

CUADERNO DE LA



PARTICIPANTE

Esta publicación fue creada por Solidaridad Internacional Kanda A.C. (SiKanda), en colaboración con ECOOS-Escuela de Economía Social, el apoyo de la Trafigura Foundation, Cherie Blair Foundation for Women, Oxfam México y el financiamiento de la Unión Europea. El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva de SiKanda y no debe considerarse, en ningún caso, que refleja los puntos de vista de la Unión Europea. Los ejercicios marcados con asterisco (*), son adaptaciones de la metodología “Get Ahead: Género y emprendimiento”, de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). **Más información sobre GET AHEAD en: www.ilo.org. Para más referencia de SiKanda y Mujeres A.V.E. escribir a info@sikanda.org o visitar www.sikanda.org.**



© 2021. Este manual cuenta con la licencia Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0). El contenido puede ser reproducido y compartido de acuerdo con las especificaciones de la licencia. (Attribution — NonCommercial — ShareAlike)

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	6
MÓDULO 1. ¡BIENVENIDA A MUJERES A.V.E.!	8
1. Presentación del programa	9
2. Conociéndonos y expectativas del curso	10
3. Acuerdos del grupo	12
4. Mujeres y hombres con negocios	13
5. ¡Elaboremos un producto!	14
MÓDULO 2. ¿HACIA DÓNDE VA MI NEGOCIO?	16
1. ¡Construyamos otra economía! Economía social, principios y valores cooperativos	17
2. El perfil de mi negocio	21
3. Misión: ¿Qué hago en mi negocio?	22
4. Visión: ¿Hacia dónde se dirige mi negocio?	24
5. Aprendamos sobre el modelo de negocio*	26
6. Estructura del modelo de negocio	27
MÓDULO 3. ¿QUÉ VENDO Y PARA QUIÉN LO VENDO?	29
1. Segmentación de mercado	32
2. Propuesta de valor	34
3. Discurso de ventas	37
4. Labor de ventas	39
MÓDULO 4. ¿CÓMO VENDO LO QUE HAGO?	41
1. Mercadeo	42
2. Presentación de mi producto y envíos	44
3. Nuevas opciones de cobro	46
4. Contratos: ¡Acuerdos claros por escrito!	50

MÓDULO 5. ¿DÓNDE VENDO LO QUE HAGO?	52
1. Canales de venta	53
2. Redes sociales: Canales de ventas digitales	54
3. Cómo crear contenido para redes sociales	56
4. Cómo hacer buen uso del celular en el negocio	57
5. Creación básica de fotografía y vídeos con dispositivo móvil	58
6. La relación con la clientela	60
MÓDULO 6. ¿ES NEGOCIO MI NEGOCIO? I	61
1. Paso a paso para hacer mi producto	62
2. Inversión inicial	63
3. Costo de mi producto o servicio	64
MÓDULO 7. ¿ES NEGOCIO MI NEGOCIO? II	69
1. Ganancia y fijación de precios	70
2. Cómo calcular la ganancia	71
3. Cómo calcular el precio de venta	71
4. Punto de equilibrio	72
MÓDULO 8. LA ADMINISTRACIÓN DEL DINERO EN MI NEGOCIO	73
1. Ciclo financiero	75
2. Registros contables	78
3. Pensando en el futuro	79
4. El camino para el ahorro	80
MÓDULO 9. LA RESILIENCIA DE LOS NEGOCIOS EN TIEMPOS DE COVID-19	82
1. ¿Qué riesgos puedo enfrentar?	83
2. Importancia de la conectividad	85
3. La negociación: Toma de decisiones en mi negocio y familia	86

MÓDULO 10. ¡MI TIEMPO ES VIDA! AUTOCUIDADO EN MI NEGOCIO 90

1. Trabajo de cuidados 93
2. Autocuidado 95
3. Gestionar responsabilidades y tiempo en el hogar 98

MÓDULO 11. TEJIENDO(NOS): PROYECTANDO EL NEGOCIO 101

1. El equipo de trabajo 102
2. Habilidades de liderazgo para la cooperación 103
3. Alianzas 107
4. Sistemas de consumo colaborativo 110
5. Comercialización colaborativa 112
6. Visión futura: ¿Qué soñamos ahora? 112

MÓDULO 12. PIÉRDELE EL MIEDO A LAS INSTITUCIONES 113

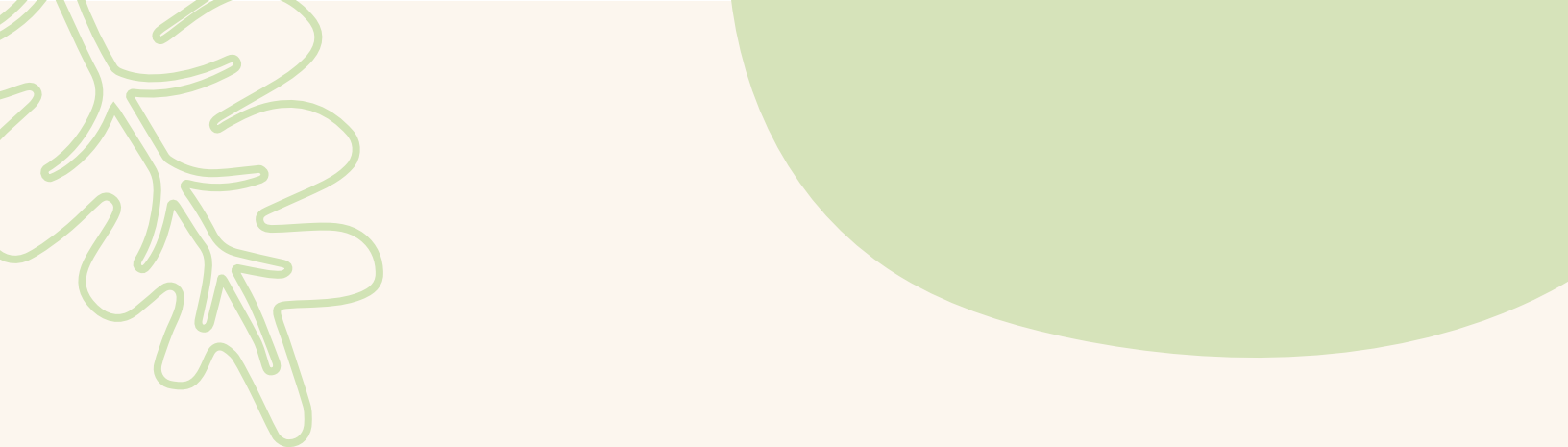
1. Formalización fiscal en México 114
2. Facturas 116
3. ¡Sin miedo al banco! Bancarización tradicional y banca social 118
4. Opciones bancarias para resguardar el dinero de mi negocio 120
5. Beneficios de la bancarización 121
6. Créditos y otras opciones de financiamiento 122

INTRODUCCIÓN

Mujeres A.V.E. (Actuando, Vinculando, Emprendiendo) es un proyecto que busca fortalecer los negocios y las redes de cuidados de las mujeres que habitan la zona oriente del municipio de Villa de Zaachila, en Oaxaca. El proyecto es implementado por SiKanda (Solidaridad Internacional Kanda A.C.), asociación civil oaxaqueña que, desde 2009, trabaja en este territorio buscando acompañar procesos de desarrollo local sustentable, con enfoque de género, derechos humanos, interculturalidad e intergeneracionalidad.

Mujeres A.V.E. cuenta con el apoyo y colaboración de ECOOS (Escuela de Economía Social de Oaxaca) y del Centro Comunitario Educativo Vicente Guerrero —sede del “Espacio A.V.E.”—, para el desarrollo de la metodología, este manual y las capacitaciones realizadas en el marco del proyecto. Entre 2018 y 2021, Mujeres A.V.E. contó con el financiamiento y colaboración de la Fundación Trafigura, la Fundación para Mujeres Cherie Blair (CBFW), Oxfam México y el cofinanciamiento de la Unión Europea; y permitió la realización de talleres, capacitaciones, acompañamiento y otras actividades del proyecto de forma gratuita.

Este manual representa el primer esfuerzo conjunto para reflejar tres años de implementación piloto, proceso que permitió al equipo de SiKanda y ECOOS aprender, nutrir y retroalimentar la metodología, gracias a la participación de más de 100 mujeres con pequeños negocios de Zaachila Oriente.



Agradecemos profundamente a todas las mujeres que han formado parte de este proceso y esperamos que este manual —junto a las actividades de Mujeres A.V.E—nos permitan seguir creciendo y tejiendo red, contando con negocios y proyectos que aporten al bienestar, desarrollo personal, a la sororidad y comunidad de las mujeres emprendedoras.

¡Bienvenida a este gran viaje! ¡Qué gusto conocerte!

Muchas felicidades por formar parte de Mujeres A.V.E., es importante celebrar que estarás trabajando por tu negocio y para ti. Estamos seguras de que creceremos juntas, conocerás mujeres con experiencias similares a la tuya y ¡entre todas sumaremos para aprender y fortalecer nuestros distintos negocios!

Durante esta capacitación conocerás herramientas que te ayudarán a concretar o consolidar un negocio que ya tengas. Aprenderás habilidades que te ayudarán a incrementar la clientela y mejorar los ingresos que genera tu negocio, así como a tener más confianza en ti misma para dirigirlo. Contarás con una red de mujeres que te comprenderán y apoyarán; conocerás y aprenderás sobre economía social, género, finanzas y muchas herramientas para llevar tu negocio hacia donde tú quieras.

¡ENHORABUENA!

**BIENVENIDAS
MUJERES A.V.E.**



MÓDULO 01



1. PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA.

Mujeres A.V.E. busca apoyar a las mujeres que cuentan con pequeños negocios, para mejorar su operación, generar mayores ingresos y contar con una red de apoyo que contribuya a su bienestar integral.

¿Qué puedo encontrar en Mujeres A.V.E?

Al registrarte en el proyecto, recibirás:

- Capacitación para fortalecer tu negocio.
- Acompañamiento personalizado para cumplir tus objetivos.
- Talleres gratuitos para aprender nuevas habilidades.
- Acceso a espacios de venta/expo ferias para mostrar tus productos y servicios.
- Espacios mensuales para compartir preocupaciones e intereses con otras mujeres.
- Visitas de aprendizaje a negocios liderados por mujeres como tú.
- Vinculación con servicios de salud, asistencia psicológica y legal. ¡Pregunta por ellos!
- Acceso al Espacio A.V.E, donde encontrarás una biblioteca y podrás exponer tus productos.

SÍGUENOS EN:
facebook.com/MujeresAVE
y en Instagram como: @mujeresave

**¡UNA RED DE MUJERES
QUE TE APOYAN!**

2. CONOCIÉNDONOS Y EXPECTATIVAS DEL CURSO.

Aprendizajes

Conocerás a otras mujeres emprendedoras de tu comunidad para compartir experiencias, expectativas y encontrar aspectos en común para trabajar en equipo.

Ejercicio: En parejas, comparte información sobre ti y al final preséntala frente al grupo.

PREGUNTAS GUÍA PARA PRESENTARNOS:



1. Nombre
2. ¿De dónde soy originaria?
3. ¿Qué me apasiona hacer?
4. ¿Qué hago en mi negocio?

Conociendo nuestras expectativas

Ejercicio: Escribe o dibuja en el siguiente espacio qué esperas ver en tu negocio y en ti, al finalizar este programa. Es muy importante reconocer cómo nos sentimos en este momento y hacia dónde queremos llegar.

Yo espero:



3. ACUERDOS DEL GRUPO.

Aprendizajes

Los acuerdos generados en conjunto nos dan la brújula para la solución a problemas en un negocio o colectivo.

Ejercicio: Dibuja o escribe las respuestas a las siguientes preguntas. Procura dar más de una espuesta, ya que es importante conocernos entre todas.

Preguntas guía

¿Cómo nos queremos ver en este espacio?

¿Cómo nos gustaría ser tratadas?

¿Qué nos gustaría ver en el grupo?

¿Qué acuerdos queremos que sean respetados en el grupo?

¿Qué ofreces a tus compañeras?

¿Qué te gustaría que te compartan?

Sugerencia: Copia o dibuja aquí los acuerdos colectivos para recordarlos.

4. MUJERES Y HOMBRES CON NEGOCIOS.

Aprendizajes

Al explorar las diferencias biológicas, sociales y culturales entre mujeres y hombres, descubrirás que los "roles" que comúnmente se asignan al "ser mujer" pueden tener un impacto en nuestra manera de crear y administrar un negocio.

Ejercicio: El grupo se dividirá en dos equipos. El primero dibujará a “una mujer de su comunidad con negocio”, y el segundo a “un hombre de su comunidad con negocio”.

Sexo, género, roles... ¿de qué estamos hablando?

Las personas nacemos con diferencias biológicas. Tenemos distintas características genéticas, hormonales y físicas que se expresan, por ejemplo, en diferencias entre nuestros sistemas sexuales y reproductivos. Al conjunto de estas características se le denomina **“sexo”**. Al nacer, se nos asigna un sexo que puede ser hembra (o mujer), macho (u hombre) o intersexual (personas que naturalmente presentan una combinación de características).

A estas diferencias biológicas, las relacionamos con comportamientos, formas de expresión y roles específicos; de ahí que lo entendido como “femenino” o “masculino” puede variar en distintas épocas y entre diferentes culturas. A las funciones, actitudes —y hasta formas de vestir, caminar, y hablar—, que como grupos humanos le asignamos a hombres y mujeres le llamamos **“género”**. Es decir, **mientras que el sexo se determina por características biológicas, el género se construye socialmente de forma colectiva**, define la manera en que esperamos que actúen las personas dependiendo de su sexo. El género se expresa de forma distinta

en las comunidades, en los pueblos, en las ciudades y determina, incluso, las actividades económicas que generalmente realizamos mujeres y hombres.

Por ejemplo, piensa en tu comunidad: ¿a qué se dedican mayoritariamente las mujeres y a qué se dedican los hombres?

¿Qué actividades no son tan permitidas para las mujeres y cuáles no para los hombres?

Al conjunto de papeles, funciones y actividades que indican cómo “deberían” comportarse mujeres u hombres, de acuerdo con lo que la sociedad espera, les llamamos **roles o estereotipos de género**. A veces, esos roles son muy rígidos, y limitan el pleno desarrollo, participación, y actividades económicas que pueden realizar las personas, especialmente las mujeres. ¿Tú qué piensas sobre esto? ¿Crees que estos roles pueden modificarse? ¿Qué cosas han cambiado a lo largo de tu vida? ¿Qué cosas recuerdas que han cambiado para las mujeres, de lo que vivían tu mamá o tu abuela?

5. ¡ELABOREMOS UN PRODUCTO!

Aprendizajes

Explorarás tus habilidades organizativas en este ejercicio práctico, donde construirás un prototipo de producto trabajando en equipo. Es importante que antes de iniciar tu negocio realices un producto o servicio prueba, prototipo o producto mínimo viable. Te servirá como experimento para probar las respuestas de tu posible clientela, hacer ajustes y ¡tomar decisiones para mejorarlo! Si ya tienes un negocio, puedes seleccionar tu producto/servicio estrella y seguir explorando maneras para mejorar o introducir nuevos productos.

Ejercicio: Escucha atentamente las instrucciones y toma nota sobre cómo elaborar el **producto prueba**. Toma en cuenta los ingredientes, materiales y conocimientos necesarios para elaborarlo. Escribe tus propias instrucciones a seguir aquí:



Las mujeres contamos con muchos conocimientos que pueden ser punto de partida para un negocio: desde jardinería, hasta cocinar, manejar, hacer artesanías o confeccionar ropa. ¡Tus conocimientos son valiosos y son parte de la inversión que realizas! También puedes invertir en ti misma para explorar otros ámbitos sobre los que te gustaría aprender para generar ingresos: producir alimentos en casa, huertos caseros, cría de animales o aprender oficios como plomería o electricidad. ¡Desarrolla tus capacidades!

Conoce a Silvia Gabriela Hernández Salinas, impulsora del proyecto Tendajón Layú.

Silvia Gabriela Hernández Salinas es una mujer zapoteca, originaria de Santa María Huatulco, Bajos de Coyula, Oaxaca; donde se formó con su abuela como médica tradicional. De niña quería ser “coquera”, es decir, producir a través del coco, idea a la que regresaría años más tarde. Tendajón Layú le permitió combinar sus habilidades, pasiones y sueños; se trata de un proyecto autogestivo que tiene 10 años de camino andado. Se llama “Tendajón” por una palabra antigua usada como sinónimo de changarro o tienda y “Layú”, —palabra en zapoteco que significa “tierra” — siendo entonces “Tiendita de la Tierra”. En este espacio trabaja desde el amor y el cuidado, realizando productos naturales y ecológicos que respetan la autonomía de la tierra, promoviendo el comercio local. También recupera la sabiduría de las mujeres y culturas ancestrales para el autocuidado y la sanación del cuerpo, alma y espíritu.

En Tendajón Layú se puede encontrar productos que hacen florecer la vida justa, por ejemplo: shampoo, pomadas, pañales ecológicos y productos de medicina natural-tradicional. El proyecto también comparte saberes encaminados hacia mejorar nuestra salud de forma justa y digna.

Silvia estudió Ciencias Sociales en la UABJO y fue ese estudio el que la llevó a reconectar con su raíz, buscar en su historia familiar qué era lo que le movía para apoyar a otras personas. Para ella es importante compartir su proyecto como un proceso político donde recupera la medicina tradicional, promoviendo el trabajo desde el amor y la autoestima, invitando a recuperar el cuerpo de las mujeres como nuestro primer territorio, para que podamos sentirnos plenas y desde ahí resonar en los proyectos que iniciamos. Señala que hay que vernos como seres enteros y no como personas que requieren de una pareja para sentirnos completas. Así podemos compartir todo lo que somos, y esto ayuda a recuperar el cuerpo desde la autonomía y la salud plena.

Cuando iba a iniciar su proyecto, Silvia tuvo miedo de dejar un trabajo “estable”, pero para ella fue importante mirar sus propios sueños, su propio amor, y recuperar la autoestima. Así el proyecto le permite honrar a su abuela —y desde una visión feminista— trabajar no desde el sacrificio, sino desde el amor, disfrutando todo el esfuerzo que pone para que su proyecto crezca. Cada vez que hace un producto lo hace desde el corazón, y también ha aprendido a tomar descansos para mantener su salud y sentirse completa.

Con su proyecto también ha encontrado nuevas formas de matenar, en las que su hija también colabora y donde su pequeña también crea —desde sus tiempos y modos— unas velas que llevan su nombre: “Navani”.
Conoce más sobre los productos de Silvia en su Facebook:
<https://www.facebook.com/TendajonLayu>

Ahora pregúntate:
**¿Qué experiencias de tu vida
y tu niñez te inspiran para construir
tu negocio y proyecto de vida?**

**¿HACIA DÓNDE
VA MI NEGOCIO?**



MÓDULO 02

En este módulo conocerás una nueva forma de hacer economía, así como un modelo de organización donde todas las personas propietarias puedan tomar decisiones y ser el centro de su negocio.

1. ¡CONSTRUYAMOS OTRA ECONOMÍA! ECONOMÍA SOCIAL, PRINCIPIOS Y VALORES COOPERATIVOS.

Ejercicio: Conocerás un modo diferente y solidario para hacer economía, poniendo en el centro del negocio a las personas, las comunidades, el planeta y el bienestar de todas y todos. Leamos juntas la historia:

ELENA, ISABEL Y LA BICICLETA^{1*}

Elena necesitaba una bicicleta. Compró una por \$200 pesos, aunque la bici estaba muy deteriorada. Como Elena no tenía sitio para guardarla, dejó la bicicleta amarrada afuera de su casa. Isabel vive en el mismo barrio que Elena y es muy buena para arreglar cosas. Un día, Isabel vio la bicicleta, preguntó por ella y le dijeron que Elena la había dejado allí. Isabel no conocía muy bien a Elena, pero al día siguiente se le acercó y le platicó que sabía arreglar cosas, y le preguntó si podía arreglar la bici a cambio de que la dejara usarla algunas veces. Isabel le contó que necesitaba una bici de vez en cuando, pero no tenía suficiente dinero para comprarse una. Elena le dijo que sí, que podía arreglarla, ya que ella también la necesitaba usar y no podía hacerlo en la condición en la que estaba. Cada dos o tres días, Isabel trabajaba un par de horas en la bici. Cada una pensaba que sería importante hablar con la otra de la situación y llegar a un acuerdo para el uso de la bicicleta, pero entre una cosa y otra, nunca llegaron a hacerlo. Al cabo de unas semanas, la bici estaba ya reparada e Isabel le dijo a Elena que sólo faltaba pintarla. Al día siguiente se juntaron. Isabel estaba terminando de pintar y un hombre que pasaba por la calle se detuvo y admiró la bicicleta. De repente, miró a su reloj y dijo: “Tengo mucha prisa ahora, ¡pero me encanta la bici! y me gustaría comprarla. Volveré mañana y pagaré \$2,000 pesos por ella.” Se despidió y se marchó de prisa.

^{1*} Elena, Isabel y la bicicleta es un ejercicio pedagógico diseñado por los profesores Fred Freundlich y Eunat Elio de la Universidad de Mondragón (España).

Ahora tomemos un tiempo para meditar personalmente y pensemos en las siguientes preguntas:

1. ¿Quién debe tomar la decisión? ¿Quién tiene la propiedad de la bici? Analicemos entre todas y con argumentos decidamos si la bici debe ser vendida o no.
2. Cambiemos el enfoque y digamos que la bici SÍ se vendió. ¿Cómo se debe distribuir el dinero? ¿Cuánto le corresponde a Elena y cuánto a Isabel? ¿Quién tiene que decidir esto? ¿Por qué?
3. ¿Cómo podríamos traspasar este ejemplo a una situación de nuestro negocio? Pensemos en alguna situación en la que tengamos alguna circunstancia similar a la de la bicicleta: puede ser un local, máquina o terreno.

¿CÓMO FUNCIONA UN NEGOCIO DE ECONOMÍA SOCIAL?

