



TALLER DE GESTIÓN EMPRESARIAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO



MANUAL PARA MULTIPLICADORAS/ES

*“Piensa en Grande, piensa en Ti...
Mujeres Empresarias para el Desarrollo”*

Costa Rica, 2006

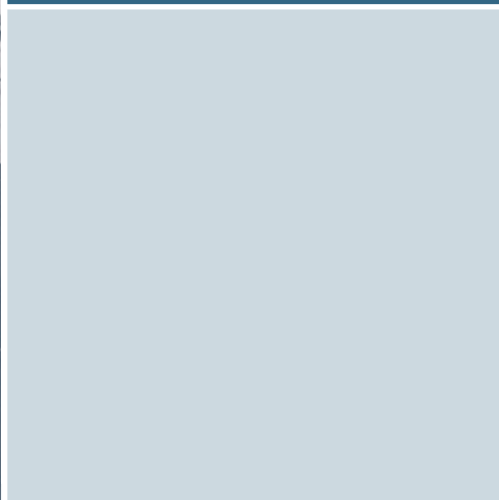
338.642
I59t

Instituto Nacional de las Mujeres

Taller de gestión empresarial con perspectiva de género: Piensa en grande piensa en ti... mujeres empresarias para el desarrollo / Instituto Nacional de las Mujeres. – 1 ed. -- San José: Instituto Nacional de las Mujeres, 2005. -- (Colección Metodologías; n. 16)
109 p.; 21.5x28 cm.

ISBN 9968-25-094-5

1. MICROEMPRESAS – ADMINISTRACION.
2. MICROEMPRESAS-METODOLOGIA. 3. MERCADEO.
4. PRECIOS I. TITULO.



Elaborado por

Helena Palacios Martinez
Paula Mena Corea

Supervisión técnica y edición final

Yolanda Delgado Cascante

Diseño de portada, diagramación e impresión:

roxanamarin@racsa.co.cr
Tel. (506)392-6650

Impreso en San José, Costa Rica,
Diciembre 2006

Índice

Presentación	4
Introducción	5
Sesión 1. Conocimiento del Mundo Laboral y Social	11
Sesión 2. Identidad y Autoestima	17
Sesión 3. Generalidades de la Microempresa	25
Sesión 4. El Proceso Administrativo	31
Sesión 5. Aspectos Jurídicos Básicos a Tomar en Cuenta para la Formación o Consolidación de una Microempresa	37
Sesión 6. El Mercadeo	53
Sesión 7. Modalidades de Producción de la Microempresa	61
Sesión 8. Costos de la Microempresa	67
Sesión 9. Elaboración del Cuadro de Inversión	79
Sesión 10. Anexos	83





Presentación

El Instituto Nacional de las mujeres desde su compromiso por el avance de los derechos económicos de las mujeres ha desarrollado esta experiencia de capacitación con las mujeres de la zona sur, a fin de que como resultado del mismo podamos ofrecer hoy este módulo de capacitación en el tema de la microempresariedad de las mujeres.

Este módulo es un instrumento de apoyo didáctico para que profesionales de diferentes disciplinas que atienden a grupos de mujeres se encuentren en condiciones de apoyar los procesos de crecimiento de las mujeres en este tema y de asesorarlas en los procesos vinculados con pasar de una idea de negocios a un plan de negocios elaborado y con capacidad de éxito.

De todas las personas que trabajamos por los derechos de las mujeres es conocidos que una de las brechas de género más importantes visibles en nuestra sociedad es la que se relaciona con las posibilidades de las mujeres de insertarse en el mercado laboral en trabajos de calidad. Son muchos los factores que coadyuvan en el ensanchamiento de esa brecha y entre ellos uno de los más notables tiene que ver con el empoderamiento de las mujeres y sus dificultades de elaborar, a partir de sus ideas de negocios, planes de negocios que resulten exitosos, sostenibles, con posibilidades en el mercado y que no se conviertan en desgastantes y frustrantes.

Esperamos que este modelo metodológico que presentamos contribuya a ese empoderamiento y ofrezca a las mujeres bases sólidas para “pensar en grande y pensar en ellas”.



Yolanda Delgado
Yolanda Delgado C.
Directora General
de Áreas Estratégicas

Introducción

El presente manual identifica como problema fundamental, la necesidad de contribuir a que la gestión para el desarrollo local en la Región Brunca, en los cinco cantones que lo conforman, a saber Buenos Aires, Osa, Corredores, Golfito y Coto Brus. Pretende incorporar una perspectiva de género para el desarrollo económico de las mujeres.

Se parte de la premisa que existe un compromiso del Estado para incentivar la inserción de las mujeres en actividades productivas, la compra de bienes muebles e inmuebles y cualquier tipo de trabajo lícito, para lo cual debemos brindarles los incentivos y las facilidades, dentro de los cuales destaca la posibilidad de acceder a una capacitación.

El Instituto Nacional de las Mujeres, INAMU, a través de la Oficina Regional de Golfito se interesó por la necesidad que tienen las mujeres empresarias de la Región Brunca y de Costa Rica de fortalecer sus grupos productivos y de aumentar sus propias capacidades en los cantones de Osa y Coto Brus.

Para lograr este objetivo, se desarrollaron dos procesos de capacitación en los cantones de Osa y Coto Brus dirigidos al fortalecimiento de las capacidades de las mujeres empresarias.

Se decidió sistematizar la experiencia y fomentar el análisis de los esfuerzos para mejorar la participación de las mujeres microempresarias en el mercado, al considerar que dichos esfuerzos no sólo dependían de factores técnico-productivos y económicos, sino también de un conjunto de prácticas tradicionales por encontrarse en una cultura patriarcal, que afecta tanto la gestión productiva como el cumplimiento de sus compromisos comerciales con clientes o compradores y sus expectativas de vida como mujeres generadoras de ingresos.

