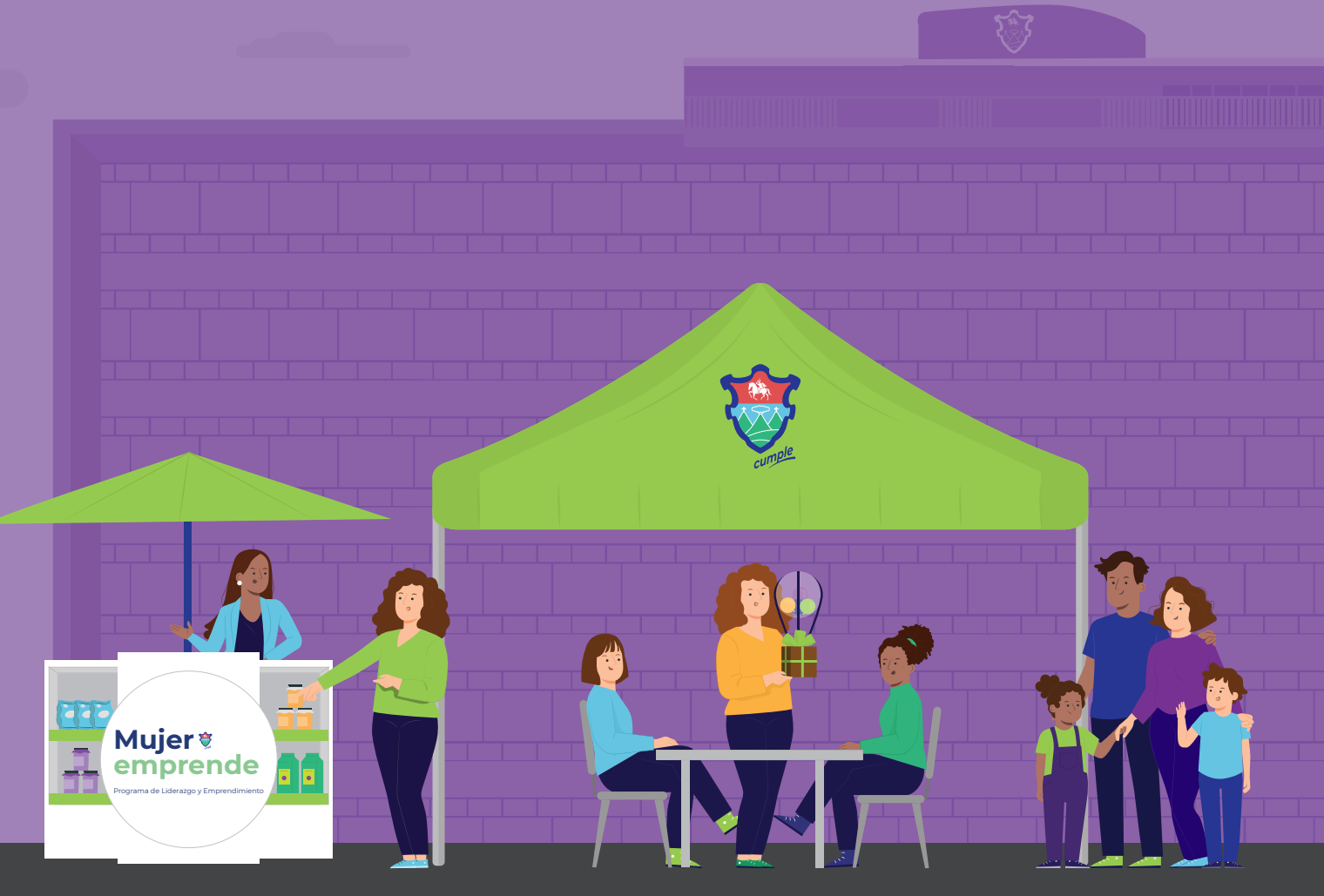




Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Programa de Activación Económica Ciudad de Guatemala



DIRECCIÓN
de la
Mujer

Primera Edición 2023

Municipalidad de Guatemala

Lic. Ricardo Quiñónez
Alcalde

Lic. Víctor Martínez
Concejal I

Licda. Alessandra Gallio
Concejal II

Arq. Carlos Soberanis
Síndico I

Dirección Municipal de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez
Directora

Melissa Ochoa Grande
Asistente de Dirección

Diagramación y Diseño, Dirección Municipal de la Mujer

M.Sc. Luis Pablo Castellanos Lavagnino
Coordinador de Comunicación Social

Licda. Mónica Maholy Soto González
Diseñadora Gráfica

Lic. Renato Meléndez Díaz
Animador Gráfico

Fotografías, Dirección Municipal de la Mujer

Lic. Edwin Estuardo García Oxlaj
Fotógrafo

Gestión Técnica del Proyecto PREVI, Dirección Municipal de la Mujer

M.Sc. Dámariz Adriana de León Maldonado
Coordinadora de Programas

Licda. Tania Saucedo Solíz
Coordinadora Administrativa Financiera

Esta publicación fue realizada con el apoyo técnico y financiero del Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala –PREVI–, financiado por la Unión Europea –UE–, y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AECID–. Su contenido es responsabilidad exclusiva de sus autores y no necesariamente representa la posición de la Unión Europea o el Gobierno de España.

Acrónimos

DMM	Dirección Municipal de la Mujer
AECID	Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
DUE	Delegación de Unión Europea
CEMUCAF	Centros Municipales de Capacitación y Formación Humana
ENCOVI	Encuesta Nacional de Condiciones de Vida
DIGEEX	Dirección General de Educación Extraescolar
DDS	Dirección de Desarrollo Social
CME	Centro Municipal de Emprendimiento
UP	Universidad Popular
INE	Instituto Nacional de Estadística
IAP	Investigación Acción Participativa
FMI	Fondo Monetario Internacional
BM	Banco Mundial
NPS	<i>Net Promoter Score</i>



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica, Ciudad de Guatemala



Consultor

Lic. Ezra Israel Orozco Paredes

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez

M.Sc. Dámariz Adriana de León Maldonado

Licda. Julia Margarita López

Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica

de la Sexta Avenida "A" de la 14 a 21 calle, zona 1 Ciudad de Guatemala

Consultor

Ezra Israel Orozco Paredes

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez

Licda. Dámariz Adriana de León Maldonado

Licda. Julia Margarita López

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Antecedentes	2
3. Metodología	5
3.1 Caracterización y segmentación de las actividades económicas	6
3.1.1 Empresas frente a total de locales mapeados	6
3.1.2 Actividades económicas según el tamaño de la empresa	6
3.1.3 Empresas según su tamaño en la Sexta Avenida, Sexta Avenida "A" y Séptima Avenida	7
3.1.4 Empresas por tamaño de la 14 a la 21 calle	8
3.1.5 Locales identificados en el área de estudio	8
3.1.6 Locales identificados por avenidas	9
3.1.7 Locales identificados por categorías en calles	10
3.1.8 Locales por categoría sobre la Sexta Avenida "A"	11
3.1.9 Comentario sobre los resultados de actividades económicas del sector	12
3.2 Caracterización de la población que transita y habita la Sexta Avenida "A"	13
3.3 Caracterización de las instituciones públicas que trabajan en la zona	14
3.3.1 Instituciones públicas impactadas directamente	14
3.3.1.1 Ministerio de Gobernación	15
3.3.1.2 Diario de Centro América y Tipografía Nacional	15
3.3.1.3 Dirección de Desarrollo Social	16
3.3.1.4 Dirección Municipal de la Mujer	17
3.3.1.5 Dirección Técnica del Sistema de Consejos de Desarrollo	19
3.3.1.6 Juzgado de Primera Instancia de la Niñez y Adolescencia del Área Metropolitana	19
3.3.2 Instituciones públicas impactadas indirectamente	19
3.3.2.1 Centro Cultural Miguel Ángel Asturias	20
3.3.2.2 Municipalidad de Guatemala	20
3.3.2.3 Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, IGSS	20
3.3.2.4 Banco del Crédito Hipotecario Nacional	20
3.3.2.5 Banco de Guatemala	20
3.3.2.6 Organismo Judicial	21
3.3.2.7 Ministerio de Finanzas Públicas	21

3.3.2.8 Ferrocarriles de Guatemala, FEGUA	21
3.4 Identificación de necesidades y oportunidades	21
3.4.1 Emprendedoras participantes de la Feria de Activaciones Económica	21
3.4.2 Reunión virtual con 16 lideresas beneficiarias	37
4. Conclusiones generales	41
5. Recomendaciones generales	42
6. Anexos	43
7. Bibliografía	49

1. Introducción

Como parte de los esfuerzos locales y acciones municipales alineadas para el cumplimiento de mandatos nacionales e iniciativas internacionales enfocadas en revertir la situación de violencia en contra de las mujeres y las niñas, así como la desigualdad reflejada en distintos ámbitos entre mujeres y hombres, se tiene la iniciativa de recuperar espacios públicos en áreas centrales de la ciudad de Guatemala.

Para promover el cambio cultural y lograr el posicionamiento de las mujeres en el espacio público, es necesario proponer nuevos abordajes que permitan propiciar que las acciones o actividades que se desarrollen y produzcan una dinámica positiva, segura y de impacto integral para las mujeres en el territorio compartido y aportar a las iniciativas y estrategias que promuevan la reactivación económica, utilizando al espacio público de manera formal y ordenada, aprovechándose como una extensión y como un espacio potencial para el desarrollo de la ciudad y del país.

La Municipalidad de Guatemala impulsa el modelo de Distritos de Oportunidad como una estrategia de activación económica en la ciudad, siendo uno de ellos el Distrito Central dentro del cual se encuentra ubicada la Sexta Avenida “A” de la 14 a 21 calle, zona 1 y su área de influencia donde se desarrollará el Programa de Activación Económica para mujeres, por lo cual es necesario obtener información de la situación actual para determinar el curso de acción a seguir para lograr el propósito de activación económica con énfasis en las mujeres como estrategia para la generación de recursos económicos propios que les permitan su independencia económica y con ello romper el círculo de violencia por dependencia a los que muchas mujeres están expuestas.

La Sexta Avenida “A” es un céntrico lugar en el corazón de la zona 1 de la ciudad capital, se perfila como un importante corredor que facilita el tránsito de personas y completa la conexión peatonal entre el Palacio Nacional de la Cultura y el Centro Cívico. Recuperar este espacio público para que sea transitado y habitado de manera segura, es un importante paso para impulsar la reactivación económica del sector, beneficiando a las personas que trabajan en las instituciones públicas y privadas, a los residentes y emprendedores del sector.

Se presenta este diagnóstico como base informativa para la elaboración de una propuesta de activación económica de la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle de la zona 1, el cual incluye; caracterización de las actividades económicas existentes, la población que transita y habita el sector, las instituciones públicas, así como las necesidades expresadas por mujeres interesadas en vincularse a actividades de generación de recursos económicos.

La información base del diagnóstico fue recabada a través de metodologías participativas y principios de la investigación acción.

2. Antecedentes

En Guatemala, existen grandes brechas para las mujeres; una de ellas es la tasa de participación económica, entre 2002 y 2017, la tasa de participación económica ha ido aumentando, no obstante, aún existen grandes restricciones en la Población Económicamente Activa -PEA- y en el poder adquisitivo de las mujeres. Al analizar la tasa de participación económica por ciclo de vida, se evidencia que las mujeres, en promedio a los 35 años, tienen un punto de inflexión decreciente en su participación económica, lo cual coincide con su etapa reproductiva y con ello, la disminución de sus ingresos de manera constante a lo largo de todo su ciclo de vida, hasta llegar a su vejez.

Para el año 2021, de acuerdo con los datos presentados por el ENEI 2021¹, se determina que la Población Económicamente Activa -PEA- femenina representa alrededor de 2.7 millones de mujeres y 4.7 millones de hombres que se encuentran en edades de 15 años o más. Las mujeres del área urbana metropolitana tienen tasas de participación laboral del 49.1%, mientras en el área rural se cuenta con una tasa de participación 39.1%.

La población en edad para trabajar para el 2021, alcanzaba los 11.7 millones de guatemaltecos, 46.6% hombres y 53.4% mujeres, de los cuales, la Población Económicamente Activa -PEA- representan 7.4 millones de guatemaltecos, 63.3% hombres y 36.7% mujeres, la población ocupada, que es de 7.2 millones se distribuye en 63.6% hombres y 36.4% mujeres.

El tema de la informalidad es muy relevante, ya que de la población ocupada el 70% de guatemaltecos se encuentran en el sector informal, de los cuales un 36.5% corresponden a mujeres. Las principales actividades económicas presentes en la Sexta Avenida “A” y sus áreas de influencia se encuentran en la informalidad.

Guatemala es un país altamente emprendedor y esto lo ratifica el Monitor Global de Emprendimiento² que ha realizado la Universidad Francisco Marroquín desde 2009, donde muestra que Guatemala ha ocupado uno de los primeros lugares como el país en donde el emprender un negocio es considerado como la opción más deseable para generar ingresos.

Algunas de las conclusiones más importantes de este estudio son:

- Existen 2.7 millones de guatemaltecos emprendiendo.
- El 42.4 % inicia con una inversión inicial inferior a cinco mil quetzales.
- El 48 % no genera ningún empleo.
- 7 de cada 10 negocios pertenecen al sector económico del consumo.
- El 70% de los emprendedores lo hacen por necesidad de generar ingresos.

1 <https://www.ine.gob.gt/ine/wp-content/uploads/2022/02/PublicacionResultadosENEI2021.pdf>

2 <https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2022/06/GEM-Guatemala-2021-2022.pdf>

- El 67% opera de manera informal.
- Un emprendedor es asaltado 1.5 veces más que un guatemalteco no emprendedor.
- Las fuentes de financiamiento son escasas para los emprendedores.
- La educación es muy poca en temas de emprendimiento.
- El 57% inicia su negocio con capital propio.
- Del total de personas entrevistadas que fueron caracterizadas como emprendedores 56.6% son hombres y 43.4% mujeres.
- Del 100% de mujeres entrevistadas el 33.4% eran emprendedoras.

Por otro lado, Guatemala tiene un ecosistema emprendedor en plena consolidación, siendo el único país en Centroamérica que tiene una Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento, la cual fue aprobada según el decreto Ley 20-2018³.

Esta Ley tiene por objeto incentivar y fortalecer el emprendimiento en Guatemala mediante apoyos técnicos y financieros al emprendedor, así como agilizar el proceso de formalización de los emprendimientos creando una nueva figura jurídica para reducir los tiempos y costos de los trámites de inscripción, según reza el artículo uno.

Dentro de los aspectos innovadores de la Ley, se crea una nueva figura legal que es la Sociedad de Emprendimiento, la cual considera incentivos fiscales, hace obligatoria la enseñanza del emprendimiento en el sistema educativo, a nivel primaria y estudios básicos, crea el día y el premio al emprendimiento entre algunos de sus aspectos relevantes.

Guatemala también cuenta con una Política Nacional del Emprendimiento⁴ que contempla cinco ejes de acción estratégica:

- Industria de soporte
- Articulación institucional
- Mentalidad y cultura
- Financiación
- Sistema educativo

En ese contexto de valoración y fortalecimiento de la actividad emprendedora en el país, que la Municipalidad de Guatemala ha considerado pertinente promover la activación económica como una estrategia para enfrentar el problema de violencia en contra de las mujeres y las niñas y la desigualdad reflejada en distintos ámbitos entre mujeres y hombres.

Los esfuerzos realizados se alinean con el cumplimiento de mandatos nacionales como el Plan Nacional de Desarrollo: K'atun Nuestra Guatemala 2032, el cual constituye la política nacional de desarrollo de largo plazo que

³ <https://bit.ly/3CeQ4vj>

⁴ <https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Politica%20Emprendimiento.pdf>

articula las políticas, planes, programas, proyectos e inversiones en el país, y lo realiza a través del establecimiento de cinco ejes prioritarios, siendo el Eje 5 el Estado como garante de los derechos humanos y conductor del desarrollo, el que encaja con el Programa Espacio Público, Equipamiento y Formación para el Empoderamiento y la Promoción de la Prevención de la Violencia de Género en la Ciudad de Guatemala⁵.

También es importante alinearse con lo establecido en el Objetivo 5 de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas: “Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas”, que pretende facilitar a las mujeres y niñas igualdad en el acceso a la educación y atención médica, en las oportunidades para conseguir un trabajo digno y en la representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas.⁶

Bajo ese marco, la Municipalidad de Guatemala, en el año 2016, crea la Dirección Municipal de la Mujer en donde surge el Estudio sobre Acoso Sexual y Otras Formas de Violencia Sexual contra las Mujeres y Niñas en Espacios Públicos de la Ciudad de Guatemala, 2017.

Adicionalmente, se crea la Política y Plan Municipal de Desarrollo Integral de las Mujeres durante su Ciclo de Vida 2019-2027, que considera cuatro ejes de trabajo: 1. Ciudadanía y participación en igualdad de condiciones, 2. Impulso a la autonomía económica de las mujeres, 3. Metrópoli, barrios y espacios públicos incluyentes, seguros, sostenibles para todas y todos con capacidades resilientes, 4. Fortalecimiento de las capacidades municipales en género para la igualdad entre sus habitantes. Cada uno de estos ejes contiene programas, proyectos o productos, intervenciones y metas propuestas en un horizonte de diez años de trabajo.⁷

Surge entonces, el programa Prevención de la Violencia y el Delito contra las Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala -PREVI-, financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID y la Delegación de Unión Europea, -DUE-; que tiene como objetivo principal apoyar a Guatemala en sus esfuerzos por reducir la violencia y la impunidad de los delitos contra las mujeres, la niñez y la adolescencia a través de la intervención Programa Espacio Público, Equipamiento y Formación para el Empoderamiento Económico y la Promoción de la Prevención de la Violencia de Género en la Ciudad de Guatemala.

Con este apoyo se ha considerado pertinente realizar este diagnóstico que servirá de base para elaborar un Programa de Activación Económica para la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1 el cual se enmarca, principalmente,

5 <http://www.segeplan.gob.gt/2.0/images/pdf/2015/katun.pdf>

6 ODS 5. Igualdad de género. <https://www.pactomundial.org/ods/5-igualdad-de-genero/#:~:text=El%20ODS%205%20pretende%20facilitar,de%20decisiones%20pol%C3%ADticas%20y%20econ%C3%B3micas>

7 <http://docs.muniguate.com/2020/politicas/POLÍTICA-DESARROLLO-INTEGRAL-MUJERES-2019-2027.pdf>

en el segundo eje de la política de la Dirección de la Mujer, con el desarrollo de mecanismos que promuevan la autonomía económica de las mujeres.

Este documento de diagnóstico participativo integra, en el proceso de construcción, la metodología de investigación-acción con el desarrollo de las Ferias de Activación Económica en el espacio público.

3. Metodología

La metodología implementada para la elaboración del presente diagnóstico es la investigación-acción, la cual se constituye como un método de investigación y aprendizaje colectivo de la realidad, basado en un análisis crítico con la participación activa de los grupos implicados, que se orienta a estimular la práctica transformadora y el cambio social.

Dentro de las acciones realizadas para recolectar información que permitan conocer las características principales de los grupos e instituciones de interés se encuentran:

- Caminatas a pie por la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1 y calles aledañas. (Anexo 1)
- Entrevistas cara a cara con mujeres emprendedoras participantes en la Feria de Activación Económica realizada el 23 de octubre en el Campo Manía Villatoro de la zona 6, así como de visitantes al evento. (Anexo 2, 3, y 4)
- Entrevista grupal con 16 mujeres lideresas de los programas de la Municipalidad de Guatemala. (Anexo 5 y 6)

Las acciones implementadas permitieron lo siguiente:

- Caracterización y segmentación de las actividades económicas existentes en la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1 y en las zonas colindantes.
- Caracterización de la población que transita y habita la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, así como la población de áreas colindantes, con especial atención a la caracterización de las mujeres, teniendo en cuenta el tejido social y económico del entorno en el que se pretende implementar el Programa y sus acciones.
- Caracterización de las instituciones públicas que trabajan en la zona.
- Identificación de necesidades y oportunidades principalmente para las mujeres, en la zona, teniendo en cuenta a las mujeres beneficiarias de programas y/o acciones de la propia Municipalidad de Guatemala.

3.1 Caracterización y segmentación de las actividades económicas existentes en la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1 y en las zonas colindantes

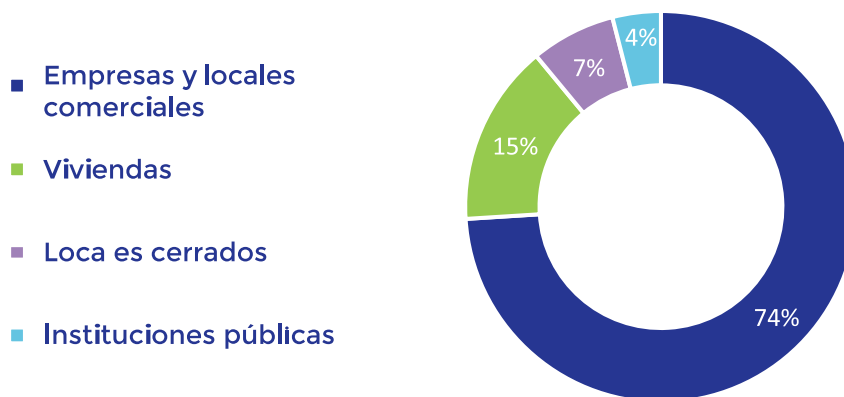
Se realizó un mapeo de todas las actividades económicas que se realizan sobre la Sexta Avenida, Sexta Avenida “A” y Séptima Avenida desde la 14 a la 21 calle, así como las que se realizan en sobre la 14, 15, 16, 17, 19 y 21 calle y abarca la Sexta Avenida, Sexta Avenida “A” y Séptima Avenida.

Se identificó el total de locales, el total de empresas por calles y avenidas, así como la clasificación por tamaño y por categoría de negocio.

3.1.1 Empresas frente a total de locales mapeados

En el sector de estudio se identificaron 543 locales de diferentes usos, de estos el 74% del total son empresas y locales comerciales, el 4% son edificios de instituciones públicas, el 15% son viviendas y el 7% corresponde a locales cerrados.

Gráfica I.
Uso de las empresas, viviendas, edificios y locales

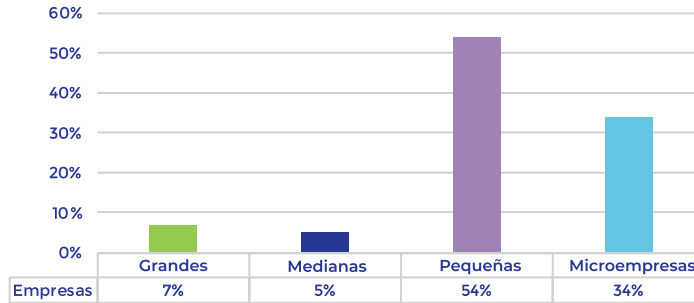


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

3.1.2 Actividades económicas según el tamaño de la empresa

En total, se contaron 402 unidades económicas distribuidas de la siguiente forma, 136 microempresas, 218 pequeñas empresas, 19 empresas medianas y 29 empresas grandes, la participación porcentual se muestra en la siguiente gráfica.

Gráfica II.
Uso de las empresas, viviendas, edificios y locales



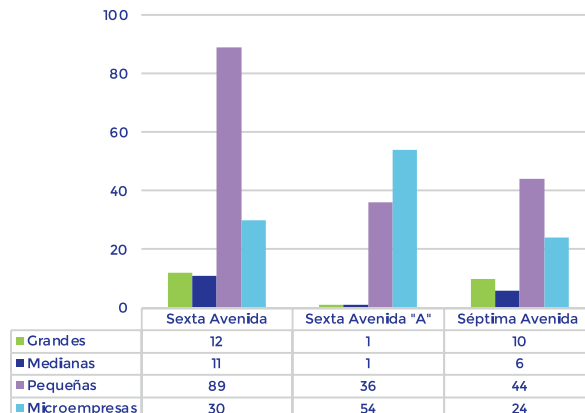
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Se identificaron 29 empresas grandes como franquicias, marcas reconocidas a nivel internacional y bancos. Las empresas medianas son colegios, empresas con inversión grande como ventas de electrónicos, farmacias, supermercados, o fábricas. Las pequeñas empresas son negocios como restaurantes, ferreterías, zapaterías, ventas de productos chinos, que tienen dos o más trabajadores. Las microempresas son aquellos negocios unipersonales como peluquerías, tortillerías, oficinas de profesionales, trámites, internet y fotocopias, por mencionar algunas. La caracterización fue producto de un proceso de observación tomando en cuenta el número de trabajadores y el tamaño de la inversión.

3.1.3 Empresas según su tamaño en la Sexta Avenida, Sexta Avenida “A” y Séptima Avenida

A continuación, se presenta un comparativo entre el número de empresas por tamaño y ubicación (avenida), con el objetivo de facilitar la identificación de la avenida con mayor comercio.

Gráfica III.
Empresas por tamaño y Avenida



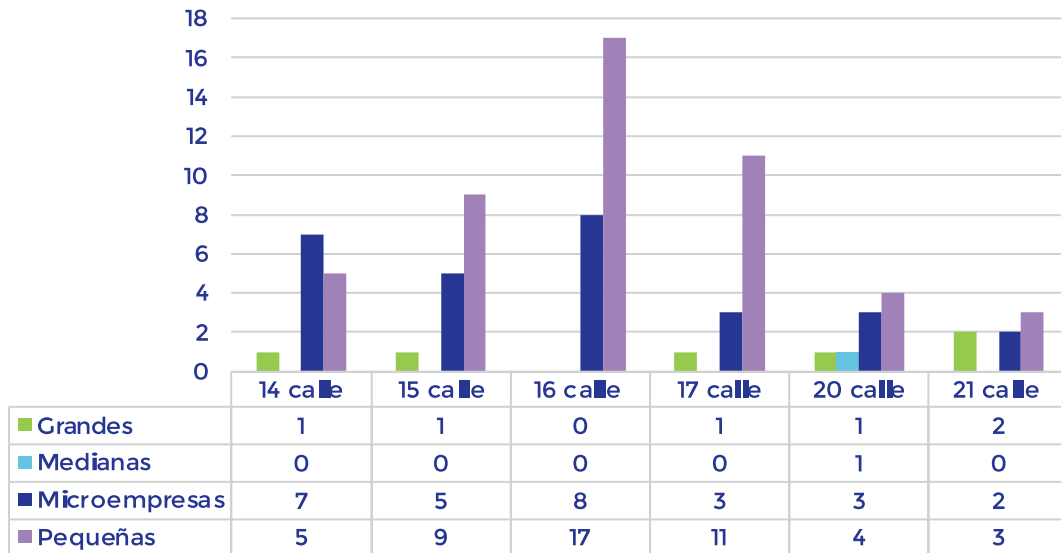
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Al recorrer la Sexta Avenida “A” y las avenidas contiguas se pudo observar la diferencia comercial que existe entre las avenidas, siendo la Sexta Avenida la más comercial con 142 empresas, de las cuales 89 empresas son pequeñas, mientras que en la Sexta Avenida “A” predominan las microempresas.

3.1.4 Empresas por tamaño de la 14 a la 21 calle

A continuación, se presenta un comparativo entre el número de empresas por tamaño y ubicación (calles), con el objetivo de identificar la calle con mayor comercio.

**Gráfica IV.
Empresas por tamaño y calles**



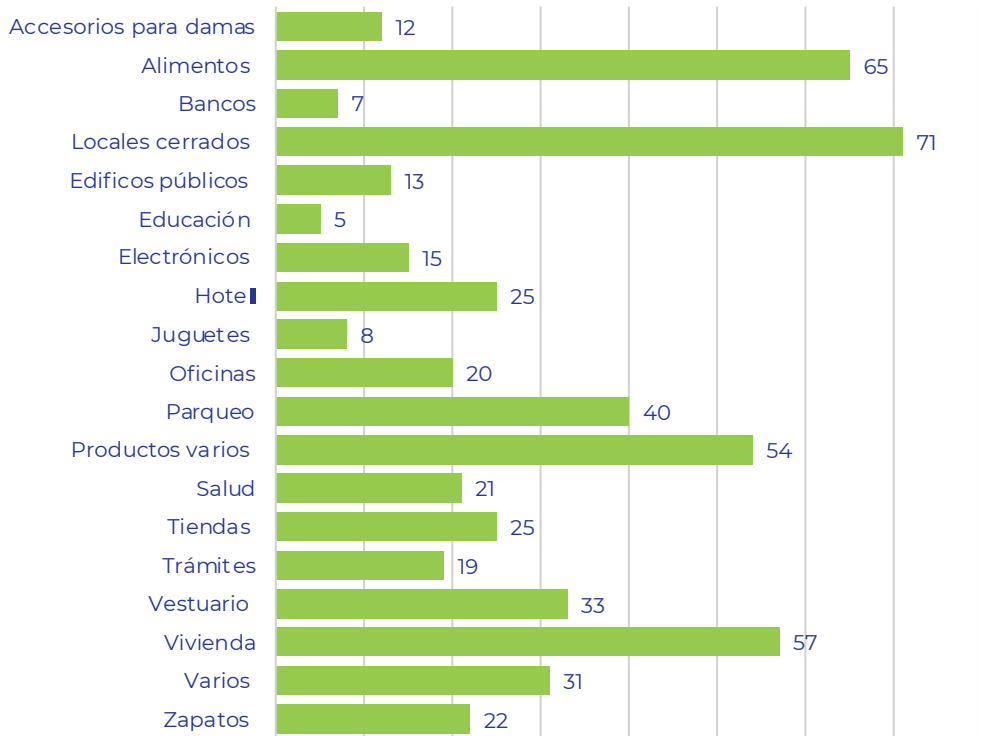
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

En las calles hay menos movimiento comercial, sin embargo, se destaca que la 16 calle presenta mayor actividad con un total de 25 empresas que representan 30% del total.

3.1.5 Locales identificados en el área de estudio

Se identificaron un total de 543 locales comerciales dentro del área de estudio, las categorías encontradas se encuentran en la siguiente gráfica:

Gráfica V Locales identificados por categorías



Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Las tres categorías comerciales con mayor participación en el área de estudio son: alimentos la cual representa el 12% del total de locales, seguidamente se encuentran las tiendas de productos varios con un 10% y los parqueos con una participación del 7%, destacando en esta última que existe una alta demanda de este servicio, existiendo una demanda insatisfecha en el área lo cual puede representar una oportunidad de negocio para las personas que habitan en el área. El costo promedio del servicio de parqueo es de Q. 15.00 quetzales por hora.

3.1.6 Locales identificados por avenidas

Durante la fase diagnóstica se identificaron un total de 424 locales comerciales, de los cuales 164 se encuentran en la Sexta Avenida, 137 se ubican en la Sexta Avenida "A" y 123 en la Séptima Avenida:

Tabla I.
Clasificación de comerciales según su categoría por avenida

Categoría	Sexta Avenida	Sexta Avenida "A"	Séptima Avenida
Accesorios para dama	8	3	-
Alimentos	21	12	13
Bancos	1	1	3
Locales cerrados	16	13	26
Edificios públicos	0	7	2
Educación	1	0	2
Electrodomésticos	11	0	2
Hoteles	0	6	9
Juguetes	8	0	0
Oficinas	1	8	8
Parqueo	1	14	17
Productos varios	32	8	2
Salud	6	6	3
Tiendas	0	12	3
Trámites	0	14	3
Vestuario	23	3	3
Vivienda	6	23	13
Varios	10	7	12
Zapatos	19	0	2

Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

La Sexta Avenida contiene el mayor número de locales comerciales activos con un total de 148, mientras que la Séptima Avenida presenta el menor número de locales activos con un total de 98, las categorías con mayor participación son parqueos, productos varios dentro de los cuales se encuentran artículos de origen chino, vestuarios y trámites.

3.1.7 Locales identificados por categorías en calles

Durante la fase diagnóstica se identificaron un total de 119 locales comerciales, siendo la 15 calle y 16 calle las que presentan el mayor número de locales teniendo un total de 26 y 34 locales correspondientemente:

Tabla II.
Clasificación de comerciales por categoría por calle

Categoría	14 calle	15 calle	16 calle	17 calle	20 calle	21 calle
Accesorios para dama	0	0	1	0	0	0
Alimentos	3	6	5	1	1	3
Bancos	1	0	0	1	0	0
Locales cerrados	0	2	6	1	5	2
Edificios públicos	1	0	2	1	0	0
Educación	0	2	0	0	0	0
Electrodomésticos	0	0	2	0	0	0
Hoteles	1	0	6	2	1	0
Juguetes	0	0	0	0	0	0
Oficinas	2	0	0	0	1	0
Parqueo	1	2	0	2	3	0
Productos varios	2	1	4	5	0	0
Salud	1	2	1	1	0	1
Tiendas	1	1	2	3	2	1
Trámites	1	0	0	0	0	1
Vestuario	0	1	2	0	1	0
Vivienda	1	9	1	0	4	0
Varios	0	0	1	0	0	1
Zapatos	0	0	1	0	0	0

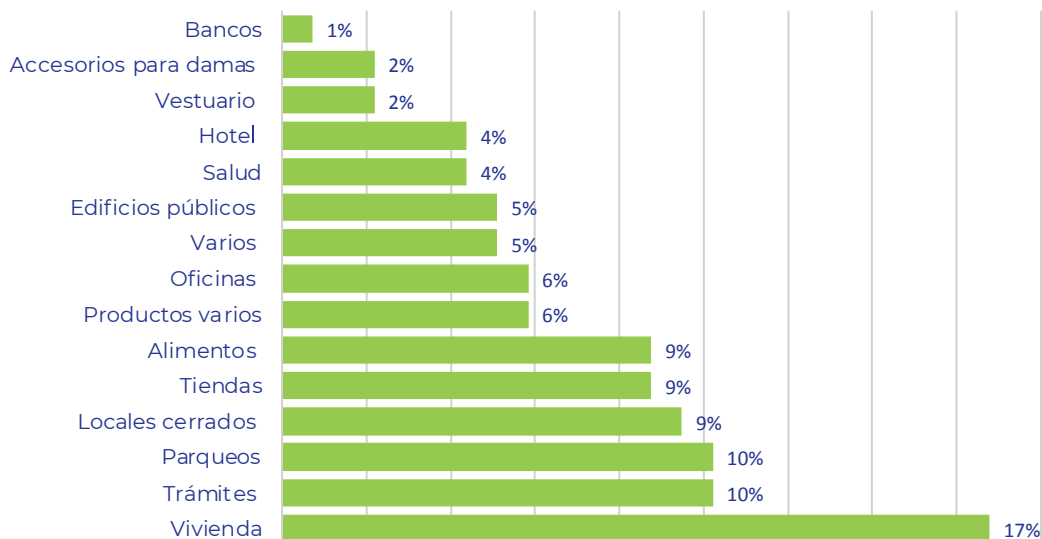
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

La categoría comercial que se destaca es alimentos, teniendo participación en todas las calles que formaron parte del presente diagnóstico, así también se menciona que la 14 calle es la única en donde no se evidenció la existencia de locales comerciales cerrados, mientras que en la 16 calle se concentra el mayor número de locales cerrados.

3.1.8 Locales por categoría sobre la Sexta Avenida “A”

Se identificaron 137 locales comerciales sobre la Sexta Avenida “A” de los cuales actualmente un 9% se encuentran cerrados, la siguiente gráfica muestra las categorías comerciales identificadas en el sector:

Gráfica VI.
Categorías comerciales en locales de la Sexta Avenida "A"



Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Particularmente, se observa que sobre la Sexta Avenida "A", predominan las viviendas, oficinas de trámites y parqueos, en menor cantidad se encuentran las ventas de alimentos y tiendas de abarrotes.

3.1.9 Comentario sobre los resultados de actividades económicas del sector

Se determinó que el 74% de los locales situados en la Sexta Avenida, Sexta Avenida "A" y Séptima Avenida desde la 14 a la 21 calle, se dedican a algún tipo de actividad económica. El 26% restante está distribuido entre edificios públicos, locales vacíos y viviendas.

El 74% corresponde a 402 unidades económicas de las cuales el 54% se clasifican como pequeñas empresas y 34% como microempresas. Se destaca la presencia de 29 empresas grandes entre las cuales se encuentran supermercados, bancos, restaurantes de cadenas internacionales entre otros.

Se observa que en la Sexta Avenida y Séptima Avenida predominan las empresas pequeñas, sin embargo, en la Sexta Avenida "A", en su mayoría son microempresas. Entre éstas se encuentran, tiendas de conveniencia, restaurantes, oficinas de trámites y otros servicios profesionales.

En cuanto a las categorías de los locales identificados es importante resaltar que, 71 de ellos se encuentran cerrados en la actualidad equivalente al 13% del

total, representando una oportunidad económica para emprendedores de la ciudad.

Seguidamente, se encuentran los locales destinados a la venta de alimentos con una participación del 12% y posteriormente las viviendas que representan el 10% del total. Los 54 locales de productos varios, en su mayoría son ventas de productos chinos, así también se localizan 40 parqueos disponibles en todo el sector.

En las avenidas, predomina la existencia de tiendas de productos varios, especialmente en la Sexta Avenida y en la Séptima Avenida lo que más se observa son locales cerrados, mientras que la Sexta Avenida "A" es mayormente utilizada para vivienda, identificando 23 en total, muchas de ellas son utilizadas como bodegas para el almacenamiento de productos. Adicionalmente, se menciona que en la Sexta Avenida "A" existen 14 parqueos, 14 oficinas de trámites y 13 locales cerrados que sumados representan el 47% de los 137 locales existentes en el área.

3.2 Caracterización de la población que transita y habita la Sexta Avenida "A", así como la población de áreas colindantes, con especial atención a la caracterización de las mujeres, teniendo en cuenta el tejido social y económico del entorno en el que se pretende implementar el Programa y sus acciones

La Sexta Avenida "A" de la 14 a 21 calle, zona 1, evidencia ser un área poco transitada, si bien en ella hay actividad económica de pequeñas empresas principalmente de tiendas, parqueos y oficinas de trámites, la afluencia peatonal es baja para obtener la caracterización de la población se realizaron visitas de campo en las cuales a través de la observación se identificaron los siguientes factores:

- Personas que transitan por el sector: a través de la observación se lograron identificar las principales actividades a las que se dedican las personas que transitan por el área las cuales se enlistan a continuación:
 - Trabajadores de las empresas del sector
 - Trabajadores de instituciones públicas del sector
 - Personas que acuden a las oficinas de trámites
 - Personas que viven en el área
 - Extranjeros que visitan la Sexta Avenida y sus alrededores para conocer la cultura guatemalteca
 - Sexoservidoras
 - Vendedores que guardan sus ventas en algunas viviendas que sirven de bodega

Se menciona también que durante la observación se identificó que 70% de las personas que transitan por el lugar corresponden al género masculino y

el 30% al género femenino, este factor como resultado de la inseguridad que sienten las mujeres de transitar solas en el área por los hechos delincuenciales de los cuales pueden ser víctimas.

- Nivel socioeconómico: La población que transita por el área se encuentra en los niveles socioeconómicos C3 con ingresos promedio al mes de Q11,900, D1 con ingresos promedio de Q7,200 y D2 con ingresos promedio de Q3,400; la población objeto del estudio se encuentra principalmente en los dos últimos niveles mencionados.
- Los principales motivos por los cuales las personas transitan en la Sexta Avenida “A” de la 14 a 21 calle, zona 1, se enlistan continuación:
 - Traslado a estaciones del Transmetro
 - Traslado de parqueos hacia su trabajo
 - Búsqueda de almuerzo
 - Trámites a instituciones públicas
- Razón por las que evitan transitar en la Sexta Avenida “A”
 - Existencia de áreas utilizadas como sanitarios públicos
 - Inseguridad
 - Actividad económica poco atractiva

Adicionalmente, se ha tomado en cuenta la información de los conversatorios realizados con 80 mujeres del comercio popular de Plaza Barrios, Plaza El Amate, mujeres que trabajan en instituciones cercanas a la Municipalidad de Guatemala y mujeres que viven o trabajan en el área de la Sexta Avenida “A” entre 14 y 20 calle de la zona 1, entre los meses de abril a julio de 2022.

Algunas conclusiones son las siguientes:

- Poca afluencia de personas a las plazas a pesar de su cercanía con el Transmetro
- Transitar en la Sexta Avenida “A” es muy peligroso y el riesgo es alto
- Poca seguridad en el sector
- La presencia de adictos, delincuentes e indigentes en el sector
- Algunas personas aprovechan a tirar basura en este sector
- Es un lugar antihigiénico
- Asaltan en los semáforos
- Hay muchos expendios de licor
- La mayoría de mujeres han sido víctimas de robo o acoso en este lugar

3.3 Caracterización de las instituciones públicas que trabajan en la zona

3.3.1 Instituciones públicas impactadas directamente

Dentro de las instituciones con impacto directo en la intervención del sector de la Sexta Avenida “A” de la 14 a 21 calle, zona 1, se encuentran los centros

religiosos la Iglesia de Nuestra Señora de los Remedios (El Calvario) que es una parroquia católica. Asimismo, se identificaron en el sector las instituciones públicas descritas a continuación:

3.3.1.1 Ministerio de Gobernación

Institución creada para ejecutar las órdenes y resoluciones judiciales, administrar el régimen penitenciario, conducir y regular los cuerpos de seguridad y cumplir las funciones de gobernabilidad asignadas por la ley, ejercemos la rectoría de las políticas relativas al mantenimiento de la paz, el orden público y la seguridad interior en beneficio de la población guatemalteca.

Objetivos estratégicos

- Seguridad
- Apoyo al sector justicia
- Gobernabilidad democrática
- Adaptación y fortalecimiento institucional
- Desarrollo y actualización tecnológica

Programas de apoyo a la mujer y prevención del delito

- Unidad para la Prevención Comunitaria de la Violencia
- Subdirección General de Prevención del Delito
- Oficinas de Atención a la Víctima
- División Especializada de Investigación Criminal

📍 6ª Avenida 13-71, zona 1, Guatemala

☎ (502) 2413-8888

3.3.1.2 Diario de Centro América y Tipografía Nacional

El Diario de Centro América es el órgano de difusión escrita e imprenta oficial del Estado que promueve información de interés general y específico, la certeza legal y el conocimiento para contribuir con el desarrollo del país. Brinda a la población servicios informativos y editoriales que cubran todo el territorio nacional por medio de canales impresos y digitales sustentados en los avances tecnológicos en un marco de transparencia, eficiencia y probidad.

Objetivos institucionales

- Consolidar el cambio del Diario de Centro América de un medio de relaciones públicas a un diario público.
- Desarrollar el Diario de Centro América como un diario moderno con capacidad comercial y con amplia cobertura
- Desarrollar la Tipografía Nacional como una editorial para fortalecer

los objetivos de la educación guatemalteca, la documentación y divulgación de obras históricas y literarias de Guatemala y la impresión del diario público y el diario oficial con puntualidad y calidad.

📍 18 calle 6-72, zona 1, Guatemala

☎ (502) 2305-8800

3.3.1.3 Dirección de Desarrollo Social

La Dirección de Desarrollo social tiene como objetivo trabajar sobre la acción social, la actitud positiva, renovar los barrios y la participación ciudadana.

La Municipalidad de Guatemala creó la Dirección de Desarrollo Social con el objetivo de promover la participación ciudadana y la organización comunitaria como herramientas en el análisis, priorización y resolución de los problemas barriales; así como la promoción del desarrollo integral de los vecinos.

Esta Dirección cuenta con cinco ejes de trabajo los cuales van enfocados a la niñez, juventud, mujer, hombre y adulto mayor, con el objetivo de fortalecer la participación social y económica y sobre todo, promover el liderazgo y mejorar la calidad de vida en todos los barrios y colonias de la ciudad.

a) Programas sociales

Los programas Sociales de la Dirección de Desarrollo Social se encargan de promover y apoyar acciones interinstitucionales en salud, educación y ciudadanía. Se impulsan actividades de capacitación en valores cívicos y culturales. Promueve la ciudadanía y la apropiación del espacio público con perspectiva, sistematización, publicación y difusión de las buenas prácticas de los proyectos. Dentro de los programas sociales se encuentran MuniEduca Móvil, Comunidad Juvenil, Bibliotecas Públicas Municipales, Adulto Mayor, Gestión de Riesgo, Sendero del Arte, Escuela Municipal de Fútbol, Capacitaciones Técnico-Productivas.

b) Programas culturales

Los programas culturales forman parte de la Dirección de Desarrollo Social, encargado de organizar y planificar actividades de sana entretención, enriqueciendo el acervo cultural y el fortalecimiento de la convivencia integral y participativa de los ciudadanos de todas las colonias y barrios de la ciudad.

Entre los programas están los siguientes: Marimba, Teatro en tu Barrio, Baile Santa Rosita, Danza, Orquesta Sinfónica, Grupos Pop, Cultura en el Centro.

c) Unidad Técnica

La Unidad Técnica de la Dirección de Desarrollo Social, es la unidad encargada de llevar a cabo los proyectos de infraestructura dentro de los barrios y colonias de la ciudad de Guatemala, tomando como punto de partida las solicitudes presentadas por los vecinos de la ciudad a través de las distintas Alcaldías Auxiliares.

📍 6ª Avenida 20-25, zona 1, Guatemala

☎ (502) 2285-8857

3.3.1.4 Dirección Municipal de la Mujer

La Dirección Municipal de la Mujer está formada por un equipo multidisciplinario que implementa programas desde la perspectiva de género, que favorecen las relaciones igualitarias y equitativas entre mujeres y hombres de la ciudad de Guatemala.

Es un equipo multidisciplinario, fundamentada en el trabajo en equipo, que promueve de manera permanente acciones afirmativas de las mujeres desde un enfoque integral e incluyente, fortaleciendo su empoderamiento para la toma de decisiones y el ejercicio pleno de su ciudadanía.

Esta Dirección trabaja en base a los siguientes programas:

a) Mujer acción promoción

A través de este programa, la Dirección de la Mujer promueve el desarrollo integral de las mujeres, así como su participación ciudadana, tanto individual como colectiva. Esto se logra por medio de las Casas Municipales de la Mujer y los servicios que en estas se brindan, los cuales son: atención psicológica, atención médica, asesoría legal, atención nutricional y café ciudadano.

b) Mujer acción participación

Promueve la participación ciudadana de las mujeres por medio de la estrategia de Talleres Demostrativos, donde se agrupa a las mujeres a través de proyectos de bisutería. Se favorece el liderazgo, autoestima y conocimiento de derechos, que les permitan organizarse en Comisiones Comunitarias de Mujeres que puedan incidir en los

diferentes espacios de toma de decisiones, gestión y ejecución de iniciativas que les beneficien.

c) Mujer acción estilos de vida saludable

Promueve el empoderamiento de las mujeres desde el fomento de estilos de vida saludable, permitiendo que las mujeres alcancen un sentido de bienestar físico, mental y social. Algunas actividades son clases de zumba, prácticas deportivas, consultas nutricionales y jornadas de salud.

d) Mujer acción productiva

A través de este programa se organizan, planifican y ejecutan actividades técnicas y prácticas para el fortalecimiento de las capacidades y habilidades de las mujeres para la generación de recursos económicos. Además, se brinda acompañamiento y apoyo legal a grupos organizados de mujeres para su legalización y gestión para la microempresa. Se dan cursos de cuidadoras y cuidadores de personas mayores y un diplomado para niñeras.

e) Mujer acción incidencia

Su objetivo es planificar y llevar a cabo actividades de sensibilización y formación para fortalecer el empoderamiento y capacidades de liderazgo de las mujeres de distintas instituciones, organizaciones de sociedad civil, estudiantes, vecinas y a nivel municipal. Se realizan ferias informativas y conferencias sobre los derechos de la mujer, obras de teatro y módulos multifuncionales de información.

Resultados obtenidos por la Dirección Municipal de la Mujer:

Se cuenta con una Política y Plan Municipal de Desarrollo Integral de las Mujeres durante su Ciclo de Vida 2019-2027, así como una Caja de Herramientas con documentos de Conceptualización sobre la Dirección Municipal de la Mujer, Casas Municipales de la Mujer, Comisiones Comunitarias de la Mujer y Recuperación de Espacios Públicos Seguros para Mujeres y Niñas.

A partir del año 2021, se cuenta dentro de la Municipalidad de Guatemala con un Protocolo de prevención y atención a casos de acoso sexual en el ámbito laboral, de uso interno, aprobado por el Concejo Municipal.

La Caja de Herramientas, con la que se espera aportar a otras direcciones e instituciones con iguales intereses, información sobre

el funcionamiento, alcances obtenidos y buenas prácticas, con el objetivo de promover, fortalecer, empoderar y valorar la vida de las mujeres, construyendo así una sociedad más equitativa e igualitaria mediante acciones afirmativas en beneficio de ellas, sus familias y sus comunidades.

📍 6ª Avenida "A" 20-37, zona 1, Guatemala

☎ (502) 2291-7500

3.3.1.5 Dirección Técnica del Sistema de Consejos de Desarrollo

La Municipalidad de Guatemala creó la Dirección Técnica del Sistema de Consejos de Desarrollo, con el objetivo de apoyar al Alcalde Municipal en la promoción, facilitación, coordinación, gestión y ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos municipales de desarrollo, conduciendo toda su actuación de conformidad con el Decreto 11-2002 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de los Consejos de Desarrollo Urbano y Rural, así como con cualquier otra normativa vigente y aplicable a la materia, debiendo coordinar con la Dirección de Desarrollo Social para la ejecución de los proyectos programados.

📍 6ª Avenida "A" 20-37, zona 1, Guatemala

3.3.1.6 Juzgado de Primera Instancia de la Niñez y Adolescencia del Área Metropolitana

La Corte Suprema de Justicia, según Acuerdo Número 25-2011, crea el Juzgado de Primera Instancia de la Niñez y Adolescencia del Área Metropolitana para la atención integral de la niñez y adolescencia amenazada o violada en sus derechos humanos.

El Juzgado de Primera Instancia de la Niñez y Adolescencia del Área Metropolitana conocerá, tramitará y resolverá los casos de amenaza y violación de los derechos humanos de niños, niñas y adolescentes, de conformidad con el procedimiento establecido en la Ley de Protección Integral de la Niñez y Adolescencia.