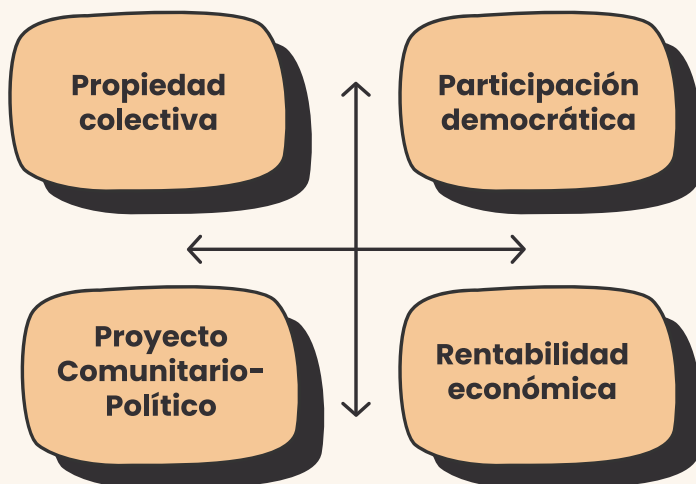
Tal vez iniciaste el negocio tú solita. Tal vez estás trabajando con otras personas. No todos los negocios son iguales, y en **Mujeres A.V.E. te invitamos a que lo consideres en el marco de la economía social.**

Un negocio de economía social **pone en el centro a las personas y sus necesidades**, y al mismo tiempo busca que la comunidad donde esté se beneficie de él. ¿Cómo lograr esto? Por ejemplo: que circule el dinero en la comunidad prefiriendo tener proveedoras locales y comprándose unas a otras. O evitando que la comunidad se vea afectada negativamente por el negocio, ofreciendo productos que no dañen al medio ambiente. Esto significa que el negocio de economía social es parte de un proyecto comunitario-político que **se construye en colectivo**, pensando en el bienestar de todas y todos. Para que el dinero circule en la comunidad y sea benéfico para las socias, **el negocio de economía social debe ser rentable**, pues en este esquema la propiedad es colectiva, es decir, todas las personas son socias; y como el negocio es de todas, las decisiones se toman de forma democrática: una persona, un voto. También se promueven relaciones horizontales, donde no hay un jefe o jefa que se pueda

aprovechar de las y los demás: se trabaja de forma cooperativa.

Una manera de tener claro cómo relacionarse con la economía social, es preguntándote: ¿Qué es aquello que nos mueve o lastima colectivamente? Una vez identificada la necesidad sentida —o la problemática común—, identifica de qué manera tu negocio contribuye a ser parte de la solución. **¿Cómo contribuye el negocio a tu bienestar y al de tu comunidad? ¿Qué tipo de alianzas puedes hacer con otras mujeres y negocios?**

¡La economía social la construimos todas!



*Alianza Cooperativa Internacional <https://www.ica.coop/es>

PRINCIPIOS Y VALORES



**Adhesión
voluntaria**

**Gestión
democrática**

**Participación
económica**

**Autonomía e
independencia**

Educación

Intercooperación

**Interés por la
comunidad**

PRINCIPIOS Y VALORES COOPERATIVOS DE LOS NEGOCIOS DE ECONOMÍA SOCIAL DE LA ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL.

(www.ica.copp/es)

Adhesión voluntaria. Los negocios de economía social se organizan voluntariamente y son abiertos a todas las personas que deseen aceptar las responsabilidades del grupo, ofreciendo servicios sin discriminación de género, social, racial, política o religiosa.

Gestión democrática. Las normas y decisiones se establecen de forma activa y democrática en todo el grupo que conforma el negocio. Todos los miembros tienen el mismo derecho a voto (cada persona, un voto).

Participación económica. Las personas socias contribuyen de forma equitativa al capital del negocio o cooperativa y lo controlan democráticamente. Los recursos que genere se pueden destinar al crecimiento del mismo, beneficios para las socias —de forma justa y en proporción a su trabajo— o apoyar otras actividades aprobadas por el grupo.

Autonomía e independencia. Son grupos autónomos gestionados por sus socias, si se llega a un acuerdo con organizaciones externas —incluidos los gobiernos u otros negocios—, deberá hacerse de forma que se asegure el control democrático de sus socias y se mantenga la autonomía de la cooperación, es decir, que siga siendo propiedad del grupo.

Educación, formación e información. Ofrecen educación y formación a sus socias, empleadas y empleados, para que puedan contribuir de forma efectiva al desarrollo del negocio.

Intercooperación. Buscan fortalecer otros proyectos de la comunidad para que haya más negocios sociales que beneficien a todas.

Interés por la comunidad. Trabajan para el bienestar de sus comunidades a través de acuerdos y actividades aprobadas por las socias.

¡Considera estos valores como brújula para que tu negocio forme parte de la economía social!

2. EL PERFIL DE MI NEGOCIO.

Aprendizajes

En este ejercicio construirás tu perfil como propietaria del negocio e identificarás tus fortalezas y áreas de oportunidad a trabajar en este programa.

Ejercicio. Para crear tu perfil debes tener en cuenta algunos elementos básicos.



Mi nombre:

El nombre con que me
gustaría llamar a mi negocio:

Mi producto es:

Soy buena para:

Lo que me apasiona hacer:

Necesito mejorar en:

¿Qué me inspira?

3. MISIÓN: ¿QUÉ HAGO EN MI NEGOCIO?

Aprendizajes

La misión de un negocio representa su “forma de pensar”, es decir, aquello con lo que el negocio se identifica y expresa su razón para existir.

Ejercicio. En este ejercicio conocerás y construirás la primera parte del corazón ideológico de tu negocio. Para empezar, definiremos la misión. Las frases que le den forma deben ser tan poderosas que motiven, pues se enfoca en el presente, es decir, en lo que ya estás o están haciendo. La misión puede estar dirigida tanto al interior como al exterior del negocio.

Ejemplo:

La misión de Mazolco es: “somos una empresa de economía social que ofrece alternativas de alimentación sana, con el compromiso de rescatar y mantener nuestra identidad, generando oportunidades de trabajo y comercio justo.”*

PASO 1

Tomando en cuenta lo que hacemos, cómo se organiza y qué ofrece nuestro negocio, redactaremos la misión. Para hacerlo proponemos contestar las siguientes preguntas e integrarlas en una sola frase:

- ¿Quiénes somos?
- ¿Qué hacemos?
- ¿Cómo lo hacemos?
- ¿Para quién lo hacemos?
- ¿Por qué lo hacemos?



Redacta tu misión:







PASO 2

Ya que tenemos redactada nuestra misión, es necesario validarla con nuestras amistades, conocidas y clientela.

¿Qué nos hace sentir al escucharla? ¿Nos gusta? ¿Nos sentimos identificadas? ¿Qué emoción les genera? ¿La frase es clara y entendible para las personas socias o colaboradoras? ¿Todas las personas socias o colaboradoras entendieron lo mismo? ¿A nuestra clientela le queda claro qué es lo que ofrecemos? ¿La frase es motivadora para el grupo? ¿Vemos reflejada nuestra identidad en esta frase? ¿Necesitamos ajustar algo?

☐ Si es necesario vuelve a redactar tu misión considerando las respuestas a estas preguntas.













4. VISIÓN: ¿HACIA DÓNDE SE DIRIGE MI NEGOCIO?

Aprendizajes

En este ejercicio conocerás y construirás la segunda parte del corazón ideológico de tu negocio, que representa el futuro planteado de forma objetiva.

Ejercicio: A continuación, redactarás la visión de tu negocio; ésta expresa hacia dónde quieres ir en el futuro. ¿Qué te imaginas a 5 o 10 años?

Ejemplo:

La visión de Mazolco es: ser un espacio cooperativo y de vinculación alimenticia para nuestras comunidades, ofrecemos productos alimenticios de calidad y alternativas saludables.

PASO 1

Para formularla, proponemos contestar las siguientes preguntas e integrarlas en una sola frase:

- ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?
- ¿Cómo seremos en el futuro?
- ¿Qué haremos en el futuro?
- ¿Cómo nos veremos en el futuro?



Redacta tu misión:



PASO 2

Ya que tenemos redactada nuestra visión, es necesario validarla. Leámosla y demos respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué nos hace sentir al escucharla? ¿Nos gusta? ¿Nos sentimos identificadas?
- ¿Qué emoción les genera?
- ¿La frase es clara y entendible para las personas socias o colaboradoras?
- ¿Todas las personas socias o colaboradoras entendieron lo mismo?
- ¿A nuestra clientela le queda claro a dónde vamos?
- ¿La frase es motivadora para el grupo?
- ¿Vemos reflejada nuestra identidad en esta frase?
- ¿Necesitamos ajustar algo?

☐ Si es necesario vuelve a redactar tu visión considerando las respuestas a estas preguntas.

☐☐☐☐☐☐☐

5. APRENDAMOS SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO.*

¡HAGAMOS NEGOCIOS! (PLANIFICACIÓN EMPRESARIAL)

Aprendizajes

En este ejercicio explorarás tus habilidades organizativas simulando un negocio colectivo. De la misma manera, identificarás las partes clave que debes tener en cuenta cuando tomas un pedido de tu clientela.

Ejercicio. “Acuerdo entre clienta y grupo de artesanas”.

Instrucciones: El grupo de artesanas fabricará un total de 2 pulseras. El producto deberá ser similar en tamaño y calidad a la que la clienta mostró —la capacitadora simulará ser la clienta—.

Los materiales proporcionados para la producción son los siguientes:

- Cuentas
- Hilo y aguja
- Recipiente
- Regla

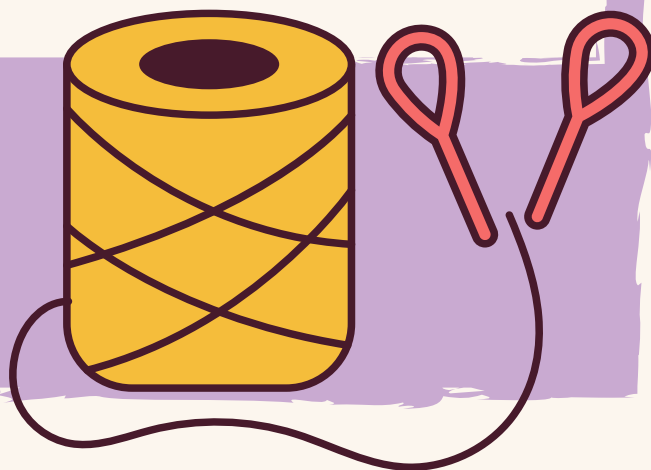
Las especificaciones del producto son:

- Bonito
- Pulcro
- Correspondiente a la muestra
- Fuerte
- Seguro

Grupo de artesanas

Tiempo de elaboración: 10 minutos

Fin del acuerdo



6. ESTRUCTURA DEL MODELO DE NEGOCIO.

Aprendizajes

En esta sección descubrirás las partes de un plan de negocios a través de la reflexión y práctica.



En el ejercicio anterior identificamos, en plenaria, aspectos especiales al momento de manejar un negocio, y hay por lo menos cinco áreas clave que necesitamos tener en mente todo el tiempo: mercadeo, operaciones, finanzas, gente o equipo de trabajo y riesgos.

Mercadeo: ¿Quién es mi clientela? ¿Cómo ofrezco y vendo mi producto o servicio?

Esta parte del plan del negocio se centra en comprender quién estará interesado en comprar lo que vendo; incluye —entre otras cosas— el comportamiento de la clientela potencial, qué les gusta, cuánto pagarían por el producto o servicio, cómo y dónde estarían dispuestos a comprar.

Operaciones: ¿Cómo genero mi producto/servicio y cuánto me cuesta?

Las operaciones se refieren a los costos y logística. Se centran en resolver qué vamos a comprar y cómo se van a fabricar los productos o la estructura de los servicios que tu clientela quiere. Esto incluye identificar costos, tener una lista de materiales, el equipo necesario y los pasos para elaborar el producto o servicio que el negocio ofrece.

Finanzas: ¿Cuánto dinero necesito para iniciar y mantener mi negocio?

Las finanzas cubren todo lo que se relaciona con el dinero, es decir, cómo se registran los gastos y ganancias del negocio. Aquí necesitamos determinar si tenemos suficientes recursos para comenzar o si necesitamos más dinero y cuánto.

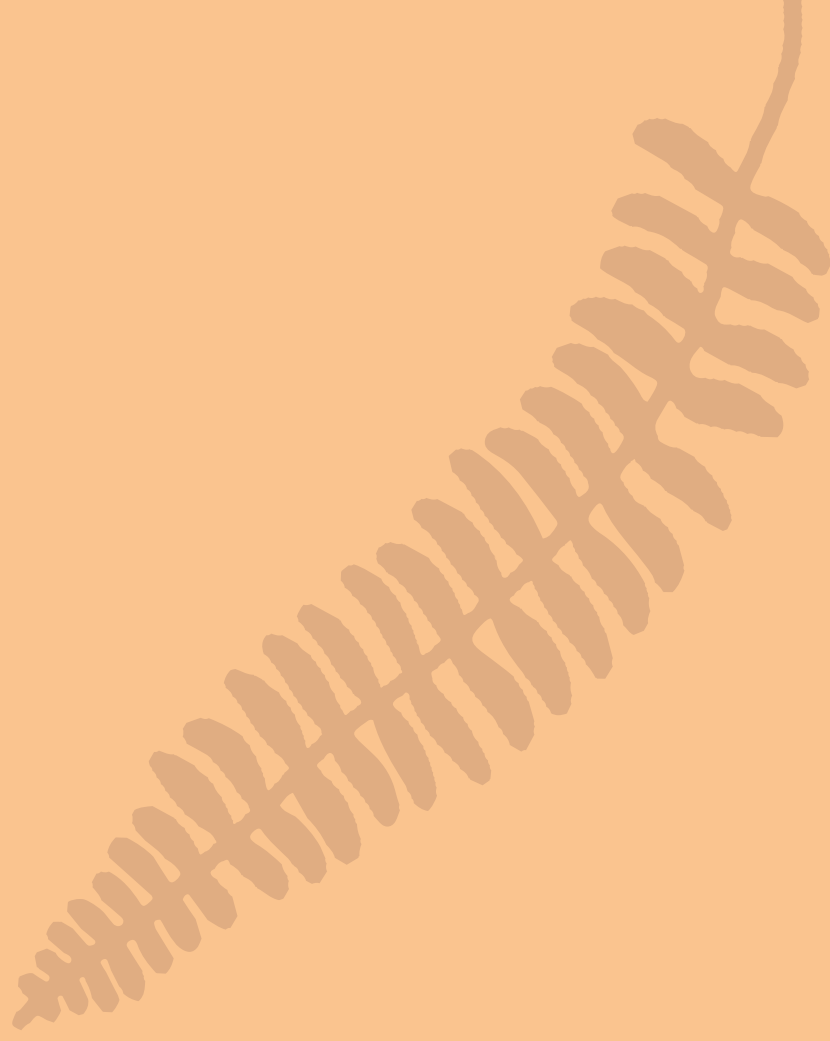
Equipo de trabajo: ¿Qué personas necesito para iniciar o mantener mi negocio?

Se refiere a las decisiones que se deben tomar para la contratación o capacitación de personas necesarias para hacer funcionar el emprendimiento.

Posibles riesgos: ¿Cómo me preparo para los imprevistos?

Todo puede verse muy bien cuando se desarrollan las ideas o inicia el negocio, pero es importante estar conscientes de que cualquier parte del plan puede cambiar. Podemos planear anticipadamente qué hacer si las cosas no van como esperábamos; es vital recordar que un riesgo se puede minimizar, evitar, transferir —o no hacer nada ante él—, y con todo eso no es posible eliminar todos los riesgos.

**¿QUÉ VENDO Y PARA
QUIÉN LO VENDO?**



MÓDULO **03**

Aprendizajes

En este módulo conocerás herramientas para conocer y describir a tu clientela ideal; analizarás la importancia de dar prioridad y entenderás por qué un negocio no puede venderle “a todo el mundo”.

¿Es posible que mi negocio sea para todas las personas?

El pensar que tu producto o servicio es para “el público en general”, puede resultar muy caro y desgastante. Imagina que vendes comida; puedes pensar que todas y todos “la necesitan para vivir”. Sin embargo, es importante tener en cuenta que no todas las personas serán tu clientela y lo importante es saber ¿por qué?

Los factores pueden ser muy diversos: tal vez algunas personas sean vegetarianas, o tienen

diferentes regímenes alimenticios, o prefieren otros espacios para consumir alimentos por temas de salud—como diabetes y un sin fin de razones más—; **cada negocio tiene una clientela** a la cual se dirige. Esto no significa que no le puedas vender a otros mercados o sectores. Si escuchamos, dirigimos, dedicamos y concentramos nuestros esfuerzos en esa clientela específica, los resultados serán mejores.

Primero determinemos quién es nuestra clientela para luego ofrecerle productos de valor. Para llegar a nuestra clientela ideal, revisemos unos conceptos importantes:

1. El mercado se entiende como cualquier espacio físico o virtual en donde se realizan **intercambios de bienes o servicios (compras y ventas)**. Para conocer mejor a clientela potencial es necesario subdividirles en grupos, tomando en cuenta sus **características y necesidades similares**. Este proceso se conoce como segmentación de mercado.

2. La propuesta de valor es el conjunto de características que hacen a tu negocio único y diferente; son las razones que llevarán a los clientes a buscar tu producto, servicio o a ti. Es como una caja sorpresa que entregas al público.



Para iniciar la construcción de la propuesta de valor, puedes hacerte las siguientes preguntas:

¿Qué distingue a mi negocio? ¿Qué problemas particulares le resuelvo a mi clientela? ¿Ofrezco algo más barato? ¿De mejor calidad? ¿Con mejor atención? ¿Mis productos/servicios están más disponibles? ¿Qué beneficios tienen mis productos/servicios? ¿Qué ayudo a conseguir a mi clientela?



1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Aprendizajes

En este ejercicio, conocerás formas para dividir el mercado y obtener la capacidad de comunicarte directamente a tu clientela ideal, ofreciendo tus productos o servicios.

Segmentar a nuestro mercado es un proceso que consiste en organizar a la clientela en diferentes grupos según características similares. Así podemos conocer mejor las necesidades de cada uno.

Tipos de segmentación:

Segmentar quiere decir dividir; puedes segmentar a tu clientela para entender mejor qué están buscando y cómo ofrecerles lo que necesitan.

¿De qué manera crees que puedes agrupar a tu clientela?

Aquí algunos ejemplos:

Por donde viven: *mi clientela está en la colonia Guardado.*

Por sexo o edad: *en mi negocio de videojuegos me dirijo principalmente a niños de 10 a 15 años.*

Por su estilo de vida, clase social o personalidad: *mujeres que son madres y trabajan, y no tienen tiempo de cocinar, por lo tanto, necesitan comprar comida preparada.*

Por el uso o actitud hacia un producto o servicio: *niños y niñas que se reúnen con sus amigos y quieren jugar videojuegos en mi negocio.*

¿Qué otras divisiones se te ocurren?

¿Puedes imaginar nuevos productos o servicios para llegar a otras clientelas que no estás atendiendo ahora?

Ejercicio. El primer paso es preguntarte cómo es donde vives o donde tienes tu negocio. Dibuja el mapa de tu colonia o comunidad, señala dónde y qué necesidades has visto que no se han resuelto y dibuja los negocios alrededor.



**Ahora, pregúntate ¿A quién va dirigida tu idea de negocio?
¡Llegó el momento de segmentar!**

Si el negocio ya está en funcionamiento, pensemos en esa clientela frecuente para describirla. Y si aún no lo tienes en marcha, plantea cómo imaginas a esa clientela ideal que adquiere el producto/servicio que has pensado. Finalmente, descríbela con ayuda de los siguientes puntos: nombre, edad, género, dónde vive, dónde trabaja, sus gustos, sus horarios y qué actividades realiza cotidianamente.

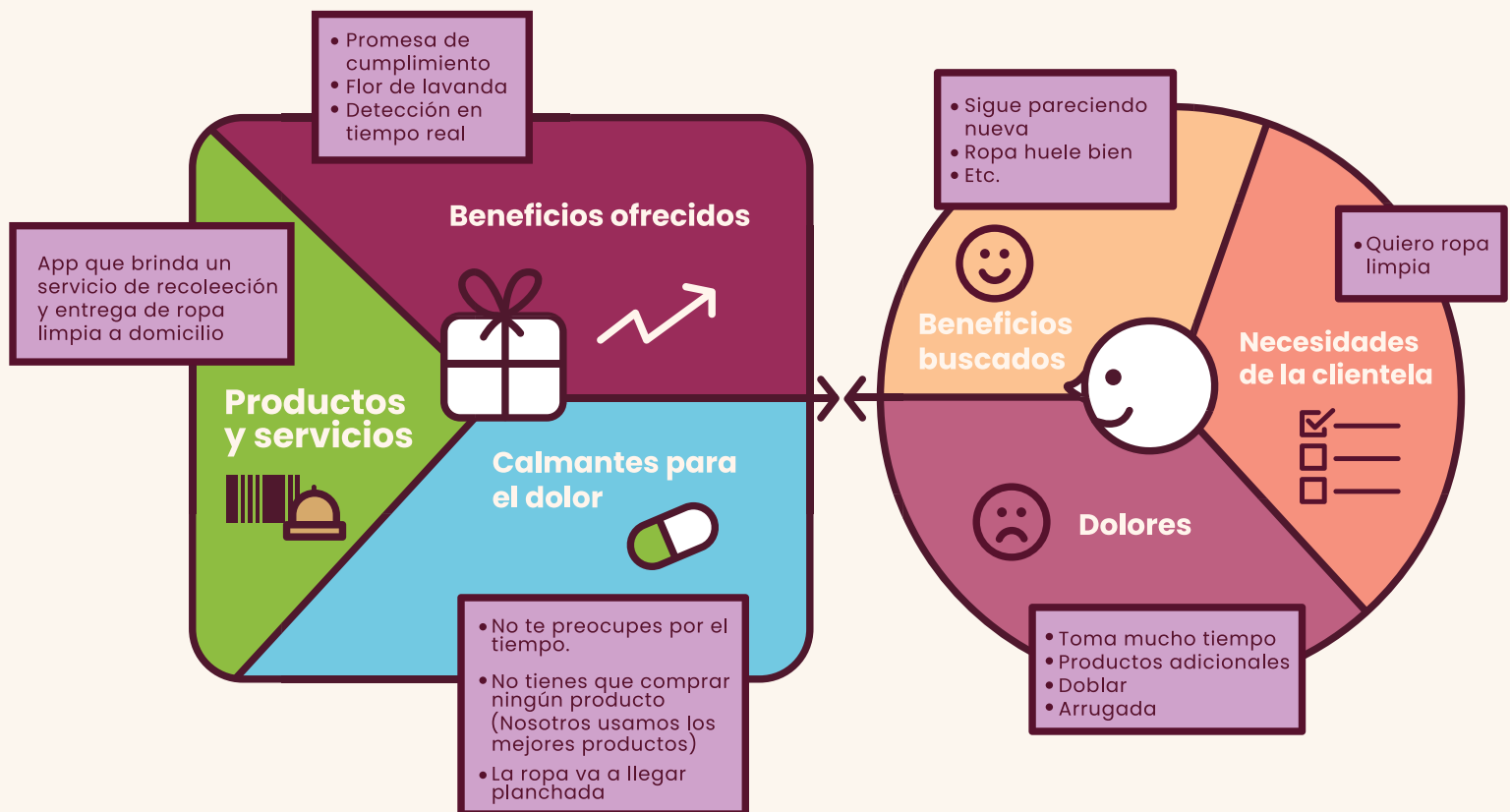
2. PROPUESTA DE VALOR.