El equipo de trabajo de la oficina Regional en Golfito destaca en este proceso la necesidad de una intervención diferenciada con perspectiva de género en las prácticas habituales de las mujeres microempresarias.

Es en este escenario que la oficina Regional de Golfito elabora un taller con enfoque de género y estrategias metodológicas de autoaprendizaje con técnicas lúdicas, adecuando los contenidos de los módulos de capacitación, la asesoría personalizada y el seguimiento, tanto en lo que respecta al fortalecimiento de la autoestima de las mujeres como en la dimensión técnica con perspectiva de género. Se reforzaron conceptos y prácticas que habilitarán a las microempresarias en el cumplimiento de acuerdos, la actualización de documentos para el comercio y las exigencias de calidad, paralelamente a la revisión de actividades





no equitativas entre mujeres y varones en la microempresa y en el hogar.

También se incentivó a que las mujeres visualizaran y generaran en sus vidas una adecuación del uso del tiempo durante la campaña productiva, quienes delegaron parte del trabajo doméstico en su red familiar.

La importancia de esta sistematización redonda en la reafirmación de la formación en género y la asistencia técnica a las mujeres microempresarias requiere tomar en cuenta propuestas e instrumentos que atiendan el comportamiento informal. De igual manera, se recalca la necesidad de una intervención diferenciada por género, considerando que los roles, atributos y valores que subyacen en las relaciones de poder entre varones y mujeres influyen en la persistencia de las desigualdades en las prácticas informales.

El objetivo de este trabajo apunta a identificar los factores personales, interpersonales, técnico-productivos, económicos con perspectiva de género que, desde la intervención, inciden en el cambio de las prácticas informales en la gestión productiva y comercial de las mujeres que participaron. Con ello pretendemos aportar una estrategia de intervención para seguir capacitando generaciones futuras de mujeres microempresarias.

Este Taller se desarrolló en dos Fases: en la primera fase se buscó el empoderamiento de las mujeres a través del fortalecimiento de la autoestima por medio de una reconstrucción de su propia experiencia de vida, concientizándolas de su proceso de socialización y ordenando cronológicamente hechos y situaciones mediante la recuperación de recuerdos en su resolución de conflictos.

En la segunda fase se reformuló el cuadro de reconstrucción; primero nos aproximamos a los sucesos vividos en la experiencia, luego identificamos con mayor precisión las prácticas informales de mujeres y varones, reconociendo los cambios ocurridos y su relación con la intervención técnica y de género.

Queremos agradecer en forma especial a Tania Alfaro Ledezma y Alejandro Quintero Méndez por la asesoría en las diferentes fases de la sistematización, como también la oportunidad de las microempresarias quienes nos brindaron el espacio para reflexionar y encaminar las futuras intervenciones del INAMU en el área de las microempresas, con una perspectiva de justicia económica y de equidad de género.



Cronograma de Actividades:

Se presenta a continuación el esquema detallado por actividades con tiempos de realización que se puede estimar para cada actividad. Dichos tiempos dependen de diversos factores que se tienen que contemplar:

1. Las características propias de cada población a la que sea aplicado este módulo.
2. Los días que se designen para cada sesión.
3. Las horas que se contemple por sesión y
4. La profundidad con que se aborde el tema.



Validación de la Propuesta Metodológica:

Este módulo se validó con mujeres entre 21 y 59 años, arrojando una media de 38 años; con una escolaridad con una media de sexto grado de escuela, se realizó en siete sesiones, cada una con una duración de seis horas incluyendo 20 minutos de refrigerios y 1 hora para el almuerzo. Se propició manejo por tema a profundidad y especializado, necesario para lograr una modificación en su estructura de pensamiento para empoderarlas en su actividad como mujeres, y futuras empresarias.

Cada sesión se divide de la siguiente manera:

1. Refrigerio en la mañana: antes de empezar el día contemplando que las mujeres que viven en zonas lejanas, deben levantarse muy temprano para desplazarse a la zona donde se imparte el taller.
2. Las sesiones de trabajo presenciales: Constan de cinco horas de trabajo colectivo, en grupos e individual.
3. Las sesiones de tutoría: Se realiza un seguimiento de dos horas del trabajo individual, ya que cada señora participante tiene su propia microempresa a la cual hay que asesorar, al final de la capacitación tendrán que haber elaborado en forma escrita su propio Plan de Negocios.





El Acto de Clausura:

Este es un momento de reconocimiento a través de un diploma que las certifica como mujeres en condiciones de hacer de su negocio una actividad realmente rentable.

- En este caso se entregó por aprovechamiento.
- Con una duración de 64 horas.

Las mujeres se llevan consigo la satisfacción de ver concretado su propio plan de negocios, permitiéndoles visualizar que aprendieron algo para su beneficio, bien sea para el negocio que se analizó como para cualquier otro que en un futuro quieran emprender.

Este certificado sirve de referencia para instituciones que desean ayudar en forma económica a las mujeres en los proyectos que ya han iniciado su implementación. Esto puede ser visualizado como un factor de éxito de la microempresa. La posibilidad de este reconocimiento se estableció mediante canales formales de coordinación a nivel de altos jefes de instituciones como el IMAS, INA, MAG, estatales y otras no estatales.

Las autoras del presente manual esperamos que la metodología y el material que se plantea en los anexos, sirva de insumo al Facilitador o Facilitadora que deseen ese cambio que se requiere para lograr de mujeres microempresarias, empresarias de éxito.



