



MATERIAL  
DIDÁCTICO  
PARA LA  
FACILITACIÓN

# EMPODERAMIENTO ECONÓMICO DE LAS MUJERES

**Coordinación:** Cristina Calvo Alamillo

**Textos:** Patricia Álvarez Valera

**Ilustración y diseño gráfico:** Rocío Álvarez Valera

**Edición:** Fundación Mujeres

**Financiación:** Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AEXCID)

Cáceres (España) 2016

# ÍNDICE

## 1. INTRODUCCIÓN A LA GUIA

1.1 Contextualización de la guía.....	2
1.2 Colectivo destinatario.....	3

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

2.1 El Municipio de El Viejo.....	4
2.2 Población destinataria.....	6
2.3 Objetivos y resultados del proyecto.....	7

## 3. FORMACIÓN EN CREACIÓN DE NEGOCIOS RURALES

3.1 Proceso de formación y aprendizaje para la creación de un negocio..	10
3.2 Metodología de aprendizaje utilizada.....	14
3.3 Resumen de los contenidos formativos.....	15

## 4. FICHAS DIDÁCTICAS Y MATERIAL FORMATIVO DE APOYO

Taller 1: Género y Emprendimiento.....	18
Taller 2: Perfil Emprendedor y Microfiltro de ideas empresariales.....	22
Taller 3: Descripción de la oferta y estudio de mercado.....	31
Taller 4: Estrategia comercial.....	39
Taller 5: Plan de Producción y cálculo de costos.....	45
Taller 6: La Administración del Dinero y Contabilidad de una empresa....	53
Taller 7: Contabilidad de una empresa II.....	60

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía.....	67
-------------------	----

# 1. INTRODUCCIÓN A LA GUÍA

## 1.1. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA GUÍA

Fundación Mujeres es una organización no gubernamental y sin ánimo de lucro fundada en el año 1994. El fin de la Fundación es contribuir a la mejora de la situación social y de la calidad de vida de las mujeres, así como al desarrollo de las políticas de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en los diferentes ámbitos social, político y económico, concretándose este fin especialmente en los siguientes objetivos:

- Mejorar la posición de las mujeres en el mercado laboral.
- Fomentar una educación y formación desde la igualdad.
- Apoyar la protección y la defensa de los derechos humanos de las mujeres en el ámbito nacional e internacional.
- Intervenir a favor de la prevención y erradicación de la violencia de género.
- Fortalecer las iniciativas de participación social y política de las mujeres.
- Fomentar el conocimiento social y el análisis de la realidad de las mujeres, de los programas específicos dirigidos a ellas en cualquiera de los ámbitos sociales y de las entidades e instituciones que contribuyen a la igualdad de oportunidades.
- Colaborar y cooperar con los países en vías de desarrollo en aras de su desarrollo, especialmente a través de la mejora de la posición social de las mujeres y de la puesta en marcha de programas que posibiliten el acceso de las mujeres a los beneficios del desarrollo y el crecimiento económico.

Es en el marco de este último objetivo, que desde finales de los años 90 Fundación Mujeres viene desarrollando diferentes proyectos de cooperación al desarrollo con entidades socias de América Latina y África. En estas intervenciones, además de llevar a cabo un acompañamiento durante toda la vida del proyecto, se promueve compartir las experiencias y conocimientos adquiridos por ambas partes, lo que conlleva un aprendizaje y enriquecimiento mutuo.

En este sentido, esta guía nace de la experiencia en creación de empresas de Fundación Mujeres, adaptada a la realidad rural de Nicaragua, y trasladada a la socia nicaragüense ***“Asociación para el desarrollo Integral de la Mujer” (APADEIM)***, mediante la ejecución de talleres y asesoramiento para la creación de empresas de mujeres en el medio rural.

APADEIM es una organización feminista creada en 1996, que facilita procesos de desarrollo humano a través del empoderamiento económico, político y social de las mujeres nicaragüenses, para que puedan ejercer plenamente sus derechos y mejorar sus condiciones de vida, aportando al desarrollo humano sostenible de sus familias y sus comunidades.

La relación entre APADEIM y Fundación Mujeres se inició en 2010 con la participación conjunta en el proyecto *“Prevención de la violencia de género con enfoque de desarrollo comunitario en 16 comunidades de El Viejo, Chinandega”* financiado por el Programa de Cooperación Internacional *“Mujeres y Desarrollo”* del Instituto de la Mujer. Desde este momento, ambas entidades llevan colaborando juntas en el intercambio de conocimientos y experiencias y en la detección de necesidades y en la formulación de proyectos que puedan reducir los principales problemas de estas comunidades, que afectan de manera particular a las mujeres.

Desde enero de 2014 hasta marzo de 2016, ambas entidades han llevado a cabo el proyecto **“Promoción del desarrollo socioeconómico de mujeres con perspectiva de género en el municipio de El Viejo, Chinandega (Nicaragua)”**, financiado por la Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AEXCID). Es en el marco de este proyecto en el que se ha desarrollado esta guía, cuya base es la experiencia de Fundación Mujeres y APADEM.

Desde ambas organizaciones creemos en la importancia de la colaboración y en compartir los conocimientos. Es por eso, que el objetivo de esta publicación se centra en compartir las buenas prácticas adquiridas en este proceso, y nuestra visión del empoderamiento, así como sistematizar los talleres y asesoramientos para la creación de empresas de mujeres rurales llevados a cabo en dicho proyecto. El objeto final de ello es seguir alimentando cada día la semilla hacia una igualdad efectiva y real de las mujeres, para crear una sociedad más justa e igualitaria.

## 1.2 COLECTIVO DESTINATARIO

Esta guía va dirigida a personal técnico de organizaciones no gubernamentales que deseen iniciar o estén iniciando procesos de empoderamiento económico con mujeres. En ella podrán consultar los diferentes componentes de intervención del proyecto desarrollado, así como el itinerario integral de emprendimiento puesto en marcha y los talleres y asesorías desarrollados. Para que estos talleres puedan ser replicados en intervenciones similares, se han desarrollado en este documento las guías metodológicas y materiales necesarios para su aplicación.

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROYECTO.

### 2.1 EL MUNICIPIO DE EL VIEJO<sup>1</sup>

Nicaragua registra los mayores indicadores de pobreza de la región, donde 4 millones de personas (62% de la población) viven en condiciones de pobreza y 2,5 millones viven en situación de pobreza extrema. El área rural, es el que acusa mayores índices de pobreza, con el 76% de la población de estas zonas viviendo bajo el umbral de la pobreza extrema.

La violencia de género sigue manifestándose en sus múltiples tipologías en el país, y ha sido considerada por el Instituto de Medicina Legal (Ministerio de Salud), Decreto Ministerial 67-96, como un problema de salud pública, debido al gran número de casos de violencia existentes en el país y a la pérdida de años de vida saludable en las mujeres. Específicamente el proyecto en el que se enmarca esta guía, se ha desarrollado en 10 comunidades del municipio de El Viejo. Dicho municipio está situado en el noroeste de Nicaragua, con una población de 78.776 habitantes.



Mapa de Nicaragua y detalle del departamento de Chinandega.

A continuación se detallan diferentes aspectos socio-económicos de interés, relacionados con la situación de las mujeres en el municipio:

<sup>1</sup> Todos los datos de este epígrafe han sido extraídos del documento “Programa de Empoderamiento Económico”, elaborado por APADEIM. Para la elaboración del mismo, se han utilizado fuentes externas oficiales: <http://datos.bancomundial.org/pais/nicaragua>, <http://www.inide.gob.ni/>

## Pobreza e inequidad de género

La mitad de la población del municipio vive en el campo, el 45% vive bajo el umbral de la pobreza extrema, 30% vive en pobreza. Al igual que sucede en todo el país, las comunidades de intervención están afectadas por el fenómeno de **feminización de la pobreza**. La pobreza afecta de manera más acusada a las mujeres. Como el entorno en que se desenvuelven no les ofrece oportunidades iguales a las de los hombres, se generan profundas inequidades que les lleva a una posición de subordinación con respecto a los hombres. Dichas inequidades siguen ubicándolas de manera exclusiva en el ámbito doméstico y reproductivo, con escasas posibilidades de acceso a empleo, exclusión del acceso a recursos productivos (tierra, crédito y asistencia técnica), y ausencia de oportunidades de empleo de calidad.

## Bajas tasas de empleo

La tasa de empleo de las mujeres es muy baja. Sólo el 23% de las mujeres recibe una contraprestación económica por su trabajo. Trabajan en las camaroneras, como empleadas domésticas o tienen algún negocio informal. Estas mujeres asumen muchas veces la doble o triple jornada con tareas domésticas, laborales y comunitarias, sobre todo en los casos de las mujeres que son madres solteras o con parejas con insuficiencia renal crónica (IRC).

La producción en el patio es asumida en la mayoría de los casos por las mujeres. En estos patios cultivan frutales hortalizas, y crían gallinas y cerdos para el autoconsumo familiar. No obstante, este aporte a la economía familiar permanece invisibilizado, y no se ve percibe como fuente de ingresos. Esto deriva fundamentalmente de la asignación social de que el patio es una extensión de las actividades domésticas.

La producción agrícola es todavía poco diversificada. La actividad pecuaria que realizan las mujeres se determina principalmente por la crianza de especies menores, como cerdos y gallinas.

En la actividad comercial algunas mujeres están realizando iniciativas económicas en pulperías (ultramarcos), ventas de comida (comedores), destace de cerdo (despiece de cerdo) y tortillería entre otras. Sin embargo, las mujeres no lo ven como negocio, desconociendo sus gastos e ingresos, y sobre todo su ganancia. También hay mujeres comerciantes que llevan a cabo iniciativas de negocio en la venta ambulante de comidas, en los autobuses, en el mercado local y departamental. Su modalidad de trabajo informal es desventajosa por el acoso sexual y la violencia verbal a la que se ven sometidas.

## Acceso a la tierra, la vivienda y el agua

El derecho de las mujeres a la tierra y la vivienda está muchas veces vinculado con la propiedad conyugal y de hombres de la familia. Esta dependencia económica limita el poder de negociación de las mujeres en sus ámbitos familiares, y les hace muy vulnerables a la violencia basada en género.

Las diferencias de género en el **acceso, uso y control de agua** hacen que esta sea una de las necesidades más sentidas por las mujeres: ellas son las responsables de la provisión, cuidado y distribución del agua en los hogares. La recolección de agua recae muchas veces en ellas y sus hijas e hijos, tarea a la que dedican una parte importante de su tiempo.

Por otro lado, existe un alto índice de enfermedades consecuencias de la mala calidad de agua y de sistemas de saneamiento inadecuados. Estas enfermedades recargan el trabajo reproductivo de las mujeres, siendo ellas las responsables de cuidar a las personas enfermas. Así mismo, la falta de acceso al agua limitatambién su producción agrícola. A pesar de todo esto, muchas veces son los hombres quienes tienen el control del recurso hídrico y de las decisiones relativas a su gestión.

## Organización de productoras

En El Viejo hay pocas cooperativas, y muchas de las existentes sólo tienen servicios reducidos. En general podemos decir que la gran mayoría de las productoras no están organizadas. Esto es debido sobre todo a las malas experiencias que han tenido con las cooperativas en el pasado.

## 2.2 POBLACIÓN DESTINATARIA

**La población destinataria** del proyecto, han sido mujeres y hombres residentes en **10 de las comunidades** más empobrecidas de los municipios de El Viejo (Las Chinas, El Congo, Aurelio Carrasco, Mata de Cacao, El Manguito, Pueblo Nuevo, Buena Vista, El Pedregal, Playones, La Curva).

En su mayoría, las mujeres de estas comunidades son personas con bajos niveles académicos, y que desconocían o tenían miedo de ejercer sus derechos. En general, han estado sometidas en una cultura de conformismo ante la burocracia, incumplimiento de instrumentos jurídicos, y de los procedimientos en la atención a la violencia contra las mujeres entre otros.

En total se ha trabajado con:

**94 Mujeres:** la edad promedio de las mujeres es de 34 años. Una gran mayoría no sabe leer ni escribir. Más del 50% tiene nivel de primaria y sólo algunas poseen estudios de secundaria. Obtenían ingresos económicos irregulares, provenientes de actividades laborales inestables como el servicio doméstico, la recolecta de caña de azúcar, el apoyo en la actividad camaronera, y la venta informal de alimentos, bisutería, comidas, etc. Estas actividades les proporcionaban entre 1 y 2 euros al día de media.

**90 Hombres:** convivientes de las mujeres del grupo meta (parejas, hijos, hermanos y/o padres). Su principal dedicación es la actividad agropecuaria de carácter extensivo, trabajando temporalmente como jornaleros en la recolecta de la caña de azúcar. También suelen participar en la actividad camaronera y otras actividades pesqueras.

## 2.3 OBJETIVOS Y RESULTADOS DEL PROYECTO

**El objetivo general** del proyecto ha sido contribuir a la erradicación de la feminización de la pobreza de las mujeres del municipio de El Viejo. Esto se ha hecho a través de un proceso integral de empoderamiento personal, a través del cual se han fomentado las actitudes, capacidades y habilidades técnicas de las mujeres que deseaban poner en marcha sus propias iniciativas empresariales.