📍 6ª Avenida "A" 20-27, zona 1, Guatemala

☎ (502) 2220-4424

3.3.2 Instituciones públicas impactadas indirectamente

Dentro de las instituciones públicas ubicadas en el Centro Cívico con impacto indirecto en la intervención realizada en la Sexta Avenida "A" se encuentran:

3.3.2.1 Centro Cultural Miguel Ángel Asturias

Forma parte del patrimonio cultural de Guatemala, cuenta con una diversidad de espacios para la realización de actividades artísticas, culturales y educativas de carácter nacional e internacional.

📍 24 Calle 3-81, zona 1, Guatemala

3.3.2.2 Municipalidad de Guatemala

Es el ente del Estado responsable del gobierno del municipio. Es una institución autónoma. Se encarga de realizar y administrar los servicios que necesita una ciudad.

📍 21 Calle 6-77, zona 1, Palacio Municipal, Centro Cívico, Guatemala

📞 *Call Center:* 1551

3.3.2.3 Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, IGSS

Es una institución que brinda atención a afiliados, pensionados y patronos, brindando los servicios en atención médica y previsión social.

📍 7ª Avenida 22-72, zona 1, Guatemala

3.3.2.4 Banco del Crédito Hipotecario Nacional

Es una Institución de apoyo financiero que participa en el desarrollo económico del país; opera como banco comercial e hipotecario, ofreciendo un portafolio integral de productos y servicios tales como: afianzadora, aseguradora, almacenadora, fideicomisos y préstamos.

📍 7ª Avenida 22-77, zona 1, Guatemala

3.3.2.5 Banco de Guatemala

Es una entidad estatal autónoma con patrimonio propio capaz de adquirir derechos y contraer obligaciones; actúa como el encargado de centralizar los fondos de las instituciones financieras que conforman el sistema financiero nacional.

📍 7ª Avenida 22-01, zona 1, Guatemala

3.3.2.6 Organismo Judicial

Organismo de la República de Guatemala, el cual ejerce el poder judicial. En ejercicio de la soberanía delegada por el pueblo, imparte justicia conforme la Constitución Política de la República de Guatemala y los valores y normas del ordenamiento jurídico del país.

📍 21 Calle 7-70, Edificio Palacio de Justicia, zona 1, Guatemala

3.3.2.7 Ministerio de Finanzas Públicas

Ente encargado de dirigir las finanzas de Guatemala, por lo cual le corresponde cumplir y hacer cumplir todo lo relativo al régimen jurídico hacendario del Estado, incluyendo la recaudación y administración de los ingresos fiscales, la gestión de financiamiento interno y externo, la ejecución presupuestaria y el registro y control de los bienes que constituyen el patrimonio del Estado.

📍 8ª Avenida 20-65, zona 1, Guatemala

3.3.2.8 Ferrocarriles de Guatemala, FEGUA

Es una entidad estatal descentralizada y autónoma, encargada de la recuperación, protección y resguardo de los activos ferroviarios declarados como Patrimonio Cultural de la Nación, así como la promoción de la historia ferroviaria a través de los Centros Culturales de los Museos del Ferrocarril.

📍 9ª Avenida "A" 18-03, zona 1, Guatemala

3.4 Identificación de necesidad y oportunidades principalmente para las mujeres en la zona, teniendo en cuenta a las mujeres beneficiarias de programas y/o acciones de la propia Municipalidad

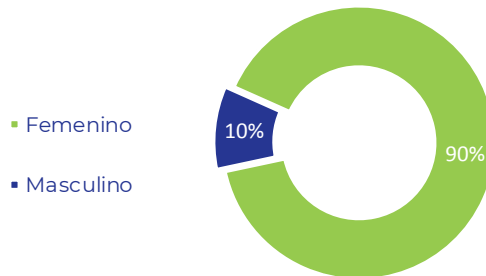
3.4.1 Emprendedoras participantes en la Feria de Activación Económica

La Feria de Activación Económica realizada en el Campo Manía Villatoro del Proyecto 4-10, zona 6, el domingo 23 de octubre del 2022, permitió la entrevista a 21 participantes, los resultados obtenidos en la intervención se presentan a continuación:

- Participantes por género

Se identificó durante el evento que el 90% de los participantes fueron mujeres y un 10% hombres, la actividad realizada busca incentivar la participación económica de mujeres que han participado en los programas de capacitación técnica y emprendimiento de la Municipalidad de Guatemala. La siguiente gráfica muestra la distribución porcentual de los participantes por género.

Gráfica VII.
Participantes en la Feria de Activación Económica por género

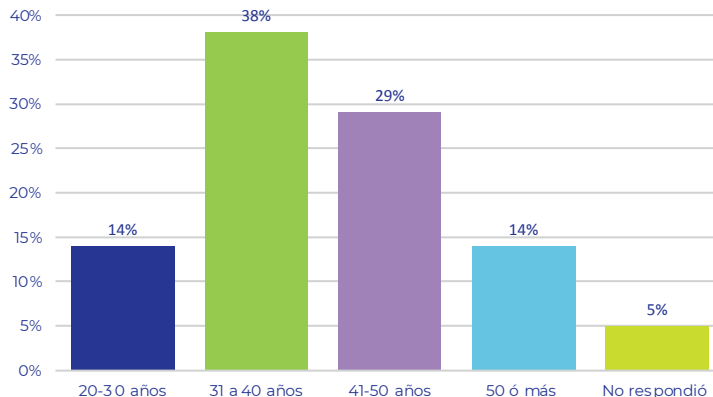


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Edad promedio de los participantes

El rango de edad con mayor participación se encuentra entre los 31 a 40 años con un 38%, seguidamente se encuentran las edades entre 41 a 50 años, se menciona que en estos rangos de edad la probabilidad de obtener un trabajo disminuye, por lo cual la población busca alternativas de empleo como lo es el emprendimiento.

Gráfica VIII.
Edad promedio de las personas participante



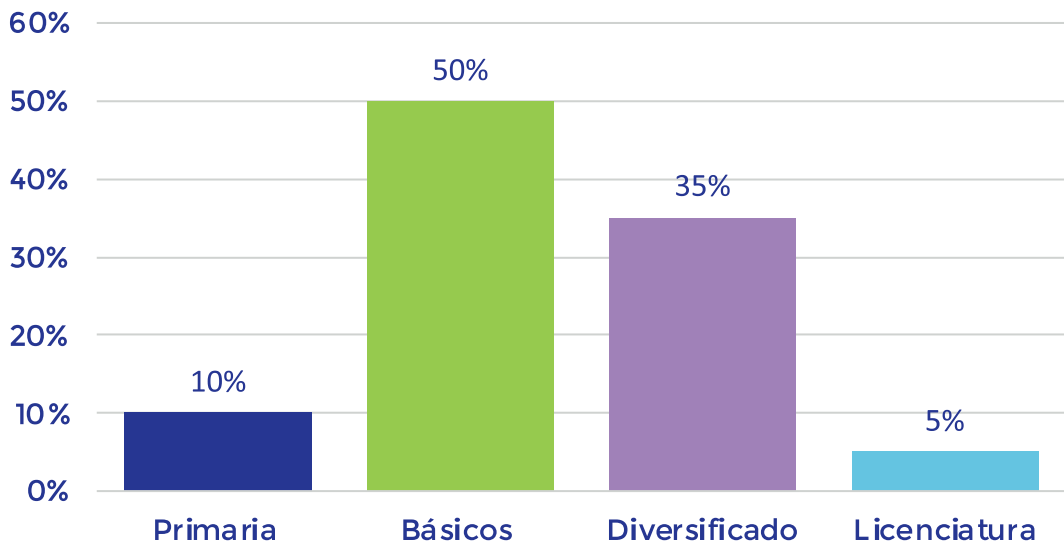
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

La gráfica anterior permite observar que la participación de jóvenes en estos eventos es menor, debido a que tiene como principal objetivo incorporarse a la fuerza laboral del país, otro factor importante a mencionar es la falta de capacitación técnica y empresarial en jóvenes lo cual reduce la probabilidad de emprender.

- Escolaridad

La siguiente gráfica muestra el nivel de escolaridad alcanzado por los participantes del evento, se identificó que el 50% culminó básicos únicamente, lo cual disminuye la probabilidad de encontrar un empleo, tomando como alternativa cursos de formación técnica que les permita desempeñar un oficio y emprender para generar ingresos.

Gráfica IX.
Escolaridad de las personas participantes



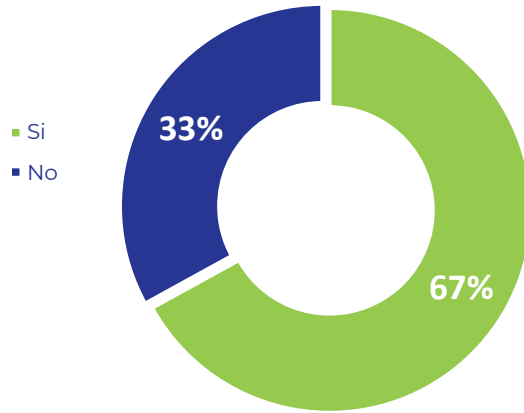
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Así también se evidenció que el 35% culminó el nivel diversificado, sin embargo, se menciona que la tasa de desempleo abierto en Guatemala para el año 2021 se encuentra en 2.2% de acuerdo con los resultados presentados por el ENEI 2021, siendo mayormente afectado el género femenino, por lo cual es importante la implementación de programas que fomenten la participación económica de las mujeres a través de formación técnica y empresarial.

- Porcentaje de hogares con jefa de hogar

Según la encuesta realizadas se determinó que el 67% de las mujeres encuestadas encabezan la economía familiar, siendo la única fuente de ingresos, lo datos se muestra en la siguiente gráfica:

Gráfica X.
Porcentaje de hogares con mujeres como jefa de hogar



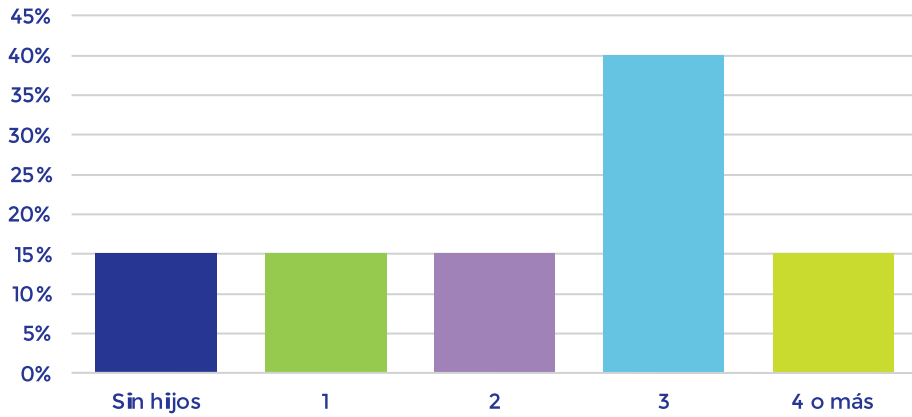
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Derivado de lo anterior es fundamental para los hogares el éxito del emprendimiento, para lo cual es necesaria la participación en programas de formación especializados, reduciendo el riesgo de fracaso del proyecto.

- ¿Cuántos hijos tiene?

Se identificó que el 40% de las personas entrevistadas tienen en promedio tres hijos, considerando que en su mayoría los hogares son liderados por mujeres como principal fuente de ingresos y que la tasa de desempleo impacta principalmente al género femenino, el emprendimiento es la alternativa económica para el sustento del hogar, por lo cual la participación en espacios de comercialización y los programas de fomento al emprendimiento son fundamentales.

**Gráfica XI.
Número de hijas e hijos**

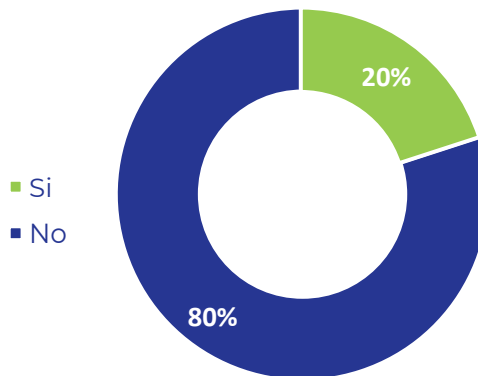


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Alquila su vivienda?

La siguiente gráfica muestra la tasa de alquiler de vivienda, se estableció que el 20% de las participantes deben considerar dentro de su presupuesto familiar el rubro de alquiler, mientras que el 80% indicó contar con vivienda propia lo cual reduce los gastos mensuales de estos hogares.

**Gráfica XII.
Porcentaje de viviendas alquiladas**

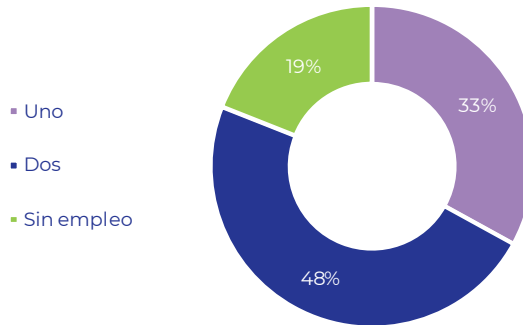


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Número de trabajos remunerados

El 48% de los participantes indicaron tener dos trabajos remunerados adicionales al emprendimiento, 33% indicaron que poseen únicamente un empleo remunerado. Así también se menciona que el 19% cuentan únicamente con los ingresos producidos por su emprendimiento, para quienes es importante la habilitación de espacios de comercialización.

Gráfica XIII.
Número de trabajos remunerados

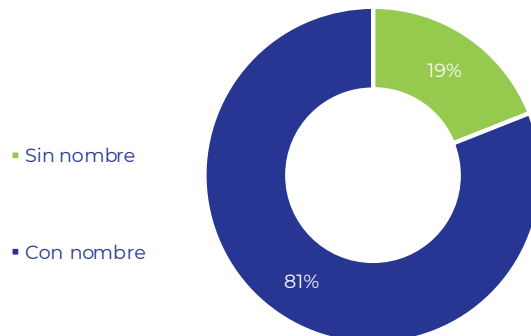


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Tiene nombre su emprendimiento?

El 19% de participantes indicó que su emprendimiento aún no posee nombre, mencionando como principal motivo que estos se encuentran en etapa inicial y no lo consideran necesario, así también se determinó que el 81% de los participantes han definido un nombre para el emprendimiento con el objetivo de lograr la identificación del mismo ante los clientes.

Gráfica XIV.
Nombre de emprendimiento

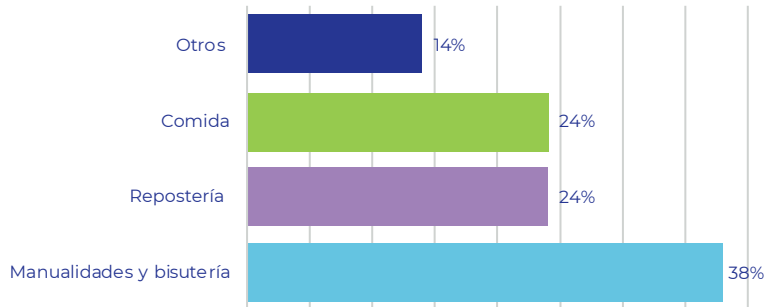


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿A qué se dedica su emprendimiento?

El evento se dirigió a dos giros de negocio, manualidades y alimentos. Dentro de la categoría de alimentos hay un grupo que se dedica a la repostería, indicando que los márgenes de ganancia son más altos que en la comida.

Gráfica XV.
Actividad económica de los emprendimientos

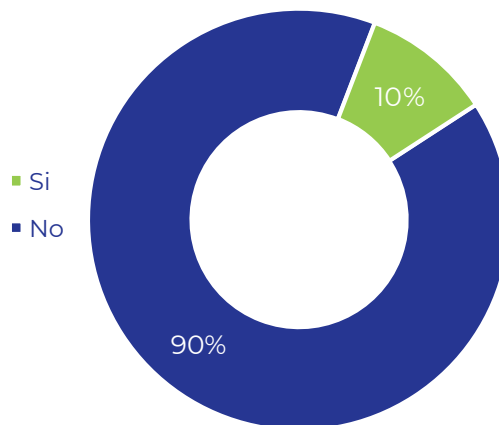


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Tiene local fijo?

La mayoría de participantes no tienen un lugar fijo, esto es en parte porque sus negocios son itinerantes, solo funcionan los fines de semana y los realizan desde casa. Adicionalmente, indican que su volumen de ganancias, no lograría cubrir un costo fijo como el alquiler.

Gráfica XVI.
¿Tiene su emprendimiento un local propio?



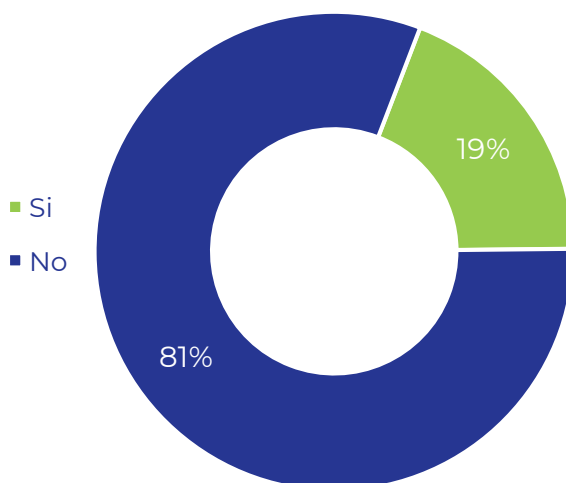
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

Considerando que se cuenta con más de 50 locales cerrados entre la Sexta Avenida y la Séptima Avenida, es importante considerar la asociación de emprendedoras para lograr precios de alquiler más accesibles, y de esta forma permitir que los negocios sean continuos y una fuente de ingreso más estable.

- ¿Tiene trabajadores?

El 81% de participantes indicaron que no cuentan con empleados lo cual convierte los negocios en unipersonales o autoempleos. Todo el proceso desde la producción, distribución y venta, lo realizan ellos mismos. Así también un 19% indicó que han generado al menos un empleo.

Gráfica XVII.
Porcentaje de emprendimientos con empleados

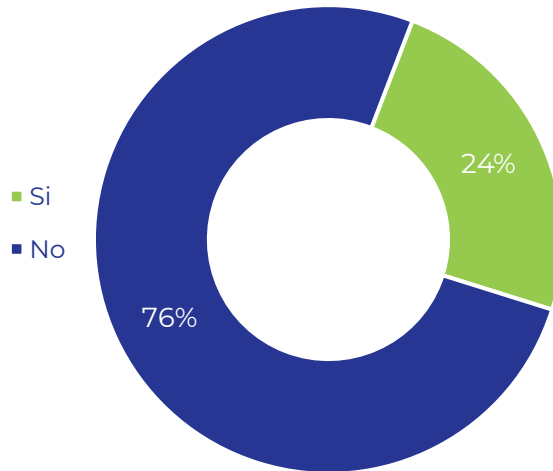


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Emprendimientos formalizados

Se determinó que el 76% de los emprendimientos participantes en el evento no se encuentran formalizados, dentro de los principales motivos se mencionan los pocos beneficios de formalizarse, los gastos que el proceso genera, el pago de impuestos y registro contable que se verían obligados a llevar, lo cual consideran es innecesario y además afectaría las ganancias actuales.

Gráfica XVIII.
Porcentaje de emprendimientos formalizados

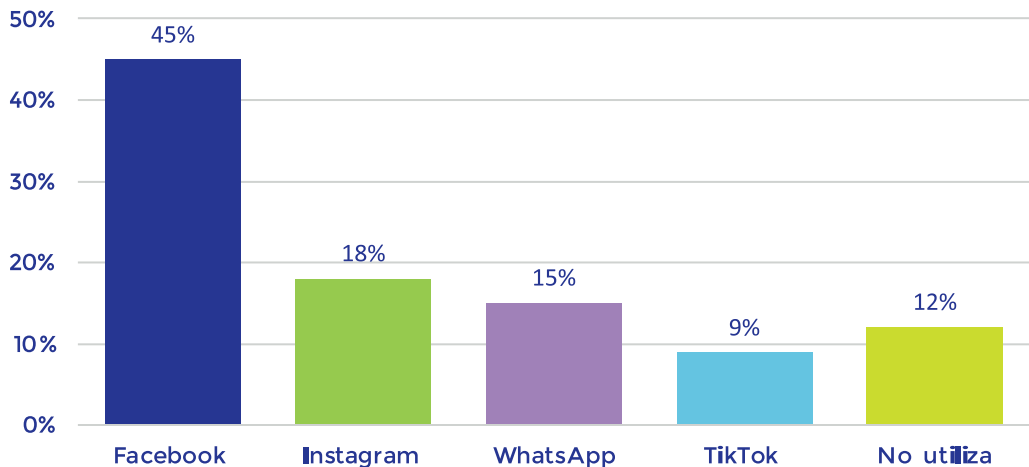


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Uso de redes sociales

Facebook sigue siendo la opción de redes más utilizada, aunque un pequeño número de participantes manifestó que no cree en las redes y le tiene miedo a que los puedan extorsionar por ese medio.

Gráfica XIX.
Porcentaje de uso de las redes sociales en los emprendimientos

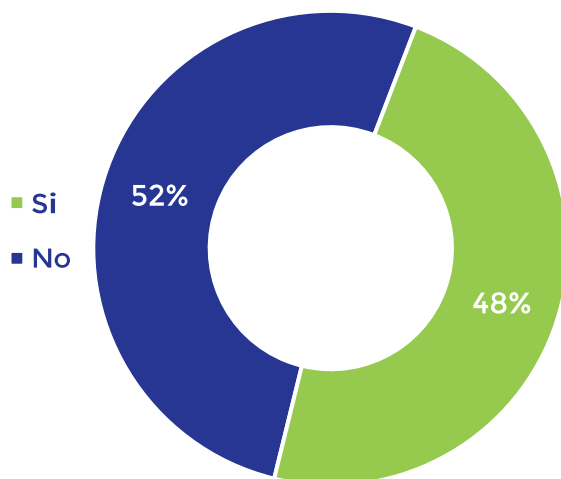


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Tiene página de Facebook del emprendimiento

La mayoría de personas que utilizan *Facebook* usa su página personal para promoverse con lo cual mezclan el negocio con sus fotos personales. Algunos participantes no saben de la existencia de una página de negocio o no consideran tener una página exclusiva porque les quitaría tiempo.

Gráfica XX.
Porcentaje de emprendimientos con página de Facebook



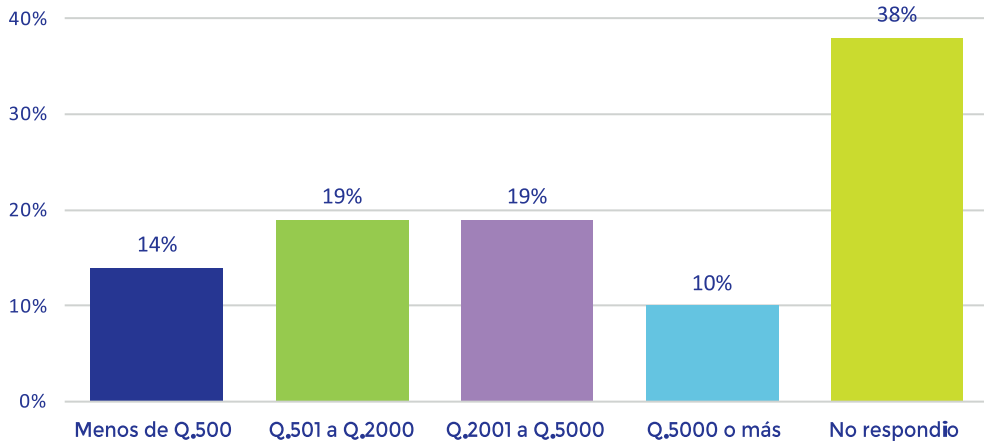
Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Nivel de ventas mensual

La mayoría prefirió no responder, por una parte, porque no querían compartir este dato y otra, porque no tenían idea.

Es de notar que un pequeño número indicó vender menos de Q500 al mes, por lo que vale la pena evaluar si este tipo de negocio es de sobrevivencia o puede escalar en algún momento.

Gráfica XXI.
Porcentaje de ventas mensuales

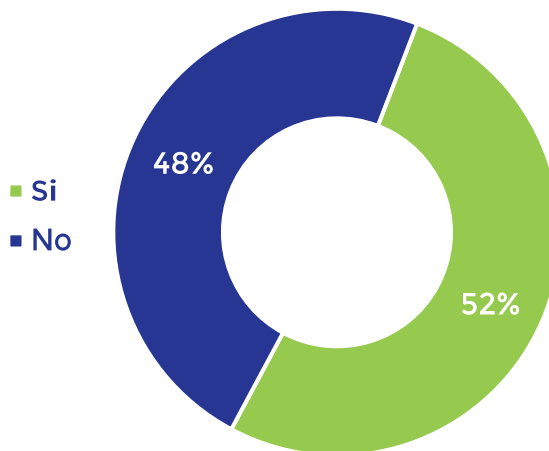


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Tiene ahorros?

Un dato muy importante es la existencia de altos niveles de ahorros entre los participantes. Esto es un buen indicador de educación financiera y, a su vez, les permite prescindir de los préstamos y sus costos implicados. Algunos manifestaron que no les gustan las deudas y por eso prefiero usar su propio dinero.

Gráfica XXII.
Porcentaje de emprendedores con fondo de ahorro

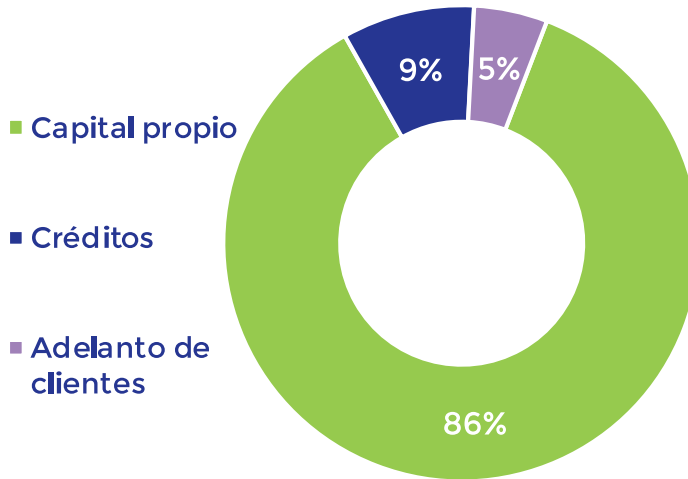


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Financiamiento para su emprendimiento

La presencia de altos niveles de ahorro, ha permitido que éste sea la principal fuente de financiamiento para los emprendimientos. Un pequeño porcentaje tiene crédito y un porcentaje aún menor, se apalanca con adelantos de clientes.

Gráfica XXIII.
Fuente de financiamiento para su emprendimiento

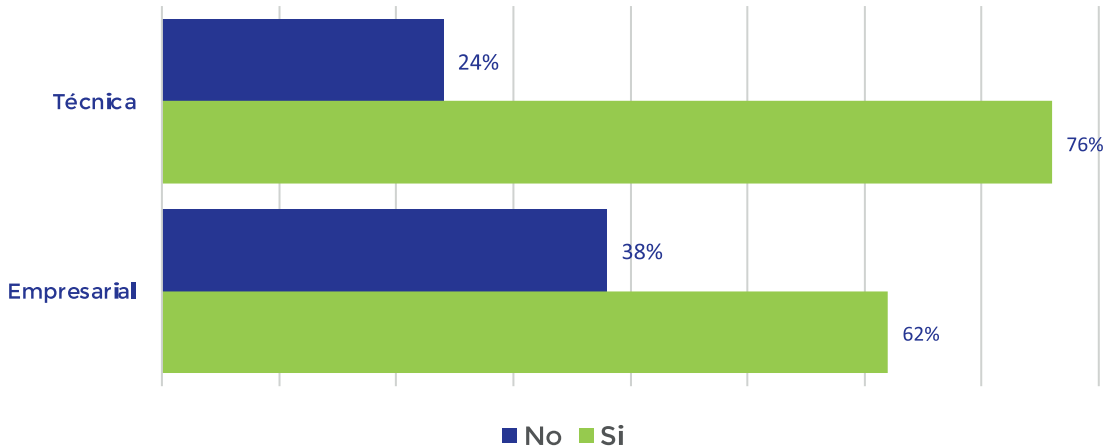


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿En qué área se ha capacitado?

El 76% de las mujeres han dado prioridad a la capacitación técnica, como: gastronomía, repostería, dulces típicos, manualidades y bisutería preocupándose por aprender a producir; ahora desean aprender a manejar mejor su negocio con capacitación empresarial. Es importante tomar nota que un 24% no ha recibido capacitaciones técnicas y un 38% no ha recibido capacitación empresarial, siendo áreas de oportunidad de capacitación importante para el crecimiento de los emprendimientos.

**Gráfica XXIV.
Áreas de capacitación**

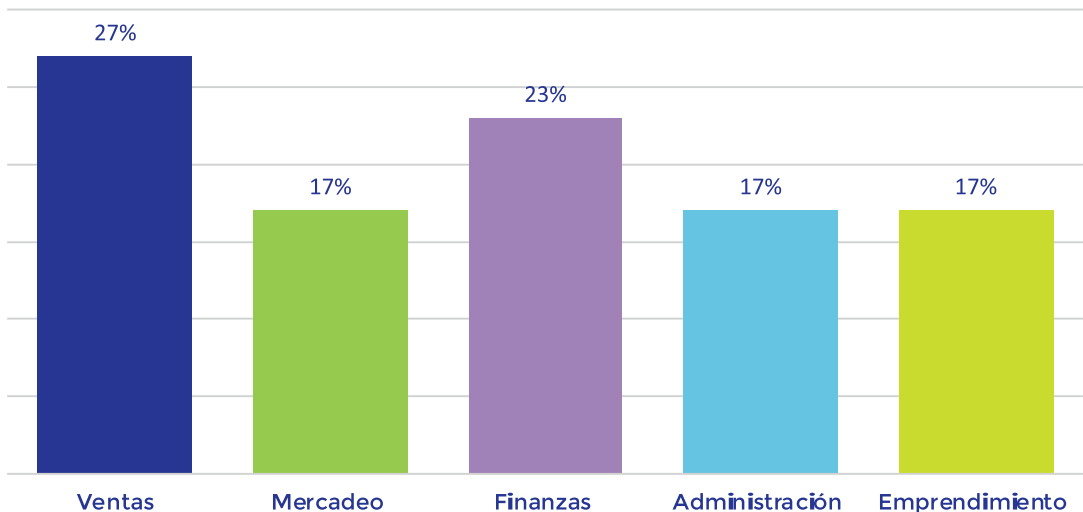


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Qué temas empresariales ha recibido?

La mayoría se ha interesado en el tema de ventas y otro buen número se ha capacitado en finanzas. No obstante, los temas de mercadeo, administración y emprendimiento también son de alto interés.

**Gráfica XXV.
Temas en los cuales se han capacitado**



Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

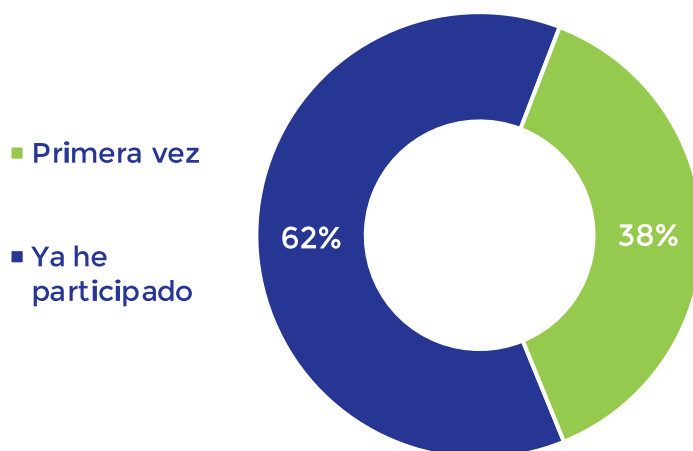
Temas de capacitación que sugiere:

- a) Publicidad
- b) Ventas en redes
- c) Computación
- d) Psicología
- e) Globoflexia
- f) Gastronomía guatemalteca
- g) Porcelana fría
- h) Empaque
- i) Créditos

- ¿Ha participado en eventos como este?

La mayoría ya había participado en este tipo de eventos anteriormente, por lo que han afirmado su satisfacción con el éxito de esta actividad, comparada con otras que han atendido. Un grupo menor es primera vez que participan y solicitan que se les incluya más seguido porque se les brinda la oportunidad de dar a conocer sus empresas y conseguir más clientes.

**Gráfica XXVI.
Participación en eventos**

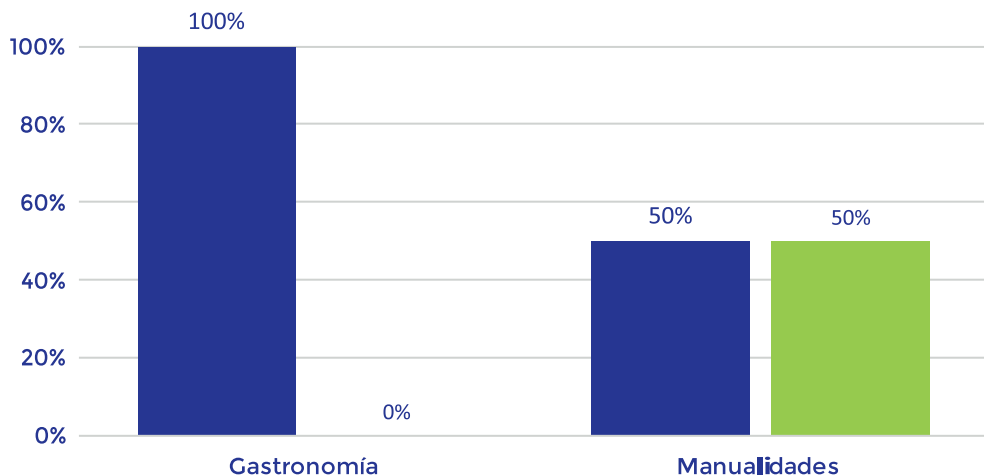


Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- ¿Considera que se vendió suficiente?

Al comparar los dos sectores participantes, manualidades y gastronomía, se puede evidenciar que la comida fue todo un éxito, incluso al medio día, muchos de los participantes ya habían agotado su producto. Se indicó que fue gracias a la presencia de muchos cadetes de la policía y otros voluntarios que llegaron a participar en las actividades de los mosaicos. Consideran que no llegaron muchos asistentes provenientes de las casas vecinas.

Gráfica XXVII.
Nivel de ventas en la Feria



Fuente: Elaboración propia.
Dirección de la Mujer, Municipalidad de Guatemala. 2022.

- Aspectos que le gustaron de la Feria
 - a) Sin cobro por participar
 - b) Mobiliario y mantelería
 - c) Actividades variadas
 - d) Proporcionaron toldos
 - e) Actividades familiares
 - f) Mosaicos
 - g) Organizado
 - h) Apoyo a emprendedoras
 - i) Divertido

- Aspectos que no le gustaron de la Feria
 - a) No había botes de basura
 - b) Había lodo en área de comida
 - c) Poca seguridad a los carros alrededor

- Mejoras que sugiere para próximos eventos
 - a) Que la publicidad se haga con más anticipación, volantear en las cuadras más cercanas.
 - b) Tomar en cuenta las fechas de pago.
 - c) Intercalar emprendedoras de manualidades con emprendedoras de comida.
 - d) Buscar puntos más concurridos, como la Parroquia.
 - e) Más publicidad.
 - f) Más seguido estos eventos.
 - g) Juegos para niños, y actividades para familias.
 - h) Más información sobre la seguridad del lugar.
 - i) Cosas para niños como pintacaritas, trampolines, payasos, talleres de pintura.
 - j) Incluir educación vial donde regalan carritos del Transmetro, presentaciones de danza, bandas escolares, sinfónica, marimba y cosas de arte.

- Comentarios sobre los resultados presentados de las emprendedoras participantes

Durante la Feria de Activación Económica realizada el domingo 23 de octubre del 2022 de 09:00 a 15:00 horas en el Campo Manía Villatoro de la zona 6 capitalina, se entrevistaron 21 participantes de gastronomía y manualidades entre quienes hubo dos hombres y el resto de participantes fueron mujeres.

La mayoría de participantes se encuentran entre los 31 y los 50 años de edad, con estudios básicos y en su mayoría son jefas de hogar. En promedio la mayoría tiene tres hijos, es propietaria de la casa donde vive y tiene por lo menos dos trabajos como fuente de ingresos.

Dos de las emprendedoras aún no ponen nombre a su emprendimiento, trabajan desde su casa como un autoempleo ya que la mayoría no tiene trabajadores contratados.

Otra característica importante es que su negocio es informal por lo que no pueden extender facturas, hay un pequeño grupo que no usa ningún tipo de red social y solo vende entre conocidos y familiares, promoviéndose de boca en boca.

Facebook es la red social que más utilizan, sin embargo, la mayoría no tiene una página del negocio, sino que usan sus perfiles personales para darse a conocer.

En cuanto a las ventas la mayoría no respondió, probablemente porque no llevan controles ni contabilidad del negocio. Es importante resaltar que la mayoría cuenta con algún nivel de ahorros con lo que financian sus actividades productivas.

La mayoría de las emprendedoras han recibido capacitación ya sea empresarial o técnica, siendo ventas el curso que más mencionaron.

Varias emprendedoras era primera vez que participaban y en su mayoría manifestaron haber vendido suficiente, especialmente el área de gastronomía quienes al medio día ya habían agotado sus inventarios. Consideran que hubo buena publicidad, lo que permitió un buen número de asistentes.

Por último, manifestaron los aspectos que les gustaron y los que no les gustaron sobre el evento e hicieron sugerencias para mejorar.

3.4.2 Reunión virtual con 16 lideresas beneficiarias de los programas de la Municipalidad

Opiniones manifestadas por las lideresas:

- Participación en Ferias
 - Crear más mercaditos para que todas puedan participar mes a mes.
 - Que participen las que hayan sacado cursos no solo en la Municipalidad sino también en otras instituciones.
 - Hay quienes no se acercan por pena. Hay que hacer publicidad para motivar a otras mujeres.
 - Cada quien debe invitar a más personas.
 - Que la Municipalidad provoque el tráfico.
 - La Municipalidad pone seguridad, toldos, banda musical, son bien alegres.
 - Servicios sanitarios.
 - Llegar todas uniformadas según el curso.
 - Que se hagan mercaditos en cada quincena, buscando las fechas de pago.

- Ferias familiares las organiza la Alcaldía Auxiliar.
- Lograr que existan mercaditos en todas las zonas, en todos los espacios públicos. Yo nunca he participado, vivo en la Florida y nunca he visto área de emprendimiento o esas actividades.
- Mejor si es en fin de semana.
- Promover los eventos en las páginas de la Municipalidad.
- Involucrar a las Alcaldías Auxiliares y a las Comisiones Comunitarias de la Mujer.
- Clasificar los mercaditos por categorías y en los más concurridos poner a quienes más lo merezcan.
- Que haya pintacaritas, globoflexia, lotería, bingo, que sea recreativo, inflables para los niños.
- Mi mamá hace comida, hay que darles oportunidad a personas cercanas a las emprendedoras.
- Dar un espacio para que emprendedoras que lleven inflables o recreación.
- Cuando una feria es pequeña, de diez emprendedoras, que haya solo una persona por tipo de producto, que no haya competencia porque llega poca gente y entonces casi no vende. Unos tacos, otros, hamburguesas y otros *hotdogs*.

- Necesidades de capacitación
 - Mercadeo y publicidad.
 - Aprender a usar redes sociales para promover la marca.
 - Usar *WhatsApp Business*.
 - Tenemos barrera en las nuevas tendencias digitales.
 - Costos.
 - Control de ganancias.
 - Uso de páginas de *Facebook* para negocio, *fanpage*. Ya que muchas usan su página personal.
 - Aprendí panadería con mi maestra de hogar, necesito profesionalizarme.
 - Capacitarnos para vender mejor. Tener tarjetas de presentación, aprender a vender, a darse a conocer, a mercadearse, a usar los colores, tener a la mano material de apoyo. Fotografías de referencia, les pido a mis clientas de cuando ya hicieron la decoración y tengo catálogos donde pueda mostrar mi trabajo.
 - Manejar redes sociales y vendernos mejor.
 - Aprender a usar *hashtags* y etiquetas.
 - Cómo organizar eventos.
 - Hacer formación de formadores para que las lideresas puedan multiplicar el conocimiento y también apoyarse en ellas para crear más lideresas locales.
 - Capacitación de cómo capitalizarnos.
 - Capacitación de cómo prepararse para participar a una feria, cómo estar durante la feria, imagen, cómo contactar clientes,

- cómo generar más ventas. Actividades después de la feria.
- Cómo mejorar sus ingresos.
- Necesidades de apoyo
 - Ayudarnos a promover productos y posicionar imagen.
 - El mercado está más allá de las personas físicas que conocemos hay que saber vender en línea.
 - Me ha costado buscar lugares para conseguir productos a buen precio. Es más económico en algunos lugares, pero tengo que comprar por quintal y eso no me conviene porque no manejo tanto. Sería bueno si nos unimos para comprar.
 - Que la Municipalidad certifique nuestras habilidades en los cursos. Que nos permitan publicarnos como egresadas de la escuela y que también ellos publiquen nuestros nombres en algún lado.
 - Retomar las ferias de la Alcaldía Auxiliar y promover el sector del emprendimiento en cada una.
 - Que me ayuden a terminar mis estudios.
 - Hay que agradecer que los cursos son gratis y hay que pagar el material, pero hay quienes no pueden ni eso. Hay que ver cómo se les apoya a los que tienen voluntad.
 - Que nos ayuden con un lugar para formalizarnos.
 - No logramos vender más allá de nuestra zona, nos gustaría vender en el interior del país. Pero no tenemos capital para entregas grandes, sería bueno que nos apoyaran con eso.
 - Que la Municipalidad me apoye en mi página para que tenga más vistas.
 - He sido motivo de inspiración porque muchas mujeres quieren que me permitan compartir mi historia. Escribir casos de éxito y divulgarlos.
 - Apoyo en temas fiscales para tratar de inscribirme, me fue complicado, lo logré, pero no tienen esos conocimientos.
 - Ayudarnos a generar fondos.
 - Promover que nos ayudemos entre todas, especialmente a los adultos mayores.
 - La Comisión Comunitaria de la Mujer puede encargarse de organizar emprendedoras en la zona. Eso sería buenísimo para promover el emprendimiento en sus zonas.
 - Comisión de la Mujer por cada zona, son voluntarias para ayudar en varios temas. Estas mujeres pueden integrarse a los Consejos de Desarrollo.
 - Tenemos ideas y energía por eso estamos aquí. Un pequeño apoyo es suficiente.
 - Ponernos en eventos grandes como las ventas de libros de la Sexta.
 - Que haya convivencia entre las emprendedoras para que se

- conozcan y hagan *networking*.
- Pedir donaciones para llevar a un hogar de ancianos, alimentos no perecederos para ayudar.
 - Dar cursos para lideresas que puedan ser *influencer*. Usar estas lideresas para que guíen a sus grupos.
 - Hacemos ventas y mantenemos una caja chica. En mi colonia hay muchos ancianos y apoyarlos en una emergencia o celebraciones como el Día de la Madre o un convivio para niños en diciembre.
 - Ayudar a las comunidades de emprendedoras que puedan capitalizarse, así como mantienen cajas chicas para eventos también lo pueden usar para prestar dinero y capitalizar. Bancos comunales.
 - Queremos que nos apoyen con lugares para vender, las capacitaciones son buenas, pero necesitamos lugares para ponerlas en práctica.
 - Hacer actividades para los niños. Soy vendedora ambulante, con mi grupo de Comisión Comunitaria de la Mujer hacemos ventas para hacer un ahorro para el convivio de los niños el 22 de diciembre.
 - Tratamos de unirnos todos, pero no hemos podido estar en una feria Muni para mostrar nuestras habilidades.
 - Tenemos que velar por nuestros vecindarios, nuestras compañeras mujeres, personas de bajos recursos. Tratamos de tener una caja chica con fondos para atender emergencias como el caso de un anciano que tiene un medicamento de por vida que cuesta Q.650 y la Comisión se comprometió a darle una caja al mes.
 - Hacer programas especiales para las emprendedoras de los asentamientos. Yo vivo en un asentamiento y veo muchas mujeres que son pesimistas y no quieren salir a ganar dinero. Al ver un mercadito y ver cómo otras salen adelante, hay cómo mostrarle a las demás que sí se puede.
 - He estado en la Comisión de Derechos de la Mujer, soy de la zona 7, El Rodeo, tengo maestras, emprendimientos, pero no de comida ni de ventas, necesitamos convertirlo en fuentes de ingresos.
 - Me metí en la Comisión porque tengo tiempo libre y me gusta ayudar a otras personas.
 - Las mujeres mayores de edad no pueden asistir a un curso o pagar porque, aunque sea gratis, se invierte. Hay que darles oportunidad, aunque no haya sacado su curso.
 - Nos gustaría cursos más cortos, de dos horas al día.
 - Presencial se aprende un poco más, pero lo virtual también es más fácil para movernos.
 - Hacer biblioteca de cursos virtuales para que puedan tomarlo en su horario de conveniencia.

4. Conclusiones generales

- Debe considerarse, previo a la implementación del Programa de Activación Económica, el fortalecimiento a la seguridad, iluminación e infraestructura de la Sexta Avenida "A" y las áreas aledañas, para aumentar la cantidad de personas transeúntes por esta parte de la zona 1.
- Los locales actualmente cerrados representan un nicho de oportunidad para establecer emprendimientos de mujeres, a través de figuras organizativas que contribuyan a bajar los costos de inversión.
- La capacitación técnica de las mujeres es indispensable para la creación de productos y servicios como primer paso para la creación de emprendimientos, por lo que es importante lograr la certificación de estas habilidades y destrezas.
- Las Ferias de Activación Económica son eventos importantes para propiciar el comercio de emprendimientos que se encuentran en sus etapas tempranas, así como para realizar validación de sus productos con posibles compradores de todas las generaciones.
- Es importante fortalecer los conocimientos de las emprendedoras, ya que a pesar de contar con una buena educación financiera a nivel personal (cuentan con ahorros significativos), no llevan control de sus ventas, gastos y ganancias, por lo que desconocen la situación financiera de sus emprendimientos.
- Se debe fortalecer el tema de formalizar los emprendimientos como un medio para acceder a fondos para capitalización y promoción de préstamos internos, así como fortalecer los conocimientos de mercadeo para que las emprendedoras puedan aumentar sus ventas.

5. Recomendaciones generales

1. Crear espacios físicos y virtuales para el intercambio comercial, establecer fechas para realizar Ferias de Activación Económica que coincidan con las fechas de pago.
2. Brindar asesoría financiera, legal, fiscal, en temas de mercadeo y capacitaciones técnicas para fortalecer los conocimientos de las emprendedoras y a su vez, fortalecer cada uno de los emprendimientos.
3. Promover las asociaciones de mujeres por categoría de negocio para facilitar economías de escala y para obtener un costo más favorable en el arrendamiento de espacios de comercialización.
4. Documentar casos de éxito de mujeres emprendedoras, buscar que la experiencia de otras mujeres motive a otras mujeres para iniciar con emprendimientos propios.
5. Promover la creación de fondos de capital semilla con instituciones financieras del país, así como preparar a los emprendimientos para presentarse frente a inversionistas.
6. Buscar aumentar la seguridad dentro del sector de la Sexta Avenida "A", con el objetivo que forme parte de las avenidas con mayor tránsito del sector y se genere un mayor movimiento para los comercios existentes.

