

**Manual de formación básica de mujeres emprendedoras para la
comercialización y venta de productos desde redes digitales**
(Se puede emprender en tiempos de crisis, cómo hacerlo, tipos de emprendimientos
alternativos y resilientes, grado de sostenibilidad, enlace con redes sociales)

Grupo Sociedad Civil (GSC)

TEGUCIGALPA, M.D.C., 16 DE JUNIO DE 2021

Este manual es un producto elaborado en el marco del proyecto «Creativas, libres, presentes: Fortalecimiento de las capacidades de resiliencia integral de las mujeres afectadas por la pandemia del COVID-19 y por la violencia basada en género en Honduras», en conjunto con la Fundación Panamericana para el Desarrollo en el marco de EL FONDO DE INICIATIVAS. PROYECTO REGIONAL DE DERECHOS HUMANOS Y DEMOCRACIA.

© PADF

© GSC

© USAID

Tegucigalpa, junio 2021

Producción del Manual: Jessica Mariela Sánchez Paz/ Víctor Manuel Morales Rodas

Contenido

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1. Objetivos del proyecto.....	5
1.2. Estructura del manual	6
2. PUNTOS DE PARTIDA.....	7
3. METODOLOGÍA.....	8
3.1. Descripción del proceso	8
3.2. Rol de la facilitadora y pautas para la facilitación.....	9
3.2.1. El rol de la facilitadora(or).....	9
3.3. Pautas para la facilitación.....	9
3.3.1. Sobre la organización de las sesiones.....	9
3.3.2. De lo presencial a lo virtual:.....	9
3.4. Estructura curricular del proceso	13
3.4.1. Diseño y ubicación de los temas de formación.....	13
3.4.2. Detalle de los planes de formación.	13
4. CONTENIDO PARA EL PROCESO DE FORMACIÓN	14
4.1. Tema 1: Conceptualización de género	14
MÓDULO 1.....	14
Conceptos básicos de la teoría de género.....	14
MÓDULO 2.....	17
Tema b) Que se entiende por Derechos económicos de las Mujeres	17
Tema C) El empoderamiento económico de las mujeres.....	20
4.2. Tema 2: Características de la mujer emprendedora.....	23
MÓDULO 3.....	23
Tema a) Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras.....	23
Tema b) Visión empresarial para mujeres del área rural.....	27
MÓDULO 4.....	31
Tema c) Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras	31
Tema d) Gestión de recursos financieros: Control de ingreso y gastos.	34
MÓDULO 5.....	38
Tema e) Manejo de recursos: inventarios toma de decisiones y control	38
MÓDULO 6.....	41
Tema e) visión empresarial para mujeres desde las redes digitales	41
5. BIBLIOGRAFÍA:.....	55
Bibliografía.....	55

1. INTRODUCCIÓN

La violencia contra las mujeres ha sido en los últimos años una de las principales preocupaciones a nivel mundial. La misma es definida por la Convención de Naciones Unidas en su Declaración sobre Eliminación de la Violencia contra la Mujer, resolución de la Asamblea General 48/104 del 20 de diciembre de 1993, define la violencia contra la mujer, como: «La violencia física, sexual, psicológica que se produce en el seno de la familia y en la comunidad en general, incluidas las palizas, el abuso sexual de niñas, la violencia relacionada con la dote, la violación marital, la mutilación genital femenina y otras prácticas tradicionales dañinas para la mujer, la violencia no conyugal la violencia relacionada con la explotación, el acoso sexual u la intimidación en el trabajo, en las instituciones educativas y en cualquier otro lugar, el tráfico de mujeres, la prostitución forzada u la violencia perpetrada o tolerada por el Estado».

A nivel de país, las cifras de violencia contra las mujeres se han incrementado de forma alarmante, específicamente la violencia doméstica y sexual. Por ejemplo, en 2017 se recibieron alrededor de 50,000 denuncias por violencia doméstica e intrafamiliar, Y para el 2020, solo en el primer semestre se llegó a esa cantidad de denuncias. De forma reciente, la pandemia del COVID-19 alrededor del mundo ha supuesto un enorme reto para todos los países y Honduras no ha sido la excepción, sumando al 18 de junio, 114,943 casos positivos, y de acuerdo con datos oficiales, más de 3,000 muertes por esta causa con una concentración mayor en los departamentos de mayor densidad poblacional como Cortés y Francisco Morazán.

Estas cifras solo son la punta del iceberg en un país, con estadísticas y atención insuficiente, y en el caso de las mujeres, la falta de denuncia de este tipo de abusos que puede verse incrementado por las condiciones de confinamiento y el silencio que deben guardar con la compañía del agresor/es en casa.

En este escenario de múltiples violencias, se destaca la violencia laboral que de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) constituye un “Problema universal”. La violencia laboral hacia las mujeres tiene diversas aristas y se entrelaza con otras violencias. Para ello, usaremos el análisis de la feminista afroamericana Kimberley Williams Crenshaw (1995) las violencias son múltiples y diversas, acuñando el concepto “violencias interseccionales” para referirse a «un sistema complejo de estructuras de opresión que son múltiples y simultáneas». El análisis interseccional tiene como objetivo abordar las diferentes formas de opresión y violencia contra las mujeres como resultado de un contexto histórico, social y político determinado.

En el contexto de la pandemia del COVID-19 y los fenómenos naturales ETA e IOTA del mes de noviembre de 2020, las mujeres microempresarias, emprendedoras y aquellas pertenecientes a la economía informal, sufrieron graves daños, perdiendo en muchos casos sus viviendas, recursos de subsistencia y modos de producción. Algunos analistas prevén que los índices de pobreza superarán el 70 % luego de la destrucción que dejaron IOTA y ETA, dos calamidades que se sumaron a la causada por el coronavirus en un año trágico para el país, que tiene en el café y el banano sus principales productos de exportación, que en condiciones normales juntos le pueden generar unos 1.500 millones de dólares. Por otra parte, el Foro Social de la Deuda Externa y Desarrollo de

Honduras (FOSDEH), explicó que Honduras tuvo un índice mensual de su actividad económica de 9,5 %. Estos datos no incluyen, como es costumbre, la economía del cuidado, ni las afectaciones a las mujeres; sin embargo, es a ellas, a quienes más golpea esta crisis, debido a que, en el país, la mayoría de población son mujeres, generalmente, está a cargo de ellas la economía familiar, razón por la cual, en el 2008, se acuñó el término “feminización de la pobreza”, dentro de la Estrategia de Reducción de la Pobreza (ERP).

Partiendo de esta hipótesis y bajo el esquema de análisis de las “violencias interseccionales” se puede observar la invisibilización de la mayoría de la población y la mayoría del sector microempresarial y de economía informal: las mujeres. A pesar de ser el eje de muchas estrategias de atención de los Gobiernos (antes la ERP, ahora el Bono 100,000 o Bonos solidarios, entre otros), estas se han centrado en una dinámica de carácter puntual y asistencialista, poco proclive al empoderamiento de esta mitad de población, así como las estrategias de prevención de la violencia contra las mujeres en general, careciendo de enfoques integrales que logren cruzar datos, por ejemplo, entre violencia doméstica, violencia laboral y empoderamiento económico.

En este contexto, el GSC propone el fortalecimiento de las capacidades de resiliencia de las mujeres, con énfasis en microempresarias y emprendedoras, entendiendo la capacidad de resiliencia más allá de un enfoque medio ambiental, como “el proceso de adaptarse a la adversidad, a un trauma, tragedia o amenaza y la capacidad de enfrentarlas, desarrollando capacidades de autonomía, auto confianza, entre otras”. Destacamos que muchas de estas mujeres identificadas para el proyecto y vinculadas al quehacer organizativo del GSC y la ANMPIH, son defensoras de derechos humanos, que han visto limitadas o restringidas sus actividades, debido al contexto de la pandemia y las emergencias.

Creemos que, en un país en situación de constante emergencia política o ambiental, fortalecer las capacidades de resiliencia, no solo es necesario, es vital. Por ello, apostamos a trabajar esta resiliencia, no solo desde el enfrentamiento primario de la adversidad, sino, de la generación de capacidades para la defensa de derechos y específicamente para una vida libre de violencias de todo tipo.

El Proyecto «Creativas, libres, presentes: **Fortalecimiento de las capacidades de resiliencia integral de las mujeres afectadas por la pandemia del COVID-19 y por la violencia basada en género en Honduras**», es coordinado por Grupo Sociedad Civil (GSC) con el apoyo de la Fundación Panamericana para el Desarrollo (PADF).

Tomando en cuenta lo descrito, el proyecto ha propuesto desarrollar el presente manual de formación para la comercialización y venta de productos desde redes digitales, bajo el lema «Se puede emprender en tiempos de crisis».

1.1. Objetivos del proyecto

Fortalecer las capacidades de resiliencia de mujeres de la pequeña y mediana empresa, contribuyendo a la reducción de sus condiciones de vulnerabilidad en el marco del empleo y el trabajo digno.

1.2. Estructura del manual

Propósito del manual

El propósito de este manual es brindar a facilitadores y facilitadoras del proyecto **«Creativas, libres, presentes: “Fortalecimiento de las capacidades de resiliencia integral de las mujeres afectadas por la pandemia del COVID-19 y por la violencia basada en género en Honduras”»**, orientaciones y recomendaciones que apoyen en el desarrollo de las mujeres emprendedoras.

Objetivo del manual

El objetivo del presente manual es entregar a las y los facilitadores responsables las orientaciones metodológicas necesarias para implementar el **«proceso de formación básica de mujeres emprendedoras para la comercialización y venta de productos desde redes digitales»**, desde la perspectiva de género y el desarrollo de habilidades relacionales, asegurando la comprensión de los contenidos mínimos.

Los contenidos expuestos en este manual son una propuesta para las y los facilitadores de cada módulo, quienes trabajarán con mujeres emprendedoras que desean crear un negocio o ya cuentan con uno en funcionamiento y desean fortalecerlo a través de la comercialización y venta desde las redes digitales.

En este escenario, el material aquí entregado busca sugerir contenidos, actividades, metodologías, evaluaciones y material de apoyo que permitan potenciar en las emprendedoras sus destrezas, conocimientos y competencias personales y laborales para fortalecer la gestión de sus negocios y así desenvolverse efectivamente en el medio laboral formal.

Estructura

El proceso de formación tiene una duración de 24 horas totales, las cuales se dividen en dos (2) temas de trabajo, que irán potenciando paralelamente las competencias personales de las beneficiarias, así como sus herramientas para diseñar y gestionar un emprendimiento.

Cada tema está conformado por módulos de trabajo, técnicas grupales e individuales. Los espacios de trabajo serán una oportunidad para conocer y potenciar sus habilidades, así como de entrega de herramientas prácticas que le ayudarán a potenciar sus negocios.

Nota: El presente manual está respaldado con información, experiencias y herramientas ya existentes como ser: a) **Manual de empoderamiento y mujeres emprendedoras** de *Malena de Montis, Sonia Morin y Adriana Palacios*, Managua – Nicaragua, 2011, b) **Manual de gestión de emprendimientos**, *Programa Sence + Capaz, Mujer Emprendedora*, Chile, 2015 y c) **Género y emprendimiento**, *guía de formación para mujeres empresarias*, OIT, Costa Rica, 2011

2. PUNTOS DE PARTIDA

Miradas desde las mujeres¹

- Las desigualdades de género son relaciones de poder entre mujeres y hombres que ubican a estas como grupo subordinado en la división de recursos y responsabilidades; atributos y capacidades; decisiones y privilegios; y se expresan en todas las dimensiones de la vida humana, entre ellas, la económica.
- Las desigualdades en el acceso y control de los recursos limitan el potencial y las posibilidades de emprendimientos económicos y la realización de las mujeres en sus diversos ámbitos: íntimo/personal, familiar, comunitario y macrosocial (nacional e internacional).
- Las mujeres siempre han aportado y participado en la economía. Ellas han sido responsables prioritarias y las últimas del bienestar familiar, lo que ha implicado que siempre hayan desempeñado papeles económicos cruciales, tanto en términos de realización de una gran cantidad de trabajos no remunerados para garantizar el bienestar cotidiano (en lo doméstico, comunitario y en el conjunto de actividades a menudo calificadas como “de subsistencia”), así como de trabajos remunerados (sobre todo en la economía informal, con el emprendimiento de variados pequeños negocios) para garantizar el acceso a ingresos indispensables.
- Desde sus múltiples roles, las mujeres han acumulado valiosos aprendizajes y aportes, no siempre valorados ni visibilizados en las cuentas nacionales y en las políticas públicas de financiamiento. Por tanto, el acceso de las mujeres a servicios financieros integrales que cuestionen las desigualdades de género, las asimetrías y exclusiones del sistema económico imperante, representa no solo una acción afirmativa, sino un medio que contribuye en la búsqueda de la igualdad y justicia económica.
- Los aprendizajes generados por las mujeres no siempre responden a una visión empresarial. Por lo que, el fortalecimiento de competencias empresariales abona a los procesos de empoderamiento integral de las mujeres y puede contribuir a desarrollar capacidades para impulsar nuevas formas de manejo y organización de unidades económicas sustentadas en relaciones de solidaridad y cooperación.
- Para contribuir a forjar conciencia crítica en las mujeres, es importante partir desde el análisis de ellas mismas y su contexto con el objetivo de ubicar los retos y las oportunidades de transformación de las relaciones de poder que viven, y se manifiestan en los distintos ámbitos de su vida.
- Este proceso de formación parte del reconocimiento de que el enfoque de género no es sinónimo de mujeres, y que las mujeres no son una categoría homogénea, sino que tienen capacidades, intereses, posiciones, condiciones, culturas, sueños y aspiraciones diversas.
- Estos espacios de formación sirven para intercambiar información, identificar nuevas aliadas, articular redes y alianzas de comercio y producción para la construcción de nuevos liderazgos de mujeres empresarias solidarias entre sí.

¹ Manual de empoderamiento y mujeres emprendedoras de Malena de Montis, Sonia Morín y Adriana Palacios, Managua – Nicaragua, 2011

3. METODOLOGÍA

3.1. Descripción del proceso

La propuesta del proceso de formación está diseñada bajo el modelo pedagógico por competencias, que potencializan la formación conceptual y actitudinal en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Este proceso de formación estará dividido en 2 TEMAS: a) el primer tema con una duración de 4 horas (2 módulos de formación) y b) un segundo tema con duración de 8 horas (4 módulos de formación), equivalente a 12 horas de trabajo en el desarrollo de la formación de manera virtual / presencial, y 6 horas de manera de trabajo práctico. Se incorporarán metodologías activas-participativas que permiten a los y las participantes una discusión crítica de la temática, así como orientar el aprendizaje acorde con los retos y problemas del contexto social, comunitario, profesional, organizacional e investigativo.

Los módulos también contemplan ejercicios de aplicación práctica como el estudio de casos y el aprendizaje basado en la resolución de problemas a través de un proceso activo, participativo y dinámico. El proceso de formación estará dirigido a mujeres emprendedoras de Tegucigalpa, San Pedro Sula, Choloma e Intibucá.

Los elementos metodológicos² que serán transversales en los análisis al desarrollar de la experiencia serán:

- **Construcción colectiva de los saberes:** La metodología aplicada en el proceso de formación, pretende ser altamente participativa, retomando los saberes y las experiencias de las y los participantes. Todo concepto partirá del conocimiento que cada una tenga y quien facilite la experiencia solo será quien logrará coordinar acciones para facilitar el conocimiento que tenga el grupo de participantes.
- **Las relaciones desiguales de poder:** El lente con el cual se facilitará la experiencia educativa, son las relaciones desiguales de poder entre los géneros que se plantean en la teoría de género. Desde esa perspectiva se analizarán los conocimientos y los saberes. Estas relaciones desiguales de poder que colocan a las niñas, jóvenes y mujeres en condiciones de desigualdad, exclusión y explotación.
- **La cultura patriarcal:** Como sistema de dominación hegemónica en las prácticas culturales, institucionales, políticas y familiares. Este elemento permitirá que se analicen los elementos metodológicos con técnicas que permitan analizar las prácticas, relaciones y subjetividades de las y los actores sociales.
- **Empresarialidad:** La empresarialidad para el cambio, a partir de los conocimientos y experiencias de las mujeres y hombres que se encuentren en las jornadas de trabajo, analizando los roles de género asignados por la cultura patriarcal, generando nuevos modelos de autoestima y liderazgo para mujeres empresarias, con el objetivo de cambiar y crear una nueva cultura de poder en condiciones de igualdad y equidad de género.

Estos materiales intentan, desde un compromiso con los derechos de las mujeres, desarrollar un proceso de aprendizaje para el fortalecimiento de competencias empresariales y empoderamiento integral de las mujeres.

La gestión empresarial es el eje específico y el empoderamiento es el eje estratégico del proceso de formación. El análisis se centra en la gestión empresarial de las mujeres que se entrelaza con otros ámbitos de su vida para avanzar en su empoderamiento: íntimo/personal, familiar, comunitario/organizativo y macrosocial (espacio nacional e internacional).

La gestión empresarial planteada como eje específico de la formación, implica el aprendizaje y desarrollo de competencias, entendidas como el conjunto de habilidades, actitudes, aptitudes, conocimientos y destrezas para fortalecer a las mujeres en su gestión de la empresa. Ello se vincula directamente con sus capacidades para la toma de

² De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 19-24.

decisiones y acceso directo a los beneficios de su trabajo, así como a la administración más pensada y eficiente de sus negocios desde una lógica de cambio hacia formas empresariales más solidarias.

A su vez, el empoderamiento, como eje estratégico, tiene que ver con situar a las mujeres en el centro del proceso de formación para que tomen control de su vida, no solo de su negocio; para que no perpetúen el modelo tradicional de proveedoras domésticas “sacrificando” su realización personal y social. El empoderamiento significa, por tanto, tomar conciencia de las distintas relaciones de poder que discriminan y oprimen a las mujeres en los distintos ámbitos de su vida, y enfrentarlas tomando decisiones y actuando para transformarlas partiendo del reconocimiento de sus derechos como humanas. Significa desmitificar el rol de ser madre, hija, hermana, esposa y compañera desde la subordinación, para negociar nuevas relaciones de respeto e igualdad en la pareja, en la familia, en su negocio, la comunidad y en el contexto macrosocial. Por consiguiente, el empoderamiento también significa tomar conciencia sobre la importancia de aliarse, organizarse y actuar en defensa de sus derechos.

3.2. Rol de la facilitadora y pautas para la facilitación³

3.2.1. El rol de la facilitadora(or)

El proceso formativo debe convertirse en un espacio atractivo y significativo para las mujeres, en este sentido el papel de la facilitación es clave. Nuestra concepción educativa nos orienta a buscar que las sesiones se constituyan en fuente de comunicación, de alegría y de informaciones claves para transformar su entorno desde lo íntimo/personal hasta lo empresarial y social.

Por lo tanto, la facilitación tiene una participación interactiva con el grupo, donde procurará un ambiente relajado y de empatía con las/los participantes. Por un lado, sirve como guía y acompañante del proceso de aprendizaje, animando la discusión y presentando nuevos conocimientos e informaciones claves; y por otro, aprende y se forma con el intercambio de conocimientos que brindan todas las/los participantes. Las siguientes reflexiones profundizan sobre este rol:

- **La facilitadora (el facilitador)** es una persona comprometida con su propio aprendizaje. Tiene como primera responsabilidad conocer bien los materiales de formación, practicar previamente las técnicas a utilizar, preparar sus propios materiales para el desarrollo de los talleres y dada la especialidad de los contenidos, es una persona comprometida con el enfoque de género, la defensoría de derechos humanos y empoderamiento.
- **La facilitadora (el facilitador)** reconoce que el carácter participativo del espacio reside en la habilidad de escucha activa, respeto a las diferentes opiniones y perspectivas, horizontalidad y confianza entre las/los participantes y quien facilita.
- Finalmente, quien facilita conceptualiza el aprendizaje como un proceso comunicativo donde el conocimiento se crea y recrea colectivamente, se revalorizan las experiencias de vida y se parte de la realidad y del entorno que las rodea.

3.3. Pautas para la facilitación

3.3.1. Sobre la organización de las sesiones

Las sesiones tendrán una duración promedio de 2 a 4 horas. Por eso los tiempos se han calculado para cada momento como aproximaciones, y se deja la flexibilidad para que la facilitadora (el facilitador) determine los tiempos en cada paso a seguir. El control del tiempo dependerá de algunos factores tales como: número de participantes, manejo de la participación y habilidad de la facilitadora (el facilitador) para cerrar cada momento y tema.

3.3.2. De lo presencial a lo virtual:

Consejos prácticos para reinventar experiencias de aprendizaje en talleres

³ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 19-24.

Algunas consideraciones de la realidad del momento

Se está a mediados del segundo año de distanciamiento social, los gobiernos, las autoridades de salud pública y la ciudadanía están reflexionando y preguntándose cuánto tiempo más será necesario cancelar las reuniones públicas, escuelas y actividades laborales para detener la propagación de la enfermedad por el Coronavirus 2019 (COVID-19).

Hace falta decir que la pandemia actual está teniendo efectos masivos en todos los sectores de nuestra sociedad. Si bien, cada sector enfrenta sus propias dificultades cuando se trata de sobrevivir a la pérdida de la interacción social en el mismo espacio y tiempo, la comunidad hondureña enfrenta desafíos similares.