De esta manera, estas mujeres se han convertido en agentes activas y participativas de su desarrollo y autonomía. Este proyecto ha facilitado un proceso de empoderamiento económico, que pasa necesariamente por construir iniciativas empresariales de mujeres, no sólo viables en el nivel de subsistencia, sino con capacidad de crecimiento y generación de riqueza.

Sus principales **componentes** han sido los siguientes:

**Fortalecimiento de la conciencia crítica de género** de la población local y **promoción de la participación activa de las mujeres** en el desarrollo socioeconómico de El Viejo. Para ello se plantearon acciones de sensibilización y formación en derechos de las mujeres, e importancia de su participación activa en el desarrollo. Esta formación se dirigió tanto a hombres como a mujeres.

**Mejora de la autonomía de las mujeres**, que se llevó a cabo a través de un proceso integral de apoyo a la generación de alternativas económicas, basado en el desarrollo de actividades agropecuarias, y un proceso integral de creación de negocios productivos, con asesoramiento técnico-productivo y en gestión empresarial de actividades económicas.

Para ello, el proyecto se articuló en base a los siguientes **resultados**:

**Resultado 1: Fortalecida la capacidad de conciencia crítica de género, haciendo énfasis en el empoderamiento económico de las mujeres.** Este resultado se centra en el empoderamiento personal de las mujeres. Se dirige a la toma de conciencia de las causas y consecuencias de los mecanismos de exclusión existentes en el ámbito socioeconómico que afectan a las mujeres, dotando a las beneficiarias de capacidades y herramientas para convertirse en agentes activos y participativos de su desarrollo.

**Resultado 2: Deconstruidas las masculinidades tradicionales de los hombres que comparten el hogar con las mujeres del grupo meta.** Este resultado se centra en hacer conscientes a los hombres de las causas y consecuencias de las desigualdades de género existentes. Así mismo, se dirige a hacerles comprender los beneficios de la participación de las mujeres en la economía para el desarrollo comunitario, y a buscar fórmulas para equilibrar el reparto de responsabilidades entre mujeres y hombres.

**Resultado 3: Fomentada la capacidad de producción y comercialización agropecuaria diversificada de las mujeres rurales de El Viejo a través de la generación de alternativas económicas.** A través de este resultado se trabajó la motivación y capacitación de las mujeres para la creación de negocios rurales y el fomento y diversificación de actividades agropecuarias, todo ello desde una perspectiva de género.

**El valor añadido del proyecto, y la clave del éxito ha sido trabajar de modo conjunto e integral las siguientes premisas:**

**Cambios desde la base**, contando con la **apropiación** de las personas beneficiarias del proyecto.

**Empoderamiento socio-económico de las mujeres**, el cual ayuda no sólo a mejorar las condiciones económicas, aumentando sus posibilidades de independencia económica, sino que también embarca a las mujeres en un proceso de empoderamiento personal y social que mejorará su posición dentro de sus núcleos familiares y de sus comunidades, haciéndolas menos vulnerables no

sólo a la pobreza, sino también a la violencia de género a la que mucha son sometidas.

**Participación activa de los hombres** en el proyecto, que refuerza los procesos, **sensibilizándolos** y haciéndolos piezas vitales de un cambio social duradero, en tanto que será la propia población masculina la que también se comprometa con el ejercicio de la no violencia contra las mujeres.

**Prevención de la violencia de género**, mediante la creación de una Red y de un Observatorio municipal contra la Violencia de Género.

En el marco de la ejecución de este proyecto se han elaborado las siguientes cartillas didácticas, dirigidas al colectivo destinatario del proyecto:

**Resultado 1-** *Cartilla N° 1: “Género, autonomía, empoderamiento económico y derechos de las mujeres”*

**Resultado 2-** *Cartilla N°2: “Género, corresponsabilidad y tipos de masculinidades”*

**Resultado 3-** *Cartilla N° 3: “Manejo de cerdos de patio”*

La presente guía de empoderamiento y género completa esta serie, centrándose en el fomento de la creación de alternativas económicas a través de negocios rurales. A diferencia de las otras guías, que están enfocadas en ser cuadernos de consulta para el colectivo beneficiario, esta guía tiene el objetivo de servir de apoyo para profesionales que quieren trabajar la creación de empresas con mujeres rurales.

### 3. FORMACIÓN EN CREACION DE NEGOCIOS RURALES

El empoderamiento de las mujeres es un factor clave para su desarrollo. La contribución que las mujeres están haciendo al sostenimiento de las economías domésticas y locales se realiza en su mayor parte desde lo informal y privado, lo que resta visibilidad al papel real que están desempeñando para el desarrollo. Sin embargo, no se puede prescindir del valor que aportan y, por tanto, del reconocimiento de las mujeres como agentes de cambio y desarrollo. La importancia de realizar sus actividades económicas en el sector formal de la economía es uno de los elementos clave para su visibilización y reconocimiento, pero también para impulsar el desarrollo efectivo de las comunidades.

El empoderamiento económico de las mujeres conlleva un planteamiento integral en tres dimensiones para reforzar sus capacidades personales, empresariales y políticas.

Cada dimensión tiene unos objetivos claros encaminados a este empoderamiento:

DIMENSIONES	OBJETIVO
<i>Empoderamiento Personal</i>	Apropiarse de sus propios negocios, lo que les dará poder para defender su propiedad, para tomar sus propias decisiones sobre la gestión de los mismos y las hará capaces de profesionalizarse.
<i>Empoderamiento empresarial</i>	Orientar sus actividades económicas hacia el crecimiento y la sostenibilidad y hacia la importancia de formalizar sus empresas como única estrategia de reconocimiento y de adquisición de derechos en el mercado empresarial.
<i>Empoderamiento político</i>	Mejorar el posicionamiento de las mujeres en los espacios de participación política y toma de decisiones del tejido productivo y empresarial de sus territorios de actuación.

Fuente: “Guía práctica para el empoderamiento económico de las mujeres. Documento estratégico”. Fundación Mujeres (2013)

Empoderarse es transgredir.<sup>2</sup> y abordar procesos que aborden las desigualdades e inequidades de género, desde un enfoque integral y holístico del empoderamiento de la mujer que aborde las dimensiones personales, económicas, sociales y políticas.

### 3.1 PROCESO DE FORMACIÓN Y APRENDIZAJE PARA LA CREACIÓN DE UN NEGOCIO

A continuación, se detalla el proceso de formación para la creación de negocios rurales. Este proceso está basado en diferentes fases, que van desde la motivación al emprendimiento y de ahí al acompañamiento para la consolidación de los negocios creados. Este proceso se enfoca desde una perspectiva de género y va ligado a la formación en género que se desarrolla de manera paralela a ésta, y cuyas temáticas pueden encontrarse en la Cartilla N°1 “Género, autonomía, empoderamiento económico y derechos de las mujeres”.

<sup>2</sup> Empoderamiento de las mujeres: conceptualización y estrategias Murguialday Martínez, Clara; 2006

El proceso de formación y aprendizaje para la creación y consolidación de iniciativas económicas se plantea en un itinerario integral de emprendimiento, que comprende los siguientes ejes básicos de actuación:

1. Motivación al emprendimiento
2. Formación para la creación de negocios productivos
3. Intermediación financiera
4. Puesta en marcha del negocio productivo
5. Acompañamiento a negocios productivos

A continuación se detallan las diferentes fases enumeradas:

### **1) Motivación al emprendimiento**

Esta fase tiene dos objetivos principales orientados a favorecer entre las participantes la identificación que cada una tiene ante el emprendimiento y a clarificar la idea empresarial:

- Identificar la posición que cada persona tiene ante el emprendimiento, desde una análisis de género basado en analizar:
  - La trascendencia de pasar de ser mujer ama de casa a ser mujer productora;
  - Los deseos y necesidades individuales y colectivas;
  - Las responsabilidades familiares, tiempos disponibles y conciliación familiar.
- Identificación de la idea de negocio:
  - Poniendo de relieve el currículum oculto;
  - Haciendo un análisis de la previabilidad de la idea.

### **2) Creación de empresas**

Esta fase tiene como objetivos:

- Definir y detallar todos los elementos necesarios a tener en cuenta para iniciar un negocio productivo;
- Analizar las diferentes partes que conforman un negocio;
- Facilitar la elección de las decisiones adecuadas para iniciarlo con mayores garantías de éxito.

Paralelamente con los contenidos que se van desarrollando, se realiza el plan de empresa de cada una de las ideas de negocio. Durante el transcurso de las formaciones se realiza un trabajo conjunto de estudio de la viabilidad de las ideas de negocio. Las participantes, al profundizar sobre aspectos clave de su negocio van corroborando su viabilidad y aportando datos de interés para su estudio. Posteriormente, con toda la información obtenida, el equipo técnico debe realizar un plan de viabilidad comercial, económico y financiero para cada una de las ideas planteadas.

### **3) Intermediación financiera**

Tras realizar un plan de empresa y comprobar la viabilidad del mismo, se realiza una formación financiera en aspectos clave sobre el microcrédito y educación financiera. El objetivo de esta formación consiste en dar seguridad a las mujeres y facilitar la toma de decisiones desde el conocimiento de lo que significa contraer una deuda financiera.

En el marco de este proyecto, se realizó la puesta en marcha de un fondo rotatorio ad hoc. Para ello, se contó con el apoyo de una entidad de crédito con experiencia en la otorgación de microcréditos, con la que se trabajó de manera particular para introducir la perspectiva de género en la gestión concreta de estos microcréditos.

Los microcréditos otorgados siguen el procedimiento de grupo solidario, lo que significa que no se accede al grupo de manera individual, si no que desde cada una de las comunidades se crea un grupo, y todas las integrantes que obtienen un microcrédito asumen la responsabilidad conjunta del grupo.

Es de señalar, que respecto a la otorgación de los microcréditos, estos pueden ser para negocios conjuntos, preferiblemente, pero también para negocios individuales. Cuando ha sido para negocios individuales, se ha hecho fundamentalmente para refuerzo de actividades que ya realizaban las mujeres. Sin embargo, es imprescindible que todas formen parte del grupo solidario. Es por ello que la confianza en el grupo y apoyo mutuo es fundamental.

Las mujeres que acceden a este tipo de microcréditos son conscientes que no son sujetas de crédito de una entidad financiera normal. En la mayoría de las ocasiones en las que han accedido a créditos a través de microfinancieras, las condiciones en las que tuvieron acceso se establecieron con comisiones y tipos de interés altamente elevados. En general con condiciones muy duras y abusivas.

En este sentido, este sistema les facilita el acceso al crédito, tras corroborar la viabilidad de las ideas de negocio a través de los planes de empresa realizados. Esto créditos

están sujetos a unos tipos de interés bajo, aplicados con objeto de garantizar la sostenibilidad del fondo.

El objetivo del fondo rotatorio es facilitar la obtención de recursos económicos para sus negocios, y fomentar su empoderamiento personal por el “poder de decidir”, y el acceso a recursos económicos por ellas mismas y con el aval del propio grupo. La sostenibilidad del fondo es fundamental para dar la oportunidad a otras mujeres de la comunidad a acceder a recursos económicos para iniciar proyectos empresariales. La visión con la que se creó el fondo rotatorio, es que la gestión y administración pase a manos de las mujeres beneficiarias del proyecto en el momento en que estas adquieran la experiencia y los conocimientos técnicos, organizativos y de gestión necesarios para garantizar su sostenibilidad. Hasta ese momento, para la gestión del fondo se cuenta con la experiencia de la entidad de crédito que lo está gestionando.

#### **4) Puesta en marcha del negocio productivo**

Los primeros pasos al iniciar un negocio suelen estar acompañados de muchas dudas iniciales, por lo que se concibe en esta fase un acompañamiento para la puesta en marcha, con la realización de asistencias técnicas individualizadas a cada negocio. Estas asistencias técnicas se realizarán por parte de personal especializado, tanto en temáticas de gestión de negocios productivos, como otras problemáticas que pudieran surgir. Para ello se realizarán asesorías in situ en cada uno de los negocios productivos.

#### **5) Acompañamiento a negocios productivos**

Al iniciarse los negocios productivos, el proceso de consolidación de negocios es vital para fomentar su sostenibilidad y consolidación. Para ello, se trabajan diferentes temáticas para mejorar y optimizar la gestión y administración de los negocios creados. Estas temáticas se llevan a cabo desde una perspectiva práctica, con incidencia en las propias necesidades fruto de la actividad diaria de los negocios.

Se plantea trabajar las siguientes temáticas: contabilidad práctica, control de existencias y materias primas, manejo práctico de los libros de registros y cualquier otra que surja de las necesidades requeridas.

Este acompañamiento se plantea a través de talleres grupales y asistencias técnicas individualizadas.