6. Anexos

Anexo 1. Formato de caracterización y segmentación de actividades productiva

Municipalidad de Guatemala
Dirección de la Mujer



Formato caracterización y segmentación de actividades productivas						
No.	Dirección	Tipo	Nombre	Descripción	Tamaño	Categoría
1						
2						
3						
4						
5						

8ª avenida 11-49, Centro Histórico, zona 1
Tel. 2291-7500 @munimujer
www.muniguate.com/dmm/

Anexo 2. Listado de personas entrevistadas en la Feria

No.	Nombre de la emprendedora participante
1	Aura Rivera
2	Carolina Juarez
3	Diana Mendes
4	Dileydi Marroquín
5	Edith Hernández
6	Emilse Alvarez
7	Esmirna Ortiz
8	Flor de María España
9	Isabel Coronado
10	Johana Cassiano
11	Jorge Vides
12	José Rodas
13	Krista Pineda
14	Leslie Tavico
15	Lilian Barrios
16	Lilian Santos
17	Maidi López
18	María de Cuy
19	Marilu Aragón
20	Maya Méndez
21	Thelma Melgar

Anexo 3. Guía de entrevista para participantes de Ferias de Activación Económica

Municipalidad de Guatemala
Dirección de la Mujer



Guía de entrevista con emprendedoras participantes en la Feria de Activación Económica Diagnóstico reactivación económica 6ª avenida "A"

I. Características generales

1. Nombre: _____
2. Edad: _____
3. Escolaridad: _____
4. Jefa de hogar: _____
5. Número de hijos: _____
6. Alquiler: _____
7. Cuántos trabajos tiene: _____

II. Empresa

8. Nombre de su empresa: _____
9. ¿A qué se dedica la empresa? _____
10. Tiempo de tenerla: _____
11. ¿Tiene un local fijo? _____
12. Número de trabajadores: _____
13. ¿Tiene facturas? _____
14. ¿Es pequeño contribuyente? _____
15. Usa redes sociales, ¿cuáles? _____
16. ¿Cuál es su página de Facebook? _____
17. Nivel de ventas mensual: _____

III. Capacitación

18. ¿Ha recibido capacitación técnica para elaborar productos? _____
19. ¿Ha recibido capacitación empresarial manejar su empresa? _____
 - a) Ventas
 - b) Mercadeo
 - c) Finanzas
 - d) Administración
 - e) Producción
20. ¿Qué otros temas le gustaría que se impartieran? _____
21. ¿Qué sugerencias daría para mejorar las capacitaciones? _____

IV. Actividades para reactivación económica

22. ¿Ha participado en alguna actividad para vender más? _____
23. ¿Qué actividades considera buenas para ayudarle a mejorar su situación económica? _____
24. ¿Qué cosas no le han gustado de las actividades donde ha participado? _____

Anexo 4. Guía de entrevista para clientes de Ferias de Activación Económica

Municipalidad de Guatemala
Dirección de la Mujer



Guía de entrevista para clientes asistentes a la Feria de Activación Económica Diagnóstico reactivación económica 6ª avenida "A"

I. Aspectos generales

1. ¿Cómo se enteró de la actividad? _____
2. ¿Cuántas personas le acompañan? _____
3. ¿Cuánto tiempo permanece en esta actividad? _____
4. ¿Tiene algún familiar que esté vendiendo en la feria? _____
5. ¿Cuánto gasta en promedio al visitar estas ferias? _____
6. ¿Qué es lo que compra? _____
7. ¿Qué le ha gustado de esta feria? _____
8. ¿Qué no le ha gustado? _____
9. ¿Qué otras actividades incluirían? _____
10. ¿Qué sugerencias daría para mejorar? _____

Anexo 5. Listado de personas entrevistadas virtualmente

No.	Nombre de la emprendedora
1	Alba María Ovando Garcia
2	Alis Boror
3	Andy Melgar
4	Arisa Delgado
5	Edith Liliana Hernández
6	Eliza Suárez
7	Elvira Gamarro
8	Irma Yolanda Sumpango Sarat
9	Julia Jasmin García Domínguez de Díaz
10	Lorena Mariel Aguilar Jiménez
11	Miriam Sotoj
12	Nilsa Castillo
13	Sandra Esquivel
14	Sandy Boj
15	Walda Lorena Cartagena Florián
16	Wendy Reyes

Anexo 6. Guía de entrevista virtual

Municipalidad de Guatemala
Dirección de la Mujer



Guía de entrevista virtual con emprendedoras convocadas a participar en ferias Diagnóstico reactivación económica 6ª avenida "A"

I. Características generales

1. Nombre: _____
2. Edad: _____
3. Nombre de su empresa: _____
4. A qué se dedica la empresa: _____

II. Capacitación

1. ¿Ha recibido capacitación técnica para elaborar productos? _____
2. ¿Ha recibido capacitación empresarial manejar su empresa? _____
3. ¿Qué necesidades de capacitación tiene? _____
4. ¿Qué sugerencias daría para mejorar las capacitaciones? _____

III. Actividades para reactivación económica

1. ¿Ha participado en alguna feria? _____
2. ¿Qué actividades considera buenas para ayudarle a mejorar su situación económica? _____
3. ¿Qué cosas no le han gustado de las actividades donde ha participado? _____
4. ¿Qué sugerencias podría dar para mejorar? _____
5. ¿Qué necesidades de apoyo tiene hacer crecer su negocio? _____

Bibliografía

- Banco Crédito Hipotecario Nacional. <https://www.chn.com.gt/>
- Centro Cultural Miguel Ángel Asturias. <https://mcd.gob.gt/teatro-nacional/>
- Dirección de Desarrollo Social. <https://www.muniguate.com/dds/>
- Dirección de la Mujer. <https://www.muniguate.com/dmm/>
- Ferrocarriles de Guatemala, FEGUA. <https://fegua.gob.gt/>
- Grupos de Confianza en México. https://www.youtube.com/watch?v=-Pph-EGrfyw&ab_channel=AMUCSSMX
- Instituto Guatemalteco de Seguridad Social, IGSS. <https://www.igssgt.org/nosotros/funciones-esenciales/>
- Instituto Guatemalteco de Turismo, INGUAT. inguat.gob.gt
- Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP. <https://intecap.edu.gt/>
- Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento. <https://bit.ly/3CeQ4vj>
- Memoria de Labores 2021, Ministerio de Gobernación. <https://mingob.gob.gt/memoria-de-labores-2021/>
- Ministerio de Finanzas Públicas. <https://www.minfin.gob.gt/>
- Monitor Global de Emprendimiento. <https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2022/06/GEM-Guatemala-2021-2022.pdf>
- Municipalidad de Guatemala. <https://www.muniguate.com/>
- Organismo Judicial. <https://www.oj.gob.gt/>
- Política Nacional de Emprendimiento. <https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/Politica%20Emprendimiento.pdf>
- Principales Resultados del Mercado Laboral (ENEI 2021). <https://www.ine.gob.gt/ine/wp-content/uploads/2022/02/PublicacionResultadosENEI2021.pdf>
- Superintendencia de Bancos. <https://www.sib.gob.gt/web/sib/inicio>



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Programa de Activación Económica, Ciudad de Guatemala



Programa

Consultora

Licda. Mayda Paola Gómez Rodríguez

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez
Melissa Ochoa Grande

Programa de Activación Económica de la

Sexta Avenida "A" de la 14 a la 21 calle, zona 1 Ciudad de Guatemala

Consultora

Mayda Paola Gómez Rodríguez

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez

Melissa Ochoa Grande

Tabla de contenido

1. Introducción	1
2. Contexto	2
3. Justificación.....	5
4. Metodología utilizada para la elaboración del Programa de Activación Económica	8
4.1. Diagnóstico	8
4.2. Ferias de Activación Económica	10
4.2.1. Objetivo	10
4.2.2. Principales beneficiarias.....	10
4.2.3. Principales líneas de abordaje en las Ferias de Activación Económica	11
4.2.3.1 Gastronomía	11
4.2.3.2 Imagen personal	11
4.2.3.3 Mujeres emprendedoras	12
4.2.3.4 Comercios del sector	12
4.2.3.5 Talleres demostrativos.....	12
4.2.3.6 Módulo informativo.....	13
4.2.3.7 Historias de éxito	13
4.2.3.8 Animación de la Feria de Activación Económica	13
5. Prioridades para la formulación del Programa de Activación Económica	14
6. Programa de Activación Económica.....	15
6.1. Objetivo general	15
6.2. Objetivos específicos	16
6.3. Resultados esperados	16
6.4. Alcances del Programa.....	17
6.5. Actores del Programa.....	17
7. Estructura del Programa de Activación Económica.....	18
8. Líneas de acción del Programa.....	19
8.1. Línea de acción 1: Empoderamiento de las mujeres.....	21
8.1.1. Estrategia 1: Talleres de capacitación con dinámicas participativas.....	21
8.2. Línea de acción 2. Capacitación y formación	22
8.2.1. Estrategia 1: Coordinación y vinculación	22
8.3. Línea de acción 3. Certificación de competencias	24
8.3.1. Estrategia 1: Acreditación de competencias	24
8.4. Línea de acción 4: Emprendimientos liderados por mujeres.....	25
8.4.1. Estrategia 1: Talleres de sensibilización emprendedora	25
8.4.2. Estrategia 5.1 Organización de Ferias	27
9. Condiciones de seguridad para la implementación del Programa de Activación Económica y las Ferias de Activación Económica	29
10. Evaluación del Programa de Activación Económica	30
11. Anexos del Programa de Activación Económica	31
11.1. Anexo 1. Mosaicos humanos.....	31
11.2. Anexo 2. Restaurante La Mezquita, zona 1	32
11.3. Anexo 3. Talleres demostrativos	32
11.4. Anexo 4. Módulo informativo	33

11.5. Anexo 5. Historias de éxito documentadas	34
11.6. Anexo 6. Ficha de documentación de historia.....	35
11.7. Anexo 7. Agenda de una Feria de Activación Económica	36
11.8. Anexo 8. Croquis del montaje de una Feria	37
11.9. Anexo 9: Documentación de caso Sexta Avenida “A” zona 1, ciudad de Guatemala	38
12. Bibliografía	40

1. Introducción

En países latinoamericanos, la construcción social sobre lo que implica ser un hombre y ser una mujer ha determinado profundamente las actividades económicas que desempeñan las personas; cuáles son remuneradas y cuáles no. Por ejemplo, se espera que el hombre sea quien provea a la familia de lo necesario, trabajando y generando ingresos normalmente fuera de la casa y que entre tanto la mujer sea la encargada de cuidar de la casa y la familia, sin percibir remuneración alguna por estos trabajos. Esto genera un desequilibrio de poderes entre hombres y mujeres y la organización socioeconómica de las personas.

Sumado a esto, en la sociedad guatemalteca también es frecuente que los hombres se desvinculen de sus familias (mujer, hijas e hijos) y no asuman su responsabilidad económica con ellos. Esto coloca a las mujeres ante grandes retos, ya que pasan a encargarse de mantener a la familia económicamente y continúan con la responsabilidad de los cuidados y de ocuparse de la casa.

Recientemente, la pandemia del COVID-19 fue tan inesperada que generó un impacto significativo en la vida de todas las personas. No solo se perdieron vidas humanas, sino también muchos empleos y negocios que no pudieron sostenerse. Esto, sumado a la situación de desigualdad y vulnerabilidad que enfrentan las mujeres, generó situaciones de mucha necesidad.

Las crisis también traen oportunidades si logramos que las mujeres estén incluidas en los planes de reactivación económica que diferentes países están implementando, según el análisis del proyecto de Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2021 y Multianual 2021-2025, página 8. (Ministerio de Finanzas, 2020). Por ello y tomando como punto de partida los efectos de la pandemia en la vida de las mujeres, este programa busca reactivar la economía a través de emprendimientos de mujeres que les permitan obtener los recursos económicos que necesitan para cubrir sus necesidades.

Los organismos Internacionales tenían expectativas positivas sobre el desempeño del mercado guatemalteco, razón por la cual preveían que para el 2021 Guatemala reportaría tasas de crecimiento positivas. Los datos de crecimiento económico para el año 2021 fueron del 8.0%, muy por encima del 5.5% pronosticado por FMI¹ y el 4.1% por el BM², no obstante, la crisis financiera mundial generada por la pandemia del COVID-19 y el conflicto político entre Rusia y Ucrania han mermado la cadena de suministros y materia prima que ha influenciado el crecimiento económico durante el año 2022 que fue del 4%. Dadas las condiciones mencionadas, este se considera un buen resultado.³

1. FMI, Fondo Monetario Internacional.

2. BM, Banco Mundial.

3. <https://www.prensalibre.com/economia/crecimiento-de-4-inflacion-de-9-5-y-deuda-publica-de-30-4-del-pib-son-algunas-cifras-de-cierre-de-la-economia-guatemalteca/> Según el Ministro de Finanzas Públicas, 2023.

La Municipalidad de Guatemala, con su Programa de Activación Económica en la Sexta Avenida "A" de la 14 a la 21 calle, zona 1, pretende contribuir a la sostenibilidad del espacio público recuperado mediante la presencia de personas y la disminución de factores de riesgo para la seguridad de mujeres y niñas. Esto genera confianza en las personas para transitar por el lugar, quienes cuentan con espacios peatonales amplios e iluminados, con sistema de cámaras de seguridad y botones de pánico. A su vez, contribuye al desarrollo de actividades que impulsan la generación de ingresos económicos de las mujeres vinculadas al programa, fortaleciendo así su autonomía económica para contribuir a romper el círculo de violencia, cuando la dependencia económica sea un factor determinante.

Partiendo de la información recabada en el diagnóstico participativo, para la elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida "A" de la 14 a 21 calle, zona 1, de la ciudad de Guatemala, se agruparon los temas de interés expresados por las mujeres. Estas representan al sector de mujeres capacitadas en habilidades técnicas, mujeres que ya cuentan con un emprendimiento o están al frente de un negocio y mujeres usuarias del espacio de la Sexta Avenida "A". Surge así el Programa de Activación Económica que se enfoca en 5 grandes líneas de acción, 1) Empoderamiento, 2) Capacitación técnica, 3) Certificación de competencias, 4) Emprendimientos liderados por mujeres y 5) Ferias de Activación Económica. Cada línea de acción incluye estrategias y módulos de aprendizaje; los módulos se ponen en práctica a través de las guías metodológicas que a su vez conforman la guía de implementación del programa.

La metodología de investigación-acción utilizada en la elaboración del diagnóstico y formulación del programa ha permitido que, durante el proceso se realicen acciones de implementación, como las Ferias de Activación Económica. En estas ferias han participado mujeres formadas en los programas de capacitación técnica que imparte año tras año la Municipalidad de Guatemala, la Universidad Popular, UP y el Instituto Técnico de Capacitación y Productividad, INTECAP. Esta participación ha permitido conocer la percepción de las mujeres en relación a la importancia de contar con elementos básicos de promoción y venta de sus productos, aportar sugerencias relacionadas a las condiciones del espacio físico donde se realizaron las actividades y a la percepción de seguridad del área donde se desarrollan las Ferias de Activación Económica.

2. Contexto

De acuerdo a lo referido por el Monitor Global de Emprendimiento, que fue realizado por la Universidad Francisco Marroquín⁴, en el país se cuenta con un 33.4% de mujeres emprendedoras, de las cuales un 70% lo hace por necesidad de generar ingresos. Así pues, el emprendimiento puede ser la base para reactivar la economía de estas mujeres a un nivel en el que puedan cubrir y satisfacer sus necesidades.

Las mujeres tienen un papel determinante en el impulso del emprendimiento a través de la generación de ideas de negocios, productos y servicios en diferentes sectores de la economía. Ellas han logrado destacar en el desarrollo profesional y en el ámbito de los negocios, sectores que normalmente son predominados por el género masculino, llevando a cabo proyectos innovadores y sostenibles. Han logrado así superar los retos más complejos para una emprendedora guatemalteca⁵, generando propuestas de valor que contribuyen al crecimiento económico del país. Diferentes estudios⁶ muestran que cada vez son más las mujeres que incursionan en el área de desarrollo de emprendimientos, a veces siguiendo la tradición familiar y otras por iniciativa propia, para generar sus propios recursos económicos.

Sin embargo, aún existe un potencial importante que no se ha aprovechado en el ecosistema empresarial y siguen existiendo ciertas barreras que las limitan a poder optar o conseguir oportunidades que les permitan alcanzar sus objetivos (Cuc, 2021). Las mujeres emprendedoras enfrentan mayores desafíos en comparación con los hombres, en cuanto a aspectos relacionados con la cultura machista, la maternidad, experiencias de baja autoestima y la carga de responsabilidades en las tareas de cuidado; en el ámbito económico tienen mayor dificultad en temas de acceso a fuentes de financiamiento.

Según la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, 2014 (Instituto Nacional de Estadística, 2015)⁷ la proporción de mujeres entre los empleados remunerados en el sector no agrícola, se ha mantenido cerca del 44%, y para 2014 se redujo a 43.5%. Es decir, es menor el acceso de las mujeres, en comparación con los hombres, al empleo remunerado. Con respecto al uso del tiempo, cabe señalar que el número promedio de horas dedicadas por los hombres semanalmente al trabajo remunerado es de 46.1 horas a nivel nacional, mientras que las mujeres dedican 39.5 horas; de manera inversa la cantidad de horas que las mujeres dedican semanalmente a las tareas domésticas no remuneradas es de 33.6 horas, número muy superior al que dedican los hombres que llega únicamente a 8.9 horas; cuando estos datos se analizan bajo criterios de pueblos de pertenencia, urbano y rural, las brechas de desigualdad son mayores⁸.

A nivel nacional, alrededor del 75.7% de las mujeres que participan en el mercado laboral lo hacen en el sector informal⁹, (<https://www.ine.gob.gt/tablero-enei/>, 2021) es decir, que los empleos con los que cuentan no pueden ofrecerles ninguna garantía tanto en el ámbito de la salud, al no poder acceder a los servicios médicos que ofrece la seguridad social, como en el área económica, al no contar con un ingreso fijo. Además, las mujeres que tienen trabajos remunerados se encuentran en condiciones desiguales a los hombres por diversos factores, entre ellos, el no contar con niveles de formación educativa básicos que les permitan ser más competitivas en el mercado laboral, teniendo

4. Monitor Global de Emprendimiento, GEM, Reporte Nacional 2021-2022, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Francisco Marroquín, Centro de Emprendimiento Kirzner, pág. 37.

5. Estudio Desafíos y Oportunidades de las Emprendedoras Guatemaltecas, pág. 13.

6. Monitor Global de Emprendimiento, 2021-2022, págs. 33, 34 y 37.

7. La Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, fue realizada en el 2014, el informe publicado en el 2015.

8. Documento Mujeres de Guatemala, Un Análisis de sus Condiciones Económica, y Sociales, Guatemala, Centro

que adaptarse a espacios formativos que les permitan conciliar el tiempo disponible después de cumplir con roles tradicionalmente asignados.

IncurSIONAR en la economía informal es una práctica común en mujeres que presentan bajo nivel educativo en la ciudad de Guatemala; ubicándose en sitios estratégicos como la 18 calle, Plaza El Amate, Plaza Barrios, entre otros. Las mujeres que han incurSIONADO en la economía informal ya han dado un primer paso hacia su independencia económica, por lo que se hace necesario apoyarlas en procesos de capacitación que les permitan incrementar el nivel de rentabilidad de sus negocios y mejorar sus condiciones laborales.

En la ciudad de Guatemala hay distintos puntos que son referentes importantes de la evolución que ha ido teniendo la economía informal, destacando; Plaza El Amate, Plaza Barrios, aledañas a la **Sexta Avenida “A” zona 1**, y Plaza La Ceiba, zona 9. Para facilitar la comunicación y la coordinación con las personas que desarrollan sus actividades comerciales en estas áreas en la Municipalidad de Guatemala se creó la Dirección de Comercio Popular; siendo esta dirección un actor estratégico en la implementación del Programa de Activación Económica.

La pandemia derivada del COVID-19 durante el año 2020 generó impactos no solo en el sector salud de la ciudad de Guatemala, sino que también afectó de manera directa al ámbito económico, con el cierre de comercios y actividades en espacios públicos que provocaron la pérdida de empleos y deterioro de la economía familiar; esta situación generó nuevas formas de trabajar en las que el uso de la tecnología pasó a ser prioritario y surgió el teletrabajo. Muchos comercios incrementaron el servicio a domicilio y el comercio en línea, lo que representó una oportunidad para el desarrollo de nuevos emprendimientos que durante la pandemia se fueron consolidando.

La Municipalidad de Guatemala, teniendo en cuenta que invertir en las mujeres contribuye a su autonomía económica, a la reducción de desigualdades y a la erradicación de la pobreza, ha promovido la recuperación económica mediante el impulso de la construcción. Estos esfuerzos van encaminados a la generación de oportunidades de empleo, la vivienda social y la recuperación de espacios públicos dignos y seguros para la convivencia ciudadana. Así pues, dentro del Distrito de Oportunidad del área central de la ciudad, la Municipalidad ha impulsado el primer corredor seguro con enfoque de género de la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, beneficiando la seguridad principalmente de las mujeres que transitan de las estaciones de Transmetro del Centro Cívico a sus lugares de trabajo, en las instituciones públicas, privadas y de comercio que se encuentran el área.

9. Encuesta de Ingresos y Egresos, INE. 2021.

3. Justificación

El empoderamiento económico de la mujer favorece de forma directa a la independencia económica, como herramienta para salir del círculo de la violencia y el crecimiento inclusivo, contribuyendo, además, de forma significativa en la economía del país. Sin embargo, se ha evidenciado que la tasa de desempleo de la mujer es superior a la de los hombres, por lo que es importante incentivar la participación de las mujeres en programas de formación técnica empresarial, tomando como alternativa económica el emprendimiento. Según cálculos del *McKinsey Global Institute*, “si las mujeres tuvieran la misma participación que los hombres en la economía, el impulso potencial para la economía mundial podría ser de USD 28 trillones, o un 26% del PIB mundial anual. En el caso de América Latina, el impulso potencial para el PIB podría ser de USD 2,6 trillones, o un aumento del 34% del PIB regional anual” (OIT, 2020).

Todas las mujeres enfrentan dificultades para incorporarse a actividades productivas remuneradas, sea en el ámbito formal o informal, estas dificultades se acentúan mucho más según la condición socioeconómica, a partir de ingresos económicos, el nivel educativo y bajo las diferencias entre lo urbano y lo rural. La metodología desarrollada por el informe regional “El progreso de las mujeres en América Latina y del Caribe de 2017”, de ONU Mujeres (2017), define tres escenarios en los que se encuentran las mujeres, “pisos pegajosos”, “escaleras rotas” y “techos de cristal”¹⁰.

Pisos Pegajosos: Las mujeres están en una situación de vulnerabilidad, poseen bajos niveles educativos, ingresos económicos bajos que no cubren sus necesidades básicas, cuando están insertas en el mercado laboral generalmente tienen salarios y condiciones laborales precarias. El 83% de mujeres de este grupo carecen de ingresos propios y están sosteniendo una pesada carga de trabajo doméstico y de cuidados no remunerados. Difícilmente estas mujeres podrán cambiar su situación por sí mismas¹¹.

Escaleras Rotas: El 69%¹² de este grupo de mujeres han superado levemente algunas condiciones, han completado la primaria, tienen ingresos medios y trabajan generalmente en el sector informal por lo que no cuentan con prestaciones laborales. Además, estas mujeres no tienen una estructura de soporte para el cuidado; lo que implica una distribución desigual de las tareas domésticas dedicando muchas horas de trabajo a las tareas del hogar. La inestabilidad en la que se encuentran no les permite tener avances sólidos para alcanzar el empoderamiento económico sostenido.

10. El Progreso de las Mujeres en Guatemala, Transformar la Economía para Realizar los Derechos, ASIES-ONUMUJERES, 2021, págs. 14 y 1.

11. El Progreso de las Mujeres en Guatemala, Transformar la Economía para Realizar los Derechos, ASIES-ONUMUJERES, 2021, págs. 14 y 1. Este mismo estudio describe el porcentaje de mujeres que se encuentran en el estadio de Pisos Pegajosos, siendo de 83%.

12. Según el mismo estudio en el estadio de Escaleras Rotas están 69% de mujeres.

Techos de Cristal: La tasa de participación laboral en este grupo de mujeres es alta con relación a los otros escenarios (mayor a 55%)¹³, sin embargo, presenta una brecha de 30% con respecto a la de los hombres. La carga de trabajo en el hogar no remunerado en este grupo es menor en comparación con las mujeres de los escenarios anteriores, tienen acceso a mejores empleos, son menos susceptibles a las fluctuaciones económicas debido a su escolaridad y su participación en el sector formal. Sin embargo, ellas no podrán mejorar su situación económica si no logran acceder al mercado laboral en condiciones de igualdad y si no se distribuye de forma igualitaria el trabajo doméstico y de cuidados no remunerados dentro del hogar.



Elaboración propia con base en datos de ASIES-ONUMUJERES, 2021, págs 14 y 15

El Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra las Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala, PREVI, financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID y la Delegación de Unión Europea, DUE; tiene como objetivo principal apoyar a Guatemala en sus esfuerzos por reducir la violencia y la impunidad de los delitos contra las mujeres, la niñez y la adolescencia. Dentro del Programa PREVI; se enmarca el Programa Espacio Público, Equipamiento y Formación para el Empoderamiento y la Promoción de la Prevención de la Violencia de Género

13. Así mismo refiere el estudio que un 55% de mujeres se encuentran en el estadio de Techos de Cristal

en la Ciudad de Guatemala, que tiene como objetivo general contribuir a la prevención de la violencia contra mujeres a través de la recuperación de espacios públicos y promover su autonomía económica y como objetivos específicos:

- a) Recuperar espacios públicos estratégicos, inclusivos, seguros y sostenibles para la prevención de la violencia contra las mujeres y niñas.
- b) Fomentar el cambio de actitudes y comportamientos basados en la igualdad de género para prevención de la violencia contra las mujeres y niñas.
- c) Prevenir la violencia contra las mujeres a través del fomento de su autonomía económica¹⁴.

Este programa se encuentra alineado a la Política de la Dirección Municipal de la Mujer¹⁵, en la que se definen cuatro ejes de trabajo:

1. Ciudadanía y participación en igualdad de condiciones.
- 2. Impulso a la autonomía económica de las mujeres.**
3. Metrópoli, barrios y espacios públicos incluyentes, seguros, sostenibles para todas y todos con capacidades resilientes.
4. Fortalecimiento de las capacidades municipales en género para la igualdad entre sus habitantes.

Los ejes de la Política están orientados hacia las acciones directas con las mujeres en el marco de las competencias municipales, para mejorar su participación, ejercicio pleno de su ciudadanía y autonomía económica.

La ciudad de Guatemala en su Plan de Reactivación Económica post COVID-19 ha impulsado los distritos de oportunidad a lo largo del eje central de la ciudad; más concretamente el Distrito Tívoli, que comprende la zona 9, Distrito Central, en la zona 1, Distrito NU6, en la zona 6; a cuya estrategia se incorpora el Programa de Activación Económica para mujeres. Este Programa busca generar oportunidades para la participación activa de las mujeres en su desarrollo económico, el de sus familias y la ciudad, fortaleciendo su

14. Documento del Programa Espacio Público, Equipamiento y Formación para el Empoderamiento y la Promoción de la Prevención de la Violencia de Género en la Ciudad de Guatemala.

15. Política y Plan Municipal de Desarrollo Integral de las Mujeres durante su Ciclo de Vida, Municipalidad de Guatemala, 2019-2027.

autonomía financiera para enfrentar el problema de violencia en su contra y disminuir las desigualdades que existen con el género masculino. Esto se lleva a cabo a través de capacitación técnica en competencias blandas, acreditación de competencias, formación en animación emprendedora, impulso a emprendimientos de mujeres, formación financiera administrativa, formación en figuras asociativas, gestión y negociación financiera y la realización de las Ferias de Activación Económica “UN PASO ADELANTE PARA EL EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO”.

El **Programa de Activación Económica** surge de los resultados del Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, el cual se realizó a través de la metodología de investigación-acción participativa. El Diagnóstico se centró en obtener información relativa a la caracterización y segmentación de las actividades económicas existentes; caracterización de las instituciones públicas que se ubican en el Centro Cívico, características de la población que transita y habita en la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, así como la población de áreas de influencia, con especial atención en la caracterización de las mujeres y teniendo en cuenta el tejido social y económico del entorno en el que se pretende implementar el programa.

4. Metodología utilizada para la elaboración del Programa de Activación Económica

La metodología implementada para la creación del Programa de Activación Económica en el espacio público de la Sexta Avenida “A” de 14 a 21 calle, zona 1, ciudad de Guatemala, para el año 2023, está fundamentada en la Investigación-Acción Participativa, IAP. Esta es una metodología participativa de carácter cualitativo que permite durante el proceso de elaboración, interactuar y reflexionar, no es necesario terminar una fase para pasar a la siguiente.

A efectos de este proceso podemos entender que la primera fase la constituye el diagnóstico, la segunda la implementación de las Ferias de Activación Económica y la tercera la elaboración del Programa de Activación Económica, creando un binomio entre el conocimiento y la acción. (Colmenares E. Ana Mercedes, Universidad Pedagógica Experimental Libertador, 2012).

4.1 Diagnóstico

El diagnóstico permitió comprender la dinámica social y económica del espacio público de la Sexta Avenida “A” de 14 a 21 calle, zona 1; siendo todo un reto para el equipo investigador quienes se enfrentaron a dos situaciones complejas, a) Desconfianza de las personas para dar información y d) Altos niveles de inseguridad.

Para la recopilación de los datos se realizaron recorridos en el área, durante los cuales se documentó información de quinientos cuarenta y tres locales (543); participaron en la entrevista grupal en línea dieciséis (16) mujeres emprendedoras, que han recibido capacitaciones técnicas en los programas que impulsa la Municipalidad de Guatemala a través de sus diferentes dependencias; se hicieron entrevistas a veintiún (21) mujeres que participaron en Ferias de Activación Económica, a través de las cuales se pudo identificar las principales necesidades de capacitación y apoyo para mejorar sus experiencias en emprendimientos.

En el análisis del diagnóstico se incluyeron opiniones de ochenta y ocho (88) mujeres que participaron en los conversatorios de mujeres que hacen uso del espacio público de la Sexta Avenida "A".

Entre los resultados obtenidos, cabe mencionar que la edad promedio de las 125 mujeres consultadas a través de entrevistas individuales, entrevistas grupales en línea; se encuentra entre los 31 y 40 años; de ellas el 50% ha culminado el ciclo de educación básica y la mayoría tiene la responsabilidad del núcleo familiar con un promedio de 3 hijos¹⁶.

Del Diagnóstico se extrae que la percepción de inseguridad en el área ha contribuido a que muchos locales comerciales se encuentren cerrados; situación que puede ser aprovechada por las mujeres interesadas en iniciar un negocio de forma individual o en asociación entre varias. A través del programa se contempla apoyar con procesos de capacitación y gestión a las mujeres que se encuentran al frente de negocios en los espacios recuperados y animar a otras a instalar sus negocios.

Además, se identificaron necesidades de capacitación en diferentes áreas lo que representa una oportunidad para las personas, beneficiarias de los programas y/o acciones de la propia Municipalidad y otras instituciones que brindan formación técnica.

El Diagnóstico también recoge información de mujeres que han participado en las Ferias de Activación Económica que se realizaron durante la fase de investigación lo que permitió conocer datos de escolaridad, áreas en las que han recibido capacitaciones técnicas y en qué áreas consideran que necesitan formación y capacitación, la cantidad de mujeres participantes que se desempeñan como jefas de hogar, si su vivienda es propia o alquilada, etapa en la que se encuentran sus emprendimientos y si ya fueron formalizados o no, entre otros.

¹⁶. Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida "A" de la 14 a 21 calle, zona 1, Ciudad de Guatemala.

Las mujeres que están vinculadas a emprendimientos refieren que tienen poco conocimiento en temas financieros, falta de controles de gastos y ganancias; lo que se vende diariamente les permite subsistir. Hay evidencia de una necesidad de aprender a vender, de poco conocimiento en el uso de recursos tecnológicos para mejorar sus negocios y existe mucho interés en capacitarse en habilidades blandas que van desde temas de habilidades técnicas, temas financieros, administración y finanzas.

4.2 Ferias de Activación Económica

Con las Ferias de Activación Económica la Municipalidad de Guatemala pretende reactivar espacios públicos de la ciudad potenciando los emprendimientos de las mujeres. Así, a través de las Alcaldías Auxiliares de cada uno de los distritos en las 22 zonas de la ciudad, se facilitan espacios a mujeres emprendedoras para promocionar y vender sus productos.

Las Ferias de Activación Económica son un espacio abierto para que las mujeres que han tenido la oportunidad de capacitarse puedan promocionar y vender sus productos y con ello, generar recursos económicos que les permitan aportar a la economía familiar. Según se concluye en el diagnóstico¹⁷

“Las Ferias de Activación Económica son eventos importantes para propiciar el comercio de emprendimientos que se encuentran en sus etapas tempranas, así como para realizar validación de sus productos con posibles compradores de todas las generaciones”.

4.2.1 Objetivo

Implementar ferias temáticas¹⁸, según los eventos planificados en los Distritos de Oportunidad o zonas específicas de la ciudad que permitan identificar nuevas oportunidades de negocio, fortalecer emprendimientos existentes, para propiciar espacios de convivencia que fortalezcan el capital social.

Anexo 1. Mosaicos humanos.

4.2.2 Principales beneficiarias

Las mujeres emprendedoras participantes en las Ferias serán mujeres con edades comprendidas entre los 20 y los 50 años, vecinas de la ciudad de Guatemala y los municipios urbanos aledaños, que forman parte de la tasa

17. Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida “A” de

la 14 a 21 calle zona 1, Ciudad de Guatemala, Orozco Paredes, Ezra Israel.

18. Feria de Activación Económica del Distrito NU6, Encuentro por la Paz, realizada en octubre del 2022 en el Campo Manía Villatoro, cuyo atractivo principal fue la elaboración de Mosaicos Humanos; La Feria de Activación Económica del Distrito Central, zona 1; fue las terrazas que permitieron que los comercios sacaran su servicio al espacio público.

del 75.7% de informalidad del país, de acuerdo con la información presentada por la ENEI 2021. La participación de mujeres emprendedoras en las Ferias de Activación Económica puede darse de dos formas; 1) Invitación a mujeres emprendedoras identificadas en las áreas donde se desarrollan las Ferias, con el propósito de fortalecer lo que ya existe, 2) Selección de mujeres egresadas del Programa de capacitaciones técnico-productivas de la Dirección de Desarrollo Social, quiénes hayan mostrado mejores habilidades y desempeño, de forma rotativa, para que todas tengan la experiencia.

4.2.3 Principales líneas de abordaje en las Ferias de Activación Económica

Las principales líneas de abordaje en las Ferias de Activación Económica incluyen la promoción de servicios, exhibición y venta de productos elaborados por las mujeres emprendedoras; talleres demostrativos, espacios de información, presentación de historias de éxito que inspiren a otras mujeres y estilos de vida saludables en el espacio público.

Los principales temas a incluir en las Ferias de Activación Económica son:

4.2.3.1 Gastronomía

Tiene como fin el fomento de la gastronomía guatemalteca, con recetas transmitidas de generación en generación y la promoción del emprendimiento local. Además de propiciar y generar espacios de convivencia sirve como medio de exploración de oferta y demanda de los servicios de alimentación que generan recursos para las mujeres emprendedoras. Permite también la realización de retos culinarios entre las participantes.

4.2.3.2 Imagen personal

La Feria de Activación Económica ofrece oportunidades a mujeres que se han capacitado en la elaboración de productos naturales de belleza tales como, el cuidado de la piel, el cabello, aceites aromáticos, sales relajantes para el baño, para que los puedan promocionar y vender. Además, quiénes se han capacitado en áreas de belleza, cortes de cabello, cepillado y decoración de uñas brindan demostraciones para ofrecer sus servicios en sus locales o citas en línea. Para el caso específico de la Sexta Avenida "A" existe una oportunidad de prestación de servicios en estas áreas a las mujeres que trabajan en las instituciones ubicadas en el Centro Cívico de la ciudad.

4.2.3.3 Mujeres emprendedoras

El Programa Técnico Productivo de la Dirección de Desarrollo Social; el Programa Piloto de Liderazgo y Emprendimiento de la Secretaría de Asuntos Sociales y el Programa Mujer Acción Participación de la Dirección de la Mujer, convocan a emprendedoras de distintas temáticas para vender sus productos: manualidades, bisutería, productos de cuidado e imagen personal y gastronomía (platillos tradicionales, antojitos típicos, dulces y bebidas tradicionales) que elaborarán, venderán y dispondrán en toldos con sillas para las personas visitantes.

Los productos gastronómicos y servicios estarán a disposición de las personas que transiten por la zona y de las personas trabajadoras de las instituciones públicas y privadas del área de influencia.

4.2.3.4 Comercios del sector

Al seleccionar el lugar donde se instala la Feria de Activación Económica, se debe identificar los negocios existentes que sumen valor a la feria con los productos que ofrecen. Con los comercios que estén interesados se coordina su participación, teniendo así la oportunidad de ampliar sus ventas, de forma ordenada en el espacio público controlado, acorde a la Guía Municipal para el Diseño de Espacios Públicos con Enfoque en la Prevención de Violencia de Género para la ciudad de Guatemala, pudiendo extender su servicio a la vía pública y ampliar sus horarios. Como sucedió en la fase de diagnóstico, en la que se implementaron 4 Ferias de Activación Económica, el restaurante La Mezquita en la zona 1 brindó su servicio en la banqueta, utilizando tableros con sombrillas, lo cual generó impacto social positivo en el área y según refirió la administración de dicho negocio, incrementaron sus ventas. **Anexo 2.** Fotografías Restaurante La Mezquita, zona 1.

4.2.3.5 Talleres demostrativos

Estos talleres son desarrollados en el marco de la feria por el equipo de educadoras del Programa Mujer Acción Participación de la Dirección Municipal de la Mujer. En estos se realizan proyectos como encapsulado de globos, letras decorativas y decoración de sandalias, entre otros; que estén acorde al lugar y temporada de realización de la feria y que aporten a ir cambiando los estereotipos de género. Se brinda capacitación y acompañamiento para que vecinas y vecinos que visitan la feria se interesen en participar en los cursos de capacitación técnica que les permitan desarrollar habilidades y destrezas que les puedan servir para implementar ideas de negocio y con ello fortalecer su autonomía económica. **Anexo 3.** Fotografías de talleres demostrativos.

4.2.3.6 Módulo informativo

Las Ferias de Activación Económica brindan la oportunidad de divulgar información referente a temas de empoderamiento económico, desarrollo de las mujeres y prevención de violencia, por lo que la Dirección de la Mujer instala el módulo informativo en el que se proporciona información de los programas y servicios que se ofrecen, así como también información de otras dependencias municipales e instituciones interesadas en difundir sus mensajes de sensibilización e información sobre temas relevantes que faciliten el acceso a la información de las mujeres, como herramientas poderosas para la prevención de la violencia contra las mujeres y las niñas. La información se brinda en forma lúdica contando con diferentes dinámicas que promueven la participación de las personas asistentes. **Anexo 4.** Fotografías del módulo informativo.

4.2.3.7 Historias de éxito

Se identifican historias de éxito de personas residentes en la zona o en la ciudad, cuya historia inspire a las mujeres que están iniciando con sus emprendimientos. Las historias son documentadas por el equipo de comunicación de la Dirección Municipal de la Mujer y son presentadas el día de la Feria. Las personas protagonistas de las historias de éxito son invitadas a la presentación con el propósito de generar un conversatorio que permita interactuar con personas que han tenido ya la experiencia de emprender y haber tenido éxito al contar con negocios consolidados y que además han generado empleo para otras personas. Las historias presentadas hasta este momento coinciden en tres aspectos fundamentales: **Anexo 5.** Historias documentadas y **Anexo 6.** Ficha de documentación de historia.

- Tener un sueño y luchar por ello.
- El apoyo familiar ha sido determinante en el logro de sus sueños.
- Para llegar al éxito hay que ser perseverantes, insistir y resistir.

4.2.3.8 Animación de la Feria de Activación Económica

La programación de la Feria de Activación Económica “Un paso adelante en el empoderamiento económico de las mujeres” incluye una hora para el Programa Muni en Movimiento que convoca a las mujeres que asisten regularmente a las clases de Zumba en las 22 zonas de la ciudad, lo que permite una integración de las actividades que implementa la Municipalidad de Guatemala, para el

19. Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida “A” de la 14 a 21 calle, zona 1, Ciudad de Guatemala.

fortalecimiento de la participación ciudadana de las mujeres en el espacio público.

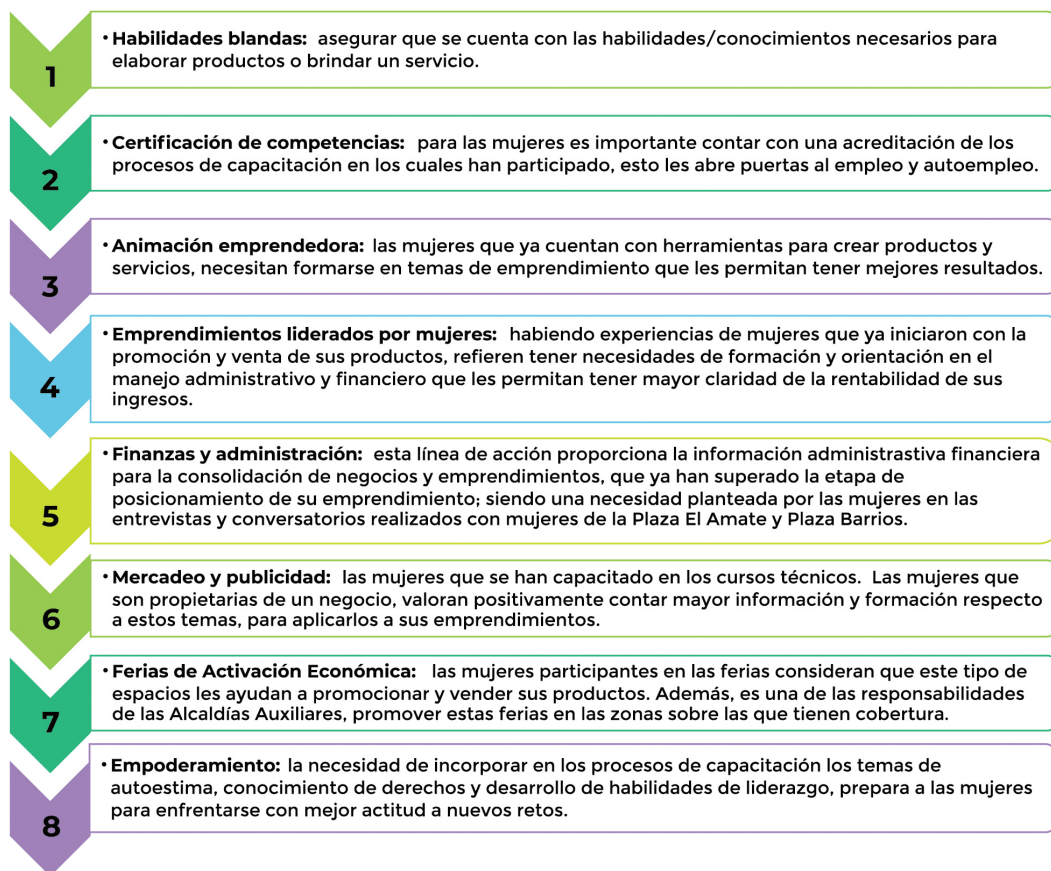
También puede incluir la presentación de elenco artístico, como la marimba municipal. Es importante señalar que la animación de la Feria depende de los recursos institucionales que se tengan disponibles, quedando abierta la posibilidad de realizar coordinaciones con otras instituciones para potenciar la participación de elencos artísticos; siempre y cuando estén en sintonía con la temática seleccionada. **Anexo 7.** Agenda de una Feria de Activación Económica. **Anexo 8.** Croquis del montaje de una Feria.

5. Prioridades para la formulación del Programa de Activación Económica

Para la formulación del Programa, se realizó una revisión de documentos teóricos relacionados con el tema emprendimientos, priorizando el abordaje de las necesidades expresadas por las mujeres, como lo reflejan las siguientes conclusiones más relevantes del diagnóstico¹⁹:

- La capacitación técnica de las mujeres es indispensable para la creación de productos y servicios como primer paso para la creación de emprendimientos, por lo que es importante lograr la certificación de estas habilidades y destrezas.
- Las Ferias de Activación Económica son eventos importantes para propiciar el comercio de emprendimientos que se encuentran en sus etapas tempranas, así como para realizar validación de sus productos con posibles compradores de todas las generaciones.
- Es importante fortalecer los conocimientos de las emprendedoras, ya que a pesar de contar con una buena educación financiera a nivel personal (cuentan con ahorros significativos), no llevan control de sus ventas, gastos y ganancias, por lo que desconocen la situación financiera de sus emprendimientos.

Tomando en consideración las **áreas de mayor** interés señaladas por las mujeres emprendedoras y la revisión bibliográfica relacionada con el tema, se han definido ocho bloques temáticos prioritarios como base para la elaboración del Programa de Activación Económica.



6. Programa de Activación Económica

Como ya se mencionó anteriormente, la formulación del Programa parte de las demandas de las mujeres y se configura como un programa que puede implementarse en las 22 zonas de la ciudad, según las prioridades que establezca la Municipalidad de Guatemala, ajustándose a las características del sector, como las de las personas que lo habitan y transitan.

El Programa de Activación Económica comprende un proceso de capacitación de habilidades técnicas, certificación de competencias, desarrollo de habilidades administrativas, gerenciales y financieras, que puede desarrollarse en las áreas donde se encuentran las mujeres, para facilitar su participación y hacer accesibles las oportunidades que el programa ofrece.

6.1 Objetivo general

Contribuir al desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos liderados por mujeres en los espacios públicos recuperados por la Municipalidad de

Guatemala, que garanticen la sostenibilidad y autonomía económica de las mujeres.

6.2 Objetivos específicos

- Definir los contenidos de los módulos de formación y capacitación que respondan a las necesidades expresadas por las mujeres en las Ferias de Activación Económica y lo reflejado en el Diagnóstico.
- Desarrollar estrategias que permitan incrementar la participación de las mujeres en espacios de comercialización dentro del espacio público de la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1.
- Crear la guía de implementación del Programa Activación Económica para las mujeres de la ciudad de Guatemala, que incorpore los diferentes niveles en que se encuentran las mujeres, según su nivel educativo, condiciones socioeconómicas y habilidades técnicas.

6.3 Resultados esperados

- Apoyar a las mujeres a mejorar sus condiciones de vida según el nivel en que se encuentren, (pisos pegajosos, escaleras rotas o techos de cristal); desde la vinculación con los procesos de capacitación, la certificación de competencias, la animación para el emprendimiento, la asesoría a emprendimientos liderados por mujeres: formas de asociación, mercadeo, uso de recursos tecnológicos, identificación y acercamiento a fuentes de financiamiento, hasta la participación en Ferias de Activación Económica.
- Fortalecer el autoconcepto que las mujeres tienen de sí mismas a través de facilitar el acceso a la información y formación que les permitan desarrollar procesos de resiliencia.
- Promover la capacitación técnica y empresarial en las mujeres de la ciudad, animándolas a ser agentes de cambio y promotoras de nuevas oportunidades.
- Mayor acceso para las mujeres a oportunidades de fortalecimiento de su autoestima, capacitación en habilidades técnicas y desarrollo de habilidades de liderazgo; que favorezcan las actividades emprendedoras para incursionar en los mercados rentables dentro de una ciudad económicamente activa, contribuyendo a la creación de nuevos empleos.
- Generar ingresos económicos propios y promover el control sobre la utilización de los mismos, tomando en consideración que un gran porcentaje de las mujeres beneficiadas con estas acciones son jefas de hogar.

- Reducir el número de mujeres que sufren violencia dentro del hogar como consecuencia de la dependencia económica.
- Aumentar la participación de las mujeres en actividades que tengan como objeto proporcionar habilidades y/o conocimientos que permitan la creación de emprendimientos.

6.4 Alcances del Programa

El Programa de Activación Económica implementado en la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, persigue los siguientes alcances:

- Que sea un programa replicable en las 22 zonas de la ciudad a través de la coordinación con las Alcaldías Auxiliares, como estrategia para la sostenibilidad de los espacios públicos recuperados por la Municipalidad de Guatemala.
- Formalización de los negocios existentes que se encuentran en la informalidad; mediante la capacitación y asesoría legal para la realización de los procedimientos legales, mercantiles y sanitarios.
- Asociatividad y solidaridad entre mujeres que tengan interés en iniciar un negocio, mediante la conformación de asociaciones y/o tipo de organización que sea de su interés.
- Vinculación de mujeres emprendedoras con financiamiento y ahorro, a través de espacios de intercambio y ruedas de negocios.

6.5 Actores del Programa

La implementación del Programa de Activación Económica requiere esfuerzos de coordinación interna con las diferentes dependencias municipales, la cual estará a cargo de la Dirección Municipal de la Mujer para garantizar los apoyos necesarios entre los cuales se harán cierres de calles, limpieza del área, apoyo logístico, elencos artísticos, presencia de seguridad, convocatoria a vecinos, convocatoria a mujeres emprendedoras, entre otros.

La coordinación con actores externos a la Municipalidad de Guatemala podrá variar dependiendo de las características propias de la zona o distrito donde se implemente el Programa; ésta también estará a cargo de la Dirección Municipal de la Mujer y de las Alcaldías Auxiliares.

Para el caso concreto de la Sexta Avenida “A” de la 14 a la 21 calle, zona 1, se consideran los siguientes actores:

Actores del Programa



En el caso específico de las instituciones financieras, participarán en el programa según la fase en que se encuentren las emprendedoras, principalmente como se detalla en los módulos III y V.

7. Estructura del Programa de Activación Económica

El Programa ha sido estructurado con base a los hallazgos del Diagnóstico priorizando cinco líneas de acción para dar respuesta a las necesidades y oportunidades identificadas. Cada línea de acción tiene sus respectivas estrategias, que se operativizan a través del desarrollo de los módulos de contenidos para lograr los objetivos del Programa de Activación Económica.



La flexibilidad del Programa al estructurarse en cinco líneas de acción; estrategias y módulos de aprendizaje, permite que las mujeres se integren al proceso según la fase en que se encuentren, contribuyendo así a su autonomía económica como estrategia para promover la igualdad y romper con el círculo de violencia de género.

8. Líneas de acción del Programa

El Programa de Activación Económica está integrado por cinco (5) líneas de acción, con sus respectivas estrategias de implementación, que se operativizan en módulos de contenidos. De estos módulos surgen los contenidos de tipo abierto, razón por la cual cada módulo tiene su perfil de ingreso, lo que permite que todas las mujeres interesadas tengan oportunidad de participar en el programa, indistintamente del nivel en que se encuentren, a) incorporándose a la oferta de capacitación técnica, b) certificando sus conocimientos y habilidades, c) introduciendo mejoras en sus emprendimientos para hacerlos más rentables y d) escalando sus negocios a mayor rentabilidad; siguiendo la lógica de los tres estadios: pisos pegajosos, escaleras rotas y techos de cristal, privilegiando el principio de inclusión.

Son muchas las mujeres que experimentan sentimientos de poca valoración hacia sí mismas, falta de confianza personal y una autoestima baja. Esto se da por diferentes razones, tales como el miedo a las críticas que sufren, basadas en los mismos pensamientos machistas a los que se enfrentan y la carencia de apoyo que les permite empoderarse para seguir creciendo tanto personal como económicamente.²⁰ Bajo ese contexto también sugiere que se generen metodologías específicas para las mujeres emprendedoras, donde también se toque el área psicológica, de empoderamiento y de autoestima” (De León Cindy, 2021), En este informe encontramos el sustento teórico a la premisa planteada en la Dirección Municipal de la Mujer a través de la fórmula de empoderamiento planteada de la siguiente manera:

$$\{ \text{Autoestima} + \text{Conocimiento de Derechos} + \text{Habilidades de liderazgo} \} = \text{Empoderamiento}$$

²⁰ Contexto de las Mujeres Jóvenes Emprendedoras en Guatemala, Cindy de León, 2021, pág. 26.