TALLER DE GESTIÓN EMPRESARIAL CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

Objetivo General:

Promover acciones que incidan y busquen cambiar los patrones socioculturales tradicionales referentes a aumentar la equidad e igualdad de género en las mujeres emprendedoras que busquen el desarrollo de todas sus potencialidades.

Objetivos Específicos:

1. Empoderar a las Mujeres Emprendedoras.
2. Contrarrestar los efectos de una baja autoestima en el manejo empresarial.
3. Construir entre los multiplicadores y las mujeres conjuntamente un proyecto que refleje formas productivas de manejar su negocio.

*“Piensa en Grande, piensa en Ti...
Mujeres Empresarias para el Desarrollo”*

SESIÓN 1

Conocimiento del Mundo Laboral y Social

Objetivos:

1. Insertar a la mujer en el conocimiento del mundo laboral y social al facilitarle la comprensión y análisis de los procesos de cambio que ha experimentado la sociedad Costarricense en el siglo XXI y que impactó en el rol de la mujer.
2. Conjugar el desarrollo personal y búsqueda de potencialidades reafirmando en las mujeres los diferentes estilos de comunicación.
3. Facilitar que las mujeres descubran su identidad femenina sin estereotipos y mejoren su autoestima.

Para lograr el desarrollo de los objetivos planteados proponemos las actividades como preámbulo al objetivo del proceso en el taller.

Actividad N° 1

Presentación y Encuadre

Presentación:

Del Facilitador o la Facilitadora:

Es importante recalcar que el facilitador o la facilitadora debe ser una persona experta en procesos grupales con idoneidad en comunicación y el manejo de la temática, esto permite mayor credibilidad en el proceso.

El facilitador o la facilitadora debe hacer posible o más fácil el proceso que se pretende lograr con este taller, debe evocar, catalizar, agilizar, fortalecer, potencializar o acelerar los recursos y procesos sinérgicos y evolutivos inherentes en cada sistema, para su aprendizaje y auto desarrollo integral.

- Proceso "el conjunto de fases sucesivas de un fenómeno dinámica."
- Sinergia "armonía, co-creación, actuaciones conjuntas con resultados cualitativamente superiores a la simple suma a las actuaciones individuales."

Del Taller

Este taller debe ser un proceso de enseñanza- aprendizaje por cuanto articula la teoría con la práctica, contextualiza la información, orienta hacia la organización, promueve la formación integral (integra el saber conocer con el saber hacer y el saber ser).

De los participantes:

Debemos tener en cuenta que las personas se agrupan por varias razones:

- Les gusta la tarea que se realiza en el grupo.
- Les gustan los miembros que pertenecen al grupo.
- El pertenecer a el grupo les es un medio para conseguir otros objetivos personales.
- Hay una tendencia humana a reunirse en grupos.

En resumen las personas se agrupan y pertenecen a grupos para satisfacer sus necesidades personales; así que el éxito de este taller redunda en que los miembros de este grupo sientan que su afinidad con el grupo es el correcto y que va a ser satisfecha su expectativa de afiliación.

Para integrar el grupo se realiza la Dinámica **“El Nombre”**.

Previamente usted sabe cuales son las personas que va a integrar el grupo así que se busca el significado de los nombres de los que van a integrar el taller y entrega la siguiente guía para la presentación por binas (PAREJAS). (**Guía #4**).

Esta dinámica tiene como objetivo el determinar el grado de pertenencia, de vinculación con el propio nombre como es su identificación con este y todo esto llevarlo a la importancia del nombre en la Microempresa.

Generar el análisis entre el nombre y la marca refiriéndose esta última a la empresa.

Levantarse, ducharse, desayunar, vestirse, escuchar música, lavar platos, hablar por teléfono, estudiar, trabajar... vivir, en definitiva, es una actividad imposible de llevar a cabo sin la ayuda de multitud de objetos, la mayoría de los cuales tiene un nombre propio, una palabra que los distingue de los demás objetos que podríamos utilizar para realizar las mismas tareas, este nombre propio es la marca.

La marca es el auténtico poder del nombre: la capacidad de generar enormes expectativas, provocando sustanciosos beneficios, tanto económicos como emocionales. En nuestro mundo uniformizado ¿Quién ha podido demostrar que ha logrado el éxito si no hubieran marcas que lo ayudaran a hacerlo?, las marcas son signos que hablan de nosotros, de nuestro carácter y personalidad, que expresan nuestro estilo y nos sitúan en una determinada posición en el entorno en el que nos movemos.

Actividad Nº 2 Encuadre y reglas del Taller

Se puede generar a través de un Brochure Guía #1 y Guía # 2.

- Se establece la duración del taller, con sus descansos respectivos y horas de alimentación.
- Se resuelvan dudas e inquietudes .
- Es un taller de crecimiento e interacción con otras.
- Se denomina taller ya que se compone de una parte teórica y una parte práctica, para lo cual se solicita la colaboración del grupo.
- Todos los temas tratados en el taller serán de absoluta confidencialidad.

Actividad N° 3

Ejercicios de relajación

Se motiva a las participantes a la relajación y a la preparación para el taller, por medio de una dinámica de contracción y distensión muscular. Se toma a todas las participantes y desde la posición sentada se les enseña primero a respirar y segundo a relajarse.

Tenemos que recordar que todas estas herramientas adquiridas en el taller pueden tener una implementación práctica en lo cotidiano de las mujeres. Aprender técnicas de relajación puede llegar a ser una solución para muchas personas que presentan ansiedad. Esto es así porque la ansiedad es un estado de tensión emocional que suele producir tensión muscular y esta tensión, cuando se hace crónica, genera tensión emocional y dispone a la generación de nuevos estados de ansiedad.