Aprendizajes

En este ejercicio conocerás cómo construir una propuesta de valor para la clientela ideal.

EL LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR (CAJA SORPRESA) PARA EL SEGMENTO DE MERCADO

Utilizaremos la herramienta lienzo de la propuesta de valor para describir a nuestra clientela (segmentar el mercado) y construir la caja sorpresa.



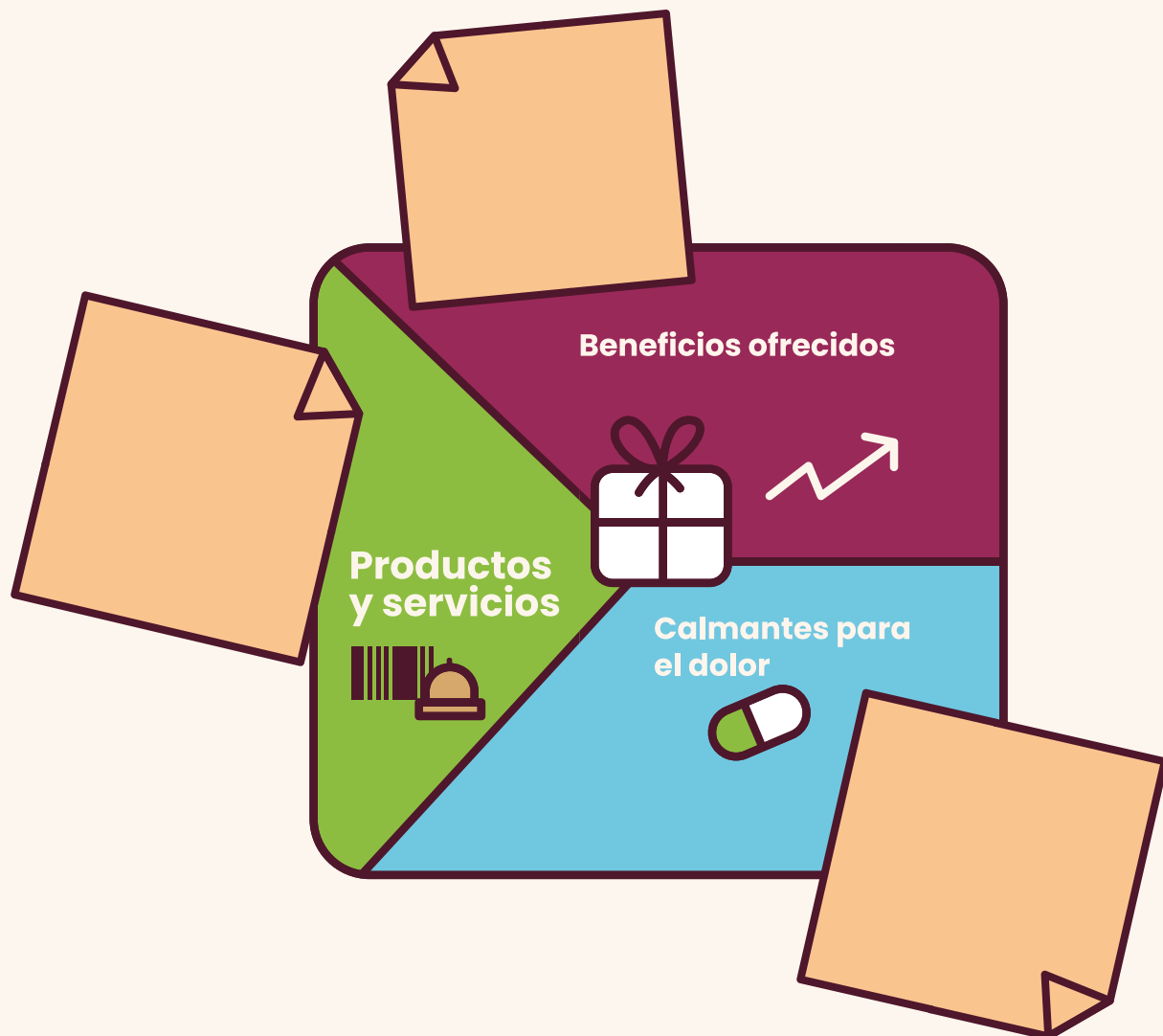
Ejemplo de una lavandería- Lienzo la caja sorpresa

Entonces, recordemos: ¿quién es la clientela de mi segmento de mercado y cuál será mi propuesta de valor? Vamos a describirla y agregar información valiosa en el gráfico de nuestra segmentación para entender sus necesidades y diseñar una caja sorpresa.

Ejercicio: Dando respuesta al segmento de mercado, te pedimos tomar en cuenta las características que se piden. Al finalizarlo daremos respuesta a la “caja sorpresa”. Toma como guía las siguientes preguntas:

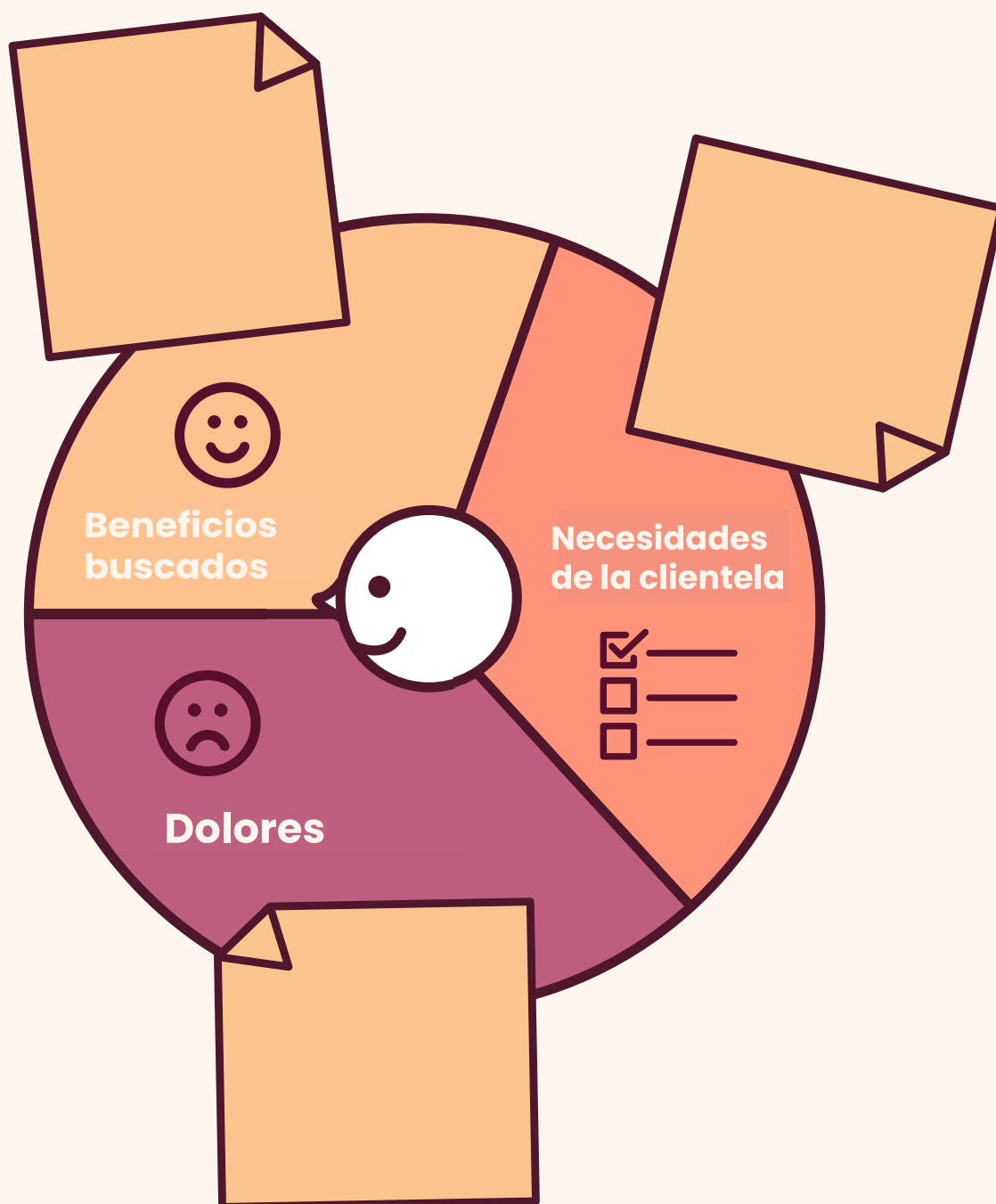
Propuesta de valor (Caja sorpresa)

- ¿Qué beneficios le trae tu idea de negocio al consumidor (**beneficios ofrecidos**)?
- ¿Qué dolores le ayudan a solucionar (**calmantes para el dolor**)?
- ¿Cómo lo soluciona el negocio (**productos y servicios**)?



Segmento de mercado

- ¿Con qué batalla el usuario (**dolores**)?
- ¿Qué quiere/desea conseguir (**beneficios buscados**)?
- ¿Qué quiere realizar (**necesidades de la clientela**)?



3. DISCURSO DE VENTAS.

Aprendizajes

Explorarás y reafirmarás tus habilidades de comunicación efectiva poniendo en práctica el discurso de ventas.



Lo que esté fuera de lo esperado, será lo primero que se debe mencionar en el discurso de ventas.

¿Qué nos sorprendería y que no esperamos del producto?

Ejemplo:

Pastel de fresa. Hecho con leche deslactosada, personalizado y con fresas orgánicas.

¿Qué se espera de tu producto?

Buen tamaño en relación con el precio, que esté recién hecho, de buen sabor, etc.



Ejercicio. Tomando como base lo reflexionado en la sesión, usa tu producto con la nueva imagen para practicar el discurso de ventas. Es momento de guiarnos y compartirnos, con apertura, los motivos por los que sí compraríamos y los motivos por los cuales no lo haríamos.



**Elementos básicos a tomar en cuenta para
nuestro discurso de ventas:**



Saludo: _____



Mi nombre es: _____



Valor más allá de lo esperado: _____



Valor esperado: _____



Datos de contacto: _____



4. LABOR DE VENTAS.

Aprendizajes

En este ejercicio crearás una estrategia para comunicar lo que haces con el objetivo de captar nueva clientela.

¡PONGAMOS A PRUEBA NUESTRO DISCURSO DE VENTAS!

La labor de ventas debe ser una prioridad en las actividades de nuestro negocio, por ello pongamos en práctica el ejercicio anterior.

Para que el producto/servicio siga presente, sea recordado y activemos nuestras ventas es importante hacerle saber a la clientela qué hacemos, cómo lo hacemos y por qué lo

hacemos (tu producto es tan bueno que no quieres que nadie se lo pierda). Un tip es elegir sabiamente a quién le hablarás de tu producto: recuerda que no todas las personas son tu clientela ideal. ¿Ya las tienes en mente? ¡Es momento de escribir y practicar tu mensaje!

Sabemos que no es una tarea fácil ofrecerte tu producto o servicio. Pero no te preocupes, ¡a todas nos da pena al principio! A las mujeres se nos enseña a no alzar la voz o a minimizar nuestras habilidades frente a otras personas. ¡Es hora de darle la vuelta a esta limitante! Practica en confianza con tus compañeras. ¡Tú y tu negocio valen la pena!



Ejercicio: Enlista tus intereses personales o círculos sociales en que convives, colócalos e identifica en cada tabla a tres personas que consideres que no deben perderse el producto ¡Pon en práctica tu discurso de ventas con las personas que elegiste!

Interés personal o grupo social 1:

Lista de personas	Agenda cita/ visita
1.	
2.	
3.	

Interés personal o grupo social 2:

Lista de personas	Agenda cita/ visita
1.	
2.	
3.	

Interés personal o grupo social 3:

Lista de personas	Agenda cita/ visita
1.	
2.	
3.	

**¿CÓMO VENDO
LO QUE HAGO?**



MÓDULO **04**

Aprendizajes

En este módulo identificarás las herramientas básicas de mercadotecnia para profesionalizar los procesos de ventas en tu negocio.

1. MERCADEO.

Aprendizajes

Conocerás los elementos del mercadeo y la importancia de tomar en cuenta —cada uno de ellos— para potencializar las ventas de tu negocio.

Ejercicio: ¡Juguemos a la fórmula del mercadeo! Las 5 P*

Esta herramienta nos hace reflexionar sobre los siguientes componentes: el producto/servicio, el precio, el punto de venta, la promoción y las personas; es decir, las 5 P del marketing. A continuación, revisaremos sus características:

Producto/servicio. Son los elementos que van a llenar las expectativas de la clientela. Tienen que ser útiles, visualmente atractivos y accesibles.

Precio. Se debe tomar en cuenta qué tan valioso es el producto/servicio para la clientela y cuánto dinero se necesita para cubrir los costos de producción/realización.

Punto de venta. El lugar físico o plataforma digital en el que se podrá encontrar el producto/servicio.

Promoción. Es la manera en que comunicar los beneficios del producto/servicio a la audiencia.

Personas. Son quienes participan en la producción, venta y distribución del producto/servicio.

5P



2. PRESENTACIÓN DE MI PRODUCTO Y ENVÍOS.

Aprendizajes

Conocerás los elementos clave para presentar, empaquetar y realizar envíos de tus productos.

¿Por qué es importante cuidar la presentación de mi producto?

Tu clientela tiene expectativas sobre todo el proceso de compra, desde la experiencia de búsqueda, la compra, la llegada del producto a sus manos y la atención postventa. ¡El objetivo siempre será superar las expectativas de tu clientela!

La **calidad** debe ser una prioridad tus productos tanto en productos como en servicios, ya que la clientela te recomendará o desaprobará con base a la experiencia de compra y uso.

El **color** puede ser un factor determinante en la aceptación o rechazo de un producto.

La **limpieza y confianza** se proyectan en la presentación, por lo tanto, nunca hace falta exagerar o mentir sobre los atributos del producto, ¡es mejor perder una venta que a una clienta para siempre!

La **presentación del producto** debe estar relacionada con el tipo de segmento y clientela. Por ejemplo, los colores amarillo y naranja se han usado para alimentos con cereales e ingredientes naturales; el verde, acentúa la naturalidad y frescura, haciéndolo aplicable en el comercio de vegetales.

Para la clientela, un producto con buena presentación:

- Es de aspecto agradable.
- Es fácil de abrir, instalar, usar, reparar, disponer y/o consumir.
- Tiene una adecuada relación entre precio/calidad.



LOS ELEMENTOS QUE SE DEBEN TOMAR EN CUENTA A LA HORA DE ENVIAR NUESTROS PRODUCTOS SON:

EL EMPAQUE. Lo primero que ve la clientela al recibir una compra es su empaquetado, por lo tanto, debe ser atractivo y cuidado, o resultará un desastre para tu negocio.

CAJAS Y PROTECCIÓN ANTIGOLPES. Es importante proteger el producto de posibles daños durante el traslado. Favorece el uso de materiales reciclables o biodegradables, evitando los plásticos o el unicel.

ENVOLTURA. Puedes hacer un papel impreso de colores, según el estilo de tu negocio.

PESO Y MEDIDAS DEL PAQUETE. Toma en cuenta las dimensiones del empaquetado para cotizar y elegir los mejores materiales de empaque.

COSTO DE ENVÍOS. Para establecer el costo de envío, debes contar con el código postal (C.P.) de origen y destino, además de conocer los tabuladores de la empresa que realizará la entrega.

REMITENTE Y DESTINATARIO*:

Remitente. Deberás indicar los datos completos (nombre, dirección completa con código postal y teléfono de contacto) de la persona que envía (tú).

Destinatario. Asegúrate de indicar también la información completa del destinatario, la persona que recibe (cliente).

COMUNICACIÓN CON LA CLIENTA: Es importante hacerle saber a quien compra cómo va el proceso de su envío, respaldando con fotos y número de guía para darle seguridad y posibilidad de rastreo.

PERSONALIZA EL ENVÍO: Agrega una nota a mano, alguna calcomanía o un detalle para agradecer la compra. ¡Seguro volverán a comprarte!

3. NUEVAS OPCIONES DE COBRO.

Aprendizajes

Conocerás y aprenderás a usar nuevas formas de cobro/pago para ofrecer a tu clientela.

Para un negocio es importante definir sus opciones de pago porque la clientela exige accesibilidad y confianza. Además, la pandemia —por COVID-19— aceleró el uso de tecnologías digitales y la población busca alternativas para disminuir el uso de dinero en efectivo o cheques. Necesitamos pensar tanto en las preferencias de la clientela como en lo que es mejor para tu negocio. **Algunos ejemplos de opciones de pago son las siguientes:**

CoDi®

CoDi® es una nueva forma de pago desarrollada por el Banco de México con la que todas las personas pueden pagar y cobrar desde su celular, utilizando una cuenta bancaria o de alguna institución financiera. Se realiza de manera sencilla, segura, rápida, sin comisiones y con disponibilidad inmediata. Para cobrar con este mecanismo se debe seguir este procedimiento:

1. Inicia la app móvil de tu institución financiera.
2. Localiza la sección CoDi® en la app.
3. Busca la opción de cobrar con CoDi® y généralo con los siguientes datos de compra: **a)** monto a cobrar —o sin él para que la persona que realizará la compra ingrese la cantidad—, **b)** concepto y **c)** referencia numérica.
4. Da click en generar y ¡listo!

¿Cómo generar un CoDi®?

1. Ingresas el monto que quieres cobrar

También puedes generar un **CoDi® sin monto** para que la persona que realizará el pago ingrese la cantidad a pagar.

2. Incluye el concepto

3. Incluye una referencia numérica.

4. Da click en generar y ¡listo!

El diagrama muestra cuatro pantallas de una aplicación móvil. La primera pantalla, titulada 'Cobra con CoDi®', muestra campos para 'Monto' (con el ejemplo '\$100.00 M.X'), un interruptor para 'Sin Monto', un campo para 'Concepto' (con el ejemplo 'VENTAS'), y un campo para 'Referencia numérica' (con el ejemplo 'Ref. núm. máx. 7 dígs'). Hay un botón 'Generar código QR' al fondo. La segunda pantalla muestra el código QR generado y los datos de la cuenta: 'Cuenta: 0180', 'Monto: \$100.00 M.X', 'Concepto: VENTAS', y 'Referencia numérica: 1234567'. La tercera pantalla muestra el código QR y el texto 'Soportado por CoDi™'. La cuarta pantalla, titulada 'Institución Financiera', muestra el mensaje 'Se le ha solicitado un pago.' y varios íconos de aplicaciones.

Terminales de Punto De Venta (TPV)

Su principal función es procesar el cobro con tarjeta, esto sucede porque se convierte en el medio entre tarjeta-banco-cuenta depósito. Los pequeños comercios pueden aceptar pagos con tarjeta y con ello mejorar sus ventas; a través de un dispositivo que se conecta a un teléfono inteligente o tablet. Generalmente, en México, la TPV cobran una comisión por cada transacción que se realiza en el dispositivo. Por ejemplo, si una persona paga \$100.00 MXN, y la empresa que maneja la TPV cobra 3% de comisión, te depositará \$97.00 MXN. Los 3 pesos de diferencia son su ganancia por procesar el pago. Algunas marcas populares de TPV son:

- Clip iZettle
- Sr. Pago Kiwi
- NetPayMini
- Billpocket
- Point Mercado Pago
- Qiubo / T-Conecta

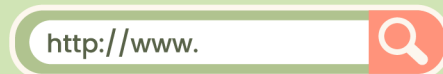
Transferencias

Una transferencia bancaria —también conocida como giro bancario—, es una forma de trasladar fondos de una entidad financiera a otra.

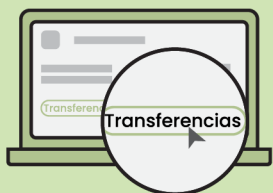
CÓMO HACER UNA TRANSFERENCIA BANCARIA



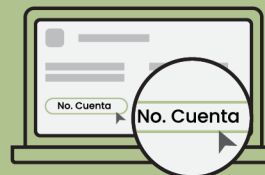
Hacer transferencias en línea es muy sencillo



1. Entra a la página de tu banco en línea o usa la App



2. Da click en transferencias



3. Rellena los campos que te solicitan



Acepta y guarda comprobantes

Al enviarlo ya no tendrás ese dinero disponible

Los aspectos necesarios para hacer un cobro con este método son:

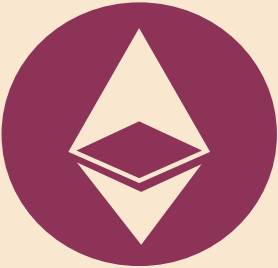
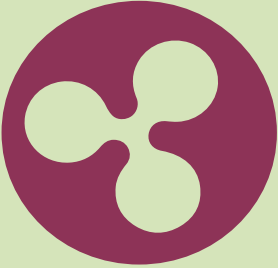
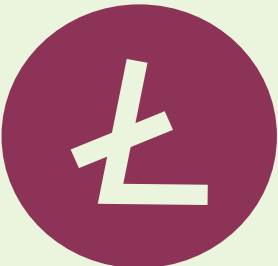
Ordenante (quien transfiere el dinero)	Beneficiario (quien recibe la transferencia)	Canal
Tener una cuenta con o sin chequera en una institución bancaria.	Tener una cuenta para recibir el depósito, CLABE o tarjeta de crédito del banco receptor.	Enviar la transferencia o pago dentro del horario establecido para cada canal, en el mismo día o al día siguiente.

Criptomonedas

Una criptomoneda (moneda criptográfica, es decir, codificada para conseguir confidencialidad), es un activo digital diseñado para funcionar como medio de intercambio. Utiliza una criptografía fuerte para asegurar las transacciones financieras, controlando la creación de unidades adicionales y verificando la transferencia de activos. Bitcoin —publicado por primera vez como software de código abierto en 2009— se considera la primera criptomoneda descentralizada.



ALGUNAS DE LAS CRIPTOMONEDAS TOP

	Bitcoin es una criptomoneda. Es una moneda digital descentralizada sin un banco central o un administrador único que se puede enviar de usuario en la red bitcoin sin la necesidad de intermediarios.
	Ethereum es una plataforma que permite a las personas crear DAPPS, tokens y contratos inteligentes. Su moneda se llama Ether (ETH). Admite una versión modificada del consenso Nakamoto a través de transiciones de estado basadas en transacciones.
	Ripple es una tecnología que actúa como una criptomoneda y una red de pago digital para transacciones financieras. Ripple es más conocido por su protocolo de pago digital que su criptomoneda, XRP.
	La cadena de bloques de Litecoin solía ser parte de la cadena de bloques de Bitcoin, pero se dividió cuando se hizo la actualización de litecoin. Es muy similar a Bitcoin, pero tiene características diferentes a Bitcoin. Fue creado para mejorar lo que Bitcoin había creado.