Empoderamiento	Capacitación técnica	Certificación de competencias	Emprendimientos liderados por mujeres	Ferias de Activación Económica
<ul style="list-style-type: none"> • Módulo Autoestima • Módulo Conocimiento de Derechos • Módulo Habilidades de Liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Módulos de capacitación técnica <ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía • Respostería • Bisutería • Manualidades • Imagen personal • Cortes de cabello • Maquillaje • Manicura 	<ul style="list-style-type: none"> • Evento de certificación de competencias • Coordinación con la Dirección de Educación Extraescolar • Diseño del portafolio de acreditación • Actividades de práctica de habilidades • Entrega de acreditaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Módulo animación emprendedora <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad emprendedora • Participación de las mujeres en emprendimientos • Ideas de negocios y oportunidades • Modelo de negocios • Propuesta de valor • <i>Design Thinking</i> enfatizar, definir, idear • Prototipo y validación de la idea • Módulo de comunicación y gestión <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva • Técnicas de gestión y negociación • Emprendimientos individuales y colectivos • Plan de negocios • Registro mercantil • Registro en la SAT • Registro sanitario • Módulo de finanzas <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto • Definición de precio • Margen de ganancia • Punto de equilibrio • Ahorro y reinversión • Instituciones financieras • Módulo de mercadeo y publicidad <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de marca, logotipo, empaque • Catálogo de servicios • Control de calidad • Módulo de Comercialización <ul style="list-style-type: none"> • Comercialización • Pagina web • Canales de venta • Innovación 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización y realización de Ferias de Activación Económica • Definir temáticas de ferias acordes a la zona y/o distrito • Identificación de actores locales

8.1 Línea de acción 1: Empoderamiento de las mujeres

Esta línea de acción, incluye el desarrollo de tres módulos de capacitación, donde las mujeres descubren sus habilidades y capacidades para tener mayor éxito en los proyectos que deseen emprender, a partir de autovaloración de sí mismas, conocimiento de sus derechos y desarrollo de habilidades de liderazgo.

Las líneas de acción tres y cuatro (3. Certificación de competencias y 4. Emprendimientos liderados por mujeres), tendrán como condición de ingreso haber recibido los tres talleres de empoderamiento de las mujeres definidos en la fórmula de la Dirección Municipal de la Mujer.²¹

8.1.1 Estrategia 1: Talleres de capacitación con dinámicas participativas

El empoderamiento de las mujeres comprende el desarrollo de tres módulos estructurados en talleres con metodología participativa, con enfoque pedagógico de aprender-haciendo.²²

Objetivo	Favorecer el autoconocimiento de las mujeres para recuperar su autoconcepto que les permita emprender su proceso de crecimiento y desarrollo.
Perfil de ingreso	Mujeres de las 22 zonas de la ciudad con deseos de iniciar un proceso de cambios importantes en su vida, que les permitan iniciar procesos de formación y capacitación, emprender o postularse para un empleo.

21. [Autoestima + Conocimiento de Derechos + Habilidades de Liderazgo]=Empoderamiento, proceso experimentado con otros grupos de mujeres (mujeres aspirantes a conductoras de Transmetro) donde ha quedado demostrada su funcionalidad.

22. La metodología Aprender-haciendo o *Learning by Doing* es un aprendizaje caracterizado por estar presente en muchas de las técnicas y metodologías activas que están transformando las aulas: es el caso del Aprendizaje Basado en Proyectos y en Problemas, la cultura maker o la Clase al revés.

Contenidos	<p>Módulo I: Autoestima</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementos que conforman la autoestima • Niveles de la autoestima • Factores que favorecen la autoestima • Resiliencia <p>Módulo II: Conocimiento de derechos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Derechos Humanos • Características de los derechos humanos • Derechos humanos de las mujeres <p>Módulo III: Desarrollo de habilidades de liderazgo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepto de liderazgo • Tipos de liderazgo • Liderazgo de las mujeres • Características de las mujeres líderes
Actividades	<p>Convocatoria para las participantes</p> <p>Coordinación logística</p> <p>Organización del grupo</p>
Duración	9 horas
Modalidad	Presencial
Responsable	Dirección Municipal de la Mujer

8.2 Línea de acción 2. Capacitación y formación

La capacitación y formación está organizada por módulos de aprendizaje; incluyendo las áreas de gastronomía, repostería, bisutería, manualidades, imagen personal, cortes de cabello, maquillaje y manicura.

8.2.1 Estrategia 1: Coordinación y vinculación

Coordinar con los programas municipales ya existentes en la Dirección de Desarrollo Social, Dirección Municipal de la Mujer y el Centro de Capacitación de la Mujer de la Secretaría de Asuntos Sociales y otras instituciones que brinden cursos de capacitación técnica en los cuales las mujeres puedan participar.

Objetivo	Socializar las oportunidades de capacitación técnica que brinda la Municipalidad de Guatemala a través de sus diferentes dependencias.
Perfil de ingreso	Edad de ingreso: 18 años en adelante Escolaridad: Primaria (indispensable saber leer y escribir) Haber recibido los tres módulos de la línea de acción 1, no es indispensable contar con conocimientos previos del área a capacitarse.
Cursos capacitación técnica	<p>Curso I: Gastronomía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía típica • Gastronomía internacional • Cocina saludable <p>Curso II: Repostería</p> <ul style="list-style-type: none"> • Repostería básica • Técnicas de decoración • Alta repostería <p>Curso III: Cultura de belleza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tratamientos capilares • Cortes de cabello: damas, caballeros, niñas y niños • Secado y peinado de cabello <p>Curso IV: Manualidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de letras • Manualidades • Encapsulado de globos • Decoración de eventos <p>Curso V: Bisutería</p> <ul style="list-style-type: none"> • Collares, aretes, pulseras, llaveros, entre otros.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelera informativa en las Casas Municipales de la Mujer. • Coordinación con la Unidad de Programas Sociales de Desarrollo Social. • Publicar fechas de inscripción a cursos de capacitación técnica mediante las redes sociales de la Dirección de la Mujer y Alcaldías Auxiliares. • Registro de inscripción de las participantes en formato correspondiente.
Duración	10 días para la difusión de información. Duración aproximada de cada uno de los cursos: 3 meses
Modalidad	Presencial
Responsables	Programas Sociales de la Dirección de Desarrollo Social y Alcaldías Auxiliares

8.3 Línea de acción 3. Certificación de competencias

Acreditar la formación y capacitación que las mujeres han adquirido en los diferentes programas de capacitación que brinda la Municipalidad de Guatemala por el Ministerio de Educación mediante la Dirección de Educación Extraescolar, DIGEEX.

8.3.1 Estrategia 1: Acreditación de competencias

Con la Dirección General de Educación Extraescolar, DIGEEX, para que a través de CEMUCAF²³ se acrediten las competencias que las mujeres han adquirido en los cursos de capacitación técnica.

Objetivo	Acreditación de competencias técnicas a las participantes de los distintos programas de capacitación de la Municipalidad de Guatemala, interesadas en iniciar un emprendimiento.
Perfil de Ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres que han concluido satisfactoriamente los cursos impartidos por las dependencias municipales con habilidades técnicas en las áreas de: gastronomía y repostería, cultora de belleza, manualidades y bisutería. • Haber recibido los tres módulos de la línea de acción 1.
Evento de certificación de competencias	Se organiza un evento público para la entrega de certificaciones que acreditan que las mujeres capacitadas cuentan con las herramientas necesarias para desempeñarse en esa área.
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> • Coordinación y gestión de la certificación por la instancia competente, CEMUCAF • Registro de participantes • Evaluación de competencias • Acto de entrega de certificaciones
Duración	4 horas
Modalidad	Presencial
Responsable	Dirección Municipal de la Mujer

23. Centros Municipales de Capacitación y Formación Humana, CEMUCAF, existe un convenio con el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Educación Extraescolar, DIGEEX y la Dirección Municipal de la Mujer para su implementación.

8.4 Línea de acción 4: Emprendimientos liderados por mujeres

Incentivar la participación de las mujeres que se han capacitado en el desarrollo de habilidades y destrezas técnicas para la creación de emprendimientos, en procesos de capacitación y asesoría en temas administrativos, legales, tributarios y otros que se consideren imprescindibles para la formalización de los emprendimientos.

8.4.1 Estrategia 1: Talleres de sensibilización emprendedora

Finalizada la formación técnica se busca que las participantes reconozcan el emprendimiento como alternativa económica para la generación de ingresos mediante el autoempleo, adquiriendo conocimientos básicos en cada uno de los módulos, con apoyo de la metodología aprender-haciendo.

<p>Objetivo</p>	<p>Motivar a las mujeres a fortalecer sus negocios existentes o el inicio de emprendimientos, con base a las habilidades técnicas adquiridas en los distintos programas de la Municipalidad, acreditados por el Ministerio de Educación a través de CEMU-CAF.</p>
<p>Perfil de ingreso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres con certificación técnica otorgada por la Municipalidad de Guatemala y la Dirección de Educación Extraescolar del Ministerio de Educación, DIGEEX, con interés en iniciar y/o mejorar un emprendimiento. • Haber recibido los tres módulos de la línea de acción 1.

<p>Contenido</p>	<p>Módulo I: Animación emprendedora</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilidad emprendedora • Participación de las mujeres en emprendimientos • Ideas de negocios y oportunidades • Modelo de negocios • Propuesta de valor • <i>Design Thinking</i>: empatizar, definir, idear • Prototipo y evaluación de la idea <p>Módulo II: Comunicación y gestión</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunicación asertiva • Técnicas de gestión y negociación • Emprendimientos individuales y colectivos • Plan de negocios <p>Módulo III: Finanzas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presupuesto • Definición de precio • Margen de ganancia • Punto de equilibrio • Ahorro y reinversión • Instituciones financieras <p>Módulo IV: Mercadeo y publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la marca, logotipo, empaque • Catálogo de servicios • Control de calidad <p>Módulo V: Comercialización</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ferias de Activación Económica • Ventas en línea • Página web • Canales de venta • Innovación • Conversatorios • Intercambio de información (proveedores, clientes, oportunidades de crecimiento) • Presentación de emprendimientos • Generación de alianzas estratégicas • Espacios de colaboración
<p>Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Organizar y planificar el desarrollo de los módulos de capacitación • Convocatoria • Coordinación logística • Desarrollo de los módulos
<p>Duración</p>	<p>15 horas (3 horas cada módulo)</p>
<p>Modalidad</p>	<p>Presenciales</p>
<p>Responsables</p>	<p>Dirección Municipal de la Mujer, Programa de Empoderamiento Económico</p>

Línea de acción 5: Ferias de Activación Económica

Promover la activación económica de las mujeres en el espacio público, brindando espacio de oportunidades, promoción y comercialización de producto y/o servicios, permitiendo la vinculación de la investigación-acción, el empoderamiento de las mujeres y la transformación de la realidad social.

8.4.2 Estrategia 5.1 Organización de Ferias

Dirigidas a mujeres que participan en programas de capacitación técnica de la municipalidad y emprendedoras que han participado con anterioridad en estos programas.

Objetivo	Organizar y realizar ferias temáticas en el espacio público en los Distritos de Oportunidad, para que las mujeres emprendedoras promocionen y vendan sus productos, así como potenciar los negocios existentes en el área.
Perfil de ingreso	<ul style="list-style-type: none"> • Mujeres emprendedoras con productos de gastronomía y repostería, manualidades, bisutería y productos para el cuidado de imagen, productos de belleza, aceites aromáticos para masajes y sales relajantes para baño; para promocionar y/o vender. • Mujeres con negocios existentes en el sector donde se realice la Feria. • Negocios existentes que quieran ampliar sus servicios en el espacio público.

<p>Contenido</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomía y repostería: promoción y venta de productos a las personas asistentes a la Feria. • Productos para mejorar la imagen personal: productos de belleza, prestación de servicios, masajes, corte de cabello, entre otros. • Manualidades: productos para la venta. • Historias de éxito: mujeres emprendedoras que ya han consolidado su negocio, comparten su experiencia con las personas asistentes a la Feria. En cada Feria se presentan 3 historias. • Talleres demostrativos: El equipo de educadoras de la Dirección Municipal de la Mujer estará realizando talleres demostrativos, según la temática de la feria, como, por ejemplo: de bisutería, encapsulado de globos, letras decorativas, etc. • Módulo informativo: La Dirección de la Mujer instala información sobre la temática de prevención de la violencia acompañada de actividades lúdicas con el fin de sensibilizar sobre la problemática. Los Distritos de Oportunidad disponen de un espacio para colocar información de los proyectos de desarrollo que se están realizando ahora y lo que sucederá a futuro. • Animación de la Feria: clase de Zumba, presencia de la Marimba Municipal.
<p>Actividades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones de coordinación • Programación de actividades • Identificación de historias de éxito • Documentación de historias de éxito • Coordinación logística • Gestión de permisos y trámites para uso del espacio público • Selección de emprendimientos participantes y firma de compromisos
<p>Duración</p>	<p>6 horas</p>
<p>Modalidad</p>	<p>Presencial</p>
<p>Responsables</p>	<p>Dirección de la Mujer Distritos de Oportunidad Instituciones invitadas Alcaldías Auxiliares Direcciones y coordinaciones municipales</p>

9. Condiciones de seguridad para la implementación del Programa de Activación Económica y las Ferias de Activación Económica

Se implementarán las medidas de seguridad en la Sexta Avenida “A” de la zona 1 de la ciudad de Guatemala, entre la 14 y la 21 calle, con el fin de cambiar la percepción actual de la seguridad del espacio público, proporcionando un espacio seguro de mayor tránsito para beneficio de la actividad económica del sector.

Dentro de las acciones para el fortalecimiento de la seguridad en la vía pública se contemplan:

- Mejorar la infraestructura de las aceras, reparación de tapaderas, de tragantes de agua, drenajes y contadores.
- Asegurar la limpieza del área incluida la poda de árboles cuando sea necesario.
- Coordinar la presencia policial en el área a través de unidades peatonales y en bicicletas.
- Organizar acciones de prevención y disuasión entre los comercios existentes tales como hacer sonar timbres o silbatos.
- Mejorar la iluminación vehicular y peatonal para facilitar la movilidad segura de las mujeres a los centros laborales, recreativos y otros; aplicando los criterios de la Guía Municipal para el Diseño de Espacios Públicos con Enfoque en la Prevención de Violencia de Género para la ciudad de Guatemala.
- Realizar la negociación para la habilitación de locales comerciales vacíos en la zona, como oportunidad para las emprendedoras.

Las instituciones públicas con competencias en el tema de seguridad desde el Estado y dependencias municipales son:



10. Evaluación del Programa de Activación Económica

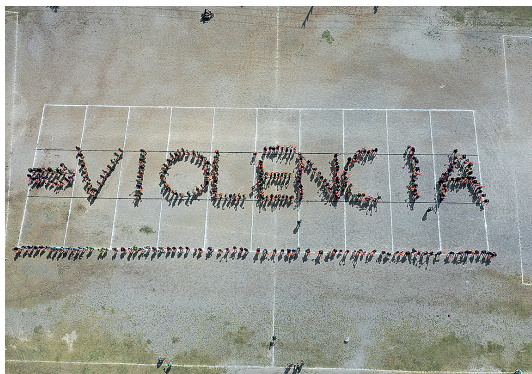
Siendo que el programa es impulsado por la Dirección Municipal de la Mujer de la Municipalidad de Guatemala, sus actividades serán parte del plan operativo anual y, por lo tanto, objeto del cumplimiento de metas establecidas en la Metodología de Franklin Covey²⁴, Metas Crucialmente Importantes, -MCI-, donde se evalúa semanalmente el nivel de satisfacción de las usuarias a través de la Metodología NPS (encuestas de satisfacción). Asimismo, se evaluará la pertinencia de los contenidos de los módulos de capacitación y formación del Programa que permita ir adaptando y actualizando los contenidos a las necesidades reales de las mujeres participantes. El Programa será evaluado anualmente para fortalecer las debilidades que se puedan observar en los procesos de implementación buscando la mejora continua y la fijación de nuevas metas.

Debido que el programa se articula con otras dependencias municipales y organizaciones de la sociedad civil, se programarán dos reuniones durante el año (primero y segundo semestre) para analizar los resultados y la pertinencia del Programa.

24. <https://franklincovey.com.co/las-4-disciplinas-de-la-ejecucion-nuevo/>

11. Anexos del Programa de Activación Económica

11.1 Anexo 1. Mosaicos humanos



11.2 Anexo 2. Restaurante La Mezquita, zona 1



11.3 Anexo 3. Talleres demostrativos



11.4 Anexo 4. Módulo informativo



11.5 Anexo 5. Historias de éxito documentadas



Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico




Historia de éxito
CHEF ALEX QUINTANA
(Quintana Bistrot)
23 DE OCT / CAMPO MANÍA VILLATORO
10:00 HORAS





Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico




Historia de éxito
ESTUARDO Y CARMEN JUÁREZ
(Ay Carmela)
23 DE OCT / CAMPO MANÍA VILLATORO
12:00 HORAS

Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico



Historia de éxito
PATRICIA GARCÍA
(Dressy)
23 DE OCT / CAMPO MANÍA VILLATORO
14:00 HORAS




Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico




Historia de éxito
JAMILE CASTAÑEDA
(Diseño de Modas Jaha)
20 DE NOV / PLAZA ESPAÑA ZONA 9
12:00 HORAS





Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico




Historia de éxito
ANA ARIAS Y OMAR MÉNDEZ
(Darlo Todo)
20 DE NOV / PLAZA ESPAÑA ZONA 9
11:00 HORAS

Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico



Historia de éxito
LUCRECIA PEREZ
(Lola Bistrot Bus)
11:30 HORAS




Feria de activación económica para mujeres
Un paso adelante para el emprendimiento económico



Historia de éxito
VIVIAN ASTURIAS
(Mytika)
09:30 HORAS



11.6 Anexo 6. Ficha de documentación de historia

Modelo de Ficha para Documentar Casos de Éxito de Emprendedoras

El conocer casos de éxito permitirá la identificación de lecciones aprendidas por otras emprendedoras que ya se encuentran más avanzadas en la administración de su negocio. Se podrá conocer las historias de estas mujeres que han logrado salir adelante con sus negocios, así como identificar esas áreas que son importantes de acuerdo a lo que ellas han vivido a través de la experiencia.

Objetivo	Conocer historias de éxito de emprendimientos liderados por mujeres que se encuentren en funcionamiento dentro de la Sexta Avenida "A".
Responsables	
Actividades	
Metodología	
<p>Pasos para realizar un testimonial de caso de éxito:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Recolectar información visualmente 2. Generar el primer acercamiento 3. Realizar la entrevista 4. Tomar fotografías / registro por vídeo 5. Ordenar y redactar adecuadamente la información 6. Presentar la información de una forma creativa 	

11.7 Anexo 7. Agenda de una Feria de Activación Económica

Feria de Activación Económica “MUJERES UN PASO ADELANTE PARA EL EMPRENDIMIENTO ECONÓMICO”

FECHA: _____

TEMA: _____

LUGAR: _____

HORARIO: _____

PARTICIPANTES: _____

Objetivo

ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	RECURSOS	RESPONSABLE

11.8 Anexo 8. Croquis del montaje de una Feria

Feria de Activación Económica "Un paso adelante para el emprendimiento Económico"



11.9 Anexo 9: Documentación de caso Sexta Avenida “A” zona 1, ciudad de Guatemala

Los testimoniales se iniciaron a trabajar por parte de la Dirección de la Mujer en el mes de diciembre, brindando el primer resultado que se presenta a continuación:

Nombre: Miriam Quej

Edad: 42 años

Fecha de nacimiento: 13/07/1980



Doña Miriam, propietaria del comedor Juárez, en donde su especialidad es la comida típica tradicional y vende desayunos, almuerzos y refacciones a los trabajadores de las distintas instituciones circunvecinas a la Sexta Avenida “A” de la 19 a la 20 calle, zona 1.

Desde hace 2 años, en búsqueda de una oportunidad de mejorar sus ingresos y brindarle las oportunidades de estudio a sus hijas, rentó el local ubicado en la Sexta Avenida “A” 20-39, zona 1.

Desde ese entonces, ha elaborados platillos típicos, del gusto popular, (por la sazón y buen trato que les brinda a sus comensales), todas las semanas varía las recetas y la preparación dedicándole un promedio de 50 horas a la semana, ateniendo el local de 6:00 a 16:00 horas.

Últimamente ha buscado mejorar las condiciones de las instalaciones, capacitarse para poder atender mejor a sus clientes y por ello requiere apoyo con gestiones a nivel municipal para poder construir la terraza del local, fachada y formalizar el negocio, (nombre, registro ante SAT y patente de comercio).

Oportunidades encontradas

De la emprendedora:

- Ingreso económico extra para la familia.
- Le gusta cocinar.
- Cuenta con apoyo familiar.

De los clientes:

- Comida de calidad y sabor.
- Precios accesibles.
- Atención cordial para los trabajadores del área.
- La recomendación ha sido de boca en boca.

- Hace uso de *WhatsApp* para socializar el menú.

Competencia directa:

- Dos locales de venta de comida no tan frecuentados.

Colaboradoras:

- Una persona contratada por día, que recibe la remuneración económica al finalizar cada jornada.

Deficiencias encontradas:

- No cuenta con capacitación para la administración de negocios.
- Negocio no formalizado.
- Infraestructura del local en malas condiciones.
- No conoce costos de los platillos.
- No hay estudio de mercado del local.

Otras observaciones

Doña Miriam refiere la importancia de ampliar el local para poder incluir más espacio para los comensales:

- Colocar una televisión.
- Colocar un congelador para vender otros productos.
- Colocar un lavamanos y sanitario para los clientes.
- La dueña del local brindó la autorización para realizar el remozamiento del local (cambio de vidrios, terraza, fachada).

Registro fotográfico



Interior del local



Exterior del local

Bibliografía

ASIES-ONU Mujeres. (2021). El Progreso de las Mujeres en Guatemala para Realizar los Derechos. Guatemala.

Colmenares E. Ana Mercedes, Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (30 de Junio de 2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Revista Latinoamericana de Educación, volumen 3, No. 1, 102-115*, pág. 115. Recuperado el 22 de diciembre de 2022.

Covey, F. (s.f.). Obtenido de <https://franklincovey.com.co/las-4-disciplinas-de-la-ejecucion-nuevo/>

Cuc, J. B. (2021). Desafíos y Oportunidades de las Emprendedoras Guatemaltecas. Guatemala: Idies.

De León Cindy, D. A. (2021). Contexto de las Mujeres y las Jóvenes Emprendedoras Guatemaltecas. Guatemala.

tZelaya, M., Uribe, C., Vanegas, S., Natalia, P., & Casasola, D. (Enero de 2023). <https://gem.ufm.edu/wp-content/uploads/2022/06/GEM-Guatemala-2021-2022.pdf>. Obtenido de <http://www.url.com>

Dirección Municipal de la Mujer. (2019). *Política y Plan Municipal de Desarrollo Integral de las Mujeres durante su ciclo de vida 2019-2027*. Obtenido de MuniGuate: <https://www.muniguate.com/dmm/herramientas/>

Dirección Municipal de la Mujer. (2021). *Conceptualización Dirección Municipal de la Mujer*. Obtenido de MuniGuate: <https://www.muniguate.com/dmm/herramientas/>

Instituto Centroamericano de Estudios Fiscales (ICEFI). (2021). *Mujeres de Guatemala un Análisis de sus Condiciones Económicas y Sociales*. Guatemala.

Instituto Nacional de Estadística. (2015). *Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, 2014*. Guatemala.

Instituto Nacional de Estadística (2021). <https://www.ine.gob.gt/tablero-enei/>.
Ministerio de Finanzas. (2020). <https://bit.ly/3MQ3Jio> Recuperado el 22 de Diciembre de 2022, de Reactivación Económica y social 2021-2025, Proyecto de Presupuesto General de Ingresos y Egresos del Estado para el Ejercicio Fiscal 2021 y Multianual 2025.

OIT. (31 de diciembre de 2020). https://www.ilo.org/americas/programas-y-proyectos/WCMS_714754/lang-es/index.htm#:~:text=%E2%80%9C. Obtenido de Ganar Ganar-La igualdad de género es un buen negocio.

Orozco Paredes, E. I. (2023). *Diagnóstico Participativo para la Elaboración del Programa de Activación Económica de la Sexta Avenida "A" de la 14 a 21 calle, zona 1. Guatemala*

Guía de implementación del Programa de Activación Económica



Consultor

Licda. Mayda Paola Gómez Rodríguez

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez

M.Sc. Dámariz Adriana de León Maldonado

Licda. Julia Margarita López

Melissa Ochoa Grande

Guía de implementación del Programa de Activación Económica

Consultora

Mayda Paola Gómez Rodríguez

Equipo Asesor, Dirección de la Mujer

Licda. Angela Onelia Roca Alvarez

Licda. Dámariz Adriana de León Maldonado

Licda. Julia Margarita López

Melissa Ochoa Grande

Tabla de contenido

1. Descripción de la Guía.....	1
2. Aspectos a considerar por la persona responsable de la facilitación de módulos de aprendizaje.....	2
2.1 Cualidades del facilitador.....	3
3. Guía metológica No.1: Autoestima	5
3.1 Contenido de apoyo	8
3.1.1 Concepto de autoestima	8
3.1.2 Elementos que conforman la autoestima.....	8
3.1.3 Niveles de autoestima	10
3.1.4 Factores que favorecen la autoestima.....	11
3.1.5 Resiliencia.....	12
3.1.6 Los pilares de la resiliencia	12
3.2 Guías de trabajo.....	14
3.2.1 Ejercicio # 1: Conceptualización.....	14
3.2.2 Guía de trabajo # 2: Preguntas sobre autoestima.....	15

3.2.3 Guía de trabajo # 3: Un termómetro para tu autoestima “Estimómetro”.....	16
3.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenidos.....	17
3.3 Bibliografía.....	18
4. Guía metológica No. 2: Conocimiento de derechos.....	19
4.1 Contenido de apoyo.....	21
4.1.1 Definición de Derechos Humanos.....	21
4.1.2 Características de los Derechos Humanos.....	22
4.1.3 ¿Por qué hablar de género y de Derechos Humanos?.....	23
4.1.4 Derechos Humanos de las Mujeres.....	24
4.2 Guías de trabajo.....	26
4.2.1 Ejercicio # 1: Clarificando mis expectativas.....	26
4.2.2 Guía de trabajo # 2: Características de los Derechos Humanos.....	27
4.2.3 Guía de trabajo # 3: Lectura crítica.....	28
4.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenidos.....	29
4.3 Bibliografía.....	30

5. Guía metológica No. 3: Desarrollo de habilidades de liderazgo.....	31
5.1 Contenido de apoyo.....	33
5.1.1 El liderazgo	33
5.1.2 Elementos para el liderazgo.....	34
5.1.3 Tipos de liderazgo.....	35
5.1.4 Liderazgo de las mujeres.....	36
5.1.5 Características de las mujeres líderes.....	37
5.2 Guías de trabajo.....	38
5.2.1 Ejercicio # 1: Lo que hago me define.....	38
5.2.2 Guía de trabajo # 2: Clarificando mis expectativas.....	39
5.2.3 Guía de trabajo # 3: Conceptualización.....	40
5.2.4 Guía de trabajo # 4: Dinámica los rostros.....	41
5.2.5 Guía de trabajo # 5: Diálogo entre mujeres.....	43
5.2.6 Guía de trabajo # 6: Evaluación de contenidos.....	44
5.3. Bibliografía.....	45

6. Guía metodológica No. 4: Capacitación y formación.....	47
7. Guía metodológica No. 5: Acreditación de competencias.....	49
8. Guía metodológica No. 6: Animación emprendedora	51
8.1 Contenido de apoyo	53
8.1.1 Animación emprendedora.....	53
8.1.2 Tipos de emprendimiento.....	53
8.1.3 Sensibilidad emprendedora.....	55
8.1.4 Participación de las mujeres en emprendimientos.....	55
8.1.5 Ideas de negocios.....	56
8.1.6 Propuesta de valor	57
8.1.7 Design Thinking	57
8.2 Guías de trabajo	59
8.2.1 Ejercicio # 1: Triángulo del éxito.....	59
8.2.2 Guía de trabajo # 2: Perfil del emprendedor.....	60
8.2.3 Guía de trabajo # 3: Lienzo y Lean Canvas	61

8.2.4 Guía de trabajo # 4: Mapa de empatía	62
8.2.5 Guía de trabajo # 5: El discurso del ascensor ¿cómo convencer en un minuto?	63
8.3 Bibliografía	64
9. Guía metodológica No. 7: Comunicación y gestión	65
9.1 Contenido de apoyo	68
9.1.1 Comunicación asertiva.....	68
9.1.2 Beneficios de la comunicación asertiva	68
9.1.3 Bases para la comunicación asertiva en la empresa	69
9.1.4 Técnicas de comunicación y negociación.....	69
9.1.5 Emprendimientos individuales y colectivos	71
9.1.6 Figuras de organización para Guatemala.....	73
9.1.7 Plan de negocios.....	73
9.1.8 Formalización de emprendimientos	75
9.2 Guías de trabajo.....	78
9.2.1 Ejercicio # 1: Aprendiendo a ver el mundo, pasivo, agresivo y asertivo .	78

9.2.2 Hoja de trabajo # 2: El juego de la negociación de los árabes	79
9.2.3 Hoja de trabajo # 3: Análisis FODA de un emprendimiento individual o colectivo	80
9.2.4 Hoja de trabajo # 4: Guía para la elaboración de un plan de negocios	81
9.3 Bibliografía.....	82
10. Guía metodológica No. 8: Finanzas	83
10.1 Contenido de apoyo.....	86
10.1.1 El presupuesto	86
10.1.2 Costeo de productos y servicios	87
10.1.3 Definición de precio.....	88
10.1.4 Margen de ganancia	89
10.1.5 Estados financieros	90
10.1.6 Ahorro y reinversión	91
10.1.7 Instituciones financieras.....	92
10.2 Guías de trabajo.....	93
10.2.1 Ejercicio # 1: Presupuesto familiar	93

10.2.2 Hoja de trabajo # 2: Presupuesto del emprendimiento	94
10.2.3 Hoja de trabajo # 3: Costos de un producto o servicio.....	95
10.2.4 Hoja de trabajo # 4: Margen de ganancia.....	95
10.2.5 Hoja de trabajo # 5: Ejercicio punto de equilibrio	96
10.2.6 Hoja de trabajo # 6: Estados financieros.....	97
10.3 Bibliografía.....	99
11. Guía metodológica No. 9: Mercadeo y publicidad.....	100
11.1 Contenido de apoyo.....	103
11.1.1 Desarrollo de marca	103
11.1.2 Logotipo.....	104
11.1.3 Empaque.....	105
11.1.4 Catálogos.....	106
11.1.5 Control de calidad.....	107
11.2 Guías de trabajo.....	109
11.2.1 Ejercicio # 1: Plan de mercadeo para desarrollo de marca.....	109

11.2.2 Hoja de trabajo # 2: Prototipo de logotipo	110
11.2.3 Hoja de trabajo # 3: Diseño de empaque.....	111
11.2.4 Hoja de trabajo # 4: Creación de catálogo en <i>WhatsApp Business</i>	112
11.2.5 Hoja de trabajo # 5: Control de calidad.....	113
11.3 Bibliografía.....	114
12. Guía metodológica No. 10: Comercialización	115
12.1 Contenido de apoyo.....	118
12.1.1 Comercialización	118
12.1.2 Estrategias de comercialización	118
12.1.3 Canales de venta.....	120
12.1.4 Ventas en línea.....	121
12.1.5 Página Web	122
12.1.6 Feria de Activación Económica	123
12.1.7 Innovación.....	124
12.1.8 Conversatorios.....	126

12.1.9 Intercambio de información	127
12.1.10 Presentación de emprendimientos	128
12.1.11 Generación de alianzas estratégicas.....	128
12.1.12 Espacios de colaboración.....	130
12.1.13 <i>Maker Space</i> y cómo promueve el desarrollo de una comunidad.....	131
12.2 Guías de trabajo.....	132
12.2.1 Ejercicio # 1: Identificación de Estrategia de Comercialización	132
12.2.2 Hoja de trabajo # 2: Preparando una Feria de Activación Económica	133
12.2.3 Hoja de trabajo # 3: Intercambio de información (Juego de roles)	137
12.3 Bibliografía.....	138

Tabla de contenido

1. Descripción de la Guía	1
2. Aspectos a considerar por la persona responsable de la facilitación de módulos de aprendizaje	2
2.1 Cualidades del facilitador	3
3. Guía metodológica No. 1: Autoestima	5
3.1 Contenido de apoyo	8
3.1.1 Concepto de autoestima	8
3.1.2 Elementos que conforman la autoestima	8
3.1.3 Niveles de autoestima	10
3.1.4 Factores que favorecen la autoestima	11
3.1.5 Resiliencia	11
3.1.6 Los pilares de la resiliencia	12
3.2 Guías de trabajo	13
3.2.1 Ejercicio # 1: Conceptualización	13
3.2.2 Guía de trabajo # 2: Preguntas sobre autoestima	14
3.2.3 Guía de trabajo # 3: Un termómetro para tu autoestima "Estimamómetro"	15
3.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenidos	16
3.3 Bibliografía	17
4. Guía metodológica No. 2: Conocimiento de derechos	18
4.1 Contenido de apoyo	20
4.1.1 Definición de Derechos Humanos	20
4.1.2 Características de los Derechos Humanos	21
4.1.3 ¿Por qué hablar de género y de Derechos Humanos?	22
4.1.4 Derechos Humanos de las Mujeres	23
4.2 Guías de trabajo	25
4.2.1 Ejercicio # 1: Clarificando mis expectativas	25
4.2.2 Guía de trabajo # 2: Características de los Derechos Humanos	26
4.2.3 Guía de trabajo # 3: Lectura crítica	27
4.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenidos	28
4.3 Bibliografía	29
5. Guía metodológica No. 3: Desarrollo de habilidades de liderazgo	30
5.1 Contenido de apoyo	32
5.1.1 El liderazgo	32
5.1.2 Elementos para el liderazgo	33

5.1.3 Tipos de liderazgo	34
5.1.4 Liderazgo de las mujeres	34
5.1.5 Características de las mujeres líderes	35
5.2 Guías de trabajo	37
5.2.1 Ejercicio # 1: Lo que hago me define	37
5.2.2 Guía de trabajo # 2: Clarificando mis expectativas	38
5.2.3 Guía de trabajo # 3: Conceptualización	39
5.2.4 Guía de trabajo # 4: Dinámica de los rostros	40
5.2.5 Guía de trabajo # 5: Diálogo entre mujeres	42
5.2.6 Guía de trabajo # 6: Evaluación de contenidos	43
5.3 Bibliografía	44
6. Guía metodológica No. 4: Capacitación y formación	46
7. Guía metodológica No. 5: Acreditación de competencias	48
8. Guía metodológica No. 6: Animación emprendedora	50
8.1 Contenido de apoyo	52
8.1.1 Animación emprendedora	52
8.1.2 Tipos de emprendimiento	52
8.1.3 Sensibilidad emprendedora	54
8.1.4 Participación de las mujeres en emprendimientos	54
8.1.5 Ideas de negocios	55
8.1.6 Propuesta de valor	56
8.1.7 <i>Design Thinking</i>	56
8.2 Guías de trabajo	58
8.2.1 Ejercicio # 1: Triángulo del éxito	58
8.2.2 Guía de trabajo # 2: Perfil del emprendedor	59
8.2.3 Guía de trabajo # 3: Lienzo y <i>Lean Canvas</i>	60
8.2.4 Guía de trabajo # 4: Mapa de empatía	61
8.2.5 Guía de trabajo # 5: El discurso del ascensor ¿cómo convencer en un minuto?	62
8.3 Bibliografía	63
9. Guía metodológica No. 7: Comunicación y gestión	64
9.1 Contenido de apoyo	67
9.1.1 Comunicación asertiva	67
9.1.2 Beneficios de la comunicación asertiva	67
9.1.3 Bases para la comunicación asertiva en la empresa	68
9.1.4 Técnicas de comunicación y negociación	68
9.1.5 Emprendimientos individuales y colectivos	70

9.1.6 Figuras de organización para Guatemala	72
9.1.7 Plan de negocios	72
9.1.8 Formalización de emprendimientos	73
9.2 Guías de trabajo	77
9.2.1 Ejercicio # 1: Aprendiendo a ver el mundo: pasivo, agresivo y acertivo	77
9.2.2 Hoja de trabajo # 2: El juego de negociación de los árabes	78
9.2.3 Hoja de trabajo # 3: Análisis FODA de un emprendimiento individual o colectivo	79
9.2.4 Hoja de trabajo # 4: Guía para la elaboración de un plan de negocios	80
9.3 Bibliografía	81
10. Guía metodológica No. 8: Finanzas	82
10.1 Contenido de apoyo	85
10.1.1 El presupuesto	85
10.1.2 Costeo de productos y servicios	86
10.1.3 Definición de precio	87
10.1.4 Margen de ganancia	88
10.1.5 Estados financieros	89
10.1.6 Ahorro y reinversión	89
10.1.7 Instituciones financieras	91
10.2 Guías de trabajo	92
10.2.1 Ejercicio # 1: Presupuesto familiar	92
10.2.2 Hoja de trabajo # 2: Presupuesto del emprendimiento	93
10.2.3 Hoja de trabajo # 3: Costos de un producto o servicio	94
10.2.4 Hoja de trabajo # 4: Margen de ganancia	94
10.2.5 Hoja de trabajo # 5: Ejercicio punto de equilibrio	95
10.2.6 Hoja de trabajo # 6: Estados financieros	96
10.3 Bibliografía	98
11. Guía metodológica No. 9: Mercadeo y publicidad	99
11.1 Contenido de apoyo	102
11.1.1 Desarrollo de marca	102
11.1.2 Logotipo	103
11.1.3 Empaque	104
11.1.4 Catálogos	105
11.1.5 Control de calidad	106
11.2 Guías de trabajo	108

11.2.1 Ejercicio # 1: Plan de mercadeo para desarrollo de marca	108
11.2.2 Hoja de trabajo # 2: Prototipo de logotipo	109
11.2.3 Hoja de trabajo # 3: Diseño de empaque	110
11.2.4 Hoja de trabajo # 4: Creación de catálogo en <i>WhatsApp Business</i>	111
11.2.5 Hoja de trabajo # 5: Control de calidad	112
11.3 Bibliografía	113
12. Guía metodológica No. 10: Comercialización	114
12.1 Contenido de apoyo	117
12.1.1 Comercialización	117
12.1.2 Estrategias de comercialización	117
12.1.3 Canales de venta	119
12.1.4 Ventas en línea	120
12.1.5 Página web	121
12.1.6 Ferias de Activación Económica	122
12.1.7 Innovación	123
12.1.8 Conversatorios	125
12.1.9 Intercambio de información	125
12.1.10 Presentación de emprendimientos	127
12.1.11 Generación de alianzas estratégicas	127
12.1.12 Espacios de colaboración	128
12.1.13 <i>Maker Space</i> y como promueve el desarrollo de una comunidad	129
12.2 Guías de trabajo	130
12.2.1 Ejercicio # 1: Identificación de estrategia de comercialización	130
12.2.2 Hoja de trabajo # 2: Preparando una Feria de Activación Económica	131
12.2.3 Hoja de trabajo # 3: Intercambio de información (Juego de roles)	135
12.3 Bibliografía	136

1. Descripción de la Guía

La Guía de Implementación del Programa de Activación Económica incorpora elementos de las metodologías pedagógicas activas, metodología participativa y especialmente la metodología de aprender haciendo que se basa en la oportunidad de crear conocimiento, a partir de la experimentación y participación activa en el proceso enseñanza-aprendizaje, estando comprobado que las personas aprenden de la siguiente forma:

El 20% de lo que se ve

El 20% de lo que oye

El 40% de lo que ve y oye

El 80% de lo que experimenta o descubre por ella misma¹

Aprender haciendo: no es más que un proceso que busca impartir el aprendizaje a través de la práctica, el ejercicio y la repetición de una acción, oficio o trabajo, bajo la coordinación y acompañamiento de la persona responsable de la facilitación de los módulos que integran la presente guía.

La Guía de Implementación: está integrada con base en las cinco líneas de acción del Programa de Activación Económica; siendo el caso para las líneas de acción 1 y 4 que se componen por módulos de aprendizaje, que a su vez cuentan con: la guía metodológica que incluye el tiempo asignado a cada tema; actividades descritas paso a paso; los recursos que se requieren para cada una de las actividades y la persona responsable de su desarrollo; para efectos de este documento se ha colocado como responsable de la facilitación a personal de la Dirección Municipal de la Mujer, situación que puede cambiar cuando los procesos se realicen en alianza con otras organizaciones. Siempre y cuando la persona que ejerza el rol de la facilitación cumpla con el *expertise* del tema.

Contenido de apoyo: consiste en información relevante del tema, que ha sido recopilado, adaptado o citado de la bibliografía consultada, que sirve de soporte y orientación a la persona que facilite el desarrollo de los módulos de aprendizaje; contenido que puede ampliarse y adaptarse acorde al nivel del perfil de las personas participantes; de igual manera los ejemplos que se utilicen deberán corresponder al entorno cotidiano de la audiencia.

Guía de ejercicios y hojas de trabajo: estos pueden ser de tipo grupal e individual, con sus respectivas instrucciones, para favorecer la experimentación y construcción de nuevos conocimientos, al concluir los ejercicios siempre habrá una retroalimentación por la persona que ejerza el rol de la facilitación del contenido.

1. Con estudios de los años 70-35 en los *National Training Laboratories* en USA, (Fuente: *National Training Laboratories*, 1977).

Bibliografía: cada contenido base de los módulos de aprendizaje contiene su respectiva bibliografía, para poder profundizar en la parte conceptual de cada uno de los temas a desarrollar en la presente guía.

Las líneas de acción están estructuradas para desarrollarse como parte de un proceso de forma separada para responder a las necesidades específicas del grupo de interés.

Las líneas de acción 2 y 3: únicamente cuentan con la guía metodológica de las actividades que se deben realizar para lograr los resultados.

2. Aspectos a considerar por la persona responsable de la facilitación de los módulos de aprendizaje²

- Sensibilidad a la problemática de género.
- Ser el catalizador en el proceso de aprendizaje y de la toma de decisiones del grupo.
- Conocimiento en el uso de herramientas y metodologías participativas.
- Provocar discusiones para captar conflictos latentes y movilizar la energía creativa del grupo.
- Observar el estado de ánimo de los participantes y estimularlo para mantener un flujo constante de ideas.
- Evitar las acciones injustificadas de los participantes para generar una atmósfera de conflicto.
- Proveer retroalimentación positiva y constructiva, incluyendo retroalimentación emocional para que así los participantes hagan lo mismo.
- Crear una atmósfera placentera e informal para que propicie una comunicación libre y de relaciones amistosas.
- Abstenerse de tomar un rol jerárquico como líder del grupo, de esta manera el grupo aprenderá a manejarse por sí solo.
- Motivar el trabajo individual y grupal.
- El moderador es el responsable de la metodología del evento hasta el logro de los objetivos propuestos.
- Estimular al grupo para que respondan en forma independiente.
- No descartar ninguna idea durante el proceso de ejecución de los módulos de aprendizaje.
- Ponga en claro que no siempre se podrá llegar a una solución final dentro del límite de tiempo establecido.

2. Guía de Moderación de Procesos Grupales, Agencia de la GTZ en San Salvador, El Salvador.

2.1 Cualidades de la persona facilitadora³

- Empatía: Es la inclinación natural para relacionarse con los demás, entender y comprender sus circunstancias y sentir un compromiso con el desarrollo de las personas con las que trabajamos.
- Conocimiento de sí mismo: Consiste en tener una concepción realista del ser humano y el sentido de la vida en general, aunado a una conciencia de las propias motivaciones y necesidades particulares.
- Autenticidad: Es una manifestación libre y espontánea de la manera de ser del facilitador de procesos formativos, que se produce a partir de la propia aceptación, lo que da congruencia entre lo que pensamos y hacemos.
- Flexibilidad: Se refiere a la capacidad de toda persona para revisar su propia situación y hacer modificaciones personales, sin mostrarse rígido ante las circunstancias que se presentan.
- Manejo de frustración: Es la capacidad de aceptar las contradicciones y limitaciones que impone una situación ajena a las propias decisiones, bebemos estar conscientes que en este programa existe el riesgo de que los resultados obtenidos no correspondan a nuestras expectativas, razón por la cual necesitamos motivaciones y manejar las frustraciones.
- Apertura: Esta característica se relaciona con el grado de disponibilidad del facilitar hacia las personas.
- Manejo de técnicas y herramientas de comunicación: retórica, escucha activa, retroalimentación, preguntas y argumentación, entre otras.⁴
- Manejo de técnicas y herramientas de visualización.
- Manejo de técnicas y herramientas: participativas, planificadoras y analíticas (tanto generales como específicas para procesos de formación).
- Manejo de técnicas y herramientas de manejo grupal, motivación y creatividad.
- Manejo de técnicas de negociación y mediación de conflictos.

3. Pontificia Universidad católica de Valparaíso, Escuela de Psicología, taller de psicología educacional I, Metodologías Participativas y facilitación de procesos. Diversas Miradas: María Julia Baltar.

4. Guía Práctica para la Facilitación de Espacios y Procesos de Desarrollo Económico Territorial y Local, ConGope, Quito Ecuador.



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Empoderamiento de las Mujeres



Empoderamiento

3. Guía metodológica No. 1: Autoestima⁵

MÓDULO I	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Autoestima	15"	Bienvenida y expectativas del taller	<p>Dinámica: El círculo del saludo Invitar a las participantes a formar dos círculos (uno dentro del otro) con igual número de personas y pedir que se vean frente a frente.</p> <p>Conforme la música suena, van girando un círculo a la derecha y el otro a la izquierda, cuando la música deje de sonar, saludarse con la mano y compartir: su nombre y algo que les guste hacer.</p> <p>En la segunda ronda saluden a la persona de enfrente dándole un abrazo y hacen la misma pregunta que a la primera, al terminar y con el ritmo de la música vuelven a moverse los círculos, ahora que saluden a la persona que tienen enfrente con los pies posteriormente con los codos, los hombros y así sucesivamente hasta que cada una haya conversado por lo menos con 5 personas.</p> <p>Comparte el significado del saludo y cómo este denota nuestra autoestima.</p>	<p>Música Grabadora Bocinas</p> <p>Papelógrafos con preguntas: 1. ¿Cómo se sintieron? 2. ¿Qué les llamó la atención? 3. ¿Qué se llevan de este ejercicio?</p>	Facilitadora
	20"	Integración del grupo	<p>Dinámica: Yo soy Entregar a cada participante una hoja blanca y un marcador.</p> <p>Solicitar que cada una se dibuje y responda a las siguientes tres preguntas: ¿Qué soy?, ¿Quién soy?, ¿Cómo soy?</p> <p>Al finalizar, cada una pega su dibujo en una pared del salón, luego indicar que se imaginen que están en una galería de arte, e invitar a recorrer la g alería, observar cada uno de los dibujos.</p> <p>Compartir en plenaria lo que significó dibujarse y lo que simboliza su dibujo.</p> <p>Los dibujos y las respuestas compartidas, reflejan la construcción de su autoestima.</p>	<p>Hojas blancas Marcadores de colores Cinta adhesiva</p>	Facilitadora
	10"	Acuerdos de trabajo	<p>Dinámica: Lluvia de ideas La facilitadora entrega a cada participante una tarjeta y un marcador.</p> <p>Solicita que escriban un acuerdo de trabajo o compromiso que deben mantener durante el proceso de formación.</p>	<p>Tarjetas de cartulina de colores Marcadores Cinta adhesiva</p>	Facilitadora

5. Línea de Acción 1, Programa de Activación Económica.

			<p>Al finalizar, cada una comparte en plenaria y se valida entre el grupo para dejar establecidos los acuerdos consensuados por el grupo.</p> <p>Aclarar que estarán vigentes durante todo el proceso y clarificar el horario, tiempos de comida, cierre y tareas.</p>		
30"	Autoestima	<p>Dinámica: Conceptualización</p> <p>Formar grupos según el número de participantes, con 5 integrantes cada uno.</p> <p>Entregar un sobre a cada grupo conteniendo frases o palabras clave, un papelógrafo y un marcador. Las frases o palabras clave son: autoestima, tipos de autoestima, elementos que conforman la autoestima.</p> <p>Indicar a las participantes que retiren una tarjeta del sobre y comenten el significado que cada una le atribuye a las palabras o frases clave, llegar a un consenso del mismo y escribirlo en un papelógrafo el significado.</p> <p>Al finalizar, cada grupo presenta en plenaria sus resultados</p>	<p>Ejercicio #1</p> <p>Sobres de papel manilla media carta</p> <p>Juegos con las palabras</p> <p>Papelógrafos</p> <p>Marcadores</p>	Facilitadora	
15"	Reflexión en plenaria	<p>Comparte contenidos relacionados al concepto de autoestima, los elementos que la conforman, tipos de autoestima.</p>			
20"	Tipos de autoestima	<p>Dinámica: Como te ves, te trato</p> <p>Pide que respondan cada pregunta y cuando finalicen se integren en grupos de 5 personas.</p> <p>Compartan el resultado de su hoja de preguntas y presenten en plenaria los temas más importantes abordados o que les llamaron la atención porque fueron comunes o diferentes.</p>	Guía de trabajo # 2	Facilitadora	
	Reflexión en plenaria	<p>Comparte tipos de autoestima, motivando a que reflexionen sobre lo que escuchan y lo que respondieron en sus hojas de preguntas y los consensos de los grupos.</p>			
20"	Niveles de la autoestima	<p>Dinámica: ¿Cómo está mi autoestima?</p> <p>Entregar a cada participante una hoja de trabajo para que puedan completarla.</p> <p>Al finalizar, se integran en grupos de tres y comparten el resultado de su actividad.</p>	<p>Guía de trabajo # 3</p> <p>"Estimamómetro"</p> <p>Lapiceros</p>	Facilitadora	
	Reflexión en plenaria	<p>Comparten contenidos relacionados al concepto de autoestima, los elementos que la conforman, tipos de autoestima.</p>			

	20"	Factores que favorecen la autoestima y resiliencia	<p>Dinámica: Los 3 sobres, pasado, presente y futuro Entregar a cada participante tres sobres y tres hojas para poder desarrollar la actividad.</p> <p>Pedir que en cada sobre coloque los siguientes títulos:</p> <p>Abrir cuando creas que no puedes más.</p> <p>Abrir cuando sientas que ya no tienes de dónde agarrarte.</p> <p>Abrir cuando sientas que ya no vale la pena estar aquí.</p> <p>Posteriormente en cada sobre colocarán una carta que tenga el siguiente contenido:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lo que he logrado antes, incluir todas las cosas que han conseguido y han sido importantes. 2. No estoy sola, anotar en los nombres de las personas importantes y que son parte de su vida. 3. Experiencias por descubrir, se escribe en las cosas importantes que les puedan motivar y gustarían realizar. <p>Al tener los sobres juntos se indica que deben guardarlos en un lugar seguro donde estén al alcance para cuando los necesiten leer en alguna crisis futura.</p> <p>Cuando escribimos las cosas importantes que tenemos en el pasado, presente y futuro, se genera conciencia sobre las mismas y ayuda a forjar las condiciones que permitan construir resiliencia hacia el futuro.</p>	Sobres de papel manila media carta Hojas de papel bond Lapiceros Marcadores	Facilitadora
	20"	Recapitulación de contenidos	<p>Charla dialogada</p> <p>Presentación de ideas centrales del tema .</p>	Presentación Power Point Pantalla Cañonera Laptop	Facilitadora
	10"	Evaluación final de contenidos	<p>Guía de evaluación escrita</p> <p>Para evaluar el conocimiento posterior de las participantes sobre el tema entrega una evaluación escrita, que deben completar de forma individual.</p>	Guía de trabajo # 4 Lapiceros	Facilitadora

3.1 Contenido de apoyo

3.1.1 Concepto de autoestima

Autoestima es lo que cada persona piensa y siente de sí misma. Tiene relación directa con el bienestar general de una persona y quienes le rodean. Es un reflejo de la evaluación emocional que una persona tiene de su propio valor, de su actitud hacia el yo. Puede ser positiva o negativa y se refleja en cómo una persona se siente.