El yoga lleva milenios practicándose y obteniendo sorprendentes beneficios para la salud con la respiración y la relajación. **Guía #3.**

Primer paso: Aprenda a Respirar: es fundamental para iniciar una relajación con resultados rápidos y efectivos. Por esto se insta a las participantes a inspirar el aire en tres tiempos, retenerlo en dos tiempos y exhalarlo en dos tiempos. Hacer la repetición por dos ciclos y descansar.

De ahí se invita a iniciar el paso de terapia de contracción y distensión.

Segundo Paso: Aprenda a Relajarse: Parte del principio deportivo, conseguir mayor economía en el movimiento. Si dominamos los movimientos, sabremos relajarnos mejor en la acción, estaremos menos inquietos y se hará menor esfuerzo.

Se les involucra en la actividad, iniciando con la tensionando de cada parte del cuerpo citándolos por sus nombres respectivos, primero en la cabeza se invita a tensionar los ojos, la frente, los labios, el cuello, pasamos al tórax con los hombros, el torso después las extremidades superiores los brazos, los puños y por último las extremidades inferiores los muslos, los pies y los dedos.

Después de este proceso se insta a que realicen el ejercicio tensionando todos los músculos al tiempo y se cierra relajándolos en el mismo orden de la tensión muscular.

Actividad N° 4

Conceptualización de sexo-género y de sociedad patriarcal, poder y control

Se trabaja sobre la construcción de la identidad femenina, tomado del Módulo "Sentir, pensar y enfrentar la violencia intrafamiliar" Tomo 1 de Edda Quirós, **Guía #5.**

Como un vivo ejemplo de lo socializado por los grupos se realiza la lectura de la Cenicienta Empoderada. **Guía #6.**

Se reparte una lectura llamada "**Cenicienta Empoderada**".

El objetivo de esta dinámica es el de establecer un espacio de reflexión que nos permita revisar en nuestra propia historia los factores que ayudaron a construir nuestras características identitarias, los roles y los espacios que se nos han asignado como mujeres y como hombres.

Actividad N°5

Buscando mi Historia

Basándolo en el proverbio Chino que dice:

“... Aquel pueblo que no conoce su propia historia, se encontrará condenado a repetirla...”

La historia tiene una importancia vital, recordar el pasado y traerlo al presente como un modo de avanzar, solo podemos reconstruirnos y evolucionar a través de la historia de vida, sin caer en una justificación de nuestro pasado ni en una recriminación del mismo lograr tener una perspectiva apropiada del pasado. **Guía #7.**

Actividad N° 6

II: Búsqueda del Potencial

No importa el nivel de éxito que ha alcanzado, que ha experimentado, siempre se tiene la oportunidad de lograr las metas que se proponga así parezcan imposibles ya que al conquistarlas modificará usted, su ocupación, su familia y sus ingresos económicos.

En este espacio se deben tener en cuenta cuatro aspectos.

- 1. La visión personal:** cual ha sido su propósito de vida, orientar al participante a orientar sus esfuerzos a hallar y concretar objetivos.
- 2. Condicionamiento Positivo:** es una herramienta que no es suficiente por si sola tanto el pensamiento positivo como el control de las emociones debe complementarse y lograr en el ser humano una transformación de la realidad en pensamientos positivos.
- 3. Acción:** alcanzar la motivación necesaria cada día para alcanzar las metas.
- 4. El éxito:** como el planear las acciones para alcanzar las metas hace que estas se realicen en un plazo más corto.

En la dinámica de la Potencialidad se les da a las participantes las instrucciones de la **Guía #8.**

Instrucciones para el o la facilitadora o facilitador:

1. Escribir en una palabra cual es su potencialidad, se recoge el papel y se reparte aleatoriamente.
2. Se les solicita a las participantes que después de compartir esta mañana le entreguen el papel con la potencialidad a la compañera que crean que posee dicha potencialidad.
3. En la plenaria se pide que las que tienen potencialidades escritas las lean y digan si se identifican con ellas o no.

Se genera una reflexión de cómo yo logro proyectar a los demás como soy y se hace la introducción al tema de comunicación verbal y no verbal.

Integrantes: proceden en actitud de atención en silencio a escuchar.

Facilitadora/or: les comento que en este cuento hay tres personajes (voz de intriga).

- **María vive en la misma casa con Juan y José. Como todos los días Juan se arregla muy perfumado y arreglado y se va al bar. (se atiende a los rumores de las participantes).**
- **No tarda en salir Juan cuando María sale rápidamente y se mete en la casa de José que se encuentra atravesando el río (se atiende a los rumores de las participantes).**
- **Como todo pueblo tiene otro vecino, en ese pueblo vecino existía un frenocomio (se atiende a los rumores de las participantes).**
- **Un día como cualquier otro cuando María se va a devolver a su casa apurada para llegar antes que Juan y va camino al puente, se encuentra a un vecino y le dice María, no cruce el río que se ha soltado un loco peligrosísimo del otro pueblo dicen que es un sociópata y parece que se ocultó en el puente así que no cruce el río.**
- **María se devuelve y le dice a José que le preste \$5000, que es lo que le cuesta la lancha que la puede cruzar al otro lado para llegar a su casa antes que Juan.**
- **José le dice que el le da el dinero pero que si se queda con el una hora más.**
- **Entonces María como se encontraba apresurada, decide irse y cruzar el puente, pero con tan mala suerte que cuando ya iba a llegar al otro lado del río se encontró con el sociópata y la mató.**

Se cierra con la pregunta **¿por culpa de quien mataron a María?**

Integrantes: Se les da un espacio libre para que los presentes expresen sus ideas y justifiquen sus respuestas.