## ACTIVIDADES TRANSVERSALES

Otro aspecto a resaltar tanto para la creación como para la consolidación de los negocios rurales creados, es la **creación de redes de mujeres**, con objeto de fomentar el empoderamiento colectivo. La organización de las mujeres está considerada una parte importante del empoderamiento de las mujeres para vencer la subordinación. Con la creación de redes de mujeres productoras se persigue:

- Defender sus derechos y la igualdad de género para mejorar la calidad de sus vidas;
- Fomentar la solidaridad y sororidad entre todas las mujeres, bajo la premisa de que todas las mujeres contribuyen significativamente a la economía y desarrollo de sus comunidades (ya sea con la creación de negocios, empleadas, o trabajando como cuidadoras domésticas no remuneradas);
- Fomentar el aprovechamiento en común de bienes y servicios, tales como suministros, redes de comercialización, conocimientos, u otros similares relacionados, con objeto de consolidar los negocios rurales creados.;
- Incidir en el desarrollo económico de sus comunidades de modo sostenible, con un enfoque medioambiental.

### 3.2 METODOLOGÍA DE APRENDIZAJE UTILIZADA

La estrategia de concienciación de las mujeres, y la transmisión de conocimientos previstos se ha llevado a cabo a través de un proceso de reflexión y comunicación participativa, basado en experiencias vivenciales de las mujeres de las comunidades.

La metodología de trabajo pedagógico empleada tiene las siguientes características:

*Participativa y abierta:* las participantes se han constituido en el núcleo de la formación, planteándose los distintos temas de tal modo que se genere un intercambio de información y puntos de vista entre el grupo y el equipo de facilitación.

*Reflexiva, motivadora y vivencial:* para conectar con las necesidades e intereses del grupo y respondiendo a estos. Esto es esencial para conseguir aprendizajes significativos.

*Activa, práctica y lúdica:* aprender haciendo, con ejercicios prácticos que permitan ir avanzando en la creación de su negocio. Las actividades que se desarrollan con estas técnicas permiten fijar los conocimientos aprendidos.

Es de señalar, que para muchas mujeres el deseo de participar en actividades agrícolas, de administración de negocios o de mejora de sus conocimientos, enfrenta obstáculos muy concretos relacionados a la división sexual del trabajo. Encontrar el tiempo para asistir a las capacitaciones y/o reuniones resulta especialmente duro para las mujeres.

Como parte del proceso de sensibilización en género, es necesario implementar medidas específicas para favorecer la participación de las mujeres, de manera que puedan lograr su propio desarrollo. Estas medidas consisten entre otras en:

- Convocar a reuniones y capacitaciones en horarios amigables, según la disponibilidad de tiempo de las mujeres;
- Impartir los talleres en un promedio de tres a cuatro horas máximo;
- Promover la corresponsabilidad de las parejas o familiares hombres en los cuidados de niños y niñas (especialmente durante los talleres), para que las mujeres puedan participar sin interrupción;
- Realizar los talleres y reuniones en lugares en los que las mujeres se sientan seguras.

### 3.3 RESUMEN DE LOS CONTENIDOS FORMATIVOS

En esta guía se incluyen los siguientes contenidos formativos que corresponden a talleres desarrollados en las fases de motivación al emprendimiento y formación para la creación de negocios rurales:

**Género y Emprendimiento:** permite introducir elementos claves del mundo empresarial y la presencia de las mujeres, desde la asignación social de los roles de trabajo.

**Perfil Emprendedor y Pre-viabilidad de la Idea:** se trata de descubrir el perfil emprendedor de las mujeres (currículum oculto), trabajar el análisis del triángulo del éxito (Querer, Poder y Saber), y las ideas, que según criterio de las propias mujeres, podrían desarrollar como negocios. Por último, se realiza un ejercicio de previabilidad de esas ideas.

**Descripción de la Oferta y Estudio de Mercado:** se analiza la importancia de los planes de empresa, así mismo, se trabaja en las características del producto o servicio, se identifica quién es nuestra competencia, y se hace un análisis de la clientela a quien podríamos venderle (mercado potencial). Otro aspecto importante a trabajar en este taller, es el análisis FODA de la idea de negocio.

**Estrategia Comercial:** teniendo en cuenta el análisis del mercado, la competencia y la clientela objetiva, se define la estrategia comercial, en base al conjunto de decisiones y acciones sobre las 5 p del mercado (producto, precio, punto de distribución, persona, publicidad y promoción).

**Plan de Producción y Recursos Humanos:** se aborda el ciclo de producción, identificando las materias primas que necesitamos para obtener nuestro producto, o elaborar un servicio. Se identifican las herramientas y equipo que necesitamos; el tiempo; y personas implicadas en cada uno de los procesos. Se trabaja además los diferentes tipos de costos en que se incurre en el montaje de una empresa, el cálculo y la fijación de precios.

**Contabilidad y Herramientas:** se abordan los temas de contabilidad y sus funciones, así como el uso de herramientas sencillas para su aplicación diaria.

## 4. FICHAS DIDÁCTICAS Y MATERIAL FORMATIVO DE APOYO

A continuación se presenta la información necesaria para el desarrollo de cada uno de los contenidos formativos mencionados previamente. Esta información está estructurada en los siguientes ítems:

- **Título del taller**
- **Ficha resumen** con los objetivos, contenidos, materiales, recursos y duración prevista para la impartición del taller.
- **Ficha metodológica**, en la que se detalla la metodología a utilizar para trabajar cada uno de los contenidos del taller, así como los materiales y fichas de referencia a usar.
- **Material de consulta** para la facilitación de cada uno de los contenidos a tratar en el taller.
- **Fichas de trabajo** entregables al alumnado.

# FICHAS DIDÁCTICAS Y MATERIAL FORMATIVO DE APOYO

# TALLER 1: GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Facilitar un proceso de empoderamiento personal y colectivo de las mujeres, desconstruyendo esquemas patriarcales que desvalorizan a las mujeres en la esfera empresarial</li></ul>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Deconstruir etiquetas sociales asignadas de desvalorización de ama de casa, trabajo doméstico e identificar cómo superar las desigualdades</li><li>▪ Identificar las diferencias entre hombres y mujeres en lo relativo a oportunidades y dificultades en la vida y en los negocios</li><li>▪ Conocer las relaciones de género en el ámbito productivo, reproductivo y comunitario</li></ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Contenidos de la formación género y emprendimiento</li><li>▪ Intercambio de roles</li><li>▪ Ámbito productivo, reproductivo y comunitario</li></ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Papelógrafo</li><li>▪ Tarjetas</li><li>▪ Dibujos e imágenes</li></ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Material de Consulta 1: Contenidos de la formación género y emprendimiento</li><li>▪ Material de Consulta 2: Juego identificación de ámbito productivo, reproductivo y comunitario</li></ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 3 horas</li></ul>

DURACIÓN	TEMA	METODOLOGÍA
60 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Introducción a la formación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se hace la bienvenida a las mujeres participantes y se explica los contenidos de la formación en género y emprendimiento (<b>Ver material de consulta 1: Formación Género y Emprendimiento</b>). A continuación, se detallan los contenidos del taller del día, su metodología y duración.</li> </ul>
30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Presentación de las participantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cada una de las participantes, se presenta indicando las expectativas que tiene de la formación, qué le gustaría aprender y qué necesidades tiene. Se les solicita que compartan sus ideas de negocio, si ya las tienen, o los negocios que están desarrollando en la actualidad.</li> </ul>
45 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intercambio de roles</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se les solicita a las participantes que se agrupen en parejas y que se imaginen que son hombres y piensen qué cosas les gustaría hacer y que no harían. Se escriben las respuestas en tarjetas que se añaden a un paleógrafo, posteriormente se les pide que reflexionen si todas las respuestas que han dado de lo que             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Intercambio de roles puede hacer un hombre pueden hacerlo ellas, y qué limitaciones internas y externas encuentran. Se debate en grupo las respuestas con el objetivo de explorar el deseo o meta que ellas quieren.</li> </ul> </li> </ul>
60 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Relaciones de género en diferentes ámbitos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se va a introducir a continuación los diferentes roles productivo, reproductivo y comunitario. Para ello se realizará un juego donde las participantes, ante diferentes imágenes, deben identificar cada una de ellas a que rol corresponde (Ver material de consulta 2: Juego Identificación de roles). A continuación, en debate en grupo se hará énfasis en los aspectos de triple rol asumido por la mujer, etiqueta negativa de ama de casa y conciliación familiar.</li> </ul>
30 minutos	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Clausura</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por el taller.</li> </ul>

# MATERIAL DE CONSULTA TALLER 1

1. Género y Emprendimiento
2. Identificación de los diferentes roles

## MATERIAL DE CONSULTA 1: FORMACIÓN EN GÉNERO Y EMPRENDIMIENTO

La formación en género y emprendimiento es un proceso secuencial donde las participantes van a ir desarrollando y/o fortaleciendo sus ideas de negocio, concretamente se fortalecerá la motivación al emprendimiento y la formación para la creación de negocios productivos.

Los talleres que se incluyen son los siguientes:

- Género y Emprendimiento
- Perfil Emprendedor y Pre-viabilidad de la Idea
- Descripción de la Oferta y Estudio de Mercado
- Estrategia Comercial
- Plan de Producción y Recursos Humanos
- Contabilidad y Herramientas

El objetivo de la formación es que, de manera paralela a la adquisición de habilidades y conocimientos en la gestión de una empresa desde un enfoque de género, se analice la viabilidad y rentabilidad de las ideas de negocio.

Así mismo, se explicará que se va a utilizar una metodología participativa, abierta basada en aprender haciendo y las normas de convivencia requeridas en los talleres.

## MATERIAL DE CONSULTA 2: IDENTIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES ROLES

### JUEGO IDENTIFICACIÓN DE LOS DIFERENTES ROLES.

A través de un juego las participantes identificarán los diferentes roles que existen y se reflexionará sobre sus aspiraciones, deseos y limitaciones al respecto.

Se requiere diferentes imágenes, dibujos o fotografías que visibilicen las actividades que las mujeres realizan, referidas a roles reproductivos, productivos y de gestión comunitaria. Las mismas se colocarán en una mesa y se prepararán tres tendedores de ropa.

Cada participante debe escoger una imagen y ubicarla en uno de los tendedores que contendrán los siguientes rótulos: reproductivo, productivo, gestión comunitaria.



Tendedor 1:  
Ámbito reproductivo  
y privado

Tendedor 2:  
Ámbito Productivo,  
público y  
empresarial.

Tendedor 3:  
Gestión comunitaria.

Una vez seleccionadas las imágenes, se realizarán preguntas en torno a las siguientes temáticas:

1. ¿Qué limitantes se nos presentan en lo que se hace en cada tendadero?
2. ¿Qué oportunidades se nos presentan?
3. ¿Qué debilidades se deben superar?
4. ¿Cómo nos sentimos asumiendo el triple rol?

Para más información sobre esta temática ver **tema 5: Haciendo valer “Lo reproductivo, productivo y comunitario”**. En Cartilla Nº1: GÉNERO, AUTONOMÍA, EMPODERAMIENTO ECONÓMICO Y DERECHOS DE LAS MUJERES.

# TALLER 2: PERFIL EMPRENDEDOR Y MICROFILTRO DE IDEAS EMPRESARIALES

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fomentar el conocimiento de las propias fortalezas y debilidades personales y seleccionar bajo criterios empresariales una idea de negocio viable</li> </ul>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer los rasgos de la personalidad que son más habituales en las personas emprendedoras</li> <li>▪ Ser consciente de las propias fortalezas (habilidades y experiencia) y debilidades</li> <li>▪ Conocer aspectos a tener en cuenta a la hora de seleccionar una idea empresarial (habilidades-experiencia, recursos, demanda y competencia)</li> <li>▪ Realizar un análisis de previabilidad de las ideas seleccionadas por las participantes</li> </ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perfil Emprendedor y Triángulo del Éxito</li> <li>▪ Curriculum Oculto</li> <li>▪ Pre-análisis Ideas Empresariales</li> </ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Papelógrafo</li> <li>▪ rotuladores, marcadores</li> <li>▪ folios</li> </ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Material de Consulta 1: Perfil Emprendedor y Triángulo del Éxito</li> <li>▪ Material de Consulta 2: Curriculum oculto</li> <li>▪ Ficha de trabajo 1: Currículum oculto</li> <li>▪ Material de consulta 3: Previabilidad de la Idea</li> <li>▪ Ficha de trabajo 2: Criterios de selección</li> </ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 horas</li> </ul>