La han conceptualizado como una condicionante de determinados resultados en la vida de una persona: su rendimiento escolar, ser feliz, la satisfacción en sus relaciones de amistad o de pareja. Algunas suelen considerarla como una característica de la personalidad que perdura, pero que puede variar en determinados momentos y es normal que suceda, por la autoevaluación de la apariencia, emociones y/o comportamientos. Es uno de los factores importantes para el desarrollo y bienestar personal, además es clave para la relación positiva con las demás personas y su entorno.

Evoluciona por los cambios sociales y culturales que se tienen, es decir no se nace con ella, debe desarrollarse a lo largo de la vida, puede modificarse y ser influenciada por el ambiente, las personas y situaciones que la rodean.

Necesita alimentarse en diferentes niveles y desde afuera de la persona. Sus pilares son puestos desde la niñez, aunque puede cambiar en las diferentes etapas de la vida.

3.1.2 Elementos que conforman la autoestima

Autoconcepto: se refiere a todas las creencias que se tienen y lo que se piensa sobre sí misma, sobre su esencia, lo que se es, sus características, sus capacidades, entre otras. Por eso, el autoconcepto se define en términos de creencias, paradigmas, juicios y pensamientos. En ocasiones tienen una base real, pero en otros casos no. El autoconcepto es algo muy subjetivo, depende de una misma y de lo que se piensa que se es.

Autoconocimiento: conocerse a sí mismo(a) es vital para el amor propio. Es muy poco probable que alcancemos a amar realmente algo sin conocerlo. El amor supone conocimiento. Podemos emocionarnos y hasta enamorarnos de algo o alguien que no conocemos, pero nunca sentir amor maduro como tal. Por esa razón, el autoconocimiento es el fundamento para generar una evaluación y valoración objetiva de ti, y para que sepas quién eres y de qué eres capaz. Además, la aceptación se basa también en el conocimiento.

Autoconfianza: se refiere a creer en sí misma, saber que se puede lograr lo propuesto, que tiene lo necesario para cumplir sus sueños y que está en la

actitud correcta. Sin embargo, la autoconfianza no se refiere a la creencia irracional y fantasiosa que todo lo puedo, sino que se fundamenta en el conocimiento a sí misma, ya que sabe lo que se tiene: limitaciones y aspectos que se deben mejorar para poder cumplir sus metas. Confiar en sí misma implica saber qué se es y qué no, pero siempre confiando en que se es capaz de ser.

Autoimagen: es un elemento fundamental para el amor propio, es gustarse a sí misma. La autoimagen se refiere precisamente a cómo se ve una misma, qué tanto se gusta y se agrada. La autoimagen se refiere a varios aspectos, el más inmediato es el aspecto físico, donde se mira al espejo y siente que está ante una persona con una belleza propia. Lo segundo es la actitud. Puede ser una persona muy atractiva, pero si su actitud es agria, puede no valorar eso. Pero si su actitud es agradable, aun si no cumple con los cánones de belleza impuestos arbitrariamente por la sociedad, tendrá un atractivo que nadie podrá negar.

Autoaceptación: es la aceptación de sí misma. Adicional a tener un concepto bueno de sí misma, conocerse muy bien, tener una buena autoconfianza y gustarse mucho, hay que aceptar todos estos aspectos. Ser consciente de sus virtudes, logros, atractivo, y talentos. La aceptación consiste en respetar y abrazar todo lo que se es, tanto lo bueno como las limitaciones y defectos. La autoestima se forma a través de:

- Mensajes positivos o negativos que nos envía nuestra familia
- Vivencias agradables o desagradables
- Críticas constructivas o destructivas
- Creencias positivas o negativas sobre sí misma
- Visibilizar o invisibilizar el cuerpo

Los primeros 5 o 6 años en la vida de las niñas y niños son básicos, pues dependen de las personas adultas para sobrevivir y formarse una idea de lo que son.

La forma en cómo las demás personas les tratan, nutre la idea de lo que son y sienten que valen. Esto es un aprendizaje que marcará la vida, pues la niñez es la etapa en la que se reciben influencias que afectan la autoestima.

Al crecer tenderán a repetir lo aprendido. Si la niñez es amada, apreciada, acariciada y atendida en su necesidad más elemental, seguro crecerá reconociéndose amada, importante y valiosa. Al llegar a la pubertad y adolescencia, período de cambios físicos, psicológicos y sociales, las amigas, los amigos y las personas de confianza van a jugar un papel importante en la consolidación de la autoestima.

Factores que afectan la autoestima:

- La ausencia de autoestima puede destruir la capacidad de una

persona para pensar, sentir o actuar en forma positiva.

- Escondarse detrás de una “máscara” puede llegar a convertirse en una manera común de cubrir los verdaderos sentimientos. El resultado de llevar una máscara para engañar a las demás personas a menudo es una sensación de culpa, temor, enojo, vacío, soledad o depresión.
- Cultivar más el exterior que el interior: dietas, ejercicios excesivos.
- Imitar modelos fuera de contexto: artistas, liderazgos negativos, entre otros.

3.1.3 Niveles de autoestima⁸

También conocidos como tipos, se proponen los tipos de autoestima que varían por la valoración que cada persona puede tener de sí misma, entre ellos:

Autoestima alta y estable: las circunstancias externas y los acontecimientos de la vida tienen poca influencia sobre la autoestima. Estas personas se desenvuelven de manera abierta ya que no necesitan defender su imagen, se defiende sola y es capaz de defender su punto de vista sin desestabilizarse.

Autoestima alta e inestable: estas personas tienen una elevada autoestima, pero no son capaces de mantenerla constante. Los contextos competitivos pueden tener un efecto desestabilizador. Responden con actitud crítica ante el fracaso, ya que estos son percibidos como amenazas. La persona mostrará convicción al defender su punto de vista, pero no aceptará otros puntos de vista y tenderá a monopolizar la palabra en una discusión. La inestabilidad de la autoestima le conduce a situarla como preocupación central y exige preservarla a cualquier precio y apelar a una actitud agresiva (para promoverla) o bien pasiva (para protegerla).

Autoestima baja y estable: en los casos en los que hay una autoestima baja y estable, los eventos externos (sean favorables o no) no alteran la autoestima de la persona, que no se esfuerza por promover su imagen personal y se infravalora. Las personas con este tipo de autoestima son indecisas y tienen un gran temor a equivocarse, no defienden sus puntos de vista ya que la valoración de sí mismas es siempre negativa, creen que no están a la altura. Es muy frecuente en personas con tendencias depresivas, que a causa de su mentalidad pesimista no suelen percibir sus logros personales, asumiendo que son fruto de la suerte o la casualidad.

Autoestima baja e inestable: las personas con este tipo de autoestima suelen ser sensibles e influenciadas por eventos externos. En cuanto se enfrentan a un evento exitoso, su autoestima sube, pero en cuanto termina la euforia

8. Luis Hornstein. Autoestima e Identidad. Narcisismo y Valores Sociales.

del momento, su nivel de autoestima vuelve a bajar. Es decir, que este tipo de autoestima está definida por su falta de solidez y la inestabilidad que presenta, la cual hace que sea altamente sensible a todo tipo de eventos, por irrelevantes que puedan parecer desde un punto de vista racional. Ciertas clases de personalidad se caracterizan por tener una autoestima baja y muy dependiente de la opinión que perciben de las demás personas.

Autoestima presuntuosa: un tipo de autoestima perjudicial para el bienestar, la persona es incapaz de escuchar a las y los demás, mucho menos de aceptar o reconocer un error. La percepción de sí misma está tan elevada que se cree mejor que el resto. Cuando las cosas se complican, no reconoce los errores y enseguida culpa a las y los demás. Este tipo de actitud genera conductas negativas ya que no son capaces de hacer autocrítica y corregir los errores, adoptando un comportamiento hostil hacia ellas.

3.1.4 Factores que favorecen la autoestima

Existen cuatro factores relevantes para desarrollar la autoestima:

- El respeto, aceptación e interés que se recibe de personas importantes.
- La historia de triunfos y la posición alcanzada a través del reconocimiento.
- Las áreas asociadas a dichos triunfos.
- El control y la defensa de consecuencias e implicaciones negativas⁹.

De las cuatro áreas mencionadas anteriormente se puede decir que el control y defensa de consecuencias e implicaciones negativas corresponde directamente a la autorregulación que cada persona hace de sí misma, por lo que desarrollar resiliencia personal se convierte en un factor clave para poder mantener un nivel de autoestima adecuado que nos permita desarrollarnos positivamente.

3.1.5 Resiliencia

Es la capacidad humana universal para hacer frente a las adversidades de la vida, superarlas o incluso ser transformado por ellas.

Características de los factores de la resiliencia

De acuerdo al modelo de Grotberg: Yo Tengo, Yo Soy, Yo Estoy y Yo Puedo, que sustenta esta investigación, las características de los factores componentes de la resiliencia son:

9. Mussen, P. H., Conger, J. J., & Kagan, J. (1982). Desarrollo de la personalidad en el niño. México: Editorial Trillas.

Yo Tengo: a mi alrededor personas que me quieren incondicionalmente y en quienes confío; me ponen límites; me muestran por medio de su conducta la manera correcta de proceder; ayudan cuando estoy en peligro o enfermo; que desean que aprenda a desenvolverme solo.

Yo Soy: una persona por la que otros sienten aprecio y amor; feliz cuando hago algo bueno para los demás; respetuosa de mí misma y de los demás prójimos.

Yo Estoy: dispuesta a responsabilizarme de mis actos; segura que todo saldrá bien.

Yo Puedo: hablar sobre cosas que me asustan o me inquietan; buscar el momento apropiado para hablar con alguien o actuar; encontrar a alguien que me ayude cuando lo necesito¹⁰.

La resiliencia es el resultado de una combinación de estas actitudes y rasgos.

3.1.6 Los pilares de la resiliencia

Los psicólogos Wolin y Wolin (1993) desarrollaron el concepto de «mandala de la resiliencia», que contienen 7 pilares de atributos que tienen las personas resilientes.

- **Introspección:** capacidad de conocer lo que pasa alrededor para comprender las situaciones y adaptarse a ellas.
- **Independencia:** se refleja en conductas tales como no involucrarse, «no enganchar» en situaciones conflictivas.
- **Capacidad de interacción:** capacidad presente en la habilidad de establecer redes sociales de apoyo.
- **Capacidad de iniciativa:** aparece en la inclinación en realizar actividades extraescolares, como trabajos voluntarios, comunitarios y hobbies.
- **Creatividad:** capacidad que se expresa en el desarrollo de habilidades artísticas.
- **Ideología personal:** se desarrollan valores propios y se establecen juicios en forma independiente, se desarrolla el sentido de la compasión, justicia y lealtad.
- **Sentido del humor:** contribuye al sostén de las identificaciones grupales¹¹.

10. Grotberg, E. (1995b). The International Resilience Project: Promoting Resilience in Children. Wisconsin: Universidad de Wisconsin.

11. Wolin, S. y. (1993). The resilient self: how survivors of troubled families rise above adversity. United States: Villard Books.

3.2 Guías de trabajo

3.2.1 Ejercicio # 1: Conceptualización

Instrucciones

Conformar grupos de 5 integrantes y conversar sobre el significado de cada palabra contenida en cada tarjeta: autoestima, tipos de autoestima, elementos que conforman la autoestima.

Al finalizar la conversación, escribir en el papelógrafo el significado en consenso y exponer en plenaria.

AUTOESTIMA

**ELEMENTOS QUE CONFORMAN LA
AUTOESTIMA**

TIPOS DE AUTOESTIMA

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

3.2.2 Guía de trabajo # 2: Preguntas sobre autoestima

Instrucciones

Responder cada pregunta, al finalizar el cuestionario, integrar grupos de 5 personas. Posteriormente, compartir el resultado de su hoja de preguntas y presentar en plenaria lo que les llamó la atención sobre las respuestas comunes o diferentes.

No	Preguntas	Si	No	A veces
1	Me comparo con otras personas.			
2	Me siento bien conmigo misma.			
3	Me cuesta reconocer virtudes en otras personas.			
4	En mi trabajo u ocupación, me cuesta rendir en las tareas.			
5	En mi trabajo u ocupación, creo que todo el mundo lo hace mejor que yo.			
6	Estoy bastante satisfecha con mi rendimiento.			
7	Cuando me miro al espejo, me gusta lo que veo.			
8	Me gustaría cambiar muchas cosas de mí.			
9	Tengo algunos defectos que me avergüenzan.			
10	Creo que la gente que me rodea, la pasa bien conmigo.			
11	Las personas se aburren enormemente cuando están conmigo.			
12	Creo que las personas que me rodean la pasan mejor con otras personas.			
13	No me gusta que me critiquen.			
14	Intento aprovechar la crítica para crecer como persona.			
15	Me siento muy valorada y querida.			
16	Algunas veces siento que no me tratan como merezco.			
17	La opinión de las demás personas sobre mí, me importa mucho.			
18	La opinión de las demás personas, puede llegar a cambiar mis comportamientos.			

3.2.3 Guía de trabajo # 3: Un termómetro para tu autoestima “ESTIMAMÓMETRO”

Instrucciones

Responder las siguientes preguntas e integrar grupos de tres personas con quienes se comparte resultados de la actividad. Al finalizar, integrar nuevamente el grupo general para compartir en plenaria que se puede hacer para elevar su autoestima.

No.	Pregunta	Descripción	Si	No	A veces
1	¿Me siento satisfecha conmigo misma?	Últimamente pasas el tiempo criticando tu cuerpo o tu profesión.			
2	¿Me molestan o me duelen las críticas?	Estás sensible a las críticas y notas que sientes que te atacan o te sientes inferior por las críticas que te hagan.			
3	¿Siento miedo exagerado a equivocarme y por eso me cuesta tomar decisiones?	Cuando debo hacer algo nuevo me paralizó por temor a hacerlo mal y no tomo decisiones.			
4	¿Me cuesta decir NO a cualquier petición que me hagan?	Si me piden algo que no quiero o no me gusta hacer me cuesta decir NO.			
5	¿Me siento muy mal cuando las cosas no salen exactamente como quisiera o a la perfección?	Siempre quiero todo perfecto y me desanimo cuando algo sale diferente.			
6	¿Me lamento mucho por todo y siento culpabilidad excesiva?	No me siento conforme, siento culpa y me quejo de todo.			
7	¿Estoy hostil a todo, nada me satisface, todo me molesta, todo me decepciona?	Mis sentimientos son negativos hacia la mayoría de las cosas.			
8	¿Todo lo veo negro?	Mi vida, mi pasado, mi presente y mi futuro, siento que están mal.			

Si la respuesta a alguna de estas preguntas es positiva, es posible que estés pasando por un momento de estima baja en tu vida, es recomendable en estos casos, revisarte y buscar la manera de subirla; allí puedes autoayudarte o buscar ayuda con algún experto, pero recuerda que lo importante es examinarte siempre y saber si estás en lo correcto sin caer en paranoia.

3.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenido

Nombre: _____ Fecha: _____

Instrucciones

Tomando en consideración los temas expuestos, conteste las siguientes preguntas:

¿Qué es la autoestima?

¿Qué elementos conforman la autoestima?

Mencione 3 factores que pueden afectar su autoestima de forma negativa:

Mencione 3 factores que pueden fortalecer su autoestima:

3.3 Bibliografía

Alberti Manzanares, P. (2023). Colegio de Postgraduados. Obtenido de <https://www.colpos.mx/wb/images/Meg/Montecillo/VINCULACION/Prinliderazgo.pdf>

Cuadrado Guirado, M. I. (2003). Estilos de liderazgo y género una perspectiva psicosocial: tesis doctoral. España: Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones.

Darf, R. (2006). La experiencia del Liderazgo. México: Thompson.

Dirección Municipal de la Mujer. Municipiudad de Guatemala. (2021). Modelo 2 – Comisiones Comunitarias de la Mujer. Guatemala: Ediciones Don Quijote, S. A.

Herrero Sotelo, L. P. (2005). Liderazgo y Dirección, Facultad de Contaduría y Administración. México: Universidad Autónoma de México. .

Madrigal, B. (2005). Liderazgo, Enseñanza y Aprendizaje. México: McGraw-Hill Interamericana.

Mussen, P. H., Conger, J. J., & Kagan, J. (1982). Desarrollo de la personalidad en el niño. México: Editorial Trillas.

4. Guía metodológica No. 2: Conocimiento de derechos¹²

MÓDULO II	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Conocimiento de Derechos	15"	Bienvenida del grupo	<p>Dinámica: Mi cualidad es Invitar a las participantes a identificar una cualidad con la letra inicial de su primer nombre.</p> <p>Pedir a la primera persona que mencione su cualidad y su nombre; luego pedir a la siguiente que repita el nombre y cualidad de su compañera, seguido de su propio nombre y cualidad, hasta que pasen todas.</p> <p>Indica que la persona que olvide el nombre o cualidad de la o las compañeras, deberá responder a una pregunta relacionada con el taller de autoestima.</p> <p>Comparten en el grupo sus experiencias y cómo creen que esta actividad define a cada persona.</p> <p>Que las personas aprenden de memoria por repetición, sin reflexionar en los orígenes de los hechos y sus efectos. Por lo tanto, es necesario hacer reflexiones críticas sobre este proceso para transformarlo</p>		Facilitadora
	15"	Expectativas del taller	<p>Dinámica: Clarificando mis expectativas Solicitar a las participantes que se integren en grupos de 5 personas.</p> <p>Entregar tres preguntas</p> <p>Pedir que cada grupo, en plenaria, presente el resultado de su consenso.</p> <p>Al finalizar la presentación de los objetivos, compararán los objetivos presentados con las expectativas requeridas por el grupo para poder establecer el cumplimiento de las mismas.</p>	Ejercicio # 1 Lapiceros	Facilitadora
	30"	¿Qué son los Derechos Humanos?	<p>Dinámica: El consenso Solicitar al grupo que se formen en parejas y compartan sus conocimientos sobre derechos humanos.</p> <p>Cada pareja se une a otra para hacer grupos de cuatro y construir un concepto de derechos humanos.</p> <p>Escriben el concepto en un papelógrafo y buscan el consenso.</p> <p>Al finalizar comparten el concepto de derechos humanos y derechos humanos de las mujeres en plenaria.</p> <p>Se hace la presentación del video: ¿Qué son los derechos humanos? Organización Unidos por los Derechos Humanos https://youtu.be/ppERECua5CQ</p>	Papelógrafo Marcadores y cinta adhesiva Computadora Cañonera Pantalla	Facilitadora
		Reflexión en plenaria	<p>La facilitadora comparte el concepto de Derechos Humanos establecido en la Declaración Universal de Derechos Humanos y de los Derechos Humanos para las Mujeres, que son específicos.</p>		

12. Línea de Acción 1, Programa de Activación Económica.

30"	Características de los derechos humanos	<p>Dinámica: Las mímicas</p> <p>Escenificación de características de los Derechos Humanos. Invitar a 9 participantes y entregarle a cada una, una tarjeta con una característica de los derechos humanos.</p> <p>Anotar en un papelógrafo las 9 características.</p> <p>Pide a cada una de las que recibió una tarjeta que haga una mímica sobre la característica descrita e indica al grupo que señalen la mímica que corresponde según el listado. Así sucesivamente hasta terminar con las nueve participantes.</p> <p>Comparten la importancia de que las personas se apropien de sus derechos y los ejerzan con acciones concretas.</p>	<p>Guía de trabajo # 2</p> <p>Tarjetas con las características de los Derechos Humanos</p>	Facilitadora
15"	RECESO			
30"	Los Derechos Humanos de las Mujeres	<p>Lectura crítica y diálogo</p> <p>Entregar a cada participante una hoja con una lectura relacionada a los Derechos Humanos.</p> <p>Pedir a cada una que lea y marquen con el lápiz la redacción que les parece que no es la correcta.</p> <p>Al finalizar su lectura individual, pedir que se formen en trios y compartan el resultado de su lectura crítica.</p> <p>Propongan la redacción de un párrafo de forma diferente en el que se visibilice a las mujeres.</p> <p>Al finalizar presentan en plenaria el resultado de su actividad.</p> <p>Compartir las convenciones de CEDAW, Belém do Pará y dar lectura a sus preámbulos y artículos principales. (De acuerdo al perfil de las personas participantes).</p> <p>Comparte un resumen de la lucha de las mujeres porque sus derechos sean incluidos, respetados y protegidos.</p>	<p>Guía de trabajo # 3</p> <p>Lápices</p>	Facilitadora
30"	Reflexión en plenaria			
30"	Recapitulación de Contenidos	<p>Charla dialogada</p> <p>Presentación de ideas centrales del tema.</p>	<p>Presentación</p> <p>Power Point</p> <p>Pantalla</p> <p>Cañonera</p> <p>Laptop</p>	Facilitadora
15"	Evaluación de taller	<p>Guía de evaluación escrita</p> <p>Para evaluar el conocimiento de las participantes sobre el tema, entregar una evaluación escrita, que deben completar de forma individual.</p> <p>Cada participante completa la guía de trabajo # 4 de forma individual.</p>	Guía de trabajo #4	Facilitadora

4.1 Contenido de apoyo

4.1.1 Definición de Derechos Humanos

Son aquellos que toda persona posee y que tiene el derecho de disfrutar simplemente por su condición humana. Se basan en el principio fundamental de que todas las personas poseen una dignidad inherente y tienen igual derecho de disfrutarlos sin importar su sexo, raza, color, idioma, nacionalidad, clase, creencias religiosas o políticas.

Durante la Conferencia Mundial de los Derechos Humanos de 1993, los Estados reafirmaron, mediante la declaración de Viena, que estos derechos nacen con la persona y que su protección es responsabilidad de todo Estado. En este foro también se reconocieron específicamente los Derechos Humanos de las Mujeres, así como la obligación de los Estados de promoverlos y protegerlos, incluyendo el derecho a vivir libres de violencia.

Un problema importante con los Derechos Humanos es que la mayor parte de los sistemas y mecanismos nacionales, regionales e internacionales que se han establecido para hacerlos valer, se han desarrollado e implementado a partir de un modelo masculino. Sin embargo, estos son por naturaleza dinámica, es decir que, aunque una gama de Derechos Humanos fundamentales ya tiene reconocimiento jurídico, nada excluye la posibilidad de darles una interpretación más amplia o de promover derechos adicionales. De esta forma, los derechos humanos van adquiriendo nuevos significados y dimensiones. Este dinamismo hace de los derechos humanos una herramienta potencialmente muy poderosa para promover la justicia social y la dignidad de todas las personas.

En la medida en que las personas demanden el reconocimiento de sus derechos y visibilicen la necesidad de nuevas formas de protección, así irán transformándose los Derechos Humanos para ir incluyendo una gama de necesidades humanas. Es decir, la lista universalmente reconocida de Derechos Humanos protegidos, según se encuentra en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y otros instrumentos subsiguientes, representa un importante consenso sobre la dignidad que debe conferirse a todo ser humano y sobre la voluntad de la sociedad de respetar los derechos básicos de todos y todas por igual.

Debido a su dinamismo, los Derechos Humanos se discuten y estudian desde muchas perspectivas o ángulos. Por ejemplo, se pueden estudiar desde su desarrollo histórico en tres o más generaciones o se pueden entender como un código de conducta, o como libertades fundamentales, como garantías constitucionales, como derechos que atañen a los seres humanos por el mero hecho de serlo. Es más, hasta las mismas mujeres desconocen las luchas que en diferentes campos y en diferentes niveles se han dado a través de la historia por el reconocimiento de los derechos humanos de las mujeres.

Los libros de historia sobre la evolución de los Derechos Humanos no las incluyen y realmente son pocas las personas que entienden que los Derechos Humanos, al ser indivisibles, inalienables y universales deben ser entendidos desde una perspectiva de género porque de lo contrario, no se estaría hablando de Derechos Humanos, sino de los derechos del hombre.

Aún para quienes los conocen de una manera más amplia, los derechos humanos desde una perspectiva de género son todavía poco conocidos y eso lo demuestra el hecho que desde que fueron enmarcados dentro de la Declaración Universal hace más de cincuenta años, ha sido una enérgica lucha para entender y hacer realidad el significado de los derechos ahí comprendidos, por ello la invitación a estudiar y leer exhaustivamente la historia de los Derechos Humanos en general y particularmente de las mujeres, que servirán de soporte para la actividad que se realiza desde la Dirección Municipal de la Mujer y las Comisiones Comunitarias de la Mujer.

La Comisión de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, creada para supervisar e implementar el sistema de derechos humanos de esa organización, llevó a cabo su primera sesión regular en febrero de 1947. Además, la Asamblea General de la ONU adoptó la Declaración Universal el 10 de diciembre de 1948. Este documento es reconocido hoy como un parámetro para todos los pueblos y naciones en la lucha para promover la dignidad humana. En la última década varias conferencias han sido organizadas por las Naciones Unidas para desarrollar una agenda sobre la igualdad social, la justicia, el desarrollo y la paz. El resultado de estas conferencias ha sido el establecimiento de acuerdos internacionales para la protección de los Derechos de las Mujeres como Derechos Humanos, que permitan la entera e igual participación de las mujeres en el proceso de la toma de decisiones y acceso a todas las oportunidades sociales y económicas. La Conferencia Internacional de Desarrollo y Población del Cairo en 1994 y la Conferencia Internacional de las Mujeres de Beijing en 1995 otorgaron oficialmente la categoría de Derechos Humanos a los derechos sexuales y reproductivos y avanzaron la agenda de los Derechos de las Mujeres.

4.1.2 Características de los Derechos Humanos

Universalidad: es un principio vigente al reconocimiento original de estos, con lo cual se resalta que, por ser inherentes a la condición humana, todas las personas son titulares de los Derechos Humanos y no pueden invocarse diferencias de regímenes políticos, sociales o culturales como pretexto para ofenderlos o menoscabarlos. Este principio plasmado, en la Declaración Universal, se reafirma en la Declaración adoptada por la Conferencia Mundial de Derechos Humanos celebrada en Viena en el año 1993 (Declaración Universal de los Derechos Humanos, artículos 1 y 2).

Innatos: Todas las personas nacen con derechos que les pertenecen por su condición de seres humanos. Su origen no es el Estado o las leyes, decretos o

títulos, sino la propia naturaleza o dignidad. Por eso cuando una ley viola los Derechos Humanos se la considera nula (sin valor) porque va contra la misma naturaleza humana. Los Estados deben reconocer que todas las personas los traen consigo desde su nacimiento, no por concesión estatal, sino como don de la naturaleza. En caso de que el Estado no los reconozca puede exigírsele que lo haga.

Irrenunciables: Ninguna persona humana puede renunciar a poseerlos.

Obligatorios: Aunque no exista ley que prevea condena por su violación, toda persona e incluso el Estado, debe respetarlos.

Inalienables: Su propio carácter de irrenunciables, los hace también intransmisibles a otra persona por venta, ni susceptibles de apropiación por parte del Estado. Por ejemplo, nadie puede legalmente ponerle precio a su libertad y venderse a otra persona como esclavo.

Imprescriptibles: Es decir, no tienen un tiempo en el que dejan de ser vigentes, aunque no se ejerzan.

Indivisibles: Los derechos son interdependientes. No reconocer uno de ellos pone en riesgo a los demás. Por ejemplo, negarles a las personas el derecho de aprender, les dificultaría el acceso a los derechos económicos, políticos o sociales e incluso a su propia libertad y dignidad personal.

Inviolables: Si fueran negados, destruidos o lesionados, sería un ataque a la dignidad humana.

Progresivos: Es decir, derechos que en tiempos pasados no se reconocían se integraron a las situaciones cambiantes de la humanidad.

4.1.3 ¿Por qué hablar de género y de Derechos Humanos?

El campo de los Derechos Humanos no es neutral, a pesar de la afirmación de su universalidad. Por el contrario, es un terreno de confrontaciones ideológicas y políticas y de visiones sesgadas, en particular en cuanto se hace relación a la posición y condición de género de hombres y mujeres de todos los pueblos, edades, culturas y situación socioeconómica.

A pesar de que existe un consenso teórico en reconocer que el mundo está compuesto por una diversidad de personas, la mayoría de las violaciones de los Derechos Humanos ocurren, precisamente por el irrespeto a la diversidad y a la diferencia, sobre todo hacia las mujeres, por lo que es necesario el reconocimiento de que las diferencias biológicas entre hombres y mujeres no suponen un sistema de desigualdad y de opresión.

Más difícil aún ha sido el proceso de reconocer que las desigualdades de hecho deben ser consideradas como el punto de partida para definir los derechos de las personas y los mecanismos para hacerlos efectivos.

Hablar de “Derechos Humanos de las Mujeres” puede parecer una redundancia. Sin embargo, no existe actualmente ninguna sociedad donde las mujeres dispongan de las mismas oportunidades que los hombres. La vulneración de los derechos de las mujeres se produce de forma distinta por su condición y posición en las relaciones de género. El sistema de Derechos Humanos, según está establecido, regulado y los mecanismos de garantía previstos para asegurar su cumplimiento pueden resultar limitados cuando se trata de defender los Derechos Humanos de las Mujeres.

4.1.4 Derechos Humanos de las Mujeres

Son Derechos Humanos; inherentes, universales, inalienables e indivisibles. Las mujeres tienen derecho al disfrute pleno de sus Derechos Humanos en condiciones de igualdad y libres de violencia y discriminación. A lo largo del tiempo las mujeres han enfrentado cotidianamente violencia, discriminación y opresión, de manera diferenciada. Esto no siempre fue tratado adecuadamente en el marco de los Derechos Humanos, hasta hace relativamente poco tiempo.

La Carta de las Naciones Unidas, aprobada en 1945, es un instrumento de derecho internacional que establece los principios de las relaciones internacionales de los Estados Miembros de la Organización de Naciones Unidas. Estos van desde la igualdad soberana de los Estados a la prohibición del uso de fuerza que no sea acorde a los propósitos de la misma.

En esta se establece como uno de sus objetivos principales “reafirmar la fe en los derechos fundamentales del hombre, en la dignidad y el valor de la persona humana, en la igualdad de derechos de hombres y mujeres”. El Artículo 1 menciona entre sus propósitos y principios el “respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales de todos, sin hacer distinción por motivos de raza, sexo, idioma o religión”¹³.

Dos años después, en 1948, fue aprobada la Declaración Universal de Derechos Humanos, en la que se acordó el uso de un término neutro para referirse a los derechos de “todos los hombres” en la redacción y emplear a cambio los términos “toda persona” y “todos los seres humanos”, a forma de aclarar de mejor manera que la Declaración Universal hace referencia tanto a hombres como a mujeres.

13. Carta de las Naciones Unidas, recuperado de: https://www.oas.org/36ag/espanol/doc_referencia/carta_nu.pdf

En 1967 se aprobó la Declaración sobre la Eliminación de la Discriminación contra la Mujer por los Estados Miembros de las Naciones Unidas. En esta, la Asamblea General reconoció como urgente la aplicación de los derechos y principios de igualdad, seguridad, libertad, integridad y dignidad de todos los seres humanos, a las mujeres. Asimismo, expresa la preocupación de la violencia con la mujer como un obstáculo para el logro de la igualdad y la paz.

Luego de esta, en 1979, fue aprobada la Convención sobre la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW, por sus siglas en inglés) que como preámbulo establece que las mujeres siguen sin disfrutar de los mismos derechos y garantías que los hombres, a pesar de la existencia de distintos instrumentos, tratados y mecanismos. Garantizar los derechos humanos de la mujer exige comprender las estructuras sociales y de poder que influyen en la capacidad de las mujeres de gozar plenamente de sus derechos en todos los aspectos de la vida.

14. Los Derechos de la Mujer son Derechos Humanos, Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas, 2014. Recuperado de: <https://onu.org.gt/discursos/los-derechos-de-la-mujer-son-derechos-humanos/>

4.2 Guías de trabajo

4.2.1 Ejercicio # 1: Clarificando mis expectativas

Instrucciones

En grupos de cinco participantes, responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué conocimientos quiero recibir?

2. ¿Qué dudas quiero aclarar?

3. ¿Qué quiero compartir?

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

4.2.2 Guía de trabajo # 2: Características de los Derechos Humanos

Instrucciones

Invitar a 9 participantes y entregar a cada una, una tarjeta con una característica de los Derechos Humanos.

Anotar en un papelógrafo las 9 características. Pedir a cada una de las que recibió una tarjeta que haga una mímica sobre la característica descrita e indica al grupo que señalen la mímica que corresponde según el listado. Así sucesivamente hasta terminar con las nueve participantes.

Progresivos

Universalidad

Imprescriptibles

Inalienables

Obligatorios

Irrenunciables

Innatos

Indivisibles

Inviolables

4.2.3 Guía de trabajo # 3: Lectura crítica

Instrucciones

Realizar la lectura que se presenta a continuación y marque con el lápiz la redacción que le parezca que no es la correcta. Al finalizar la lectura, formar tríos y compartir el resultado de su lectura crítica. Proponer la redacción de un párrafo de forma diferente en el que se visibilice a las mujeres. Al finalizar, presentar en plenaria.

“Evolución de los Derechos Humanos”

Son llamados humanos porque son del hombre, de la persona humana, de cada uno de nosotros. El hombre es el único destinatario de estos derechos. Por ende, reclaman reconocimiento, respeto, tutela y promoción de parte de todos y especialmente de la autoridad. Estos derechos son inherentes a la persona humana, así también son inalienables e imprescriptibles. No están bajo el comando del poder político, sino que están dirigidos exclusivamente por el hombre. Así como todos los hombres poseen un derecho, siempre otro hombre o Estado deberá asumir una conducta frente a esos derechos, de cumplir con determinadas obligaciones de dar, hacer u omitir. Mucho tienen que ver los Derechos Humanos con la democracia. Los Estados donde se les reconoce, respeta, tutela y promueve son democráticos. Los que no los reconocen son no democráticos, o bien autoritarios o totalitarios. Para que estos Derechos Humanos puedan realizarse y reconocerse dentro de un ámbito real, el estado, debe encontrarse en democracia. La democracia es la que permite que todos los hombres participen realmente del gobierno de manera activa e igualitaria, cooperando con el reconocimiento, respeto, tutela y promoción de los Derechos Humanos. En todos los sistemas donde no existe base democrática existen diversas situaciones donde falta equidad y justicia. En cambio, cuando media la democracia, el hombre está inserto en una sociedad donde la convivencia es organizada, donde cada ciudadano tiene la garantía de que sus derechos serán respetados y tutelados al igual que él debe respetar a los demás; donde la convivencia es acorde a la dignidad de la persona teniendo en cuenta su libertad y sus Derechos Humanos. El Estado cumple un papel fundamental, porque las autoridades deben, además de reconocerlos, ponerlos en práctica dentro de la sociedad, para que puedan desarrollarse en un ambiente prospero.

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____

4.2.4 Guía de trabajo # 4: Evaluación de contenido

Nombre: _____ Fecha: _____

Instrucciones

Tomando en consideración los temas expuestos, conteste las siguientes preguntas:

1. ¿Qué son los Derechos Humanos?

2. Mencione tres Derechos Humanos de las mujeres:

3. Mencione cinco características de los Derechos Humanos:

4.3 Bibliografía

Alberti Manzanares, P. (2023). Colegio de Postgraduados. Obtenido de <https://www.colpos.mx/wb/images/Meg/Montecillo/VINCULACION/Princliderazgo.pdf>

Cuadrado Guirado, M. I. (2003). Estilos de liderazgo y género una perspectiva psicosocial: tesis doctoral. España: Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones.

Darf, R. (2006). La experiencia del Liderazgo. México: Thompson.

Dirección Municipal de la Mujer. Municipiudad de Guatemala. (2021). Modelo 2 – Comisiones Comunitarias de la Mujer. Guatemala: Ediciones Don Quijote, S. A.

Herrero Sotelo, L. P. (2005). Liderazgo y Dirección, Facultad de Contaduría y Administración. México: Universidad Autónoma de México. .

Madrigal, B. (2005). Liderazgo, Enseñanza y Aprendizaje. México: McGraw-Hill Interamericana.

Mussen, P. H., Conger, J. J., & Kagan, J. (1982). Desarrollo de la personalidad en el niño. México: Editorial Trillas.

5. Guía metodológica No. 3: Desarrollo de habilidades de liderazgo ¹⁵

MÓDULO III	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Liderazgo	15"	Bienvenida del grupo	<p>Dinámica: Lo que hago me define</p> <p>Invitar a las participantes a formar cuatro grupos con igual número de integrantes.</p> <p>Entregar a cada una un sobre con las frases relacionadas al tema (cada grupo tiene las mismas frases y varias copias de cada frase).</p> <p>Pedir que cada una tome la o las frases con las cuales se siente identificada.</p> <p>Compartir en el grupo por qué le gusta realizar esa o esas actividades, sus experiencias y cómo cree que esta actividad define su liderazgo.</p> <p>Presentar en plenaria el resultado de la actividad.</p> <p>Compartir el significado de que nuestras acciones van posicionando nuestros liderazgos y la afinidad con la comunidad.</p>	Ejercicio # 1 Sobres con frases relacionadas al tema	Facilitadora
	10"	Expectativas del Taller	<p>Dinámica: Clarificando expectativas</p> <p>Solicitar a las participantes que se integren en grupos de 5 personas.</p> <p>Entregar de la guía de trabajo # 2.</p> <p>Cada grupo en plenaria presente el resultado.</p>	Guía de trabajo # 2 Lapiceros	Facilitadora
	30"	Liderazgo Explorando mis habilidades de liderazgo	<p>Dinámica: Conceptualización</p> <p>Formar grupos según el número de participantes, con 5 integrantes cada uno.</p> <p>Entregar un sobre a cada grupo conteniendo frases o palabras clave, un papelógrafo y un marcador.</p> <p>Indicar a las participantes que retiren una tarjeta del sobre y comenten el significado que cada una le atribuye a las palabras o frases clave, hacen un consenso de 1 mismo y escriben en un papelógrafo el significado.</p> <p>Al finalizar cada grupo presenta en plenaria sus resultados.</p> <p>Comparten contenidos relacionados al concepto de liderazgo.</p>	Guía de trabajo # 3 Sobres de papel manila media carta Juegos con las palabras del instrumento Pliegos de papel Marcadores y cinta adhesiva.	Facilitadora
	30"	Autoestima la clave para el liderazgo, mujeres en la historia	<p>Dinámica: Los rostros</p> <p>Solicitar a las participantes que en lluvia de ideas hagan una lista de mujeres líderes que identifican, quienes consideren ha marcado de manera positiva la historia de las mujeres o su historia personal.</p> <p>Entregar a cada grupo una guía de trabajo para dar seguimiento al ejercicio.</p> <p>Al finalizar, presentar en plenaria el resultado de cada grupo.</p>	Guía de trabajo # 4 Fichas Marcadores Papelógrafos Cinta adhesiva.	

15. Línea de Acción 1, Programa de Activación Económica.

			Compartir información sobre cómo la imagen, carácter, personalidad de cada una de ellas ha sido importante para ejercer sus liderazgos y cómo pueden determinar su nivel de autoestima por lo que refleja, habla y actúa.		
15"	RECESO				
	30"	Liderazgo basado en la personalidad Identificación de características	Dinámica: Estrellas de papel Entregar a cada persona seis estrellas. Solicitar que escriban tres características de su personalidad: imagen, carácter y relaciones con las demás, y tres actitudes que tienen ellas en el ejercicio de sus liderazgos. Solicitar que formen grupos de 5 y compartan los contenidos de sus estrellas y alguna anécdota sobre el ejercicio de sus liderazgos que haya sido importante para lo que hacen. Al finalizar, compartir en plenaria, cómo se sintieron al ponerse las estrellas y al compartir en el grupo sobre esto. Compartir cómo pueden ejercitar el reconocimiento entre mujeres. Compartir contenidos relacionados al liderazgo y los tipos de liderazgo que existen basados en la personalidad.	Estrellas de papel Marcadores Canchos de ropa Papelógrafos y cinta adhesiva	
	20"	Diálogo entre mujeres: experiencias y propuestas	Dinámica: El tesoro Solicitar a las participantes que cierren sus ojos, escuchen su cuerpo y piensen en sus experiencias como líderes, en su participación dentro de los espacios que ocupan y lo que ha significado para ellas. La facilitadora colocará varias frases en el piso . Pedir a las participantes que abran sus ojos y que vean las frases y tomen una con la que se identifiquen como mujer o líderes en los distintos espacios. Luego de tomarlas que formen un círculo y de manera voluntaria vayan compartiendo por qué han tomado cada uno de los rútiles. Cerrar la actividad con la presentación de claves de la autoestima para ejercer un liderazgo democrático y colaborativo.	Guía de trabajo # 5 Fichas Marcadores Papelógrafos Cinta adhesiva.	Facilitadora
	20"	Recapitulación de contenidos	Charla dialogada Presentación de ideas centrales del tema	Presentación de Power Point Cañonera Laptop	
	10"	Evaluación final de contenidos	Guía de evaluación escrita Para evaluar el conocimiento posterior de las participantes sobre el tema entrega una evaluación escrita, que deben completar de forma individual.	Guía de trabajo # 6	

5.1 Contenido de apoyo

5.1.1 El liderazgo

El liderazgo con perspectiva de género es la forma en que las mujeres y los hombres dirigen es un tema que se ha investigado en los últimos años. Tiene que ver con que las mujeres han alcanzado puestos gerenciales, directivos y políticos de forma más visible, aunque cabe reconocer que abrir brecha para las mujeres no ha sido fácil, es producto de una lucha sistemática a nivel mundial con repercusiones en nuestro país.

Para este tema es importante tomar en cuenta el tipo de culturas y contextos que condicionan el ejercicio del liderazgo de las mujeres. Un estudio realizado por el psicólogo Geert Hofstede, establece que el nivel de masculinidad condiciona los comportamientos; para los hombres líderes que sean asertivos, duros, se centren en el éxito material, en la toma de decisiones no tomando en cuenta al grupo, la competitividad, la jerarquía y la resolución analítica de problemas. En la cultura con bajo grado de masculinidad, los roles son mucho más equitativos los líderes son más intuitivos, menos visibles y toman decisiones buscando el acuerdo común, permitiendo el desarrollo de oportunidades igualitarias¹⁶.

Para las mujeres que sean modestas, tiernas y se centren en la autorealización. Loden manifiesta que se caracterizan por la cooperación, la colaboración entre ella y sus seguidoras/es, un bajo control y la resolución de problemas basada en la intuición, la empatía y la racionalidad; prefieren una forma interactiva de liderazgo que se caracteriza por hacer hincapié en la participación, compartir el poder e información y realzar el trabajo de los demás, es más receptiva y participativa, en la que se otorga especial importancia a la parte emocional y al lado humano¹⁷. Las mujeres lideran, en su mayoría, de forma democrática y participativa. Comúnmente, la mujer lideresa alienta la participación, comparte el poder y la información y trata de incrementar el valor de sus seguidores. Son incluyentes y se apoyan en su carisma y habilidades personales para influir a en las demás.

El hombre usa un estilo donde predominan las órdenes y el control, confían en la autoridad de su puesto y tienen un gran manejo de su inteligencia emocional, se comportan de forma más autocrática. La mujer se orienta hacia un liderazgo transformacional y el hombre al transaccional.

16. Herrero Sotelo, Laura Patricia. Liderazgo y Dirección, Facultad de Contaduría y Administración. Universidad Autónoma de México. México 2005.

17. Cuadrado Guirado, M. I. (2003). Estilos de liderazgo y género una perspectiva psicosocial: tesis doctoral. España. Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones.

Hay tres estrategias clave para lograr que los liderazgos sean más equitativos:

- **Equidad de género:** implantar mecanismos para comprender los roles de hombres y mujeres para interrelacionarlos. Esto enriquece el trabajo de los equipos.
- **Transversalidad:** Integrar la perspectiva de género en las diferentes instituciones y organizaciones para dar igualdad de oportunidades.
- **Empoderamiento:** Potenciar la capacidad de las mujeres para que influyan en las decisiones importantes de cualquier ámbito¹⁸.

El Liderazgo se conoce como el arte de influir sobre las personas, para que trabajen con entusiasmo, innovación, creatividad y vayan en la consecución de sus objetivos y en la búsqueda del bien común. Puede ser una destreza aprendida o adquirida, que va moldeándose conforme la persona va cambiando, conociéndose y adaptándose a los contextos que le rodean. Se dice que el liderazgo está influido por la personalidad, temperamento, carácter y autoestima de la persona. Si retomamos el taller anterior sobre la autoestima vemos que van de la mano. Quien se conoce, se aprecia y actúa de conformidad con ello, va a poder ejercer un liderazgo con mayor seguridad y apoyar a las y los demás.

5.1.2 Elementos para el liderazgo

La lideresa es la persona que ejerce la dirección, las seguidoras son las personas influenciadas por la lideresa, la influencia es la relación entre las personas y el fin común son los objetivos que se pretenden alcanzar¹⁹.

La lideresa es aquella que utiliza la influencia sobre sus seguidoras (es). La **influencia** tiene como sinónimos –en el manejo del liderazgo- los términos de ayudar, intervenir, apoyar, contribuir y respaldar a otras personas, más que ser poderosa, importante o autoritaria, sin embargo, puede hacer uso de algún tipo de poder, dependiendo de si cuenta con autoridad formal o informal.

El **poder** es un atributo de impacto e influencia de la lideresa sobre sus seguidoras (es). No tiene nada de malo buscar o detentar el poder, si se hace buen uso del mismo y es utilizado como la fuerza para cambiar algo o mejorar.

Las lideresas deben comunicarse en forma eficaz con sus colaboradoras. Deben comunicar en forma comprensible sus ideas a otras personas, para que tengan un significado para las personas. Debe comprender a las demás y ser comprendida por ellas. Es decir, sus capacidades y habilidades para comunicarse deben estar estrechamente relacionadas, percibiendo el mensaje que recibe y que da.

18. Madrigal, B. (2005). Liderazgo, Enseñanza y Aprendizaje. México: McGraw-Hill Interamericana.

19. Daft, R. (2006). La experiencia del Liderazgo. México: Thompson.

Para ser comprendidas por otras personas, las lideresas tienen que saber expresarse – hablar y redactar- y también saber utilizar la comunicación no verbal –gestos y mímica en forma positiva-. También comprender a otras personas que requieren saber escuchar con empatía o sensibilidad –como lideresa- que le permite comprender las actitudes y conductas de otras personas y sus circunstancias.

La **empatía** es ponerse en el lugar de otra persona, comprenderla con el deseo de conocer la base y la justificación de sus puntos de vista.

Comprender lo que esperan de nosotras y reaccionar en forma positiva y conveniente.

5.1.3 Tipos de liderazgo

Liderazgo autocrático

En este estilo predomina la dominación e imposición. Se ordena lo que se debe hacer, la comunicación es unidireccional y descendente, el poder y la toma de decisiones son centralizados, se le exige obediencia a la persona seguidora, se acapara la autoridad y se asume la responsabilidad de todo.

Liderazgo democrático

Este estilo es participativo e incluyente. La comunicación se da en dos vías (descendente y ascendente), se toma en cuenta las opiniones de las personas seguidoras, la autoridad es delegada y la responsabilidad es compartida.

Liderazgo participativo

Es un estilo en el cual existe la libertad y responsabilidad, tanto individual como grupal. La persona líder tiene mínima participación supervisando a la distancia a la persona seguidora, dejándola en libertad de actuar conforme a su criterio y responsabilidad. Delega altas responsabilidades.

5.1.4 Liderazgo de las mujeres

Para desarrollar liderazgos en las mujeres se necesita:

- Promover la autoestima.
- Liderazgo con sentido de autocuidado y calidad de vida.
- Liderazgos autónomos e independientes.

- Liderazgo con ética profesional y colectiva.
- Liderazgo para erradicar el maltrato personal y colectivo.

Capacidades estratégicas para lograr el liderazgo de las mujeres

- Política (participar en la toma de decisiones).
- Analítica (abandonar el papel de repetidoras y desarrollar capacidad de cambio).
- Planificación (proponer objetivos y trazarse métodos adecuados).
- Evaluación.
- Trabajo (lo importante es cómo transformar esa capacidad de trabajo para las funciones tradicionales en capacidad de trabajo para sí mismas).
- Dirección (tienen miedo a la dirección, confunden dirección con autoritarismo), inclusión.
- Convocatoria (creer en el poder de estar juntas e invitar a los hombres).

¿Qué hacen las mujeres y hombres líderes con equidad de género?

- Entienden sus fortalezas, debilidades, valores y visión del mundo.
- Exponen una visión de futuro y las estrategias para el cambio.
- Forman un grupo de colaboradoras y colaboradores “brillantes” que aplican la excelencia en sus acciones.
- Motivan e inspiran para vencer obstáculos.
- Producen cambios, son innovadoras e innovadores, son flexibles a las nuevas ideas.
- Influyen en las demás personas con el ejemplo²⁰.