Es del conocimiento de todos y todas que las oportunidades educativas presenciales han sido limitadas por la pandemia y se tiene que reinventar las experiencias presenciales hacia entornos virtuales. Este capítulo, tiene por objetivo ofrecer consejos y buenas prácticas para vencer los desafíos de la adaptación de la enseñanza presencial a la enseñanza a distancia.

Estos consejos prácticos, están basados en la experiencia de la organización **Grupo Sociedad Civil (GSC)** de convertir talleres presenciales a la modalidad virtual. Los consejos brindados en esta guía ahorrarán tiempo y enriquecerán la experiencia de aprendizaje de las participantes. Además, se podrán utilizar para adaptar otras actividades de formación a distancia, por ejemplo, el facilitador o facilitadora tendrá la posibilidad de adecuar los contenidos en las clases virtuales. Se ha organizado un conjunto de recomendaciones siguiendo las siguientes etapas: **antes, durante y después del taller.**

Antes del taller	
1. Cambiar el chip	<ul style="list-style-type: none"> Facilitar en línea no es tan simple como impartir un taller en persona por videoconferencia. No se puede impartir un taller virtual conduciendo la sesión como si estuvieran todas juntas en la misma sala. Algunas de las actividades podrían funcionar en un entorno virtual, pero gran parte de ellas no lo harán. Indistintamente del contenido del proceso de formación, se recomienda establecer los objetivos de la formación, seleccionar el contenido acorde al objetivo planteado y utilizar las plataformas tecnológicas que se adapten a la audiencia y su entorno, que es único.
2. Trabajar en equipo	<ul style="list-style-type: none"> Cuando se tiene que facilitar un taller en línea, es muy importante trabajar en colaboración con otra facilitadora/facilitador. La facilitación en equipo es muy importante para mitigar los riesgos asociados a las variables del entorno virtual. Por ejemplo, si se estuviera facilitando un taller en línea y el proveedor de Internet corta el acceso al mismo, con lo cual, se desconecta de la sesión. En este caso, una cofacilitadora/cofacilitador podría seguir con la sesión hasta que se vuelva a reconectar la sesión de la facilitadora/facilitador.
3. Agendar y realizar ensayos previos	<ul style="list-style-type: none"> Preparación de una agenda detallada de los temas que se van a presentar durante la sesión de entrenamiento y el tiempo estimado para cada uno de ellos. Incorporar actividades que faciliten la interacción con las participantes y realizar ensayos previos para comprobar la fluidez de la sesión. Hay que recordar que sentarse frente a la pantalla de una computadora durante horas seguidas sin descanso puede matar cualquier entusiasmo por un tema. Por lo tanto, se recomienda incluir en la agenda muchos descansos y una combinación de tareas que mantengan a las participantes activas e interesadas. De ser necesario, considerar la ejecución de una secuencia de talleres o sesiones remotas y realizar actividades asíncronas en diferentes momentos, para lograr los objetivos de aprendizaje sin agotar mentalmente a las participantes.
4. Adaptar las técnicas y actividades para entornos virtuales	<ul style="list-style-type: none"> El uso de pizarras y rotafolio son frecuentemente utilizados como herramientas esenciales en los talleres presenciales. Como facilitadora/facilitador virtual, se debe de ser más cauteloso en utilizar estas herramientas y recursos en el mismo taller. De preferencia, elegir una plataforma única que permita aplicar diferentes técnicas de facilitación y realizar actividades diferenciadas para lograr los objetivos de la sesión. Al inicio del taller planear una actividad que asegure que todas las participantes entienden cómo usar la plataforma virtual que se ha elegido.
5. La accesibilidad es clave	<ul style="list-style-type: none"> Uno de los mayores desafíos en un entrenamiento virtual, es que todas las invitadas puedan participar adecuadamente. Al momento de elegir la plataforma virtual, es importante asegurarse de que esté disponible para todas y su utilización sea intuitiva. Considerar las restricciones y experiencia tecnológica de la audiencia es vital en un espacio en línea, así como en un entorno presencial.

Antes del taller

6. Conocer la plataforma tecnológica	<ul style="list-style-type: none"> Independientemente de la plataforma tecnológica que se elija para impartir el taller en línea, se debe saber cómo manejarla y estar al tanto de cómo funciona para que se pueda solucionar problemas que surjan durante la sesión. Familiarizarse con la plataforma seleccionada, para que se pueda concentrar en la facilitación de las actividades que garanticen la participación de la audiencia y el logro de los objetivos deseados. Implementar medidas de seguridad de acceso a la plataforma, con el fin de proteger la información y el bienestar de las participantes.
7. Preparar a la audiencia con anticipación	<ul style="list-style-type: none"> Enviar a las participantes los requisitos técnicos, documentación, agenda completa, secuencia de actividades y tutoriales de la plataforma tecnológica con apropiada anticipación. Es esencial que todas se sientan cómodas durante un taller remoto y que sepan lo que va a pasar y qué se espera de ellos. Agendar un corto encuentro previo para asegurarse que todas las participantes tienen acceso a las plataformas y que los sistemas de audio funcionan; esto puede ser útil si se está trabajando con una audiencia que puede tener dificultades en el manejo de la tecnología, o si se está trabajando con una plataforma virtual nueva.

Durante el taller

1. Cumplir con el horario y descansos previstos	<ul style="list-style-type: none"> Tener presente que los talleres en línea deben ser más cortos que los talleres en vivo. Mantener la duración del taller dentro del tiempo establecido siempre es un desafío. Las discusiones y actividades suelen llevar más tiempo en un entorno en línea. Considerar en la agenda algunos minutos al inicio de la sesión para aquellas que lleguen tarde, así como dejar un tiempo adicional para ejercicios técnicamente exigentes. Si hay retrasos en la agenda, no caer en la tentación de eliminar los descansos de las participantes. Hay que recordar que el agotamiento que representa prestar atención en un entorno virtual es motivo de distracción. Si es la primera vez facilitando un taller, realizar ensayos con las/los colegas de trabajo y registrar el tiempo invertido en cada sección para lograr una mejor estimación del tiempo.
2. Incluir actividades que fomenten la comunicación y la colaboración	<ul style="list-style-type: none"> Es recomendable utilizar una plataforma que permita la comunicación y la colaboración con, y entre, las participantes. Durante la sesión prevé actividades donde los participantes tengan oportunidad de hablar y contribuir a la actividad de diferentes maneras, por ejemplo: con plataformas de votación, mapas conceptuales o colaborando a través de tarjetas electrónicas (<i>post-its</i>, en otros términos, una nota) en los tableros colaborativos. En cualquier caso, se recomienda mantener los micrófonos apagados cuando no se esté hablando para evitar ruidos que interfieran con la presentación o que impidan que otros participantes puedan escuchar. De igual manera, el uso de las cámaras deberá ser optativo por parte de la participante. Pero conviene estimularla en la medida de lo posible, al igual que en las actividades presenciales, poder ver la reacción de las participantes y su actitud no verbal puede ser de gran ayuda para la facilitadora/el facilitador, además las otras participantes pueden sentirse más conectadas con la actividad y la dinámica del taller.
3. Instrucciones claras	<ul style="list-style-type: none"> Asegurarse de explicar al inicio de cada actividad las instrucciones para su realización. Además, aunque todas las participantes hayan trabajado de manera colaborativa durante el desarrollo de la actividad, garantizar de concluir la actividad con un resumen que les facilite a las participantes recordar los aspectos claves de la actividad.
4. La voz es fundamental	<ul style="list-style-type: none"> En un entorno virtual la voz es fundamental. El ritmo y dinámica del taller estará determinada en gran medida por la forma en la que la facilitadora o facilitador se dirija a la audiencia. Hablar un poco más despacio considerando que en muchos casos hay interferencias o retrasos en la transmisión. Cuando sea posible, la cofacilitadora/cofacilitador podría ser una gran aliada/aliado para dinamizar las sesiones de entrenamiento virtual.
5. Apoyo técnico y de las solicitudes del chat	<ul style="list-style-type: none"> Contar con alguien del equipo que pueda dedicarse a atender las solicitudes por chat y a apoyar a las participantes respondiendo a las dudas técnicas o de uso de la plataforma.

Después del taller	
1. Evaluar la satisfacción de las participantes	<ul style="list-style-type: none"> Los comentarios de las participantes deben recopilarse poco después de que se complete el taller. Se puede utilizar una encuesta de satisfacción en línea, idealmente se puede realizar al final del taller.
2. Compartir resultados y establecer un plan de acción	<ul style="list-style-type: none"> Compartir los resultados es una buena práctica. Además, si el taller es parte de una estrategia más amplia, enviar el plan de acción y los próximos pasos que seguirán después de la sesión. Dependiendo de los objetivos del taller, se recomienda enviar una encuesta, posterior para verificar si las participantes están aplicando sus nuevos conocimientos. Después de una sesión de entrenamiento virtual, también se recomienda compartir con las involucradas los resultados del entrenamiento, los resultados de la evaluación y las lecciones aprendidas. Una reflexión conjunta permitirá establecer un plan de acción para mejorar futuras experiencias de aprendizaje, especialmente si el entrenamiento realizado hace parte de un plan de formación más amplio.

Conclusión

- Probablemente, lo que más sorprendió de las experiencias obtenidas en adaptar los talleres presenciales a entornos virtuales fue que el distanciamiento físico/geográfico, ya no es un obstáculo para el aprendizaje en talleres, que, en su esencia, son diseñados para ser impartidos presencialmente.
- Además, se ha descubierto que hay muchos recursos y plataformas que pueden apoyar a reinventar el proceso de enseñanza en talleres. Ahora solo toca aprender más sobre las oportunidades que los talleres virtuales pueden ofrecer y como facilitadoras/facilitadores, amoldar las habilidades a estas nuevas demandas de la realidad del momento.
- Además, la idea de que, al final, el taller se trata de comunicación entre los facilitadores/las facilitadoras y las participantes. Aunque la tecnología es aquí imprescindible, recordemos que el elemento central es la comunicación entre personas.
- El desarrollo de nuevas plataformas tecnológicas han sido un factor clave para convertir sesiones de entrenamiento presencial a modalidad virtual. Esto ha significado una gran oportunidad para reducir barreras geográficas y así acercar el conocimiento a más personas.
- Es una oportunidad única para entregar lo mejor de nosotros y enriquecer la experiencia de aprendizaje de todas y cada una de las personas que participan de entrenamientos a distancia.
- Los talleres virtuales abren una oportunidad de manera permanente, que trasciende a la pandemia del Coronavirus 2019 (COVID-19). Cuando todo haya pasado, se tendrá una nueva opción de trabajar en línea con mejores metodologías y plataformas.

3.4. Estructura curricular del proceso

3.4.1. Diseño y ubicación de los temas de formación

Para el alcance de los productos se divide el proceso de capacitación en seis módulos:

Tema 1: Conceptualización de género.

Tema 2. Características como mujer emprendedora.

TEMAS	MODULO
Tema 1: Conceptualización de género	<ul style="list-style-type: none"> Módulo 1: a) Conceptos básicos de la teoría de género. Módulo 2: b) Derechos económicos de las mujeres.
Tema 2: Características como mujer emprendedora	<ul style="list-style-type: none"> Módulo 3: a) Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras. b) Visión empresarial para mujeres del área rural. Módulo 4 c) Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras.. d) Gestión de recursos financieros: control de ingresos y gastos. Módulo 5: e) Manejo de recursos: inventarios, toma de decisiones y control. Modulo 6: f) Visión empresarial para mujeres desde las redes digitales.

3.4.2. Detalle de los planes de formación.

El proceso de formación tendrá un componente teórico y uno práctico, este último dirigido hacia el fortalecimiento comunitario de las redes de mujeres y grupos de emprendedoras. Se medirá el nivel de comprensión de temas al principio y al finalizar los talleres, recabando los principales aprendizajes y lecciones aprendidas para procesos posteriores.

El objetivo general del plan de formación será:

- Fortalecidos las capacidades y conocimientos sobre género y emprendimiento para así mejorar las oportunidades de empleabilidad y emprendimiento de las mujeres micro empresarias y emprendedoras.

Temas	Subtemas
Tema 1	Conceptualización de género
Módulo 1	
a) Conceptos básicos de la teoría de género	<ul style="list-style-type: none"> Patriarcado y relaciones de poder. Construcción de poder afirmativo en igualdad. Como construir el poder entre mujeres. Roles de género.
Módulo 2	
b) Derechos económicos de las mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> Que se entiende por Derechos Economicos de las Mujeres El empoderamiento economico de las mujeres
Tema 2	Características como mujer emprendedora
Módulo 3	
a) Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras.	<ul style="list-style-type: none"> Construyendo la auto confianza de las mujeres emprendedoras. <ul style="list-style-type: none"> Diamante de poder (mujer con poder / mujer sin poder).
b) Visión empresarial para mujeres del área rural.	<ul style="list-style-type: none"> Competencias emprendedoras personales – Visión empresarial. <ul style="list-style-type: none"> Las diez características principales para el éxito empresarial (refuerzo del liderazgo y de la autoestima. Mi visión empresarial.
Módulo 4	
c) Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras.	<ul style="list-style-type: none"> El manejo del tiempo de las mujeres. <ul style="list-style-type: none"> Un día en la vida de las mujeres. División genérica del trabajo.
d) Gestión de recursos financiero: Control de Ingreso y Gastos	<ul style="list-style-type: none"> El manejo del dinero. <ul style="list-style-type: none"> Definiciones claves. Control de ingreso y gastos (egresos).
Módulo 5	
e) Manejo de recursos: inventarios, toma de decisiones y control.	<ul style="list-style-type: none"> Toma de decisiones Inventario de recursos Acceso y control de recursos
Módulo 6	
f) Visión empresarial para mujeres desde las redes digitales.	<ul style="list-style-type: none"> Negocios desde casa para mujeres emprendedoras. ¿Cómo emprender negocios desde casa para mujeres? La comercialización y la venta por Internet. Principales ventajas de la comercialización por internet. 20 ideas de negocios para mujeres desde casa.

4. CONTENIDO PARA EL PROCESO DE FORMACIÓN

4.1. Tema 1: Conceptualización de género

MÓDULO 1

Conceptos básicos de la teoría de género⁴

A. ¿Por qué hablar de un sistema patriarcal y la categoría sexo-género?

La categoría sexo-género utilizada para explicitar las diferencias biológicas y culturales de hombres y mujeres. Esta categoría responde a un sistema que tiene en su centro al hombre y crea relaciones desiguales de poder donde las mujeres, niños, niñas y adolescentes, son oprimidos y dominados. Este sistema es llamado *patriarcado*. El Patriarcado es el marco global en donde encontramos el *adultismo*; concepto referido a las relaciones de poder desigual que se ejercen sobre niñas, niños y adolescentes y que muchas veces justifican y sostienen la violencia física, psicológica, emocional y sexual.

B. Conceptos básicos de género

- **Patriarcado:** Sistema social que tiene como centro al ser masculino. Crea y justifica relaciones de control y dominación de los hombres sobre las mujeres.
- **Sexo:** Características biológicas, con las que nacemos y que nos diferencia a las mujeres y a los hombres. Ejemplos: la forma y función de nuestros órganos sexuales, la cantidad de vello, nuestras características físicas.
- **Género:** Características, comportamientos, actitudes y valores que no son biológicas, si no que las aprendemos en nuestro ciclo de vida en diferentes espacios: la familia, la escuela, la iglesia, entre otros. Ejemplos: Las mujeres debemos usar vestidos y los hombres pantalones, las niñas deben vestirse de rosado y los niños de azul.
- **Roles de género:** Actitudes, valores y creencias que son asignados a los hombres y a las mujeres en función de su sexo.

C. Ejemplos de roles de género

Hombre	Mujer
fuerte	débil
atrevido	tímida
violento	sumisa
activo	pasiva/ tranquila
hablador	callada

- **Trabajo productivo:** Es aquel que hombres y mujeres realizan a cambio de un salario o una remuneración económica. Es el tipo de trabajo que aparece en las cuentas nacionales. Ejemplo: cajera en un banco, maestro de escuela, capataz de finca, cortadora de café.
- **Trabajo reproductivo:** Es aquel trabajo que asegura la reproducción de la vida cotidiana y por lo general no es reconocido, sino asumido como una de las responsabilidades asignadas al género. Ejemplo: el trabajo doméstico que realiza una mujer en la casa, el cuidado de las hijas y los hijos, entre otros.
- **Doble jornada de trabajo:** Es aquella donde se realiza trabajo productivo y reproductivo al mismo tiempo, lo que conlleva una mayor recarga y responsabilidad hacia la persona que lo realiza. Ejemplo: Las mujeres que después de una jornada remunerada de 8 horas, tienen que realizar trabajo doméstico en su casa, hacer las tareas con los hijos e hijas, entre otras.

⁴ Sánchez Jessica, Morales Victor. (2014). *Manual para el trabajo en seguridad ciudadana con defensoras de derechos humanos*. Centro de Prevención, Tratamiento y Rehabilitación de las Víctimas de la Tortura y sus familias (CPTRT), Fondo canadiense para iniciativas locales. Honduras, pág. 9-10.

D. Relaciones de poder y género

- **Poder:** Cuando se habla de poder generalmente se piensa como algo que se ejerce contra alguien en relaciones de pugna y dominación. Desde la perspectiva de género el poder es la capacidad de “*moldear la vida y el medio ambiente de uno mismo, la falta de poder es una de las principales barreras para que las mujeres y niñas expresen y defiendan sus derechos*” *Poder y Liderazgo Femenino. Serie Defendiendo nuestros derechos. Centro de Derechos de Mujeres*
- **Empoderamiento:** Es un proceso de adquisición de poder, autonomía y capacidad de decisión de las y los individuos en ámbitos de interés comunitario y en las relaciones con sus propias vidas y cuerpos. Posee como consideración central que nadie puede empoderar a otro/a y que solo puede lograrse en la interacción de las personas involucradas entre sí y en su contexto social.

E. Definiciones de poder para trabajar el empoderamiento con las mujeres

- **Poder sobre:** Basado en las formas de violencia e intimidación socialmente aceptadas, requiere de mecanismos de vigilancia constante para su sostenimiento. El poder es concebido como limitado: si uno tiene más, el otro tiene menos.
Poder para: Se trata de una forma creativa del poder centrado en el hacer. Subraya el aspecto individual del empoderamiento.
Poder con: Surge del entendimiento de que el grupo es más importante que la suma de los individuos/as especialmente cuando se trabaja unidos/as para la resolución de problemas.
Poder interior: Se trata de una dimensión del poder, basado en la autoaceptación y el respeto hacia uno/a mismo/a que se expresa en el respeto hacia los otros y sus diferencias.

F. Algunas conclusiones

- La categoría sexo se refiere a la función biológica, mientras que el género a las actitudes aprendidas por ser hombres o mujeres. En la sociedad la condición de género (ser hombre o mujer) genera desigualdad al conceder más oportunidades y acceso a un sexo, que al otro.
- Es común que cuando se trata de describir a un hombre se le describe como una persona fuerte, inteligente y muy segura de sí misma y a las mujeres se les describe como personas débiles, sensibles, sumisas, indecisas, etc. El problema de la diferencia de estas características es lo que pone en una situación de desventaja a las mujeres.
- La construcción social del género es cultural e histórica, asigna ciertas características y roles e individuos en función de su sexo. Las creencias y prácticas relativas al género definen funciones, oportunidades y limitaciones de hombres y mujeres.
- La construcción social del género también se refiere a un conjunto de prácticas, símbolos, representaciones, valores y normas que las sociedades elaboran a partir de la diferencia sexual anatómica y fisiológica y que dan sentido a la satisfacción de los impulsos sexuales, a la reproducción de la especie humana y en general a las relaciones entre las personas.
- El Patriarcado es el sistema social que tiene como referencia de poder simbólico y real a la figura masculina. Este sistema crea las relaciones de género y sostiene la opresión y dominación no solo de las mujeres, sino de las niñas y los niños.

G. Guion metodológico

Taller: Conceptos básicos de la teoría de género

Temas para trabajar:

- Patriarcado y relaciones de poder.
- Construcción de poder afirmativo en igualdad.
- Como construir el poder entre mujeres.
- Roles de género.

Duración:

- 2 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Profundizar en los elementos básicos de la teoría de género desde el análisis del “poder” tradicional, identificando otras formas de poder desde la construcción de poderes alternos y cambios en las relaciones inter e intra genéricas.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
15 minutos	Presentación de participantes.	Cada persona se presenta y menciona su nombre, procedencia y expectativa del taller.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de lluvia de ideas: <i>Mentimeter.com</i>
15 minutos	Presentación del proceso de formación, objetivos y dinámica del taller.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de formación / guion metodológico, módulo 1.
30 minutos	Conceptos básicos de género.	La facilitadora/el facilitador solicita a las participantes que piensen en la palabra “poder”. Luego se hace una ronda de lo que cada una piensa. Posteriormente, se presentan figuras de poder en las paredes (semilla, libro, arma, dinero, justicia). Se les solicita a las participantes que se ubiquen en cada una de las figuras y expliquen el porqué de su selección.	<ul style="list-style-type: none"> • Figuras de poder
30 minutos	Género y poder.	<p>En una segunda fase se forman grupos para que analicen con base a la lectura de cuentos infantiles: La Cenicienta, Blanca Nieves, La Bella y la Bestia, Los cisnes salvajes, Rapunzel, La flor del tamarindo... y luego se hace una reflexión con base a las siguientes preguntas generadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué poder tienen las mujeres de las historias? • ¿Qué cualidades y debilidades tienen estas mujeres? • ¿Cuáles tienen los hombres? <p>En otra variante se puede trabajar con leyendas relacionadas con la mitología popular e indígena: El Sisimite, El Duende, La Sucia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuentos infantiles o leyendas de Honduras • Papel y lápiz • Data Show • PPT
30 minutos	Formas de ejercicio del poder.	<p>Después de la reflexión, la facilitadora hace una presentación sobre las mujeres y el poder.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Formas de poder. -Feminismo y poder. -Ejercicio de poder desde las mujeres. -Sororidad y affidamento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación PowerPoint del taller. • Documento de formación / guion metodológico, módulo 1.