DURACIÓN		TEMA		METODOLOGÍA	
15 minutos	Introducción al taller	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se hace la bienvenida a las mujeres participantes, seguido de los contenidos del taller del día, su metodología y duración.</li> </ul>			
30 minutos	Presentación de las participantes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cada una de las participantes, se presenta indicando las expectativas que tiene de la formación, qué le gustaría aprender y qué necesidades tiene. Se les solicita que compartan sus ideas de negocio.</li> </ul>			
30 minutos	Perfil Emprendedor	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se les solicita a las participantes que piensen en personas que conocen que tienen negocios y cuáles son las características de personalidad que las definen. Se van apuntando todas estas ideas y posteriormente el equipo formador explica el Triángulo del Éxito (<b>Ver material de consulta 1: Perfil emprendedor y triángulo del éxito</b>). A continuación se abre un período de reflexión, en el que se les solicita que en grupo discutan si las personas que antes han mencionado creen que cumplen con lo descrito en el triángulo del éxito, y posteriormente si ellas mismas en relación a sus ideas empresariales cumplen con las características mencionadas. Se debaten las conclusiones en plenaria.</li> </ul>			
45 minutos	Currículum Oculto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se les explica a las participantes que significa el currículum oculto/ hoja de vida oculta. (<b>Ver Material de consulta 2: Currículum oculto</b>). A través de un ejercicio de reflexión conjunta del grupo, se discute: cómo se han ido adquiriendo las cualidades que tienen en el ámbito privado y trabajo reproductivo; la invisibilización de este trabajo privado por la sociedad; la necesidad de ser conscientes de las mismas y utilidad de estas cualidades en la empresa que quieren poner en marcha. Posteriormente, cada alumna reflexiona de manera individual sobre estas habilidades mediante una ficha. (<b>Ver ficha de trabajo 1: Currículum oculto</b>) donde se enumeran algunas habilidades en un lenguaje sencillo y adaptado a su vocabulario habitual, y se les solicita que anoten si las han aprendido y dónde; y si no las tienen dónde las pueden aprender. Posteriormente se selecciona a varias participantes para que expongan los resultados</li> </ul>			
45 minutos	Pre análisis de la idea empresarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se procede a explicar el porqué es importante analizar si la idea de negocio es viable, a través de un pre-análisis de la idea. (<b>Ver Material de consulta 3: Pre análisis de la idea empresarial</b>). Para reforzar el aprendizaje, se utiliza un ejemplo de una pequeña tienda de venta de abarrotes, tienda de venta de alimentos básicos en las comunidades. Se les entrega a las participantes una ficha de trabajo (<b>Ver ficha 2: criterios de selección</b>) y se conforman grupos según las distintas ideas empresariales. Cada grupo debe realizar este pre análisis sobre su idea. Posteriormente, cada grupo en plenaria, comparte el análisis realizado y se solicita la opinión del resto de participantes.                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Con los criterios de selección completos se procede a valorar la previabilidad de la idea de modo conjunto.</li> </ul> </li> </ul>			
15 minutos	Clausura	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por el taller.</li> </ul>			

## MATERIAL DE CONSULTA TALLER 2

1. Perfil Emprendedor y Triángulo del Éxito
2. Curriculum Oculto
3. Pre-análisis Ideas Empresariales

### MATERIAL DE CONSULTA 1: PERFIL EMPRENDEDOR Y TRIÁNGULO DEL ÉXITO

Nada garantiza que nuestra personalidad, nuestros estudios o la cantidad de dinero que tengamos sea una base segura para que cuando iniciemos una empresa vayamos a tener éxito.

Por ejemplo, hay personas que tienen muchos estudios y pueden poner en marcha un negocio que no tiene éxito, y hay personas que no tienen ningún tipo de estudios que han puesto en marcha empresas de gran éxito.

Sin embargo, sí que hay algunos aspectos que tienen que ver con nosotras, que pueden ayudar a que cuando queremos poner en marcha un negocio tengamos más posibilidades de que prospere, es lo que denominados **el triángulo del éxito**.

El triángulo del éxito se basa en tres cosas: **QUERER, SABER Y PODER**.

**QUERER (Actitudes):** Tiene que ver con nuestra forma de ser, con nuestras habilidades personales. Algunas de estas actitudes básicas para iniciar un negocio con éxito son las siguientes:

1. Motivación. Cada persona tiene que encontrar su motivación y cuanto mayor sea mejor. Sin motivación no se puede emprender. Existen diferentes tipos de motivaciones: hacer algo que me gusta, ser mi propia jefa, trabajar en equipo, generar mayores ingresos, etc.
- 2.
3. Optimismo y no tener miedo al fracaso. Si siempre piensas que todo te va a salir mal, lo más probable es que salga mal, hay que tener una actitud positiva a la vez que realista. Al mismo tiempo hay que evitar tener miedo al fracaso, el mayor fracaso es no intentarlo.
4. Autoconfianza en una misma. Es necesario generar una actitud de confianza en una misma, para mejorar la autoconfianza es recomendable pensar y ser consciente de todos los éxitos que hemos tenido en nuestra vida.

5. Iniciativa-Capacidad para tomar decisiones. Los mercados cambian constantemente, se presentan muchas situaciones distintas a las que hemos planteado en un inicio, y tenemos que saber adaptarnos. Es necesario tener iniciativa y ser capaces de tomar decisiones.
6. Energía / Perseverancia / Comprometida. El éxito es un 1% de inspiración y un 99% de transpiración, es importante siempre hacer las cosas con energía, ser perseverante y comprometida, si te has comprometido a algo tienes que hacerlo.
7. Orientación al mercado. La clave es pensar en ofrecer en nuestro negocio no lo que yo quiero vender, sino lo que la clientela quiere comprar. También hay que estar siempre atenta a los cambios en el mercado para aprovechar nuevas oportunidades.

**SABER (Aptitudes):** Saber se refiere a nuestras aptitudes, que tiene que ver con nuestros conocimientos profesionales. Por una parte, es muy importante tener conocimientos del sector en el que queremos emprender. Por ejemplo, si yo quiero poner en marcha una panadería, es muy importante que sepa cómo hacer pan. Y por otra parte, también es muy importante tener conocimientos de cómo crear y gestionar un negocio rural, así como estudiar si va a ser viable y rentable, antes de ponerla en marcha.

**PODER (Recursos):** Poder se refiere a tener los recursos económicos y técnicos, y en su caso humanos, para poder llevar a cabo la idea. Si no disponemos de los recursos económicos, o no tenemos la capacidad para solicitar un préstamo o microcrédito, difícilmente vamos a poder llevar a cabo nuestra idea.

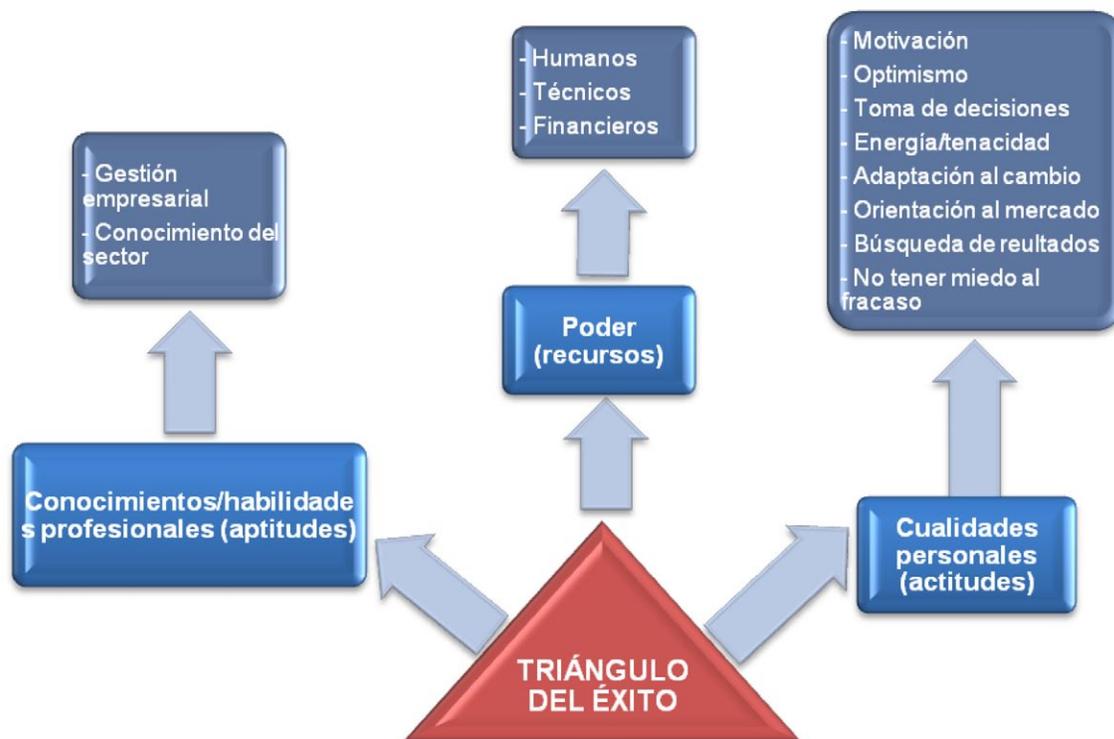
**QUERER, SABER y PODER** son necesarios para emprender un negocio. Si nos falta alguno se complica la idea de hacer realidad nuestra idea empresarial.

Ejemplos:

*Si yo quiero poner en funcionamiento una panadería y tengo las actitudes necesarias (QUERER), el dinero (PODER), pero no tengo conocimientos para hacer pan, no voy a poder poner la panadería. En este caso, necesitaría hacer un curso de panadería para mejorar la parte del SABER.*

*Si por ejemplo, tengo las actitudes (QUERER), tengo conocimientos de panadería y creación de empresas, (SABER), pero no dispongo de recursos ni nadie va a concederme un préstamo, porque tengo impagos anteriores (PODER), no voy a poder hacer realidad la idea de poner una panadería, hasta que no pague todas mis deudas y tenga capacidad para solicitar un préstamo.*

## ¿Qué es necesario para emprender?



## MATERIAL DE CONSULTA 2: CURRÍCULUM OCULTO

La hoja de vida o nuestro currículum, hace referencia a un concepto que va más allá de la formación que se adquiere con los estudios y la experiencia laboral.

Las mujeres, mayoritariamente, asumen las cargas del cuidado de la familia y del cuidado de la casa (trabajo reproductivo- ámbito privado), y esta experiencia, invisibilizada en el ámbito público, proporciona unos conocimientos y habilidades que son muy útiles, en este caso específico, para crear y administrar un negocio.

A continuación se detallan algunas de estas habilidades, cómo se han adquirido y en qué pueden ser útiles para la creación de una empresa.

HABILIDADES/ COMPETENCIAS	¿CÓMO LAS HAS ADQUIRIDO?	¿EN QUÉ SERÁN ÚTILES EN SU EMPRESA?
Organizativas y de planificación	Realización de muchas tareas de manera organizada	Para gestionar la empresa a largo y corto plazo
Diversificación de la atención	Por atender varias tareas a la vez	Multifuncionalidad que requiere la gestión de una empresa
Administrativas	Por tener que gestionar el presupuesto familiar	Gestionar el presupuesto de la empresa
De improvisación	Resolución de situaciones inesperadas y problemas ante los que es necesario actuar con rapidez	Afrontar los diversos problemas que puedan surgir con proveedores, clientela.
Sociales/ Empatía	A partir de la costumbre de ser el miembro de la familia al que se suele recurrir para contar los asuntos propios y problemas.	Atender las necesidades de sus empleadas y empleados y clientela
Conocimientos adquiridos	Conocimientos en el cuidado de la salud, en el mantenimiento del hogar y en los precios de mercado (triple clientela).	Conocer las necesidades no cubiertas por el mercado. Saber las actividades y servicios a ofrecer para satisfacerlas.
Trabajo en equipo	Organización y reparto de tareas entre todas las personas de la casa	Organización de la empresa

## MATERIAL DE CONSULTA 3: PREVIABILIDAD DE LA IDEA

Un estudio de pre-viabilidad sirve para realizar un primer estudio de si la idea de negocio puede ser viable. En el caso de tener más de una idea, nos sirve para ver por cuál decantarnos.

Para este estudio de previabilidad, es importante analizar los siguientes factores internos y externos (estos factores han sido adaptados al contexto rural de las participantes):

- **Habilidades y aptitudes**- Analizar si dispongo de las habilidades, aptitudes y conocimientos necesarios para iniciar este negocio.
- **Acceso a la materia prima u otros medios necesarios**- Analizar si para producir o elaborar el producto o servicio que quiero comercializar, es necesario una materia prima que sea complicada de conseguir o qué tipo de medios son necesarios, maquinaria, etc y su disponibilidad. Por ejemplo, si quiero vender jamón de España, será un mal factor, puesto que es difícil y caro conseguir la materia prima.
- **Capacidad financiera** - Analizar si dispongo de ahorros para iniciar la empresa, o tengo capacidad para conseguir un microcrédito.
- **Gente que compre**- Analizar si voy a tener clientela interesada en comprar mi producto.
- **Competencia**- Analizar cuántas empresas ofrecen, directa o indirectamente, el mismo producto o servicio que yo voy a vender en mi ámbito de actuación.

Tras valorar los factores, es necesario ponderar los mismos y realizar un análisis global de la previabilidad.

## FICHA 1: CURRÍCULUM OCULTO

**Objetivo:** Tomar conciencia de habilidades que se poseen que son útiles para la gestión de la empresa.

**Metodología:** En la siguiente tabla, se enumeran diferentes habilidades que son muy útiles para la gestión de un negocio. Reflexiona sobre si las tienes y dónde las han aprendido. Si no las tienes, ¿dónde las puede aprender?. Puedes completar la tabla con texto o dibujos

HABILIDADES	SI LAS TENGO	NO LAS TENGO
	LAS APRENDÍ EN:	LAS APRENDERÉ EN:
Organizar - Planificar		
Ser sociable		
Hacer varias cosas a la vez		
Resolver los problemas		
Gusto por el trabajo bien hecho		
Autoconfianza		
Trabajo en equipo		
Tengo muchos conocimientos adquiridos		
Conocimientos de gestión de negocios		
Conocimientos del sector donde quiero emprender		
Habilidades de negociación		
Sé lo que la gente demanda		
Capacidad para conseguir crédito		

## FICHA 2: CRITERIOS DE SELECCIÓN

**Objetivo:** Realizar un pre- análisis de la idea empresarial.

**Metodología:** para analizar si cada una de las ideas de negocio son viables, completar los criterios que aparecen en la tabla, añadiendo las expresiones de los rostros que se correspondan con las respuestas a cada uno de los criterios.