5.1.5 Características de las mujeres líderes

Dentro de las características y cualidades de las lideresas están:

Características:

- Aprenden continuamente.
- Tienen vocación por servir.
- Creen en las y los demás.
- No sobre reaccionan ante las conductas negativas, las críticas ni las debilidades humanas.
- Se niegan a etiquetar, estereotipar, clasificar y prejuizar a las demás personas.

Cualidades:

- Mostrar dominio de una misma.
- Prestar atención, apreciar y animar.
- Ser auténtica, sin pretensiones ni arrogancia.
- Tratar a las otras personas como importantes.

- Buscar lo mejor para las demás personas.
- Paciencia.
- Afabilidad.
- Humildad.
- Respeto.
- Generosidad.
- Indulgencia.
- Honradez.
- Compromiso.

¿Qué se requiere para ejercer un liderazgo positivo?

- Decisión personal
- Compromiso personal
- Declarar nuevas posibilidades, escenarios y mejor futuro

5.2 Guías de trabajo

5.2.1 Ejercicio # 1: Lo que hago me define

Instrucciones

Conformar grupos de 5 personas, cada persona toma una frase y comparte en el grupo por qué le gusta realizar esa actividad, sus experiencias y cómo cree que esta actividad define su liderazgo. Una vez finalizada la actividad en grupo, presentan en plenaria el resultado de la actividad.

**Me gusta resolver
problemas de servicios
en mi comunidad**

**Me gusta aconsejar a
las personas**

**Me gusta organizar
la feria patronal de mi
comunidad**

**Me gusta organizar
actividades religiosas de
mi comunidad**

**Me gusta realizar
actividades con mujeres**

**Me gusta realizar
actividades deportivas y
recreativas**

**Me gusta realizar
actividades para las y los
jóvenes**

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5.2.2 Guía de trabajo # 2: Clarificando mis expectativas

Instrucciones

En grupos de cinco participantes, responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Qué conocimientos quiero recibir?

2. ¿Qué dudas quiero aclarar?

3. ¿Qué quiero compartir?

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5.2.3 Guía de trabajo # 3: Conceptualización

Instrucciones

Conformar grupos de cinco integrantes, conversar sobre el significado de cada palabra contenida en cada tarjeta: liderazgo, tipos de liderazgo, elementos que conforman el liderazgo y características de las mujeres líderes. Al finalizar la conversación escribir en el papelógrafo el significado en consenso sobre cada palabra y exponer en plenaria las ideas del grupo.

Liderazgo

Tipos de liderazgo

Elementos que conforman el liderazgo

Características de las mujeres líderes

Integrantes del grupo

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

5.2.4 Guía de trabajo # 4: Dinámica los rostros

Instrucciones

Solicita a las participantes que en lluvia de ideas hagan una lista de mujeres lideresas que identifican, quienes consideran han marcado de manera positiva la historia de las mujeres o su historia personal.

Lista de mujeres lideresas

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Una vez realizado el listado de mujeres lideresas proceder a responder las siguientes preguntas:

No.	Preguntas
1	¿Qué características pueden describir de esa lideresa?
2	¿Qué acciones positivas ha hecho por las mujeres?

3	¿Qué han escuchado de sus discursos, reflexiones o propuestas?
4	¿Qué nivel de autoestima creen que ella tiene y por qué?
5	¿Qué se dice de ella en su comunidad, colonia, barrio o familia?
6	¿Por qué medios se han enterado de los aportes de ella?
7	¿Qué cosas negativas de ella se hablan y quién las habla?

5.2.5 Guía de trabajo # 5: Diálogo entre mujeres

Instrucciones

Elegir una tarjeta con la palabra con la que se identifiquen como mujer o líderes en los distintos espacios y marque en su hoja la misma, de manera voluntaria compartir por qué han tomado la tarjeta y explicar por qué se identifican con esa palabra.

Dolor	Felicidad	Amor	Odio
Fortaleza	Experiencia	Libertad	Solidaridad
Poder	Placer	Seguridad	Tolerancia
Hábito	Crecimiento	Bendición	Aventura
Dinero	Valor	Rechazo	Sufrimiento
Dignidad	Violencia	Superación	Ira
Derecho	Aceptación	Costumbre	Fama
	Conocimiento	Aprendizaje	

5.2.6 Guía de trabajo # 6: Evaluación de contenido

Nombre: _____ Fecha: _____

Instrucciones

Tomando en consideración los temas expuestos, conteste las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es el liderazgo?

2. Describa los liderazgos, basados en género:

3. Mencione los tipos de liderazgo que conoce:

5.3. Bibliografía

Alberti Manzanares, P. (2023). Colegio de Postgraduados. Obtenido de <https://www.colpos.mx/wb/images/Meg/Montecillo/VINCULACION/Princliderazgo.pdf>

Cuadrado Guirado, M. I. (2003). Estilos de liderazgo y género una perspectiva psicosocial: tesis doctoral. España: Universidad de Almería, Servicio de Publicaciones.

Darf, R. (2006). La experiencia del Liderazgo. México: Thompson.

Dirección Municipal de la Mujer. Municipiudad de Guatemala. (2021). Modelo 2 – Comisiones Comunitarias de la Mujer. Guatemala: Ediciones Don Quijote, S. A.

Herrero Sotelo, L. P. (2005). Liderazgo y Dirección, Facultad de Contaduría y Administración. México: Universidad Autónoma de México. .

Madrigal, B. (2005). Liderazgo, Enseñanza y Aprendizaje. México: McGraw-Hill Interamericana.

Mussen, P. H., Conger, J. J., & Kagan, J. (1982). Desarrollo de la personalidad en el niño. México: Editorial Trillas.



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Capacitación y Formación



Capacitación y Formación

6. Guía metodológica No. 4: Capacitación y Formación

La capacitación y formación está organizada por módulos de aprendizaje; incluyendo las áreas de gastronomía, repostería, bisutería, manualidades, imagen personal, cortes de cabello, maquillaje y manicura; según la estrategia 1 de la línea 2 del Programa de Activación Económica.

Coordinar con los programas municipales ya existentes en la Dirección de Desarrollo Social, Dirección Municipal de la Mujer y el Centro de Capacitación de la Mujer de la Secretaría de Asuntos Sociales y otras instituciones que brinden cursos de capacitación técnica en los cuales las mujeres puedan participar.

Esta línea de acción está orientada principalmente a las mujeres que se encuentra en el estadio de pisos pegajosos, según los criterios descritos en el Estudio citado en el Programa de Activación Económica²¹, quiénes difícilmente podrán superar por si mismas la situación en que se encuentran.²²

21. El Progreso de las Mujeres en Guatemala, Transformar la Economía para Realizar los Derechos, ASIES-ONU MUJERES, 2021, págs. 14 y 1. Este mismo estudio describe el porcentaje de mujeres que se encuentran en el estadio de Pisos Pegajosos, siendo de 83%.

22. Línea de acción 2, Programa de Activación Económica.

MÓDULO	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Capacitación y Formación	Siempre	Cursos impartidos por Programas Sociales de la Dirección de Desarrollo Social	Compartir y socializar las convocatorias a cursos de capacitación técnica. Implementar cartelera informativa en las Casas Municipales de la Mujer en zona 1, 3, 12 y 18.	Cartelera informativa Grupos de WhatsApp con Comisiones Comunitarias de Mujeres	Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer
	Siempre	Cursos impartidos por los Centros de Capacitación Tecnológica - MuniTec, de las zonas 3 y 21	Establecer mecanismos de referencia de mujeres interesadas en los cursos. De ser necesario, habilitar cursos exprés en las áreas que sea necesario para garantizar el cumplimiento de requisitos de admisión, si los hubieran.	Cartelera informativa Grupos de WhatsApp con Comisiones Comunitarias de Mujeres	Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer
	Siempre	Cursos impartidos por el Centro Municipal de Emprendimiento	Establecer mecanismos de referencia de mujeres interesadas en los cursos.	Cartelera informativa Grupos de WhatsApp con Comisiones Comunitarias de Mujeres	Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer
	Siempre	Cursos Impartidos por el MuniTec-I Mujer, zona 6	Compartir y socializar las convocatorias a cursos de capacitación técnica. Establecer mecanismos de referencia de mujeres interesadas en los cursos.	Cartelera informativa Grupos de WhatsApp con Comisiones Comunitarias de Mujeres	Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Acreditación de Competencias



Acreditación de Competencias

Mujer  emprende
Programa de Liderazgo y Emprendimiento

7. Guía metodológica No. 5: Acreditación de Competencias

Acreditar la formación y capacitación que las mujeres han adquirido en los diferentes programas de capacitación que brinda la Municipalidad de Guatemala por el Ministerio de Educación mediante la Dirección de Educación Extraescolar, DIGEEX; según la estrategia tres punto uno, de la línea de acción tres, del Programa de Activación Económica, se coordinarán las acciones con la Dirección General de Educación Extraescolar, DIGEEX, para que a través de CEMUCAF²³ se amplíen las áreas de acreditación de competencias que las mujeres han adquirido en los cursos de capacitación técnica.²⁴

23. Centros Municipales de Capacitación y Formación Humana, CEMUCAF, existe un convenio con el Ministerio de Educación a través de la Dirección de Educación Extraescolar, DIGEEX y la Dirección Municipal de la Mujer para su implementación.

24. Línea de Acción 3, Programa de Activación Económica.

MÓDULO	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Acreditación de Competencias	Tres eventos al año	Idioma inglés impartido en CEMUCAF, zona 6	<p>Coordinación con DIGEEX, para ingresar los expedientes a plataforma de SIREEX.</p> <p>Presentación de portafolios de acreditación de tres grupos.</p> <p>Acreditación de tres grupos al año.</p>	<p>Convenio firmado</p> <p>Aulas para las clases</p>	<p>Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer</p>
		Ampliación de áreas de certificación	<p>Diagnóstico de áreas de interés para certificación en DIGEEX.</p> <p>Solicitud y gestión de ampliación de áreas de acreditación ante DIGEEX, según los resultados del diagnóstico.</p>	<p>Guía de preguntas para el diagnóstico</p> <p>Solicitud escrita</p>	<p>Programa de Activación Económica, DMM</p>
		Eventos de acreditación de competencias	<p>Organización de la logística del evento en coordinación con DIGEEX.</p> <p>Convocatoria y elaboración de agenda.</p> <p>Entrega de acreditaciones.</p>	<p>Programación de actividad</p> <p>Espacio físico</p> <p>Sillas</p> <p>Mesas</p> <p>Refacción</p> <p>Diplomas</p> <p>Listados de asistencia</p>	<p>Programa de Activación Económica, Dirección de la Mujer</p>



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

Animación Emprendedora



Animación
Emprendedora

8. Guía metodológica no. 6: Animación emprendedora²⁵

MÓDULO I	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Animación emprendedora	10"	Dinámica de presentación: Cadena de nombres.	Solicitar a las participantes que formen un círculo. Una vez realizado el círculo solicitar a cada una de los participantes que diga su nombre y una cualidad. Hecho esto, cada persona irá por turnos diciendo el nombre de cada una de las participantes del grupo hasta llegar a ella misma. Se puede hacer cada vez más rápido o cambiar de dirección de vez en cuando para hacerlo diferente. Finalizada la ronda de presentación evidenciar las cualidades acopiadas y la posibilidad de crear una red de negocio entre las participantes.		Facilitadora
	40"	Animación emprendedora, Emprender y emprendedora	Realizar presentación sobre la conceptualización de animación emprendedora. Una vez finalizada la presentación, brindar la hoja del ejercicio # 1, triángulo del éxito, para que cada participante elabore su triángulo del éxito. Retomar la presentación para elaborar la conceptualización de emprender y emprendedora. Brindar a las participantes la guía de trabajo # 2, perfil de la emprendedora, para que elaboren un diagnóstico de su perfil como emprendedora. En una mesa redonda, solicitar a las participantes que de manera voluntaria compartan los resultados obtenidos y descubrimientos identificados.	Caja didáctica: (lapiceros, marcadores, crayones, papelógrafo, tijeras, goma, regla) Audiovisuales: (Proyector, laptop, sonido) Presentación Power Point: Emprender y emprendimiento Ejercicio # 1: triángulo del éxito. Guía de trabajo # 2: perfil de la emprendedora	Facilitadora
	20"	Sensibilidad emprendedora	Pedir a las participantes que se organicen en 6 grupos y cada uno de ellos dramatizará el uso de los sentidos (vista, oído, gusto, tacto, olfato e intuición) en el emprendimiento. Proceder a afianzar la información acopiada en las dramatizaciones y realizar presentación en sobre los conceptos básicos de: Sensibilidad emprendedora.	Audiovisuales: (Proyector, laptop, sonido) Presentación Power Point: sensibilidad emprendedora	Facilitadora
	20"	Participación de las mujeres en emprendimiento	La facilitadora realiza presentación en Power Point sobre el contexto del emprendimiento dirigido por mujeres en Guatemala y la Barreras del emprendimiento. En una puesta en común la facilitadora solicitará a las participantes que expongan las impresiones de los datos presentados.	Audiovisuales: (Proyector, laptop, sonido). Presentación en Power Point: Contexto del emprendimiento dirigido por mujeres en Guatemala.	Facilitadora
	30"	Ideas de negocio y oportunidades	Solicitar a las participantes que, mediante una lluvia de ideas, identifiquen necesidades del mercado y las anoten en un papelógrafo. Finalizado el tiempo asignado, cada grupo deberá presentar oportunidades de negocio y segmentación de clientes de al menos 5 necesidades.	Presentación Power Point: Idea de negocios y oportunidades. Audiovisuales: (Proyector, laptop, sonido) Caja didáctica (lapiceros, marcadores, crayones, papelógrafo, tijeras, goma, reglas)	Facilitadora
	15"	RECESO			

²⁵ Línea de Acción 4, Programa de Activación Económica.

MÓDULO I	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
	25"	Modelo de negocios. Propuesta de valor	Realizar presentación sobre: modelos de negocio, propuesta de valor. Obtenidas varias ideas de negocio, indicar a las participantes que formen 4 grupos. Cada grupo elige una necesidad y procederán a crear un modelo de negocio a través de la hoja de trabajo # 3. Lienzo Canvas, obteniendo de esta manera la propuesta de valor de 4 necesidades identificadas.	Presentación Power Point: modelos de negocio, propuesta de valor. Guía de trabajo # 3: propuesta de valor, lienzo Canvas.	Facilitadora
		Design Thinking	Solicitar a las participantes elaboren la guía de trabajo # 4, Mapa de empatía, permitiéndoles plantearse nuevos objetivos, mejorar o identificar oportunidades de negocio. Una vez concluida la actividad, solicitar a 3 voluntarias que compartan su mapa de empatía y, mediante la dinámica "la palabra aprendida", solicitar que en una palabra indiquen lo que más impacto les causó y como aplicarlo a su idea de negocio.	Caja didáctica (lapiceros, marcadores, crayones, papelógrafo, tijeras, goma, reglas) Guía de trabajo # 4: mapa de empatía.	
	30"	Prototipo y evaluación de la idea	Con el fin de evaluar el proceso formativo, solicitar a las participantes que elaboren un discurso del elevador, en el que, a través de una descripción atractiva, sugerente y comercial de una idea, un producto, una marca o un negocio. Basándose en convencer al público en menos de un minuto. Posteriormente las participantes evaluarán la factibilidad de la idea de negocio y en caso de ser necesario replantearlo.	Guía de trabajo # 5: Discurso del elevador	Facilitadora

8.1 Contenido de apoyo

8.1.1 Animación emprendedora

Consiste en fomentar el espíritu emprendedor y descubrir a emprendedoras potenciales, motivando a las participantes a ser motores de desarrollo económico y social en Guatemala, de forma que puedan apoyar tanto a su economía personal como familiar.

En los últimos años, ha ocurrido un incremento en la cantidad de mujeres que emprenden y desarrollan negocios y también en la cantidad de programas y proyectos que las apoyan. Sin embargo, aún existe un potencial importante que no se ha aprovechado en el ecosistema empresarial y siguen existiendo ciertas barreras que las limitan a poder optar o conseguir oportunidades que les permitan alcanzar sus objetivos.

¿Qué es emprender? Es considerada como la forma de pensar y actuar hacia la creación de riqueza para aprovechar las oportunidades presentes en el entorno, o para satisfacer las necesidades de ingresos personales generados a la economía y sociedad. (Ministerio de Economía, 2015).

También se puede definir como el estudio focalizado en comprender y desarrollar las competencias y habilidades relacionadas a la creación de un nuevo emprendimiento (técnico, científico, empresarial y social).

8.1.2 Tipos de emprendimiento

Emprendimientos por necesidad

Tradicionales: Tienden a desarrollar su actividad en la informalidad, en mercados y sectores tradicionales de la economía sin elementos diferenciadores en sus productos y servicios.

De subsistencia: Son los emprendimientos dirigidos a generar ingresos diarios para vivir (autoempleo), sin una planificación o una visión de crecimiento estructurada en el mercado y que tiende a no generar excedentes. Ordinariamente se desarrollan en el sector informal de la economía y a cargo de poblaciones empobrecidas (mujeres mayoritariamente) con pocas oportunidades de conocimientos y financiamiento para desarrollarse.

Emprendimientos de oportunidad

Dinámicos: Tiene un potencial realizable de crecimiento gracias a una ventaja competitiva – tecnológica o no - como para al menos convertirse en una mediana empresa, generando ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del propietario que son reinvertidos en el desarrollo del emprendimiento y que crece muy por encima de la media de su sector.”

De alto impacto: tienen la capacidad de transformar y dinamizar las economías a través de procesos sistemáticos de innovación y generación de empleo. Crece rápida y sostenidamente, ya que cuenta con altos niveles de financiamiento o de inversionistas.

No existe una receta a seguir para alcanzar el éxito, la emprendedora debe seguir algunas sugerencias y desarrollar una estructura organizativa que responda a las expectativas del mercado y alcance la competitividad.

¿Qué es una emprendedora? Podremos decir que es la persona con capacidad de reconocer sus fortalezas y debilidades, se visualiza como protagonista de su vida, tiene claro su propósito, metas y principios para la toma de decisiones.

Tipos de emprendedora

Potenciales: Son aquellas mujeres que tienen los conocimientos, las habilidades y el deseo de poner en marcha una idea de negocio, pero aún no han materializado dicha idea.

Nacientes: Son aquellas mujeres que han estado involucradas en la puesta en marcha de una empresa hasta 03 (tres) meses, ya sea como auto-empleadas o en combinación con otro trabajo.

Nuevas: Se consideran a aquellas mujeres cuyas empresas tienen entre 03 (tres) y 42 (cuarenta y dos) meses de funcionamiento, es decir, realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como autoempleadas o en combinación con otro trabajo.

Establecidas: Se tienen en cuenta aquellas mujeres que tienen más de 42 (cuarenta y dos) meses o más realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o al mismo propietario, ya sea como autoempleadas o en combinación con otro trabajo.

Perfil de la emprendedora: Lo que caracteriza a una emprendedora son los conocimientos, actitudes, aptitudes y valores, que la habilitan para convertir sus ideas en resultados. Pero esta predisposición no preestablece cuál será la forma de comportamiento de cada quien. Es por ello que con voluntad y perseverancia la mayoría de las competencias se pueden desarrollar y trabajar.

- Fija objetivos
- Busca información
- Planifica y controla
- Corre riesgos moderados
- Es persistente
- Exige eficiencia y calidad
- Cumple con los compromisos
- Tiene autoconfianza e independencia
- Persuade y crea redes de apoyo

Es aquí donde debemos diferenciar la aptitud de la actitud:

La aptitud: es el conocimiento y experiencia que uno trae y que nos permite desarrollar cierta actividad.

La actitud: es la motivación y la voluntad con la que nos volcamos para realizar cierta actividad. En este caso opera el comportamiento de cada quien. (J, 2015).

8.1.3 Sensibilidad emprendedora

Es la capacidad para sentir las oportunidades y peligros existentes en su entorno que le sirvan para poder anticiparse a dichos acontecimientos, alejar los peligros y acercar las oportunidades; entonces, toda emprendedora, requiere de mucha sensibilidad para que su nueva idea de negocio pueda sobrevivir a las embestidas de la competencia y del entorno.

La manera de hacer crecer la sensibilidad es utilizarla de forma consciente y con mayor intensidad todos los sentidos que tienes a tu disposición; es decir, la vista, el tacto, el oído, el gusto, el olfato y la intuición.

En todo emprendimiento, se debe agudizar la vista para analizar los movimientos de los clientes y competidores, el oído para escuchar la voz de asesores y consumidores, el tacto para experimentar y probar así mismas los productos y servicios que ofertas, el olfato para que indique lo que huele más y requiere mejorar y la intuición para proyectar el éxito de tu negocio.

8.1.4 Participación de las mujeres en emprendimientos

Las mujeres emprendedoras son consideradas como un sector importante para la economía de Guatemala. (UFM, 2022).

Datos estadísticos reportados del 2021-2022 indican que:

El 50.1% de la población guatemalteca son mujeres, de las cuales el 37.7 % tienen un trabajo; sin embargo, el 52.7 % desarrollan alguna actividad de emprendimiento.

Nueve de cada diez mujeres (94.2%) consideran que el emprendimiento es una buena opción de carrera para generar ingresos.

El 60% de las emprendedoras están comprendidas entre las edades de 18 y 35 años.

El 55% de las mujeres emprendedoras cuentan con un alcance educativo a nivel diversificado, mientras que el 3% no tuvo acceso a educación.

El 53% de las emprendedoras guatemaltecas en su mayoría emprenden por necesidad.

8.1.5 Ideas de negocios

Es básicamente, el servicio o producto que se quiere ofrecer, la forma en que se conseguirán los clientes y cómo se espera recibir ganancias de esta. Desde aquí se tendrán en cuenta todos los aspectos de la creación del emprendimiento y de las decisiones que aquí se tomen dependerá en gran parte el éxito de la misma. (CCF Global, s.f.).

Oportunidades de negocios

Se trata de identificar los momentos en los cuales surgen las oportunidades de negocio, estas nacen del mismo mercado, de las necesidades no satisfechas con las que las personas viven su día a día. A esto se le conoce como dolor. Si la idea resuelve un dolor, entonces puede convertirse en una oportunidad de negocios.

Modelos de negocios

Permitirá identificar, evaluar y explicar cómo la empresa va a generar ingresos y ser exitosa, como resultado de posicionar su producto o servicio en el mercado.

Es el medio que le permitirá hacer rentable la idea de negocio; y dependiendo del modelo que se elija, se escogen los test o experimentos para validar dicho modelo. (J, 2015)

- **Fabricación:** Es un modelo en el que la actividad económica consiste en producir determinados productos y venderlos, generalmente, a mayoristas que los comercialicen.
- **Distribución:** Las empresas de distribución adquieren los productos producidos en las fábricas y los venden ellas mismas al consumidor final o a empresas minoristas.
- **Retail:** Son todas aquellas empresas que venden directamente los productos que han adquirido a los distribuidores al público.
- **E-commerce:** Este modelo de negocio tiene mucha relación con el del *retail*. En este caso, se basa en la venta online de cualquier tipo de producto.
- **Suscripción:** Consiste en obtener ingresos gracias a una cuota mensual que es pagada por los clientes.

8.1.6 Propuesta de valor

Es una práctica que todo emprendimiento debe tener, tiene como objetivo darle a la clientela **una idea clara, concisa y transparente de cómo un negocio en particular les puede ser relevante**. Desarrollar esta idea es uno de los pasos clave de cualquier estrategia de planificación. Es un error comenzar un nuevo negocio sin tener este concepto bien formulado.

Los pilares de la propuesta de valor son:

- **Claridad:** Cuanto más clara sea la propuesta, más fácil será transmitir el mensaje al consumidor. Es esencial entender la misión de su emprendimiento al ofrecer un servicio o producto.
- **Lenguaje:** Cada emprendimiento trabaja con un público objetivo bien definido lo que determina un lenguaje que debe ser específico de esa relación.
- **Dirección:** La propuesta también debe dirigir al consumidor a lo que encontrará en el contacto con su emprendimiento.

8.1.7 Design Thinking

Este es un método para generar ideas innovadoras y que centra su eficiencia en entender y dar solución a las necesidades reales de los clientes. Proviene de la forma en la que trabajan los diseñadores de productos de ahí su nombre, que en español se traduce de forma literal como “pensamiento de diseño”.

Fases del *Design Thinking*

- **Empatizar:** Es la primera etapa del proceso y la base del mismo, que nos permite identificar deseos y necesidades relevantes para definir el perfil del cliente al que vamos a dirigirnos, establecemos nuestros objetivos de investigación y, a partir de ellos, decidimos qué técnicas de recopilación de información utilizaremos; técnicas propias de la fase de Empatizar son la entrevista en profundidad, la observación, el *focus group*, entre otras.
- **Definir:** Segunda etapa del proceso en la que organizamos toda la información recopilada para identificar todas las áreas de oportunidad desde la que podemos ofrecer soluciones relevantes para los deseos y necesidades para el cliente.
- **Idear:** Una vez establecido el reto (que puede ser también reformulado o refinado) pasamos a la parte de diseño de la solución, se trata de dar el mayor número de ideas posibles que respondan al reto planteado. Es el momento de la lluvia de ideas, y de otras herramientas que nos impulsen hacia el encuentro del mayor número de ideas posibles.
- **Prototipar y evaluación:** A partir de las ideas generadas, se lleva a cabo una selección, en la que damos forma a las propuestas. De esa forma, se las podremos mostrar al cliente, quien podrá darnos

retroalimentación y decir en qué medida la solución que estamos diseñando para él, se ajusta a sus necesidades o deseos.

Luego llega el proceso de validación que es clave para el éxito ya que permite “pivotar”, es decir cambiar su modelo de negocio en caso de ser requerido y/o fortalecer el existente. (AMPYME, 2020).

Una vez listo el modelo de negocios, llega el momento de validar que los potenciales clientes realmente necesitan la propuesta de valor que se les ofrecerá. Para ello se debe construir un proceso de ventas replicable a través de, al menos, un segmento de clientes para obtener un nivel razonable de aceptación del producto. La invitación es a validar si efectivamente el producto o servicio es necesario (ya sea a través de prototipos o la presentación de las características del mismo) generando instancias donde los clientes potenciales puedan entregar cuál es la impresión que les produce lo que se está ofreciendo.

Si no se obtiene una respuesta positiva, es esencial volver al diseño del paso, ya que algo está fallando (ya sea en la propuesta de valor o en la elección del cliente potencial).

8.2 Guías de trabajo

8.2.1 Ejercicio # 1: Triángulo del éxito

Instrucciones

Crear el propio triángulo del éxito con los conocimientos, aptitudes y recursos que actualmente cuentan las emprendedoras, el objetivo de la actividad es identificar las necesidades u oportunidades de mejora que se han evidenciado para lograr el éxito deseado en el proyecto.

Querer = Actitudes



Poder = Recursos

Saber = Aptitudes

8.2.2 Guía de trabajo # 2: Perfil del emprendedor

Instrucciones

Identifique sus habilidades y oportunidades de capacitación completando el siguiente perfil:

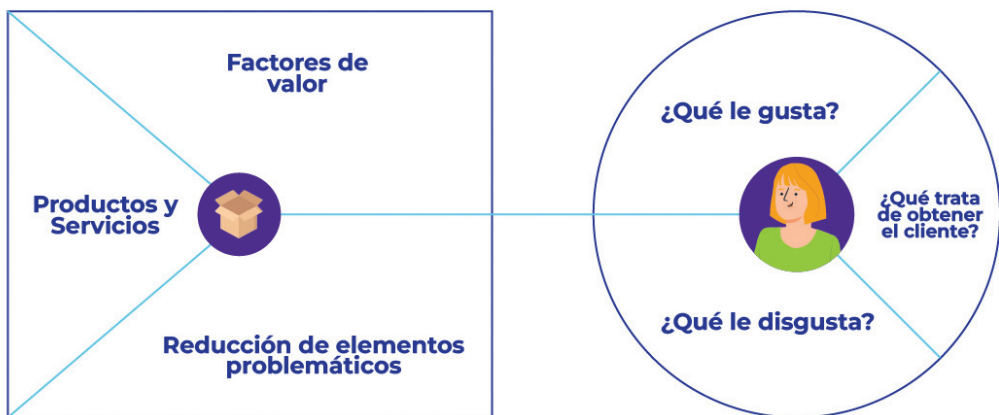
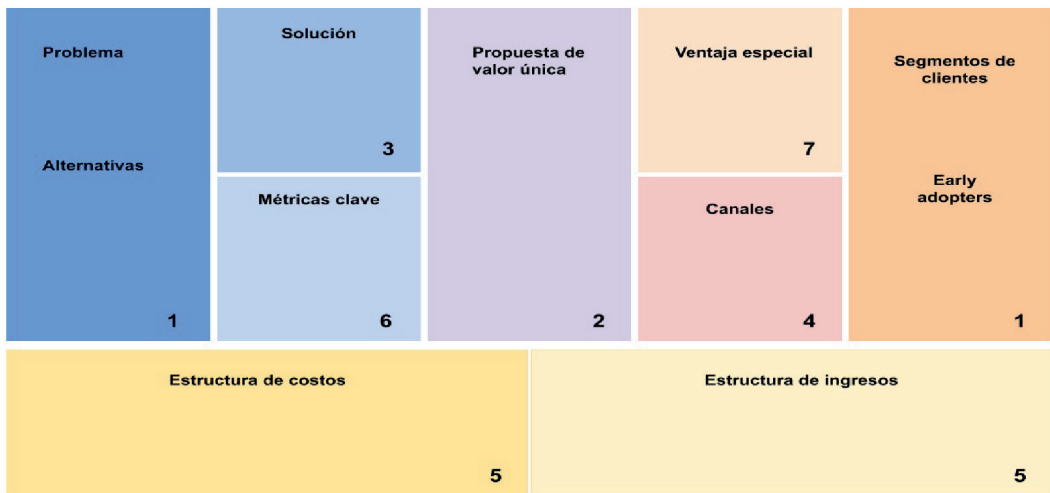
Habilidades	¿Las tengo?		¿Cómo las he desarrollado o cómo puedo desarrollarlas?
	Si	No	
1. Visión y determinación			
2. Planeación y organización			
3. Creatividad			
4. Iniciativa			
5. Ser sociable			
6. Trabajo en equipo			
7. Liderazgo			
8. Resolución de problemas			
9. Flexibilidad			
10. Autoconfianza			
11. Capacidad de negociación			
12. Paciencia y disciplina			
13. Comunicación (capacidad de escucha)			
14. Conocimiento en gestión de negocios			
15. Conocimiento del sector donde quiero emprender			
16. Conocimiento para crear el producto o servicio que deseo ofrecer			
Otras habilidades que considero necesarias:			

8.2.3 Guía de trabajo # 3: Lienzo y *Lean Canvas*

Teniendo clara la necesidad que presenta el mercado, se procederá a establecer la propuesta de valor que el emprendimiento ofrecerá, la cual será de ayuda para diferenciarnos de la competencia y ofrecer una experiencia única.

Instrucciones

Tomando como referencia el contenido desarrollado, llenar el lienzo *Canvas*, con el que se podrá definir los puntos clave para convertir la idea de negocio en un negocio rentable.



8.2.4 Guía de trabajo # 4: Mapa de empatía

Instrucciones

Con base en su modelo de negocio, su propuesta de valor y segmento de clientes, proceda a llenar su mapa de empatía respondiendo a las interrogantes.

The diagram is an empathy map. It features a central circular avatar of a woman with long brown hair wearing a purple shirt. The map is divided into four quadrants by diagonal lines meeting at the center:

- Top: **¿Qué dice y qué hace?**
- Left: **¿Qué ve?**
- Right: **¿Qué piensa y qué siente?**
- Bottom: **¿Qué oye?**

Below the map are two empty rectangular boxes:

- Top box: **Esfuerzos**
- Bottom box: **Resultados**

8.2.5 Guía de trabajo # 5: El discurso del ascensor ¿cómo convencer en un minuto?

Instrucciones

Cada participante deberá vaciar la información de su idea de negocio en el cuadro siguiente, posteriormente tendrá 60 segundos para presentarlo al resto de participantes, quienes evaluarán el grado de factibilidad de su idea de negocio.

Título	Contenido
1. Introducción	Mi nombre es _____ y mi idea de negocio es _____
2. Descripción del negocio	En una oración describe en qué se basa tu idea de negocio.
3. Segmento de clientes	Describe quienes son tus clientes o usuarios.
4. Problema	¿Cuál es el problema principal de tu cliente?
5. Solución	Menciona las 3 características más importantes de tu producto o servicio: 1. 2. 3.
6. Propuesta de valor	En una frase y de forma clara, simple y sencilla, menciona que te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.
7. Ventajas especiales	En una oración, menciona qué te hace especial; lo que causa que los clientes sigan viniendo por más.
8. Canales	Describe cómo vas a hacer llegar tu producto o servicio a los clientes con los que vas a trabajar.
9. Datos de contacto	¿Cómo pueden contactarte tus clientes? (teléfono, email, redes sociales, etc.).

8.3 Bibliografía

AMPYME. (01 de 2020). Guía rápida para emprendedores. Panamá.

Armstrong, G. (2013). Fundamentos del Marketing. México: Pearson.

Bob, B. S. (2012). Manual del emprendedor, la guía paso a paso para crear una empresa. Editorial Gestión.

Decreto 20-2018. (29 de Octubre de 2018). Ley de Fortalecimiento al Emprendimiento.

Fundación Iniciador. (2013). Observatorio del clima emprendedor. Barcelona.

Fundación Mujeres. (2016). Guía para la creación de negocios rurales. España.

GCF Global. (s.f.). Emprendimiento: La idea de negocio. Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/emprendimiento/la-idea-de-negocio/1/>

J, B. (2015). Manual del emprendedurismo. Paraguay.

Ministerio de Economía. (2015). Política Nacional de Emprendimiento de Guatemala. Guatemala.

Molina, D. (04 de 11 de 2022). IEBS. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/que-es-el-modelo-canvas-y-como-aplicarlo-a-tu-negocio-agile-scrum/>

Santander. (23 de 12 de 2020). *Design Thinking* para emprendedores: cómo aplicarlo paso a paso. Obtenido de <https://www.santanderx.com/es/blog/design-thinking-para-emprendedores.html#:~:text=El%20Design%20Thinking%20para%20emprendedores%20comienza%20con%20un%20trabajo%20de,concretes%20qu%C3%A9%20desea%20tu%20target.>

UFM. (2022). Monitor Global de Emprendimiento GEM. Guatemala.

Univeridad Fransisco Marroquín . (2021-2022). Monitor Global. Guatemala.

9. Guía metodológica No.7: Comunicación y gestión²⁶

MÓDULO II	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Comunicación y Gestión	15"	Bienvenida	Dinámica de la Telaraña Solicitar a las participantes que formen un círculo. Luego, seleccionar a alguna persona al azar para que tome el principio de la lana, diga su nombre y su expectativa sobre el taller. Sin soltar el inicio de la lana, debe lanzar la madeja a alguna participante, al lanzarla, la otra participante debe hacer su presentación y lanzar nuevamente la lana, quedándose también con una parte, hasta llegar a la última participante y lograr formar una telaraña. Concluir diciéndoles a las participantes que retornen a sus lugares. Una vez en su lugar, retroalimentar las expectativas planteadas, asociándolas a los objetivos del taller.	Una madeja de lana de cualquier color	Facilitadora
	20"	Comunicación asertiva	Realizar presentación en Power Point sobre comunicación asertiva, beneficios, bases y características. Solicitar a las participantes que procedan a realizar el ejercicio # 1, anexo 1. Maneras de ver el mundo, pasiva, agresiva y asertivamente. Como actividad de reflexión, solicitar a tres voluntarias que expongan los resultados obtenidos y cómo esta actividad aplica para visualizar cualquier aspecto de la vida.	Presentación Power Point: Comunicación asertiva. Equipo de cómputo (laptop, proyector). Impresión de Ejercicio #1: maneras de ver el mundo, pasiva, agresiva y asertivamente. Tres lentes de diferentes colores.	Facilitadora
	20"	Técnicas de gestión y negociación	Realizar presentación en Power Point: técnicas de gestión y negociación. Realizar tres rondas de participación, solicitar a la primera pareja que procedan a realizar la actividad 2, de la hoja de trabajo # 2: La negociación de los árabes. Una vez finalizada la actividad, invitar a las participantes a compartir las experiencias de las parejas que no lograron intercambiar los bienes y analizar por qué fallaron las propuestas pensadas de manera individual. ¿Cómo fueron modificando y readaptando las estrategias en cada ronda?, ¿Por qué creen que no tuvieron éxito con cada estrategia? ¿Se quedaron con bienes que no quieren y perdieron los bienes que sí quieren? ¿Cómo se sienten al no obtener lo que estaban necesitando? ¿Qué cambiarían en su postura como negociadores si se les da una nueva oportunidad? Posteriormente, solicitar al grupo que identifique el tipo de negociación utilizada.	Presentación Power Point: técnicas de gestión y negociación Impresión de hoja de trabajo # 2: La negociación de los árabes	Facilitadora
	20"	Emprendimientos individuales y colectivos	Para el desarrollo de contenidos, solicitar a las participantes que por afinidad formen 3 grupos. Seguidamente, asignar un tema a cada grupo: emprendimiento individual, colectivo y organización. Una vez conformados los grupos, las participantes deberán elaborar un análisis FODA de cada tema. Finalizado el tiempo, solicitar a los grupos que expongan la información acopiada. La facilitadora cerrará el tema haciendo referencia a los tipos de organización existentes en Guatemala.	Caja didáctica Papelógrafo Marcadores gruesos (rojo azul negro y verde) Impresión de hoja de trabajo # 3, análisis FODA.	Facilitadora

26. Línea de Acción 4, Programa de Activación Económica.

40"	Plan de negocios	<p>Realizar presentación en <i>Power Point</i>: Plan de negocios. Posteriormente la facilitadora solicita a las participantes la creación de usuario en la plataforma Dreambuilder.</p> <p>Las participantes realizarán como tarea a distancia lo que le solicitó el programa Dreambuilder, para que las emprendedoras puedan elaborar su plan de negocio</p> <p>Entregar anexo 4: componentes de un plan de negocio. Seguidamente realizar la retroalimentación de los componentes básicos de debe poseer ante las gestiones futuras</p>	<p>Presentación de <i>Power Point</i>, Plan de negocio.</p> <p>Equipo de cómputo, (cañonera y laptop).</p> <p>Hoja de trabajo # 4.</p> <p>Link https://dreambuilder.bluebirdto.com/client/dreambuilder/7c1e-program</p>	Facilitadora
15"	Receso			
25"	Formalización del emprendimiento	<p>Realizar presentación en <i>Power Point</i>: proceso de formalización del emprendimiento.</p> <p>Dinámica El carrusel de la legalización</p> <p>Diseñar tarjetas de cartulina que representen cada uno de los pasos que hay que realizar en cada institución.</p> <p>Solicitar a tres participantes que representen las ventanillas de atención de las instancias participantes solicitando el orden de los procesos a realizar.</p> <p>El resto de las participantes simularán el trámite ante cada ventanilla habilitada, hacen una representación teatral de las dificultades que enfrentan para legalizar sus emprendimientos y cómo solucionarlos.</p> <p>La representación termina cuando todos los grupos tengan todas las tarjetas de los trámites.</p> <p>Como cierre, motivar a las participantes a reflexionar sobre los pasos para la legalización, a fin de analizar cuál debería ser el orden, qué significa una denegación de una de las tarjetas, cómo podemos calcular la cantidad de dinero que se invierte en trámites, etc.</p>	<p><i>Power Point</i>: proceso de formalización del emprendimiento</p> <p>Cartulinas de pasos para inscripción, Registro Mercantil, SAT y Registro sanitario</p>	Facilitadora
20"	Registro mercantil	<p>Realizar una exposición sobre la importancia de la patente de comercio de un emprendimiento.</p> <p>Con el fin de orientar a las participantes, realizar un recorrido virtual para afianzar los procesos requeridos para la obtención de la patente de comercio a través de la página web del Registro Mercantil.</p>	<p>Fichas informativas de la patente de comercio</p> <p>www.registromerca.ntl.gob.gt/web/registration/content/uploads/2019/11/12_-_1.pdf</p>	Facilitadora

15"	Registro en la SAT	<p>Para el desarrollo de contenido prepara r un "cuento" o una charla, el cual debe contener fallas en cuanto a la importancia del registro de emprendimientos ante la Superintendencia de Administración Tributaria.</p> <p>Luego leerlo lentamente y en voz alta.</p> <p>Todas las participantes deberán estar sentadas. Cuando encuentr en algo que es falso, se levantan.</p> <p>Preguntar a las que se pusieron de pie por qué creen que es falso, y también a las que se quedaron sentadas por qué creen que es verdadero.</p> <p>Para afianzar los contenidos, se deberá realizar un recorrido virtual en la página de la SAT y reforzar la importancia y beneficios de un emprendimiento registrado y autorizado.</p>	<p>https://portal.sat.gob.gt/portal/req-visitos-de-inscripcion-personas-empresas/#163131 2214705-4c08038b-739d</p>	Facilitadora
15"	Registro sanitario	<p>Presentación de <i>Power Point</i>: registro sanitario.</p> <p>Para afianzar los contenidos, realiza r recorrido virtual en la página del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social para reforzar la importancia y beneficios de un emprendimiento con registro sanitario.</p>	<p>Presentación de <i>Power Point</i>: registro sanitario Equipo de cómputo</p> <p>https://tramites.gob.gt/servicio/1753/</p>	Facilitadora
10"	Evaluación de contenido	<p>Dinámica Los manteles</p> <p>Dejar unos manteles en diversos lugares de la sala con las siguientes preguntas:</p> <p>¿Qué es lo que más me ha gustado?</p> <p>¿Cuál ha sido el aprendizaje más significativo?</p> <p>¿Cómo ha sido la interacción con mis compañeras?</p> <p>Las participantes tendrán que ir pasando por los manteles y pondrán aquello que piensen respecto al título asignado al cartel.</p> <p>Posteriormente, motivar a tres voluntarias para que lean las conclusiones acopiadas.</p>	<p>3 manteles de tela blanca identificados (puede variar por papel/cgrafo)</p> <p>Marcadores delgados y gruesos de diferentes colores Masking tape</p>	Facilitadora

9.1 Contenido de apoyo

9.1.1 Comunicación asertiva

La comunicación asertiva o asertividad es la capacidad de expresar ideas y conceptos de forma clara y firme, pero, al mismo tiempo, respetuosa y sin generar conflictos ni herir sentimientos. Tan importante es que el mensaje sea claro y preciso como que la forma de transmitirlo no afecte a las relaciones y consideración entre el emisor y el receptor. (Ávila S, 2022)

Es, por tanto, una habilidad social estrechamente vinculada a la inteligencia emocional, la empatía y la gestión de las emociones. Su misma esencia supone que hay personas para las que resulta más sencillo comunicarse de forma asertiva y otras a las que, por su misma personalidad, les resulta muy complicado.

9.1.2 Beneficios de la comunicación asertiva

Son muchas las ventajas de apostar por la comunicación asertiva, pero éstos son algunos de los beneficios más importantes que tiene para la empresa.

- **Agiliza la resolución de problemas:** evita caer en enfrentamientos personales y conflictos por lo que facilita mucho la exposición de los problemas, encontrar su causa y dar con la solución.
- **Promueve un liderazgo más efectivo:** permite transmitir mejor los mensajes y fomenta un liderazgo más abierto y capaz de tener en cuenta las opiniones e ideas de todas.
- **Mejora el ambiente laboral:** mejora las relaciones entre los propios trabajadores y de los empleados con los responsables de área y los directivos.
- **Facilita la resolución de conflictos:** está pensada para evitar los conflictos y favorecer el intercambio de ideas en una conversación respetuosa con los sentimientos y las opiniones de los interlocutores.
- **Aumenta la productividad:** la mejora de las relaciones y del clima laboral permite llegar a acuerdos con más facilidad, algo que repercute también en el nivel de satisfacción de los trabajadores.
- **Favorece la retención de talento y la marca de empresa:** es un valor muy apreciado por los colaboradores más cualificados que encuentran un ambiente de trabajo más agradable y propicio a aceptar nuevas propuestas e ideas y en el que poder defender las suyas.
- **Refuerza el compromiso de los trabajadores:** cuando en un emprendimiento hay comunicación asertiva, los colaboradores se sienten más valorados y mejor tratados y se refuerza el compromiso que establecen con la empresa.

9.1.3 Bases para la comunicación asertiva en la empresa

Se puede trabajar de forma individual, pero también hay algunas acciones con un carácter más general que pueden ayudar a que la asertividad esté más presente en la comunicación interna dentro de la organización.

- Escucha activa
- Transparencia
- Fomentar la interconexión entre equipos
- Ser claro y directo

Características de la comunicación asertiva

- **La postura corporal:** Un posicionamiento del cuerpo al hablar que sea abierto, franco, genera confianza en el interlocutor, transmite interés y sinceridad. Mirar al otro al hablar es clave para ello.
- **La gestualidad:** Los gestos con que acompañamos el habla pueden jugar a favor (reforzando o acompañando lo dicho) o en contra, transmitiendo lo contrario a lo que decimos o distrayendo al escucha.
- **La articulación:** La manera de pronunciar las palabras, la cadencia de la oración y el tono de voz inciden enormemente en la comunicación.
- **Localización:** ¿En dónde se elige tener una conversación importante? En un lugar seguro y apacible, las personas tienden a mostrarse más comprensivas que en otro ruidoso y lleno de distracciones, o peor aún, de amenazas, como en una calle en medio de la muchedumbre.

9.1.4 Técnicas de comunicación y negociación

Como líderes estamos continuamente negociando bien sea un convenio, soluciones a un posible conflicto laboral, un contrato, plazos, precios o garantías con nuestros proveedores, clientes o colaboradores.

Podemos entenderla como el proceso en que dos o más partes con intereses diferentes sobre un determinado tema, tratan de alcanzar un acuerdo por medio de concesiones mutuas. Es ceder algo a cambio de algo. No es un acto ni un momento concreto sino un proceso que como tal requiere una planificación previa, un desarrollo y unos resultados. (DocuSign, 2022)

Etapas de una negociación

Estas son las principales etapas de una negociación, independientemente de su clasificación:

- **Preparación:** se trata de conocer qué es lo que quieren negociar las

partes. Esto es lo que se realiza en la etapa de preparación.

- Diagnóstico
- Examinar los objetivos y
- Establecer la estrategia

- **Antagonismo:** en esta fase se expone a la contraparte lo que se desea lograr en la negociación.
- **Aceptación del marco común:** una vez presentadas las propuestas, tienen que tomar la decisión de si aceptarán o no sus posiciones y qué tipo de postura escogerán: colaborativa, competitiva o de cesión unilateral.
- **Presentación de opciones:** en esta fase se presentan las opciones para cada una de las partes.
- **Cierre:** los integrantes aceptan cierta alternativa y asumen el compromiso de cumplirla.

Tipos de negociación

Hay varios tipos de negociación según la posición que tome el negociador.

Negociación acomodativa: consiste en que la persona acepta de forma absoluta o parcial los términos de la contraparte con el objetivo de fijar una buena relación en el largo plazo. Su estrategia se basa en ser sumiso y conciliatorio, así sea que no se consigan los mejores resultados en el corto plazo.

Debe utilizarse como una estrategia temporal, ya que puede traer consecuencias negativas para la posición del emprendimiento.

Se caracteriza por:

- Dar prioridad a las relaciones comerciales.
- La mentalidad de “perder ahora, ganar después”.

Negociación competitiva: No hay ningún propósito de cuidar la relación con la contraparte, su único objetivo es maximizar los beneficios propios. Se utiliza cuando solo se va a negociar una vez. También es denominada negociación ganar-perder.

Negociación evitativa: Hace referencia a la que la emprendedora reconoce que es mejor perder que ganar. Esto se debe a que la negociadora sabe que no obtendrá beneficios del acuerdo. En este caso, se elige postergar la negociación o no negociar.

Negociación distributiva: se trata de una de las negociaciones más tradicionales. Consta en que cada uno de los integrantes de la negociación conoce que lo que gane uno, lo perderá el otro. Por esta razón, la estrategia que adopten las partes será clave para maximizar los beneficios.

Negociación colaborativa: ambas partes salen ganando, porque están dispuestas a ceder en sus condiciones para obtener un acuerdo beneficioso para todos. Generalmente, las partes involucradas tienen los mismos objetivos.

Los negociadores tienden a ser más empáticos y busca que ambas partes salgan beneficiadas. Se le denomina ganar-ganar. Se caracteriza por:

- Una actitud de colaboración para la consecución de objetivos.
- Relaciones de confianza entre ambas partes.
- A menudo involucra a varios equipos de trabajo.
- Puede tomar más tiempo que otros tipos de negociaciones.

Negociación por compromiso: debe existir una relación de confianza entre los integrantes del acuerdo. El propósito fundamental es obtener un beneficio muy parecido al que se pactó, considerando que puede haber alguna pérdida. Se usa cuando el tiempo es limitado para negociar.

Manejar técnicas de negociación nos va a aportar un mejor desempeño de nuestro trabajo, ya que la negociación es un proceso constante en la dinámica diaria, en el que tenemos que tener presente que la preparación es la clave del éxito y el camino más seguro para llegar a una negociación satisfactoria, pues un negociador mal preparado tiene que limitarse a reaccionar ante los acontecimientos.

9.1.5 Emprendimientos individuales y colectivos

Puede surgir de la idea y trabajo de una persona y puede lanzarse al mercado de forma individual o bien **convertirse en un proyecto colectivo**, si se unen más personas al propósito. También puede que la idea y trabajo original nazca de la iniciativa de dos o más personas y estas sean quienes la lancen al mercado. (Acción contra el Hambre, 2021)

Emprendimiento individual

La persona emprendedora puede optar por ser empresaria individual o constituir una sociedad unipersonal. Una u otra opción será más ventajosa o recomendable dependiendo de la situación económica de la persona, limitación o no de la responsabilidad, necesidad de capital e inversión inicial, previsión de crecimiento y beneficio esperado, o de la propia actividad a desarrollar.