MÓDULO 2

Tema b) Que se entiende por Derechos económicos de las Mujeres ⁵.

A. ¿Qué son los derechos?

Son el conjunto de libertades que todas las personas tienen por el simple hecho de existir. Estas libertades nos permiten desarrollar y emplear íntegramente nuestras cualidades, inteligencia, habilidades, deseos, a fin de satisfacer nuestras necesidades, poder tener oportunidades de desarrollo, vivir en paz y así establecer las condiciones necesarias para una vida digna.

Los derechos son humanos pertenecen a todas las personas sin que importe nuestro sexo, la etnia o cultura a la que pertenecemos, la edad que tengamos, el idioma que hablemos, la religión que profesemos, las opiniones que tengamos, nuestra orientación sexual, nuestra riqueza o cualquier otra condición.

Igualmente, los derechos humanos son:

• Son universales	• Generan deberes
• Son integrales, únicos e indivisibles	• Su protección es nacional e internacional
• No son transferibles	• Son jurídicamente exigibles
• No terminan	•

El Estado –es decir, los gobiernos nacionales, regionales y locales– son los principales responsables de hacer realidad los derechos humanos. Tienen la obligación de respetarlos, protegerlos y de garantizar la ausencia de discriminación. Deben priorizar a las personas más vulnerables cuando asignan los recursos.

En ese sentido El Estado:

- Debe respetar los derechos de las personas y no violarlos.
- Debe protegerlos procurando que otras personas u organismos no perpetren abusos contra ellos.
- Y debe realizarlos haciéndolos efectivos en la práctica.

B. Tipos de Derechos:

Derechos civiles y políticos: Tienen como fin la protección de la libertad, la seguridad y la integridad de las personas.

Estos son:

<ul style="list-style-type: none"> • Vida e integridad personal • Nacionalidad y Nombre • Asilo • Prohibición de la esclavitud y servidumbre • Acceder a documentos públicos 	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión y asociación pacífica • Libertad personal, de pensamiento y expresión • Garantías Judiciales • Prohibición de torturas, tratos crueles, inhumanos o degradantes • Propiedad privada 	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir peticiones a las autoridades, entre otros • Circulación y residencia • Votar y ser elegido • Honra y dignidad • Libertad de conciencia, religión e identidad sexual • Igualdad ante la ley e igualdad real
---	---	---

⁵ Desarrollo económico local con Enfoque de género. Módulo II DERECHOS ECONÓMICOS DE LAS MUJERES. FOVIDA - FOMENTO DE LA VIDA. Lima Perú. 2014

Derechos económicos, sociales y culturales: Son los que protegen el derecho a disfrutar de condiciones de vida digna, atendiendo las necesidades económicas, sociales y culturales de las personas. Entre estos se encuentran el derecho a gozar de una vivienda digna, a la educación y al trabajo.

Estos son:

<ul style="list-style-type: none"> • Trabajo • Agua • Salario digno • Vivienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad social • Salud • A la propiedad • Educación y a la Cultura 	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación • A los beneficios que ofrece la ciencia • Al idioma propio • Recreación
--	---	--

Derechos de solidaridad o de los pueblos: Se refieren a la protección y bienestar de las naciones o/y pueblos, como el derecho a la paz, al desarrollo, a un ambiente sano etc.

Estos son:

<ul style="list-style-type: none"> • Autodeterminación de los pueblos. • Justicia internacional. • Independencia económica y política. 	<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de las minorías. • Desarrollo. • Espacio Público. 	<ul style="list-style-type: none"> • Identidad nacional y cultural. • Patrimonio común de la humanidad. • Medio ambiente y a los recursos comunes . • Paz, entre otros
---	--	--

C. ¿Qué son los Derechos Económicos?

Son derechos humanos que se desprende de la dignidad inherente a la persona humana vinculado a la satisfacción básica de las necesidades y establece la igualdad en las oportunidades, en los procesos de selección y ascenso en el empleo, en las remuneraciones percibidas, en la formación de sindicatos, en la seguridad e higiene en el trabajo y en el descanso y disfrute del tiempo libre, así como la remuneración en días festivos.

Los Derechos Económicos consideran el acceso a la capacitación, asistencia técnica y servicios financieros para mujeres, así como las oportunidades laborales, como medio para la colocación de sus productos en el mercado nacional e internacional.

Están garantizados en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales y en otros tratados internacionales y regionales sobre derechos humanos relacionados jurídicamente.

Entre éstos se encuentran:

<ul style="list-style-type: none"> • El derecho al trabajo, en concreto a condiciones laborales justas y equitativas, a la protección contra el trabajo forzado y obligatorio y a crear sindicatos y formar parte de ellos. • El derecho a la educación, garantizando, por ejemplo, el derecho a una educación primaria gratuita y obligatoria y a una educación suficientemente disponible, accesible, aceptable y adaptable a cada persona concreta. • Los derechos culturales de las minorías y de los pueblos indígenas. • El derecho al disfrute del más alto nivel posible de salud física y mental incluyendo unas condiciones de vida saludables y la disponibilidad de servicios de salud accesible, aceptable y de buena calidad. • El derecho a una vivienda adecuada, que incluye la seguridad de tenencia, la protección contra desalojos forzosos y el acceso a una vivienda asequible, habitable, bien situada y culturalmente satisfactoria. • El derecho a la alimentación, que incluye el derecho a no pasar hambre y el acceso permanente a comida nutritiva suficiente o a los medios para obtenerla. • El derecho al agua, es decir, el derecho a disponer de agua suficiente y a contar con instalaciones higiénicas seguras y accesibles física y económicamente.

D. ¿Qué se entiende por los Derechos Económicos de las mujeres?

Son los derechos que brindan atributos beneficiosos a las mujeres cuando desarrollan sus capacidades productivas, participan con poder en el proceso de crecimiento económico y desarrollo social integral y ejercen ciudadanía plena para influir en las decisiones claves del proceso económico de la comunidad.

E. ¿Cuáles son los Derechos Económicos de las Mujeres?

Los derechos económicos de las mujeres son:

Derechos	Ejemplo
Derecho efectivo a un reparto equitativo de los trabajos domésticos y de cuidados entre mujeres y hombres.	<ul style="list-style-type: none"> A contar con servicios de cuidado familiar: Guarderías, Casa de Cuidado para enfermos/as y de Adultos/as mayores.
Derecho efectivo al empleo con condiciones laborales equitativas y satisfactorias, incluyendo las retribuciones salariales dignas.	<ul style="list-style-type: none"> Al trabajo libremente escogido, en condiciones equitativas y satisfactorias de salario, seguridad e higiene, incluyendo orientación y formación técnico-profesional. Condiciones laborales según lo establecido por la Ley. <ul style="list-style-type: none"> A la promoción por tiempo de servicio y capacidad. Al disfrute del tiempo libre de vacaciones. A la libre organización y asociación. A la seguridad social y al seguro social, especialmente a la protección a las madres durante un período de tiempo razonable antes y después del parto.
Derecho efectivo a la autonomía económica de las mujeres y a recibir prestaciones sociales y económicas sin que éstas queden subordinadas a la unidad familiar.	<ul style="list-style-type: none"> Contratar atención de salud y seguridad social para sí misma
Derecho a participar en el establecimiento y control de las políticas públicas orientadas al bienestar de las personas (derecho a la salud, a la educación, la vivienda y una organización del tiempo socialmente sostenible, entre otros).	<ul style="list-style-type: none"> Al más alto nivel posible de salud física y mental, mediante el acceso a la asistencia y servicios médicos de prevención y tratamiento de enfermedades. A la educación (capacitación) en todos sus niveles.
Derecho a hacer seguimiento del nivel de inserción de la perspectiva de la equidad de género en la política económica en sus diversas dimensiones.	

F. ¿Qué significa tener oportunidades económicas con igualdad de oportunidades?

Las oportunidades económicas son los mecanismos e instrumentos que promueven el acceso equitativo de hombres y mujeres a los derechos económicos, a través de estrategias con enfoque de género que contribuye al acceso de las mujeres a servicios financieros y no financieros, orientados a la creación y desarrollo de sus iniciativas económicas para mejorar sus ingresos. Por ejemplo los créditos a las mujeres por medio de bancos comunales y créditos individuales. Otros son la capacitación a empresarias y artesanas en el desarrollo de productos para su comercialización.

G. ¿Qué son los Emprendimientos económicos de las mujeres?

Dada sus características las mujeres han emprendido diversas actividades relacionadas al comercio, a la producción y a los servicios. Estas actividades tienen las características siguientes:

- Se desarrollan paralelamente con las actividades reproductivas de las mujeres, como son el cuidado de los hijos pequeños.

- Usualmente se desarrollan en las viviendas familiares las cuales se utilizan como casa taller
- Se dan en un mercado localizado territorialmente
- Generalmente se trata de actividades de sobrevivencia y se mueven en un ambiente de informalidad

H. ¿Qué es el Empleo decente para hombres y mujeres?

El trabajo decente es un concepto propuesto por la Organización Internacional del Trabajo que establece las condiciones que debe reunir una relación laboral para cumplir los estándares laborales internacionales, de manera que el trabajo se realice en forma libre, igualitaria, segura y humanamente digna. Por debajo de tales estándares, deben considerarse violados los derechos humanos del trabajador y que no existe trabajo libre, propiamente dicho.

I. ¿Cuál es la relación entre la generación de Valor y Derechos económicos de las mujeres?

Se crea valor cuando una empresa genera utilidad o riqueza en un ejercicio o período de tiempo. En ese sentido las empresas generan valor con un debido tratamiento de trabajadores/trabajadores como recursos humanos. En un mundo globalizado y tan cambiante las empresas para ser competitivas deben promover la renovación de los conocimientos y aptitudes, la creatividad e innovación no solo de sus conductores sino también de sus trabajadores.

Tema C) El empoderamiento económico de las mujeres

El empoderamiento económico de las mujeres a través de los emprendimientos como oportunidad de desarrollo

Maria Inés Ciancaglini

«Invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a cerrar la brecha de la desigualdad de género, la erradicación de la pobreza y el crecimiento económico inclusivo. Que las mujeres contribuyan de manera significativa a las economías de sus países, redundando directamente en el desarrollo humano de las sociedades y las comunidades donde viven».

Directora regional de la ONU MUJERES en Latinoamérica y el Caribe, Luiza Carvalho.

La importancia del empoderamiento económico de las mujeres para el desarrollo.

- Invertir en el empoderamiento económico de las mujeres contribuye directamente a la igualdad de género, el crecimiento económico inclusivo y la erradicación de la pobreza. El empoderamiento se convierte en un factor fundamental para lograr la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Cuando las mujeres están empoderadas pueden exigir sus derechos, ejercer liderazgos, tener una independencia tanto económica como social y aprovechar oportunidades de educación y empleo para su desarrollo.
- El empoderamiento económico tiene el poder de reactivar las economías de los países y por ende del mundo entero. La economía necesita de las mujeres ya que estas representan más de la mitad de la población mundial pero su contribución a la actividad económica está muy por debajo de su potencial. Según cifras de ONUMUJER, si las tasas de empleo remunerado de las mujeres se incrementaran hasta equipararse a las de los hombres, se estima que el producto interno bruto de Estados Unidos sería un 9 por ciento mayor, el de la zona del euro aumentaría un 13 por ciento y el de Japón un 16 por ciento. En las 15 economías en desarrollo más importantes, los ingresos per cápita crecerían un 14 por ciento de aquí a 2020 y un 20 por ciento hasta 2030.
- El empoderamiento económico de la mujer es un buen negocio. Según estudios efectuados en países de la OCDE y en algunos países no miembros, el aumento de la participación de las mujeres en la fuerza de trabajo o una reducción de la disparidad entre la participación de mujeres y hombres en la fuerza laboral produce un crecimiento económico más rápido. Según hechos de ONUMUJER, las empresas se benefician enormemente al aumentar las oportunidades en cargos de liderazgo para las mujeres, algo que ha demostrado aumentar la eficacia organizacional. Se estima que las compañías donde tres o más mujeres ejercen funciones ejecutivas superiores registran un desempeño más alto en todos los aspectos de la eficacia organizacional. Esto se debe a que las habilidades femeninas y su liderazgo responden mejor a las necesidades de la nueva economía por ser más solidarias, cooperativas, participativas, creativas y trascender con frecuencia el mero interés económico. Por último, para incrementar el gasto y promover el crecimiento económico se debe empoderar a la mujer como agente de demanda agregada ya que las mujeres controlan cerca del 65% de las decisiones de compra totales en bienes y servicios a nivel global.
- El empoderamiento económico de la mujer tiene un efecto multiplicador. Así la participación económica de la mujer se convierte en una fuente de crecimiento con un papel fundamental en el desarrollo humano ya que tiene un efecto multiplicador en sus familias y en la participación de las actividades de las comunidades contribuyendo a la erradicación de la pobreza. Datos empíricos procedentes de diversos países muestran que incrementar la proporción de los ingresos del hogar controlados por las mujeres, procedentes de lo que ganan ellas mismas o de transferencias de dinero, modifica los patrones de gasto en formas que benefician a los hijos.

Los emprendimientos con enfoque de género para el empoderamiento económico.

El emprendimiento de las mujeres está creciendo a nivel global, al igual que el potencial de sus empresas para contribuir al desarrollo económico. Hoy en día, las mujeres forman 40.8% del mercado laboral, y entre el 32 y el 39% de todas las empresas privadas del mundo son de mujeres. Sin embargo, menos mujeres (47.7%) que hombres (62.1%) creen que tienen las capacidades para arrancar y operar un negocio. Apoyar a mujeres en el desarrollo de sus capacidades y en el acceso a financiamiento, requiere tanto el desarrollo de sus capacidades y habilidades empresariales como también el desarrollo de capacidades sociales que impacta la manera en que las mujeres desarrollan su empresa. Para lograr este apoyo real es

necesario considerar las situaciones y condiciones desiguales que enfrentan las mujeres que llevan a reducir las oportunidades para emprender. Las mujeres siguen sufriendo de manera desproporcionada la pobreza, la discriminación y la explotación.

La discriminación de género implica que a menudo las mujeres acaban desempeñando trabajos no seguros y mal pagados, y siguen siendo una pequeña minoría en puestos directivos. La discriminación también reduce el acceso a bienes económicos como la tierra y los préstamos y limita su participación en el diseño de políticas sociales y económicas. Otro aspecto para considerar es que la mayoría de las tareas domésticas recae en las mujeres, por lo que suelen tener poco tiempo libre para aprovechar oportunidades económicas.

Frente a esta realidad la posibilidad de trabajo independiente y el potencial de los emprendimientos protagonizados por mujeres, ha sido planteado desde distintos ámbitos, como una oportunidad para enfrentar estas barreras ya que constituyen estrategias que combinan de manera sinérgica componentes educativos, económicos y de género, con el resultado de transformaciones profundas en las personas, en los colectivos que integran y, al interior de éstos, en el vínculo intergeneracional, y en muchos casos interparental, así como en las relaciones que llegan a establecerse a nivel de la comunidad y, con frecuencia, en ámbitos sociales mucho más amplios.

El emprendimiento como oportunidad de desarrollo

América Latina y El Caribe tienen uno de los índices más altos de desigualdad de género e ingreso económico en el mundo. En América Latina, la población de mujeres alcanza 278 millones de personas. Según cálculos del Banco Mundial (BM), más del 50% de ellas pertenecen a los sectores socioeconómicos más pobres de la región. Las mujeres enfrentan barreras complejas en la participación de la economía formal. En el caso de las mujeres de los sectores más pobres están envueltas en un círculo vicioso que limita las oportunidades de desarrollo y las lleva a la exclusión social. Los roles tradicionales de género, la discriminación y la violencia, la falta de acceso a capital, educación, empleo y atención en salud están íntimamente relacionados y perpetúan la pobreza. Las relaciones de género sitúan a las mujeres en un lugar secundario y subordinado generando un sentimiento de desvalorización, dependen económicamente de sus parejas, realizan trabajos poco calificados, hay un desconocimiento y falta de ejercicios de derechos y sufren en muchos casos violencia familiar. Este círculo no solo tiene consecuencias para sí mismas, sino que se instauran las condiciones propicias para la reproducción de la pobreza en las nuevas generaciones.

Para muchas de estas mujeres solo se necesitan una oportunidad para desarrollarse y los emprendimientos se presentan como una nueva forma de hacer negocios más inclusivos en donde no solo es importante la maximización de las utilidades, sino el propósito y el impacto positivo que estas empresas pueden llegar a tener en la vida de las mujeres. Ellas se convierten en las protagonistas de sus vidas y se genera la capacidad de tomar decisiones, tener una independencia económica y ejercer sus derechos. La mujer toma un rol clave en el desarrollo de los emprendimientos por su alto potencial emprendedor ya que como pilares de su familia son motores de prosperidad y bienestar. Cuando la situación se pone difícil son las mujeres que toman la iniciativa y buscan las maneras de salir adelante. Tienen una conciencia mayor de lo que es el desarrollo de la familia y de la comunidad y tienen la responsabilidad muchas veces como únicas proveedoras del hogar de salir adelante.

El emprendimiento como efecto multiplicador

El desarrollo de un emprendimiento tiene un gran impacto en la vida de las mujeres y en todo su entorno. El beneficio económico es el valor más visible, pero el impacto es más profundo con efectos multiplicadores ya que hay un desarrollo personal de la mujer y cuando las mujeres prosperan hay un impacto en sus familias y en la sociedad en general.

- **Empoderar a las mujeres significa que se hagan cargo de sí mismas.** A través del desarrollo de los emprendimientos las mujeres logran afirmar su autoestima generando una valoración de sus personas. De esta manera se supera los anclajes en la victimización y la culpabilización, recuperando las energías para ser protagonistas de su vida y exigir sus derechos. Cuando una persona recupera la dignidad del trabajo y se siente integrada, claramente hay un cambio profundo en ella misma, y también en la forma en la que se relaciona con su entorno.
- **La mujer logra niveles de decisión sobre los recursos en suma autonomía económica.** A través del emprendimiento se inicia procesos de democratización del trabajo doméstico donde las mujeres, al lograr ingresos propios, se fortalecen como personas independientes, rompiendo con la dependencia económica con su pareja, lo que se constituye un primer nivel de negociación dentro del hogar.
- **La mujer logra desarrollarse como persona.** El contar con mayores ingresos se traduce en una mejora en el acceso a recursos y al control sobre ellos, y en un aumento de las oportunidades para aprovechar plenamente estos recursos.
- **Se rompen los círculos de pobreza generacionales.** Las mujeres cumplen un rol clave para que sus familias y sus hijos salgan de la pobreza. Con el incremento de los ingresos a través del emprendimiento y logrando la independencia económica, se beneficia toda la familia, ya que se invierte en mejor alimento, mejor educación, mejor vivienda y salud.
- **La mujer toma un rol importante en el desarrollo territorial.** Ellas se convierten en actrices dinamizadoras de las economías locales, tienen la práctica y el conocimiento empírico para desarrollar emprendimientos económicos estratégicos para el desarrollo del lugar, del país y de la región. El empoderamiento de las mujeres refuerza el conjunto de trabajo y talento que pueden aprovechar las economías y aumentar la productividad nacional per cápita.

Los desafíos para el desarrollo de los ecosistemas de emprendimientos femeninos

Debemos plantearnos cuáles son los desafíos concretos para generar las oportunidades de desarrollo. Muchos de los emprendimientos pueden iniciar frente a una oportunidad, pero muchos inician como una necesidad ante la falta de empleo, la urgencia económica para la subsistencia familiar o romper con el ciclo de violencia. Los emprendimientos no pueden crecer solos, sino que deben ser acompañados por políticas económicas y sociales, programas de desarrollo y financieros, y capacitaciones tanto técnicas como sociales para crear ecosistemas de emprendimientos femeninos. Estos permitirán la sostenibilidad del emprendimiento a largo plazo, brindar las herramientas necesarias a la emprendedora para que pueda desarrollar su negocio de manera exitosa y crear un entorno propicio que brinde a las mujeres igualdad de oportunidades frente a los retos actuales. Cuando nos referimos a retos actuales no solo nos referimos a la falta de capacitación, acceso a servicios

financieros o factores productivos, sino también a la necesidad de generar cambios en los patrones culturales y sociales que contribuyan a cerrar la brecha de género y que garanticen el pleno ejercicio de los derechos económicos de las mujeres.

Es necesario en el desarrollo de ecosistemas la participación de distintos actores tanto del sector público, privado, y de sociedad civil para aportar distintos recursos y capacidades para lograr mayores impactos y se garanticen los plenos derechos de las mujeres. El sector público cumple un rol fundamental ya que debe generar políticas que apuesten al reconocimiento de las mujeres emprendedoras como agentes dinamizadoras de las economías locales, con saberes y con derechos al ejercicio de la ciudadanía plena. En general las políticas nacionales y locales no han reconocido sus aportes ni sus necesidades específicas, lo que ha incidido negativamente en su calidad de vida y bienestar, desfavoreciendo sus derechos, capacidades y potencialidades.