Habilidades y aptitudes	Acceso a materia prima u otros medios requeridos	Recursos financieros	Gente que compré	Competencia

# TALLER 3: DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA Y ESTUDIO DE MERCADO

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Fomentar el conocimiento del mercado como un paso previo a la toma de decisiones sobre la producción y comercialización del producto y/o servicio que se desea vender, y definir las características de la propia oferta</li> </ul>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Conocer los contenidos e importancia de realizar un plan de empresa</li> <li>▪ Analizar y describir las características de la oferta de productos/servicios de cada negocio productivo</li> <li>▪ Conocer los conceptos de mercado, oferta, demanda, mercado potencial y su estudio</li> </ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Plan de empresa</li> <li>▪ Definición de la propia oferta</li> <li>▪ Descripción y análisis del mercado</li> </ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Papelógrafo</li> <li>▪ Rotuladores, marcadores</li> <li>▪ Folios</li> <li>▪ Fichas de colores</li> </ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Material de consulta 1: Plan de empresa</li> <li>▪ Material de consulta 2: Descripción de la oferta</li> <li>▪ Material de consulta 3: Introducción al estudio de mercado</li> <li>▪ Ficha de trabajo 1: Estudio de la competencia</li> </ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 3 horas</li> </ul>

METODOLOGÍA		
DURACIÓN	TEMA	
15 minutos	Introducción al taller	Se hace la bienvenida a las mujeres participantes, seguido de los contenidos del taller del día, su metodología y duración.
15 minutos	Presentación de las participantes	Cada una de las personas participantes indica las expectativas que tiene de este taller, que le gustaría aprender y que necesidades tiene.
15 minutos	Análisis de la competencia	Se solicita a las participantes las fichas sobre competencia que se entregaron en el taller anterior, se debate sobre las mismas y las dificultades para la obtención de algún dato. Se recogen y archivan las mismas por el equipo facilitador para ser utilizadas en el plan de empresa. Es de señalar que en ocasiones, es necesario que el equipo facilitador realice un estudio de la competencia
30 minutos	FODA	Se les explica a las participantes la importancia de realizar un análisis FODA, un análisis de aspectos internos y externos de cada negocio productivo y el concepto de ventaja competitiva ( <b>Ver material de consulta 1: Análisis FODA</b> ). Se utiliza un negocio de elaboración y venta de jugos naturales para ejemplarizar el ejercicio. <b>Ejercicio:</b> en grupos, divididos por las ideas de negocio, se elabora para cada negocio un análisis FODA, que posteriormente se debate en plenaria. Se ponen en valor las ventajas competitivas
45 minutos	tEstrategia comercial y clientela objetiva	Se explica a las participantes que para realizar una adecuada estrategia comercial, se debe partir del estudio del mercado, la competencia y de quien es la clientela objetiva de cada negocio. ( <b>Ver material de consulta 2: Clientela Objetiva</b> ). Siguiendo con el ejemplo utilizado del negocio de elaboración y venta de jugos, se define de manera conjunta quién es la clientela objetivo para este tipo de negocio y se debate la importancia de conocer todas sus características. <b>Ejercicio:</b> en los mismos grupos ya conformados, y se solicita que piensen, para cada negocio, quién es su clientela objetiva y qué características tiene. Posteriormente se debate en plenaria.

60 minutos	5 P's	<p>Se tratan a continuación, los conceptos básicos de un estudio de mercado: oferta, demanda, mercado, volumen de mercado potencial y clientela objetiva. Se explica mediante ejemplos concretos de negocios productivos. <b>(Ver material de consulta 3: Introducción al estudio de mercado).</b></p> <p><b>Ejercicio:</b> las alumnas para asimilar los conceptos y reflexionar sobre ellos en sus propios negocios productivos, deben dibujar los conceptos que componen el mercado. Para ello se les agrupa por negocios productivos.</p> <p>En cada dibujo van a representar su comunidad, y en ella la ubicación de la empresa, la competencia, los proveedores, dónde está la clientela potencial, medios de transporte que existen en la comunidad para acceder a los mercados, y otros lugares importantes para la empresa, como la escuela, el centro de salud, etc.. Posteriormente, cada grupo presenta en plenaria su dibujo.</p> <p>Las participantes, por su experiencia tienen conocimientos de la competencia directa y la clientela directa de los productos y/o servicios que quieren comercializar en sus propias comunidades. Dada la dificultad que suele existir para realizar un estudio de mercado en mayor profundidad, el equipo facilitador para cada idea de negocio, estudiará los aspectos más relevantes del mismo.</p> <p>Con objeto de estudiar la competencia, se les entrega a las participantes la <b>Ficha de Estudio 1: Estudio de la competencia</b>, con objeto de que recopilen datos de la competencia de sus ideas</p>
15 minutos	Clausura	<p>Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por los contenidos.</p>

## MATERIAL DE CONSULTA TALLER 3

1. Utilidad de un plan de empresa
2. Descripción de la oferta
3. Introducción al estudio de mercado

### MATERIAL DE CONSULTA 1: UTILIDAD DE UN PLAN DE EMPRESA

Un plan de empresa es un documento donde se reflejan todos los aspectos a tener en cuenta a la hora de crear una empresa. En él se recoge la descripción de la oferta que vamos a comercializar, un estudio de mercado, la estrategia comercial, plan de producción y recursos humanos, y plan económico- financiero. Todas estas partes coinciden con los talleres que se desarrollarán en la formación de negocios productivos.

Hacer un plan de empresa, es como construir una casa, cada parte es importante para construir un plan de empresa sólido, y la más importante es la base, que está constituida por las emprendedoras y su idea.

¿Por qué es importante realizar un plan de empresa?

Un plan de empresa, tiene una doble función, por una parte sirve para que las emprendedoras comprueben la **viabilidad** (si se puede llevar a cabo) y la **rentabilidad** (si se van a obtener beneficios) de sus ideas empresariales, y tengan en cuenta todos los aspectos importantes antes de poner en marcha sus empresas. Por otro lado, es la carta de presentación de su empresa, que les sirve a la hora de conseguir financiación, posibles personas socias. etc.



## MATERIAL DE CONSULTA 2: DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA

Describir la oferta del producto o servicio que vamos a comercializar significa pensar y definir todas las características de nuestro producto o servicio. Para ello hay que concretar los siguientes apartados:

**El nombre de la empresa.** Tiene que ser sonoro, fácil de recordar, que cuando lo leamos se conozca a qué actividad se dedica la empresa. También es aconsejable un slogan para ayudar a recordar. *Ejemplo: Panadería El Buen Sabor- El mejor olor y sabor.*

**La ubicación.** Es el lugar donde se va a instalar nuestra empresa. Es muy importancia para el éxito de una empresa escoger un buen lugar, no sólo adecuarlo a estar cerca de la casa familiar, puesto que la ubicación es un factor de gran importancia para que nuestra clientela nos compre.

**Personas participantes en la empresa y sus principales habilidades.** Hay que detallar qué personas van a participar en la idea empresarial y qué habilidades tienen y cuales van a ser sus funciones dentro de la empresa.

**Descripción del producto o servicio que vamos a comercializar.** Es importante tener en cuenta que hay que producir siempre con orientación al mercado, lo importante es buscar satisfacer una necesidad o un deseo, vender lo que la gente quiere comprar, no lo que yo quiero producir. Por ejemplo quien va a la peluquería busca satisfacer el deseo de verse mejor, no simplemente de un corte de pelo. Si compras una máquina para hacer agujeros, la necesidad que estás cubriendo es poder colgar cosas en la pared de la casa.

Cuando hablamos de describir el producto, hay que pensar en tres niveles:

- **Beneficio-** Necesidad que cubre.
- **Características-** Empaque, marca, calidad.
- **Servicios complementarios-** Entrega, crédito, garantía, servicios complementarios.

Con respecto a este punto, **la posición de las mujeres en el mercado como triples clientas, es una ventaja** competitiva para definir la oferta empresarial y la estrategia de marketing, en relación a los productos y/o servicios ofertados. La participación de las mujeres en el ámbito privado y público permite posicionarse como dobles o triples compradoras. Las mujeres suelen ser las que compran para ellas mismas y para el resto de la familia (dobles compradoras). Al insertarse en el ámbito público,

en ocasiones también son compradoras en relación a su ámbito laboral, o en decisiones de su propia comunidad. Esto proporciona ventajas, puesto que las hace conocedoras de las necesidades y los gustos de diferente tipo de clientela, incluyendo las propias necesidades de las mujeres. Cuando se define la oferta de productos y/o servicios, se deben concretar las diferentes líneas de actividad.

**Líneas de actividad:** es importante agrupar los productos y/o servicios en diferentes grupos homogéneos entre sí y heterogéneos entre ellos, para entre otras cosas, poder analizar qué grupo de productos es más rentable. *Por ejemplo en el caso de una granja de cerdos tendríamos las siguientes líneas de actividad: venta de cerdos pequeños, venta de cerdos grandes y destace de carne.*

### MATERIAL DE CONSULTA 3: INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE MERCADO

Uno de los aspectos más importantes cuando nos planteamos crear una empresa es hacer un estudio de mercado.

Tenemos que identificar quién es nuestra competencia, y tenemos que saber a qué clientela podríamos venderle (mercado potencial), y si ésta es suficiente para cubrir nuestra oferta. Si no tenemos mercado suficiente, no generaremos ventas y no generaremos ingresos, por lo que verificar que tenemos un mercado adecuado para nuestro producto es fundamental.

Para realizar el estudio de mercado se utilizan diferentes técnicas:

- Observación directa
- Entrevistas en profundidad
- Encuestas
- Fuentes externas: estudios, informes, etc.

Los conceptos clave que tenemos que tener en cuenta en el estudio de mercado son los siguientes:

**Oferta en el mercado:** Es la cantidad de productos que se ofrecen, a un determinado precio, con una calidad adecuada y en un momento dado en el mercado, así como su evolución y su demanda potencial.

**Demanda:** Es la cantidad de productos que las personas compradoras están dispuesta a adquirir, a un determinado precio, con una calidad adecuada.

**Precio:** Valor de los productos en el mercado.

**Competencia:** Son las empresas que venden productos o servicios iguales a los que vamos a ofrecer en nuestra empresa. De la competencia es importante estudiarlo todo (precio al que venden, qué calidad ofrecen, variedad de productos, etc.), cuanto más conozcamos la competencia más podemos conocer sus debilidades y ofrecer productos que atiendan a las necesidades de la clientela y nos diferencien (nuestras ventajas competitivas). Tenemos competencia directa e indirecta.

*Por ejemplo, si quiero poner en funcionamiento una panadería en la comunidad y hay en la comunidad otra panadería, esta sería nuestra competencia directa. Pero si no existe ninguna panadería en la comunidad, pero sí que pasan las furgonetas algunos días a vender pan, también tenemos competencia, en este caso indirecta.*

**Clientela potencial:** Son las personas que podrían comprar nuestros productos. Tienen interés y tienen capacidad de compra.

*Por ejemplo, si yo vendo carros muy bonitos, casi todas las personas estarían interesadas en comprar uno, pero no todas tienen la capacidad de compra, el dinero para comprarlo.*

**Segmentos de mercado:** Es importante distinguir también que no toda la clientela es igual, se pueden diferenciar grupos de clientela por edad, sexo, capacidad de compra, localización... esto serían diferentes segmentos de mercado. Tenemos que tener claro a qué segmentos de mercado vamos a dirigirnos.

*Por ejemplo, en una granja de pollos, por una parte puede existir clientela que serán las personas que compran directamente para su consumo final. Por otra parte, si vendemos a mayoristas sería un tipo de clientela diferente, con sus propias características, es decir tendríamos dos segmentos de mercado.*

## FICHA 1: ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

38

**Objetivo:** Analizar y conocer la competencia de nuestras empresas.

**Metodología:** Describa de cada una de las empresas que considera su competencia las características que se indican. Piensa en competencia directa e indirecta.

