (ii) financiación y puesta en marcha de proyectos empresariales (fortalecimiento, creación y/o red de distribución) de acuerdo con la viabilidad de las propuestas de plan de negocios y disponibilidad de recursos, (iii) acompañamiento en la búsqueda de trabajo a quienes opten por esta opción, (iv) identificación y evaluación de nuevas tecnologías y/o asociaciones y ofertas de productos que puedan reforzar la expansión y/o la rentabilidad de los negocios establecidos, (iv) Generación de alianzas con servicios de apoyo que fortalezcan el crecimiento integral de las MD, (v) Acompañamiento a emprendimientos y RDI.

Componente 4: Gestión del conocimiento y comunicación estratégica.

El objetivo de este componente es documentar y diseminar el conocimiento de forma que se maximice la posibilidad de escalamiento del modelo por parte de entidades del gobierno y otros actores contribuyendo al cierre de las brechas de conocimiento definidas por SCALA y que responden a ¿Cuáles modelos de RDI son sostenibles? y ¿Cuál es el impacto de las RDI para los microdistribuidores?, generando lecciones aprendidas principalmente sobre (i) la capacidad de las RDI de generar ingresos suficientes y el empoderamiento de mujeres en zonas rurales y, (ii) la forma de tratar con juventud rural al apoyar nuevas empresas.

Dentro de las audiencias estratégicas del proyecto se encuentran instituciones públicas como el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP) y privadas como, el Centro de Desarrollo del Recurso Humano (CADERH) y la Fundación Nacional para el Desarrollo de Honduras (FUNADEH). Estas organizaciones están en condiciones de escalar el proyecto mediante la validación de la metodología, su adopción y financiamiento futuro. Otras audiencias identificadas como clave para la sostenibilidad son las empresas proveedoras del sector privado como Eurocosmética y otras identificadas por el proyecto con interés de continuar usando el modelo para ampliar la distribución de sus productos.

Con el fin de satisfacer las necesidades de conocimiento de estas audiencias, se desarrollarán reuniones periódicas de presentación de avances acompañadas por SCALA y un estudio de caso que presente aprendizajes en materia de alianzas de RDI con empresa privada y gobierno. Adicionalmente, la agencia ejecutora elaborará y actualizará anualmente la Hoja de Proyecto.

La experiencia del FOMIN en RDI buscara involucrar **lecciones aprendidas** generadas por proyectos anteriores como: i) Los modelos son más confiables cuando se asocian a una marca reconocida en el mercado (GU-M1051 y ME-M1070), ii) El portafolio de productos debe generar utilidades atractivas a las MD (DR-M1045), iii) El entrenamiento a mujeres debe contar con flexibilidad (ubicación y horario) para que se puedan mantener al cuidado de sus familias (PR-M1023) y iv) se deben apoyar servicios de promoción y mercadeo desde el inicio de la operación (BO-M1056).

Estas lecciones serán complementadas por el proyecto al ser adaptadas para mujeres jóvenes en riesgo en zonas rurales, generando lecciones complementarias sobre i) la flexibilidad de las RDI en contextos rurales con posible incidencia de violencia, ii) los aspectos a tener en cuenta desde la perspectiva de la empresa ancla, la microfinanciera y los microdistribuidores que facilitan su expansión de una zona rural a otra y los iii) aprendizajes en la integración de alianzas para la sostenibilidad con otros actores como entidades del gobierno y la cooperación internacional.

La experiencia técnica del FOMIN con RDI es un activo valioso para el proyecto. La credibilidad del FOMIN atraerá el interés de empresas y otros actores que garantizarán la solidez del modelo y aportarán a su sostenibilidad. Además, su conocimiento sobre juventud y emprendimiento en mujeres apoyará la forma de abordar los problemas adicionales que surgen al tratar con este tipo de poblaciones y que no necesariamente apuntan al problema principal.

Los recursos del FOMIN estarán encaminados a fortalecer el ajuste del modelo en beneficio de las microdistribuidoras para que gradualmente accedan a oportunidades de ingreso, empoderamiento y desarrollo empresarial, mediante la financiación de actividades de gestión de alianzas con empresas, fortalecimiento del FMc, acompañamiento de emprendimientos y redes de distribución y la gestión de servicios de apoyo.

VII. INDICADORES DE RESULTADOS²¹

- Número de negocios con vínculos a aliados estratégicos de negocios (CRF230200)
- Número de nuevas empresas establecidas (CRF230300)
- Número de personas que acceden a productos de crédito (CRF210800).
- Número de personas entrenadas en mejores habilidades de negocio (CRF110100)
- Número de instituciones que reciben productos de conocimiento o participan en actividades de intercambio de conocimiento (CRF 150100)

VIII. INDICADORES DE IMPACTO

- Número de emprendimientos en operación 1 año después de su participación en el programa. (CRF330201)
- Promedio de crecimiento en ventas anuales (CRF330100)
- Número de personas empleadas en un rango de seis meses después de participar en el programa (310200)

IX. IMPACTO SISTÉMICO

- Mercados o sectores que emergen con el apoyo del FOMIN (450600)

X. LÍNEA DE BASE, MECANISMOS DE MONITOREO Y EVALUACIONES

Dion establecerá una **línea de base** que incluya datos de referencia de las participantes, como: ubicación, niveles de ingreso, tamaño de la familia, condiciones de vivienda, educación, servicios de apoyo, etc. El coordinador del proyecto será responsable del **mecanismo de monitoreo** y la recopilación regular de datos para medir el efecto de la intervención sobre los emprendimientos y las RDI.