Emprendimiento colectivo

Si la persona considera la opción de sumar al proyecto a una o más personas y hacerlas socias y/o trabajadoras de este, o bien el proyecto nace de un equipo emprendedor, de manera ineludible la constitución de la empresa será a través de una fórmula mercantil convencional o bien a través una fórmula de economía social.

Entre las primeras encontramos la Sociedad Limitada (la más usual) y la Sociedad Anónima, pero también están la Sociedad Civil y Comunidad de Bienes. En el marco de la Economía Social son las más relevantes para este propósito las Sociedades Cooperativas y las Sociedades Laborales.

Figura de organización: es una cooperación entre emprendedoras en donde cada participante, manteniendo su independencia y autonomía, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto, buscando objetivos comunes.

Ventajas

- Estrategia colectiva y voluntaria
- No excluye
- Permite resolver problemas conjuntos
- Pueden adoptar diversas modalidades, jurídicas y organizacionales.
- Nuevos mercados.
- No competir entre nosotras y nosotros
- Acceso a nuevas tecnologías
- Obtener economía en acciones conjuntas
- Desarrollar nuevas capacidades
- Reducir el riesgo empresarial

Condiciones de trabajo

- Definir objetivos comunes
- Distribuir tareas
- Trabajo coordinado
- Conservar su identidad
- Coordinar actividades conjuntas
- Asociación de compras
- Gestión de recursos humanos
- Gestión de calidad

9.1.6 Figuras de organización para Guatemala

	Asociación civil	Sociedad civil	Asociación de emprendimiento	Cooperativa
¿Qué es?	Es aquella entidad sin ánimo de lucro y con personalidad jurídica plena, integrada por personas físicas para el cumplimiento de fines culturales, educativos, de divulgación, deportivos o de índole similar, con el objeto de fomentar dichos objetivos entre sus asociados y terceros.	Es una persona moral que no tiene un carácter meramente comercial, pero sí busca un beneficio lucrativo, así como repartir entre sí sus ganancias.	Es la constitución de una o más personas con un emprendimiento activo, obligados al pago de sus aportaciones representadas en sus acciones formando una figura jurídica distinta a la de sus accionistas.	Las cooperativas son organizaciones de autoayuda en las cuales los asociados son también copropietarios y tienen tanto derechos como obligaciones de participar en fijar metas, tomar decisiones y en los procesos de controlar y evaluar la cooperativa.
Tiempo estimado de trámite	7-10 meses	3-4 meses	2 meses	5 meses
Ente responsable	Registro Mercantil MINECO	Registro Mercantil MINECO	Unidad de Fortalecimiento al Emprendimiento MINECO	Instituto Nacional de Cooperativas INACOP

9.1.7 Plan de negocios

Un plan de negocios es una herramienta de reflexión y trabajo que sirve como punto de partida para un desarrollo empresarial. Lo realiza por escrito una persona emprendedora y en el plasma sus ideas, el modo de llevarlas a cabo e indica los objetivos que alcanzar y las estrategias que utilizar.

Consiste en redactar, con método y orden, los pensamientos que tiene en la cabeza. Mediante el plan de negocios se evalúa la calidad del negocio en sí. En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al incidir sobre esta de una determinada manera, se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Un plan de negocios ayuda a que el futuro de su empresa sea lo más parecido a lo que quiere que sea y no a lo que el «destino» le depara. (Borrello, 2020),

Beneficios de elaborar un plan de negocios

- Determina cuáles son las oportunidades de negocio más prometedoras para la empresa.
- Permite determinar con mayor precisión los mercados de interés para la empresa.
- Señala cómo participar más activamente en esos mercados.
- Aporta las bases para decidir el tipo de productos o servicios que se deben ofrecer a la clientela.
- Establece objetivos, programas, estrategias a seguir, que permiten controlar mejor el desarrollo futuro de la empresa.
- Estimula un uso más racional de los recursos.
- Permite asignar responsabilidades específicas y establecer programas de trabajo coordinados.
- Facilita el control y medición de los resultados.
- Mantiene a todos los miembros de la organización orientados hacia la rentabilidad.

Pasos para formular un plan de negocios exitosamente (Stutely, 2000)

- Defina las actividades de su negocio.
- Luego, defina el estado que guarda actualmente su negocio.
- Debe definir el mercado externo, la competencia que enfrenta y su posicionamiento de mercado.
- Defina sus objetivos para el periodo que cubra el plan.
- Formule una estrategia para lograr los objetivos.
- Identifique las oportunidades de negocio y sus riesgos.
- Trace una estrategia para limitar los riesgos y explotar las oportunidades.
- Depure las estrategias hasta obtener planes de trabajo.
- Proyecte los costos y los ingresos y desarrolle un plan.

Características esenciales del plan de negocios

- Priorice los factores claves de éxito del negocio.
- Responda las posibles preguntas de los inversionistas.
- Es nítido, no deja ideas en el aire y utiliza términos precisos.
- También es breve, usualmente no sobrepasa las 30 páginas.
- Es estructurado para permitir una lectura sencilla.
- Su presentación es impecable.

9.1.8 Formalización de emprendimientos

Se refiere a los trámites que se deben realizar para que su idea de negocio o servicio informal pase a convertirse en una empresa formal; regulada conforme a la ley; con derechos y deberes tributarios y con todos los permisos necesarios para operar.

Toda persona que decide emprender su propio negocio - sea para prestar servicios, producir y/o vender bienes, exportar o importar algún producto, necesita formalizar su empresa para poder operarlo en pleno derecho y con mejores posibilidades para su desarrollo.

Una empresa es informal cuando no ha cumplido con el procedimiento para regular su operación ante los organismos pertinentes y conforme a su giro de actividades, como son el Registro Mercantil, la Superintendencia de Administración Tributaria, SAT, el Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, MSPAS, entre otros.

Beneficios al formalizar su emprendimiento

- Tendrá la tranquilidad de que no será objeto de sanciones, multas o el decomiso de sus productos.
- Podrá demostrar su solvencia cuando requiera solicitar un crédito hipotecario u otro.
- Podrá postularse a licitaciones, subsidios y fondos concursables del Estado y a licitaciones de la empresa privada.
- Tendrá acceso a créditos para capital de trabajo y otros, en bancos y demás instituciones del sistema financiero privado.
- Podrá postular a financiamiento, subsidios, capacitación y asesoría de la red de fomento estatal.
- Ganará en respaldo y confianza, al presentarse formalmente como una empresa seria, que cumple sus compromisos.
- Les dará acceso a mejores oportunidades de negocio y a contar con proveedores igualmente serios, para producir más y mejor.
- Su marca ganará visibilidad y podrá trascender en el tiempo, al poder exhibirse a través de publicidad y en las redes sociales en pleno derecho.
- Podrá proyectarse hacia nuevos mercados, donde encontrará más y fieles clientes, que permitirán que su negocio crezca y genere más ganancias.
- Tendrá la oportunidad de exhibir su marca y sus productos en ferias y exposiciones comerciales,
- Podrá brindar a sus trabajadores contratos regulados y una mayor estabilidad.

Requisitos para la formalización de un emprendimiento

- Obtención de una patente de comercio.
- Obtención de RTU (NIT).
- Obtención de licencias sanitarias.

Patente de comercio

La patente de comercio o de sociedad es un documento que sirve para demostrar la legitimidad de una empresa o sociedad en el país, en caso de

ser una sociedad y tener varias empresas deberá contar con una patente para cada negocio.

El objetivo de la patente de comercio es proteger legalmente los inventos y los modelos de utilidad con un tiempo de 20 años en patentes de invención, 10 años en modelos de utilidad y 10 años en diseños industriales y tendrá derecho sobre el respectivo invento, modelo o diseño y podrá reproducir, importar, comercializar y utilizar el mismo (Registro Mercantil, 2021)

Registro tributario único (RTU)

Es un comprobante de la inscripción de la persona contribuyente ante la Superintendencia de Administración Tributaria, SAT.

Dicho comprobante le sirve a las empresas para saber la condición en la que se encuentra la persona, según el portal web "trámites", permite ver si la persona pertenece a un régimen tributario específico y los nexos con las empresas.

Su función es la gestión de pagos de impuestos (los nexos con las empresas pueden llegar a aparecer en el comprobante), deberá ser usado en las relaciones mercantiles, laborales, patronales, transacciones financieras, gestiones administrativas y judiciales si llega a ser solicitado. (Superintendencia de Administración Tributaria, 2021).

Regímenes tributarios

- **Pequeño contribuyente:** Pago sobre ingresos cuando estos no sean más de Q. 150,000.00 al año.
- **Régimen general:** Pago mensual del IVA (12%) compensable con facturas de gastos.

Registro sanitario

Toda empresa que desee distribuir y vender al público sus productos alimenticios, bebidas, cosméticos, productos de limpieza e higiénicos, productos naturales, farmacéuticos, veterinarios, plaguicidas y otros similares para consumo humano o animal, debe contar con una autorización otorgada por parte del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de la República de Guatemala o por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación, la cual se denomina Registro Sanitario.

Es la autorización otorgada por la entidad gubernamental competente para la comercialización de productos en el país, y se concede a toda persona individual o jurídica que ha cumplido previamente los requisitos correspondientes aplicables, a fin que se le faculte para colocar en el comercio sus productos.

De esta forma podemos indicar que el Registro Sanitario proporciona una ventaja competitiva en el intercambio comercial para los empresarios, ya que le permite al propietario distribuir sus productos en el territorio con completa libertad, brindándole seguridad al comprador sobre la calidad de los mismos, sin ningún tipo de barrera que impide su comercialización en el mercado (Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, 2022).

9.2 Guías de trabajo

9.2.1 Ejercicio # 1: Aprendiendo a ver el mundo, pasivo, agresivo y asertivo

Instrucciones

Imagínese que tuviera unos lentes a través de los que ve el mundo normalmente. Delante tiene las gafas de la asertividad, las de la pasividad y las de la agresividad.

Imagínese que pudiera ponérselas y quitárselas. Tal cual se las pone, actúe respectivamente. Es decir, si se pone los lentes de la pasividad, actúa de manera pasiva, etc.

Elija un tema y escríbalo:

Con los lentes de la pasividad que respuesta daría:

Con los lentes de la agresividad que respuesta daría:

Con los lentes de la asertividad que respuesta daría:

Reflexione sobre ellas y mire a ver qué ganaría y qué perdería con cada una de ellas. ¿Cuáles son los beneficios en cada caso de ser asertivo?

9.2.2 Hoja de trabajo # 2: El juego de la negociación de los árabes

La negociación de los árabes es un juego en parejas para ejercitar y desarrollar habilidades de negociación en un tiempo limitado. Las personas contarán con sólo seis minutos para intentar llegar a un acuerdo o fracasar en el intento.

Procedimiento

El ejercicio parte de la premisa que ambas personas quieren y necesitan hacer un intercambio de bienes. Los bienes a intercambiar son dos camellos y una mansión.

Formar parejas y a una persona asignarle los dos camellos y a la otra la mansión. Todas deben saber que cada camello está valuado en 200.000 dólares y que la mansión posee un valor de mercado de 300.000 dólares.

Dar tres minutos para que de manera individual planifiquen la estrategia de negociación con los datos que ya se conocen. Luego se inicia la primera ronda de negociación, la misma no podrá exceder los tres minutos.

Si las parejas no llegaran a un acuerdo, se otorgan otros dos minutos para reelaborar la estrategia y se asignan dos minutos más para una nueva ronda de negociación. Si continúan sin acuerdo, se da un minuto para pensar la última estrategia y un minuto más para el último intento de alcanzar una negociación satisfactoria.

9.2.3 Hoja de trabajo # 3: Análisis FODA de un emprendimiento individual o colectivo

Instrucciones

Atendiendo al tema asignado a cada grupo, se le proporcionará papelógrafo y marcadores y de manera colectiva deberán identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un emprendimiento individual, colectivo y la organización.

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas

9.2.4 Hoja de trabajo # 4: Guía para la elaboración de un plan de negocios

La estructura general de un plan de negocios podría ser la siguiente:

- **Resumen ejecutivo:** ofrece una impresión general del proyecto, contiene los datos claves y los resalta, debe aportarle al lector todos los elementos relevantes.
- **Descripción del producto o servicio:** el plan de negocios debe comenzar identificando la necesidad que se va a cubrir y la propuesta de solución que no es más que lo que se piensa desarrollar.
- **Equipo coordinador:** los inversores creen más en personas con experiencia o que conozcan muy bien el negocio, además se interesan por el compromiso de cada miembro que trabaja en el desarrollo del proyecto.
- **Análisis del mercado:** debe identificar el mercado, dimensionarlo, segmentarlo, ponerlo en dimensión geográfica, analizar la competencia.
- **Plan de marketing:** definir las estrategias buscando cubrir siempre las necesidades de los clientes y aún mejor estar por encima de ellas.
- **Sistema de negocio:** describe los pasos y el proceso necesarios para fabricar el producto u ofrecer el servicio, sus interacciones y elementos. Incluye planificación de personal, desarrollo y cultura organizacional.
- **Cronograma:** muestra una planeación realista del proyecto, define la ruta crítica.
- **Análisis FODA:** identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, cómo potenciar los aspectos positivos y cómo desarrollar estrategias para contrarrestar los negativos.
- **Financiación:** es un punto clave, debe ser un análisis detallado de la situación financiera del negocio, incluye las necesidades de financiamiento, los resultados esperados, las fuentes posibles de financiación y los estados financieros generalmente usados.

9.3 Bibliografía

Acción Contra el Ambre. (2021). Las distintas formas de emprender. España.

Àvila S, D. (2022). Comunicación Asertiva. Los Ángeles, California.

Borrello, A. (2020). Plan de Negocios. Colombia.

DocuSign. (2022). Negociación. México.

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. (2022). Guía rápida para el registro sanitario de productos. Guatemala.

Registro Mercantil. (2021). Guía rápida para la formalización de una empresa en Guatemala,. Guatemala.

Stutely, R. (2000). Plan de Negocios; La Estrategia Inteligente. México: Pearson Educación.

Superintendencia de Administración Tributaria. (2021). Manual para la inscripción de personas y empresas. Guatemala.

10. Guía metodológica No.8: Finanzas²⁷

MÓDULO III	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Finanzas	10"	Bienvenida y expectativas del taller	<p>Iniciar el taller con una bienvenida a las participantes. Solicitar al grupo que 3 voluntarias compartan la expectativa que tienen del grupo. Posteriormente, proceder a realizar la dinámica de presentación: Las fotos del estado de ánimo. Solicitar a las participantes que de la caja de figuras seleccione una.</p> <p>Cada participante observa la figura seleccionada y responde diciendo su nombre, ¿cuál es la expectativa que tiene del taller? y ¿Qué relación tiene la imagen con el tema del taller?</p> <p>Anotar en un paleógrafo las expectativas de las participantes y colocarlo en un lugar visible, conforme al desarrollo del taller ir marcando el cumplimiento de expectativas para al final de taller retomar las expectativas que fueron cumplidas.</p>	<p>Caja con recortes de imágenes diferentes: rostros paisajes, plantas, etc.</p> <p>Papelógrafos</p> <p>Marcadores</p>	Facilitadora
	20"	¿Qué es el presupuesto?	<p>Realizar exposición dialogada sobre los conceptos de presupuesto, importancia de contar con un presupuesto, tipos de presupuestos.</p> <p>Posteriormente, solicitar a las participantes que realicen el ejercicio #1 presupuesto familiar. Seguidamente de la hoja de trabajo # 2</p> <p>Al finalizar, solicitar a las participantes que de manera voluntaria expresen sus impresiones de las hojas de trabajo realizadas .</p>	<p>Equipo de cómputo: cañonera, laptop, sonido.</p> <p>Ejercicio #1 y la Hoja de Trabajo # 2.</p>	Facilitadora
	30"	Costo de un producto	<p>Realizar el desarrollo de contenidos mediante la técnica Guía paso a paso deconstruida en la que las participantes reciben varias notas. En cada una se incluye uno de los pasos del proceso para lograr un resultado.</p> <p>Las participantes deben averiguar el orden de las notas razonando y experimentando con diferentes combinaciones, costos fijos, costos variables.</p> <p>Realizar una retroalimentación de los diferentes tipos de costos, la importancia de identificarlos para sus emprendimientos.</p> <p>Indicar a las participantes que elaboren la hoja de trabajo #3: Costos de un producto.</p> <p>Finalizada la actividad, entregar un post-it a cada participante y solicitar que escriban la importancia de la identificación de costos de un producto para posteriormente pegarlos en un cartel.</p> <p>Solicitar a una voluntaria que comparta el aprendizaje obtenido.</p>	<p>Listados de palabras impresas</p> <p>Cartel con el orden correcto de los contenidos</p> <p>Papelógrafo</p> <p>Lapiceros</p> <p>Masking tape</p> <p>Post-it</p> <p>Hoja de trabajo # 3</p>	Facilitadora

27. Línea de Acción 4, Programa de Activación Económica.

	20"	Definición de precio	Solicitar a las participantes que mediante la técnica del simposio se coordinen para presentar los temas relacionados con la determinación de precio de un producto. Las participantes deberán nombrar a una moderadora que hace la introducción de las ponentes y además puede resumir los contenidos o puntos más importantes. Cada presentadora muestra un aspecto del mismo. Las participantes también pueden plantear sus preguntas al final. Posteriormente, realizar una síntesis del tema haciendo referencia a que: establecidos los costos y el margen de ganancia la emprendedora podrá establecer el precio de venta.	Fichas de contenido	Facilitadora
	15"	Establecimiento del margen de ganancia	Indicar que luego de conocer el costo unitario del producto las emprendedoras deberán definir el margen de ganancia sobre el mismo, este puede ser del 20%, 30% o 40% tomando en consideración los precios del mercado. Posteriormente, solicitar a las participantes que realicen la hoja de trabajo # 4; Margen de ganancia. Al cierre, solicitar a las participantes que formen 4 grupos quienes elaborarán un listado de los beneficios del establecimiento del margen de ganancia, posteriormente eligen a una representante para que exponga el resultado. Cerrar la actividad reflexionando que uno de los aspectos para garantizar el éxito de un emprendimiento es el establecimiento adecuado de ganancia.	Hoja de trabajo # 4 Hojas Lápices Lapiceros	Facilitadora
	15" 25"	RECESO Punto de equilibrio	Realiza la presentación en Power Point: El punto de equilibrio. Mediante la técnica Phillips 66 organizar a las participantes en grupos de 6 personas, tratan un tema (aspectos positivos y negativos del punto de equilibrio), durante 6 minutos. Las participantes deben consensuar sus conclusiones para luego ponerlas en común. Posteriormente, solicitar a las participantes realizar la hoja de trabajo #5 cálculo de punto de equilibrio. Para el cierre del tema, repartir la hoja para rellenar el telegrama, en la cual se debe poner: fecha, dirigido a, número de palabras, nombre	Equipo de cómputo: laptop, cañonera y sonido Hoja de trabajo # 5 Hojas en blanco Papelógrafos	Facilitadora

			<p>Y apellidos del expedidor, y, por último, el texto en el cual se tendrá que poner lo que más le ha llamado la atención del tema.</p>	<p>Lapiceros Marcadores Masking tape</p>	
	20"	Estados financieros	<p>Realizar presentación Power Point: los estados financieros.</p> <p>Posteriormente, solicitar a las emprendedoras realizar hoja de trabajo # 6: Estados financieros, con la información actual de su emprendimiento.</p> <p>Para el cierre de la actividad desarrollar la técnica del semáforo brindando 3 globos (rojo, amarillo y verde) .</p> <p>Seguidamente leer frases que estén relacionadas con los estados financieros.</p> <p>Si las participantes están de acuerdo con la frase se levantará el globo verde, sino el rojo y la respuesta a dudosa con el color amarillo.</p> <p>Durante el desarrollo de la técnica ir á afianzando los temas, despejando las dudas que se tengan.</p>	<p>Equipo de cómputo (proyector, laptop) Hoja de trabajo # 6: estados financieros Globos para cada participante (rojo, amarillo y verde).</p>	Facilitadora
	15"	Ahorro y reinversión	<p>Técnica La pecera solicitar a las participantes que se sitúen en dos círculos concéntricos. El círculo interior discute sobre la importancia del ahorro y la reinversión, mientras que las del círculo exterior observan y escuchan.</p> <p>Al finalizar la discusión las observadoras realizan sus comentarios y aportaciones.</p>		Facilitadora
	10"	Instituciones financieras	<p>Socializa mediante una presentación en Power Point: ¿Qué son?, funciones y tipos de instituciones financieras.</p>	<p>Equipo de cómputo (laptop, proyector)</p>	Facilitadora
	15"	Evaluación y cierre	<p>Utilizando la técnica "construcción de una historia" solicitar a las participantes que formen un círculo.</p> <p>Posteriormente, entregar a una de las participantes una hoja impresa que diga: "Había una vez, durante el taller de capacitación financiera, que aprendí que..." en donde cada quien seguirá la historia con el aprendizaje obtenido durante el desarrollo de los temas.</p>	<p>Hoja con encabezado "Había una vez, durante el taller de capacitación financiera, que aprendí que..."</p>	Facilitadora

10.1 Contenido de apoyo

10.1.1 El presupuesto

Es un documento expresado en términos monetarios, que refleja la cantidad de dinero que se estima se necesita para alcanzar determinados objetivos, en un período de tiempo definido. El nivel de detalle del presupuesto puede variar según se trate de presupuestos iniciales antes de iniciar operación o cuando el negocio ya está en marcha. Se elabora según la periodicidad (mensual, trimestral, semestral, anual) que se requiera (AMPYME, 2020).

El presupuesto de un emprendimiento es algo a tener muy en cuenta a la hora de realizar cualquier acción. Es adelantarse al futuro para evitar contratiempos o problemas.

Entonces se pregunta ¿cuánto piensa vender?, ¿qué necesita hacer para lograrlo?, ¿cuánto tiene que gastar? y, lo mejor de todo, sabrá cuánto va a ganar en un periodo de tiempo. Obviamente, esto es una estimación que puede hacer de acuerdo con su experiencia y la información que conoce.

Características del presupuesto

- Supone una idea de equilibrio contable entre ingresos y gastos. El presupuesto siempre está formalmente equilibrado: los ingresos deben cubrir los gastos.
- El presupuesto adopta una forma determinada, expresada contablemente en partidas de ingreso y de gastos.
- Es una previsión normativa. Obliga al Gobierno y a la Administración a cumplirlo.

Objetivos del presupuesto

Planear integral, sistemáticamente y financieramente todas las actividades que el emprendimiento debe desarrollar en un período determinado.

Controlar y medir los resultados cuantitativos, cualitativos y fijar responsabilidades en las diferentes dependencias de la entidad para lograr el cumplimiento de las metas previstas.

Coordinar los diferentes centros de costo para que se asegure la marcha de la entidad en forma integral.

Determinar los recursos financieros requeridos para el cumplimiento de los objetivos estratégicos de la institución y por ende los de cada área.

Tipos de presupuesto

- **De operación:** se compone de los gastos de las ventas y de los objetivos de ventas fijados. Sirve para conocer cuánto se debe producir y cuánto va a costar esa producción. Para ello, lo primero es conocer la materia prima necesaria, y sus gastos, así como la mano de obra y su costo. De esta manera se podrá conocer los gastos totales de producción y también las ganancias estimativas, en función de los objetivos.
- **Financiero:** este presupuesto es el efectivo con el que cuenta la empresa y las inversiones que se podrán realizar. De esta manera se sabrá si se puede mover el capital y cómo hacerlo de forma rentable. Es la mejor manera de conocer la situación de un emprendimiento.

10.1.2 Costeo de productos y servicios

Todos los emprendimientos que producen productos, prestan servicios o comercializan productos ya acabados, siguen un proceso de producción. Cada una por sus características tendrá un ciclo de producción diferente.

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

La depreciación se utiliza para los activos fijos y refleja la distribución del valor del activo a lo largo de su vida útil y se refleja como un gasto contable en la cuenta de pérdidas y ganancias.

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

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

Así como se acaba de tener en cuenta los costos asociados a las materias primas, herramientas y equipo y salarios de las personas implicadas, todo emprendimiento conlleva otros gastos en su día a día. (Fundación Mujeres, 2016).

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

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

- **Costos fijos (indirectos):** son los costos que no varían con la cantidad de productos o servicios que producimos. Estarían: alquileres, devolución de los préstamos, salarios fijos, transporte, etc.
- **Costos variables (directos):** son costos que varían con la cantidad de productos o servicios producidos. Por ejemplo: materias primas, comisiones por ventas, etc.
- **Costos de puesta en marcha:** son costos en los que sólo se incurre una vez, al poner la empresa en marcha, como cuota de registro de la empresa, cuota de apertura de cuenta bancaria, compra de terrenos, acondicionamiento del local. Aunque sólo los tenemos al principio de la puesta en marcha de la empresa, si solicitamos un microcrédito, estos costos los iremos pagando poco a poco.

10.1.3 Definición de precio

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

Costos fijos (salarios, préstamos, alquileres, luz, agua, etc.)

+

Costos variables (materias primas, empaques, combustible, distribución)

=

Precio neto

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

10.1.4 Margen de ganancia

El margen de ganancia generalmente aplica a un producto en particular; este cálculo es el que le indica a un emprendimiento el precio que debe aplicar para que el producto tenga una rentabilidad beneficiosa tanto para la emprendedora como para el cliente (Fundación Mujeres, 2016).

El estado de ganancias y pérdidas

Ganancias = Cuando un emprendimiento tiene más ingresos que egresos.

Pérdidas = Cuando un negocio gasta más dinero de lo que ingresa.

Lo determinamos de acuerdo al uso del flujo de los ingresos y egresos el cual tiene tres secciones:

- **Ingresos o flujo entrante:** dinero que se recibe.
- **Costos directos:** dinero que se gasta para fabricar el producto o brindar el servicio.
- **Costos indirectos:** dinero que se gasta para manejar el negocio.

Es necesario tener un estado de ganancias y pérdidas por varias razones:

- Le permitirá tomar la temperatura de su negocio.
- Podrá manejar bien el negocio.
- Los posibles inversionistas querrán verlo para pronosticar futuras ganancias y tomar decisiones de inversión.

El margen de ganancia bruta: es el cálculo que te permite saber el monto que estás ganando a través de la venta de un producto, sumando costos fijos, costos variables y porcentaje de ganancia.

$$CF+CV+\%G=\text{Ganancia Bruta}$$

El margen de ganancia neta: es aquel cálculo que sí incluye aquellos factores que afectan a toda una cadena de producción; la ganancia neta sería lo que realmente sobre luego de realizar el descuento de la deducción de impuestos, seguridad social, entre otros.

$$CF+CV+\% DI=\text{Ganancia neta}$$

Punto de equilibrio: Si un emprendimiento recibe la misma cantidad de dinero de lo que se gasta se denomina punto de equilibrio, es un término que sirve para definir el momento en que un emprendimiento cubre sus costos fijos y variables, porcentaje de ganancia y deducciones. En otras palabras,

es cuando los ingresos y los egresos están al mismo nivel y, por lo tanto, no hay ganancias ni pérdidas. Para calcular el punto de equilibrio es necesario conocer los costes fijos y variables (Casia, 2018).

$$P.E \text{ (en unidades)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Precio venta unitario} - \text{costo variable unitario}}$$

$$P.E \text{ (monetario)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{(1 - (\text{Costo variables totales} \div \text{ventas totales}))}$$

10.1.5 Estados financieros

Son llamados cuentas anuales, estados contables o informes financieros y constituyen el reflejo de la contabilidad de una organización y su estructura económica.

En estos documentos se plasman las actividades económicas que se suelen llevar a cabo dentro de la compañía, durante un período de tiempo específico.

Normalmente, los estados financieros muestran el ejercicio económico correspondiente a un año dentro de la organización. Esto permite a los inversores sopesar si la compañía cuenta con una estructura solvente o no, y si es rentable invertir en ella.

Lo primero que debe conocer es que, básicamente, se pueden clasificar en.

- **Balance general de apertura:** este documento muestra un resumen de la posición financiera de la empresa en un punto determinado de tiempo. El balance general está formado por cinco bloques: activo corriente, activo no corriente, pasivo corriente, pasivo no corriente y capital.
- **Estado de resultados:** este documento proporciona un resumen financiero de los resultados de las operaciones de la empresa durante un período específico.
- **Flujo de efectivo:** variación de las entradas y salidas de dinero en un período determinado, y su información mide la salud financiera de una empresa.

10.1.6 Ahorro y reinversión

El ahorro: es la base principal para la estabilidad económica, guardar una parte del ingreso mensual para gastos a futuro es la forma más inteligente de asegurar que podremos cumplir nuestras metas y estar listos para cubrir

cualquier emergencia o los gustos que deseemos darnos en determinado momento. Cuanto más pronto iniciemos el hábito, más cercana estará la fecha en que veremos resultados en nuestra cuenta de ahorro.

El hábito de ahorrar debe ir acompañado de la decisión de donde guardarlo, que puede ser una cuenta de ahorro, hacer inversiones a largo plazo o tener un fondo de inversión. Esta decisión es importante para determinar que el ahorro estará seguro, obtendrá intereses o ganancias sobre la cantidad invertida. (Empresarial & Laboral, 2018).

Tipos de ahorro

- **Ahorro voluntario:** es el que una familia realiza por voluntad propia. En este caso, el dinero acumulado puede guardarse o invertirse, por ejemplo, en un plan de pensiones (con el objetivo de sacarle la mayor rentabilidad posible).
- **Ahorro negativo:** es aquel que la familia realiza cuando tiene que hacer frente a un gasto y, al no disponer de ingresos recientes con los que hacerle frente, debe utilizar el dinero ahorrado con anterioridad.
- **Ahorro forzoso:** es aquel que se practica de forma obligada, mediante el abono de parte de los ingresos obtenidos en concepto de cotizaciones a la Seguridad Social.

Reinversión: cuando el emprendimiento comience a generar utilidades se debe pensar que hacer con ellas, ya que posiblemente la decisión tendrá impacto en el desempeño y crecimiento futuro del negocio. Algunas formas de reinversión son las siguientes:

- **Aumento de la capacidad de producción:** usar las ganancias para adquirir bienes de capital como por ejemplo máquinas, autos o equipos que ayuden a aumentar el volumen y la calidad de tu producción.
- **Fondo para imprevistos:** todas las personas que trabajan de forma independiente, pero más las emprendedoras, son vulnerables a imprevistos o a sucesos que están fuera de su control. Por este motivo, es recomendable mantener una reserva para no poner en riesgo el negocio.
- **Nuevas unidades de negocio:** crear nuevos negocios suele requerir de inversión, desde el dinero que se utiliza para realizar el estudio de mercado hasta el desarrollo del producto, compra de equipos, puesta en marcha y lanzamiento. Si durante la operación del año se detectó que los clientes estaban demandando algo más, se puede reinvertir las ganancias para desarrollar nuevos productos y servicios y satisfacer esa demanda que piden los clientes.
- **Capacitación constantemente:** como emprendedora es bueno capacitarse en distintas áreas y no solo en el rubro donde incursiona

el emprendimiento. Teniendo nuevo conocimiento se podrá detectar y generar nuevos negocios.

10.1.7 Instituciones financieras

Los servicios de las instituciones financieras se han sofisticado de tal manera, que a menudo resulta complejo delimitar su actividad. Desde la depositaria y el préstamo (servicios clásicos de la banca) hasta servicios más modernos y sofisticados como la banca de inversión.

Una institución financiera es una empresa que presta servicios a sus clientes relacionados con su dinero.

Tipos de instituciones financieras

En la actualidad los sistemas financieros se clasifican a las instituciones financieras en dos tipos:

- **Instituciones bancarias:** Este tipo de entidad puede captar fondos del público en forma de dinero o de recursos financieros de distinto tipo. Su principal actividad es la de captar fondos de agentes con excedentes de capital, para prestarlo a agentes con déficit. Además, estas pueden también conceder garantías y avales, emitir dinero electrónico o realizar transferencias bancarias entre otras actividades.
- **Instituciones no bancarias:** La principal diferencia de estas con las anteriores es que no pueden captar depósitos del público, (centros de préstamos, cooperativas). Por lo demás, pueden realizar las mismas actividades.

10.2 Guías de trabajo

10.2.1 Ejercicio # 1: Presupuesto familiar

PORCENTAJE DE INGRESOS GASTADO			RESUMEN DE INGRESOS Y GASTOS MENSUALES			
	91%	Total de ingresos mensuales		Ingresos		
		Total de gastos mensuales		Gastos		
		Saldo				
INGRESOS MENSUALES			GASTOS MENSUALES			
Descripción de ingresos	Ingresos Previstos	Ingresos Reales	Descripción de Gastos	Gastos Previstos	Gastos Reales	Diferencia
Ingresos Mamá quincena 1			Alquiler de departamento			
Ingresos Papá quincena 1			Electricidad			
Ingresos Mamá quincena 2			Gas			
Ingresos Papá quincena 2			Agua			
Comisiones Papá			Celular			
Ventas por catálogo Mamá			Tarjeta de Crédito			
			Teléfono, cable e internet			
			Despensa en supermercado			
			Gasolina			
			Guardería			
			Cine			
			Caja de ahorro			
			Ahorro para imprevistos			

10.2.2 Hoja de trabajo # 2: Presupuesto del emprendimiento

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
INGRESOS	Q	Q	Q	Q	Q	Q
	-	-	-	-	-	-
Producto 1						
Producto 2						
Producto 3						
EGRESOS	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Costos variables	Q	Q	Q	Q	Q	Q
	-	-	-	-	-	-
Ingredientes/ materiales						
Mano de obra						
Empaque						
Costos fijos	Q	Q	Q	Q	Q	Q
	-	-	-	-	-	-
Energía eléctrica						
Servicio de agua						
Renta						
Servicio telefónico						
Servicio de internet						
Personal Administrativo						
Coordinador/ Gerente						
Publicidad						
TOTAL COSTOS	Q	Q	Q	Q	Q	Q
	-	-	-	-	-	-

10.2.3 Hoja de trabajo # 3: Costos de un producto o servicio

PRODUCTO:		PRODUCCIÓN MENSUAL:	
COSTOS VARIABLES			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
EQUIPO	PRECIO	NÚMERO DE MESES DE USO	
COSTO LABORAL	HORAS	VALOR	
COSTOS FIJOS			
Agua			
Luz			
Teléfono			
COSTOS MENSUALES TOTALES			
COSTO POR UNIDAD			

10.2.4 Hoja de trabajo # 4: Margen de ganancia

Costo unitario (CU)	% de margen de ganancia	Ganancia (Q.)	Precio (CU+Q)

10.2.5 Hoja de trabajo # 5: Punto de equilibrio

Leticia tiene una empresa de helados, el total de costos fijos que la empresa tiene que incurrir en alquiler de local, operarios, personal administrativo, agua, luz, etc., es de Q. 500 al año. Por cada helado producido tenemos que gastar Q 0.40 en concepto de empaques, leche y otros ingredientes que se necesiten. El precio de venta por helados es de Q.1.00 ¿Cuál es el punto de equilibrio en unidades y en quetzales?

$$P.E \text{ (en unidades)} = \frac{\textit{Costo fijo total}}{\textit{Precio venta unitario - costo variable unitario}}$$

$$P.E \text{ (monetario)} = \frac{\textit{Costo fijo total}}{(1 - (\textit{Costo variables totales} \div \textit{ventas totales}))}$$

10.2.6 Hoja de trabajo # 6: Estados financieros

Balance general

Activo corriente Caja Bancos Inventarios Total activo corriente Activo no corriente Edificios Vehículos Mobiliario y equipo Total activo no corriente	
Total activo	
Pasivo corriente Deudas a corto plazo Proveedores Total pasivo corriente Pasivo no corriente Deuda a largo plazo Total pasivo no corriente Total pasivo	
Patrimonio	
Total pasivo + patrimonio	

Estado de resultados

Ingresos por venta (-) Costos de venta Mano de obra Materia prima Gastos de fabricación Utilidad bruta		
Gastos operativos Gastos administrativos Gastos de ventas Gastos por depreciación Gastos por amortización Utilidad Antes de intereses e impuestos Intereses gasto Utilidad antes de impuestos ISR Utilidad Neta		

Flujo de efectivo

Ingresos por venta Egresos Mano de obra Materia prima Gastos de fabricación Gastos administración Gastos de ventas Gastos por depreciación Gastos por amortización Total egresos Utilidad antes de impuestos ISR Utilidad después de impuestos Ajustes (+) Gastos por depreciación (+) Gastos por amortización Flujo de efectivo	
--	--

10.3 Bibliografía

AMPYME. (01 de 2020). Guía rápida para emprendedores. Panamá.

Casia, M. (2018). Guía Preparación y Evaluación de Proyectos. Guatemala. Editorial Cholsamaj.

Empresarial & Laboral. (2018). La importancia de ahorrar. Obtenido de <https://revistaempresarial.com/actualidad-empresarial/lanzamientos/importancia-de-ahorrar/>

Fundación Mujeres. (2016). Guía para la creación de negocios rurales. España.

Mejía, C. A. (enero de 2013). Planning: El concepto de la capacidad instalada. Obtenido de https://planning.com.co/bd/valor_agregado/Julio2013.pdf

11. Guía metodológica No. 9: Mercadeo y publicidad²⁸

MÓDULO IV	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Mercadeo y publicidad	10"	Bienvenida y presentación de las participantes	Dinámica "Cadena de noticias buenas y malas" Para este ejercicio se deberá solicitar a las integrantes del grupo forman un círculo. Elegir a una persona al azar. Esta persona debe decir su nombre y dos noticias buenas que le hayan pasado en la vida y dos malas. Cuando lo haya hecho, elegir a la siguiente persona, hasta que hayan pasado todas.		Facilitadora
	25"	Desarrollo de la marca	Realizar presentación dialogada de conceptos claves sobre desarrollo de marca. Posteriormente, solicitar a las participantes realizar el ejercicio # 1. Finalizada la actividad solicitar a las participantes que formen grupos y luego elaboren un diagrama de flujo de los procesos que se deben tomar en cuenta para el desarrollo de marca mediante el plan de mercadeo. Cuando los grupos estén listos deberán realizar una presentación ante el resto de participantes.	Presentación <i>Power Point</i> Laptop, proyector Ejercicio # 1 Plan de mercadeo Papelógrafo Marcadores permanentes (azul, rojo, negro y verde) Crayones Goma Tijeras Masking tape	Facilitadora
	25"	Logotipo	Organizar a las participantes para la presentación de contenido, en formato de panel foro, sobre logotipos y sus características. Socializada la información, se deberá solicitar a las participantes realizar la hoja de trabajo # 2: prototipo de logotipo. Al finalizar las participantes realizarán una exposición de todos los	Hoja de trabajo #2 Marcadores Crayones Lápices y lapiceros.	Facilitadora

28 Línea de Acción 4, Programa de Activación Económica.

			logotipos prototipados y de manera voluntaria tres personas presentan y validan con el resto del grupo.			
25"	Empaque		<p>Organizar a las participantes en tres grupos y asignarles dos principios del empaque.</p> <p>Cada grupo elabora un mapa mental de los principios que se les asigno.</p> <p>Luego de ello, solicitar a las participantes que socialicen sus mapas mentales.</p> <p>Posteriormente, las participantes proceden a elaborar la hoja de trabajo #3: propuesta de empaque, en la que prototipan dos propuestas de empaque según su giro de negocio.</p>		<p>Hoja de trabajo #3 prototipo de un empaque</p> <p>Crayones</p> <p>Marcadores</p>	Facilitadora
15"	Receso					
25"	Catálogo de productos y/o servicios		<p>Mediante una presentación dialogada, desarrollar la conceptualización de un catálogo de productos y/o servicios.</p> <p>Posteriormente, solicitar a las participantes que elaboren la hoja de trabajo #4: ficha técnica de productos, para posteriormente realizar su catálogo desde WhatsApp Business.</p> <p>Mapa de viaje del cliente, las emprendedoras deberán crear el proceso de compra en el cual el cliente se verá inmerso, esto les permitirá seleccionar el o los canales más adecuados para la venta del producto o servicio.</p>		<p>Hojas de trabajo # 4:</p> <p>ficha técnica de producto</p> <p>Lapiceros</p> <p>Hojas en blanco</p>	Facilitadora
30"	Control de calidad		<p>Solicita a las participantes que realicen la hoja de trabajo # 5: control de calidad.</p> <p>Posteriormente, las participantes se organizan en cuatro grupos, en cada grupo realizarán una puesta en común de todos los problemas en el control de calidad, y mediante la técnica "árbol de problemas" determinarán que: en las raíces identificarán los problemas en la producción; en el tallo, el transporte y; en la copa, el empaque/ presentación del producto o servicio. Cuando cada grupo haya finalizado, las participantes deberán presentar su árbol de problemas, solamente que todos los problemas serán convertidos en soluciones.</p> <p>Al finalizar, solicitar que, de manera voluntaria, dos participantes del grupo brinden su opinión sobre el aprendizaje obtenido.</p>		<p>Hoja de trabajo # 5:</p> <p>control de calidad</p> <p>Rotafolios</p> <p>Crayones</p> <p>Marcadores permanentes de diferentes colores</p> <p>Masking tape.</p>	Facilitadora

	25"	Evaluación de contenidos	Facilitadora
6 sombreros (blanco, rojo, azul, negro, amarillo, verde)	Mediante la técnica de los 6 sombreros, solicitar a las participantes que formen un círculo para evaluar el aprendizaje del módulo de mercadeo y publicidad. Colocar los sombreros en el centro del círculo. Posteriormente, solicitar que de manera voluntaria las participantes pasen y tomen un sombrero y de acuerdo al significado del color, expresen lo aprendido. - Sombrero blanco: el blanco es neutro y objetivo. Se ocupa de hechos y cifras. - Sombrero rojo: sugiere ira, furia y emociones. Aporta el punto de vista emocional. - Sombrero negro: el negro es triste y negativo. Cubre todos los aspectos negativos: porque algo no se puede hacer. - Sombrero amarillo: es alegre y positivo, optimista. Cubre la esperanza. - Sombrero verde: es el color del césped, de la vegetación, el crecimiento fértil y la abundancia. Hace referencia a la creatividad y las nuevas ideas. - Sombrero azul: es frío y es también el color del cielo, que está por encima de todo. Se ocupa del control y la organización del proceso del pensamiento.	Finalizado el proceso, agradecer la participación y con la información acopiada, concluir el tema.	

11.1 Contenido de apoyo

11.1.1 Desarrollo de marca

Desarrollo de marca es un plan detallado para desarrollar y comercializar con éxito los productos y servicios de un emprendimiento (Grupos Juveniles Esmeraldas, 2012).

Los productos y servicios pueden orientarse hacia objetivos específicos, tales como:

- Alinear los valores de la empresa con sus prácticas
- Mejorar la experiencia del cliente
- Obtener una ventaja competitiva en el mercado
- Atraer una nueva audiencia objetivo
- Aumentar las ganancias

Es un elemento fundamental para cualquier empresa que quiera presentarse de forma profesional y coherente ante sus clientes. Es a través de ella que las personas identifican sus valores y deciden si quieren compartirlas a través de una compra, un “me gusta” en una publicación o una sugerencia a amigos (Web Contents y Seo Associate, 2022).

Beneficio del desarrollo de marca

- Puede destacar frente a la competencia
- Aumenta el valor de su producto
- Permite crear lazos emocionales con tu clientela
- Crea fidelidad

Pasos para crear una marca de éxito

- Objetivos clave definidos
- Tener claro quién es tu público objetivo
- Define tu personalidad e identidad de marca
- Trabajar el desarrollo de marca también en redes sociales

Tipos de marca

Según el tipo de negocio que quiera desarrollar hay distintos métodos para desarrollar su marca:

- **Marca personal:** consiste en trabajar la marca personal a nivel individual.
- **Marca corporativa:** es una marca que está enfocada al ámbito de la empresa, al mundo de los negocios.
- **Marca empleadora:** es la imagen que tienen los consumidores no solo de la marca, sino también de sus empleados (reputación).

11.1.2 Logotipo

Un logotipo es un símbolo compuesto por elementos gráficos, texto e imagen que sirve como la identificación visual de una empresa. Es decir, representa el quehacer, la identidad y los valores de cada organización por medio de colores, formas y textos.

Se utiliza para identificar y promover la marca en el mercado. Aparece en tarjetas de presentación, página web, redes sociales, aplicaciones móviles, empaques, gafetes del personal, papelería, etc. Debe representar quién es la marca (o quién la representa), qué hace y ofrece, las cualidades que la caracterizan. Todo en una sola imagen.

Características de un logotipo

- **Original:** lo principal es que se trate de una composición inédita, es decir, que sus formas, colores y tipografías no se asemejen o copien a ningún otro logo, especialmente si se trata de su competencia directa o de empresas de su sector.
- **Atemporal:** debe trascender en el tiempo y debe ser capaz de cumplir su función sin importar si solo ha pasado 1 o 30 años desde su desarrollo.

Muchas nuevas empresas requieren crear un logo desde cero y en ocasiones suelen incorporar tendencias actuales y aunque esto puede ser atractivo, también podría ser contraproducente para la marca, porque las limita a ser una moda pasajera que después no representará la esencia de la marca.

- **Simple:** si bien existen muchos logotipos muy elaborados, a veces lo mejor es optar por la simplicidad para que la imagen sea más fácil de reconocer. La simplicidad es un elemento clave, pues los consumidores deben percibirlo y reconocerlo en un lapso de tiempo breve.
Por ello, un logo debe expresar la personalidad de su marca de forma concisa y efectiva (y en un espacio limitado). Para eso se hace uso de colores, fuentes y formas para crear y generar una asociación mental.
- **Memorable:** tiene la tarea de crear una conexión con los consumidores y generarles interés en tu marca. Cuando un logotipo es fácil de recordar, una marca tiene mayor probabilidad de quedarse en la mente y preferencia de las personas.
Por eso es tan importante que cada elemento del logotipo, desde los colores, las tipografías para logos y todos los aspectos visuales y textuales encuentren un equilibrio que logre comunicar un mensaje claro, en el tono que la marca necesita.
- **Relevante:** comunica efectivamente la personalidad e identidad de una marca. Los colores, las formas y las tipografías para logos son elementos que logran desencadenar emociones en los

consumidores, lo cual ayude a generar empatía, reconocimiento y cercanía.

- **Versátil:** debe poder manipularse y ocuparse en una gran variedad de formatos y situaciones. no debe perder legibilidad ni distorsionarse.

11.1.3 Empaque

Generalmente, las emprendedoras ponen mucho énfasis en el proceso de producción de sus productos o en la estructuración de los servicios que piensan ofrecer en el mercado, pero descuidan la forma de presentación, los empaques o los envoltorios con los que venderán sus productos a las y los consumidores (Grupos Juveniles de Esmeraldas, 2012).

No hay que olvidar que, al inicio del proceso, cuando se hace la planificación general del producto o servicio, también es necesario diseñar el tipo de presentación que tendrán estos productos, porque sabemos que el éxito en su venta depende en gran medida, de la calidad del producto o servicio y de la forma en que se lo presenta. Para que el empaque escogido, independientemente del producto, cumpla con el propósito de atraer a los consumidores es necesario que responda a los deseos, necesidades y comodidad de la clientela, por lo que se recomienda tomar en cuenta los siguientes principios:

Protección: La primera función que desempeña el empaque es la protección del producto. Es decir, el empaque no debe ser considerado como un gasto más, sino como una de las mejores formas de evitar que el producto se deteriore o rompa, durante las fases de transporte, distribución y venta. Al respecto, hay que tomar en cuenta que muchas veces los productos se transportan a otras ciudades o se almacenan por largos períodos hasta que sean vendidos, lo que exige que tengan un empaque apropiado para que no se deterioren durante todo este período.

- **Preservación:** otra función importante del empaque es la preservación del producto, tomando en cuenta el tipo de materiales que lo componen. Productos frescos como alimentos requerirán un tipo de empaque y productos que se consumen en largos plazos, necesitarán otro tipo de empaque. Dependiendo del tipo de producto se deberá diseñar el tipo y la forma del empaque, para que pueda lograr el objetivo de preservar la calidad de los productos.
- **Presentación del producto:** la forma de presentación del producto debe contribuir a su comercialización y venta. El tipo de presentación del producto o empaque con el que se lo vende debe servir también para que la clientela lo identifiquen con facilidad en medio de otros similares.
- **Que sea práctico:** el empaque debe ser también práctico y funcional, es decir, debe permitir que se lo pueda transportar y almacenar. Hay que tomar en cuenta que en muchos hogares

no existen lugares amplios para el depósito de los productos, por lo que el tipo y calidad del empaque, su aspecto y su forma, son elementos que serán valorados por las y los clientes al momento de seleccionar un producto.

- **Respetuoso del ambiente:** uno de los aspectos más importantes a tomar en cuenta al momento de diseñar el empaque es que éste sea respetuoso del ambiente. Esto quiere decir que preferiblemente debe ser confeccionado con materiales que puedan ser reciclados y que no contaminen el aire, el agua o el suelo, si ofrecemos un producto cuyo empaque ha sido elaborado con materiales amigables con el ambiente, esto constituirá un atributo adicional por el cual los clientes van a preferir nuestro producto y podamos así aumentar las ventas.
- **Información del empaque:** una de las características obligatorias que debe tener todo empaque es el de dar a conocer toda la información que necesita conocer la clientela o quien lo consume para adquirir un producto, esto es:
 - Ingredientes
 - Registro sanitario
 - Fecha de elaboración del producto
 - Fecha de caducidad del producto
 - Empresa responsable de su fabricación
 - Lugar y dirección de la empresa

11.1.4 Catálogos

Los catálogos de productos y/o servicios son activos de *marketing* y ventas muy útiles e importantes para cualquier emprendimiento. Le ayudan a organizar toda la información sobre sus productos o servicios en un solo lugar.

Importancia de un catálogo de productos

- Ayuda en la toma de decisiones.
- Acorta el recorrido de compra y mejora la experiencia.
- Ayuda a planificar nuevas ofertas de productos.
- Mejora el proceso de venta.
- Proporciona materiales de referencia útiles para su equipo de ventas.
- Reduce los esfuerzos de formación y entrenamiento del personal.

¿Qué contiene un catálogo de productos?