Una mujer que emprende está diseñando futuro y abriendo oportunidades a las generaciones venideras. Estamos ante la oportunidad de ser protagonistas de este cambio e invertir en el empoderamiento económico de las mujeres proporcionando mayores posibilidades para generar ingresos y fomentar el emprendimiento.

J. Guion metodológico:

Taller: Derechos económicos de las mujeres

Temas para trabajar:

- Que se entiende por Derechos Economicos de las Mujeres
- El empoderamiento económico de las mujeres

Duración:

- 2 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Conversar sobre los derechos humanos en general y como afectan directamente a las mujeres.
- Identificar y entender los derechos económicos de las mujeres.
- Conversar sobre el empoderamiento económico de las mujeres.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
10 minutos	Presentación de participantes.	Cada persona se presenta y menciona su nombre, procedencia y expectativa con respecto al taller.	• Documento de Lluvia de ideas: <i>Mentimeter.com</i>
10 minutos	Presentación del proceso de formación, objetivos y dinámica del taller.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo.	• Documento de formación / guion metodológico, módulo 2.
40 minutos	¿Que se entienden por Derechos de las mujeres?	Dinámica general, se inicia la conversación con las siguiente pregunta y reflexión: ¿En la comunidad o comunidad se han sentido discriminadas? 1. Razones de sexo 2. El color de su piel 3. Por su grado de instrucción. A continuación, se presentan la razones de la existencia de los derechos y en especial de los derechos de las mujeres.	• Documento de formación / guion metodológico, módulo 2.
30 minutos	¿Que se entiende por los derechos economicos de las mujeres y su empoderamiento económico	En grupos de 4 a 5 integrantes dialogar sobre las respuestas a las siguientes preguntas, se requiere que todas las integrantes del grupo expresen su opinión: a. ¿Cuáles de los derechos económicos listados los puedo ejercer en la actividad que hago? Es posible? b. ¿Cómo puedo avanzar en ejercer mis derechos?	• Documento de formación / guion metodológico, módulo 2. • Data Show • PPT
30 minutos	Derechos económicos de las mujeres.	La facilitadora pasa un video de los derechos económicos, sociales y culturales de las mujeres. Cada participante responde a la siguiente pregunta: • ¿Cuáles son los derechos económicos de las mujeres en sus comunidades? Puede hacer un dibujo, una rima, una danza, una canción. Esta reflexión se trae a plenaria y se realiza una discusión grupal. Luego se hace lectura dirigida del de los derechos económicos de el manual, Modulo 2, sección f. La facilitadora/facilitador cierra con conclusiones y los retos pendientes con relación a derechos económicos de las mujeres	• Video de derechos económicos. • Presentación PowerPoint de taller. • Documento de formación / guion metodológico, módulo 2.

4.2. Tema 2: Características de la mujer emprendedora

MÓDULO 3

Tema a) Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras⁶

a.1. Construyendo la autoconfianza de las mujeres emprendedoras

Las barreras internas para el emprendedurismo de las mujeres pueden a veces ser tan significativas como las externas impuestas por la familia, la comunidad local y la sociedad en general. Las mujeres a veces dudan de su propia capacidad en los negocios y carecen de autoconfianza para desenvolverse, debido a que han enfrentado limitaciones para acceder a la educación, las habilidades y la experiencia de trabajo.

Para fortalecer su autoconfianza, las mujeres emprendedoras tienen que identificar lo que les hace falta en cada nivel en el desarrollo de un negocio o empresa y prepararse antes de avanzar al siguiente nivel. Desde una perspectiva a más largo plazo, las niñas crecen en un contexto educativo de estereotipos de género (currícula educativa y textos escolares): la inversión en la educación de niñas jóvenes es clave para abrir una selección más amplia de ocupaciones para las mujeres.

Exponer a las niñas a una amplia gama de modelos de mujeres emprendedoras (mujeres de negocios) puede ayudar a desarrollar una imagen positiva y aceptable del emprendedurismo. Esto podría motivarlas a alcanzar niveles más altos de educación y una gama más amplia de formación de destrezas.

a.2. Reevaluando la división del trabajo y las relaciones de poder dentro del hogar

El trabajo de las mujeres en el hogar no se reconoce en la economía global; como resultado, las múltiples tareas de las mujeres no se consideran como una carga real y adicional mientras ella desarrolla y hace crecer su negocio. Además, en nuestras sociedades un hombre es considerado la cabeza del hogar y el proveedor principal, aunque esté desempleado. Si la esposa gana más que él y es más exitosa, él puede rechazarla, ya que la percibe como un atentado para su poder.

El apoyo para las mujeres emprendedoras existentes y potenciales necesita tomar en cuenta las relaciones prevalecientes de género y las normas tradicionales y culturales, identificar las barreras significativas y luego trabajar para mejorar el trabajo e ingresos de las mujeres. En microfinanzas, por ejemplo, los arreglos de préstamos con las mujeres emprendedoras pueden involucrar al esposo/la pareja para ayudar a entender la importante contribución que el préstamo puede hacer al hogar y a la familia.

Algunos proyectos de desarrollo fracasan porque no han retomado las relaciones de género. En un proyecto en Indonesia, un grupo de mujeres fue apoyado para formar su propia cooperativa, pero, conforme aumentaron las demandas sobre su tiempo por la cooperativa, los hombres quemaron su lugar de trabajo.

Hay muchos mecanismos que se han probado y que deberían replicarse para asistir a las mujeres a establecer y dirigir sus propias empresas. La oferta de facilidades de cuidado de niñas y niños, unidades de incubadora especializadas para atender las necesidades de mujeres emprendedoras novatas, la creación de centros empresariales de mujeres, y grupos de promoción, asociaciones y cooperativas de mujeres emprendedoras pueden contribuir mucho a mejorar la situación que enfrentan las mujeres de negocios. Donde fuera posible, estas iniciativas deberían realizarse de manera que susciten el apoyo de los hombres de la familia y de la comunidad.

a.3. Moverse más allá de los roles femeninos tradicionales

Como un ejemplo de brindar asistencia a las mujeres emprendedoras en sectores no tradicionales, CRASFORM (Italia) trabaja en el emprendedurismo de las mujeres en los sectores de arquitectura y construcción. Como estos sectores están tradicionalmente dominados por hombres, moviliza a mujeres arquitectas e ingenieras que han tenido dificultad para

⁶ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras. Materiales de formación para la gestión empresarial*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 31-40

encontrar trabajo, las apoya y promueve en la renovación de edificios amigables ambientalmente. También se piensa que muchas oportunidades empresariales existen en sectores nuevos y emergentes, tales como las tecnologías de la información y la comunicación, ya que estos sectores no tienen todavía ningún patrón de empleo basado en género establecido, y ofrecen más igualdad de oportunidades genuinas para hombres y mujeres.

a.4. Cambiar las actitudes de las personas hacia las mujeres emprendedoras

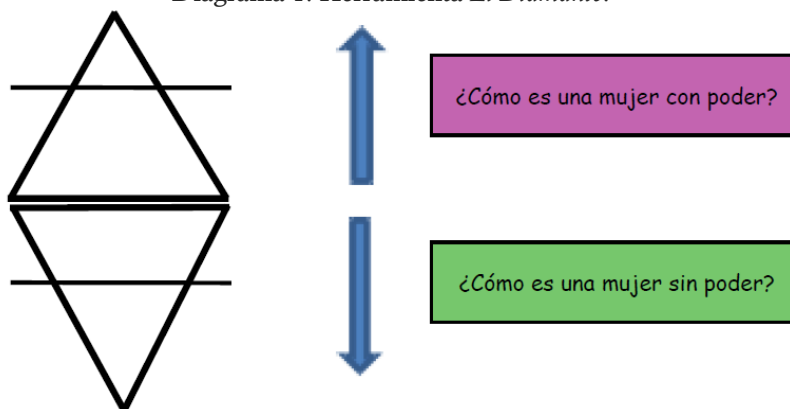
Cuando una mujer empieza un negocio, el obstáculo más serio a menudo serán las actitudes de otras personas hacia sus empresas comerciales y la propia percepción que la mujer tenga de sí misma y de sus capacidades. Esto incluye el temor de no ser tomada en serio y la falta de autoconfianza, surgida a partir de la socialización recibida. Por lo tanto, imágenes positivas de mujeres emprendedoras, como personas individuales y como una fuerza dinámica colectiva en la economía, necesitan desarrollarse.

a.5. Dinámica del Diamante de Poder (mujer con poder / mujer sin poder)

Poder y el empoderamiento:

- En el patriarcado predomina una relación de fuerza en la cual los hombres tienen “poder sobre” las mujeres, este tipo de poder es opresivo controlador. A través de procesos de empoderamiento se pretende transformar el “poder sobre” por un ejercicio de “poder desde” la valoración propia de las mujeres, de “poder entre” ellas para que se apoyen mutuamente; y de “poder para” mejorar y cambiar sus condiciones de vida en los distintos ámbitos de su vida.
- El empoderamiento para las mujeres se concibe entonces como un proceso de adquisición de más poder (poder desde, poder entre, poder para); de toma de decisiones y acción para controlar sus vidas transformando las relaciones de “poder sobre” que las subordinan y oprimen.

Diagrama 1: Herramienta *El Diamante*.



a.6. Referencias conceptuales

a.6.1. Ámbitos

Los ámbitos se conciben como espacios particulares de análisis que permiten dar cuenta de la complejidad de espacios sociales y físicos en que transcurre la vida de las mujeres y que por supuesto inciden en su dimensión empresarial.

Los ámbitos de acción son cuatro: el ámbito íntimo/personal que tiene que ver con la construcción subjetiva de las mujeres como seres sensibles y humanos. Es el espacio de la libertad individual, de los sentires, del afecto y de las ideas. El lugar de la mujer sujeto, con sus derechos y garantías, con sus compromisos y responsabilidades.

El ámbito familiar, tiene que ver a con la familia y las relaciones allí construidas. Se define como el espacio social de vida cotidiana que busca la satisfacción de necesidades básicas de orden afectivo, sexual, económico, de protección y de sentido de la vida de todos sus integrantes. En esta medida, la sola interacción de los miembros de la familia y el desempeño de los roles de cada uno desarrolla valores, creencias, conocimientos, criterios y juicios, que determinan comportamientos que inciden en el colectivo de sus integrantes. En este ámbito también pueden constituirse unidades económicas donde trabajan los miembros del hogar para generar ingresos y ésta se ubica en el propio domicilio donde reside la familia.

El ámbito comunitario/organizativo, o sea, de la comunidad, de los mercados locales, de unidades económicas fuera del hogar que generan productos e ingresos; de las escuelas, asociaciones barriales y la capacidad de organización de las mujeres para la defensa de sus derechos y la incidencia. En este ámbito se realizan acciones colectivas para mejorar las condiciones de vida como construir una escuela, limpiar las calles, organizar cooperativas de producción y consumo, promover la organización de las mujeres, etc.

Y el ámbito macrosocial, es el espacio más allá de lo comunitario, tanto en el nivel nacional como el internacional, que incide en la vida y en los negocios de las mujeres. Comprende el mercado nacional, las vinculaciones con el mercado mundial, las grandes empresas, los bancos, la administración pública nacional en sus distintos poderes, (la Asamblea Nacional, la Corte Suprema de Justicia, la presidencia) las altas dirigencias religiosas y políticas, los partidos políticos, las universidades, los periódicos, los canales de televisión, etc.

a.7. Cadenas de valor

Encadenamientos empresariales que entrelazan los ciclos de producción, de transformación de los productos primarios y su comercialización. En el marco de la economía solidaria se busca una distribución equitativa del valor agregado (la diferencia entre el costo de los insumos comprados y el valor de venta de los productos), de acuerdo con los diferentes aportes de trabajo que se realizan en las distintas partes de esa cadena.

a.8. Competencias empresariales

Son un conjunto de atributos personales, aptitudes y actitudes, que comparten algunas personas para desarrollar negocios. Entre ellas se destacan: la capacidad de tomar decisiones, visión estratégica, asumir riesgos y negociar.

Es un concepto que implica actitudes, habilidades, aptitudes y destrezas en el manejo empresarial, a su vez están centradas en la persona como un todo. Competencias son, por ejemplo:

- Tener actitudes que expresan en acciones nuestros valores = ser solidaria con una compañera que tiene sobrecarga de trabajo.
- Tener la habilidad de aplicar lo que he aprendido = llevar mi contabilidad.
- Tener la aptitud de hacer bien lo que hago = llevar bien mi contabilidad.
- Tener la destreza de practicar constantemente lo que he aprendido para alcanzar la especialización = hacer análisis de los mercados periódicamente.

a.9. Empoderamiento de las mujeres

Proceso no lineal de toma de conciencia de las distintas relaciones de poder que subordinan, discriminan y oprimen a las mujeres; y tomar decisiones y actuar para transformar esas relaciones, reconociendo sus derechos como humanas y su derecho al buen vivir. Por ejemplo, decidir y tener control sobre su cuerpo y también sobre los recursos en el negocio, así como también tomar conciencia sobre la importancia de aliarse y organizarse con otras mujeres para construir el poder de estar juntas y defender sus derechos.

Implica:

- Trabajar su autoestima y confianza en sí mismas.
- Avanzar hacia la autonomía para decidir sobre sus vidas.
- La movilización para identificar sus intereses y defenderlos.
- Ser ciudadanas con pleno derecho, en igualdad real de condiciones con los hombres, para alcanzar sociedades justas y estables.
- Apoyar el empoderamiento de otras mujeres.

a.10. Patriarcado

Para algunas feministas es la manifestación e institucionalización del dominio de los hombres sobre las mujeres y los niños/las niñas de la familia, dominio que se extiende a la sociedad en general, en todas sus dimensiones (económicas, políticas, sociales, culturales) y ámbitos (íntimo, familiar, comunitario, macrosocial).

Implica que los varones tienen un poder dominante en todas las instituciones importantes de la sociedad y que se priva a las mujeres del acceso a las mismas.

No obstante, no implica que las mujeres no tengan ningún tipo de poder, ni de derechos, influencias o recursos. En el patriarcado las mujeres hemos logrado avanzar en la lucha por nuestros derechos a través de procesos individuales y colectivos.

a.11. Poder

Es tener la capacidad y tomar decisiones en todos los ámbitos y dimensiones de la vida; tener acceso y control de recursos (económicos, materiales, activos, éticos, emocionales, autoestima, etc.) y de los beneficios de esos recursos.

a.11.1. Poder sobre

Opera para otorgar privilegio a ciertas personas mientras margina a otras. Es controlador, colonizador, opresivo, destructivo, violento que se expresa en el patriarcado y los fundamentalismos existentes desde los movimientos religiosos hasta la xenofobia de la política migratoria entre norte y sur. Se ejercita entre los géneros, países, entre las clases, generaciones, en todas las dimensiones, entre todas las personas. En el ámbito íntimo/personal, por ejemplo, ejerciendo y reforzando los mandatos psicológicos, como el sentimiento de culpa. En la política, quienes controlan los recursos y la toma de decisiones tienen poder sobre quienes no tienen ese control y excluyen a otros/otras del acceso a recursos y participación en la toma de decisiones públicas. Cuando a la gente se les niegan el acceso a recursos importantes como tierra, atención médica y empleos, el poder sobre perpetúa la desigualdad, la injusticia y la pobreza.

a.11.2. Poder desde

Es el poder de la autoestima, de la valoración de uno mismo, de un cuerpo sano y cuidado, de los pensamientos e ideas propias. Es el poder que nos permite cuidarnos, asumir nuestros cuerpos, la sexualidad responsable y relaciones amorosas respetuosas. Es el poder desde el ámbito íntimo/personal para la superación de la ideología y los sentires de los mandatos patriarcales. Es la capacidad de imaginar y tener esperanza afirmando la búsqueda humana por la dignidad.

a.11.3. Poder entre

Se refiere a las relaciones que se crean con y entre las personas. Tiene que ver con encontrar una base común entre distintos intereses para construir fuerza colectiva. Basado en apoyo mutuo, solidaridad, colaboración, reconocimiento, respeto de las diferencias, y la negociación, el poder entre permite potenciar y multiplicar talentos individuales, conocimientos y recursos para producir un mayor efecto. El poder entre construye puentes entre las diferencias, reconociendo abiertamente los desacuerdos buscando resolverlos o reducirlos, en pos de un objetivo mayor.

a.11.4. Poder para

Se refiere al potencial único que cada persona tiene para transformar y darle forma a su vida y su mundo. La formación, capacitación y desarrollo de liderazgo para la justicia social se basa en la creencia que cada individuo tiene el poder para hacer una diferencia, lo cual puede multiplicarse con nuevas y ampliadas habilidades, conocimiento, conciencia y confianza. Cuando se basa en apoyo mutuo, autoestima, y valores de solidaridad, el poder para abre las posibilidades de acción conjunta, o poder entre otras. Para que los esfuerzos de organización e incidencia tengan éxito, tienen que abordar y nutrir el poder de la gente para actuar.

El poder para es el que define y alcanza objetivos tales como: el desarrollo de valores feministas, la transformación del poder sobre; las valoraciones colectivas para desarrollar economías solidarias, cadenas de valores y el cuidado del medio ambiente. Es el poder para alcanzar una vida más plena.

Tema b) Visión empresarial para mujeres del área rural

Se han preguntado, por qué a algunas personas les va bien emprendiendo; es decir, desarrollando sus propios negocios, y a otras no tanto. Esta misma inquietud la tuvo David McLelland, quien, durante cinco años, por ahí por los 70, realizó un estudio en tres continentes, logrando identificar 30 comportamientos comunes. Estos, a su vez, fueron agrupados en Diez (10) Características Emprendedoras Personales (10 CEP'S), definiendo así un conjunto de características presentes en las personas que obtienen buenos resultados como emprendedores(as). A continuación, una explicación de cada uno de ellos. Es importante mencionar que en este programa se dará especial énfasis en las primeras siete (7) características:

b.1. Las diez características principales de una emprendedora⁷

LOGRAR	
1.	Búsqueda de oportunidades
2.	Persistencia
3.	Cumplimiento
4.	Demanda de calidad y eficiencia
5.	Correr riesgos calculados
PLANIFICAR	
6.	Establecimiento de metas
7.	Planificación sistemática y monitoreo
8.	Búsqueda de información
GESTIONAR	
9.	Persuasión y redes de contactos
10.	Confianza en sí misma

1. **Búsqueda de oportunidades e iniciativa:** Actuar antes de que se lo pidan o de ser obligada por las circunstancias. Actuar para ampliar el negocio hacia nuevas áreas, productos o servicios. Aprovechar oportunidades poco usuales para lanzar un negocio, obtener financiamiento, equipo, terreno, lugar de trabajo, asistencia técnica, etc. Por ejemplo, si se da cuenta que en verano se venden más líquidos, puede comenzar a vender jugos naturales en estos meses y, con esto, toma la oportunidad vista y con iniciativa las pone en marcha.
2. **Perseverancia:** Entendido como el tomar acciones repetidas o cambiar de estrategia para hacer frente a un gran desafío o para superar obstáculos. Responsabilizarse personalmente por hacer todo lo necesario para alcanzar sus metas y objetivos. ¿Alguna vez les ha pasado que no le resulta a la primera? Esto suele pasarles a las emprendedoras/los emprendedores y es ahí donde deben recurrir a la perseverancia para no abandonar y lograr su propósito. Si la técnica usada hasta acá no resulta, entonces vale la pena cambiar de estrategia.
3. **Cumplimiento:** Recurrir incluso a esfuerzos personales y esmerarse para terminar un trabajo. Colaborar con sus empleados(as) o tomar su lugar si es necesario para terminar su trabajo. Esmerarse por mantener satisfechos a los clientes(as) y valorar sus relaciones a largo plazo por encima de las ganancias a corto plazo. ¿Qué pasaría si no tiene lista la torta que le han encargado para el sábado 18 de septiembre de 2015 a las 14:00 horas, y le dice a su cliente(a), que se la tendrá para las 9 de la noche? lo más seguro es que no le vuelva a comprar, se enoje y además le contará a quien pueda. De ahí la importancia del cumplimiento, pues aporta a su reputación, y con ello a aumentar el nivel de ventas.
4. **Demanda de calidad y eficiencia:** Preocuparse y ocuparse por hacer las cosas mejor, más rápidas y baratas. Actuar para alcanzar y sobrepasar normas de excelencia. Desarrollar o utilizar procedimientos para asegurarse que el trabajo se termine y cumpla los requisitos establecidos.
5. **Correr riesgos calculados:** Calcular riesgos y evaluar alternativas. Actuar para reducir riesgos y controlar resultados. Anticiparse a posibles situaciones de riesgo. Por ejemplo: dado que le está yendo bien en su negocio, decide ampliarse y con ello pedir un crédito, lo que significa un riesgo. Sin embargo, no toma la decisión a la ligera, sino que previamente analiza esta idea, proyectando ingresos futuros, costos, entre otras materias que verá en este módulo, y que les permitirán tomar riesgos calculados.
6. **Fijarse metas:** Que tienen un significado personal y conllevan un reto. Tener visión clara y específica de largo plazo. Fijar objetivos medibles en el corto plazo. ¿Si no sabe hacia dónde quiere ir, cómo construirá el camino para llegar allí? Esta es la invitación que se le hace con esta característica, es a fijarse un norte, una meta y trabajar para llegar allí, lo cual hará más fácil el camino, dada la claridad que tendrá.