Se espera que en los próximos años su uso crezca rápidamente.

4. CONTRATOS: ¡ACUERDOS CLAROS POR ESCRITO!

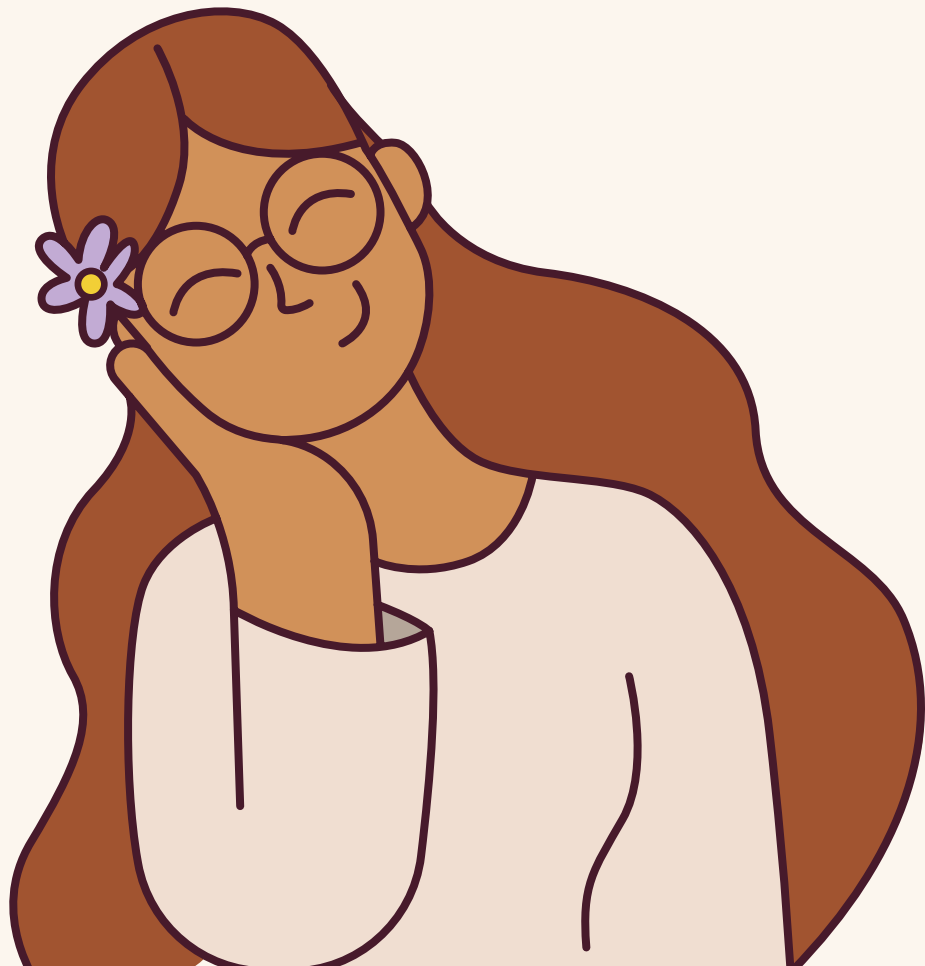
Aprendizajes

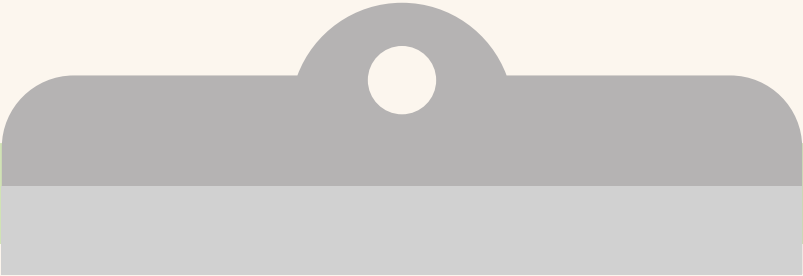
En este ejercicio conocerás elementos clave para formular un contrato y poner por escrito tus futuros acuerdos **del negocio**.

La comunicación efectiva es vital para garantizar el funcionamiento dentro y fuera de nuestro negocio. Cuando se realizan pedidos es muy importante comunicarnos claramente con quien nos compró para evitar cualquier tipo de confusión.

Los elementos clave para un acuerdo de producción, compra o servicios son:

- Descripción literal de la compra-venta.
- Nombre completo de las personas que acuerdan y manifiestan su voluntad.
- Especificaciones del producto, cantidad y detalles (por ejemplo, color y tamaño).
- El precio total (IVA incluido) pactado por el producto o servicio.
- Plazos y formas de pago. Por ejemplo, lo más usual es 50% depósito inicial, 50% contra entrega, ya sea en efectivo o transferencia.
- Acuerdos manifestados en cláusulas.
- Es importante incluir por escrito quién se hace cargo de los costos de envío y manejo—si los hay—, y aspectos sobre devolución o garantía del producto.
- Fecha y lugar del contrato y las firmas de los involucrados.





Contrato de compraventa

El presente contrato de compraventa entra en vigencia _____ (fecha que se hace el contrato) y se concretará el _____ (Fecha que se entrega el pedido acordado).

Entre: _____ (Nombre de la vendedora) que tiene su negocio en: _____ (dirección del negocio).

y: _____ (Nombre cliente) que vive en (domicilio): _____.

Quienes se comprometen a cumplir el presente contrato de compraventa, con los siguientes acuerdos:

Producto: _____

Especificaciones: _____

Piezas: _____

Precio: \$ _____

Anticipo \$: _____ Recibí anticipo: _____.

Forma de pago: _____

Nombre y firma vendedora.

Nombre y firma clienta.

**¿DÓNDE VENDO
LO QUE HAGO?**



MÓDULO **05**

Aprendizajes

Conocerás distintas opciones para vender lo que haces, así como los medios para **captar clientela, ofrecer y promocionar tu producto/servicios**.

1. Canales de ventas

Aprendizajes

En este tema conocerás y definirás a detalle los canales de venta que tu negocio tendrá para su clientela ideal.

Los canales de venta son medios o sitios en los que nuestros productos y servicios son presentados a la posible clientela para que pueda tener contacto con ellos, conocerlos y realizar una compra.

Tipo de canales:

- Tienda propia
- Personas aliadas
- Ferias/tianguis
- Comercio ambulante
- Mayoreo y menudeo
- Consignación
- Venta por catálogo
- Página de Internet/redes sociales

Ejercicio: Encierra con un círculo el canal —o canales— que mejor se adapten a tu clientela ideal. *¿Necesitarías cambiar algo en tu producto/servicio de acuerdo con tu elección?*



2. REDES SOCIALES: CANALES DE VENTAS DIGITALES.

Aprendizajes

En este apartado conocerás las diversas posibilidades para vender, ofrecer y promocionar digitalmente —y desde el celular— tus productos o servicios. Tu celular o dispositivo móvil es una herramienta básica para el negocio, por lo tanto, es una inversión. Acércate y pide una asesoría extra para conocer más sobre herramientas digitales.

Redes sociales como canales de venta digital

Los canales de venta digital son una opción importante para dar a conocer tu producto o servicio. Dentro de éstas se encuentran las redes sociales y aplicaciones digitales que nos ayudan a cumplir los objetivos de posicionamiento.

POSIBILIDADES DEL CELULAR PARA AMPLIAR TU NEGOCIO



¡Puedes vender por Internet! Un plus: el Internet no tiene horarios, lo que significa un aumento en las probabilidades de vender.

Con la ayuda de apps en el celular (como Pinterest), puedes buscar ideas para nuevos productos.

Podrás tener mayor visibilidad al usar las redes para darte a conocer.

Puedes cobrar con tu celular, con CoDi o puedes agregar una terminal conectada a tu celular.

Podrás sacarle el máximo provecho para tomarle fotos a tus productos.

Crear y mantener actualizada a tu clientela.

Seguramente has escuchado estos términos o ya tienes un perfil en alguna red social. En el recuadro de la derecha se describen las más comunes y fáciles de usar para tu negocio.

Pinterest

**LA RED SOCIAL
BASADA EN LAS
NOVEDADES**

**GRANDES
OPORTUNIDADES
E INSPIRACIÓN**

LOS USARIOS SON:

 **20%**
HOMBRES

80% 
MUJERES

**– 70 –
MILLONES
DE USUARIOS
MUNDIALES**



facebook

por  Meta

**EL REY DE LAS
REDES SOCIALES
Y LAS PERSONAS
INTERCONECTADAS**

**58% DE LOS
USARIOS DE
INTERNET
ESTAN EN
FACEBOOK**



**MÉXICO TIENE
15 MILLONES
DE USUARIOS
— DIARIOS —**

**1.150
MILLONES
DE USUARIOS
• MUNDIALES •**



Instagram

**EL PODER DE LAS
IMÁGENES
Y VIDEOS
DE 15 SEGUNDOS**

**MULTITUD DE
USUARIOS
INTERACCIONAN
CON EL USO DE
#HASHTAGS
(ETIQUETAS)**

 **26**
FOTOGRAFÍAS
SUBIDAS POR
SEGUNDO

**• 200 •
MILLONES
DE USUARIOS
• MUNDIALES •**



3. CÓMO CREAR CONTENIDO PARA REDES SOCIALES.

Aprendizajes

Buscaremos crear nuestras primeras publicaciones tomando en cuenta las recomendaciones **para crear contenido de valor para tu clientela ideal.**

AUDIENCIA. Los mensajes de valor personalizados ayudan a conectar con la audiencia de nuestra segmentación.

NADIE SE LO DEBE PERDER. Son mensajes vitales para comunicar que lo que ofrecemos es tan bueno que nadie se debe perder el producto o servicio.

GENERA CONTENIDO. Es importante tener una estrategia de comunicación, pues es recomendable crear publicaciones diarias sobre lo que haces, cómo lo haces y por qué lo haces.

En especial, contempla:

- Realizar publicaciones diarias sobre los beneficios adicionales a los esperados con la compra de tu servicio o producto.

- Los mejores horarios para publicar contenidos se deben establecer a partir del análisis de las segmentaciones realizadas en módulos anteriores.

AYUDEMOS. Demos ideas, tips o nuestra ayuda a ese segmento que elegimos

CONTEMOS HISTORIAS. Todas tenemos algo que contar y es una acción que realizamos de manera cotidiana, por lo tanto, ayuda a conectar emocionalmente con tu clientela potencial: comparte lo que te mueve, quién eres y por qué emprendiste ese negocio más allá del factor económico. Es vital hacer clic con el segmento, que nuestra comunicación haga memorable al producto.

Ejercicio: Toma 10 minutos para escribir una publicación nueva en tu perfil de Facebook o Instagram —relacionada con tu negocio— o envía un mensaje por WhatsApp a tu clientela con alguna nueva promoción o producto. Comparte tu trabajo con tu compañera de al lado y escucha sus comentarios. Recuerda que las compañeras de clase pueden brindarte buenas observaciones: también son dueñas de sus negocios y pueden ser tus clientas potenciales.

4. CÓMO HACER BUEN USO DEL CELULAR EN EL NEGOCIO.

Aprendizajes

En este apartado aprenderemos buenas prácticas para el uso del celular y cómo nos puede ayudar a potenciar beneficios para el negocio.

¿CÓMO MEJORAR LA VELOCIDAD Y EL RENDIMIENTO DE UN CELULAR ANDROID?

1 Dejar libre al menos 1/3 de la memoria interna

3 Cerrar cada app una vez utilizada

5 Reducir el número de fondos o widgets

7 Resetear el móvil para refrescar los servicios

2 Eliminar datos innecesarios, desinstalar aplicaciones de poco uso y borrar caché

4 Deshabilitar las animaciones

6 Aprovechar Smart Manager para organizar la batería, almacenamiento, RAM y seguridad

8 Mantener el sistema siempre actualizado



Si tomamos en cuenta que un celular tiene diversas herramientas para gestionar un negocio, la adquisición de un buen equipo debe considerarse una inversión.

- Considera las recargas que hagas para atender asuntos relacionados con el negocio, como parte de tus costos fijos.
- Para un mejor funcionamiento de las redes sociales—en nuestro celular—es importante cuidar que no se sature la memoria de almacenamiento.
- Eliminar con frecuencia archivos innecesarios, aplicaciones de poco uso —o en segundo plano —y borrar la memoria caché (datos de navegación).
- Es una buena práctica eliminar fotos que se guardan automáticamente por su envío a través de WhatsApp. ¡Solicita una asesoría extra para quitar el guardado automático!
- Cierra cada app una vez que hayas terminado de utilizarla.

5. CREACIÓN BÁSICA DE FOTOGRAFÍA Y VIDEOS CON DISPOSITIVO MÓVIL.

Aprendizajes

Conocerás herramientas para crear contenido digital que mantenga activos los canales de venta físico y virtual.

Gracias a las nuevas tecnologías, nuestros celulares se han convertido en cámaras profesionales. Actualmente, tenemos a la mano la oportunidad de realizar fotografías y videos de forma inmediata. Aprovecha esta ventaja para tu negocio, tómate el tiempo de aprender todas las opciones que tienes y practica constantemente. A continuación, te dejaremos algunos consejos para generar imágenes de alta calidad con el teléfono celular:

1. Verifica que la cámara de tu equipo siempre esté limpia.

2. Al tomar una fotografía o grabar el vídeo, el teléfono debe mantenerse estable.

3. Las tomas deben realizarse de cerca.

4. Aprovecha la luz natural —o de apoyo— al momento de hacer fotografías de producto.

5. Utiliza un fondo claro y uniforme, sin múltiples colores.

6. Procura que el producto esté centrado, en medio de la fotografía y que no se “recorte” alguna parte. A la mayoría de los teléfonos se les puede activar una cuadrícula, lo que te puede ayudar a ubicarlo adecuadamente. Si lo necesitas solicita asesoría para activarla.

7. Si estás fotografiando varios productos, trata de acomodarlos de manera armónica para que todos se vean al mismo nivel, puedes usar cajas pequeñas, rocas u otros apoyos.

8. Si vas a aparecer en la fotografía, mostrando un producto o realizando alguna actividad, procura sonreír.

Estos consejos también son muy útiles para la realización de videos. Existen aplicaciones que pueden ayudarte a crear efectos visuales para mejorar los resultados de tu trabajo, en clase revisaremos algunos de ellos.

Ejercicio: Durante 10 minutos practica tomar fotografías de tu producto, puedes quedarte en el salón o salir. Nota que la luz dentro o fuera es distinta. Una vez que hayas seleccionado la mejor, envíala a la capacitadora y ella la proyectará con el resto de la clase; entre todas analizarán y compartirán sus diferentes puntos de vista.

Recuerda que no estás sola en este aprendizaje, tienes el apoyo de tus compañeras y de las capacitadoras para asesorarte y ayudarte a que tu negocio crezca y se adapte a esta nueva normalidad.



6. LA RELACIÓN CON LA CLIENTELA.

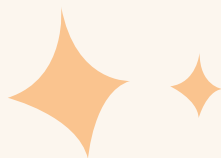
Aprendizajes

Para todo negocio es importante la creación de relaciones, mucho más con su clientela. En este apartado conocerás y definirás cómo mantener buena comunicación con tu clientela. ¡Una buena relación con ellos es clave para el crecimiento de tu negocio!

Ejercicio: Vamos a definir cuáles serán las relaciones con la clientela. Toma como guía la siguiente pregunta: ¿cómo vas a adquirir, retener y hacer nueva clientela? Por ejemplo: “felicitándolos por año nuevo a través de mensajes en el celular” o “crear un grupo de WhatsApp y enviar semanalmente ideas de cómo usar mi producto”.

Mis relaciones con la clientela

MEDIO	ACCIÓN	FRECUENCIA



**¿ES NEGOCIO?
MI NEGOCIO?**

MÓDULO **06**



Aprendizajes

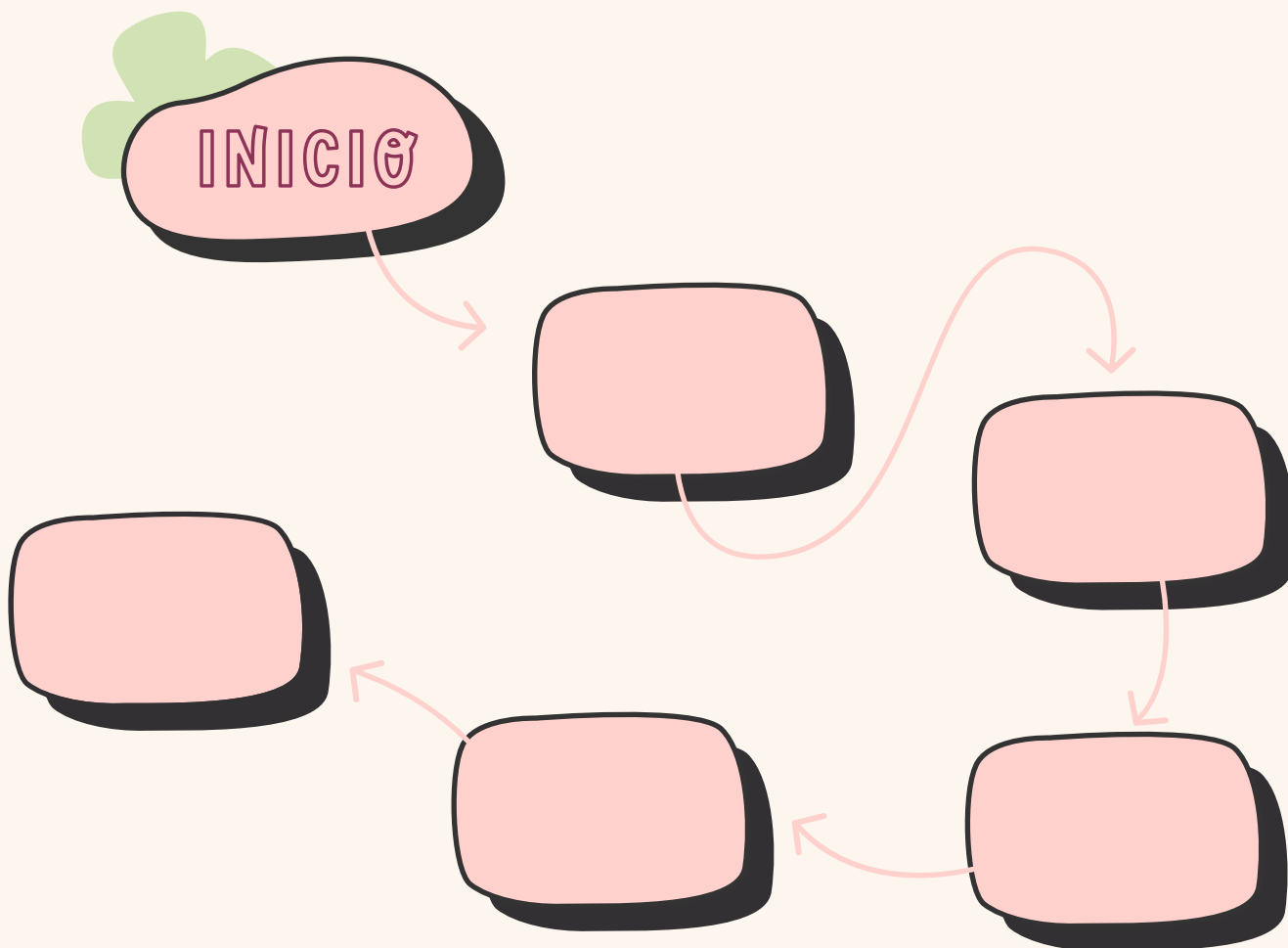
En este módulo conocerás herramientas que te permitirán validar si tu negocio es viable y si actualmente está generando pérdidas o ganancias. Además, definirás de manera justa los precios de venta.

1. PASO A PASO PARA HACER MI PRODUCTO.

Aprendizajes

Definirás el proceso de elaboración o venta de tu producto o servicio. Una de las maneras para tener presente nuestra fórmula de elaboración —y profesionalizarnos—, es describir minuciosamente y sistematizar paso a paso, cómo elaboramos y/o vendemos nuestro producto/servicio.

Ejercicio: Por medio de recuadros y flechas vas a crear el diagrama del proceso de elaboración de tu producto/servicio. Imagina que haces una lista de instrucciones o receta de cocina. Recuerda ir paso a paso.



2. INVERSIÓN INICIAL.

Aprendizajes

En esta sección identificarás qué elementos componen la inversión inicial de tu negocio; de esta forma medirás su progreso.

La inversión inicial —en un negocio— es el dinero que necesita la propietaria de esa empresa para iniciar operaciones.

Ejercicio: Enlista todo aquello que hayas comprado al inicio de tu negocio —no tomes en cuenta la materia prima— e incluye aquello que dura mucho y todavía se encuentre en uso.

INVERSIÓN INICIAL		
•	\$	\$
•	\$	\$
•	\$	\$
•	\$	\$
•	\$	\$
TOTAL DE INVERSIÓN INICIAL		\$

3. COSTO DE MI PRODUCTO O SERVICIO.

Aprendizajes

Conocerás cómo hacer el cálculo y qué debes considerar para generar el costo del producto/servicio que ofreces.

El costo es el valor monetario de los gastos que cubren la adquisición de materias primas, equipos, servicios, mano de obra, productos, etcétera; todos los elementos que se utilizan para la creación del producto o servicio.

Los podemos dividir en:

COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
Son aquellos que deben ser cubiertos todos los meses sin importar cuál sea la ganancia o producción del negocio. Ejemplos: teléfono, renta, impuestos, etcétera.	Estos dependen de la producción obtenida durante el mes. Mientras mayor sea la producción, mayores serán los costos variables y viceversa. Ejemplos: materia prima, salarios, insumos, etcétera.

Para calcular el costo de nuestro producto o servicio, debemos tener la suma de cuatro partes que iremos definiendo a lo largo del ejercicio.



Ejercicio: Paso a paso iremos estructurando las cinco tablas para revisar cada elemento y calcular el costo de nuestro producto/servicio.