COMPETENCIA NOMBRE	DÓNDE ESTA (ACCESIBILIDAD)	VECES QUE PASA POR LA COMUNIDAD	PRECIOS DE LOS PRODUCTOS	VARIEDAD DE PRODUCTOS QUE OFRECE	ACTITUD DE LA PERSONA QUE VENDE	CALIDAD E IMAGEN DE LOS PRODUCTOS

## TALLER 4: ESTRATEGIA COMERCIAL

<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fomentar el conocimiento sobre cómo realizar una adecuada estrategia comercial, para penetrar en el mercado objetivo que queremos alcanzar</li> </ul>
<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar el propio Análisis Interno / Externo- FODA</li> <li>Conocer la importancia de realizar una estrategia comercial y nuestra clientela objetiva</li> <li>Conocer las 5 P que integran la estrategia comercial (producto, precio, persona, punto de distribución, promoción y publicidad )</li> <li>Realizar y plantear la estrategia comercial de cada una de las ideas empresariales.</li> </ul>
<p><b>CONTENIDOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FODA</li> <li>Clientela Objetivo</li> <li>Las 5 P que integran la estrategia comercial</li> </ul>
<p><b>MATERIALES</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Papelógrafo</li> <li>Rotuladores, marcadores</li> <li>Folios</li> </ul>
<p><b>RECURSOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Material de consulta 1: Análisis FODA</li> <li>Material de consulta 2: Clientela Objetiva</li> <li>Material de consulta 3: Las 5 Ps de la Estrategia comercial</li> </ul>
<p><b>DURACIÓN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3h 15 minutos</li> </ul>

## DURACIÓN

## TEMA

## METODOLOGÍA

15 minutos

Introducción al taller

Se hace la bienvenida a las mujeres participantes. Repaso breve de los contenidos del taller anterior. Se explican los contenidos del taller del día, su metodología y duración.

15 minutos

Presentación de las participantes

Cada una de las personas participantes indica las expectativas que tiene de este taller, qué le gustaría aprender y qué necesidades tiene.

30 minutos

Plan de empresa

Se les explica a las participantes que en el transcurso de la formación, a través de los contenidos de los talleres, se elaborará un plan de empresa, para cada una de las ideas de negocio. En los talleres, se van a abarcar los contenidos del plan de empresa. El equipo facilitador irá recopilando todas las aportaciones que se realicen de cada una de las ideas de negocio, y completando los aspectos que sean necesarios para elaborar el plan de empresa de cada una de las ideas y comprobar su viabilidad.

Se explica el concepto de Plan de Empresa y su doble función. **(Ver material de consulta 1: Plan de empresa).** Se utiliza la analogía de construir una casa con realizar un plan de empresa. Cada parte de la casa es importante, y sin ella no se puede construir la casa completa, ni se puede sostener.

45 minutos

Descripción de la oferta & Idea empresarial

Se explica a las participantes la importancia de definir y concretar la oferta de los productos y/o servicios que se van a ofrecer, haciendo hincapié en su posición como dobles o triples compradoras, y en la importancia de definir correctamente las líneas de actividad. **(Ver material de consulta 2: Descripción de la oferta).**

Para asimilar mejor los conceptos, se ponen ejemplos con negocios productivos concretos, y las participantes deben definir los siguientes criterios asociados al producto y/o servicio: *misión, nombre de la empresa, ubicación, personas participantes en la empresa, descripción de los productos o servicios que se van a comercializar haciendo hincapié en sus características y los beneficios que aporta.*

**Ejercicio:** las participantes agrupadas en grupos por negocios productivos, deben reflexionar acerca de las características de la oferta de sus propios negocios. Tras esa reflexión, apuntan en tarjetas cada una de las características (personas participantes, nombre, ubicación, líneas de actividad). Una vez definidas, se pegan las tarjetas en la pared y todos los grupos presentan sus empresas a modo de teatro, en el cual unas interpretan el papel de vendedoras, y otras de compradoras, poniendo de relieve si las necesidades de las compradoras son satisfechas con las características que han definido de sus propios productos o servicios.

## MATERIAL DE CONSULTA TALLER 4

1. Análisis FODA
2. Clientela Objetiva
3. Las 5 Ps de la estrategia comercial

### MATERIAL DE CONSULTA 1: ANÁLISIS FODA

Es importante tener claro un análisis tanto interno como externo de nuestra empresa y nuestra idea empresarial, para ello realizamos un análisis FODA o DAFO (F= fortalezas; O= oportunidades, D= debilidades, A= Amenazas), donde se analizan aspectos internos de los negocios (fortalezas y debilidades) y aspectos externos (oportunidades y amenazas).

ANÁLISIS INTERNO	ANÁLISIS EXTERNO
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>SON COSAS BUENAS QUE TENEMOS COMO EMPRENDEDORAS Y EN LA EMPRESA QUE NOS FAVORECEN.</p> <p>Ejemplo: Habilidades de las emprendedoras Tener un local o terreno Buen producto a buen precio</p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>SON COSAS BUENAS DEL ENTORNO QUE NOS FAVORECE Y NO DEPENDEN DE NOSOTRAS.</p> <p>Ejemplo: Poca competencia Gran demanda Apoyos externos para el proyecto</p>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>SON COSAS MENOS FAVORABLES QUE TENEMOS COMO EMPRENDEDORAS Y EN LA EMPRESA Y NO NOS FAVORECEN.</p> <p>Ejemplo: No disponer de recursos financieros Mala ubicación</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>SON COSAS MALAS DEL ENTORNO QUE NO NOS FAVORECEN Y NO DEPENDEN DE NOSOTRAS.</p> <p>Ejemplo: Cambios climáticos Crisis económica Gran competencia en el mercado</p>

Tras realizar el análisis FODA / DAFO es importante definir las ventajas competitivas de cada negocio, es decir, aquéllas características que suponen una diferencia de nuestro negocio frente a la competencia. Características que la hacen única y mejoran el posicionamiento de la empresa (la imagen en el mercado de los productos o servicios de la empresa).

## MATERIAL DE CONSULTA 2: CLIENTELA OBJETIVA

Debemos conocer perfectamente, todos los aspectos del mercado en el que queremos operar (datos del sector, hábitos de compra, etc). En el mercado donde queremos introducirnos, estará nuestra empresa y las empresas de la competencia por lo que es importante conocer muy bien a nuestra competencia. A partir de aquí, nuestro objetivo es llegar a nuestra clientela objetiva. Para ello utilizaremos la estrategia comercial, y cuanto más se conozcan las características de la clientela objetiva, fácil es poder acceder a ella. Sobre la clientela objetiva es importante conocer todas sus características y los hábitos de compra:

- ¿Quiénes van a comprar nuestros productos?
- ¿Cuál es el perfil de la clientela (tamaño, características, segmentación, sexo, edad, recursos económicos, perfil cultural, social, personal, sector de actividad, tamaño...)
- ¿Hábitos de compra/contratación(qué compran, cómo, dónde, cuándo, cuánto, por qué compran)?
  1. ¿Qué compran? tamaño, calidad, color, diseño.
  2. ¿Cómo compran? por pedido, por impulso, a crédito, por volumen
  3. ¿Dónde compran? mercado, casa, comunidad
  4. ¿Cuándo compran? por temporadas, a diario, semanalmente, estacionalmente.
  5. ¿Qué cantidad compran? en pequeñas o grandes cantidades
  6. ¿Por qué compran? necesidad, hábito, precio.



## LAS 5 P'S DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial son un conjunto de decisiones y acciones sobre las 5 P's del mercado, que debemos tomar para entrar en nuestro mercado:

- Producto;
- Precio;
- Punto de distribución;
- Persona;
- Publicidad y promoción.

Cuando hemos estudiado el mercado al que nos dirigimos, nuestra competencia, realizado el FODA y sobre todo, tenemos claro a qué clientela objetiva nos queremos dirigir, pasamos a tomar las decisiones de las 5 P's para entrar y penetrar al mercado, y así aumentar nuestras ventas.

Para tomar estas decisiones hay que tener en cuenta lo que se detalla en el siguiente cuadro.

PRODUCTO	PRECIO	PUNTO DE DISTRIBUCIÓN	PERSONA	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Qué producto vamos a vender?</li> <li>▪ ¿Cómo hacerlo más atractivo?</li> <li>▪ ¿Qué servicios</li> </ul>	<p>Fijar el precio teniendo en cuenta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Todos los costes</li> <li>▪ Precios de la competencia</li> <li>▪ Expectativas de la clientela.</li> </ul> <p>Averiguar por qué compra la clientela: por precio, por calidad o por ambas cosas.</p> <p>Importante: No es conveniente poner siempre el precio más barato porque siempre habrá alguna empresa que sea más barata, porque tiene costes menores. Lo conveniente es tener un buen precio y una buena calidad.</p> <p>Tampoco es bueno, poner precios bajos al principio y luego subirlos, esto sólo se puede hacer con promociones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Quién serán las personas encargadas de vender los productos?</li> <li>▪ ¿Venderé a mayoristas? ¿a consumidores finales?</li> <li>▪ ¿Dónde venderé? ¿en plazas, puerta a puerta, en la tienda?</li> <li>▪ ¿Qué tipo de transporte utilizaré?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ¿Qué imagen quiero que tenga la clientela de mí?</li> <li>▪ ¿Cuál es mi reputación?</li> <li>▪ ¿Qué actitud voy a tener con la clientela? ¿Cordial, atenta?</li> <li>▪ ¿Qué medidas de limpieza e higiene voy a tener?</li> </ul>	<p>Para una buena estrategia tenemos antes que definir tres cosas, pensando siempre en la clientela a la que nos dirigimos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Qué mensaje queremos transmitir</li> <li>2. Qué medios vamos a utilizar para transmitir ese mensaje.</li> <li>3. Cuánto dinero nos va a costar</li> </ol> <p>Para transmitir un mensaje tenemos diferentes medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oferta directa: en la propia tienda, hacer una jornada de inauguración, dar a probar diferentes muestras.</li> <li>▪ Carteles en la tienda</li> <li>▪ A través de folletos, que se dejan en las comunidades.</li> <li>▪ Acudiendo a ferias</li> </ul>

# TEMA 5: TALLER 5: PLAN DE PRODUCCIÓN Y CÁLCULO DE COSTOS.

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocer los elementos clave en la producción de bienes &amp; servicios y la importancia de estudiar los diferentes tipos de costes para fijar los precios</li></ul>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocer cómo funciona el ciclo de producción de un bien o servicio</li><li>▪ Identificar las materias primas, los tiempos de trabajo y las herramientas y equipos necesarios para el ciclo de producción de cada una de las ideas de negocio</li><li>▪ Conocer cómo se agrupan los diferentes tipos de costos (fijos, variables y de puesta en marcha)</li><li>▪ Entender cómo calcular los costes de un producto o servicio</li></ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ciclo de producción</li><li>▪ Costos fijos, costos variables y de puesta en marcha</li><li>▪ Aspectos necesarios para fijar los precios</li></ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Papelógrafo</li><li>▪ Rotuladores, marcadores</li><li>▪ Folios</li><li>▪ Fichas de colores</li></ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Material de consulta 1 : Ciclo de producción</li><li>▪ Material de consulta 2: Diferentes tipos de costes</li><li>▪ Material de consulta 3: Cálculo de precios teniendo en cuenta los costes</li><li>▪ Fichas 1, 2 y 3: Costes de producción</li><li>▪ Ficha 4: Cálculo de costes de un producto</li></ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 3 horas</li></ul>

DURACIÓN	TEMA	METODOLOGÍA
15 minutos	Introducción al taller	Se hace la bienvenida a las mujeres participantes. Se explican los contenidos del taller del día, su metodología y duración.
15 minutos	Presentación de las participantes	Cada una de las personas participantes indica las expectativas que tiene de este taller, qué le gustaría aprender y qué necesidades tiene.
60 minutos	Ciclo de producción	<p>Se explica a las participantes qué significa un proceso de producción y cómo funciona. Se expone que los ciclos de producción varían si se trata de empresas de servicios o de venta de productos. Se utilizan ejemplos de peluquería y elaboración y venta de jugos para empresas de servicios y de producción respectivamente. <b>(Ver material de consulta 1: Ciclo de producción).</b></p> <p><b>Ejercicio:</b> cada grupo, dividido por negocio productivo, realiza su propio ciclo de producción que posteriormente se expone en plenaria.</p> <p>A partir del detalle del ciclo de producción, se pretende identificar algunos de los costes implicados y necesarios en la elaboración de los productos o servicios. Con el ejemplo de un negocio de elaboración y venta de jugos se completan en plenaria las <b>Fichas de trabajo 1, 2 y 3: Costes de producción</b>, en las que completamos las materias primas, las herramientas y el equipo necesario, y las personas participantes y su tiempo empleado. Todos estos elementos descritos formarán parte del coste de la elaboración de un producto.</p> <p>Se introduce el concepto de amortización de activos fijos y la necesidad de contabilizar como costes la pérdida de valor de las herramientas y equipos utilizados.</p> <p>Es importante hacer hincapié en la importancia de <b>valorar el tiempo del trabajo empleado</b>, el tiempo que una mujer pasa realizando una actividad es un tiempo que no se puede emplear en otra cosa (coste de oportunidad) y siempre tiene un valor. En relación a esto, se debate sobre el trabajo productivo que realizan las participantes.</p> <p><b>Ejercicio:</b> cada uno de los grupos debe rellenar las fichas de trabajo 1, 2 y 3 para su propio negocio productivo. Posteriormente se exponen en plenaria.</p>

75 minutos	Herramientas de cálculo básicas de contabilidad	<p>Se presenta a continuación las principales herramientas de cálculo básicas de la contabilidad:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Libro de caja diario. Ficha 1</li> <li>2. Registro de la cuenta de clientela y cuenta proveedores/ acreedores. Ficha 2</li> </ol> <p>El equipo facilitador pone un ejemplo y en plenaria se van completando las <b>fichas 1 y 2</b>. Para facilitar que usen las herramientas de contabilidad, a cada participante se le entregará al inicio de su negocio una libreta/cuaderno con las fichas 1, 2 para que lo vayan completando durante la vida de su negocio.</p> <p><b>Ejercicio:</b> Con objeto de apropiarse de las herramientas, a las alumnas se les entrega un ejercicio práctico para que en parejas lo completen. <b>(Ver Material de consulta 3: Ejercicio práctico)</b>. Lo trabajan en parejas y posteriormente en plenaria se discuten los resultados.</p>
15 minutos	Clausura	<p>Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por el taller.</p>

## MATERIAL DE CONSULTA TALLER 5

1. Ciclo de producción
2. Diferentes tipos de costes
3. Cálculo de precios teniendo en cuenta los costes

### MATERIAL DE CONSULTA 1: CICLO DE PRODUCCIÓN

Todas las empresas, ya sean empresas que producen productos, prestan servicios o comercializan productos ya acabados, siguen un proceso de producción. Cada una por sus características tendrá un ciclo de producción diferente.