Debe ofrecer todos los detalles de sus productos. Pero para que sea más eficaz, debe incluir los siguientes detalles sobre cada uno de sus productos:

- Fotos
- Breve descripción
- Características

- Dimensiones (alto, ancho, etc.)
- Materiales con los que fue elaborado
- Instrucciones de mantenimiento
- Testimonios de clientes (reseñas)
- Precio (incluidos los descuentos)

11.1.5 Control de calidad

El control de calidad de un emprendimiento es realizar seguimiento de los procesos mediante programas, herramientas o técnicas con el objetivo de mejorar la calidad del producto o servicio.

El objetivo del control de calidad es asegurar la mejora continua de los procesos, productos y servicios.

La calidad es el factor más importante para que los clientes te prefieran ante la competencia. Es por ello que cuando trabajas con objetivos de control de calidad, debes enfocarte en la satisfacción del cliente.

Importancia del control de calidad de una empresa

El cliente es el que dicta los patrones de calidad en sus productos y servicios. ¿Cómo es eso?, bueno, las especificaciones que demandan tus clientes, nacen de sus necesidades.

Cada demanda del cliente es una descripción de lo que debe tener tu producto o servicio. Esas demandas son los parámetros de calidad que te deben orientar. Por ejemplo, el peso, las características, el tiempo de entrega, etc. Entonces si tienes la guía, ¿por qué no ajustar los procesos de la empresa, los productos y los servicios a la satisfacción de tus clientes?

Objetivos del control de calidad de un emprendimiento

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Determinar los estándares de calidad que el mercado espera.
- Controlar los procesos involucrados en la producción de bienes y servicios en búsqueda de la calidad.
- Establecer un orden en la interrelación de los procesos de la empresa.
- Realizar seguimiento en las operaciones.
- Detectar, corregir y prevenir los problemas que se derivan del proceso de producción.

Las 4 funciones importantes del control de calidad

- **Las pruebas:** son controles que se realizan al principio, en la mitad y al final de los procesos para asegurarse de que los criterios de

calidad se mantengan en toda la línea de producción.

- **El monitoreo:** se trata de realizar pruebas de manera regular, archivando los resultados históricos.
- **La auditoría:** se trata de realizar una especie de diagnóstico de procesos que no se le aplique control de calidad.
- **Reportes:** cada acción de control de calidad debe ser reportado. Son las únicas referencias que tienes para comparar los resultados obtenidos y determinar si las herramientas de calidad que estás aplicando tienen o no el impacto que se espera.

11.2 Guías de trabajo

11.2.1 Ejercicio # 1: Plan de mercadeo para desarrollo de marca

	¿Qué?	¿Porqué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?	¿Quién?
Producto	¿Qué producto necesitas?	¿Qué necesidad llena?	¿Cuándo lo necesitas?	¿Cómo llena el producto esa necesidad?	¿Cuál es el costo de producción, el volumen de ventas, etc.?	¿A qué segmentos de clientes va dirigido?
Precio	¿En qué precio lo venderás?	¿Por qué es el precio adecuado?	¿Por cuánto tiempo será válido ese precio?	¿Cómo se desarrollará el precio con el tiempo?	¿Cuántas ventas y margen generarán?	¿Hay diferentes costos para diferentes segmentos?
Plaza	¿Cómo lo distribuirás?	¿Por qué escoger esos canales?	¿Cuándo elegirán los consumidores canales diferentes?	¿Cómo creamos o entramos a estos canales?	¿Cuáles son los costos/beneficios de estos canales?	¿Cómo usa cada segmento los diferentes canales?
Promoción	¿Qué tipos de promociones usarás?	¿Por qué escoger estas actividades?	Tiempos: lanzamiento, ciclo de vida, etc.	¿Cómo se ejecutarán las promociones?	¿Cuáles son los costos/beneficios de estos canales?	¿Los grupos claves necesitan diferentes promociones?

Instrucciones

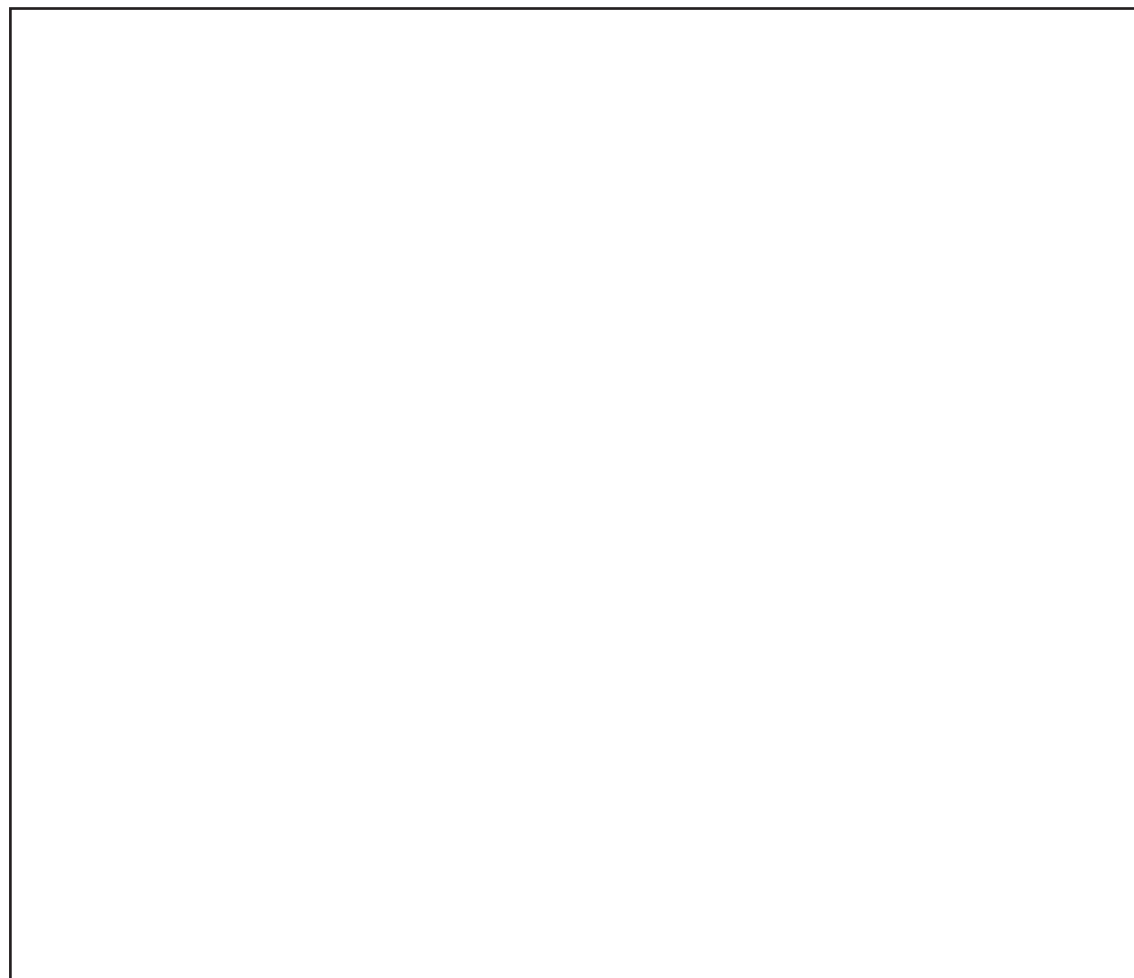
Rellene el cuadro con la información de su emprendimiento

	¿Qué?	¿Porqué?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?	¿Quién?
Producto						
Precio						
Plaza						
Promoción						

11.2.2 Hoja de trabajo # 2: Prototipo de logotipo

En el siguiente cuadro dibuje el logotipo de su emprendimiento tomando en consideración las características de un logotipo.

- Debe ser simple, porque crear una imagen muy cargada de elementos puede no ser de agrado para las personas usuarias.
- Debe ser original, con el propósito de diferenciarse de la competencia.
- Debe ser representativo, es decir, tiene que representar la identidad visual de la marca.
- Debe ser escalable, porque un logo no siempre se verá en el mismo tipo de dispositivo.
- Debe ser llamativo.
- Debe ser duradero. Esto quiere decir que tiene que perdurar con los años.
- Debe ser relevante o relacionado con el contenido y servicio de la marca.

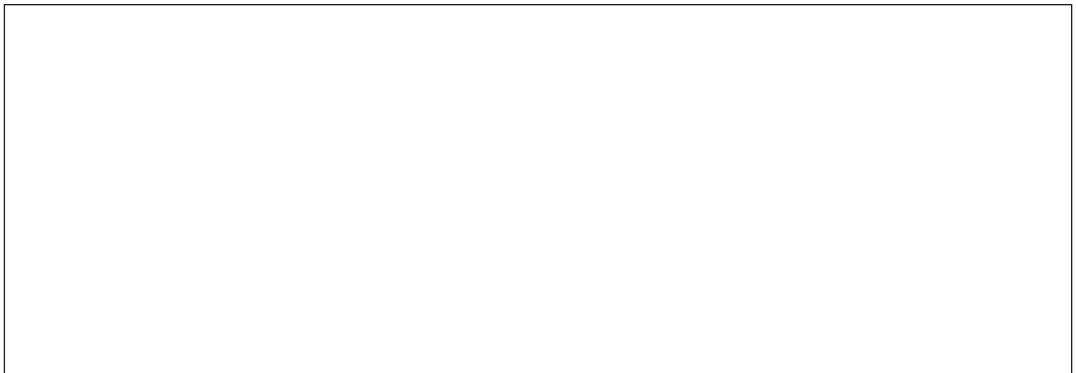


11.2.3 Hoja de trabajo # 3: Diseño de empaque

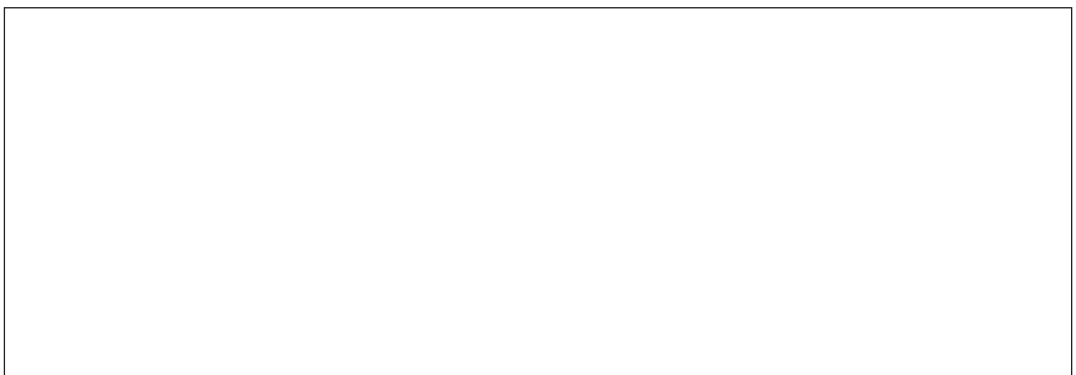
De acuerdo a su giro de negocio diseñe dos empaques que cumplan con las siguientes características:

- **Empaques biodegradables:** aumentar en el uso de materiales reciclables y biodegradables como el uso de polímeros provenientes de fuentes naturales.
- **Empaque como tendencia de *marketing*:** el empaque debe ser una estrategia de venta y publicidad
- **Empaques con nuevos tamaños:** el consumidor cada vez exige más productos unipersonales y que disminuyan la pérdida de productos
- **Empaques inteligentes y activos:** empaques activos (que alargará la vida del producto) o el inteligente (que aportará más información al consumidor). En el futuro el consumidor encontrará envases que cambiarán de color si el producto se está caducando o emitirán partículas para conservar mejor la fruta fresca.

Prototipo 1



Prototipo 2



11.2.4 Hoja de trabajo # 4: Creación de catálogo en *WhatsApp Business*

Instrucciones

Prepare un cuadro descriptivo de su producto/ servicio conteniendo la siguiente información:

Nombre del emprendimiento	
Propuesta de valor	
Fotografía del producto y/o servicio	
Características del producto	
Precio	
Método de entrega	
Métodos de pago	

11.2.5 Hoja de trabajo # 5: Control de calidad

Instrucciones

Elabore un listado de los aspectos a tomar en consideración para mantener la calidad de su producto desde la fabricación hasta llegar al consumidor.

De producción

De empaque

De transporte

11.3 Bibliografía

Grupos Juveniles de Esmeraldas. (2012). Manual de Capacitación de Emprendimientos Productivos y Culturales, Definición de Productos y Estudio de Mercados. Ecuador.

Grupos Juveniles de Esmeraldas. (2012). Manual de Capacitación de Emprendimientos Productivos, Diseño de Empaque. Ecuador.

Grupos Juveniles Esmeraldas. (2012). Manual de Capacitación de Emprendimientos Productivos y Culturales. Ecuador.

Web Contents y Seo Associate. (2022). Desarrollo de marca. México.

12. Guía metodológica No. 10: Comercialización²⁹

MÓDULO V	TIEMPO	CONTENIDOS	ACTIVIDADES	RECURSOS	RESPONSABLE
Comercialización	15"	Bienvenida y presentación de participantes	Solicitar a las participantes que desde su lugar puedan presentarse diciendo su nombre y cuál es su emprendimiento. Una vez realizada la presentación de todas, solicitarles que pueda hacer parejas con la persona con la que comparten similitudes en su emprendimiento ya sea por características comunes o complementarias y que puedan reubicarse en esos lugares para iniciar con las actividades.	Participantes	Facilitadora
	10"	Comercialización Estrategias y tipos de estrategias de comercialización	Exposición dialogada Compartir contenidos conceptuales y brinda ejemplos sobre los mismos Posteriormente comparte Ejercicio # 1 para resolución y practica del tema presentado.	Presentación en Power Point Equipo de cómputo (proyector y laptop) Ejercicio #1 Lapiceros	Facilitadora
	20"	Canales de venta, Ventas en línea, Página Web	Dinámica Venta de producto sorpresa Formar grupos de 5 personas por afinidad y posteriormente un representante de cada grupo tomara un objeto sorpresa o una tarjeta con un servicio. Tendrán 5 minutos para decidir y presentar en plenaria el producto y como decidieron promocionar y vender. Cada grupo dará una puntuación de 1 a 5 a cada presentación. Al finalizar se hace un recuento y análisis de la presentación más asertiva y se presentará el contenido teórico del tema.	Productos de diferentes tipos: Comida Maquillaje Ropa Flores Manualidades Tarjetas con servicios de diferentes tipos: Catering Grooming Consultorias, etc. Presentación Power Point Equipo de cómputo (proyector y laptop)	Facilitadora

29. Líneas de Acción 4 y 5, Programa de Activación Económica. Feria de Activación Económica detallada en el Programa de Activación Económica.

30"	Ferias de Activación Económica	Compartir contenidos conceptuales Organizar grupos de 6 personas según emprendimientos similares. Posteriormente comparte hoja de trabajo # 2 para elaboración práctica de formulación de una Feria de Activación Económica.	Presentación en <i>Power Point</i> Equipo de cómputo (proyector y laptop) , hoja de trabajo # 2 Lapiceros	Facilitadora
15"	RECESO			
10"	Innovación	Exposición dialogada Compartir contenidos conceptuales, acercando los conceptos a la realidad de las participantes, motivándolas a imaginarse que innovaciones pueden hacer en sus negocios	Presentación en <i>Power Point</i> Equipo de cómputo (proyector y laptop)	Facilitadora
10"	Conversatorios	Compartir contenidos conceptuales	Presentación en <i>Power Point</i> Equipo de cómputo (proyector y laptop)	Facilitadora
20"	Intercambio de información	Dinámica Intercambio de información (Juego de roles). Las participantes presentarán dos escenarios para la búsqueda de oportunidades para sus emprendimientos para obtener un financiamiento y/o un espacio comercial haciendo uso de sus habilidades en comunicación asertiva. Al finalizar, todas las participantes compartirán sus aciertos o aspectos mejorar. Compartir contenidos conceptuales.	Hoja de trabajo # 3 Papelógrafos Marcadores Presentación en <i>Power Point</i> Equipo de cómputo (proyector y laptop)	Facilitadora
40"	Presentación de emprendimientos	Dinámica Presentando mi emprendimiento Las participantes se numerarán de uno en uno, posteriormente se elegirán 5 papelititos al azar y las personas seleccionadas tendrán 5 minutos para presentar su emprendimiento considerando a sus compañeras como un posible inversor. Al terminar la ronda de presentación, cada persona compartirá una fortaleza y un aspecto a mejorar sobre cada presentación que se escribirán en un paleógrafo. Al finalizar se reflexiona sobre los aspectos a mejorar escritos en el paleógrafo y se colocará una estrategia de acción para reforzar la importancia de presentar convincentemente su emprendimiento.	Papelitos numerados de acuerdo al número de participantes Paleógrafos Marcadores	Facilitadora

	10"	Generación de alianzas estratégicas, espacios de colaboración	Compartir contenidos conceptuales	Presentación en <i>Power Point</i> Equipo de cómputo (proyector y laptop)	Facilitadora
--	-----	---	-----------------------------------	--	--------------

12.1 Contenido de apoyo

12.1.1 Comercialización

La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles. Sin embargo, todas estas decisiones y estrategias planteadas para conseguir que los clientes elijan nuestros productos deben ser fruto de un estudio exhaustivo de todos los factores que afectan a la comercialización. El área comercial y de marketing debe encargarse del análisis y estudio del mercado, de la competencia, de los consumidores, para poder saber qué es lo mejor para poder vender el producto. Solo así podrán decidir cuál es el precio, la forma de distribución y la promoción que debe realizarse, para obtener los objetivos planteados.

El modo en que vamos a vender un producto no puede dejarse a la improvisación. Sino que debe ser el producto de una estrategia coordinada de acciones encaminadas a conseguir que el producto llegue al consumidor y que este nos elija entre las diferentes opciones que posee en el mercado. No importa la calidad de un producto, si no somos capaces de venderlo. Por ello, esta estrategia deberá plasmarse en el plan de negocios de una empresa, e irá en concordancia con todas las decisiones que se describan en él.

12.1.2 Estrategias de comercialización

Se trata de acciones que se realizan para alcanzar determinados objetivos de *marketing* como lanzar al mercado un producto nuevo o incrementar la participación o las ventas. Para determinar cuáles son las acciones o estrategias de marketing que nos conviene, no sólo hay que tener en cuenta la capacidad de la empresa, los recursos u objetivos, sino también es un requisito indispensable, conocer bien al target o público objetivo. La razón es sencilla, puesto que en definitiva el marketing se orienta a satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores y clientes. Otra cuestión importante que no debe dejarse de lado es el análisis de la competencia, ya que puede llegar a permitirnos aprovechar sus debilidades o utilizar aquellas estrategias que les funcionan.

Tipos de estrategias de comercialización

Las estrategias de comercialización o *marketing* suelen dividirse en 4 tipos. Las relativas al producto, las que afectan a precio, las estrategias de distribución y las de comunicación. Es lo que se conoce como las 4p del *marketing* empresarial, ya que son los pilares básicos que debemos trabajar.

Estrategias de producto

Una vez descrito el producto o servicio correspondiente, las estrategias de producto reflejan las acciones que se van a desarrollar a lo largo de un periodo de tiempo determinado en relación a dicho producto o servicio. En este sentido, se incluirá así se van añadir uno más prestaciones o servicios, la forma en que se va a realizar, en su caso. Habrá de decidirse si se va a trabajar o no con un producto piloto, o si se va a lanzar primero a pequeña escala y después de lanzar a una escala mayor. ¿Se piensa en un producto único en la gama de productos que se irá ampliando en el futuro? Todo lo anterior debe también tener como mira qué es lo que va a ofrecer nuestro producto o servicio de forma diferente a los de la competencia, pues, es necesario tener claro por qué razón los clientes van a inclinarse por nuestro producto y no por otro diferente.

Estrategias de precio

Antes de lanzarse establecer un precio para un producto o servicio específico es necesario realizar un análisis de aquellos elementos que deben tenerse en cuenta la hora de fijarlo. En concreto, han de tenerse en cuenta tanto costes variables, ligados a la producción como costes fijos. Para poder seguir en el mercado resulta necesario que los ingresos obtenidos por las ventas, en las que el precio forma una parte esencial excedan los costes totales de la empresa atribuibles al producto o servicio de que se trate.

Pero, esto no es todo. Además, hay que plantearse posibles variaciones estratégicas en un periodo de tiempo determinado, como descuentos, promociones de ventas, etc. que ayuden a los clientes aprobar el nuevo producto o servicio. O quizá se prefiere optar por un alto precio desde el inicio que puede ayudar al producto o servicio a situarse entre los considerados de calidad.

Estrategias de distribución

Para que el producto se venda es necesario que sea accesible al consumidor. Y, esta necesidad, está directamente relacionada con las estrategias de distribución de productos. Pues, deberá determinarse si es la empresa la que vende directamente a sus clientes, a si en la totalidad o en determinadas zonas geográficas va a actuar por medio de distribuidores. Además, será necesario prever todo lo relativo al transporte o, al menos, quién se va a encargar de contratarlo. Sin olvidar los canales de distribución elegidos. Además, han de precisarse todo tipo de contratos, tanto con distribuidores como con agentes, comerciantes o mayoristas.

Estrategias de comunicación

Las estrategias de comunicación se orientan a hacer llegar el mensaje al cliente, destacando siempre los beneficios que para éste tiene el producto o servicio. Al tratar las estrategias de comunicación que utilizan a su vez herramientas como la publicidad, la fuerza de ventas, la promoción de ventas, las relaciones públicas y las redes sociales. Debe tenerse no sólo en cuenta el coste de la comunicación, sino también la forma en que impacta en el público objetivo. Además, hay que determinar la imagen del producto o servicio que se desea proyectar, incluyendo marca, logotipo, denominación, etc. y lo mismo es predicable respecto de la imagen de la empresa.

En definitiva, elegir los medios de difusión, el estilo y todo aquello que sirva como estrategia de comercialización para que el cliente ideal adquiera el producto o servicio que se le ofrece.³⁰

12.1.3 Canales de venta

Los canales de distribución y venta pueden ser venta mayorista, venta minorista (*retail*), comercio electrónico (*e-commerce*), ventas por catálogo o venta directa.

- **Venta mayorista:** es un componente de los canales de distribución en donde el emprendedor no se relaciona directamente con sus consumidores, sino que le entrega esta tarea a un especialista.
- **Venta minorista (*retail*):** es el comercio por menor, el emprendedor autónomo vende sus productos al consumidor final. Es la última parte de la distribución y es la que está en contacto directo con el consumidor.
- **Comercio electrónico:** es la compra o venta de productos por medios electrónicos tales como: internet y otras redes informáticas.
- **Venta directa:** se refiere a una instancia fuera de un establecimiento comercial, en la que el vínculo se da directamente con el consumidor. Permite comunicarse con los clientes individualmente, en grupo, por medio de ventas por catálogo, por teléfono o en el domicilio.

Lo importante es identificar el canal o la combinación de canales de distribución más conveniente para llegar a nuestro usuario. Nos debemos preguntar qué canales prefieren nuestros consumidores y cuáles son más rentables a fin de encontrar una combinación adecuada. Generalmente, los canales propios y directos son más rentables, pero no siempre resultan así. En el caso de venta en tiendas, por ejemplo, los costos de operación son muy altos, y el comercio minorista (*retail*) es una especialidad que requiere de altísima dedicación y manejo de muchos recursos, tanto humanos como financieros. En ese caso

30. Emprende Pyme (2023) Obtenido de ¿En qué consiste la comercialización de un producto? (emprendepyme.net)

debemos evaluar rentabilidad versus capacidad de operar este negocio de alta dedicación y complejidad.³¹

12.1.4 Ventas en línea

Consiste en ofrecer productos, servicios, ideas u otros mediante un sitio web en internet, de tal forma que los posibles compradores puedan conocer en qué consisten y cuáles son sus ventajas y beneficios a través de este sitio web, y en el caso de que estén interesados, puedan efectuar la compra *online*, por ejemplo, pagando el precio del producto con su tarjeta de crédito para luego, recibirlo en la dirección que proporcionó o mediante una descarga *online*.

Formatos para realizar ventas en línea

- **B2B (Business to Business o Empresa a Empresa):** este tipo de comercio electrónico se refiere a las operaciones de intercambio comercial entre empresas, como: colocar pedidos, verificar inventarios, planificar producción, etc.
- **B2C (Business to Consumer o Negocio a Consumidor):** es el sitio web tradicional a través del cual una empresa ofrece sus productos y servicios a los consumidores.
- **C2C (Consumer to Consumer o Consumidor a Consumidor):** en este tipo de comercio electrónico, un consumidor ofrece productos y servicios a otros consumidores en forma directa a través de su propio sitio o mediante sitios establecidos por terceros.³²

Tener un sitio web es algo imprescindible en la actualidad para que tu marca tenga éxito en la red de redes necesita un sitio web bien estructurado, que cumpla con la personalidad de tu negocio, con tus necesidades y las de tus clientes.

Ya que no solo basta con estar en internet, sino que hay que aplicar las estrategias adecuadas para que internet empiece a trabajar para ti y no en tu contra.

Antes de ver los beneficios tenemos que darle un pequeño repaso a la definición de sitio web. De seguro has visto al término de página web como sinónimo de sitio web; es bastante común y aunque tienen mucho que ver la realidad es que no son lo mismo.

¿Cuál es la diferencia entre página web y sitio web?

En pocas palabras, tenemos que los sitios web son un conjunto de páginas web que se relacionan de una u otra forma, y a los que se puede acceder a

31. Armstrong, G. (2013). Fundamentos del *Marketing*. México: Pearson.

32. Ayuntamiento de Salamanca. (2023). Obtenido de http://empresasyemprendedores.aytosalamanca.es/es/downloads/Venta_por_internet_-_online.pdf

través de internet. También se les puede conocer como portal o *website* en inglés.

12.1.5 Página Web

El concepto de página web se puede resumir en: un documento adaptado a la *World Wide Web* que puede tener información en forma de texto, imágenes, videos, música, entre otros tipos de multimedia. Igual se le conoce como página electrónica o *web page* en inglés.

Tener un sitio web para tu negocio es indispensable

Si te has puesto a pensar en cuántas horas pasan las personas navegando en redes sociales y sitios web, entonces te puedes hacer una idea de por qué es necesario que tu marca tenga presencia en internet. Y es que en la actualidad no estar en internet es prácticamente no existir.

Todos los días los usuarios usan el navegador web en busca de información y contenidos de todo tipo; desde blogs de temas en específico, conversaciones en fotos, noticias, herramientas, medios de entretenimiento, investigaciones académicas, entre muchos otros contenidos de valor.

Y mucha de toda esa información es desechada en cuestión de segundos si no cumplen con las necesidades y expectativas del usuario.

Por eso es que tener un sitio web bien estructurado, optimizado y que tenga un buen diseño web profesional te asegura captar la atención de tus posibles clientes.

Ventajas de tener un sitio web para tu negocio

Ya que sabes qué es un sitio web, la clasificación de los sitios web y cuál es su importancia en la actualidad, seguro te estás preguntando: ¿cuáles son los beneficios de tener un sitio web para empresa?

Una cosa es que necesites un sitio web para poder estar al día con las exigencias del mercado, pero cuando lo haces bien obtienes una serie de beneficios increíbles.

1. Aumenta el alcance del negocio
2. Mejora la imagen de la marca
3. Aumenta las ventas
4. Permite vender en línea

5. Mejora el servicio al cliente
6. Posicionamiento en buscadores³³

12.1.6 Feria de Activación Económica

Feria

Una feria, en este sentido, puede tratar sobre asuntos comerciales y económicos, puede ser de carácter cultural, así como social. Esta puede estar establecida de forma fija o ser temporal o ambulante.

Características de las Ferias

Entre las características que definen a una feria podemos identificar un ilimitado número de características. Sin embargo, cabría destacar una relación de características que, independientemente del tipo que sea, se muestran comunes para todas.

Así, entre las características que presenta una feria cabe destacar las siguientes:

- Pueden ser fijas o temporales.
- Tienen un fin determinado.
- Se establecen en espacios grandes y estratégico.
- El fin puede ser social, económico o cultura.
- Existe una temática concreta.
- Representa la unión de uno o varios gremios.
- Puede estar enfocada al público o cerrada para el gremio.

Esta serie de características representa una relación de características que, independientemente del tipo, presenta toda feria existente.

Tipos de ferias

Aunque estas surgen con un fin económico, con el paso de los años han ido apareciendo nuevos formatos de feria, pese a presentar un formato parecido, poseen muchas diferencias entre sí. Los principales tipos de feria son los siguientes:

- Comerciales
- Gastronómicas
- Artesanía
- Industriales
- Ferias de atracciones y de recreo
- Tecnológicas

33. ALOHA Creativos (2023) Obtenido de *¿Qué es un sitio web y cuáles son sus ventajas?* (alohacreativos.com)

- Educativas
- Automovilísticas
- Multisectoriales
- De trabajo
- Turísticas
- Ferias especializadas

Ferias de Activación Económica

Se pueden catalogar dentro de las ferias comerciales donde se exponen productos o servicios proporcionando información al público asistente y sirviendo de punto de encuentro entre empresas y clientes. Para las empresas, las ferias comerciales representan una importante herramienta de exhibición y comunicación de su oferta comercial, así como también son un importante instrumento de contacto y de negocios frente al cliente, ya que éstas propician tanto ventas directas como acuerdos comerciales. Ello se debe a la existencia de un público objetivo numeroso y de alta calidad, con una elevada predisposición positiva hacia los productos expuestos y con el que se puede establecer una importante comunicación personal a la vez que efectuar demostraciones que le ayuden a percibir las ventajas de la oferta presentada.³⁴

12.1.7 Innovación

Innovar proviene del latín *innovare*, que quiere decir alterar o cambiar las cosas introduciendo algún cambio o varios cambios³⁵; significado muy parecido al utilizado en el lenguaje común, en el que innovar se asocia a introducir un cambio. El propio Diccionario de la Real Academia Española define la innovación como “mudar o alterar algo, introduciendo novedades³⁶, por lo que el término innovación se refiere al cambio que introduce una novedad o varias.

Podemos decir entonces que, es un proceso cuyo resultado son nuevas creaciones que tienen como objetivo modificar elementos que ya existen o implementar elementos totalmente nuevos. En lo que es el ámbito empresarial, la innovación requiere de nuevas ideas que puedan convertirse en productos o servicios exitosos en el mercado.

Las características de la innovación, requiere hacer cosas nuevas, que impliquen cambios significativos y que, al ser comercializados, traigan como resultado un beneficio en el mercado.

34. José Luis Munuera Alemán, Miguel Hernández Espallardo, Salvador Ruiz de Maya. (1995). Planificación de las ferias como actividad del *marketing*.

35. Media Salgado y Espinosa Espíndola. (1994), La innovación en las organizaciones modernas. México. Universidad Autónoma Metropolitana

36. Real Academia Española. Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario) (2014). Madrid.

Tipos de innovación

Son todas aquellas formas en las que una empresa puede incorporar mejoras en sus productos o procesos. Esto, apuntando a lograr una mayor competitividad. Es decir, los tipos de innovación son los diferentes cambios que puede emprender una compañía en los bienes o servicios que ofrece, o en el desarrollo de las actividades que realiza. Su objetivo es ganar eficiencia.

Se conocen principalmente cuatro tipos de innovación:

- **Innovación del producto:** cuando se mejora los bienes o servicios que ofrece al público. Esto puede ser en cualquiera de sus características como el material con el que son fabricados, nuevas funciones o incluso la incorporación de *software*. Aquí también se incluye la creación de nuevos productos.
- **Innovación de proceso:** es la introducción o la mejora de los procesos, como es el proceso de fabricación o de distribución de su mercancía. Su objetivo es mejorar la eficiencia en las tareas desarrolladas dentro de la organización.
- **Innovación organizacional:** se refiere a incorporar innovaciones en la estructura de la empresa. Esto se puede dar en diversas áreas como la gestión de la calidad, recursos humanos o en la cultura de la compañía. Puede ser que la firma, por ejemplo, cambie hacia un modelo más horizontal donde todos los empleados sean incentivados a expresar sus opiniones y propuestas.
- **Innovación de marketing:** es la introducción de nuevas formas de promocionar el bien o servicio que se ofrece. Esto, en base a distintos elementos como el envase o el embalaje (donde puede modificarse el diseño) o su promoción (una campaña de publicidad).

Otro tipo de innovaciones

Las innovaciones también pueden clasificarse, según la magnitud de su impacto, de la siguiente forma:

- **Innovación radical:** supone un cambio significativo en el mercado. Este fue el caso de Internet, por ejemplo, que tuvo un gran impacto en todas las demás industrias a través de herramientas como el comercio electrónico.
- **Innovación incremental:** se trata de crear algo nuevo a partir de un producto o servicio que ya existe, agregándole mejoras. Este es el caso, por ejemplo, de los teléfonos móviles que cada vez tienen más funciones.

Igualmente, se puede hablar de otro tipo de innovaciones como:

- **Innovación tecnológica:** es aquella que corresponde a un avance de índole técnico o científico. Por ejemplo, una nueva máquina que permita automatizar varios procesos.
- **Innovación social:** Es aquella que no tienen ánimo de lucro, sino que busca un beneficio para toda la sociedad.
- **Innovación ambiental:** Es aquella que busca aportar a la conservación del ecosistema, como el desarrollo de una nueva fuente de energía renovable.

Vale aclarar que una innovación puede ser de varios tipos al mismo tiempo. Por ejemplo, puede ser una innovación de proceso que, al reducir la contaminación en los procedimientos de la empresa, es también una innovación ambiental.³⁷

12.1.8 Conversatorios

Un conversatorio es una charla pactada para hacer referencia a un determinado tema o ideada con otro objetivo. De acuerdo al contexto, el término puede referirse específicamente a una rueda o conferencia de prensa, a una mesa redonda o a un encuentro para dialogar.

Los conversatorios suelen ser organizados para que diversos especialistas conversen en público sobre un asunto previamente establecido. El público, de este modo, puede conocer sus apreciaciones y comentarios. Además, los oyentes tienen la posibilidad de realizarles preguntas a los protagonistas del conversatorio. Esto puede enriquecer considerablemente la experiencia, tanto para los especialistas como para el público, ya que se entabla un diálogo que aporta puntos de vista e información que no han sido mencionados durante la exposición inicial.

Claro que la calidad de dichas preguntas es sumamente importante para que el resultado sea satisfactorio. No sólo eso, sino que los oyentes deberían abstenerse de demostrar todos sus conocimientos, ya que su papel es el de un receptor a quien le ceden la palabra durante unos segundos para que intente plantear alguna inquietud.³⁸

12.1.9 Intercambio de información

El intercambio de información es el proceso de poner la información a disposición de los demás. Esto puede hacerse de varias maneras, como

37. Economipedia. (2023). Obtenida de Tipos de innovación ¿Qué es?, definición y concepto | 2023 | Economipedia

38. Pérez Porto, J., Gardey, A. (6 de marzo de 2020). Conversatorio - ¿Qué es?, definición, ¿cómo se desarrolla? y ejemplos. Definición de Última actualización el 5 de septiembre de 2022. Recuperado el 1 de abril de 2023 de <https://definicion.de/conversatorio/>

compartir archivos, compartir datos, compartir ideas y compartir recursos. El intercambio de información puede realizarse entre individuos, grupos u organizaciones.

Hay algunas cosas clave que tener en cuenta a la hora de facilitar el intercambio de información:

1. Asegurarse de que todos tengan la oportunidad de contribuir. Esto significa crear un entorno inclusivo en el que todos se sientan cómodos compartiendo sus ideas.
2. Tenga claro qué información quiere compartir. Esto ayudará a la gente a centrar sus pensamientos y facilitar su contribución.
3. Anime a la gente a compartir sus ideas abierta y libremente. Esto ayudará a generar ideas nuevas e innovadoras.
4. Esté abierto a diferentes perspectivas y formas de pensar. Esto le ayudará a aprender de los demás y a ampliar su propia comprensión del tema.
5. Respete las necesidades de privacidad y confidencialidad de las personas. Esto es importante para generar confianza y crear un entorno de intercambio eficaz.

Hay cuatro tipos principales de intercambio de información:

1. Intercambio de datos: se trata de compartir datos en bruto entre dos o más partes. Esto puede hacerse manualmente, como por ejemplo mediante el uso de unidades USB o archivos adjuntos de correo electrónico, o electrónicamente, como a través de una unidad de red compartida o un servicio de almacenamiento basado en la nube.

2. Compartir aplicaciones: se refiere a la compartición de aplicaciones de *software* entre dos o más partes. Esto puede hacerse de forma remota, como a través de una aplicación de escritorio remoto, o en persona, como a través del uso de un ordenador portátil compartido.

3. Compartir la pantalla: se trata de compartir la pantalla de una persona con otra, normalmente en tiempo real. Esto se hace a menudo con fines de colaboración o de enseñanza.

4. Compartir archivos: Se trata de compartir archivos entre dos o más partes. Esto puede hacerse electrónicamente, como a través de un servicio

de intercambio de archivos, o manualmente, como a través del uso de una unidad USB.³⁹

12.1.10 Presentación de emprendimientos

La presentación de emprendedores y sus proyectos es de vital importancia, ya que gracias a esto se podrá percibir el futuro del emprendimiento.

Para sacar a flote los emprendimientos es importante contar con las herramientas necesarias para poder causar impacto a la gente que se le está mostrando el emprendimiento.

Se debe de preparar un discurso que sea objetivo, ser directo, ir a la idea que se quiere emprender, no contar todo sobre la idea, como estructurar tu presentación, diseños de las diapositivas, animaciones, videos, etc. Todo esto influirá cuando se haga la presentación del emprendimiento.

Uno de los temas relacionados son las pymes, que son las pequeñas y medianas empresas que tienen limitantes ocupacionales y financieros prefijados por los estados o regiones en los que se encuentren.

Se caracterizan también por ser independientes y tener agentes de cultura, intereses y cuentan con un espíritu de emprendimiento en específico, pero que a su vez tienen alta predominancia en el mercado de comercio.

Hay basta información sobre estos temas en los que poco a poco podrá adentrarse y comprender mejor estos conceptos.⁴⁰

12.1.11 Generación de alianzas estratégicas

Una alternativa de beneficio para el fortalecimiento de los emprendimientos se encuentra en las alianzas estratégicas, que se definen como relaciones cooperativas y de confianza entre personas u organizaciones, en las cuales se comparten metas y beneficios, pero en las que las personas involucradas mantienen un importante nivel de autonomía e independencia.⁴¹

Las alianzas estratégicas se clasifican en base a los siguientes criterios:

- Por los patrones que siguen en relación a sus funciones básicas.
- Por el grado de propiedad que se genera entre los involucrados y por el hecho de llevar implícita la creación de una empresa o no.

39. Tech Edu (2023) Obtenido de Intercambio de información - Definición y explicación (techlib.net)

40. STARTEQ (2023) Obtenido de Presentación de emprendedores y sus proyectos - STARTEQ.NET

41. Rojas López, Miguel David; Rincón López, Carolina; Mesa León, Santiago Alianzas estratégicas: alternativas generadoras de valor. Universidad & Empresa, vol. 16, núm. 27, julio-diciembre, 2014. Universidad del Rosario Bogotá, Colombia.

Esta clasificación se divide en tres tipos: alianzas de mercadotecnia, de producto y de investigación y desarrollo.

- **Alianzas de mercadotecnia**

Este tipo de alianzas utiliza el sistema de distribución de una compañía para incrementar las ventas de un socio que provee un producto o servicio, pero carece de un mecanismo de distribución efectivo y una buena fuerza de ventas. Su propósito estratégico básico es incrementar las ventas sin tener que hacer nuevas inversiones o incrementos substanciales en costos directos, las utilidades habrán de incrementarse considerablemente.

- **Alianzas sobre productos**

Pueden ser de 2 tipos: enlaza a compradores con sus proveedores o bien son asociaciones de manufactura conjunta. Cuando enlaza a compradores con sus proveedores es para obtener entregas oportunas, mejorar calidad y reducir costos. Los gerentes de adquisición de materiales han descubierto que pueden aumentar la calidad, reducir el desperdicio y costos de un 5% hasta un 10% al celebrar contratos de largo plazo con sus proveedores. En las asociaciones de manufactura conjunta, por razón de costos de escala, tiene sentido económico construir una planta con gran capacidad, donde no será posible que la demanda de una sola compañía pueda absorber la capacidad productiva total.

- **Alianzas para investigación y desarrollo**

Son las relacionadas con desarrollo tecnológico o con el saber cómo (*know-how*), que se proporciona como algo valioso a la alianza. El desarrollo y aplicación de tecnología nueva tiene riesgos y es costosa. Cuando se requiere para el desarrollo de productos u otras tecnologías, las cuales necesitan de un capital mayor al que una empresa dispone son muy convenientes las empresas conjuntas y las sociedades con aportaciones de capital.⁴²

12.1.12 Espacios de colaboración

Una clave al momento de emprender es el relacionarse con muchas personas, socios, proveedores, clientes, otros emprendedores o emprendedoras, por nombrar algunos y la relación que se construye con cada uno de ellos será gravitante para el éxito del negocio.

Independiente del tipo de negocio que se desarrolle, para aumentar las posibilidades de éxito es importante tener una red de apoyo que acompañe en las distintas etapas de desarrollo. Esto ayuda a enfrentar los múltiples desafíos y los errores que se pueden cometer y que son parte del proceso emprendedor. Lo importante es encontrar un lugar junto a otros emprendedores que hacen lo mismo o tengan actividades que se complementan o dependan unas de otras.

42. Atlantic International University (2023) Obtenido de Microsoft Word - TEMA_3_pyme.doc (aiu.edu)

El participar en una comunidad de emprendimiento o trabajar junto a otros emprendedores tiene beneficios como:

- Fuente de inspiración y motivación, ya que en contacto con otros emprendedores se puede dar forma a la idea en mente, o tal vez lograr una idea común.
- Testear una idea y modelo de negocios, donde se podrá obtener la asesoría de otros que opinan si el proyecto es viable y ayudan a mejorarlo.
- Se puede conocer mentores que transmiten experiencia vivida en lo otro puede estar empezando.
- Se conoce a posibles inversores, con capital para iniciar o hacer crecer el negocio.
- Acceder a economías de escala es decir, poder comprar suministros en conjunto para reducir costos.
- En la misma línea del ahorro, compartir el espacio, ya sea en un *Cowork* o *Hub*, o habilitar espacio en el local para que alguien más también opere su negocio, que podría ser complementario y así agregar valor al tuyo.
- Acceso a capacitación para constantemente adquirir nuevos conocimientos y habilidades que permitan crecer.⁴³

12.1.13 *Maker Space* y cómo promueve el desarrollo de una comunidad

Son espacios claves para potenciar el desarrollo de una comunidad o ciudad ya que son lugares para impulsar proyectos. Es un espacio físico de colaboración abierta donde las personas tienen acceso a recursos, conocimiento, conexiones profesionales y herramientas que comparten para trabajar en sus proyectos con la finalidad de crear productos o servicios.

Cada *Maker Space* es diferente pues los espacios se adaptan según su propósito. La característica compartida sin importar el sector que trabajen es que todos son espacios que promueven la colaboración abierta, generación y prototipado de ideas. Todos los *Maker Spaces* conectan a las personas entre sí para apoyarse, intercambiar lecciones aprendidas y a su vez brindan herramientas para sacar adelante proyectos con impacto social.

Características que resaltan por qué un *Maker Space* es clave para el desarrollo comunitario:

- Genera capital social
- Promueve la innovación
- Brinda herramientas para tomar acción
- Permite escalar proyectos locales⁴⁴

43. Crece Mujer de Banco Estado. (2023). El poder de la colaboración entre emprendedores. Obtenido de *El poder de la colaboración entre emprendedores | Programa CreceMujer - BancoEstado*

44. Banco Interamericano de Desarrollo (2016) Qué es un *Maker Space* y cómo promueve el desarrollo de una comunidad por Laura Paonessa - Arianna Orozco. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/que-es-un-maker-space-y-como-promueve-el-desarrollo-de-una-comunidad/>

12.2 Guías de trabajo

12.2.1 Ejercicio # 1: Identificación de Estrategia de Comercialización

Nombre: _____ Fecha: _____

Instrucciones

Según los conceptos previamente aprendidos sobre los tipos de estrategias de comercialización, colocar en el siguiente formato cuales son las posibles estrategias utilizadas en su emprendimiento según la clasificación siguiente:

Emprendimiento: _____

The diagram consists of four orange arrow-shaped boxes pointing downwards, each containing a marketing strategy category. To the right of each arrow is a rounded rectangular box for notes, containing two horizontal lines and a bullet point.

- PRODUCTO**: [Note box with two lines and a bullet point]
- PRECIO**: [Note box with two lines and a bullet point]
- DISTRIBUCIÓN**: [Note box with two lines and a bullet point]
- COMUNICACIÓN**: [Note box with two lines and a bullet point]

Una vez escritas las estrategias en el formato, identificar cual es la de mayor presencia y numerarlas de 1 a 4, donde 1 es la estrategia más fuerte en el proceso de comercialización de su producto o servicio.

Comentar con la compañera seleccionada en la ronda de presentaciones, compartir las similitudes y diferencias compartiendo el impacto que ha generado en cada uno de sus emprendimientos.

Integrantes:

12.2.2 Hoja de trabajo # 2: Preparando una Feria de Activación Económica

Instrucciones

En el presente formato planificar una Feria de Activación Económica según el tema seleccionado por el grupo.

Integrantes

Feria de Activación Económica

Nombre: _____ **Fecha:** _____

Temática: _____ **Horario:** _____

Lugar: _____

Objetivo:

Población a atender

	Beneficiarias	Público Objetivo
Directas		
Indirectas		

Actividades a realizar

Nombre	Descripción

Cobertura de área (croquis de ubicación y distribución)

Coordinaciones externas

Tema	Requisición	Responsable
Vialidad/ Regulación de tránsito		
Seguridad		
Ornato		
Actividades sociales		
Actividades culturales		

Coordinaciones internas

Actividad	Descripción	Responsable

Insumos requeridos

Lista de insumos		Cantidad
Mobiliario	Toldos de 6*4 metros	
	Tarima de 5*4 metros	
	Tableros	
	Sillas	
	Manteles	
Sonido	Sonido para tarima principal	
	Sonido para tarima secundaria	
	Sonido para actividad # 1	
	Micrófonos de solapa	
	Micrófonos inalámbricos	
Publicidad	Mantas	
	Banner	
	Material promocional (volantes, afiches, etc.)	
Otros		

Otros aspectos a considerar

Integrantes

12.2.3 Hoja de trabajo # 3: Intercambio de información (Juego de roles)

Instrucciones

A manera de práctica y con el objetivo de pulir su comunicación asertiva en la búsqueda de oportunidades para su emprendimiento, desarrolle los siguientes juegos de roles. Registre las ideas planteadas en los papelógrafos. Al finalizar, en plenaria, analizar los aciertos y aspectos a mejorar para lograr los objetivos deseados: financiamiento / espacio comercial.

Asigne dentro del grupo los siguientes roles:

- a) Persona emprendedora 1
- b) Representante financiero
- c) Persona emprendedora 2
- d) Administrador de espacios comerciales

Una vez definidos los roles, desarrolle las siguientes conversaciones para lograr un espacio para su producto o un financiamiento para el mismo, considerando los siguientes aspectos:

- e) Presentación de producto o servicio
- f) Expectativas
- g) Compromisos
- h) Acuerdos

Preguntas generadoras para el conversatorio:

1. Claridad en el objetivo
2. Impacto de la presentación
3. Aspectos a mejorar de acuerdo a los resultados

12.3 Bibliografía

ALOHA Creativos (2023) Obtenido de ¿Qué es un sitio web y cuáles son sus ventajas? (alohacreativos.com)

AMPYME. (01 de 2020). Guía rápida para emprendedores. Panamá.

Armstrong, G. (2013). Fundamentos del *Marketing*. México: Pearson.

Atlantic International University (2023) Obtenido de Microsoft Word - TEMA_3_pyme.doc (aiu.edu)

Ayuntamiento de Salamanca. (2023). Obtenido de http://empresasyemprendedores.aytosalamanca.es/es/downloads/Venta_por_internet_-_online.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo (2016) ¿Qué es un *Maker Space* y cómo promueve el desarrollo de una comunidad? por Laura Paonessa - Arianna Orozco. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/que-es-un-maker-space-y-como-promueve-el-desarrollo-de-una-comunidad/>

Casia, M. (2018). Guía Preparación y Evaluación de Proyectos. Guatemala: CHOLSAMAJ.

Crece Mujer de Banco Estado. (2023). El poder de la colaboración entre emprendedores. Obtenido de El poder de la colaboración entre emprendedores | Programa CreceMujer – Banco Estado

Economipedia. (2023). Obtenida de Tipos de innovación - Qué es, definición y concepto | 2023 | Economipedia

Emprende pyme (2023) Obtenido de <https://bit.ly/3oMmRoi>

José Luis Munuera Alemán, Miguel Hernández Espallardo, Salvador Ruiz de Maya. (1995). Planificación de las ferias como actividad del *marketing*.

Medina Salgado y Espinosa Espíndola. (1994), La innovación en las organizaciones modernas. México. Universidad Autónoma Metropolitana

Pérez Porto, J., Gardey, A. (6 de marzo de 2020). Conversatorio ¿Qué es?, definición, cómo se desarrolla y ejemplos. Definición de Última actualización el 5 de septiembre de 2022. Recuperado el 1 de abril de 2023 de <https://definicion.de/conversatorio/>

Real Academia Española. Diccionario de la lengua española (edición del tricentenario) (2014). Madrid.

Rojas López, Miguel David; Rincón López, Carolina; Mesa León, Santiago Alianzas estratégicas: alternativas generadoras de valor. Universidad & Empresa, vol. 16, núm. 27, julio-diciembre, 2014. Universidad del Rosario Bogotá, Colombia

STARTEQ (2023) Obtenido de Presentación de emprendedores y sus proyectos - STARTEQ.NET

Tech Edu (2023) Obtenido de Intercambio de información - Definición y explicación (techlib.net)



Programa Prevención de la Violencia y el Delito contra Mujeres, Niñez y Adolescencia en Guatemala

DIRECCIÓN de la Mujer



Contáctanos

Teléfono: 2291-7500

Ubicación: 6ª Avenida "A" 20-37, zona 1, Ciudad de Guatemala

Correo: direcciondelamujer@munigate.com

Web: www.munigate.com/dmm/



@munimujer