1. Prorratio de la inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL

\$

PRORRATIO DE LA INVERSIÓN INICIAL

2. Cálculo del costo de la materia prima: (Costos variables)

PRODUCTO ESTRELLA:

CANTIDAD QUE ELABORO:

PERIODO DE ELABORACIÓN
(Cada cuánto hago el producto estrella):

MATERIA PRIMA

**CANTIDAD QUE
COMPRO**

PRECIO

Por ejemplo:

PRODUCTO ESTRELLA:

Atole de leche

CANTIDAD QUE ELABORO:

80 litros

PERIODO DE ELABORACIÓN
(Cada cuánto hago el producto estrella):

3 veces a la semana

MATERIA PRIMA	CANTIDAD QUE COMPRO	PRECIO

COSTO TOTAL MATERIA PRIMA	\$
÷	
CANTIDAD QUE ELABORO	
COSTO UNITARIO MATERIA PRIMA	



3. Cálculo del trabajo (salario):

COSTOS FIJOS			COSTOS VARIABLES		
ACTIVIDAD	POR HORA/ DETAJO/ COMISIÓN	SALARIO	ACTIVIDAD	POR HORA/ DETAJO/ COMISIÓN	SALARIO

COSTO TOTAL TRABAJO	\$
÷	
CANTIDAD QUE ELABORO	
COSTO UNITARIO TRABAJO	

4. Cálculo de ventas y administración:

COSTOS FIJOS		COSTOS VARIABLES	
ACTIVIDAD/INSUMO	PRECIO	ACTIVIDAD/INSUMO	PRECIO

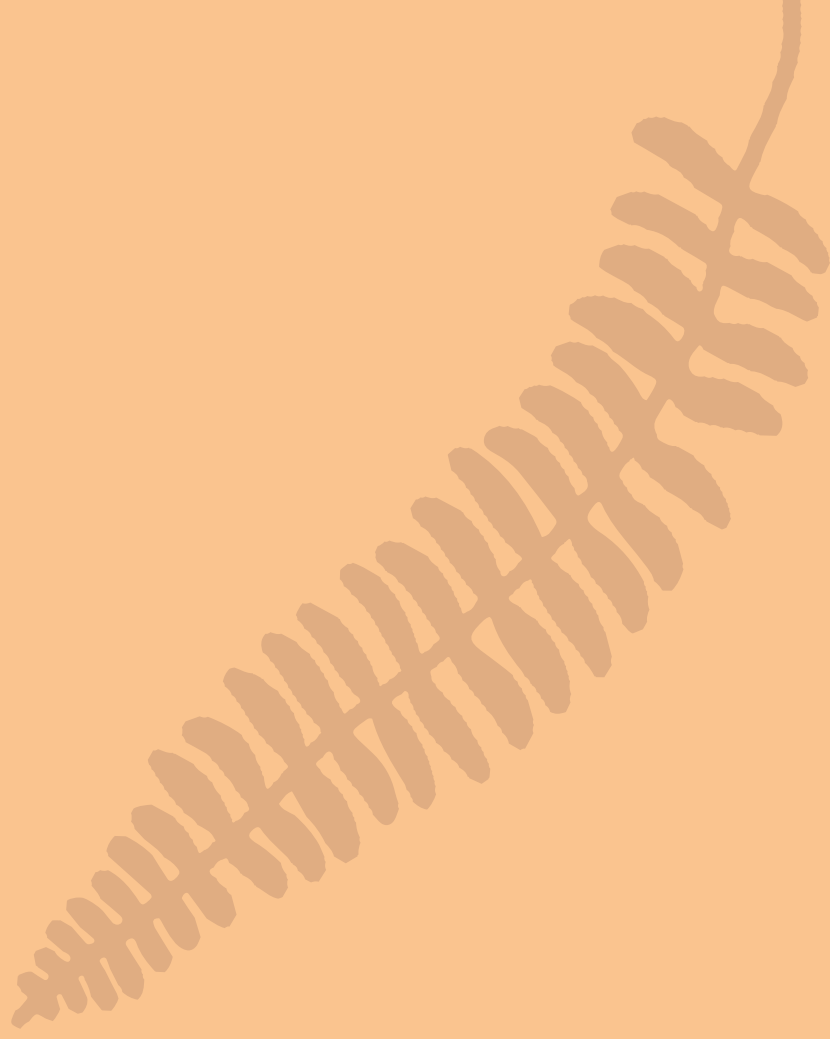
COSTO TOTAL VENTAS Y ADMON	\$
÷	
CANTIDAD QUE ELABORO	
COSTO UNITARIO VENTAS Y ADMON	

¡Tu trabajo es valioso! No olvides que el tiempo que pasas en tu negocio vale. Aunque seas tu propia jefa, y hayas asignado la ganancia para el negocio, ¡debes asignarte un salario para que tu negocio sea negocio!



**¿ES NEGOCIO
MI NEGOCIO? II**

MÓDULO **07**



1. GANANCIA Y DEFINICIÓN DE PRECIOS.

Aprendizajes

En esta sesión aprenderás que, para que un negocio sea negocio, debes calcular la ganancia que sumarás al costo de tu producto.

Fijar nuestro precio es clave. para las finanzas del negocio y es importante que sea justo tanto para quien hace el producto, como para la clientela pues espera un beneficio razonable por su pago.

Margen de ganancia según el tipo de producto

Materias primas/productos de primera necesidad: 10%

- Insumos
- Sin valor agregado
- Muchos competidores
- Diferenciación primera necesidad

Margen de ganancia aproximado:

5 -10%

Productos finales:

- Productos terminados
- Valor agregado medio
- Varios competidores

Margen de ganancia aproximado:

30%

La diferenciación se da en el precio y la ganancia depende del nivel de producción.

Margen de ganancia aproximada +50%

Conocimientos

- Servicios intangibles
- Costo de oportunidad
- Costos operativos bajos

Experiencias

- No se venden productos, se venden experiencias
- Costo de oportunidad alto
- Diferenciación total

Margen de ganancia aproximada: 100%



(IMAGEN/ FOTO)
Cooperativa Autónoma de Convivencia y Aprendizaje de Oaxaca

2. CÓMO CALCULAR LA GANANCIA.

Aprendizajes

En este apartado definirás el margen de ganancia asignado según el mercado y la definición propia del negocio.

Ejercicio: Puedes tomar en cuenta la referencia anterior para definir tu margen de ganancia. ¡Es momento de calcularla! Guíate por el siguiente ejemplo:

Costo de venta= \$10.00

Porcentaje de ganancia para mi producto= 30%

Mi ganancia en pesos= $10 \times .30 = \$3$

Costo de venta de mi producto	=	
Porcentaje de ganancia de mi producto	=	
Mi ganancia en pesos	=	

3. CÓMO CALCULAR EL PRECIO DE VENTA.

Aprendizajes

En este ejercicio obtendrás el precio de venta final de tu producto/servicio, recuerda que puedes utilizar el cálculo para el resto de los artículos que vendes.

Ejercicio: Coloca en cada recuadro el monto —en pesos— de tu costo de venta, añade la ganancia —en pesos— que obtuviste en el ejercicio anterior, realiza la suma y ¡listo!: has definido el precio de venta de tu producto o servicio.

Costo de venta	+	Ganancia en pesos	=	Precio de venta
	+		=	

4. PUNTO DE EQUILIBRIO.

Aprendizajes

En este apartado conocerás una herramienta que te permitirá conocer cuál debe ser tu mínimo de ventas para no tener pérdidas. Para eso es necesario generar el punto de equilibrio y que puedas “salir tablas”. A partir de esa cifra, el negocio empezará a obtener ganancias.

Ejercicio: Agrega los datos como indica la fórmula para obtener el punto de equilibrio y recuerda ir calculado primero lo que está dentro de los paréntesis.

FÓRMULA DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos fijos (CF) = _____

Costos variables (CV) = _____

Precio de venta (PV) = _____

Productos vendidos en periodo de tiempo (Q) = _____

$$= \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{P * Q} \right)} = \frac{CF}{1 - \left(\right)}$$

**LA ADMINISTRACIÓN
DEL DINERO EN MI
NEGOCIO**

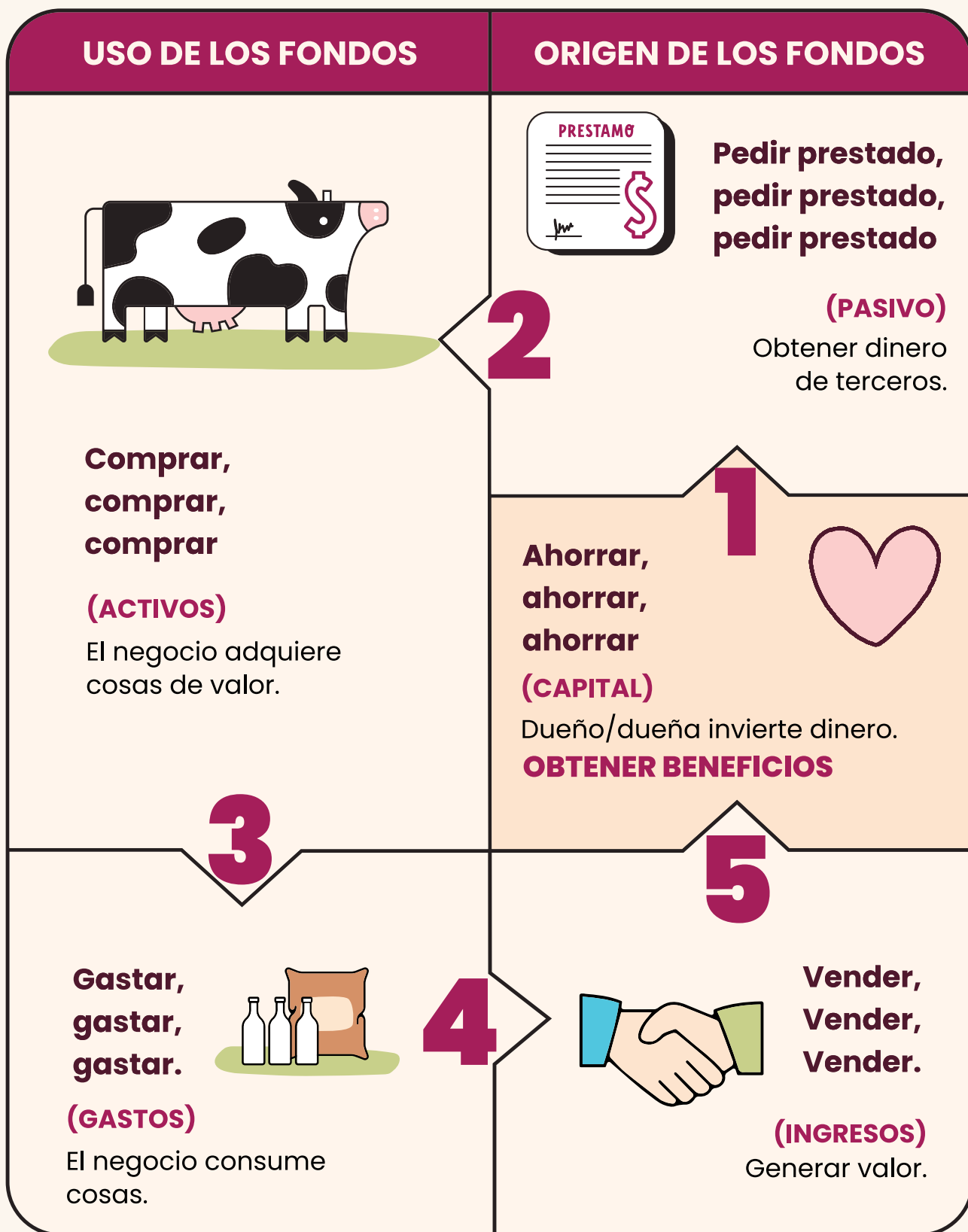


**MÓDULO
08**



Aprendizajes

En este módulo conocerás herramientas que te ayudarán a llevar una mejor administración del dinero y aprenderás a calcular sus ganancias en un periodo de tiempo determinado.



1. CICLO FINANCIERO.*

Aprendizajes

En este apartado conocerás los elementos que componen el ciclo financiero, así como las normas básicas de registros contables. Los **conceptos clave** son los siguientes*:



ACTIVOS.

Todo lo que pertenece al negocio: lo que gasta, lo que permanece (inventario, herramientas, equipo), incluso los permisos y el efectivo.



GASTOS.

Refleja el dinero que el negocio usa para operar con regularidad: materiales, servicios, salarios (incluido nuestro trabajo), alquiler y las cosas que no se quedan en el negocio después de usarse. En suma, todo lo gastado para ofrecer productos o servicios a la clientela.



PASIVO O DEUDAS.

Todo lo que el negocio debe a otros va aquí.



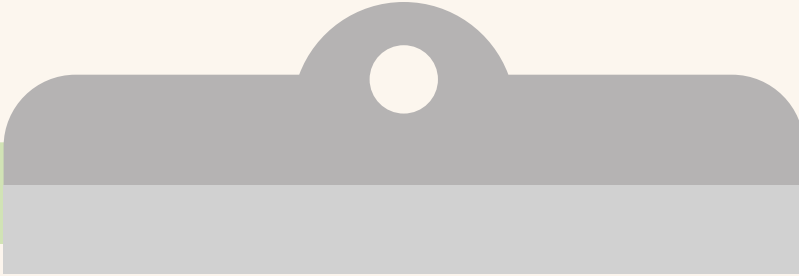
CAPITAL.

Cantidades que pertenecen a las dueñas y la suma de todas las ganancias, más las pérdidas del negocio.



INGRESOS.

Todas las ventas deben consignarse aquí, sean liquidadas de contado, a crédito o cualquier otra forma de pago.



LA HISTORIA DE MARÍA

PARTE 1

1. María es una mujer joven muy activa que siempre ha querido tener un negocio de venta de papas. Ha logrado ahorrar \$5,000 para dedicarlos a su negocio. No tiene propiedades a su nombre.
2. El dinero que María ahorró no ha sido suficiente para comprar el pelador de papas que quería. Este pelador en concreto cuesta 7 mil, así que decide pedirle un préstamo de \$5,000 a su padre.
3. María está muy feliz; ahora tiene sus ahorros y el préstamo de su padre. Decide comprar el pelador por \$7,000 y paga al contado.
4. Luego compra 100 cajas de papas a 10 cada una.
5. Como quiere empezar a vender, ofrece sus papas peladas al restaurante local. Le piden 25 cajas de papas peladas y le dicen que le pagarán al contado. Produce 25 cajas de papas y las vende en \$500.

PARTE 2

6. María está tan feliz por el progreso de su negocio, que decide procesar las restantes 75 cajas y venderlas puerta a puerta a diferentes restaurantes. El primer restaurante está muy feliz con la oferta y le aseguran que le comprarán su producto varias veces al mes, pero que solamente quieren 10 cajas de papas peladas y pagan en efectivo 250.

7. El segundo restaurante quiere una muestra para usarlas primero, pero pagarán más tarde. Le toman sólo una caja y acceden a pagar \$20 pero después y sólo si quedan satisfechos con el producto.

8. El tercer restaurante es el más grande y quiere comprar todas sus existencias, pero a un precio especial y pagar al mes. María accede a sus condiciones y a vender las cajas restantes de papas peladas, un total de 64 cajas, a \$700 en total. Ella también está de acuerdo en esperar hasta el siguiente mes para que le paguen.

9. María se da cuenta de que el mes casi termina y necesita pagar a su padre la primera cuota mensual del préstamo que le hizo. Él no le va a cobrar intereses, pero sí le pidió pagar en diez meses.

10. También se da cuenta de que necesita pagar el alquiler y los servicios como electricidad y el agua. El alquiler cuesta \$400, el agua \$50 y la electricidad \$200 al mes.

**MARÍA QUIERE
SABER LO QUE ESTÁ
HACIENDO. ¿OBTUVO
GANANCIAS EL
PRIMER MES DE
OPERACIONES?**



2. REGISTROS CONTABLES.

Aprendizajes

En esta sección llevaremos a la práctica los registros contables de la historia de María. **¡Es momento de registrar!**



ACTIVOS.



PASIVO O DEUDAS.



CAPITAL.



GASTOS.



INGRESOS.

3. PENSANDO EN EL FUTURO.

Aprendizajes

En este apartado analizarás la importancia de tener un ahorro para el buen manejo del negocio y como iniciar su gestión.

Administrar el dinero de manera correcta trae beneficios, por lo que tener un control sobre lo que ganas y lo que gastas es una de las mejores maneras para hacer rendir tu dinero. Si a eso le sumamos un ahorro, el negocio tendrá puntos a su favor para enfrentar momentos de contingencia.

Por ejemplo:

Objetivo del ahorro: renovar mi máquina de coser

Meta de ahorro:
\$ 5,000

Tiempo de ahorro:
12 meses

Cantidad y periodo:
\$17.50 pesos diarios
(lunes a sábado)

Ahorrar no sólo se trata de un hábito, sino de tener la posibilidad de alcanzar objetivos a mediano y largo plazo. Es un plan que requiere una buena gestión de los ingresos y gastos, disciplina, constancia y compromiso con los objetivos planteados. Algunas formas de ahorrar son las siguientes:

- Ahorro individual y personal
- Ahorro colectivo
- Ahorro del negocio
- Ahorro familiar

ESTAS MODALIDADES PUEDEN LLEVARSE A CABO EN:

Una institución bancaria, con una cuenta de banco para el negocio y otra personal.

En un fondo de ahorro auto gestionado por un grupo, en un fondo de ahorro del negocio y personal.

4. EL CAMINO PARA EL AHORRO.

Aprendizajes

En este tema conocerás los pasos que debes tomar en cuenta para definir tu ahorro personal o del negocio.

ESTABLECE METAS

Empieza por pensar en tus objetivos (vacaciones, pago inicial de un terreno, etc.), investiga cuánto costaría alcanzar cada uno y en qué tiempo (corto o largo plazo).

PASO
01



PASO
02

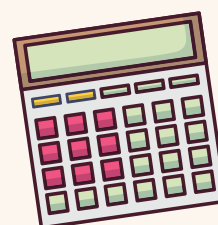
REGISTRA TUS GASTOS

Así determinarás cuánto gastas y a qué áreas destinas dinero al mes (comida, transporte, etc.).

HAZ UN PRESUPUESTO PARA AHORROS

Ahora que sabes cuánto gastas al mes, puedes establecer un presupuesto (una urgencia podría ser el 10% de tus ingresos).

PASO
03



PASO
04

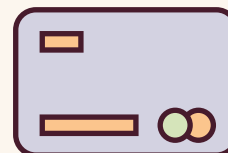
ENCUENTRA MANERAS DE RECORTAR TUS GASTOS

Aquellas áreas que no sean esenciales en tu presupuesto.

ESCOGE LAS HERRAMIENTAS ADECUADAS E INDICADAS PARA TI

¡Ya terminamos! Elige dónde guardar ese ahorro! Puede ser en la banca social o tradicional.

PASO
05



Ejercicio: Establece un objetivo de ahorro de aquí al término del curso: define el tiempo, el periodo, una meta y la cantidad.



Objetivo del ahorro:

Tiempo:

Meta:

Cantidad y periodo:



LA RESILIENCIA DE LOS NEGOCIOS EN TIEMPOS DE COVID-19

MÓDULO 09



Aprendizajes

En este módulo identificarás algunas herramientas para adaptarte y enfrentar—de forma positiva—los cambios en el mercado.

La situación originada por el COVID-19 afectó a todos los negocios del mundo, incluyendo el tuyo, debido a eso hubo una aceleración para la venta y promoción digital de productos/servicios.

1. ¿QUÉ RIESGOS PUEDO ENFRENTAR?

Aprendizajes

En este apartado aprenderás a identificar acciones concretas para hacer frente a los efectos negativos y riesgos que puede enfrentar tu negocio.

Además de una pandemia puede aparecer otros riesgos:

- Falta de liquidez (no tener dinero para pagar tus cuentas)
- Interrupciones por motivos personales
- Fallas en la cadena de suministro
- Cambios normativos o en las leyes de comercio
- Accidentes o enfermedades
- Riesgos crediticios (no poder pagar un préstamo)
- Problemas administrativos, etcétera.

Por todo esto es muy importante estar preparada para cuando lleguen a ocurrir y responder de manera efectiva.



Ejercicio: Enlista las acciones que puedes realizar si llegan a presentarse estas circunstancias.

Pandemia

Falta de liquidez

**Interrupción de los
negocios por motivos
personales**

**Fallas en la cadena
de suministro**

**Cambios normativos
o en las leyes**

**Accidentes o
enfermedades**

Riesgo crediticio

**Problemas
administrativos**

2. IMPORTANCIA DE LA CONECTIVIDAD.

Aprendizajes

Explorarás estrategias para mantenerte conectada y conocerás los beneficios que puede traer para tu negocio.

La contingencia sanitaria por el coronavirus nos demostró la importancia de estar conectadas. Ahora más que nunca, es muy importante que los negocios estén activos en Internet, no sólo para seguir en comunicación con quienes ya te compran, también para ofertar tus productos o servicios a nueva clientela.

Y....¿cómo podemos estar conectadas? En la actualidad, hay varias formas:

1. La más sencilla es tener un dispositivo móvil que te permita acceder a internet, gestionar cuentas de correo electrónico e instalar aplicaciones. ¡Las tablets y los smartphones son muy útiles!
2. A través de una computadora ya sea de escritorio o portátil (laptop).
3. Desde un centro de cómputo cercano —como un cibercafé— a la escuela municipal, centro comunitario u oficina de gobierno.

Si bien es cierto que esto incurre en un **gasto**, se considera también un **costo fijo**, ya que tu negocio siempre lo necesitará, independientemente de cualquier circunstancia. Recuerda: la adquisición de un celular, tablet o computadora también es una **inversión** para tu negocio. Afortunadamente, en la actualidad hay muchos planes, programas y compañías que te permiten acceder a internet, te sugerimos buscar un esquema que te convenga y cumpla con tus necesidades.

3. LA NEGOCIACIÓN: TOMA DE DECISIONES EN MI NEGOCIO Y FAMILIA.

Aprendizajes

Conocerás el proceso de toma de decisiones y llevarás a cabo un ejercicio práctico que te ayudará a identificar y aprender un estilo de negociación.

Es muy importante recordar que somos lideresas y —al tener un negocio propio, en muchos casos— también jefas de familia. Por ello, debemos estar conscientes que en muchas ocasiones vamos a tomar decisiones difíciles y en otras, negociaremos para alcanzar una resolución adecuada, que beneficie a todas las partes involucradas.

La toma de decisiones es un proceso que atravesamos cuando debemos elegir entre distintas opciones. Diariamente, tanto en nuestra vida laboral como personal, se nos presentan situaciones en las que debemos optar por algo y esa acción no siempre resulta simple. A continuación, presentamos una metodología para este proceso:

1. Definir el problema. Análisis de la situación que se enfrenta.

2. Detectar las alternativas posibles. Definir y reconocer las combinaciones de acciones que se pueden tomar.

3. Prever resultados. Asociar y detectar las posibles consecuencias de cada alternativa. Es importante estudiar el contexto en el que se debe tomar cada decisión.

4. Optar por una alternativa. Después del análisis elegir la opción más conveniente para la situación.

5. Control posterior. Monitorear los resultados, siendo responsable y teniendo una actitud participativa en el proceso.

6. Evaluación. Analizar las ventajas y desventajas de la decisión tomada. Este paso es fundamental para el aprendizaje que se puede aplicar en la toma de decisiones futuras.