Se realizará una **evaluación intermedia** dieciocho (18) meses después del inicio del proyecto que partiendo de la línea de base, evaluará información desagregada por zona rural como: i) Pertinencia

²¹ Los indicadores serán desagregados por sexo cuando sea posible.

de la capacitación técnica y empresarial, ii) Indicadores de acompañamiento de la empresa ancla, iii) Acceso a financiamiento y a iv) Servicios de apoyo y, v) Ingreso Promedio de las beneficiarias, entre otros.

XI. AGENCIA EJECUTORA

El organismo ejecutor será **Grupo Juvenil Dion**, una organización sin fines de lucro registrada en Honduras en 1972, con la misión de promover el desarrollo de jóvenes desfavorecidos, proporcionándoles formación técnica para el trabajo que mejore su nivel de vida y los aparte de la violencia. Su portafolio de formación técnica y profesional de Dion abarca seis (6) áreas²² que se adaptan de acuerdo con las necesidades del mercado. Su sede alberga talleres equipados con las herramientas esenciales para que los jóvenes emprendedores ganen experiencia práctica de acuerdo con sus intereses vocacionales que se complementan con el apoyo de un grupo local de especialistas en mercadeo que ofrecen voluntariamente su tiempo para enseñar los fundamentos de diseño y ejecución de estudios y definición de estrategias de mercado y servicio de calidad al cliente.

La experiencia de más de 40 años, ha llevado a Dion a evolucionar su enfoque para generar un mayor impacto en sus estudiantes, primero brindando puramente formación cultural, que se transformó en formación técnica para el empleo, evolucionando en generación de alianzas para la práctica empresarial, hasta la experimentación de diversas formas de financiamiento que llevaron a la creación del Fondo de microconsignación que apoya la creación de empresa entre sus estudiantes desde hace 12 años. Últimamente y además de la creación de los Talleres Móviles que acercan la formación técnica a zonas remotas, Dion también ha sido pionera en metodologías de enseñanza innovadoras como incubadoras de empresas, y "Desayunos de trabajo" organizados para que los jóvenes aprendan de empresarios locales exitosos, así como otras actividades de apoyo comunitario. Esta experiencia lo ha llevado a implementar proyectos con organizaciones nacionales e internacionales, como AECID, USAID y la Fundación Inter Americana (FIA).

Con el fin de brindar sostenibilidad al modelo y apoyar su escalamiento, Dion se ha asociado con otras instituciones de la cooperación Internacional como la **GIZ** para la adaptación de los nuevos currículos, la **FIA** para el fortalecimiento del FMc y **CADERH** para la certificación de sus estudiantes y metodologías de enseñanza. Además, y en base a los aprendizajes de las RDI, el proyecto formalizará alianza con el **INFOP** y al menos dos empresas privadas entre las que se encuentra **Eurocosmética**.

XII. RIESGOS DEL PROYECTO

Riesgos Técnicos. a. Los productos no cumplen con las expectativas y necesidades de los clientes. Para mitigar este riesgo, La agencia ejecutora basada en el estudio de mercado, identificará la empresa ancla con el producto reconocido más adecuado para la zona seleccionada. b. El canal de distribución no mantiene el compromiso de comercializar el producto. El proyecto adecuará la capacitación y los incentivos de las microdistribuidoras con el fin de mitigar este riesgo. Riesgos de Sostenibilidad. No se alcanza el número de ventas necesarias para hacer el canal de distribución sostenible. Cada empresa ancla adaptará su portafolio de productos de acuerdo con la información

²² Belleza, panadería y repostería, peluquería, electricidad, carpintería y computación.

del mercado provista por las microdistribuidoras y definirá estrategias para facilitar su conocimiento en el mercado y comercialización.

XIII. ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES

El proyecto crea un beneficio social directo al proporcionar oportunidades de ingresos a mujeres y jóvenes a través del establecimiento y fortalecimiento de emprendimientos. Entre los beneficios indirectos está la probabilidad de reducir la participación de jóvenes en pandillas y la disminución de iniciativas de migración.

XIV. COMENTARIOS DE LA OFICINA DE PAIS

Este proyecto es innovador al desarrollar RDI en zonas no cubiertas por otras iniciativas. El Grupo Juvenil Dion es una institución comprometida con la capacitación en zonas alejadas y la prevención de la violencia y migración de jóvenes y mujeres en riesgo social. Las alianzas con empresas del sector privado y público, fortalecerán la innovación de la estrategia de TM, garantizando la sostenibilidad del proyecto.