*Por ejemplo, el esquema de ciclo de producción para una empresa de productos consiste, en primer lugar, en realizar la inversión necesaria en infraestructura, herramientas y equipo. Posteriormente se adquieren las materias primas, se transforman en el producto que queremos vender, se distribuye y se vende.*

Mediante la descripción del ciclo de producción de nuestra empresa, podemos identificar las materias primas que necesitamos para producir nuestro producto o elaborar un servicio, las herramientas y equipo que necesitamos, y el tiempo y personas implicadas en cada uno de los procesos.

Es importante hacer hincapié que al igual que las materias primas que utilizamos se aplican directamente en el producto que vamos a producir, y posteriormente no las vamos a poder volver a utilizar, existen otros tipos de herramientas que son medios para producir el producto, que no consumimos en su totalidad, pero con su uso se van desgastando, y supone un coste.

Introducimos el concepto de depreciación: la depreciación se utiliza para los activos fijos y refleja la distribución del valor del activo a lo largo de su vida útil y se refleja como un gasto contable en la cuenta de Pérdidas y Ganancias.

Es importante también conocer cuánto tiempo le vamos a dedicar a hacer cada tarea necesaria en el ciclo de producción, y quiénes van a ser las personas implicadas.

Valorar el tiempo de trabajo empleado es imprescindible (tiempo es dinero). El tiempo que una mujer pasa trabajando, es un tiempo que no se puede emplear en otra cosa (coste de oportunidad) y hay que ponerle un valor siempre. Es habitual que las mujeres no consideren un coste el tiempo que han dedicado en su trabajo.

## MATERIAL DE CONSULTA 2: DIFERENTES TIPOS DE COSTES

Así como se acaba de tener en cuenta los costos asociados a las materias primas, herramientas y equipo, y salarios de las personas implicadas, toda empresa conlleva otros gastos en su día a día. *Ejemplo de estos gastos: impuestos, alquileres, intereses y devolución del préstamo, electricidad, agua, transporte, publicidad y propaganda, etc.*

Hay que tener en cuenta, que no todos los costos son iguales, unos aumentan conforme tengamos más ventas, como los costos de materias primas.

*Por ejemplo, si vendemos jugos de fruta, cuanto más jugos producimos más gastos tendremos en frutas, agua o leche, azúcar, vasos, etc. No obstante, si para salir a vender los jugos utilizo transporte, venda más o menos el costo del transporte lo voy a tener que pagar igual.*

Por lo que es necesario distinguir entre diferentes tipos de costos:

- **Costos fijos (Indirectos).** Son los costos que no varían con la cantidad de productos o servicios que producimos. Por ejemplo si yo tengo una empresa de venta de leche, venda más o venda menos, siempre voy a tener que pagar el mismo alquiler. En este coste fijo, estarían alquileres, devolución de los préstamos, salarios fijos, transporte, etc..
- **Costos variables (Directos).** Son costos que varían con la cantidad de productos o servicios producidos. Por ejemplo: materias primas, comisiones por ventas, etc.
- **Costos de puesta en marcha.** Son costos en los que sólo se incurre una vez, al poner la empresa en marcha, como cuota de registro de la empresa, cuota de apertura de cuenta bancaria, compra de terrenos, acondicionamiento del local. Aunque sólo los tenemos al principio de la puesta en marcha de la empresa, si solicitamos un microcrédito, estos costos los iremos pagando poco a poco.

## MATERIAL DE CONSULTA 3: CÁLCULO DE PRECIOS TENIENDO EN CUENTA LOS COSTES

Tener claro todos los costes que tenemos en la empresa, es fundamental para fijar los precios. Cuando fijamos los precios de un producto, tenemos que tener en cuenta que cubre todos nuestros costes, los fijos y los variables. Si sólo vendemos un tipo de producto, para fijar el precio utilizaremos la siguiente formula de costo por producto:

$$\begin{array}{c} \text{Costes de materias primas} \\ + \\ \text{Costes fijos (salarios, prestamos, alquileres,luz, agua,etc)} \\ + \\ \text{Depreciaciones} \\ \hline \text{Cantidad de producto al mes} \end{array}$$

Si tuviéramos más productos, que es lo habitual, dividimos todos los costes fijos en relación a un porcentaje de las ventas de cada producto.

Además de fijar los precios teniendo en cuenta los costes de producción, es necesario tener en cuenta los precios de la competencia directa, los precios de mercado y saber cuánto estaría dispuesto a pagar la clientela por el producto que le vamos a ofrecer.

## FICHA 1, 2 Y 3: COSTES DE PRODUCCIÓN

**Objetivo:** Identificar las materias primas que necesitamos para producir nuestro producto o elaborar un servicio, las herramientas y equipo que necesitamos y el tiempo y personas implicadas en cada uno de los procesos.

**Metodología:** Piensa en tu idea de negocio y ve completando cada una de las siguientes fichas.

Lista de Herramientas y equipo necesario

FASE DE PRODUCCIÓN	HERRAMIENTA Y EQUIPO NECESARIO	COSTO DE COMPRA	ESTIMACIÓN COSTO POR MES

Lista de materias primas necesarias

PRODUCTO O SERVICIO	ARTICULOS NECESARIOS	COSTO	ESTIMACIÓN COSTO PARA UN PRODUCTO SERVICIO

Lista de personas y tiempo necesario

FASE DE PRODUCCIÓN	TIEMPO REQUERIDO	PERSONAS IMPLICADAS

## FICHA 4: CÁLCULO DE COSTES DE UN PRODUCTO

**Objetivo:** Calcular el coste de un producto teniendo en cuenta los diferentes costes directos e indirectos asociados.

**Metodología:** Calcular los costes asociados al producto y/o productos de tu negocio.

PRODUCTO		PRODUCCIÓN MENSUAL	
Materia prima	Cantidad	Precio	Total Mensual
Equipo y herramientas	Precio de compra	Número de meses de uso	Total Mensual
Costo laboral	Horas	Valor	Total Mensual
Otros Costos fijos	Prorrateo Mensual	Total Mensual	
Costos mensuales totales			
Costo por unidad			

# TALLER 6: CONTABILIDAD Y HERRAMIENTAS CONTABLES

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entender la necesidad de separar y administrar las cuentas familiares de las cuentas de los negocios y la importancia de llevar la contabilidad de un negocio</li> </ul>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entender la importancia de separar las cuentas familiares de las cuentas del negocio</li> <li>Presentar lo que significa la contabilidad y sus funciones</li> <li>Presentar y conocer herramientas para llevar la contabilidad: Libro diario de caja, cuenta clientela cuenta empresas proveedoras y flujo de caja consolidado</li> </ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuentas familiares &amp; Cuentas del negocio</li> <li>Herramientas para la contabilidad de un negocio</li> </ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Paleógrafo</li> <li>Rotuladores, marcadores</li> <li>Folios</li> </ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Material de consulta 1: Cuentas familiares &amp; Cuentas del negocio.</li> <li>Material de consulta 2: Contabilidad de un negocio.</li> <li>Material de consulta 3: Ejemplo práctico</li> <li>Ficha 1: Libro de caja operaciones diarias</li> <li>Ficha 2: Registros de cuenta de clientela y cuenta proveedores/acreedores</li> </ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3h</li> </ul>

METODOLOGÍA		DURACIÓN	TEMA
15 minutos	Se hace la bienvenida a las mujeres participantes, seguido de los contenidos del taller del día, su metodología y duración.	Introducción al taller	
15	Cada una de las participantes, se presenta indicando las expectativas que tiene de la formación que le gustaría aprender y qué necesidades tiene.	Presentación de las	
30 minutos	Para explicar la importancia de separar las cuentas familiares de las cuentas del negocio, se realiza el siguiente ejercicio: se les solicita a las participantes que en grupo debatan qué es el dinero y para qué necesitan el dinero. Las respuestas se anotan en un papelógrafo. Se observará en las respuestas que aparecen tanto gastos personales como gastos aplicables a los negocios. A continuación se dividen en dos columnas los diferentes tipos de gastos y se reflexiona acerca de la importancia de separar las cuentas familiares de las cuentas del negocio. <b>(Ver Material de consulta 1: Cuentas familiares &amp; Cuentas del negocio).</b>	Cuentas familiares & Cuentas del negocio	
30 minutos	A continuación, tras haber reflexionado sobre la importancia de separar las cuentas familiares y las del negocio, se les pregunta a las participantes, cómo controlarían o controlan, en el caso de que ya tengan negocio, el dinero que entra y sale de la empresa. En grupo las participantes anotan diferentes respuestas. Mayoritariamente no llevan registros o lo anotan eventualmente en una libreta. Se explica a continuación para qué sirve llevar la contabilidad de un negocio y las ventajas que supone. <b>(Ver Material de consulta 2: Contabilidad de un negocio).</b> Tras la explicación se debate con las usuarias sobre si consideran necesario llevar al día la contabilidad, y se refuerza que llevar el control día a día es más sencillo de lo que parece, lo esencial y la clave es ser constante.	La contabilidad de un negocio	
75 minutos	Se presenta a continuación las principales herramientas de cálculo básicas de la contabilidad: <ul style="list-style-type: none"> <li>● Libro de caja diario. Ficha 1</li> <li>● Registro de la cuenta de clientela y cuenta proveedores/acreedores. Ficha 2</li> </ul> El equipo facilitador pone un ejemplo y en plenaria se van completando las fichas 1 y 2. Para facilitar que usen las herramientas de contabilidad, a cada participante se le entregará al inicio de su negocio una libreta/cuaderno con las fichas 1, 2 para que lo vayan completando durante la vida de su negocio. <p>Ejercicio: Con objeto de apropiarse de las herramientas, a las alumnas se les entrega un ejercicio práctico para que en parejas lo completen. <b>(Ver Material de consulta 3: Ejercicio práctico).</b> Lo trabajan en parejas y posteriormente en plenaria se discuten los resultados.</p>	Herramientas de cálculo básicas de contabilidad	
15	Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por el taller.	Clausura	

## MATERIAL DE CONSULTA TALLER 6

1. Cuentas familiares & Cuentas del negocio
2. La contabilidad del negocio
3. Ejemplo práctico

### MATERIAL DE CONSULTA 1: CUENTAS FAMILIARES & CUENTAS DEL NEGOCIO

Para la correcta gestión de un negocio es muy importante separar las cuentas familiares de las cuentas del negocio. Muchas empresas de diferentes tamaños o sectores fracasan por no tener claramente separadas ambas cuentas.

Es muy habitual que el dinero de caja diario se utilice para hacer frente a gastos diarios personales o de la familia, por lo que en el momento en que se tiene que realizar un pago vinculado al negocio en un momento determinado (por ejemplo para la compra de materias primas, impuestos, préstamos), no se tenga el dinero suficiente para hacer frente a dicho pago. Así mismo, si no se separan ambas cuentas, no se sabe si el negocio es rentable o no.

Es necesario establecer esta división. Los gastos personales y familiares se deben hacer frente con el sueldo establecido, de manera que tengamos siempre las cuentas del negocio separadas de las cuentas personales o familiares.

### MATERIAL DE CONSULTA 2: LA CONTABILIDAD DEL NEGOCIO

Llevar la contabilidad, significa registrar todas las transacciones económicas y financieras que realiza la empresa. De esta manera se puede saber en todo momento:

- Cuánto dinero recibe su empresa (Volumen de ventas).
- Cuánto dinero paga su empresa (Todos sus gastos).
- Cuánto le deben otros/as a usted (Clientela).
- Cuanto le debe usted a otros/as (Proveedores/ Acreedores).

La clave de llevar la contabilidad es registrar diariamente todos los movimientos de la empresa. En ocasiones no se realiza por falta de habilidades, falta de tiempo, trabajo aburrido, etc. Sin embargo, las ventajas que conlleva son muy significativas:

- **Controlar el dinero en efectivo**, en un momento dado y evitar posibles fugas.
- **Controlar la evolución del negocio**, para poder adelantarse a los problemas antes de que sea tarde, averiguar si algo no funciona, si las ventas han bajado...
- **Le muestra a terceros la situación de la empresa**. Para solicitar créditos, rendir cuentas entre las personas socias y/o buscar nuevas socias/os.
- **Planificar su futuro**, en base a la evolución de los años anteriores.
- **Tener presente a la clientela deudora a y a los proveedores/acreedores**. Saber quién debe dinero a la empresa y cuánto. Saber a quién y cuánto dinero debe la empresa.