Entendemos que puede haber diversas metodologías para la toma de decisiones —como el modelo intuitivo, de rutina, de emergencia y organizacional—, no obstante, los pasos mencionados arriba son de gran utilidad e importancia, **¡siempre es bueno tomar un tiempo de reflexión antes de decidir!**

Ejercicio: Siguiendo los pasos del proceso de toma de decisiones, elige cómo se puede solucionar la siguiente situación:

Tu clienta, Ana, te compró un reloj que pediste por catálogo, llegó en tiempo y se lo entregaste. Al tercer día, Ana te escribe porque el reloj dejó de funcionar sin razón alguna. El producto no tiene garantía del fabricante.



Define el problema: _____





Detecta las alternativas posibles: _____



Prevé los resultados: _____



Opta por una alternativa: _____



Controla: _____



Evalúa: _____



LA NEGOCIACIÓN EN EL NEGOCIO Y LA FAMILIA

Todos somos seres humanos con diferentes formas de pensar, por lo que siempre existirán diferencias que, de no llegar a ser conciliadas, pueden resultar en conflictos graves. Esto aplica tanto para el negocio como en la familia.

De manera específica se entiende como negociación al proceso que tiene como objetivo generar beneficios para las dos o más partes/agentes, y existen diferentes estilos. La buena negociación requiere que sus intervinientes tengan capacidades comunicativas adecuadas.

ESTILOS

Negociación inmediata	Negociación progresiva	Negociación situacional
Se intenta lograr un acuerdo dejando de lado las relaciones personales. Por ejemplo: en las compras/ventas.	Poco a poco se genera una aproximación en la relación personal, creándose un ambiente de confianza antes de pasar a los negocios.	Se adapta a las circunstancias: se conocen los detalles de la situación, las habilidades y las debilidades. Tiene un estilo más ágil y eficaz.

TIPOS

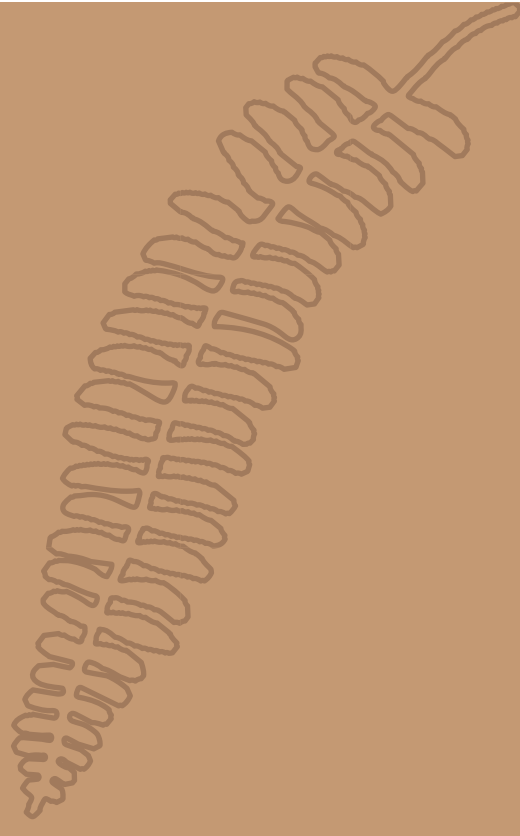
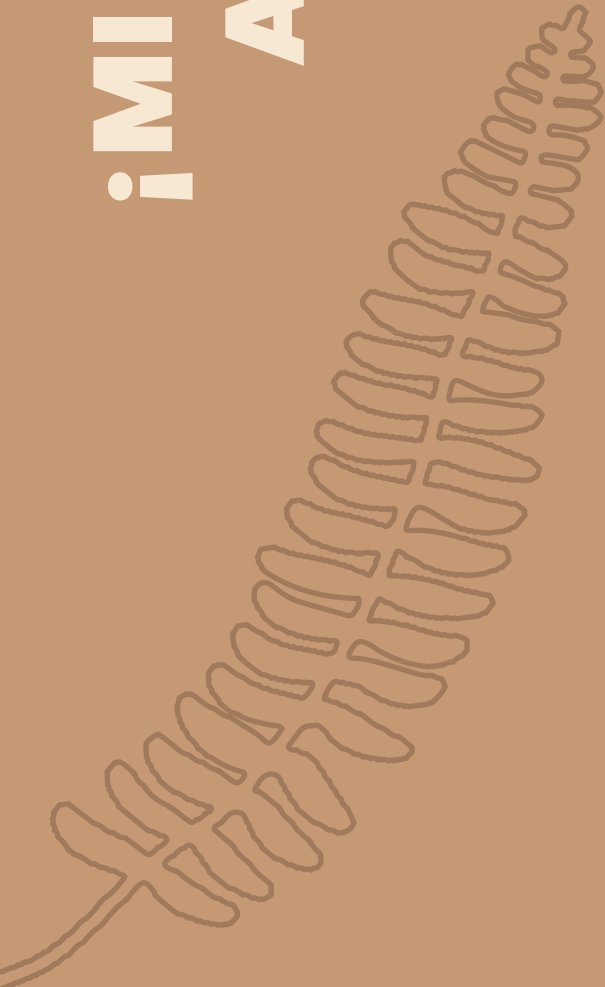
Negociación acomodativa	Negociación competitiva	Negociación colaborativa	Negociación distributiva	Negociación por compromiso	Negociación evitativa
El negociador adopta una conducta más sumisa respecto a la otra parte.	Es más agresiva y se espera lograr la mayor parte de los beneficios en el acuerdo.	También es conocida como cooperativa o integrativa.	Es la técnica más tradicional.	Se busca un acuerdo superficial.	Cuando hay más que perder en el acuerdo, no habrá ganancia.
Está consciente de que no obtendrá los mejores resultados a corto plazo.	Hay ganadores y perdedores.	Si ambas partes tienen metas y objetivos comunes, ganan en equivalencia. Es ideal para negociar dentro de una organización. Por ejemplo: la familia.	El objetivo último es obtener el máximo beneficio posible de aquello por lo que se compete. Hay regateo.	Los objetivos no se alcanzan de forma completa. Existe confianza entre las dos partes.	Se pospone, es decir, se pasa para más adelante.

Ejercicio: Junto a tu compañera de al lado, piensa en una situación donde se necesite negociar —ya sea en casa o en el negocio—, y recrea la situación con ella. Elige un estilo y tipo de negociación para luego exponer frente a la clase.



**¡MI TIEMPO ES VIDA!
AUTOCUIDADO EN
MI NEGOCIO**

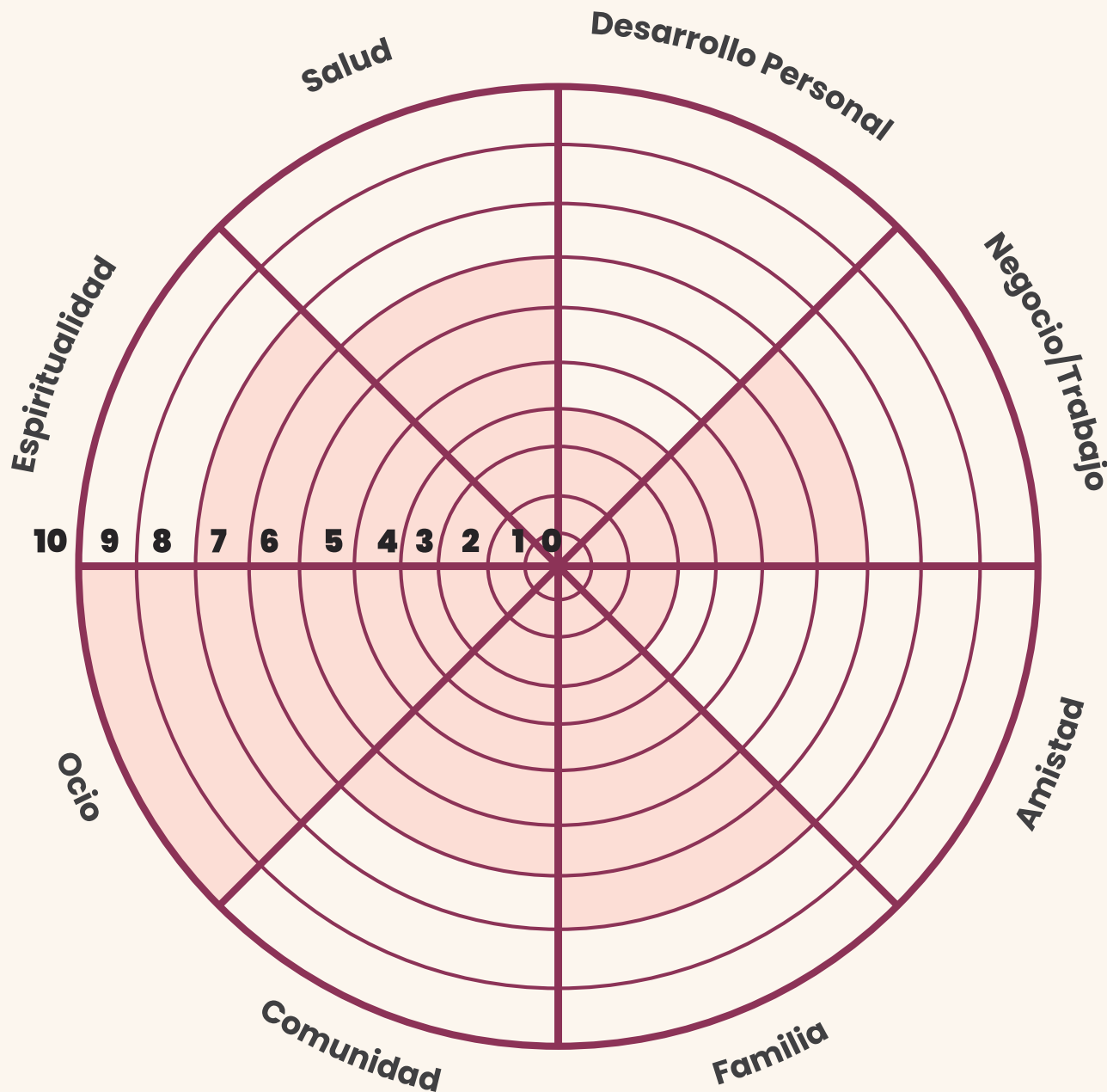
MÓDULO **10**



Aprendizajes

En este módulo vamos a hablar sobre nosotras como colectiva e individuales y la importancia de valorar nuestro tiempo y trabajo. Vas a reflexionar para organizarte mejor en la administración de tu negocio, al mismo tiempo que mantienes relaciones sanas con tus seres queridos y, lo más importante, contigo misma. ¡Aprenderás a dedicar tiempo y espacio a tu cuidado, valorando tu bienestar!

Ejercicio “El círculo de mi vida”.



En este círculo, cada sección representa un área distinta de tu vida. Usa un color para rellenar —de adentro hacia afuera—, el tiempo que crees que dedicas a cada una de ellas.

Algunas áreas tendrán más color que otras. Toma en cuenta las particularidades de cada categoría:

- **Amistades.** Personas de tu confianza y a la que tienes cariño.
- **Familia y/o Pareja.** Personas que conforman tu círculo más cercano y familiar.
- **Negocio o trabajo.** El negocio, empleo o proyecto de Mujeres A.V.E que te genera ingresos.
- **Espiritualidad.** El tiempo que dedicas a sentirte conectada con el universo y tus creencias personales.
- **Salud y cuerpo.** El tiempo que dedicas a atender necesidades de tu cuerpo, sexualidad, bienestar y autocuidado.
- **Desarrollo personal.** Los aprendizajes que adquieres, proyectos propios o acciones para sentirte mejor.
- **Comunidad.** Participación en tequios, colaboración con tus vecinas y vecinos, atención a tu entorno.
- **Ocio/Diversión.** El tiempo dedicado a pasarla bien, reírte, descansar.



Reflexiona:

¿A qué áreas dedicas más tiempo? ¿A cuáles le dedicas menos? ¿Te sientes en equilibrio? ¿Te gustaría cambiar el tiempo que dedicas a una actividad en específico? ¿Qué estrategias puedes implementar para enfocarte en las que son importantes para ti en este momento? ¿En qué áreas necesitarías poner límites? ¿Hay algún importante para ti que no se encuentre en este círculo?

1. TRABAJO DE CUIDADOS.

Aprendizajes

En este apartado hablaremos y reflexionaremos sobre el trabajo de cuidados y su relación con nuestro negocio, también conoceremos el concepto de “carga mental”.

Los **trabajos de cuidados** son todos aquellos relacionados con las labores domésticas y el cuidado de otras personas (niñas/os, ancianas/os, personas con discapacidad o con alguna enfermedad). Normalmente se realizan sin pago alguno y recaen —de forma desproporcionada— en las mujeres y las niñas.

La **carga mental** se refiere al esfuerzo cognitivo que se necesita para cumplir con una tarea en concreto. Cuando a las mujeres se nos asigna la responsabilidad completa sobre el hogar, se nos obliga a estar siempre alertas y recordar todos

los detalles de las tareas relacionadas con los trabajos de cuidados. Esto nos puede ocasionar un gran desgaste físico y mental. Para promover un mundo equitativo, podemos generar acuerdos con nuestras parejas, hijos e hijas, donde todas y todos somos corresponsables de los trabajos de cuidados. Así no es necesario que les “pidamos” realizar algo o que les recordemos sus responsabilidades, ya que las asumimos de forma colectiva. ¡En conjunto la carga es menor!

Ejercicio “¡Pensemos en los trabajos de cuidados!”

Junto con tus compañeras, harás un listado de todas las tareas que se tienen que realizar cotidianamente, dentro y fuera del hogar. Vamos a reflexionar sobre lo siguiente: **¿quién es la persona que generalmente se encarga de dichas tareas?, ¿son distintas las tareas para mujeres y hombres?, ¿por qué?, ¿están distribuidas de forma equitativa?, ¿cuáles toman más tiempo y quién las realiza?, ¿cómo se podrían distribuir mejor?, ¿cómo se generaron los acuerdos sobre qué tareas realiza cada persona en la familia o el negocio?**

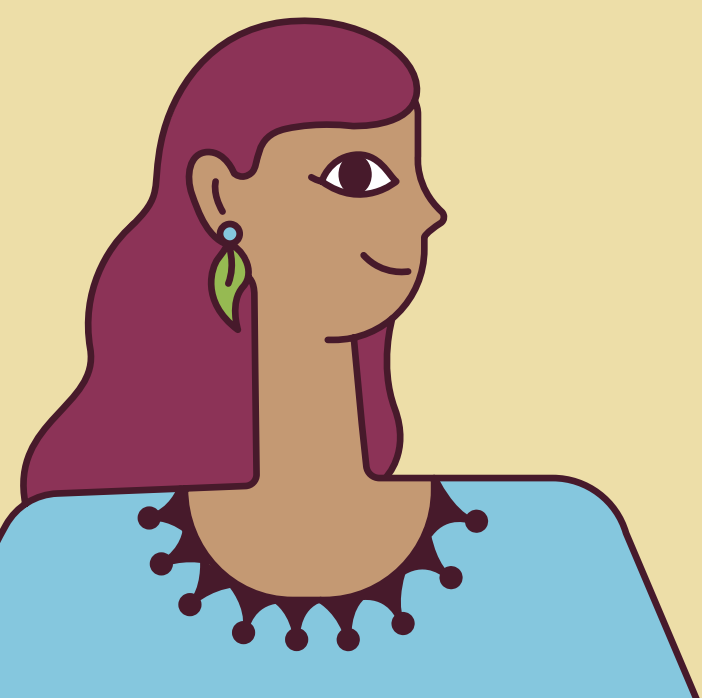
ALGUNAS SUGERENCIAS

Podemos poner en marcha estrategias que permitan redistribuir los trabajos de cuidados en nuestros hogares, para mejorar nuestro bienestar y el de nuestras familias, contribuyendo a la equidad. Estas son algunas estrategias que puedes implementar:

1. Repartir la carga. Tomando en cuenta la lista de tareas que hiciste arriba, genera un calendario mensual para que cada persona del hogar conozca qué le corresponden hacer y cada cuánto. Asegúrate de colocar si son actividades que se realizan diariamente, cada semana, cada quince días o cada mes. ¡Las hijas e hijos pequeños también pueden participar conforme a su edad!

2. Generar acuerdos. Evitemos asumir que a las mujeres y las niñas “nos tocan” de manera “natural” los trabajos de cuidados; es importante que la distribución de tareas sea resultado de un acuerdo entre todas y todos.

3. Cuestiona los roles de género. Dentro del hogar, podemos romper con los roles de género. Los hijos varones pueden cuidar a otras personas, lavar y cocinar, mientras las hijas apoyan en la reparación de desperfectos o labores físicas. ¿Qué cosas te hubiera gustado que te dejaran hacer de niña? ¿Qué cosas no te gustaba que siempre te tocaba hacer a ti? ¿Crees que pueden encontrarse arreglos distintos?



Los trabajos de cuidados son necesarios para la reproducción de la vida ¡qué importantes son! Cuando tenemos un negocio y proyectos personales, requerimos formar acuerdos con nuestras familias, para evitar una doble o triple carga de trabajo, al asumir nosotras todas las responsabilidades de cuidados, ¿Qué acuerdos podrías generar en tu hogar para equilibrar las labores?

2. AUTOCUIDADO.

Aprendizajes

El autocuidado es un acto político para apapacharnos, reír, llorar, enfocarnos en nuestro placer y nuestras necesidades, ¡sin culpas! **Tu bienestar es un derecho.** Por eso vamos a compartir estrategias para la construcción de hábitos para el autocuidado.

“No puedo más”, “Estoy agotada”, “Me faltan horas”, “Siento que cargo con todas las responsabilidades”, “No puedo parar”, “Si no lo hago yo, no lo hace nadie”, ¿Te suena? Cuando hablamos de autocuidado nos referimos a que de forma individual y colectiva reconozcamos los límites que tiene nuestro cuerpo y nuestra mente. Debemos, podemos y merecemos cuidar de nuestra salud y de nosotras mismas como parte de nuestra vida. ¡No es un lujo! es una necesidad básica.

Ejercicio²: Respira profundo y responde.

- ¿Tienes claras cuáles son tus necesidades?, ¿o llevas tanto tiempo pensando en lo que necesitan otras personas que se te han olvidado?
- ¿Alguna vez das prioridad a algo que desees sólo porque sí?
- ¿Cuánto tiempo tienes a la semana sólo para ti?
- ¿Cómo cuidas de tu cuerpo y de ti?
- ¿Hay algo que te encante hacer y hagas? ¿Qué haces que te alegre el día?
- ¿Alguna vez puedes descansar sin sentirte culpable?

Lee las siguientes prácticas junto con tus compañeras. Junto con ellas responde ¿qué otras acciones de descuido y de autocuidado identifican?

Prácticas de descuido	Prácticas de autocuidado
Anteponer siempre necesidades ajenas	Conocer nuestros deseos y necesidades
Nunca decir que no	Poner límites, decir que no
No conocernos a nosotras mismas	Priorizar
Sólo permitirnos el descanso cuando estamos enfermas	Ser flexibles, aceptar nuestra imperfección ¡sin culpas!
Negarnos el placer y el ocio	Darnos y permitirnos sentir placer
No permitirnos equivocarnos o ser vulnerables	Disfrutar el ocio
No destinar espacio para nosotras mismas	Saber que no tenemos que solucionar o hacernos cargo de todo

A continuación, te compartimos algunas estrategias para el autocuidado que nos parecen importantes:

Toma tiempo para alimentarte lo mejor posible ¡te lo mereces! y te hará sentir mejor. ¡No olvides hidratarte con agua!

Haz ejercicio y cuida de tu cuerpo porque lo amas, no porque nos han hecho sentir que tenemos que ser diferentes. ¡Atrévete a sentirte cómoda en tu propia piel!

¡Pide ayuda! Si requieres acompañamiento psicológico para trabajar aspectos personales, o si te sientes mal físicamente ¡no esperes! Pensar en tu salud es un acto de amor. Recuerda que puedes solicitar vinculación a estos servicios con las facilitadoras de Mujeres A.V.E.

- [illegible]

3. GESTIONAR RESPONSABILIDADES Y TIEMPO EN EL HOGAR.

Aprendizajes

Revisaremos qué significa la conciliación personal, familiar y laboral. También compartiremos estrategias para gestionar el tiempo del negocio y del hogar.

¿Qué es conciliar? Según el Diccionario de María Moliner, nos referimos a “poner de acuerdo o en paz a quienes estaban en desacuerdo o en lucha”. Un problema importante de nuestra sociedad es el enfrentamiento que existe entre el desarrollo de la vida familiar/personal y el de la vida profesional. Una estrategia para armonizar estas esferas es la organización efectiva del tiempo.

En esta sección, analizaremos metodologías para gestionar tareas relacionadas con tu negocio, responsabilidades en el hogar y cómo destinar tiempo para ti y tu familia.

Estrategia 1 – Establecer un horario de trabajo en tu negocio

Es muy importante fijar un horario de trabajo y comunicarlo. Entendemos que como dueña y administradora es difícil; pero una vez que lo llesves a cabo, verás los grandes beneficios, ya que establecerás una rutina con tiempo suficiente para otras actividades en el hogar, con tu familia y reservar tiempo para ti.

Estrategia 2 – Tener una agenda

Sabemos que el tener un negocio conlleva muchas actividades: atender a clientes, comprar material, hacer llamadas, etcétera. Una vez que definas tu horario de trabajo, puedes dividirlo en bloques de tiempo para realizar estas tareas y anotarlo en una agenda.

Estrategia 3 – Selecciona días específicos para realizar ciertas tareas

Comprendemos que algunas actividades relacionadas con el negocio —o con el hogar pueden necesitar más tiempo—, por eso te sugerimos escoger ciertos días de la semana para llevarlas a cabo. También es muy importante reservar días para ti y para tus seres queridos.

¿Cuáles estrategias implementas tú?

**¡Para conciliar
necesitamos hablar de
corresponsabilidad! Si
quieres balancear todas
tus tareas, también
necesitas que la familia
y la comunidad asuman
sus responsabilidades
colectivas.**



Ejercicio “Plan de Vida”.

Como los planes de negocios, el plan de vida ayuda a trazar un camino a seguir. Esto te permitirá identificar qué pasos debes tomar y las áreas que requieren mayor atención para alcanzar tus metas.

Usa las siguientes consignas para idear tu “proyecto de vida”, recuerda que puede cambiar con el tiempo y no te sientas presionada por tener claridad en este momento. ¡Lo importante es imaginar y tomar pasos para ponerlo en práctica!