Como conclusión se dice: bueno es que ustedes no me preguntaron pero:

- **María era hermana de Juan.**
- **Juan era el dueño del bar.**
- **María era una mujer que se encargaba de cuidar personas adultas mayores.**
- **José era un adulto mayor en silla de ruedas.**

Integrantes: Empieza a darse un espacio para que se justifiquen.

Conclusión debemos aprender a ser asertivos por eso vamos a ver primero cuales son los elementos principales de la comunicación, los errores de la comunicación mas frecuentes y como practicar la asertividad.

Una vez socializada la dinámica se realiza un repaso de la comunicación **Guía 10.**

SESIÓN 2

Identidad y Autoestima

- Se inicia con la recolección de la tarea dejada el día anterior sobre mi potencialidad (Esta tarea tiene dos fines, la primera que sea parte de ir entrenando a las participantes a realizar actividades en la casa y la segunda para hacer una devolución en esta sesión de cómo ellas se perciben a si mismas con el tema de autoestima).
- Se hace un recuento del día anterior y se comparten vivencias.

Objetivos:

1. Facilitar en la mujer el que redescubra su identidad y mejorar su autoestima.
2. Dar herramientas para la aplicación de la inteligencia emocional en sus relaciones interpersonales.
3. Realizar una concientización de los diferentes tipos de familia.
4. Reconocer la importancia de las negociaciones familiares.
5. Reconocer la relevancia de la nueva tecnología, su aplicación y proyección en el mundo actual.

Actividad N°1

Comunicación Asertiva

El arte de comunicarse debe partir de la premisa de que debe ser evolutivo y se debe de ver la forma más adecuada para que el mensaje llegue, cuando se presentan casos de dificultad de comunicación se debe analizar como se puede decir lo mismo pero en diferente forma y más claro aún, comunicar todos los elementos que influyen para poder tomar una adecuada decisión por parte de nuestro interlocutor y así no dejar vacíos en la comunicación, esto redundará en una respuesta efectiva y precisa a la idea expresada.

La dinámica con que se inicia este tema tiene el objetivo de resaltar algunos de los errores de la comunicación como es el de la inferencia, el no pedir retroalimentación de la información recibida, y el del prejuicio.

Esto se pretende realizar de una forma dinámica y divertida que invita a la reflexión a través de la historia que a continuación se anota, narrada por el facilitador o la facilitadora y dibujada en la pizarra con participación de todas las personas presentes.

Facilitadora/or:

Vamos a construir un típico pueblo de nuestra localidad, vamos a ir diciendo objetos que se encuentran en este pueblo (el facilitador o facilitadora se prepara para dibujar en la pizarra todo lo que los integrantes del grupo le orienten).

Integrantes:

Empiezan con la técnica de lluvia de ideas el propósito de este momento es el de permitir un espacio para expresar los objetos o personas que integran un pueblo (se otorga un espacio de 5 minutos).

Facilitadora/or:

Se continúa preguntando que es lo que hace falta en este pueblo (esto por si no han citado los elementos básicos para poder narrar la historia como una casa de habitación, bar, frenocomio, puente y personas, lo demás es de adorno.) Completado el paisaje, se les dispone para que escuchen la narración de la historia.

👂 La/el facilitadora/or debe estar muy atenta/o a las expresiones de cada una de las participantes, con el fin de que en el cierre de la dinámica pueda hacer la devolución.

El dibujo de la pizarra puede ser algo como este:

Comunicación y Lenguaje:

El ser humano es el que ha desarrollado las formas más elaboradas de comunicación. Desde los tiempos más primitivos, el hombre ha ideado formas de intercambiar mensajes (señales de humo, sonido de tambores, mímica, lenguaje oral).

Si se mira el entorno o se escucha los sonidos del entorno, descubrimos que el mundo en que vivimos está lleno de mensajes que permanentemente entregan información. De esta manera encontramos:

- **Símbolos universales:** como la calavera en productos venenosos, las llamas en sustancias inflamables, la imagen de una mujer a la entrada de un baño, las señales del tránsito, los semáforos, etcétera.
- **Mensajes publicitarios:** afiches, avisos luminosos, spots televisivos, propaganda radial, volantes, letreros.
- **Información noticiosa:** prensa escrita, revistas, noticieros televisivos, radiales, computacionales, internet.
- **Mensajes gestuales o mímicos:** poner el índice sobre los labios para solicitar silencio; guiñar el ojo en señal de complicidad; sacar la lengua en son de burla, entre otros.
- **Manifestaciones artísticas:** cuadros, esculturas, obras musicales, novelas, teatro, poesía, danza, ópera.

Después de este repaso se entra a trabajar los errores de la comunicación como son: inferencia, muletillas, no confirmar la información dada o recibida, etcétera.

Asertividad:

La Asertividad se define como: “la habilidad de expresar nuestros deseos de una manera amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atender contra los demás. Negociando con ellos su cumplimiento”. Está en el tercer vértice de un triángulo en el que los otros dos son la pasividad y la agresividad. Situados en el vértice de la pasividad evitamos decir o pedir lo que queremos o nos gusta, en la agresividad lo hacemos de forma tan violenta que nos descalificamos nosotros mismos. **Guía # 9 y 10.**

Actividad N° 2

Autoestima

LA AUTOESTIMA, es uno de los aspectos fundamentales, que cualquier persona independiente de ser empresario o no, debería fomentar, además es uno de los temas mas populares en la actualidad, se le ha culpado de muchas cosas, de las situaciones afectivas, laborales y personales. Sin embargo, la mayoría de la gente no sabe que es realmente la autoestima. Para entender este término y muchos otros aspectos de este taller, vamos a empezar a tratar otro término que se relaciona directamente con la autoestima, es la actitud.