### MATERIAL DE CONSULTA 3: EJEMPLO PRÁCTICO

Se propone un ejemplo para en grupo rellenar las fichas 1 y 2 y que las participantes aprendan a completarlas y asimilen los conceptos:

La Sra. María Hernández tiene una granja de cría y venta de pollos. Durante el mes de enero se realizan los siguientes movimientos:

- 01/01 Se vende 100 pollos a 100 pesos. La mitad se paga al contado y el resto a crédito.
- 02/01 Se compra alimento para gallinas por valor de 1500 pesos. Se Paga al contado.
- 05/01 Se vende 30 gallinas a 500 pesos. Se paga al contado.
- 11/01 Se compran medicamentos y se pagan al contado por importe de 2000 pesos.
- 16/01 Se pagan los salarios de la quincena por importe de 8000 pesos.
- 22/01 Se vende a crédito 50 pollos a 100 pesos. La mitad se paga en efectivo

Completar ficha 1 y 2 y responder a la siguiente pregunta: **¿La señora Hernández ha tenido pérdidas o ingresos en este mes?**

## FICHA 1: LIBRO DE CAJA

**Objetivo:** Aprender a utilizar herramientas de contabilidad y completar el libro de caja diario.

**Metodología:** En esta tabla se debe completar una línea para cada uno de los movimientos del negocio de compra y venta, indicando la fecha, la operación que se trata, e indicando si es un ingreso o un gasto, para a continuación calcular el saldo.

*Importante: sólo completar con lo que realmente se paga o se recibe, no se rellenan las compras ni las ventas a crédito.*

FECHA	OPERACIÓN	INGRESO (SOLO LO QUE REALMENTE SE COBRA)	GASTOS (SOLO LO QUE REALMENTE SE PAGA)	SALDO (INGRESOS – GASTOS)

## FICHA 2: REGISTROS DE CUENTA DE CLIENTELA Y CUENTA PROVEEDORES/ACREEDORES

**Objetivo:** Aprender a utilizar herramientas de contabilidad y completar el registro de cuenta del clientela y deudas a proveedores/acreedores.

**Metodología:** En esta tabla, para cada uno de los movimientos del negocio de compra y venta a crédito, se debe completar una línea, indicando la fecha, la operación de que se trata, el importante total de las ventas, la cantidad pagada y el balance de saldo. Se anotarán todos los movimientos que se realicen hasta que el balance de saldo sea cero. Se utilizará una hoja por cliente/e, o proveedor/a.

Registro de la cuenta de la clientela

Cliente /a :.....

FECHA	DETALLE	VENTAS REALIZAS A CRÉDITO	CANTIDAD PAGADA	SALDO

Registro de la cuenta del dinero que se debe a proveedores/acreedores

Proveedor/a :.....

FECHA	DETALLE	COMPRAS A CRÉDITO	CANTIDAD PAGADA	BALANCE

## TALLER 7: CONTABILIDAD DE UNA EMPRESA II

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entender y registrar los ingresos y gastos de un negocio</li></ul>
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Conocer el libro de registro de inversiones iniciales</li><li>▪ Presentar y conocer el libro de caja mensual, diferenciando entre ingresos y gastos y cobros y pagos</li><li>▪ Presentar la cuenta de pérdidas y ganancias anual</li></ul>
<b>CONTENIDOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Registro de inversiones iniciales</li><li>▪ Herramientas para la contabilidad de un negocio</li><li>▪ Herramientas para la contabilidad práctica en la cría de animales</li></ul>
<b>MATERIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Paleógrafo</li><li>▪ Rotuladores, marcadores</li><li>▪ Folios</li></ul>
<b>RECURSOS</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Material de consulta 1: Herramientas contables</li><li>▪ Ficha 1: Libro de Bienes de Inversión</li><li>▪ Ficha 2: Libro de caja mensual</li><li>▪ Ficha 3: Cuenta de pérdidas y ganancias</li></ul>
<b>DURACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ 3h</li></ul>

## METODOLOGÍA

DURACIÓN	TEMA	
15 minutos	Introducción al taller	Se hace la bienvenida a las mujeres participantes, seguido de los contenidos del taller del día, su metodología y duración.
15 minutos	Presentación de las participantes	Cada una de las participantes se presenta indicando las expectativas que tiene de la formación que le gustaría aprender y qué necesidades tiene.
60 minutos	Registro de inversiones iniciales	<p>Se comienza el taller presentando las nuevas hojas de registro que se van a utilizar en la gestión de una empresa: libro de inversión, flujo de caja y cuenta de pérdidas y ganancias. <b>(Ver Material de consulta 1).</b></p> <p>Se explica el concepto de bienes de inversión y se presenta la Ficha 1: Libro de Bienes de Inversión. Para cada uno de los negocios, se les pide a las participantes que detallen todos los bienes de inversión que necesitan para iniciar su negocio. El equipo facilitador ayudará a completar la Ficha 1, calculando para cada bien la cuota de amortización mediante el método de amortización lineal.</p>
45 minutos	Flujo de caja mensual	Se presenta a las participantes la herramienta del libro de caja mensual, Ficha 2: Flujo de caja mensual. Con un ejemplo en grupo se rellena la ficha conjuntamente. Se les explica a las participantes que si llevan el registro diario de manera regular y constante, completar el libro de caja mensual les resultará sencillo y de gran utilidad.
30 minutos	Cuenta de pérdidas y ganancias	<p>Se presenta a las participantes la cuenta de pérdidas y ganancias. La misma explica el resultado, en un momento dado de un negocio, como diferencia entre sus ingresos y sus gastos. Si los ingresos superan a los gastos, la empresa habrá obtenido beneficios. Si los gastos son mayores que los ingresos habrá sufrido pérdidas. Ficha 3. Cuenta de pérdidas y ganancias.</p> <p>Se les explica a las participantes, que para cada uno de los negocios, se realizarán proyecciones de la cuenta de pérdidas y ganancias con objeto de analizar la viabilidad de la idea empresarial en el marco del plan de empresa. Así mismo, dada las dificultades de algunas participantes en asimilar estos conceptos, el equipo facilitador realizará asistencias técnicas cuando los negocios estén creados para facilitar a las participantes completar todas las herramientas de contabilidad.</p>
15 minutos	Clausura	Se procede a hacer un resumen de los conceptos aprendidos y en plenaria se debate el interés generado por el taller.

# MATERIAL DE CONSULTA TALLER 7

## 1. Herramientas contables

### BIENES DE INVERSIÓN

Cuando se inicia un negocio, se suelen realizar inversiones para la compra de bienes para la empresa, los cuales van a estar en la empresa por un tiempo superior a un año. Por ejemplo: herramientas, maquinaria, elementos de transporte etc. Es importante conocer y registrar el precio que se ha pagado por ellos y su vida útil para de esta manera calcular su cuota de amortización. Ésta se refleja como un gasto contable que se incluirá en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Para calcular la depreciación de un activo fijo, hay que tener en cuenta lo siguiente:

- El valor amortizable, es decir, el precio de compra o construcción.
- Su vida útil o el tiempo durante el cual se estima que se utilizará un activo fijo.
- Su valor final que tendrá al finalizar su vida útil.

Ejemplo: Se compra una furgoneta por 50.000 córdobas, se estima una vida útil de 15 años y un valor final de 5.000 córdobas.

Para calcular su pérdida de valor anual, se utilizará la siguiente fórmula:

Cuota de depreciación anual =  $\text{Importe inicial} - \text{Valor remanente} / \text{Años de vida útil}$

En este ejemplo, 3.000 córdobas es el coste anual o depreciación de este activo.

En el libro de bienes de inversión, se registrará de manera detallada e individualmente, cada uno de los bienes de inversión, indicando su valor de adquisición, la fecha, las cuotas de depreciación y la baja y la fecha de la misma.

### FLUJO DE CAJA MENSUAL

El flujo de caja muestra los flujos de ingresos y gastos de efectivo que ha tenido una empresa en un tiempo determinado.

La diferencia entre los ingresos y los gastos de efectivo se conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos superan a los gastos) o desfavorable (cuando los gastos son mayores que los ingresos).

Solo se muestra el efectivo que realmente entra o sale de una empresa, por ejemplo se registra el pago de una compra y/o el pago de las cuotas de un crédito, pero no la depreciación de un activo, que implica un gasto, pero no una salida de efectivo.

## CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

La Cuenta de Pérdidas y Ganancias es un documento contable que nos permite conocer el resultado contable de una empresa en un ejercicio económico.

La cuenta de Pérdidas y Ganancias proporciona información sobre el volumen del resultado de la empresa, sino que también sobre las causas de este resultado. Para ello se separarán los diferentes ingresos y gastos en función de la causa que los motiva.

Distinguiremos entre:

- Resultados de explotación: son los originados por el desarrollo de las actividades ordinarias de la empresa
- Resultados financieros: son los originados por las inversiones financieras de la empresa y por la financiación ajena de la empresa.



## FICHA 1: LIBRO DE BIENES DE INVERSIÓN

**Objetivo:** Aprender a utilizar herramientas de contabilidad y el libro de bienes de inversión.

**Metodología:** En esta tabla se debe completar una línea para cada uno de los bienes de inversión del negocio, indicando el concepto, el valor de adquisición del bien, su duración prevista, la fecha de inicio y fin , el método de amortización utilizado y la cuota resultante.

CONCEPTO	FECHA	VALOR DE	VIDA ÚTIL	VALOR FINAL	CUOTA DE

## FIGHA 2: FLUJO DE CAJA MENSUAL

**Objetivo:** Aprender a utilizar herramientas de contabilidad y completar el flujo de caja semestral.

**Metodología:** En esta tabla, cada mes se completarán los apartados indicando los importes totales, teniendo en cuenta el libro diario para calcular todos los ingresos y gastos que haya tenido el negocio. Nos servirá para tener una visión global de la evolución del negocio.

MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Dinero disponible a principio del mes (saldo inicial)						
Ventas en efectivo						
Ventas a crédito cobrado este mes						
Otros ingresos						
<b>Ingresos totales</b>						
Compras a crédito pagado este mes						
Compras de materias primas						
Gastos en salarios						
Gastos de suministros (luz, agua, teléfono)						
Gastos de desplazamiento						
Gastos de devolución de préstamos / microcréditos						
Otros gastos del negocio						
<b>Gastos totales</b>						
<b>Diferencia entre ingresos y gastos (Ingresos – Gastos)</b>						

### FICHA 3: CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

**Objetivo:** Aprender a utilizar herramientas de contabilidad y conocer la cuenta de pérdidas y ganancias

**Metodología:** De manera anual se completará cada una de las partidas de ingresos y gastos contando los financieros para alcanzar el resultado final. Esta ficha se rellenará con el apoyo del equipo asesor.

PÉRDIDAS Y GANANCIAS	AÑO 1
INGRESOS	
Costes variables de compra y venta	
Margen Brutos /Ventas	
Sueldo trabajadoras	
Suministros: luz, agua, teléfono, gasoil	
Otros gastos	
Total Gastos Operativos	
Depreciación	
Ingresos - gastos	
Intereses Crédito y devolución microcrédito	
Res. Ordinario. antes de Impuestos (B.A.I.)	
Impuestos	
Resultados	

## BIBLIOGRAFÍA

**APADEIM (2015)** *“Programa de Empoderamiento Económico”*. El Viejo (Nicaragua).

**GARCIA COMAS, Cristina (2012)** *“Igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en la actividad empresarial”*. Fundación Mujeres.

**GONZALEZ ACEVEDO, Marina (2013)** *“Guía práctica para el empoderamiento económico de las mujeres. Documento estratégico”*. Fundación Mujeres.

Disponible en internet marzo 2016:

[http://fundacionmujeres.es/documents/view/guia\\_practica\\_para\\_el\\_empoderamiento\\_economico\\_de\\_las\\_mujeres.html](http://fundacionmujeres.es/documents/view/guia_practica_para_el_empoderamiento_economico_de_las_mujeres.html)

**MURGUIALDAY MARTÍNEZ, Clara (2006)** *“Empoderamiento de las mujeres. Conceptualización y estrategias”*.

Disponible en internet: marzo 2016:

<http://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/http/contenidosEstaticos/adjuntos/es/16/23/51623.pdf>

**SUSANNE BAUER, GERY FINNEGAN y NELIEN HASPELS (2011)** *“Género y Emprendimiento: Guía de formación para mujeres empresarias. Paquete de formación y herramientas”*. Organización Internacional del Trabajo.

Disponible en internet: marzo 2016:

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san\\_jose/documents/publication/wcms\\_179034.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---sro-san_jose/documents/publication/wcms_179034.pdf)



Esta publicación ha sido realizada con el apoyo financiero de la Agencia Extremeña de Cooperación internacional para el Desarrollo (AEXCID). Su contenido es responsabilidad exclusiva de Fundación Mujeres, y en modo alguno debe considerarse que refleja la posición de la AEXCID.