⁷ Bauer S., Finnega G., Haspels N. (2011). *Género y emprendimiento, guía de formación para mujeres empresarias. Paquete de formación y herramientas.* Equipo de trabajo docente y oficina de países de la OIT para América Central, Haití, Panamá, República Dominicana. Organizacional Internacional del Trabajo, Costa Rica, pág. 59-65.

7. **Planificación y control:** Planificar dividiendo tareas grandes en tareas pequeñas con tiempos de entrega establecidos. Constantemente revisar sus planes para tomar en cuenta resultados obtenidos y circunstancias cambiantes. Mantener registros financieros y emplearlos en la toma de decisiones. ¿Saben cuánto ganan? ¿Cuánto gastan? La invitación de esta característica es a hacer registros y planificar, lo cual irá aprendiendo en profundidad a lo largo del proceso.
8. **Búsqueda de información:** Personalmente buscar información sobre clientes(as), proveedores(as) y competidores(as) para mejorar su oferta de negocio. Consultar a especialistas técnicos e informes comerciales de ser necesario. Utilizar contactos, redes, internet para obtener información.
9. **Persuasión y redes de apoyo:** Valerse de estrategias previamente pensadas para influenciar y persuadir a otros para generar negocios. Aprovechar contactos con otras personas claves para alcanzar objetivos propios. Desarrollar y mantener una red de contactos de negocios. Importancia de cuidar las redes porque no sabe cuándo les pueden ayudar.
10. **Confianza en sí mismo(a):** Atribuirse a sí mismo(a) las causas de sus éxitos y sus fracasos. Expresar confianza en su propia técnica para terminar una tarea difícil o hacerle frente a un gran desafío. Si no confía en usted, ¿cómo van a confiar sus clientes(as) y en el futuro su equipo y/o socios(as)?

b.2. Referencias conceptuales⁸

b.2.1. Visión

Es la situación que se quiere alcanzar en la vida. Para que las mujeres avancen en sus procesos de empoderamiento es clave que ellas se imaginen como mujeres con poder, que toman decisiones y controlan sus vidas. Ese sueño les permite trazar los caminos para alcanzarlo.

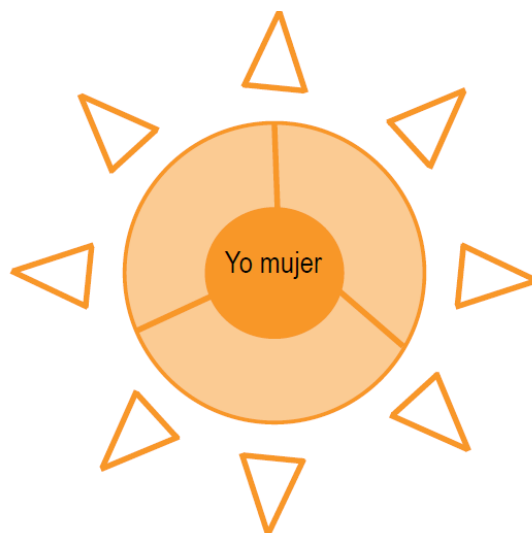
b.2.2. Visión empresarial

Es la condición ideal o estado al que se quiere llevar a un negocio en un tiempo determinado con un propósito de crecimiento. Debe responder a la pregunta: ¿Qué y cómo quiero que sea mi negocio en los próximos años? Recoge nuestras aspiraciones, por tanto, los distintos esfuerzos y acciones en los distintos ámbitos de nuestras vidas que tenemos que realizar, encaminados a conseguir esas aspiraciones. Los distintos ámbitos están entrelazados, inciden unos en otros ya que la vida no se vive en pedazos.

b.2.3. Para enfatizar

- Para poder hacer realidad nuestros sueños necesitamos saber a dónde queremos llegar.
- Depende de nosotras mismas, de nuestras fortalezas, decisiones y conocimientos que los cambios sean posibles.
- El objetivo principal de nuestro negocio es mejorar la calidad y dignidad de vida de las mujeres empresarias y su familia, de ahí que ellas son lo central de todo emprendimiento.

Diagrama 2: Mi Visión Empresarial



⁸ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 50-53

K. Guion metodológico

Taller: Características como mujer emprendedora.

Temas para trabajar:

- Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras.
- Visión empresarial para mujeres del área rural.

Duración:

- 2 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Adquirir conocimientos sobre empresarialidad desde la perspectiva de género, con énfasis en elementos de autoestima, uso del tiempo, conciliación de la vida laboral –familiar y control de recursos.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGIA	MATERIALES
15 minutos	Presentación del proceso de formación, objetivos y dinámica del taller, módulo 3. Reforzar los contenidos.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo. La facilitadora o facilitador realiza un repaso de lo visto en el módulo anterior.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de formación / guion metodológico, módulo 3. • Lluvia de ideas.
40 minutos	Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras.	El o la facilitadora hará una exposición dialogada sobre: Construyendo la autoconfianza de las mujeres emprendedoras <ol style="list-style-type: none"> 1. Reevaluando la división del trabajo y las relaciones de poder dentro del hogar. 2. Moverse más allá de los roles femeninos tradicionales. 3. Cambiar las actitudes de las personas hacia las mujeres emprendedoras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación PowerPoint
20 minutos	Autoestima y liderazgo para mujeres emprendedoras Trabajo de grupos - plenario	Dinámica del Diamante de Poder (mujer con poder / mujer sin poder) En este caso se indagará sobre el empoderamiento. En la parte superior del diamante se ubicarán las características ideales de una “Mujer con poder”; y en la parte inferior, las características de una “Mujer sin poder”. Cada participante tendrá dos tarjetas de diferentes colores. Se fija un tiempo para la reflexión individual y se pide a las participantes que dibujen o escriban en la tarjeta de color tal, las características que consideran tienen una mujer con poder (Arriba) y las características que consideran tiene una mujer sin poder (abajo), en la otra tarjeta. la facilitadora (puede solicitar ayuda de las participantes) las ordena por ámbito íntimo/personal, familiar, comunitario/organizativo y macrosocial. Seguidamente hace una reflexión sobre lo que es el poder basándose en lo que las participantes han dicho es una mujer con poder. Después de la reflexión, la facilitadora teniendo el diamante como referente pregunta: ¿Qué aspectos de lo que consideramos que es una mujer con poder tenemos? ¿Qué aspectos de lo que consideramos que es una mujer sin poder queremos cambiar? Seguidamente se orienta a las participantes a encerrar en un círculo ROJO aquellas características de lo que consideraron como mujer sin poder que pueden cambiarse. Se pregunta: ¿Qué aspectos de lo que consideramos que es una mujer sin poder queremos cambiar? La facilitadora enfatiza la importancia de tomar conciencia de los cambios que queremos hacer en los distintos ámbitos de nuestras vidas, de cómo se vinculan los ámbitos (por qué una mujer empresaria necesita tener poder en los distintos ámbitos: personal,	<ul style="list-style-type: none"> • Papel y lápiz • Tarjetas • Marcadores • Diagrama 1: Herramienta El Diamante.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
		familiar, comunitario y macrosocial para ser exitosa) y cómo estos se lograrán a través de procesos sistemáticos de aprendizaje, formación, organización y acción que conducen a que las mujeres tengan poder. Síntesis sobre lo qué es el poder y el empoderamiento:	
15 minutos	Visión empresarial para mujeres del área rural.	Mis características como mujer emprendedora <ol style="list-style-type: none"> 1. Contar la Historia de Flor la empresaria. 2. Se solicita a las participantes sobre sus reacciones con relación a la historia de Flor. 3. Con base a esas reacciones se elabora un listado de las características que debe tener una mujer emprendedora. 4. Reflexión de la facilitación en base a el listado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Historia de Flor – la empresaria. • Papel con las 10 características.
30 minutos	Visión empresarial para mujeres del área rural. Trabajo individual y grupal que permita definir las visiones empresariales de las participantes.	Mi visión empresarial <ol style="list-style-type: none"> 1. La facilitadora pregunta al grupo: ¿Cuándo escucha la palabra visión que otra palabra se le viene a la mente? La facilitadora anota las palabras y con esas palabras ella introduce el concepto de visión y su importancia en la vida de las mujeres. 2. La facilitadora hace otra pregunta: ¿Por qué es importante para una empresaria tener una visión de su negocio? Anota la lluvia de ideas de las participantes. 3. Luego la facilitadora profundiza sobre la importancia de tener una VISIÓN en la vida. Algunas razones que se pueden plantear son, a manera de ejemplo: <ul style="list-style-type: none"> • Nos permite saber a dónde queremos ir y pensar el camino para alcanzar los sueños. • Nos da la oportunidad de pensar que nuestra realidad puede ser distinta. • Nos inspira a asumir retos. • Nos anima a emprender acciones para lograr nuestros sueños. • Nos permite vernos como actoras activas en estas realizaciones. 4. La facilitadora explica que cada una de las participantes va a trabajar su visión. Cada persona tendrá una hoja de papel y lápices de colores para que de manera individual dibujen o escriban su visión como mujer empresaria. 5. La facilitadora, a manera de ejemplo, dibuja y explica el círculo de la visión que tendrán que llenar. El círculo grande tiene un círculo pequeño en el centro que representa a la mujer empresaria y el resto del círculo se divide en tres espacios: uno que representa su negocio; otro que representa su familia y otro que representa a su comunidad. 6. Aclarando que la vida no se separa en pedazos, que vivimos todas de manera integral, que para visualizarla y analizarla la hemos separado en los ámbitos. 7. La facilitadora orienta que hagan su dibujo o que escriban su visión en cada uno de los apartados respondiendo a las siguientes preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • ¿En dos años, cómo me gustaría verme como mujer empresaria? Colocar su respuesta en el círculo del centro. • ¿Cómo me gustaría ver mi negocio en dos años? • ¿Cómo me gustaría ver a mi familia y su relación con el negocio en dos años? • ¿Cómo me gustaría ver a mi comunidad en la que se desenvuelve mi negocio? 8. Cuando las participantes hayan finalizado sus dibujos, se orienta que las visiones las mantengan en su pantalla y que las participantes puedan visualizar durante unos minutos, observando e intercambiando con sus compañeras sobre sus visiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tarjetas de colores • marcadores • Diagrama 2: Mi visión empresarial

MÓDULO 4

Tema c) Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras⁹

c.1. Para enfatizar

- Es importante reflexionar sobre el uso del tiempo de las mujeres y la determinación de los roles de género en su gestión empresarial.
- Es importante identificar retos para lograr una gestión más eficiente del tiempo.
- Es importante sensibilizar a las participantes sobre la importancia de destinar tiempo para ellas mismas y una mejor distribución de las tareas del hogar.

Herramienta 1: Un día en mi vida

Hora	Actividades			
	Personales	Del hogar	Del negocio	De la comunidad
3:00 a.m.				
4:00 a.m.				
5:00 a.m.				
6:00 a.m.				
7:00 a.m.				
8:00 a.m.				
9:00 a.m.				
10:00 a.m.				
11:00 a.m.				
12:00 m.d				
1:00 p.m.				
2:00 p.m.				
3:00 p.m.				
4:00 p.m.				
5:00 p.m.				
6:00 p.m.				
7:00 p.m.				
8:00 p.m.				
9:00 p.m.				
10:00 p.m.				
11:00 p.m.				
12:00 p.m.				
1:00 a.m.				

Preguntas Individuales

- ¿Cuántas horas dedico a mis actividades personales? _____ horas
- ¿Cuántas horas dedico a las labores del hogar? _____ horas
- ¿Cuántas horas dedico al trabajo en mi negocio? _____ horas
- ¿Cuántas horas dedico a actividades comunitarias u otras que no son del negocio? _____ horas

c.2. Referencias conceptuales¹⁰

c.2.1. Corresponsabilidad

La corresponsabilidad o el reparto de responsabilidades se define como la distribución equilibrada en el seno del hogar de las tareas domésticas, el cuidado de personas dependientes, los espacios de educación y trabajo, permitiendo a sus miembros el libre y pleno desarrollo de opciones e intereses, mejorando la salud física y psíquica de las mujeres y contribuyendo a alcanzar una situación de igualdad real y efectiva entre ambos sexos.

⁹ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 61-65

¹⁰ *IB/D*. 64-66

c.2.2.División genérica del trabajo

La diferenciación por género de las actividades, responsabilidades y expectativas no ocurre al margen de otras divisiones que estructuran las relaciones entre mujeres y hombres. Una creciente separación entre el ámbito familiar y doméstico, que asigna a las mujeres a las actividades relacionadas con el cuidado de la familia; y las esferas públicas, fuera del hogar, asignadas a la actuación de los hombres, ha dado lugar a una primera división genérica del trabajo (trabajo reproductivo y trabajo productivo). De aquí se deriva una especialización de las mujeres en los roles como madres y responsables del bienestar familiar y de los hombres en los roles como trabajadores que son remunerados, proveedores del sustento económico al hogar. De esta forma, el trabajo remunerado está masculinizado, genera “riqueza”, es visible socialmente, tiene reconocimiento social y proporciona autonomía personal. Por el contrario, el trabajo del cuidado familiar está feminizado, no genera riqueza monetaria, es invisible socialmente, no tiene reconocimiento social ni proporciona autonomía personal y se considera secundario.

Una segunda división genérica del trabajo se produce en el campo del empleo. Cuando las mujeres se incorporan al mercado laboral, constatan que opera en él una segregación sexual que les reserva mayormente ocupaciones y tareas relacionadas con las habilidades, actitudes y cualidades supuestas al género femenino, generalmente una extensión de los roles desempeñados por ellas en el hogar. La asunción social de que el trabajo remunerado es una actividad subsidiaria para las mujeres (pues el estereotipo femenino establece que las actividades maternas y domésticas son su rol principal), convierte a la fuerza de trabajo femenina en una fuerza de trabajo secundaria y justifica las diferencias salariales que existen entre hombres y mujeres en todas las sociedades actuales.

c.2.3.Roles de género

Los roles o papeles de género son comportamientos aprendidos en una sociedad, comunidad o grupo social determinado, que hacen que sus miembros perciban como masculinas o femeninas ciertas actividades, tareas y responsabilidades y las jerarquicen y valoricen de manera diferenciada.

La constante asignación social de funciones y actividades a las mujeres y a los varones naturaliza sus roles. Esta naturalización de los atributos de género es lo que lleva a sostener que existe una relación determinante entre el sexo de una persona y su capacidad para realizar una tarea. Considerar como «naturales» los roles y las capacidades es creer que son inmutables, que no se pueden cambiar.

Reconocer y descubrir que estas características, supuestamente fijas e inamovibles, son asignaciones culturales, es lo que permite transformarlas. Desnaturalizar la percepción que se tiene del ser varón o mujer y reconocer que sus roles y capacidades han sido socialmente adjudicados permite pensar de otro modo los lugares que ambos pueden ocupar en la sociedad.

c.2.4.Ser para otros

Es la concepción que asigna las funciones reproductoras al género femenino. Las mujeres han sido históricamente encargadas de cuidar a los “otros”: padres, esposos, hijos, hijas, enfermos. Es una maternidad extendida y una condición que sobre determina a las mujeres. Una condición interiorizada y que ha limitado el desarrollo de su propio potencial y vitalidad. Una de sus mayores exponentes de esta teoría es la mexicana Marcela Lagarde.

c.2.5.Trabajo reproductivo

Es el trabajo realizado mayormente por las mujeres y se refiere por un lado a la reproducción biológica (maternidad); y por otro, a la reproducción social (crianza, educación, cuidado). Es un trabajo cuyo valor se disminuye por no tener un valor de intercambio monetario, es decir, por no ser remunerado sino más bien asumido con el destino natural de las mujeres. Economistas feministas lo llaman Economía del cuidado y tiene un gran impacto en el mantenimiento y bienestar de los hogares.

c.2.6.Trabajo productivo

El trabajo que abarca las tareas relacionadas con la vida económica, política y social. Los espacios ocupados y adjudicados hasta hoy mayoritariamente por y para los hombres. Tiene que ver con las actividades de carácter mercantil y en las que se ejerce el poder y, por lo tanto, tienen un valor de cambio. A veces están asumidas tanto por hombres como mujeres, aunque en condiciones de desigualdad ya que las mujeres están en posiciones de desventaja. Por ejemplo: insertas en actividades económicas menos rentables, recibiendo salarios más bajos, con niveles educativos inferiores.

c.2.7.Enfatice

- La organización de nuestro tiempo es vital para alcanzar nuestras metas y propósitos.
- El control y buen uso del tiempo en nuestras vidas es clave para empoderarnos. Si dejamos que otras personas lo manejen y lo controlen no estamos empoderándonos.
- Las actividades del negocio requieren tiempo para poder desarrollarse.
- Las tareas del hogar son responsabilidad de todos y todas en la familia, necesitamos negociar con los miembros del hogar una mejor distribución de los tiempos y actividades.
- Necesitamos dedicar tiempo para nosotras mismas y para nuestro cuidado.

Tema d) Gestión de recursos financieros: Control de ingreso y gastos.

d.1. El control de ingresos y gastos (egresos)¹¹

d.1.1. Casos

Caso 1: La distribuidora de doña Mercedes

Doña Mercedes tiene una distribuidora de granos básicos en su casa. Para completar la comida de la familia, cada semana o cuando lo necesita, doña Mercedes se abastece de la distribuidora con productos como arroz, frijoles y otros. Ella no paga por esos productos, esto le dificulta ordenar las cuentas del negocio. Al terminar el mes, doña Mercedes se queda sin suficientes productos en su distribuidora y no tiene claro cuánto necesita para surtir el negocio.

¿Qué consejos daría a doña Mercedes para manejar mejor su dinero y sus cuentas?

Caso 2: Las cajetas de doña Graciela

Doña Graciela vende leche en su casa y elabora cajetas para vender en la terminal de buses. Su cuñada le ayuda a elaborar las cajetas, pero no le paga un salario fijo, si no que le da una ayuda para pagar el preescolar de su niña. Con una parte del dinero de la venta de leche doña Graciela paga la cuota semanal del equipo de sonido que compró para su hijo. Además, paga un préstamo a una microfinanciera, pero como no le ajusta, tiene que completar la cuota con las remesas que recibe de su hermana que vive en Costa Rica.

¿Qué sugerencia le haría a doña Graciela para manejar mejor su dinero y sus cuentas?

CASO 3. El puesto de Rosa

Rosa tiene un puesto en el mercado de La Esperanza, vende ropa, zapatos y al inicio de las clases también vende útiles escolares. Rosa trabaja con dos de sus hijas, las tres organizan el horario de atención a la clientela. Rosa lleva sus cuentas en un cuadernito: los ingresos de la venta, los gastos que realiza y lo que le debe su clientela que le compra al crédito. Para la compra de alimentos y otros gastos de la familia, ella utiliza una parte de la ganancia diaria del negocio y lo anota en otro cuaderno. En su delantal separa el dinero para asegurar la cuota del préstamo. Además, semanalmente guarda cien lempiras para ahorro.

¿Qué sugeriría a Rosa para manejar mejor su dinero y sus cuentas?

d.1.2. Historia de la familia López¹²

Lucrecia es una mujer de 40 años, vive en Ocotepeque con su marido Pedro y sus tres hijos e hijas: Martín, Roberto y Carmen. Lucrecia recientemente finalizó la construcción de su casa y hasta logró su legalización, ahora la casa está a su nombre. Sólo está pagando 200 lempiras mensuales para la puesta de unas ventanas. Pedro trabaja como obrero en una empresa donde acopian arroz. Su salario es de 3,000 lempiras al mes. Además, los sábados acompaña a su cuñado en viajes que hace en camión, por lo que le paga 150 lempiras el día.

Lucrecia por su parte tiene una distribuidora, la que ha ido agrandando gracias a su esfuerzo y el de su familia. Por las tardes, después de clase, sus hijos e hijas apoyan en la distribuidora. Lucrecia, recientemente amplió el local con un crédito que obtuvo de una microfinanciera que trabaja con mujeres, con ese financiamiento ha logrado invertir en el negocio. Mensualmente, Lucrecia aparta de los ingresos del negocio 4,500 lempiras, una cantidad más o menos fija que ella considera como su salario después de separar lo de la cuota del préstamo y el dinero necesario para surtir el negocio.

Su hijo Martín trabaja los sábados como ayudante en un taller de mecánica y gana 150 lempiras, aporta 100 lempira semanales a los gastos de la familia. Finalmente, a Pedro le envía su hermano que vive en España, 20 dólares mensuales. Para alimentación, Lucrecia gasta mil lempiras a la semana. Además, mensualmente gasta 250 lempiras de gas, 150 de agua, 250 de luz y 200 de teléfono. También tienen que pagar 600 lempiras mensuales de colegio y 300 lempiras semanales de transporte.

La semana pasada tuvo que ir al médico con uno de sus hijos y gastó 500 lempiras entre medicinas y exámenes de laboratorio. El mes pasado, Lucrecia le compró a su hija un vestido y un par de zapatos porque la invitaron a una fiesta de promoción, que le costaron 450 lempiras. Gastó además ese mes, 600 en artículos de limpieza y personales. Los domingos, la familia almuerza sopa que le compran a la vecina, más la gaseosa y el helado de la tarde. En total gastan 200 lempiras.