ACTITUD: Como definición para objeto de esta propuesta lo vamos a asumir como un término que se ha trabajado desde hace mucho tiempo en la psicología social, consiste en un constructo, que tiene tres componentes:

1. **Cognoscitivo:** Lo que se piensa, sabe conoce, cree, estas cosas forman el primer componente.
2. **Afectivo:** Lo que se siente, el afecto que puede ser positivo o negativo.
3. **Conductual:** lo que se hace, la conducta, el comportamiento.

Estos tres componentes forman la actitud, todas las personas tenemos una actitud hacia todo el entorno, hacia todo lo que se conoce, casa, trabajo, el gobierno, pareja, ciudad natal, país, el fútbol, etcétera.

La actitud se clasifica en positiva y negativa, favorable o desfavorable.

Cuando hablamos de una disonancia actitudinal, hablamos de que los tres componentes no se encuentran encaminados hacia una misma dirección.

Ejemplo: Actitud hacia las personas que se encuentran desempleadas de bajos recursos.

Pienso que las personas somos iguales, que nadie es superior a nadie, creo que todos tenemos los mismos derechos.

Me siento bien porque el gobierno hace algo por generar empleo.

En mi conducta jamás saldría con una persona que no me ofreciera estabilidad económica, ni le daría trabajo en mi empresa.

Actitud y autoestima:

La autoestima es una mas de nuestras actitudes, solo que está dirigida hacia nosotros mismos, es la actitud que cada uno tiene hacia si mismo. Tiene los tres componentes:

1. **Cognoscitivo:** Lo que se, lo que pienso, lo que conozco y creo de mi.
2. **Afectivo:** Lo que siento por mi.
3. **Conductual:** lo que hago por mi.

Una buena autoestima no es solo la parte afectiva (quererme, respetarme, valorarme), la buena autoestima es la unión de las tres con criterio de realidad, reconociendo mis habilidades pero también mis defectos, mis cosas buenas y malas, siempre pensando en la realidad de mi condición frente a los demás, sabiendo que hay otros mas inteligentes, mas apuestos, mas destacados, pero no por ello subestimando las cosas buenas que cada uno tiene.

La autoestima permite a las personas una mejor condición de vida, conocer mejor de que son capaces, cuales son sus debilidades y habilidades, es una de las condiciones que la mujer empresarial aprovecha para liderar su negocio en pro de los demás, ayudando a reforzar la autoestima con su ejemplo de otras mujeres que quieren ser empresarias.

La humanidad puede entrenarse en cultivar su propia autoestima y la de sus compañeros, compañeras y familiares, muchas mujeres con baja autoestima no han sido reconocidas en su propio medio, son descalificadas, rechazadas, ignoradas, por personas que son significativas para ellas, como el padre, la madre, compañero, pareja, hijos o hijas, etcétera.

Dinámica de la Bandera de la Autoestima. Guía #11

En esta dinámica se le solicita a las participantes que emplee el dibujo como única forma de comunicación, después de que completen los seis dibujos de la bandera se expone ante el grupo las banderas que quieran ser socializadas.

Se concluye la dinámica resaltando que una persona con una baja valoración de si misma, experimenta ansiedad a la hora de tomar decisiones, no así alguien que tiene una buena valoración de ella misma, porque esta conciente que en la vida va a cometer errores, que va experimentar el fracaso, pero no le teme a la frustración que pueda experimentar, pues confía en ella y sabe que por lo que ella es y tiene puede superarlos y salir de ellos; llevando a esta persona a poder tomar decisiones sin miedo a equivocarse, a arriesgarse por la vida para poder dar más de lo que ella tiene ahora.

TIPS para manejar ante las participantes en el discurso y lograr una buena construcción de la autoestima.

- El quererse a una misma garantiza un buen desempeño del individuo en su trabajo ya que confiando en él mismo, puede crear y sugerir nuevas ideas para optimizar la producción y permitir de esta forma que la empresa crezca.
- Para que la persona pueda quererse a sí misma debe primero de aceptarse como ella es, y saber que es una persona valiosa.
- Para poder mejorar la autoestima lo fundamental es saber la obvia realidad y a partir de esto cambiar para bien.
- De la autoestima depende en gran medida que se alcancen todos nuestros objetivos, ya que de lo visto con anterioridad se puede decir que si se ve con pesimismo el futuro difícilmente se desarrollara de una manera optima las metas que se han visualizado.

Actividad N° 3 Relaciones Interpersonales

La Facilitadora hará una breve posición de los siguientes ejes temáticos. El éxito que experimentemos en nuestra vida depende en gran parte de la manera cómo nos relacionemos con las demás personas, y la base de estas relaciones interpersonales es la comunicación. Particularmente de la manera en que solemos hablarles a aquellos con quienes usualmente entramos en contacto a diario, nuestros hijos, esposos, amigos o compañeros de trabajo.

Muchas veces, ya sea en forma pública o privada, nos referimos a otras personas en términos poco constructivos, especialmente cuando ellas se encuentran ausentes. Se ha creído que es una buena regla el referirnos a otras personas en los términos en que quisiéramos que ellos se refiriesen a nosotros.

Cuando nos encontramos hablando de alguien, siempre hay que preguntarse: ¿Como se sentiría esta persona si estuviera presente, escuchando lo que estoy diciendo de ella? ¿Se sentiría bien o mal? ¿Mejoraría su autoestima o empeoraría? Hay que recordar que todos y cada uno de nosotros estamos en capacidad de impactar positivamente las vidas de aquellos con quienes entramos en contacto. Entonces, cuando nos estemos refiriendo a otra persona, hay que parar y pensar en lo que se va a decir. Y esto no quiere decir que no podamos expresar nuestra discordia o nuestro enojo con otras personas por alguna situación en particular lo podemos hacer utilizando la asertividad en la comunicación para lograrlo. Sin embargo, hay que recordar que siempre se debe reprochar o criticar la acción o los resultados y no la persona.