- **Comienza por identificar aquellos sueños y metas que deseas alcanzar. Considera lo que realmente es importante para ti y asegúrate de representar todas las áreas de tu vida en esa lista.**
- **Asigna una fecha en la que te gustaría ver realizada cada una de esas metas. No te preocupes si está a dos, cinco o más años de distancia, ¡lo importante es que tomará tiempo!**
- **Identifica las acciones y actividades que puedes llevar a cabo diariamente para alcanzar esas metas en el plazo determinado. Este es uno de los pasos más importantes, pues si no puede construirse a partir de actividades diarias no se cumplirá. Las acciones diarias producen los resultados.**
- **No te desvíes ni dejes que te desvíen. Si es necesario revisar tu plan constantemente, hazlo: reconoce lo que has alcanzado, evalúa lo que no y toma acciones para volver a la ruta de tus sueños.**

Es muy común que las mujeres sintamos que no tenemos derecho a pensar en nosotras mismas. ¡No te sientas mal! Desde muy pequeñas, se nos impone la idea de que nuestros planes y proyectos no son importantes. Este espacio es para apoyarnos, seguro para los sueños y para poner en práctica tus deseos.

TEJIENDO(NOS): PROYECTANDO EL NEGOCIO



MÓDULO 11

Aprendizajes

En este módulo conocerás distintas alternativas para solucionar una necesidad compartida con tus compañeras de negocios, analizando posibilidades de colaboración y alianzas.

1. EQUIPO DE TRABAJO.

Aprendizajes

Pondrás en práctica habilidades organizativas e identificarás el potencial del trabajo colaborativo con una compañera de negocios.

Un equipo de trabajo es un grupo de personas, con habilidades complementarias que colaboran para alcanzar un objetivo común y específico; cuando logra ser equitativo y justo, demuestra mayor nivel de productividad que la obtenida por la suma de las contribuciones individuales.

Si lo aplicamos a nuestro negocio, es muy importante que contratemos y estemos rodeadas de personas que puedan comunicarse y expresarse, deseen que nuestro negocio crezca, y que tengan sentido de la responsabilidad, entre otras características. ¿Cuáles se te ocurren?

2. HABILIDADES DE LIDERAZGO PARA LA COOPERACIÓN.

Aprendizajes

En este apartado se buscará fortalecer las habilidades de liderazgo para promover la cooperación en el negocio.

Un buen liderazgo para la cooperación está, casi siempre, caracterizado por los siguientes rasgos específicos:

- **Solución de problemas y colaboración en la toma de decisiones.**
- **Proceso abierto.** El liderazgo en colaboración significa que la toma de decisiones es verdaderamente colaborativa y practica acuerdos en democracia.
- **Liderazgo en el proceso más que sobre el grupo.** El propósito de liderar es contribuir al funcionamiento del proceso colaborativo, en lugar de sólo conducir a la gente involucrada.

¿Qué cosas puede hacer una mujer líder para seguir inspirada y entusiasmada con su trabajo?

- **Tomar tiempo para sí mismas,** ¡y que no tenga nada que ver con el negocio o el cuidado de la casa!
- **Contar con alguien de apoyo.** Todas las personas necesitamos acompañamiento en nuestros problemas y alegrías.
- **Crear relaciones sólidas con iguales.** cada mujer a tu lado está siendo experta y aprendiendo a liderar su camino. ¡Escúchala!
- **Autodesafiarse.** Cuando la rutina ya no funciona, se necesita encontrar nuevos montes para escalar.
- **Ver el panorama completo.** Tener la capacidad de admirar todo el bosque y no sólo observar los árboles.
- **Celebrar las pequeñas victorias** cuando hayas puesto un granito de arena para alcanzar tus metas. ¡Hay que celebrar todos los granitos!

Ejercicio.

Escribe una lista de mujeres líderes que conozcas o admires enormemente. *¿Por qué te inspiran? ¿Qué hacen? ¿Cómo lo hacen? ¿Tienen todo el mismo estilo de liderazgo? Si no es así, ¿cómo se diferencian?*

-
-
-
-
-
-
-
-
-
-

¿Has escuchado hablar de la sororidad? Se trata de un pacto de apoyo mutuo entre mujeres. Es desaprender que “la peor enemiga de una mujer es otra mujer” y encontrar maneras de construirnos, apoyarnos y animarnos a cambiar la historia, para que nunca más seamos víctimas de opresión, violencia o desigualdad. ¿Cómo crees que puedes aplicar la sororidad en tu negocio?

INSPIRACIÓN

Conoce la historia de Sofía Robles Hernández, la primera mujer presidenta municipal —en más de 500 años de historia— de Santa María Tlahuitoltepec.

“Me llamo Sofía Robles. Soy mixe zapoteca. Mixe por adscripción y zapoteca de nacimiento. He vivido en Tlahuitoltepec por 32 años. Ser de una comunidad implica tener obligaciones más que derechos. Un derecho es a trabajar tu tierra y a disfrutar de los servicios que la comunidad va logrando. Y ese derecho te lleva a tener la obligación de dar servicio comunitario. También implica participar en los tequios para las construcciones, actividades comunitarias para cuidar el territorio, las asambleas y reuniones. Como parte de los cargos está también la organización de las fiestas. Es toda una serie de cosas la que viene al momento de adquirir esa conciencia indígena.

La mujer es el principal sostén para que todo esto funcione. Generalmente, en la sociedad indígena y no indígena es muy predominante el reconocimiento al varón. Él siempre es la autoridad, pero al lado está el trabajo de las mujeres. Afortunadamente poco a poco se está reconociendo, aunque esto varía de comunidad en comunidad y de pueblo en pueblo. Yo tengo la fortuna, o desfortuna, de poder mirar las dos culturas. En la cultura zapoteca las mujeres tienen muchas restricciones en el acceso a la participación pública —en las asambleas— para ser elegidas a un cargo. En algunas comunidades de la cultura mixe esto es más libre.

Desde que llegué a Tlahuitoltepec, en 1984, me di cuenta de que era otro mundo. Mi sueño era trabajar con mujeres, llegué aquí y vi que ellas ya estaban insertas en la asamblea, en algunos cargos, en los comités, en los juegos con jóvenes deportistas, en la música. Era otro mundo.

Hay que decir también que la cuestión de la perspectiva de género no es gratuita. El hecho de ser mujeres para muchas personas implica que a fuerzas nos tenemos que dedicar al trabajo doméstico. ¿Cómo cambiar esta cuestión? El chip lo traemos las mismas mujeres y cuesta mucho trabajo quitarlo. Casi es visto natural, pero nos toca deshacerlo en la misma familia, en la educación. Incluso a las mujeres profesionales les toca vivir eso.

El trabajo del hombre siempre es más reconocido. Aquí nosotras tenemos derecho a la tierra y heredarla, pero en muchos lados no es así. Se siguen impidiendo cargos a las mujeres porque creen que sólo los hombres son quienes piensan, y lo peor es que muchas mujeres lo creen. El camino es muy largo todavía, por eso se hacen talleres y se abren espacios para la participación de las mujeres.

En el caso de las mujeres, con el cambio de leyes, se está dando el cambio en las comunidades. Aquí desde 1982 empezó a haber mujeres en el cabildo, secretarías suplentes, secretaria titular, tesorera, y así diferentes cargos. No es forzado para nosotros, no es una novedad que ellas estén incluidas, aunque hay años en que no haya mujeres.

Yo empecé a reflexionar lo indígena cuando regresé a trabajar a mi región después del bachillerato. La reflexión sobre la mujer también fue en ese tiempo. Cuando llegué aquí las mujeres trabajaron conmigo. Aprendí a participar, a opinar. En las asambleas de hombres me quedaba callada; aunque me revolotearan las ideas, no salían. Me costaba mucho trabajo hablar.” Hablante de zapoteco, ayuuk y español, Sofía Robles es pionera desde la década de los ochenta en la defensa de los derechos de las mujeres indígenas. Asumió la presidencia municipal a sus 50 años. Trabajar con autoridades desde que terminó el bachillerato, despertó su interés por acompañar las luchas de los pueblos: “Las mujeres de la comunidad, generalmente, estaban haciendo la comida para autoridades. Yo pensaba: ¿Y las mujeres cuándo estarán en este espacio?, ¿cuándo llegarán a estos espacios?”

Fue una joven inquieta, pero reconoce que en ese entonces casi no hablaba: “Si acaso, una vez o dos, pero me daba mucho temor. Pensaba cosas y de repente ya las había dicho otro y yo decía: Ay sí, eso mismo estaba pensando”, cuenta entre risas. “Pensaba en los hombres que siempre había: ¿Cuándo llegará el tiempo en que las mujeres estemos aquí? Entonces me entró la idea de trabajar con las mujeres. Empezó desde ahí”.

No tiene pensión, pues su trabajo en organizaciones siempre fue independiente y admite haber descuidado ese aspecto: “Casi siempre uno dice: voy a hacer esto para las comunidades o para las mujeres, a ver cómo avanzamos. Siempre pensando en el otro. A veces uno deja de pensar en uno mismo”. Por eso no sabe lo que hará cuando llegue el momento de retirarse: “Creo que tengo que pensar más en mí. En los últimos años he estado metida en la medicina natural, cosas así. Entonces digo, bueno, a lo mejor es eso...”

Fuente:

<https://corrientealterna.unam.mx/territorios/sofia-robles-defensora-derechos-de-mujeres-indigenas/>

La intensa vida comunitaria. Entrevista de Gloria Muñoz en:

hojarasca.jornada.com.mx/2016/12/09/la-intensa-vida-comunitaria-6017.htm

3. ALIANZAS.

Aprendizajes

En este módulo se creará el espacio de reflexión para generar de manera autogestiva, alianzas que impulsen y fortalezcan tu negocio.

Una **alianza** se entiende como una unión entre 2 personas o negocios, que se juntan mediante **un compromiso de apoyo mutuo** para lograr un objetivo determinado, con la certeza de que se obtendrán beneficios similares para las partes que la conforman. En esta sección hablaremos de las alianzas estratégicas para los negocios, y cómo desarrollar una estrecha vinculación con otras empresarias, compañeras tuyas en Mujeres A.V.E y de otros espacios.

¿Qué es una alianza estratégica?

Proveedoras, mayoristas y minoristas se ven como socias. Al compartir mayor información, delinean planes de negocios, ventas y promociones en forma conjunta. Participan como un sólo equipo de trabajo en el desarrollo de nuevos productos. Además, analizan y planifican la forma de crecer juntas, es decir, examinan el abastecimiento y la demanda, así como su cobertura.

¿Cuáles son los beneficios?

- Compartir diversos tipos de recursos, y acceder más fácilmente a ellos —como mejores precios para los insumos o para capacitación—.
- Reducir los riesgos del mercado.
- Facilitar la realización de proyectos colaborativos.
- Mejorar los tiempos de producción y entrega de productos.
- Aumentar la calidad de productos y servicios.
- Promover sinergias.
- Fomentar el aprendizaje mutuo. **¡Todas ganamos!**

Ejercicio, ¡Hagamos un producto juntas!:

En grupos de 3 personas —y con el material que la capacitadora proporcionará— harán producto, determinarán el costo, estrategia de venta y lo presentarán a sus compañeras.

COMITÉ MUJERES A.V.E

¡TIENES DERECHO A PARTICIPAR!

El comité de Mujeres A.V.E surge como una estrategia autogestiva de las participantes para generar alianzas y crear soluciones juntas. Dentro del comité existen cinco presidentas, y una secretaria, que buscan guiar los temas de Solidaridad, Gestión con autoridades, Reclutamiento, Salud y Emprendimiento. Este comité —junto con la Asamblea de Mujeres A.V.E.—, son espacios para tu participación. ¡Juntas podemos generar más beneficios para nosotras y nuestros negocios! También podemos fomentar el ejercicio de nuestros derechos.

¡Esperamos tus propuestas!

Solidaridad

- Gestionar campañas de recaudación de fondos o productos de la canasta básica para apoyar a otras participantes que lo necesiten, o bien a otras mujeres de la comunidad después de haber sido aprobado en asamblea general.
- Realizar llamado para conocer necesidades de las participantes para gestionar apoyos (ropa, alimentos, etc.)
- Gestionar banco de alimentos, ropa, calzado o que se requieran y distribuir conforme a las necesidades.
- Registrar actividades realizadas en su función.

Gestión con autoridades

- Asistir a reuniones seleccionadas con equipo SiKanda para expresar dudas o hacer preguntas directamente a autoridades.
- Participar en eventos con autoridades locales estatales o federales en calidad de representante de Mujeres A.V.E.
- Tomar cursos o diplomados sobre la participación política de la mujer.
- Gestionar apoyos sociales para las participantes ante autoridades (Ejemplo: solicitar materiales como láminas a los diputados).
- Registrar actividades realizadas en su función.

Secretaria

- Tomar minuta de acuerdos de asambleas.
- Compartir acuerdos con el grupo de presidentas de comités.
- Redacción de documentos oficiales que requieren los comités.
- Contar con hojas membretadas con formatos de solicitudes o asuntos varios.
- Dar soporte y apoyo en la redacción de documentos a las presidentas de comités.
- Registrar actividades realizadas en su función.

Salud

- Buscar y compartir información sobre campañas de salud en los Centros de Salud del área de Zaachila oriente, Oaxaca.
- Buscar y compartir información y establecer la vinculación con asociaciones encargadas de prestar servicios relacionados a toma de pruebas, estudios de laboratorio, exámenes de la vista, dentales y similares.
- Gestionar cursos de capacitación para el grupo sobre primeros auxilios, autocuidado y otros.
- Gestionar un banco de productos básicos de higiene.
- Buscar información sobre servicios médicos tradicionales en la zona.
- Registrar actividades realizadas en su función.

Reclutamiento

- Invitar a mujeres microempresarias a unirse al programa Mujeres A.V.E. por llamadas telefónicas, WhatsApp, redes sociales o videos cortos (entrevistas o testimonios de participantes para ser compartidos con otras).
- Organizar eventos de reclutamiento en el área (Con apoyo de SiKanda).
- Gestionar con el equipo de SiKanda publicidad a través de carteles y folletos para promoción del programa Mujeres A.V.E. y participar en las estrategias de comunicación.
- Realizar censo de más mujeres con negocios en la zona para ingreso en el programa de Mujeres A.V.E.
- Registrar actividades realizadas en su función.

Emprendimiento

- Buscar y compartir cursos, talleres, programas o diplomados (en línea o presenciales) relacionados con habilidades empresariales (venta en redes sociales, costos inventarios, atención al cliente y otros).
- Buscar nuevos puntos de venta para productos Mujeres A.V.E.
- Buscar ferias, expos o bazares para la exposición de productos o servicios de Mujeres A.V.E.
- Cocrear con SiKanda folletos virtuales para promoción de productos de todas las participantes.
- Gestionar sesión de fotos profesionales, curso de fotografía profesional.
- Gestionar compra de cámara profesional para el proyecto Mujeres A.V.E. para uso exclusivo de las participantes.
- Gestionar en instituciones o fundaciones apoyos a emprendimientos.
- Registrar actividades realizadas en su función.

4. SISTEMAS DE CONSUMO COLABORATIVO.

Aprendizajes

En este apartado revisaremos estrategias de consumo en colaboración, que nos ayudarán a subsanar necesidades colectivas e individuales.

El consumo colaborativo es un modelo económico basado en el intercambio, en el alquiler, el uso compartido, el préstamo, la comercialización o la donación. **Se establece en tres grandes grupos:**

1. Sistemas basados en el producto

Son aquellos en los que se usa un elemento sin ser propietarias del mismo. Por ejemplo, alquilar coches por horas, o los hornos de cocción comunitarios de los cuales no somos 100% propietarias.

2. Sistemas basados en mercados de redistribución

Buscan darle una segunda oportunidad al producto, hablamos de particulares que venden objetos usados —o de segunda mano— para intercambiar o donar.

3. Sistemas basados en estilos de vida colaborativos

Van más allá del producto y buscan que la gente comparta experiencias, proyectos, recursos, etcétera. Un ejemplo son los mercados de trueque y comunidades que utilizan monedas locales alternativas, como el túmin.

Ejercicio “Canasta individual vs Canasta colaborativa”:

De manera individual enlista tu canasta personal, es decir aquellos artículos que de manera cotidiana consumes y son necesarios para tu negocio, para ti o tu hogar.

COMPRAS PARA MI NEGOCIO

COMPRAS PARA EL HOGAR

Ahora, ¡es momento de construir una canasta colaborativa!

En equipo, detecten aquellas necesidades/compras en común, y escríbalas en un papel bond o Kraft: esta será su canasta colaborativa. Entre más veces se repita, más grande se escribe. Al final, juntas establezcan una idea que les permita surtir esa canasta y obtener mayores beneficios.

Trueque

Es un acuerdo de cambio de producto por otro, según la negociación entre los/as interesados/as. No hay reglas como tal, solamente ser conscientes y solidarios/as en el mismo. En ambos casos jamás se trata de endeudar a nadie, sino de cubrir las necesidades que cada persona tiene.

¡La unión hace la fuerza! Puedes negociar mejores precios con tus proveedores si —junto a otras compañeras— estableces acuerdos para realizar compras colectivas por volumen, o bien negociar precios de venta mínima para los mismos productos, y que beneficien a todas. También puedes identificar oportunidades para mejorar tu producto o servicio y ofrecer mayor valor a tu clientela de forma colectiva. ¡La de junto no es competencia, es compañera!



5. COMERCIALIZACIÓN COLABORATIVA.

Aprendizajes

Revisarás los beneficios del comercio colaborativo e identificarás aplicaciones prácticas para tu negocio.

Esta forma de comerciar comprende la **venta de productos o servicios en conjunto con otras**, por medio de sistemas sin intermediarios; por ejemplo, ferias, mercados, medios digitales, sitios de Internet, páginas de Facebook y otras redes sociales. Al formarse estos colectivos o agrupaciones (recordemos que nosotras pertenecemos a Mujeres A.V.E.), es posible contar con:

- **Mayor oferta de productos => más clientela satisfecha**
- **Canales de distribución transparentes**
- **Comercialización confiable de productos todo el año**
- **Todas vendemos a bajo costo => los gastos se dividen o distribuyen**

6. VISIÓN FUTURA: ¿QUÉ SOÑAMOS AHORA?

Aprendizajes

En esta sesión práctica se buscará que —mediante el discurso de ventas entre negocios—, formes alianzas y utilices prácticas de ventas que impulsen tu emprendimiento.

Hoy más que nunca tenemos que estar conectadas con otras y otros, y formar redes para el crecimiento de nuestros proyectos; por eso, en los últimos años han aumentado las cámaras y asociaciones empresariales.

A continuación, harás un ejercicio relacionado con una actividad recurrente en el mundo empresarial; pondrás en marcha lo aprendido hoy y compartirás tus sueños con las compañeras, para alcanzarlos juntas.

Ejercicio

“Speed networking, ¡Conéctate y genera conexiones!”

PERDERLE EL MIEDO A LAS INSTITUCIONES



MÓDULO 12



Aprendizajes

En este módulo revisaremos requisitos y procesos de las instituciones financieras para avanzar a los siguientes pasos de tu negocio.

Profesionalización y la búsqueda de expansión.

Ya hemos aprendido cómo promover nuestros productos/servicios, llevar un inventario y hacer alianzas; entonces, ¿qué sigue para mi negocio? En este módulo aprenderemos cómo formalizar los procesos financieros del negocio —tomando en cuenta lo establecido por el Servicio de Administración Tributaria (SAT)—, la emisión de facturas, solicitud de créditos y otros recursos para que nuestros negocios crezcan expansivamente.

1. FORMALIZACIÓN FISCAL EN MÉXICO.

Aprendizajes

En esta sesión conocerás de cerca los elementos fiscales necesarios para perderle el miedo al SAT.

Probablemente has escuchado las frases “vender en la informalidad” o “entrar a la formalidad” pero, ¿sabes su significado? En esta ocasión, hablaremos sobre este tema vital en la actualidad, **pero no te preocupes iremos avanzando paso a paso.**

El Servicio de Administración Tributaria (SAT) es una institución que forma parte de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, cuya responsabilidad es aplicar la legislación para asegurar que personas y empresas contribuyan a financiar el gasto público del Estado. En términos generales, el SAT se encarga, principalmente, de la recaudación de impuestos en el país. Para tal fin, entre sus funciones encontramos la gestión de las inscripciones en el Registro Federal de Contribuyentes (RFC). Así, cada solicitante (individuo o empresa que genere ingresos) recibe una cave de Registro. Este trámite puede hacerlo cualquier mexicano y mexicana mayor de 18 años. Hay dos modalidades para darse de alta en el SAT, ya sea como individuo (persona física) o empresa (persona moral). Pero ¿cuáles son los beneficios de registrarse ante el SAT?

1. Puedes, junto con tu familia, acceder a los servicios de salud y prestaciones sociales que otorga el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS).

2. Solicitar créditos públicos —o privados— para aumentar la inversión en tu negocio.
3. Contar con un seguro de vida para el contribuyente y/o sus familiares; tener acceso a un seguro por muerte accidental.
4. Participar en programas especiales para dueños de negocios; incluso,
5. ¡La posibilidad de vender más!

Nuevo RSC: Régimen Simplificado de Confianza

De acuerdo con esta nueva propuesta del SAT, las características del RSC son:

- Tributación ágil y pagos más sencillos.
- Incorporación de comerciantes informales.
- Simplificación administrativa.
- Esquema especial de pago para el primer año (mensual o anual), aunque desde el 2023 será obligatorio el pago mensual, siendo la declaración anual el momento para hacer los ajustes necesarios.

Algunos de sus beneficios son:

- Las facturas emitidas por este régimen participan en el sorteo de Buen Contribuyente.
- No presentan declaraciones informativas ni contabilidad electrónica.
- Podrán participar en las subastas que se organizan en SubastaSAT.

Para darte de alta, necesitarás los siguientes documentos:

- CURP
- Para los extranjeros, carta de naturalización expedida por la autoridad correspondiente.
- Acuse de preinscripción al RFC, en caso de hacer la solicitud por el portal del SAT.
- Comprobante de domicilio.
- Identificación oficial vigente.
- Acudir a las oficinas del SAT para finalizar la inscripción.

Si no cuentas con el CURP o te hace falta algún otro documento, pide apoyo al Espacio A.V.E. o a las facilitadoras.

2. FACTURAS.

Aprendizajes

En esta ocasión revisaremos los elementos de la factura, para qué nos sirven, y el proceso práctico para generarla.