¹¹ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 69-70

¹² IBÍD - 70

Herramienta 2: Control de ingresos y gastos mensuales

Ingresos	Mensual
Ingreso del negocio	4,500
Aporte de otros miembros del hogar	3,000
	600
	400
Ingreso por alquiler	
Remesas	400 (U\$ 20.00)
Otros	
Total de ingresos	L. 8,900
Gastos	Mensual
Alquiler/reparaciones de la casa	200
Agua	150
Energía eléctrica	250
Teléfono	200
Gas	250
Alimentación	4,000
Colegio	600
Universidad	
Transporte	1,200
Vestuario	450
Salud	500
Diversión	800
Otros	600
Total de gastos	L. 9,200
Total ingresos menos total gastos (egresos)	L. -300

d.2. Referencias conceptuales¹³

d.2.1. Gastos del hogar

Son las salidas de dinero (egresos) en concepto de alquiler, reparaciones de la casa, alimentación, vestuario, servicios básicos, transporte, salud, educación, recreación, pago de préstamos, etc.

d.2.2. Ingreso en el hogar

Son todas las entradas de dinero, sean estas en concepto de salarios, alquileres, remesas, aportes de miembros del hogar, etc.

d.2.3. Inversión

Es el empleo de una cantidad de dinero para obtener beneficios o ganancias.

d.2.4. Manejo del dinero

Uno de los requisitos indispensables para el éxito de un negocio es el correcto manejo del dinero. No es simplemente llevar bien las cuentas, sino también tomar las mejores decisiones con respecto al mismo.

Hay algunos principios para manejar correctamente el dinero:

Principio	Razonamiento
Principio Nro.1: La buena administradora	<p>Un negocio es como un árbol que se planta; requiere de tiempo y cuidados antes de poder dar frutos. Si se "extraen" recursos más allá de la capacidad del negocio, pasará una de dos cosas: el negocio no crece o se muere.</p> <p>Para que esto no ocurra, la dueña debe verse como una buena administradora del negocio. En el proceso de empoderamiento de las mujeres, es clave lograr que ellas visualicen que es justo asignarse un monto de dinero por su trabajo.</p> <p>La cantidad que se asigne dependerá de las ventas del negocio. La evolución de esa cantidad de dinero que se atribuye es un aspecto clave de su proceso de empoderamiento.</p>
Principio Nro.2: Debe existir equilibrio entre las entradas y las salidas de dinero.	<p>Las entradas de dinero por ventas tienen que ser superiores a los pagos que se hacen por compra de productos y otros gastos del negocio. Existen dos formas importantes de que entre dinero: por una aportación de dinero que puede venir de un pariente en el exterior, por un préstamo o donación de alguna institución, o por el incremento de las ventas, pero las ventas son lo único que verdaderamente hacen rentable y saludable el negocio, pues si no tenemos ingresos por las ventas, nuestro negocio no crece.</p>

¹³ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 71-72

Principio Nro.3: La ley de la siembra y la cosecha.	Lo que sembremos es lo que vamos a cosechar. Si sembramos poco, cosecharemos poco, si sembramos con abundancia, se cosechará con abundancia. Hay que ofrecer salarios justos a las personas que nos apoyan; en la medida de las posibilidades hay que invertir en cursos de capacitación de nosotras mismas y del personal; invertir en materias primas de buena calidad y en proveedores confiables. No es que se debe reinvertir TODAS las ganancias (aunque al inicio es aconsejable), sino poner en práctica esto de sembrar en vez de querer todas las ganancias.
Principio Nro.4: No adquiera nada que no sepa exactamente cómo lo va a vender o utilizar.	No debemos adquirir cosas innecesarias.
Principio Nro.5: Nunca fiar o dar crédito sin ver las posibilidades que tienen las personas para pagar.	El fiar es como un crédito sin interés. Ambos deben pagarse. Sobre la base del conocimiento y la confianza que tenemos de que la persona va a poder pagar, se puede fiar o dar crédito. Este debe ser registrado y acordada la fecha en que se van a realizar los pagos. Es un grave error acabar fiando o dando crédito con tal de “vender”. En realidad, si no hemos podido cobrar por el producto o servicio, no podemos considerar que hemos vendido.
Principio Nro.6: Procure tener una reserva de efectivo	Los imprevistos ocurren. Procuremos tener una cantidad de dinero como reserva para poder enfrentar algunos imprevistos que puedan presentarse.

e) Guion metodológico

Taller: Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras y gestión de recursos financieros.

Temas para trabajar:

- Un día en la vida de las mujeres.
- División genérica del trabajo.
- Control de ingreso y gastos.

Duración:

- 2 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Promover el empoderamiento económico y social de las mujeres y jóvenes lencas, comprendiendo por qué brindar oportunidades iguales de desarrollo empresarial bajo el enfoque de equidad de género.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
15 minutos	Presentación del proceso de formación, objetivos y dinámica del taller módulo 4. Reforzar los contenidos.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo. La facilitadora o facilitador realiza un repaso de lo visto en el módulo anterior.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de formación / guion metodológico, módulo 4. • Lluvia de ideas.
30 minutos	Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras	Manejo del Tiempo <ol style="list-style-type: none"> 1. Se solicita a las participantes que por unos minutos recuerden todas las tareas y actividades que realizan en un día normal. La facilitadora invita a las participantes a completar, de manera individual, la Herramienta: Un día en mi vida y entrega a cada participante una hoja con el cuadro 2. Se explica que las actividades se dividen según sean personales, de la casa o el hogar, del negocio y comunitarias, especificando el tipo de tarea que se hace, por ejemplo: ver telenovelas, despachar en el negocio, preparar el almuerzo para la familia o asistir a reuniones comunitarias. 3. Una vez que han completado el cuadro, se pide a las participantes que contesten las siguientes preguntas. <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuántas horas dedico a mis actividades personales? • ¿Cuántas horas dedico a las labores del hogar? • ¿Cuántas horas dedico al trabajo en mi negocio? • ¿Cuántas horas dedico a actividades comunitarias u otras que no son del negocio? <p>Con base a estas respuestas se pregunta a las participantes para que respondan en un hoja de respuestas personales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo me siento con la manera en que distribuyo mi tiempo? • ¿Cómo puedo hacer una mejor distribución de mi tiempo? • ¿Qué cambios me gustaría hacer? ¿Necesitaría dedicar más tiempo a las actividades de mi negocio? ¿Qué cambios puedo hacer? 	<ul style="list-style-type: none"> • Herramienta 1: Un día en mi vida. • Hoja de respuestas personales.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
		<ul style="list-style-type: none"> ¿Necesito hacer una mejor distribución de responsabilidades entre los miembros del hogar? ¿Cómo lo puedo hacer? ¿Necesito destinar más tiempo para mí misma? ¿Cómo lo puedo lograr? 	
15 minutos	<p>Manejo del tiempo para mujeres emprendedoras</p> <p>Trabajo de grupo para sensibilizar a las participantes sobre la importancia de destinar tiempo para ellas mismas y una mejor distribución de las tareas del hogar.</p>	<p>División genérica del trabajo</p> <ol style="list-style-type: none"> La facilitadora solicita a varias voluntarias que compartan sus trabajos individuales de la tabla sobre el uso de su tiempo. Identificando el tiempo máximo de trabajo realizado por las participantes para las tareas domésticas (trabajo reproductivo); y el trabajo que genera ingresos monetarios (trabajo productivo), analizando la relación de los negocios con la dinámica del hogar, los roles de género, aportando conceptos como la división genérica del trabajo, el trabajo productivo y reproductivo. Luego solicita a las participantes que compartan sus sentimientos y reflexiones sobre las preguntas dadas. Finalmente, se reflexiona sobre cómo las mujeres han sido formadas desde la idea de “ser para otros”, que determina los tiempos para sí y los tiempos para otros; y las implicaciones para el desarrollo personal, su salud y desarrollo como empresaria. Además, reflexionar sobre la necesidad de optimizar el tiempo que le dedican al negocio, la distribución equitativa de las tareas en el hogar, o sea la corresponsabilidad, así como dedicarse tiempo ellas mismas para su cuidado personal, descanso, capacitación o participación en organizaciones de mujeres u otras en defensa de sus derechos. 	<ul style="list-style-type: none">
30 minutos	<p>Gestión de recursos financiero: Control de Ingreso y Gastos</p>	<p>Definiciones claves.</p> <ol style="list-style-type: none"> Se divide a las participantes en tres grupos. A cada grupo se le entrega una ficha con un caso de estudio para que lo lean, analicen y respondan la pregunta que se encuentra al final de cada caso. Se les indica que deben escoger a una persona como vocera, y que deben escribir la respuesta de la pregunta en un papel para presentarla en la plenaria. <ul style="list-style-type: none"> CASO 1. La distribuidora de doña Mercedes CASO 2. Las cajetas de doña Graciela 	<ul style="list-style-type: none"> Fichas de casos.
30 minutos	<p>Gestión de recursos financiero: Control de ingreso y gastos</p> <p>Trabajo grupal para reflexionar sobre la importancia de separar el dinero del negocio del dinero del hogar y para sensibilizar a las participantes sobre la importancia de llevar un control de ingresos y gastos del hogar</p>	<p>El control de ingresos y gastos (egresos)</p> <ol style="list-style-type: none"> La facilitadora invita a las participantes a explicar lo que entienden por ingreso y gasto (egreso). La facilitadora escribe ambos términos en un papel y anota primero lo que las participantes entienden por ingreso; y luego lo que entienden por gasto (egreso), para lo cual invita a que se ayuden con ejemplos. Se introducen ambos conceptos y se explica la importancia de llevar correctamente el registro de ingresos y gastos (egresos) en el hogar a fin de ordenar las cuentas y orientar los gastos en correspondencia con los ingresos. Luego, con el apoyo de un papel, la facilitadora explica La Herramienta: Control de ingresos y gastos mensuales y detalla la manera de llenarla con los datos que aparecen en la Historia de la familia López. Se pide a una de las participantes que lea en voz alta la historia; otra participante, con apoyo de la facilitadora va llenando la tabla ubicando los datos, según corresponda a ingresos y gastos. Al finalizar de llenar la tabla, basándose en las preguntas que siguen, se analiza la manera en que la Familia López maneja el dinero: <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuáles son los gastos más importantes de la familia López? ¿Qué gastos deben reducir? ¿Cómo pueden ahorrar? La facilitadora reitera en la necesidad de llevar un control de gastos familiares que les permita saber cuánto y en qué actividades están utilizando el dinero. 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación PowerPoint Lápices, marcadores

MÓDULO 5

Tema e) Manejo de recursos: inventarios toma de decisiones y control¹⁴

a) La historia de Martha

Martha se dedica a hacer rosquillas y las vende en su casa. Hace algunos años, Martha decidió que quería poner su propia venta de rosquillas y los sábados hacer nacatamales para cubrir los gastos de mantenimiento de la familia.

Martha inició con unos pocos ahorros que obtuvo de la venta de unas vacas que le heredó su papá. Después de unos meses, y al tener más clientela, se dio cuenta que necesitaba hacer una inversión para la construcción de un horno grande y la compra de materiales. Fue así como comenzó a trabajar con una institución microfinanciera que le ofreció crédito. El monto que le dieron era un poco bajo, ya que no tenía suficientes garantías para respaldar el préstamo y el tamaño del negocio tampoco lo permitía. Sin embargo, después de un año, como ha manejado correctamente el préstamo pagando sus cuotas a tiempo, le aumentaron el monto. Martha ha logrado hacer algunas inversiones en el negocio como la compra de un ecofogón, aunque no las suficientes porque ha destinado una parte para gastos del hogar, como la ampliación de uno de los cuartos de la casa y la compra de unos platos.

Ahora, con la venta de nacatamales ha aumentado sus ganancias, las que ha reinvertido en el negocio comprando algunas mesas y sillas para que los sábados y domingos su clientela pueda comer en el lugar. Con el aumento de las ventas, Martha está pensando contratar personal, ya que a pesar del apoyo de sus hijo e hija, Carla y Pedro, el negocio demanda más trabajo.

La institución con la que trabaja Martha está ofreciendo capacitaciones para el manejo del negocio. Es la primera vez que a ella le ofrecen participar en algún curso y aunque quiere asistir, no está segura ya que es una vez a la semana en las tardes, que es cuando llega más gente a comprar a su negocio.

Recientemente, una organización de mujeres de la zona llamada “Mujeres Unidas” se han agrupado para vender sus productos y para juntas comprar insumos más baratos. Le han ofrecido a Martha que haga un mayor número de nacatamales y rosquillas para comercializarlas en un mercadito que se instala todos los sábados en la ciudad. Martha considera que es una gran oportunidad, aunque tiene un poco de temor de salir a vender fuera. Todavía no sabe qué hacer.

Herramienta 3: Las decisiones de Martha

Responda sí o no según la opinión del trabajo en pareja

Decisiones que debe tomar Martha

Si No

Martha tomó una buena decisión al invertir los ahorros producto de la venta de las vacas en el negocio.

Las decisiones de Martha responden a una visión de ampliar su negocio.

Martha debe utilizar el crédito sólo para el negocio.

Los bienes de Martha tendrían que estar a su nombre.

Martha debe invertir en el negocio parte de su ganancia para hacerlo crecer.

Martha debe ir a la capacitación porque es bueno para su negocio.

Martha puede vender sólo en su comunidad porque en la ciudad le puede salir muy caro.

Martha podría destinar parte de su ahorro para su consumo personal.

Martha sólo debería contratar a una persona y seguir contando con el apoyo de sus hijos e hijas para mantener sus márgenes de ganancia.

Martha puede organizarse con las “Mujeres Unidas” para comercializar sus rosquillas y nacatamales.

Martha debe ser quien tome las decisiones sobre el crédito, la ganancia del negocio y la inversión.

a.1. Inventario de recursos

Inventario de recursos de Martha

Horno	Dinero	Insumos	Organización “mujeres Unidas”	Casa
Familiares que ayudan en el negocio	Crédito	Mesas, sillas	Capacitación	Eco fogón

a.2. Definiciones

a.2.1. **Recursos humanos:** Son las personas que trabajan y colaboran con el negocio, con sus experiencias, conocimientos, actitudes, aptitudes, habilidades y destrezas, entre otros.

a.2.2. **Recursos materiales:** Son los bienes con que se cuenta para prestar el servicio o hacer el producto: el local, la materia prima, maquinaria y equipos, computadora, teléfono, etc.

a.2.3. **Recursos financieros:** Son los recursos monetarios propios y ajenos con los que cuenta el negocio, indispensables para su buen funcionamiento y desarrollo, pueden ser: dinero en efectivo o sea capital de trabajo, préstamos, créditos bancarios.

¹⁴ De Montis M., Morin S., Palacios A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras*. Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM). Managua, Nicaragua, pág. 73-80

a.2.4. Otros recursos: Incluyen la tecnología productiva y la capacitación, información, alianzas, asesorías técnicas, etc.

Herramienta 4: Los recursos de Martha

Recursos de Martha
Recursos humanos
Recursos materiales
Recursos financieros
Otros recursos

a.3. Referencias conceptuales

a.3.1. Acceso y control de recursos

El acceso a los recursos hace referencia a las oportunidades que las personas tienen de hacer uso de estos. El control sobre los recursos se refiere a la toma de decisiones sobre el uso y el beneficio de los recursos. El acceso y control de los recursos por parte de las mujeres se considera una acción estratégica para su empoderamiento, ya que favorece su autonomía económica para tomar decisiones como ciudadanas con derechos propios.

a.3.2. Ahorro

Cantidad de dinero que se reserva para futuras necesidades. El ahorro es también parte del ciclo económico y consiste en apartar una parte de los ingresos o salario provenientes del trabajo (en una empresa, en el gobierno o por cuenta propia), por la venta de una propiedad, liquidación o herencia. Pero generalmente el dinero proviene del trabajo. Sin embargo, a muchas mujeres no se les paga, aunque trabajen. El ahorro en dinero significa salvar una parte de los ingresos provenientes del esfuerzo propio para que al acumularse se utilicen después ya sea para una inversión, una emergencia, diversión, etc. Las mujeres tienen la experiencia en ahorrar que no es lo mismo que comprar más barato, (economizar). Las mujeres economizan cuando compran más barato y buscan siempre estirar el dinero.

a.3.3. Crédito

El crédito es un préstamo en dinero donde la persona se compromete a devolver la cantidad solicitada en el tiempo o plazo definido según condiciones establecidas por el que presta.

a.3.4. Trabajo infantil

Es aquel que perjudica el desarrollo integral del niño, niña evitándole el sano desarrollo y disfrute de las distintas etapas esenciales de su vida.

a.3.5. Enfatices

- Es importante reflexionar y discutir por qué las mujeres han tenido históricamente una desigualdad en el acceso a los recursos, como es el caso de heredar ganado y no tierra.
- Muchos negocios de las mujeres surgen ante la necesidad de generar ingresos para la manutención de la familia.
- Las mujeres, en comparación a los hombres, tienen mayores dificultades para acceder a la capacitación y al crédito debido a la escasa posesión de garantías y el tamaño de los negocios.
- Una buena práctica de ahorro puede conducir a realizar inversiones en el negocio o destinarlo para un proyecto de cuidado o desarrollo personal como la capacitación, o para mejorar las condiciones de la familia.
- La práctica del ahorro siempre es posible con un poco de planificación y uso eficiente de los recursos.
- El crédito puede representar una oportunidad para el desarrollo de los negocios, siempre que se maneje adecuadamente (monto acorde a las condiciones del negocio y posibilidades del pago; destino hacia el negocio y no hacia otras necesidades fuera de la actividad económica; pago cumplido de las cuotas).
- El negocio requiere inversión de capital para su consolidación y crecimiento.
- Tener una visión clara de hacia dónde queremos llevar el negocio, puede contribuir a tomar decisiones y acciones acertadas. Nos puede ayudar también a tener un pensamiento más estratégico, por ejemplo, contratar personal adicional.

- Es necesario aprovechar las oportunidades de capacitación y asesoría técnica que nos permitan desarrollar nuestras competencias empresariales y manejar mejor nuestros negocios.
- Las alianzas pueden ser una oportunidad de sumar esfuerzos para gestionar recursos, disminuir costos, ampliar mercados, comercializar nuestros productos y fortalecer la organización de mujeres empresarias para la defensa de sus derechos.
- Los miembros de la familia que apoyan el negocio son recursos que se deben valorar, ya que su trabajo tiene un costo económico, pero hay que cuidar de no exponer a los riesgos del trabajo infantil a los menores de la familia.
- Deben estar atentas al entorno, mercado, para ampliar las oportunidades del negocio y asumir retos que nos conduzcan a nuestra visión. Por ejemplo, vender las rosquillas y nacatamales en una nueva plaza de mercado.

L. Guion metodológico: Taller: Manejo de recursos

Temas para trabajar:

- Inventarios toma de decisiones y control

Duración:

- 2 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Reforzar la “mentalidad empresarial” entre las mujeres y jóvenes leucas de bajos recursos dedicadas a pequeños negocios y empresas para potenciar esfuerzos en marcha y a futuro.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
30 minutos	Presentación del proceso de formación, objetivos y dinámica del taller módulo 5. Reforzar los contenidos.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo. La facilitadora o facilitador realiza un repaso de lo visto en el módulo anterior.	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de formación / guion metodológico, módulo 5. • Lluvia de ideas
1 hora	Manejo de recursos: inventarios toma de decisiones y control.	Inventario de recursos <ol style="list-style-type: none"> 1. La facilitadora invita a las participantes a revisar el siguiente inventario de recursos de Martha con el objetivo de completarlo. Se coloca en un papel en un lugar visible y solicita a una voluntaria que le apoye a verificar los recursos que posee Martha marcando con una “x” en cada casilla y agregando aquellos que hagan falta. La facilitadora termina este momento haciendo una lectura de todos los recursos inventariados. 2. Al terminar el llenado de la herramienta, la facilitadora basándose en el inventario de los recursos de Martha lee las siguientes preguntas para generar un debate en plenaria: <ol style="list-style-type: none"> a. ¿Qué recursos Martha no está manejando correctamente? y ¿por qué? b. ¿Qué recomendaciones le damos para mejorar el manejo de los recursos de su negocio? 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoja del inventario de Martha • Herramienta 4: los Recursos de Martha
30 minutos	Evaluación del taller	Cada participante evalúa el taller en términos de aprendizaje. Cada una plantea que se lleva en su maleta de viaje de regreso a su casa/comunidad.	

MÓDULO 6

Tema e) visión empresarial para mujeres desde las redes digitales

e.1. Negocios desde casa para mujeres emprendedoras.

«No sabía lo que quería hacer, pero sabía la mujer en la que quería convertirme». Estas son palabras de Diane von Fürstenberg, emprendedora y famosa diseñadora de moda. Y tú, ¿también tienes alma de emprendedora, pero no sabes en qué negocio comenzar? Aquí verás lo fácil y la poca inversión que conlleva montar un negocio desde tu hogar. ¿Nuestro objetivo? Darte el pequeño empujoncito que quizás necesites con estas ideas de negocios desde casa para mujeres.

Acá te contamos paso a paso cómo emprender un negocio desde tu casa. Las opciones sobran: desde cocina y repostería casera, confección de tu propia línea de ropa, venta de manualidades... hasta negocios online. Lo mejor es que los pueden iniciar amas de casa, madres solteras, personas mayores y todas aquellas mujeres que sientan que es el momento para comenzar un negocio propio.

¿Y cuáles son las ventajas de los negocios desde casa? En primer lugar, dispondrás de más tiempo para estar junto a tus hijos y familia. Dile adiós a los horarios tradicionales y da la bienvenida a la flexibilidad laboral. ¿En qué horas eres más productiva? ¿En la mañana, en la noche, en la madrugada...? ¡Tú misma administrarás tus horarios de trabajos! Además, son negocios que requieren mínima inversión.

e.2. ¿Cómo pensar y visualizar mi negocio?