¡Todos nosotros impactamos a diario las vidas de otras personas! Y lo hacemos con nuestro aprecio o nuestra indiferencia, con nuestras alabanzas o con nuestras críticas, con nuestra sonrisa o con nuestro desdén. Lo triste es que casi siempre permitimos que esta oportunidad de impactar positivamente la vida de otras personas pase de largo, privándonos, no sólo de haber podido influir de manera positiva sobre la vida de otro ser humano, sino privándonos también de la satisfacción que trae el hacer esto.

El Doctor Shad Helmstetter autor del libro “Que decir cuando esté hablando consigo mismo” dice que durante los primeros 18 años de nuestra vida, la persona promedio ha oído por lo menos 148.000 veces las expresiones NO!! o NO HAGA ESO!!. Y durante ese mismo período de tiempo son muy pocas las veces que hemos escuchado de qué podemos ser capaces o qué tan lejos podemos llegar. Por supuesto que todos nosotros tenemos áreas en nuestra vida o actitudes personales que necesitamos mejorar; pero también, todos tenemos grandes cualidades.

Así que exaltemos las cualidades positivas de otros/as, convirtámonos en la clase de persona que otros/as quieren a su alrededor.

Por ello hay que desarrollar destrezas para las relaciones interpersonales como son:

Sociales	Autoconocimiento
<ul style="list-style-type: none"> • Autoimagen positiva y confianza • Asertividad proactiva • Iniciación al contacto • Comienzo de comunicación • Reconocimiento y evasión del peligro • Límites saludables • Comunidad • Apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> • Autenticidad • Asertividad • Comunicación y integridad • Límites emocionales • Base en la realidad • Postergación de la gratificación • Distanciamiento
Comunicación	Límites
<ul style="list-style-type: none"> • Escuchar activamente • Empatía, apertura, conciencia • Respuesta reflexiva • Revelación • Expresión • Entendimiento del lenguaje corporal • Claridad y honestidad • No asumir • Contenido vs. proceso • Resolución de conflicto • Negociación 	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento y honor de valores comunes • Respeto y Aceptación • Escuchar • Autenticidad • Validación y apoyo • Afecto físico y emocional • Desarrollo del carácter • Sentido de Identidad • Límites saludables • Perdón • Encarar los propios miedos

Se sugiere elaborar una presentación de power point de este material.

Actividad N° 4

Negociaciones Familiares

Una mujer empresaria debe por naturaleza trabajar con el recurso más disponible y de menor costo para ella este recurso es el familiar obligándola a trabajar con un grupo de personas, para ello es fundamental que todas las habilidades vistas hasta ahora se concreten con un trabajo proactivo de liderazgo, que brinde la posibilidad de un desarrollo armónico del grupo familiar y de las mujeres como lideresas.

Para finalizar, veremos la relación estrecha y fundamental de un buen trabajo en grupo y de otra habilidad: la toma de decisiones, diariamente y en el transcurso de nuestra vida tomamos decisiones que van desde la más simple como es la de a qué hora nos levantamos o la más complejas como si emprendemos una empresa o no, tenemos un hijo o no, unas mas relevantes que otras.

Tomar decisiones significa elegir responsablemente entre una u otra opción y asumir las consecuencias de esa decisión, aunque en ocasiones no sea muy acertada. Para minimizar el error en la toma de decisión, se ha considerado un proceso que se puede aplicar a las decisiones que se toman comúnmente, este proceso es una guía que facilita el elegir entre varias alternativas.

1. Identificar el problema: Definir el problema o el asunto es determinante. Se debe observar cuidadosamente la situación, la preocupación y la o las personas involucradas en el problema.
2. Recopilar Información. Debe de conocerse la mayor cantidad de información acerca del problema o el asunto. Se deben buscar nuevas fuentes de información y preparar una lista de todas las posibles opciones o selecciones.
3. Considerar las opciones: se debe explorar todas las selecciones y las soluciones posibles, considerando las ventajas y desventajas de cada uno, sus pros y sus contras.
4. Seleccionar una de las opciones: Se debe tomar una decisión y seleccionar una opción basándose en los pros y contras de cada uno de las alternativas y en las consecuencias para cada una de las personas involucradas, dentro del contexto.
5. Planificar un curso de opción: Se prepara un plan de acción que permita poner en función a la alternativa seleccionada.
6. Aceptar la responsabilidad de la decisión: La persona o el grupo de personas debe de responsabilizarse por la decisión y luego actuar de acuerdo con esta. El proceso de la toma de decisiones exige un sentido de responsabilidad.
7. Poner a marchar el plan de acción: se puede identificar una buena decisión cuando se realiza la acción.
8. Evaluar la decisión: Se debe evaluar el éxito de la alternativa seleccionada y del plan de acción.
9. Determinar la acción a seguir basándose en la evaluación: Si la decisión resulta exitosa, el curso de la acción puede seguir el patrón establecido hasta que la acción seleccionada deje de tener sentido práctico. Las decisiones futuras deben ser consistentes con la decisión y deben apoyarla.

Actividad N° 5

Dinámica de la fábrica de barcos:

Se le da una cantidad de papel determinada a las participantes y se les indica que en un tiempo determinado deben producir la mayor cantidad de barcos.