Una factura es un documento que comprueba la realización de una transacción comercial entre quien compra y quien vende. La factura compromete al vendedor a entregar el producto o servicio y al comprador a realizar el pago especificado en dicho documento. En México, todas las facturas se realizan de forma digital, por lo que pueden ser transmitidas y resguardadas utilizando medios electrónicos. Recuerda que las facturas pueden ser emitidas desde el portal del SAT. Independiente del lugar de emisión es importante revisar que tus facturas contengan lo siguiente:

- **Datos generales del emisor y del receptor como nombre y RFC.**
- **Folio para control interno de facturación en la empresa.**
- **Uso CFDI.** El uso que le dará el receptor a la factura.
- **Forma de pago.** Puede ser en efectivo, tarjeta, transferencia, etcétera.
- **Método de pago.** Consignar si se hará en una sola exhibición o en parcialidades.
- **Moneda:** Peso mexicano (u otra moneda).
- **Folio fiscal, No. de serie del CSD y serie.** Son datos proporcionados por el SAT al momento de sellarla y son únicos para cada comprobante.
- **Código postal, fecha y hora de emisión.**
- **Efecto del comprobante.** En nuestro caso, siempre debe ser Ingresos.
- **Régimen fiscal del emisor y receptor,** es decir si se trata de persona física con actividad profesional y/o empresarial, o es una persona moral.
- **Concepto.** Es la descripción del producto/servicio facturado. Se debe incluir cantidad, unidades, precio unitario, importe, impuesto y el total a pagar.
- **Subtotal, impuestos trasladados y total.**
- **Sello digital del CFDI, del SAT y cadena original del comprobante de certificación digital.** Estos datos también son proporcionados por el SAT y son únicos para cada factura.
- **RFC del proveedor de facturas que certifica y su número de serie,** si la factura se realiza con un proveedor distinto al sistema del SAT.
- **Fecha y hora de certificación.**

Antes de elaborar una factura específica los detalles de la compra con tu cliente, es decir, el producto o servicio a facturar, la cantidad, precio unitario, etc.
¿Puedes hallar estos elementos en la siguiente factura?

FACTURA ELECTRÓNICA (CFDI)				
TELEFONOS CELULARES IZEL S.A DE C.V				
		RFC: SUL010720JN8 Zapotal No. Ext. S/N Col. La Manga II Villahermosa, Centro, Tabasco. C.P. 86125 Tel.: (993) 2692919. E-Mail: cfdi@gncys.com		FACTURA: A-00407 Folio Fiscal: 82E97F59-EA04-4CB0-AFE1-915A845B75F9 No de Serie del Certificado del CSD: 20001000000300022779 Fecha y hora de emisión: 29-11-2017 00:02:53
LUGAR DE EXPEDICION : 86125				
RECEPTOR : GABRIELA ALONSO ULIN RFC CLIENTE : AOUG750308V67 DIRECCION : 28 S/N Col. Montes de Amé		, Merida, Yucatán C.P. 97115, Mexico. USO CFDI : G03 GASTOS EN GENERAL		
CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	IMPORTE
1.00000	H87 Pieza	Equipo de cómputo Impresora	22,931.03	22,931.03
(VEINTISEIS MIL QUINIENTOS NOVENTA Y NUEVE PESOS 99/100 M.N.)			SUBTOTAL	\$ 22,931.03
			IVA 16.00%	\$ 3,668.96
			TOTAL	\$ 26,599.99



FORMA DE PAGO : 99 POR DEFINIR
CTA. BANCARIA : NA
RÉGIMEN FISCAL : 601 GENERAL DE LEY PERSONAS MORALES
MONEDA : MXN
MÉTODO PAGO : PUE PAGO EN UNA SOLA EXHIBICIÓN

Sello Digital del CFDI:
 IPR9CZq8nBXloCXTHVvYRSkqsc91B4OEV+rsVLbLUSchyDjh2mkKOalhpPCiqZ0PuTTjIQX7VrwocNTqlcLBvEElu65wnOsZICqVd4INL9uT8hP6CGh4xJkdpCrcC3CS8kb2i702Z
 IFs9SxU7AWPVgQFvI2In4xTKN6BDICdMOeDzativy4yjkDP4YrwVqfecWlbbi44EPemFFSfIK5VUeHa0Db2x0Fig6pYdE33u6+uEzon/6AL9hURdgoV7Xld+Zw5cZvGskOcRqmN6
 mwjR9g6AyDbWEarlAkc8S82khUq3lRPAk3czhJ5Bnh4EJ+h1pYTn+hLvPqtP021+A==

Sello del SAT:
 SV73LzHTXycDIF/8p4+AwWqA59Q2uCCppMKCU01eG+GAoi/CVEKnQ/ayR+Ild4LmPHYaoLqBhzrcwIH+ZzaZXaz6ITNjgOhQWWOLeYATBFs9P93Sk/1AxRC1lBqC1Oci8d9lIK
 Y9N+arCTdeqFV18uZxcz1f5gvB8Hrhvii4ttnWKCbvd+4Mf+XO4DholRPWvv5Uxo04IK4zxcgwFyU+oh+nun2nieNkKsZ/rMEFaCbWwLcxcRHTC6IPVd3QoEG9C0nU9awaFt/mvHx
 kI1GAS246JFSYX0OMPWLOUhinjTOWiP/grFijds66qkfVg4dqaRSTJm+6Zphk1HNzoA==

Cadena Original del complemento de certificación digital del SAT:
 ||1.1|82E97F59-EA04-4CB0-AFE1-915A845B75F9|2017-11-29T00:28:15|DAL050601L35|IPR9CZq8nBXloCXTHVvYRSkqsc91B4OEV+rsVLbLUSchyDjh2mkKOalhpPCiqZ0PuTT
 jIQX7VrwocNTqlcLBvEElu65wnOsZICqVd4INL9uT8hP6CGh4xJkdpCrcC3CS8kb2i702ZIFs9SxU7AWPVgQFvI2In4xTKN6BDICdMOeDzativy4yjkDP4YrwVqfecWlbbi44EPemF
 FSfIK5VUeHa0Db2x0Fig6pYdE33u6+uEzon/6AL9hURdgoV7Xld+Zw5cZvGskOcRqmN6mwjR9g6AyDbWEarlAkc8S82khUq3lRPAk3czhJ5Bnh4EJ+h1pYTn+hLvPqtP021+A==|2
 0001000000300022323||

No de Serie del Certificado del SAT: 20001000000300022323 **Fecha y hora de certificación:** 29-11-2017 00:28:15

Descarga tu factura en XML.GNCYS.COM

Esta es una representación impresa de un CFDI

Efectos fiscales al pago

Es importante que sepas que si, por alguna razón, deseas cancelar una factura emitida puedes hacerlo mediante el portal personalizado del SAT, únicamente necesitas tu contraseña.

3. ¡SIN MIEDO AL BANCO! BANCARIZACIÓN TRADICIONAL Y BANCA SOCIAL.

Aprendizajes

En este apartado conocerás las formas de bancarización y algunos lugares seguros para guardar el ahorro o ingresos del negocio.

Comparativo de la Banca Tradicional y del Sector de Ahorro y Crédito Popular			
Concepto	Banco	Sector de Ahorro y Crédito Popular	
		Cajas de ahorro	SOFIPO
Objetivo	Optimizar ganancias para sus accionistas	Los socios buscan un beneficio común sin fines de lucro y utilizan fondos con propósitos sociales.	Optimizar ganancias para sus accionistas, derivado de su operación.
A quién atiende	A sus clientes, siempre que atiendan los requisitos que el banco solicite, para cada producto.	Sólo atiende a sus socios. Cualquier persona que reúna los requisitos se puede volver socio y participar en las decisiones de la administración.	A sus clientes, siempre que atiendan los requisitos que la entidad financiera solicite para cada producto.
Cobertura	Cuenta con una amplia red de sucursales y cajeros automáticos a nivel nacional.	En su mayoría su cobertura es generalmente regional o local.	
Oferta más representativa de productos	Ofrecen productos similares, como son: cuentas de depósito, inversiones y créditos, sin embargo cada sector, concentra su oferta en algunos productos o servicios financieros.		
	Captación: · Cuentas de depósito a la vista · Pagarés · Inversiones a plazo Crédito: · Tarjeta de crédito · Crédito hipotecario · Crédito de nómina · Crédito automotriz · Opciones de inversión	Captación: · Cuentas de ahorro (para niñez y adultez) · Cuentas de depósito a la vista · Pagarés · Inversiones a plazo Crédito: · Crédito simple · Crédito personal · Crédito quirografario · Crédito de habilitación y avío	Captación: · Cuentas de ahorro (para niñez y adultos) · Cuentas de depósito a la vista · Pagarés · Inversiones a plazo Crédito: · Crédito simple · Crédito personal · Crédito de habilitación y avío · Opciones de inversión
Diseño de productos financieros	Masivos y estandarizados	Atiende las necesidades específicas de los sectores y lugares donde tiene presencia la entidad financiera.	
Seguro para el ahorro de los Usuarios *	Seguro hasta por 400 mil UDIS (2.1 millones de pesos) por cliente.	Seguro hasta 25 mil UDIS (138 mil pesos) por socio.	
Vigiladas y supervisadas	· CNBV · SHCP · Banco de México · CONDUSEF (en cuanto a transparencia y atención al usuario).	CNBV CONDUSEF (en cuanto a transparencia y atención al usuario). También tienen órganos de supervisión conformados por el propio sector. Nota: No aplica para las que no son de nivel básico.	CNBV CONDUSEF (en cuanto a transparencia y atención al usuario). También tienen órganos de supervisión conformados por el propio sector.

Fuente de la tabla: CONDUSEF
<https://www.condusef.gob.mx/?p=comparativo-banca>

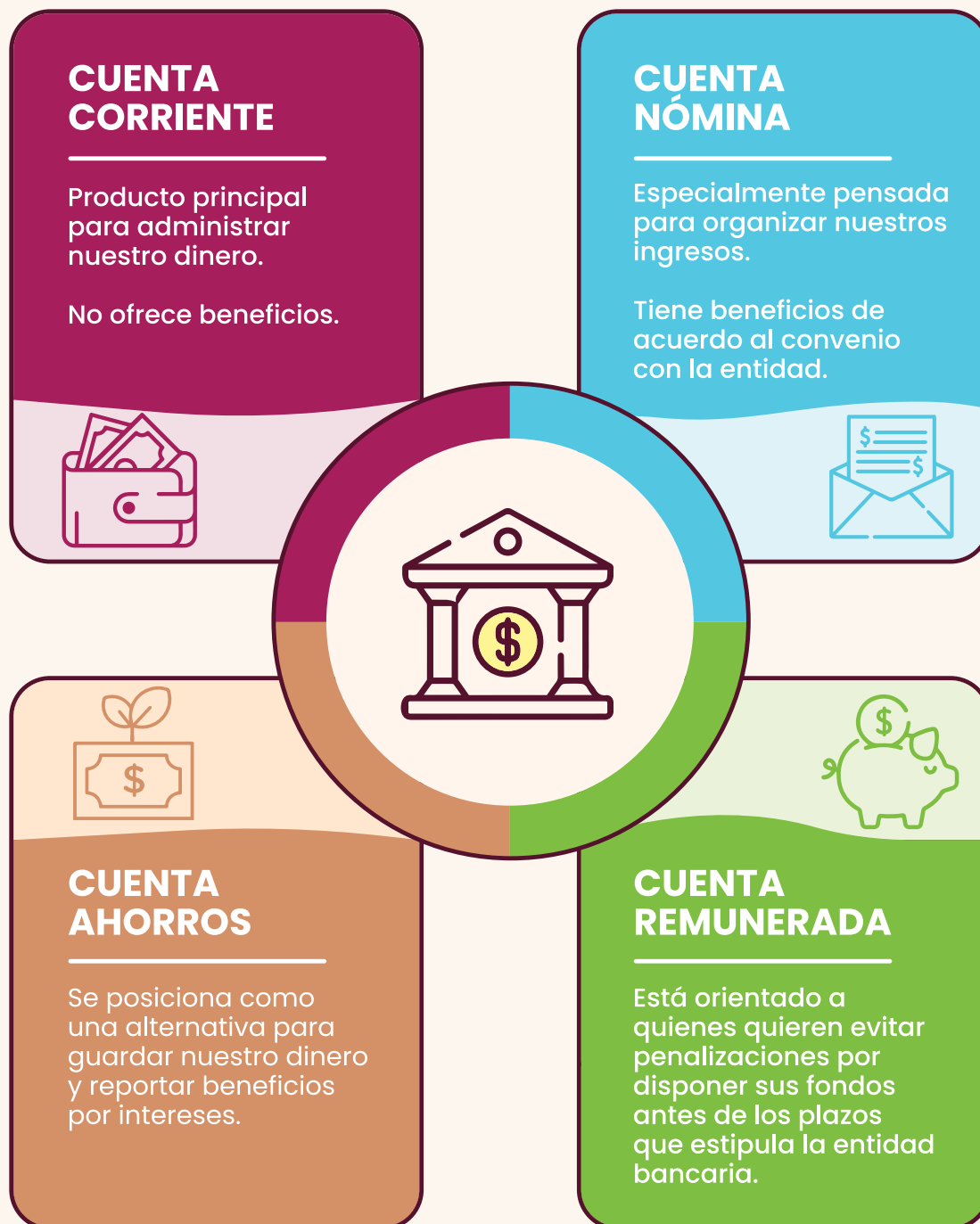
¡Ojo con las cajas de ahorro no reguladas! Es mejor evitar los fraudes. Para saber cómo elegir la mejor opción, solicita apoyo a las facilitadoras.



4. OPCIONES BANCARIAS PARA RESGUARDAR EL DINERO DE MI NEGOCIO.

Aprendizajes

En este apartado conocerás las distintas opciones y diferencias entre los tipos de cuentas bancarias para que puedas elegir la opción ideal para tu negocio.



En las siguientes instituciones bancarias no piden monto mínimo en la cuenta o no hay cobros por su uso:

- Caja Popular Mexicana
- Banco Azteca Cuenta Guardadito
- HSBC Cuenta Ahorro Flexible
- Scotiabank Cuenta de Ahorro
- BBVA Cuenta Meta de Ahorro
- Santander Tarjeta Digital
- Banorte Amazon Recargable



5. BENEFICIOS DE LA BANCARIZACIÓN.

Aprendizajes

Identificarás qué las ventajas de la bancarización que pueden ser aplicables para tu negocio.

Según el Banco Mundial, bancarizar es hacer que las transacciones en efectivo se realicen a través de los bancos. Algunos de sus beneficios más importantes son:

- Facilita a la población el acceso a servicios financieros.
- Formaliza y dinamiza la economía.
- Desarrollas un record crediticio que te permite acceder a más instrumentos de financiamiento.
- Gestionar mejor el tiempo de las transacciones, incluso desde el celular.



6. CRÉDITO Y OTRAS OPCIONES DE FINANCIAMIENTO.

Aprendizajes

En esta sesión revisaremos a detalle el proceso, requisitos y recomendaciones clave que te guiarán en el análisis de los créditos para tu negocio.

Ya estamos listas para crecer, pero ahora ¿qué hacemos si necesitamos comprar equipo, abrir un local o invertir en anuncios? Afortunadamente tenemos varias opciones de financiamiento, entre ellas, usar los ahorros que hemos destinado para invertir en nuestros negocios, tal y como se conversó anteriormente. Otra opción son los **créditos y los instrumentos económicos** para la obtención de recursos. A continuación, revisaremos estas alternativas de financiamiento.

A) Crédito

De acuerdo con la CONDUSEF (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros), el crédito se define como la cantidad prestada por una institución y que se promete devolver —en un plazo determinado— más los intereses que genere dicho préstamo. Un crédito nos sirve para adquirir bienes o servicios que no podemos pagar de contado en algún momento de nuestras vidas.

Sin embargo, un crédito representa una deuda, por lo que es muy importante conocer todos los pormenores sobre trámites, contratos y estados de cuenta. De esta forma, la decisión no impactará negativamente en nuestras vidas.

Recomendaciones iniciales:

- Pregúntate para qué lo vas a utilizar: puede ser para una emergencia, cubrir deudas, adquirir bienes, iniciar o hacer crecer tu negocio. Lo importante es tener claro el objetivo.
- Un gran error es pedir un préstamo y no tener la certeza de poder pagarlo. Lo mejor es determinar cuánto dinero puedes destinar a la deuda y con base en ello, solicitar el monto y esquema crediticio que se ajuste a tu capacidad financiera.
- Para saber si puedes pagar un crédito aplica la siguiente fórmula: a tu ingreso mensual réstale tanto el gasto recurrente, tu ahorro y lo que vayas a destinar a las deudas. La cantidad que obtengas será tu capacidad de endeudamiento.
- Debes reconocer que un crédito no es un ingreso adicional, por lo tanto, no lo puedes destinar para comprar despensa o gastos similares.

¿Cuáles son los principales tipos de crédito en México?

Crédito de consumo. Se usa para pagar bienes y servicios. Por ejemplo, tarjetas de crédito, crédito de nómina, crédito personal.

Crédito empresarial. Está diseñado para iniciar o ampliar un negocio. *Muchas instituciones bancarias tienen planes especiales para emprendedoras y microempresarias.

Crédito hipotecario. Permite adquirir, construir, incluso remodelar una casa o departamento.

Crédito automotriz. Se utiliza para comprar un auto nuevo o usado.

Crédito ABCD. Sirve para comprar bienes de consumo duradero, como electrodomésticos, con excepción de automóviles.

¿Dónde puedo solicitar un crédito?

- Bancos
- Sociedades Financieras Populares (Sofipos)
- Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (Socaps)
- Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofom)

¿Cómo escoger el crédito más adecuado entre las diversas opciones que hay?

1. Revisa el Costo Anual Total (CAT), un indicador para medir porcentualmente qué tan caro es y permite comparar su costo financiero con otros créditos. El CAT incorpora todos los elementos que determinan su costo: tasas de interés, comisiones y primas de seguros —excepto el IVA aplicable—, garantía exigida, periodicidad y frecuencia del pago. Considera que, entre mayor sea el CAT, aumentará su costo financiero y será más caro para ti.

2. La tasa de interés se expresa por un porcentaje calculado en un periodo determinado y es importante consultar para saber cuánto vas a pagar por el préstamo. También asegúrate de conocer los términos en que se expresará, puede ser anual, mensual, semanal y diaria.

3. Las comisiones son cobros distintos a la tasa de interés cuyo propósito es cubrir los costos directos de los gastos administrativos relacionados con el crédito: apertura del préstamo, disposición del dinero, gastos de cobranza, entre otras.

Entonces... ¿cuánto terminaré pagando?

Para determinar el coste exacto del préstamo debes:

- Conocer la tabla de amortización, una herramienta que detallar cuánto pagarás, el periodo dispuesto para ello, las comisiones y otros elementos vitales para su gestión.
- Para mantener un buen historial, es importante que no cedas ante la tentación de comprar algo a crédito sólo porque está en promoción o “a plazos y sin enganche”. Lo más probable es que, al no existir un pago inicial, las mensualidades sean más altas y difíciles de pagar.
- Ten mucho cuidado con los “pagos chiquitos”, pues seguramente la deuda se extenderá por más tiempo y puedes terminar pagando más.
- Un elemento importante antes de pagar un crédito es revisar detalladamente el contrato antes de firmarlo. Tal vez suene repetitivo, pero estás adquiriendo una obligación y debes tener muy claras sus características. Si hay algo que no entiendes siempre pregunta.
- Después de firmarlo solicita una copia, es una obligación legal de la otra parte entregártela sin mayor problema.

BURÓ DE CRÉDITO O HISTORIAL CREDITICIO

Es el registro de los créditos que has solicitado, cómo y cuándo los has pagado, si lo haces puntualmente, si te retrasas o no los pagas.

Si tienes un historial adecuado => facilita el acceso a futuros créditos

Si tienes un historial inadecuado => pocas posibilidades para obtener créditos

Puedes obtener tu historial —con las Sociedades de Información Crediticia (SIC)— una vez al año de forma gratuita.



B) Microcrédito

Los microcréditos consisten en préstamos otorgados a personas o grupos que los destinarán al desarrollo de micronegocios, promoción de actividades productivas —artesanales, comerciales, servicios, consumo, vivienda— y los montos varían de acuerdo con las capacidades de pago de quienes los solicitan. Los plazos pueden ser de 12 meses hasta 3 años.

¿Quiénes ofrecen este tipo de créditos?

1) Sector Popular

- a) Cajas solidarias
- b) Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SOCAP)
- c) Sociedades Financieras Populares (SOFIPO)
- d) Sociedades Financieras Comunitarias (SOFINCO)

2) Uniones de crédito

3) Sociedades Financieras de Objeto Múltiple Reguladas y no Reguladas (SOFOM E.R. y SOFOM E.N.R)

- a) Bancos especializados de este segmento
- b) Dependencias de gobierno

Por lo general, los requisitos para solicitar estos microcréditos son:

- Presentación de avales—un contrato en el que una persona o entidad se compromete a garantizar el pago de obligaciones de otra persona—, o una garantía prendaria como la escritura de una casa, automóvil, etcétera.
- Documentos del solicitante y/o negocio.

TANDAS

Se trata de un modelo tradicional de ahorro y crédito, en el que un grupo de personas se organiza para ahorrar una cantidad determinada con aportaciones individuales—a un fondo colectivo— durante cierto tiempo. La cantidad final es el resultado de la contribución de todos y todas. Para que cada persona reciba su parte, se asignan turnos y fechas. Dentro de este grupo, hay una persona que define el orden en el que cada participante recibirá el ingreso.

AHORRO COLECTIVO

Un grupo de personas se reúne para juntar su dinero en un fondo común, comprometiéndose a aportar una cantidad periódicamente.

C) Empeño

Es un préstamo en efectivo que recibe el solicitante al depositar como garantía algún objeto de valor que sea de su propiedad: un anillo, auto, maquinaria, etcétera. Una vez liquidada la obligación, la persona recupera el objeto empeñado, pero en caso de no cumplir con sus obligaciones, la institución financiera puede venderla o subastarla para recuperar los recursos equivalentes al préstamo dado.

En la actualidad, hay muchas casas de empeño reguladas en todo Oaxaca y México por lo que, si decides escoger esta opción de financiamiento, te sugerimos revisar los términos y condiciones de dicho trámite, tomando en cuenta las recomendaciones que hicimos en la sección **Crédito**.

D) Préstamos entre familiares y conocidos/as

Se refiere a la situación en la que dos particulares que comparten **algún vínculo** se prestan dinero sin la intervención de una entidad financiera. Puede ser una opción más accesible ya que hay una relación de confianza y los intereses pueden ser mínimos. Los requisitos suelen ser variables, pero, por lo general, deben estar conscientes de lo siguiente:

- Que el prestatario tiene que devolver el capital en los plazos convenidos.
- Formalizar la transacción con un contrato de préstamo y liquidar según lo acordado.

PAGARÉ

Es un documento que contiene la promesa incondicional de una persona—denominada deudor—, para pagarle a una segunda—llamada beneficiario o acreedor—, una cantidad determinada de dinero, en un plazo específico.

LETRA DE CAMBIO

Es un documento que garantiza que el deudor pagará al acreedor, o a otra persona autorizada, una cantidad de dinero, en una fecha y lugar específicos.





MujeresAVE



mujeresave

www.sikanda.org