Para empezar «con el pie derecho» tu negocio debe, en primer lugar, tener en cuenta una serie de aspectos. A continuación, te mostramos paso a paso qué debes hacer para emprender desde casa.

a) ¿Cuáles son tus pasiones?

Las manualidades, la repostería, dar clases, cocinar... ¿Qué es lo que más te apasiona? El primer paso para montar un negocio desde casa es descubrir aquello que te gusta hacer y en lo que podrás ser excelente.

Hacer algo que no te gusta, o con lo que no te sientes complacida, puede disminuir considerablemente tu motivación... Tenlo en cuenta a la hora de decidir qué negocio puedes emprender.

Si eres de las que tiene bien claro qué es lo que sabes y disfrutas hacer, ¡felicidades! En cambio, si no lo sabes puede ayudarte pensar qué haces en tus tiempos libres, qué actividades te celebra tu familia o simplemente soñar un poquito sobre aquello que te apasionaría desarrollar.

b) Y eres buena en...

Listo, ya tienes más o menos una idea clara de lo que te gusta. Ahora es el momento de definir si tienes habilidad para esa pasión o no. Por ejemplo, si te gusta la repostería y quieres montar un negocio de dulces para vender, pero no has hecho un postre en tu vida, tienes dos opciones. La primera es aprender, que te llevará un poco de estudio y esfuerzo. La segunda es montar el negocio y subcontratar a un empleado para que elabore los dulces. Evidentemente, esta última opción supondría un costo extra (el salario del trabajador) y no se trataría de un negocio con poca inversión.

Por eso, lo ideal para montar un negocio desde casa sería conjugar lo que te gusta hacer y tus habilidades, conocimientos, etc.

Organiza tus ideas, define en qué eres buena y visualiza tus posibles negocios. ¡Te ayudará hacer una lista!

c) ¿Existen riesgos? ¿Cuáles?

Aunque sean negocios con poca inversión, ello no significa que no existan riesgos. Son mínimos, es cierto, pero los hay. ¿Qué debes hacer para evitar fracasar? Lo primero es analizar los riesgos de montar los negocios que tengas en

tu lista del paso anterior. Por ejemplo, puede tratarse de un negocio que conlleve una inversión que no estás dispuesta a asumir o que requiera demasiado tiempo... Los riesgos pueden ser varios y dependen del tipo de negocio. Por eso, necesitas dedicar un momento a pensarlos en detalle.

Ahora bien, tampoco se trata de que no exista ningún riesgo, es poco probable, la idea es que este sea el menor posible.

¡Vuelve a tu checklist y comienza a descartar ideas!

d) ¿A qué aspiras?

Pensar un negocio no es solo establecer qué te gusta, conocer sus riesgos, etc., sino también definir cuánto quieres obtener como ganancias, qué cantidad de horas le dedicarás, etc.

e) El momento de la decisión

Tantarantán... y el elegido es... Sí, ya estás en este paso debes haber descartado varias opciones de tu lista. ¿Con cuál te quedas? Quizás te parezca esta la parte más complicada. Si ya tenías solo uno en mente, ¡vas por buen camino! Pero si tienes varias ideas, analiza los pros y los contras de ellas y determina un ganador.

e.1. ¿Cómo emprender negocios desde casa para mujeres?

Ya tienes en mente tu negocio ideal. Ahora es momento de ponerlo en marcha. Tu guía, tu mano derecha, tu mejor aliado, el que evitará grandes errores, ese es tu plan de negocio. Por eso, bajo ningún concepto puedes saltar la redacción de tu plan de negocio. Este incluirá la descripción de tu negocio, el público al que va dirigido, los competidores, entre otros aspectos. Recuerda que el plan de negocio es como un mapa que te indicará las rutas a seguir. Idealiza tu negocio y plasma en el plan hasta el más mínimo detalle de lo que será

No te preocupes que a continuación te detallamos paso a paso cómo montar tu negocio desde casa para mujeres.

a) Establece tu propuesta de valor, tus objetivos y el nombre de tu negocio

¿Soluciona algún problema lo que venderás o los servicios que ofertarás? ¿Cuáles son las ventajas competitivas? Son todas las interrogantes que deberás responder en este paso. Además, es el decisivo momento de definir el nombre de tu negocio. Trata de que sea original, llamativo y fácil de recordar.

b) Analiza las tendencias del mercado

Se trata de hacer un examen lo más exhaustivo posible del mercado. Es decir, debes conocer cómo se ha comportado en los últimos años el mercado en el que vas a emprender. ¿Ha aumentado la demanda del producto o servicio que ofreces? ¿Cómo tu negocio satisfará esa demanda?

c) Define tu público objetivo

Sí, el cliente al que pretendes llegar es muy importante que lo defines desde el principio. Por ejemplo, si vas a abrir un negocio de uñas, será solo para mujeres o también darás servicios a caballeros, etc. Define las edades, los gustos, las profesiones de tus potenciales clientes.

d) Estudia la competencia

Analizar la competencia te puede orientar sobre los precios, los canales que utilizan para promover su negocio, sus estrategias. No se trata de copiar lo que hacen ellos, todo lo contrario. Trata de ser creativa y establecer algo que te haga diferente a ellos.

e) Establece los precios

Es momento de echar mano de todo lo que analizaste relacionado con tus competidores. Tus precios deben estar dentro del rango de tus competidores. Pero ¡jojo! eso no significa que debas establecer precios por debajo. Solo te orientarán, ¡tu producto o servicio vale lo que vale!

f) Canales de distribución

Que sean negocios desde casa no implica que las ventas sean desde tu domicilio. Debes fijar cómo los clientes obtendrán tus productos o servicios. Por ejemplo, si montas un negocio de comidas para vender, tu hogar será el lugar de preparación y quizás donde los clientes puedan venir a recoger sus encargos. Sin embargo, también hay otras formas de distribución como, por ejemplo, servicio a domicilio, carritos de venta, entre otros.

g) Canales de publicidad

¿Quién conocerá tu negocio si no lo promocionas? Salvo a tu familia, amigos más cercanos, compañeros del cole de tus hijos, no llegarás a más personas si no estableces canales factibles para publicidad.

Uno de los más viables, por la gran cantidad de adeptos, son las redes sociales. Y si tu público es juvenil, ellas serán una forma ideal para conseguirlos. De hecho, según el estudio «[The Global State of Digital in 2019](#)» de Hootsuite y We Are Social, la audiencia que más utiliza las redes sociales se encuentra en un rango de edad de 18 a 34 años. Prueba como Facebook e Instagram.

Otro canal de publicidad con poca inversión puede ser la repartición de volantes por tu barrio. Si tu negocio va bien, puedes probar pagando publicidad en sitios webs con alto número de lectores.

h) Inversión

Llegamos al punto de los números. Los negocios desde casa para mujeres pueden requerir de muy poca inversión. Sin embargo, sería bueno que, como otros de los pasos a seguir, definas qué necesitas para comenzar el negocio.

Por ejemplo, un negocio como crear una línea de ropa de bebés para vender, conlleva tener una máquina de coser, invertir en telas, etc. Quizá necesites hacer alguna reforma en tu hogar para adaptar el espacio, por ejemplo, si vas a montar una guardería.

Echa un vistazo a los negocios para mujeres con poca inversión que te mostramos más adelante.

i) La comercialización y la venta en Internet.

La comercialización en Internet implica la publicidad en línea para llegar a los clientes potenciales. Requiere creatividad como el diseño, el desarrollo y aspectos técnicos como la comercialización y la publicidad.

- La comercialización de afiliados,
- la comercialización por correo electrónico,
- la comercialización de motores de búsqueda y
- la publicidad interactiva son todas facetas diferentes de la comercialización en Internet.

También incluye las ventas, las relaciones públicas, la gestión de la información y el servicio al cliente.

Desde la llegada de Internet, se utiliza ampliamente para todo tipo de fines. Entre las ventajas de Internet, algunas ayudan a hacer negocios, compras, etc., desde la comodidad de la casa. Según una investigación,

una cuarta parte de los usuarios de Internet compran en línea. También ha contribuido al crecimiento del comercio electrónico y la comercialización por Internet forma parte del comercio electrónico.

Las técnicas de comercialización directa, como los anuncios de radio y televisión, los correos y los boletines de noticias, son la inspiración de la comercialización por Internet, que implica estrategias de comercialización de respuesta directa y está creciendo rápidamente. La comercialización de empresa a empresa, también conocida como B2B, y la de empresa a consumidor, también conocida como B2C, son los dos modelos empresariales a los que puede vincularse la comercialización en Internet. Las empresas B2C fueron las primeras en iniciarse cuando se originó la comercialización por Internet. Son empresas que venden directamente a los clientes. Las empresas B2B están destinadas a hacer negocios entre sí.

Los sitios web creados para la comercialización en Internet son ligeramente diferentes de los demás. Hay sitios web con modelos de igual a igual que se utilizan para intercambiar productos y servicios entre sí. Otro es el de «nombra tu precio», en el que los clientes tienen que especificar el rango de precios en el que pueden gastar y seleccionar los productos que entran en ese rango de precios. *Priceline.com* es un ejemplo de ese tipo de sitio web. *Amazon.com* es un sitio web que se basa en el modelo de «encuentra el mejor precio», donde los clientes pueden encontrar los precios más bajos. Por último, están los sitios de subastas en línea, donde los artículos se ofertan. *Ebay.com* es un ejemplo.

Las empresas que utilizan la comercialización por Internet tienen una ventaja. No necesitan poner grandes cantidades de energía y tiempo en el Marketing de Internet como otros métodos tradicionales. Con la ayuda de pocos recursos se puede llegar a los mercados nacionales e internacionales. Debido a la muy baja inversión, incluso las pequeñas empresas se están volcando a la comercialización en línea. Se han desarrollado sitios web y blogs para este propósito. La comercialización por Internet es ventajosa en el sentido de que los datos se pueden obtener fácilmente en la Internet. Los boletines pueden enviarse directamente a los clientes y si no contienen la información que buscan, éstos pueden buscar información sobre el producto en línea, tomar una decisión y comprarlo en línea por sí mismos.

Uno de los factores que obstaculizan el crecimiento de la comercialización en línea es el retraso en la carga de la página. Las páginas web que tardan mucho tiempo en descargarse ponen a prueba la paciencia del consumidor. Además, si los negocios diseñan páginas web complejas con muchos gráficos y animaciones, se reducirá la velocidad aún más. Otro punto negativo de la comercialización en línea es que los clientes no pueden sentir, saborear, oler o probar los productos para tomar una buena decisión. Para superar esto, algunas de las tiendas en línea han creado políticas liberales de devolución con la ayuda de las cuales la satisfacción del cliente está garantizada.

Otra de las mayores amenazas de las compras en línea es el robo de identidad. Al pagar en línea con tarjetas de crédito, los cheques electrónicos son susceptibles a los piratas informáticos y la información puede ser robada y utilizada. Se ha atrapado a muchos piratas informáticos y sitios web que estaban involucrados en la compra y venta de información personal. La mayoría de los sitios web han adoptado medidas e incorporado una buena seguridad en sus sitios web. Uno de los mejores métodos es la encriptación. Cuando los datos se transfieren entre dos computadoras, existe la posibilidad de que un hacker los intercepte. Así pues, los datos se modifican aplicando algún algoritmo de cifrado y se envían a través de la red y, al recibirlos, se aplica el algoritmo de descifrado para devolverlos a su forma original.

La venta en línea está influyendo en todo tipo de negocios como la banca, la publicidad, la música, etc. En lugar de ir a una tienda para comprar cassettes y CDs, se puede comprar música en línea. Las transacciones

bancarias como el depósito, el retiro, la transferencia de fondos y el pago de facturas se realizan en línea. Miles de millones de dólares se invierten cada año sólo en publicidad en línea.

j) Principales ventajas de la comercialización por Internet para su negocio

El marketing en Internet se ha vuelto cada vez más popular entre las empresas, después de descubrir la cantidad de beneficios que ofrece para promocionar productos y servicios en línea, se ha convertido en el medio líder de marketing en todo el mundo.

A diferencia del marketing masivo, que efectivamente despierta el interés de la audiencia local a través de anuncios de radio, periódicos y medios impresos, el marketing en Internet permite a las empresas fomentar una relación más personal con sus consumidores de todo el mundo, pues las empresas pueden entregar contenido a sus clientes a través de una comunicación personalizada y rentable.

Con todos los beneficios que puede ofrecer a su empresa, desarrollar una campaña profesional de marketing en Internet puede atraer a más clientes a su producto o marca para hacer que su negocio crezca más.

A continuación, presentamos algunas ventajas de las que puede gozar su negocio gracias al marketing por internet:

a) Conveniencia y servicio rápido.

La increíble comodidad es una de las mayores ventajas. Internet tiene una accesibilidad extremadamente fácil para los consumidores y llegan a los mercados en cualquier parte del mundo. Debido a esto, la compra de productos a través de las fronteras ahora reduce el costo del transporte.

Para los importadores, esta es una gran ventaja, ya que significa que pueden realizar pedidos en línea desde la comodidad de su hogar. Además, puede rastrear fácilmente los artículos de venta en línea a medida que se abren camino en la entrega. Puede descargar productos digitales de Internet con solo un clic. Este tipo de comercialización es excelente para los negocios, ya que brinda a los consumidores una experiencia de compra mejor y más cómoda.

b) Bajo costo para las operaciones

Una de las principales ventajas del marketing en línea para empresas es su bajo costo operativo. Puede anunciarse más barato que con los métodos tradicionales de publicidad. Adicional puede obtener fácilmente un listado gratuito en una amplia gama de directorios comerciales.

Además, Internet le permite comunicarse más con sus clientes en comparación con la forma en que los contactaría tradicionalmente. La comunicación en línea es más asequible, como el envío de folletos por correo e impresión. Por ejemplo, puede enviar la misma información en un correo electrónico en lugar de folletos, lo que le permite ahorrar en impresión y papel.

c) Medir y seguir los resultados

Un aspecto del marketing en Internet que rara vez está disponible con el marketing tradicional es la capacidad de medir y realizar un seguimiento de los resultados. Con el marketing en línea, su empresa puede utilizar diversas herramientas para realizar un seguimiento de los resultados de sus campañas publicitarias. Con estas herramientas, no solo puede medir y realizar un seguimiento, sino también ilustrar el progreso de su campaña de marketing en gráficos detallados.

La medición y el seguimiento de los resultados le dan a su empresa una mejor idea de cómo le está yendo a su campaña de marketing. Le da una idea de cómo puede aumentar su tráfico, clientes potenciales, ventas y conversiones.

d) Orientación demográfica

La comercialización de sus productos y servicios en línea le brinda la posibilidad de dirigirse a un público basado en la demografía. Esto le permite concentrar sus esfuerzos en la audiencia que realmente desea ofrecer a sus productos o servicios. Con la orientación demográfica, puede orientar mejor sus esfuerzos de marketing en regiones demográficas específicas.

Esto le brinda la capacidad de dirigirse a clientes específicos que cree que pueden comprar su producto o contratar sus servicios. Cada vez que alguien visita su sitio web y rellena un formulario, le da una idea de quiénes son realmente sus clientes y le permite descubrir detalles importantes sobre ellos, como la edad y los intereses, que mejor configuran sus servicios para satisfacer sus necesidades.

e) Marketing global

La capacidad de comercializar sus productos y servicios a nivel mundial es una de las mayores ventajas del marketing global para empresas. Dentro de varios meses de mercadeo agresivo, puede asegurar a millones de espectadores y llegar a grandes audiencias de todo el mundo.

Con el marketing en Internet, puede llegar fácilmente más allá de su geografía para ofrecer sus productos o servicios a clientes de todo el mundo. Dondequiera que esté su público objetivo, puede llegar fácilmente a ellos 24/7 y desde cualquier lugar. Si su audiencia se compone de más que su mercado local, la comercialización global le ofrece una gran ventaja.

f) Habilidad para realizar múltiples tareas

Uno de los beneficios principales del marketing en línea es su capacidad para manejar a millones de clientes al mismo tiempo. Mientras la infraestructura de un sitio web sea eficiente, numerosas transacciones pueden realizarse de forma simultánea.

Sin embargo, incluso con una gran cantidad de transacciones en curso, su sitio web es capaz de brindar un servicio satisfactorio a cada cliente que realiza una compra en línea, sin el riesgo de una satisfacción menor. Esta alta adaptabilidad del marketing en Internet es un beneficio importante que las empresas pueden aprovechar para brindar a sus consumidores la mejor experiencia de compra.

g) Marketing 24/7

La comercialización del Internet reduce el costo y funciona todo el día. Eso significa que sus campañas de marketing se ejecutan las 24 horas del día, los 7 días de la semana ya que no le limita el horario de apertura. Al mismo tiempo, no estaría preocupado por el pago de horas extras para su personal.

Además de esto, no hay ninguna diferencia horaria regional o internacional de la que deba preocuparse, de manera tal que no se verá afectada la disponibilidad de sus ofertas o campañas en línea. Cada vez que alguien abre su computadora y se conecta a Internet, existe una mayor probabilidad de que vean su campaña de marketing. Además, los clientes pueden buscar su producto en el momento más conveniente.

h) Marketing automatizado y con conocimientos tecnológicos

Otra ventaja del marketing en Internet es que la comercialización de esta manera es fácil con la automatización de un clic. Dándole la oportunidad de convertir todos los aspectos de las operaciones de su negocio en un sistema totalmente automatizado. Todo lo que necesita hacer es encontrar la herramienta y la tecnología adecuadas para su campaña de marketing y listo. Al automatizar su campaña de marketing, puede elegir hacer algo más valioso con su tiempo.

i) Servicio de transacciones instantáneas

Ejecutar transacciones es fácil y casi instantáneo en línea. Puede hacer esto a través de un servicio de pago digital para que no haya necesidad de un efectivo entre el vendedor y el cliente para comprar y vender mercancía. Todo esto es posible debido a las soluciones de procesamiento de pagos ejecutadas por compañías de procesamiento de pagos de terceros, como PayPal.

j) 10 consejos para que las mujeres emprendedoras vendan por Internet.

1. **Identifica tu potencial.** Esto denota encontrar tus habilidades más fuertes, esas creaciones que te hacen única, y de alguna manera, pueden contribuir a los demás. “Como vía de ejemplo: si te sientes fuerte o demuestras afinidad con la creación de comida saludable, diseño de accesorios o comercialización de productos o servicios que mejoren la calidad de vida de los demás, este es un buen inicio para que comiences tu camino al emprendimiento”.
2. **Toma nota.** Aunque parezca básico, la mejor herramienta que debes tener a la mano es un cuaderno, hojas, Tablet o un celular, para acceder a cualquier hora y escribir todas las ideas que lleguen a tu mente. “**Documentar todo lo que piensas** desde el inicio de un proyecto para planificarlo, es una de las claves para iniciar con buen pie tu negocio”, dijeron las voceras.
3. **Investiga y define el público objetivo.** Una vez definido el producto o servicio a comercializar, se debe realizar una prueba piloto aplicada a una pequeña segmentación del público al cual le pueda interesar. Por ejemplo: Si en la actualidad existen personas solteras, que viven solas, no tienen tiempo de cocinar en casa y les gusta cuidar su alimentación, una oportunidad de negocio sería ofrecer a este tipo de público, un menú saludable de lunes a domingo, que tenga una preparación de bajo contenido calórico, logrando así que lo único que deba hacer el comensal o cliente sea recibirlo en su casa y calentarlo.
4. **Planea y define el plan de negocio.** Si el producto fue aceptado, el siguiente paso es comenzar el proceso de emprendimiento, estructurar un catálogo de productos (en caso de que pueda desarrollarse una línea), estimar sus costos, analizar el mercado para definir los precios, crear una marca e identificar los canales digitales para la venta. Estos canales son los más recomendados por cuanto tienen mayor alcance a mínimo costo y te proporcionan facilidad de manejo sin salir de casa.
5. **Selecciona el canal más eficiente para vender.** El catálogo, los costos, las metas de venta y el presupuesto que tengas para invertir, determinarán cuál plataforma es la más adecuada en fase de lanzamiento, y posteriormente a la hora de crecer. El camino más lento que requiere mayor esfuerzo, paciencia y conocimientos en diseño y marketing digital, es crear un ecosistema compuesto solo por redes sociales, que te permita dar a conocer los productos y aterrizar las ventas a través de WhatsApp, Instagram o Facebook.

Estas tres plataformas te ofrecen la posibilidad de crear catálogos y botones de acción para vender por internet. El camino más rápido es a través de un Marketplace, identifica en cuál de ellos se encuentra tu público objetivo y publica tus productos en dichas plataformas, tomando en cuenta la comisión sobre las ventas. Otra alternativa que amerita mayor inversión y un equipo especializado en el área, es la creación de un e-commerce (venta electrónica), el cual se encargará de convertir en ventas, el tráfico que generes a través de estrategias de comunicaciones por redes sociales y otros medios digitales y tradicionales.

6. **Crea tu e-commerce.** “Si escogiste este canal para tus ventas online, la selección de la plataforma de e-commerce dependerá de tus márgenes de ganancia. Además del costo de implementación, hay proveedores tecnológicos que cobran un porcentaje sobre las ventas y otros que no, eso podría afectar **tu rentabilidad**. Para seleccionar la más adecuada, analiza los costos operativos tomando en cuenta el mantenimiento de la tienda virtual, el porcentaje sobre las ventas, la comisión de la pasarela de pagos y los costos de logística”. Jennifer Parra por su parte añadió que “otros aspectos importantes a tomar en cuenta son los técnicos. Si tu modelo de negocio es de gran envergadura y planeas automatizar procesos, debes evaluar integraciones entre tu tienda online y los sistemas de inventario, logística, entre otros, y para ello algunas plataformas pueden tener sus limitantes”.
7. **Selecciona los métodos de pago y proveedores logísticos que te acompañarán en la gestión.** Cada pasarela de pagos tiene comisiones diferentes sobre las ventas, es preciso que realices una investigación para escoger la que más se ajuste a tu estructura de costos. Lo mismo sucede con los operadores logísticos, dependiendo de tu radio de acción en cuanto a entregas y el cuidado que amerite trasladar tus productos, selecciona el más adecuado, que además te ofrezca mejores tarifas y puntualidad en el servicio.
8. **Aprovecha las tendencias.** Las estrategias de comunicaciones deben estar siempre alineadas con los temas que están de moda en internet y los criterios de búsqueda de los usuarios. Esto te facilitará el posicionamiento y aumentará tu comunidad.
9. **Mantén feliz a tu público.** La experiencia de usuario no solo se mide a través de la navegación o el uso de tus portales de venta, también influye el empaque que utilices para enviar tus productos, los valores agregados que puedas incluir en la venta, la agilidad en los tiempos de entrega, tu amabilidad en la atención y la comunicación constante que tengas con tus clientes para mantenerlos informados sobre todo el proceso.
10. **Mide y crece.** Del análisis de las métricas de tus ventas online, depende la toma de decisiones que te permitirá ajustar las estrategias, incrementar tu oferta de productos y servicios y activar promociones. Aprovecha todo el potencial que te ofrece internet, hay herramientas gratuitas como Google Analytics y Search Console que te permiten tener acceso a data importante en cuanto al comportamiento de los usuarios.

Para más información sobre cómo iniciar un emprendimiento digital y contar con una asesoría integral visita www.xtrategik.com

k) 20 ideas de negocios para mujeres desde casa

Si has llegado a este punto, ya sabes cómo iniciar un negocio desde casa. ¿Aún no tienes claro en qué negocio emprender? Te mostramos las 20 ideas de negocios para mujeres que de seguro te ayudarán.

1. Cocina casera

¿Disfrutas cocinar y se te da bien? La cocina casera es otro de los negocios desde casa para mujeres más rentables. La alimentación es una necesidad básica, por eso la demanda siempre será alta. No olvides ser creativa y original, solo así te diferenciarás de la competencia.

Ahora bien, debes elegir en qué nicho de mercado te enfocarás. Es decir, qué tipo de comida elaborarás para vender. Te servirá analizar los tipos de comida que tienen mayor demanda en tu zona. Puedes vender esa misma comida, pero si le agregas un toque innovador y propio, de seguro, te irá excelente en el mercado.

Además, ser parte del mundo culinario, significa estar en sintonía con las tendencias actuales. Por ejemplo, en estos tiempos la comida vegana y las comidas saludables son sumamente apreciadas. Analiza cuántos clientes potenciales tendrás si emprendes con este negocio. Las opciones de comidas para vender son variadas, desde la típica cocina tradicional hasta auténtica gastronomía gourmet. Pero siempre ¡sé auténtica!

Para vender la comida que elabores puedes, o bien tener tu minirestaurante casero (recuerda que se trata de ideas de negocios con poca inversión), o bien ser proveedora de comida. En este último caso, solo prepararás los alimentos en tu casa y luego los distribuyes a restaurantes locales.

2. Repostería

Pero si lo tuyo es la repostería, he aquí otro de los negocios desde casa para mujeres. La inversión que conlleva es mínima, solo comprar los ingredientes. No necesitas remodelar el espacio de trabajo, pues será tu propia cocina. Y como instrumentos solo precisarás una licuadora o robot de cocina, horno (aunque hay dulces para vender que no necesitan horno) y algún que otro bol.

El amplio mundo de la repostería es uno de los más innovadores y ofrece infinidad de opciones de postres que puedes vender. Para insertarte en este mercado, asegúrate de tener los conocimientos necesarios, o de lo contrario, invertir un poco de tiempo en conocer este fascinante mercado. Para vender los postres, tienes varias posibilidades. Por ejemplo, puedes venderlos por encargo, por Internet o ser distribuidora de restaurantes.

3. Empresa de catering

Si te va bien en el negocio de las comidas y postres para vender, puedes dar un paso más y montar una empresa de catering. Cada vez contratar este tipo de servicio se va haciendo más popular en las celebraciones de bodas, cumpleaños, fiestas, seminarios, congresos etc. Necesitarás un poco más de inversión en las materias primas para la elaboración de los alimentos y para la presentación de estos. Además, deberás contratar a un ayudante, dado que tú sola no darás abasto.

4. Línea de ropa para mujeres embarazadas

Las mujeres embarazadas necesitan ropa cómoda, holgada y especializada para hacer más prácticas las dificultades que se presentan durante los meses de gestación. Teniendo en cuenta que muchas mujeres se embarazan durante todo el año, este es otro de los negocios desde casa para mujeres bastante rentable.

Por otro lado, hay pocas tiendas que se ocupan exclusivamente de la venta de ropa para mujeres embarazadas, por lo que es un mercado relativamente inexplorado. Así que puede ser un nicho interesante para explotar. Asegúrate de conocer las tendencias y, por supuesto, de contar con los instrumentos necesarios y el conocimiento apropiado en costura para emprender el negocio.

5. Línea de ropa para bebés

La venta de ropa es uno de los negocios desde casa para mujeres más rentables. En este caso te especializarás en comercializar ropas para bebés. Un punto a tu favor es que durante esta etapa los niños crecen bastante rápido. Ello influye en que la demanda es mayor. ¿Qué necesitas? Pues, un poco de conocimiento de costura y creatividad para elaborar originales diseños e , incluso, ropa personalizada.

6. Guardería

Han existido siempre y seguirán existiendo, por lo que es uno de los mejores negocios desde casa para mujeres. Si te gustan los niños, esta puede ser tu oportunidad de emprendimiento.

Las guarderías son lugares seguros y tienen que estar equipadas para cumplir todas las necesidades de los infantes. Por tanto, necesitarás hacer una inversión en cunas o camitas para las siestas, juguetes, mesas y sillas, entre otros. Además, deben cumplir requisitos como pisos antideslizantes, enchufes y esquinas puntiagudas de mesas o cualquier otro mobiliario cubiertos con protectores, etc.

7. Cuidado de personas mayores

Otro de los negocios desde casa para mujeres es ofrecer servicios de cuidador de personas mayores. Es un trabajo que requiere dedicación, calidad humana, paciencia e instrucción para estos fines. ¿Tienes todas esas cualidades?

Se trata de acompañar a la persona mayor, darle sus medicamentos y cuidar de su bienestar. Te contamos que este es un negocio muy lucrativo y que ha aumentado con los años. De seguro, necesitarás hacer alguna remodelación en tu casa para adaptar el espacio y hacer que sea más acogedor y funcional.

8. Cuidado de animales

Si te encantan las mascotas, otro de los negocios para mujeres emprendedoras que puedes montar es el cuidado de animales. Muchas personas viajan a menudo y necesitan que alguien atienda a su mascota mientras están fuera. Pues, jese alguien puedes ser tú! Lo ideal para montar este negocio es que dispongas de jardín en tu casa, así los animales tendrán más espacio.

Puedes también ofrecer servicios adicionales, como, por ejemplo, el bañado de la mascota, corte uñas, de pelo. Sin embargo, para brindar estos servicios necesitarás instrumentos o equipos. Ten en cuenta que ello aumentará un poco tu inversión.

9. Renta una habitación o espacio de tu casa

La industria de la renta de alojamiento es otro de los negocios para mujeres emprendedoras. Si te sobra alguna habitación en tu casa, ¿por qué no rentarla? Eso sí, plantéate si es tu ciudad una zona turística o si tiene universidades cercanas.

De recibir tu zona con frecuencia a viajeros, puedes montar un negocio de alquiler vacacional. Airbnb es la plataforma ideal para esta opción. Aunque tu ciudad no tenga afluencia de turistas, si tiene universidades cercanas también allí hay una posibilidad de negocio. Podrás alojar a estudiantes de intercambio. Si tu ubicación no posee ninguna de estas opciones, las posibilidades de emprender con este negocio disminuyen considerablemente.

10. Negocio de joyería o bisutería

Y si te gustan las manualidades aquí va otro de los negocios desde casa para mujeres: hacer joyas o bisuterías para vender. Clientas no te faltarán, pues los accesorios son parte de la vanidad femenina. Por otro lado, los collares, pendientes y pulseras son siempre una buena opción de regalo para una mujer. Si tienes buen gusto, habilidad manual y creatividad, puedes hacer tus productos únicos. La inversión que conlleva es muy poca, solo necesitas los materiales porque lo demás lo pones tú.

11. Venta de tus manualidades

Si las manualidades son lo tuyo, este puede ser uno de los mejores negocios para amas de casa. Necesitas poseer habilidades, dedicación, creatividad y ciertas dotes artísticas. Las opciones son variadas, desde trabajar con madera o papel hasta material reciclado.

Puedes hacer cojines, portarretratos, velas aromáticas... Te sorprenderá la buena aceptación que tienen hoy en día los trabajos hechos a mano. Las principales plataformas web para vender tus manualidades son Etsy, DaWanda, Artesanum, entre otras. También las podrás vender por Facebook o crearte una tienda en línea.

12. Venta de productos de belleza

Empresas internacionales como Avon, Mary Kay, Natura, y más recientemente, Monat, etc., han sido la catapulta económica para muchas mujeres que iniciaron su propio negocio de reventa de productos por catálogo con unos cuantos clientes.

Convertirte en representante de ventas de una marca de belleza es un negocio súper fácil. Recibirás los productos de las marcas y luego los debes vender. Ganarás una comisión por cada venta. Aquí es muy importante que seas activa en las redes sociales como Facebook o Instagram. Si eres influencer, mejor. Así, tendrás más seguidores que quieran comprar los productos que recomiendas. Sin duda, este es uno de los mejores negocios desde casa para mujeres.

13. Negocio de uñas

A las mujeres nos encanta tener nuestras manos y pies arreglados. Uno de los negocios desde casa para mujeres con poca inversión es la manicura y pedicura. Ahora bien, no te quedes en el salón de manicura de toda la vida, trabaja con productos de calidad o atrévete con innovadores diseños en las pinturas, etc. En este negocio puede que tengas gran competencia, así que debes destacarte.

Cuida la higiene y esteriliza de los instrumentos de trabajo como los alicates, cortador de uñas, entre otros. En cuanto a la inversión, no necesitas mucha en principio. Con una mesa y sillas apropiadas y con los productos e instrumentos necesarios puedes comenzar desde tu casa.

14. Entrenadora personal

¿Quién dice que para hacer ejercicios necesitamos ir a un gimnasio? Actualmente existen muchos tutoriales y videos en YouTube para rutinas de ejercicios que podemos hacer desde casa. Sin embargo, siempre hay personas que necesitarán un asesoramiento personalizado porque son noveles en el mundo del fitness o simplemente porque necesitan compañía para hacer ejercicios. En este momento entras tú, emprendedora.

Si eres una aficionada o profesional del mundo del entrenamiento, puedes ganar dinero desde tu casa ofreciendo este tipo de servicio. ¿Inversión? ¿Qué es eso? Y si la hay, es mínima... Si dispones de jardín, tus entrenamientos pueden ser al aire libre. Esto puede ser tu estrategia de marketing y lo que te diferencie de la competencia. Si tu casa no lo tiene, con solo mover el sofá y algún mobiliario de tu salón, tienes el espacio perfecto para comenzar a entrenar.

¡No lo dudes! El ejercicio, además de ser una actividad favorable para nuestra salud, nos hace sentirnos bellas. Por eso, si adoptas una buena estrategia de publicidad para tu negocio y ofreces entrenamiento de calidad, clientela no te faltará.

15. Redactora web

Uno de los negocios rentables desde casa para mujeres es la redacción web. Este negocio ha crecido exponencialmente durante los últimos años. Es una excelente manera de ganar dinero por Internet desde la comodidad de tu casa. La inversión es mínima: solo un ordenador o portátil y conexión a Internet.

¿La fórmula del éxito? Tener habilidades de escritura, que incluye buena ortografía y conocer técnicas de redacción, y una pizca de creatividad. Para empezar hoy mismo solo debes registrarte en páginas web que ofrecen oportunidades de trabajo para ser redactor. Algunos de estos sitios son: Publisuites, Workana, Freelancer, Indeed, entre otros.

Cuando vayas adquiriendo un poco más de conocimiento en el tema, llega la oportunidad de negocio. Empieza a promocionar tus servicios en Internet. Puedes recibir ofertas de trabajo de varias empresas o distintos clientes. Comienza a tener forma tu emprendimiento. Luego, puedes crear una empresa que ofrezca servicio de redacción online. En este punto ya será necesario contratar a otros redactores.

16. Community manager

¿Se te dan bien las redes sociales? ¿Qué mejor que emplear ese tiempo en hacer dinero? Suena atractivo, ¿verdad? Al igual que el redactor web, el *community manager* trabaja desde la comodidad de su casa. Básicamente se te trata de administrar los perfiles de alguna empresa o negocio. Serás la encargada de actualizar el contenido, las fotografías, etc. Al principio, empezarás trabajando para alguna empresa. Sin embargo, con el paso del tiempo y la experiencia adquirida podrás montar tu propia compañía que brinde estos servicios.

17. Traductora web

Inglés, francés, chino, alemán... ¿sabes alguno de estos idiomas? Si la respuesta es positiva, te comentamos que puedes monetizar esos conocimientos. Actualmente, existen varias ofertas de trabajo para traducciones por Internet.

Una vez más, te sugerimos que la idea es empezar por aquí, pero luego debes montar tu propio negocio. En definitiva, eso hacen las emprendedoras. Aprovecha el momento para conocer cómo funcionan las empresas que contratan a personas para traducir documentos o libros. Más adelante crea la tuya propia.

Si no quieres montar una empresa, tienes la opción de ser freelance y trabajar para varias compañías. De esta forma, también ganarás un buen dinero.

18. Profesora online

¿Sabes dónde puedes aplicar también esos conocimientos de idiomas? Sin duda, en la enseñanza online. Dada la globalización, la enseñanza de idiomas es uno de los sectores más cotizados en la actualidad. ¿Por qué no sacarle provecho? Y si eres hablante nativo de español, puedes ofrecer cursos de español como lengua extranjera. En definitiva, el español es uno de los idiomas más hablados a nivel mundial.

Pero las clases en línea no se limitan solo a los idiomas. Puedes dar clases desde matemáticas hasta clases de piano o solfeo. Siempre que tenga buenos conocimientos del tema, este será uno de los mejores negocios que puede emprender una mujer.

Prepara las clases y conéctate con tus alumnos a través de Skype o Google Hangouts.

Otra idea para trabajar desde casa es que las clases las impartas físicamente en tu hogar. Es decir, recibirás a los alumnos en tu domicilio. En este caso, necesitarás habilitar un espacio y disponer de una mesa amplia y varias sillas.

19. Vende cursos en línea

Otra forma de generar ingresos con tus conocimientos es vendiendo cursos online. ¡Ojo! no es lo mismo que ser profesor. Como profesor tendrás encuentros con tus alumnos con determinada frecuencia. En cambio, los cursos online solo los preparas una vez, lo subes a una web y esperas a que los compren o descarguen.

Toma una cámara, o teléfono que grabe con buena calidad, y comienza a realizar tus cursos. Las mejores plataformas para subir el contenido y vender son Udemy y Tutellus.

20. Asistente virtual

Si tienes don de gentes y capacidad para administrar bien tu tiempo, el negocio de asistente virtual puede ser ideal para ti. Para que se convierta en un negocio rentable trata de ofrecer tus servicios a varias personas, jefes, por lo general.

Ser asistente de varios clientes puede ser un caos si no te administras bien. Recuerda que serás la encargada de contestar llamadas, correos electrónicos, agendar citas, entre otras funciones. Trabajar bajo estrés es una cualidad requerida para este negocio. Lo mejor de todo es que lo podrás hacer desde tu casa.

Empieza por ofrecer tus servicios en plataformas de trabajo como *Indeed* o *Freelancer*.

Palabras finales

Y llegamos al final. ¿Ya estás lista? Aquí conociste todo lo que debes pensar y plantearte antes de empezar un negocio, así como los pasos para hacerlo realidad. Ya sabes, estudia el mercado, detecta las necesidades de las personas y observa cómo puedes suplirlas. Potencia la creatividad y la innovación.

Además, te ofrecimos las mejores ideas de negocio desde casa para mujeres. Si ninguna de ellas es la ideal para ti, no te preocupes. Estas son solo una muestra de la multitud de opciones en el mercado. Tómate tu tiempo para pensar otros negocios que puedas emprender desde la comodidad de tu casa y cuéntanoslos en los comentarios.

Comenzamos este artículo con una frase de una mujer emprendedora y para finalizar te compartimos otras palabras de aliento. Esta vez, de la emprendedora del *show business*, Oprah Winfrey: «Intenta eso que no puedes hacer. Fracasa. Vuelve a intentarlo. Mejora la segunda vez. Las únicas personas que nunca tropiezan son aquellas que no se atreven a más. Este es tu momento: Tómallo».

1) Guion metodológico

Taller: Visión empresarial para mujeres desde las redes digitales

Temas para trabajar:

- Negocios desde casa para mujeres emprendedoras.
- La comercialización y la venta en Internet.
- Principales ventajas de la comercialización por Internet para su negocio.
- 10 consejos para que las mujeres emprendedoras vendan por Internet.
- 20 ideas de negocios para mujeres desde casa.

Duración:

- 3 horas virtuales.

Objetivo general del taller:

- Identificar las oportunidades que brinda la comercialización de productos vía redes sociales y las posibles ideas de negocios que se pueden ofertar.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
15 minutos	Presentación de participantes.	Cada persona se presenta y menciona una idea de negocio o el negocio que estás llevando a cabo como emprendedora.	• Documento de Lluvia de ideas: <i>Mentimeter.com</i>
15 minutos	Presentación de los objetivos de la jornada.	Se presentan los objetivos del taller y se recuerda las reglas de oro para el buen desarrollo de este, agregando algunas que se sugieran dentro del grupo.	• Documento de formación / guion metodológico, módulo 6.

TIEMPO	ACTIVIDAD	METODOLOGÍA	MATERIALES
30 minutos	Visualización de mi negocio.	<p>La facilitación pregunta a las mujeres los pasos básicos para iniciar un negocio desde casa.</p> <p>Se elabora una lista de pasos y se les pide que coloquen en orden de importancia los pasos requeridos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿A qué aspiras? • ¿Momento de la decisión? • ¿Cuáles son tus pasiones • ¿En qué eres buena? • ¿Cuáles son los riesgos a los que te enfrentas? <p>Luego de la lluvia de ideas, se les presenta el orden y las razones por las que se debe hacer el análisis para la visualización de su negocio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación ¿Cómo pensar y visualizar mi negocio?
45 minutos	¿Cómo emprender negocios desde casa para mujeres?	Presentación dialogada de ¿Cómo emprende un negocio desde casa las mujeres?	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación módulo 6
30 minutos	Comercialización y la venta por Internet.	<p>Preguntas de reflexión.</p> <p>¿Conocen ustedes negocios que venden por internet?</p> <p>¿han comprado algún artículo por internet o por alguna plataforma virtual?</p> <p>¿Qué les llama la atención de estos negocios?</p> <p>¿Elaboren una serie de características de estos negocios por internet?</p> <p>Con base a lo conversado por las participantes se presenta las principales ventajas de la comercialización por Internet.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación módulo 6
30 minutos	20 ideas de negocios para mujeres desde casa.	<p>Se elabora un listado de emprendimientos que las mujeres realizan desde casa.</p> <p>Se les da un listado, se les pide que identifiquen cuáles son los que realizan y su experiencia en los mismos.</p> <p>La facilitación luego establecer y presenta 20 ideas de negocios para que las mujeres puedan emprender desde casa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación módulo 6

5. BIBLIOGRAFÍA:

- Bauer, S., Finnegan, G., & Haspels, N. (2011). *Género y emprendimiento, guía de formación para mujeres empresarias. Paquete de formación y herramientas*. (Equipo de trabajo docente y oficina de países de la OIT para América Central, Haití, Panamá y República Dominicana ed.). Costa Rica: Organización Internacional del Trabajo.
- Brú Bautista, E. (2002). *Introducción a la 5ta. Edición, convenio 169*. San José, Costa Rica: Oficina de Área para Centroamérica, Panamá y la República Dominicana y del equipo técnico multidisciplinario para Centroamérica, Cuba, Haití, México, Panamá y República Dominicana.
- Corporación Contruyendo Mis Sueños. (2015). *Manual de gestión de emprendimiento, programa Sence+capaz*. Chile: Mujeres emprendedoras .
- de Montis, M., Morin, S., & Palacios, A. (2011). *Empoderamiento y mujeres emprendedoras. Material de formación para la gestión empresarial*. Managua, Nicaragua: Fondo de Desarrollo para la Mujer (FODEM).
- Sánchez, J., & Morales, V. (2014). *Manual para el trabajo en seguridad ciudadana con defensoras de derechos humanos*. Honduras: Centro de Prevención, Tratamiento y Rehabilitación de la Tortura y sus familiares (CPTRT), Fondo canadiense para iniciativas locales.