Se evalúa al final de la dinámica como se colocó de acuerdo el grupo en la asignación de funciones, cual fue la liderazgo, que factores influyeron en el resultado de la producción. **Guía #12.**

Actividad N°6

Tecnología

Se realiza una disertación en donde se vea cómo el acelerado avance de la ciencia y la técnica ha permitido al hombre y la mujer contemporáneos, desarrollar medios cada vez más sofisticados para comunicarse: telefonía celular, redes satelitales que llevan los mensajes de un extremo a otro de la tierra en fracciones de segundo, y que hacen posible que veas en tu televisor, en vivo y en directo, un partido de fútbol, un recital o una guerra, que están ocurriendo a miles de kilómetros distancia o te conectes, vía internet, con museos, bibliotecas, grandes tiendas u otros usuarios de todo el planeta.

Ahora, es muy natural encender el televisor y ver un ídolo deportivo jugando en otro continente; disfrutar de un partido de básquetbol en Estados Unidos, observar las Olimpiadas, jugar con un dibujo animado digitando los números de un aparato telefónico o conectarte con un canal de video juegos. Sin embargo, estas posibilidades son muy recientes. Relegando la radio y, antes de eso, los periódicos impresos, el telégrafo y las noticias que viajaban con la tradición oral muy lentamente de un lado a otro.

Los mensajes eran conducidos por emisarios que debían trasladarse a pie o a caballo para llevarlos a su destino. Pero aún así se tomaba en cuenta el emisor y el receptor.

Es por todo este crecimiento tecnológico que es importante el familiarizarse con los avances modernos para poder a su vez a través de dichos recursos promulgar nuestro producto y acreditar nuestra empresa.

Para poder retomar los temas vistos y hacer una introducción a lo que se va a revisar en la tercera sesión se deja una tarea llamada La Negociación, Guía #13, estas preguntas permiten a la mujer que se encuentra llevando este proceso de crecimiento integral el que esclarezca dudas con el tema de la siguiente sesión.

Es importante la sistematización de este proceso para poder lograr una visibilización de los logros obtenidos por las mujeres capacitadas con esta propuesta.

SESIÓN 3

Generalidades de la Microempresa

Objetivos Específicos:

1. Construir de manera participativa los conceptos relacionados con la microempresa y sus características.
2. Identificar las ventajas y desventajas de la actividad microempresarial.
3. Analizar los pasos necesarios para el establecimiento de una microempresa.

Contenidos:

- Tipos de empresa.
- Concepto de microempresa.
- Antecedentes de la Microempresa y su entorno en Costa Rica.
- Características de la microempresa.
- Ventajas y desventajas de las microempresas.
- Pasos necesarios para formar una microempresa.

Actividad #1

Trabajo individual

A cada una de las participantes se le entrega una hoja titulada "Un día de vida de.....", **(la cual aparece en el anexo #10)** que es una plantilla donde se registran las actividades realizadas por cada persona, la hora a que las realizó y la (as) aptitudes necesarias para llevarla (as) a cabo.

En el espacio de puntos debe colocarse el nombre de la persona que la llena (Ejemplo: Un día en la vida de Cristina).

Una vez realizado este trabajo se piden voluntarias que compartan el ejercicio y la facilitadora enriquece la discusión con las siguientes preguntas:

- * En promedio ¿Qué número de horas trabaja la mujer al día?
- * ¿Cuántas de esas horas dedica a las tareas del hogar y cuántas a la microempresa?
- * ¿Qué aptitudes personales se requieren para llevar a cabo esta doble jornada?
- * ¿Qué apoyo se recibe por parte de la familia para salir adelante con toda la carga de trabajo?
- * ¿Qué sentimientos le produjo el ejercicio?

Aporte teórico:

Al formular políticas para el sector microempresarial se analizan los problemas y aspiraciones de la población bajo el supuesto de que las personas se encuentran en igualdad de condiciones dentro de la estructura social.

A partir de esta concepción se diseñan programas de apoyo a iniciativas productivas sin tomar en cuenta la subordinación de la mujer del sistema social, económico y político de la sociedad. Esta situación hace distintas sus carencias y necesidades en comparación con los hombres.

A pesar de esta situación desventajosa la mujer se ve obligada cada vez más a trabajar a cambio de un ingreso, sin descuidar las tareas del hogar de las cuales no puede separarse fácilmente, dados los patrones culturales imperantes.

Además del trabajo del hogar y de la microempresa, sobre la mujer recaen importantes responsabilidades comunes, como trámites de servicios públicos, salud, educación, seguridad, actividades religiosas, y otras, sumando al tiempo a esa diversidad de tareas, se visualizan fácilmente sus largas jornadas de trabajo, lo que les impide dedicar tiempo a ellas mismas y a su desarrollo personal.

Aún cuando la mujer pueda dedicar algún tiempo a capacitarse, las oportunidades existentes son escasas, lo cual reduce a la vez sus opciones de ocupación. Cuando tiene oportunidades de recibir alguna preparación, se trata por lo general de actividades estrechamente relacionadas con las que ejecuta dentro del hogar, que marcan una clara definición del trabajo.

Adicionalmente las microempresarias por lo general cuentan con escasos recursos económicos y tienen dificultades para acceder al crédito. Usualmente desconocen la existencia de programas que promuevan las actividades que realizan.

Además la inseguridad del trabajo que realizan las inhibe para solicitar créditos, porque ellas no saben si van a tener la suficiente capacidad para responder a una necesidad de esta índole.

Por otra parte las instituciones de crédito consideran a la mujer como una población de alto riesgo, por lo tradicional de sus actividades, por los costos de administración que significa atender sus pequeñas demandas y por las pocas garantías que pueden ofrecer.

Antes tales condiciones son muy diferentes a las de los hombres microempresarios, puesto que las primeras para realizar su trabajo tienen que superar más dificultades.

Ante todas estas desigualdades se hace necesario tomar en cuenta las necesidades específicas de las mujeres a la hora de planificar programas y proyectos en los cuáles la participación de la mujer es activa.

Actividad #2 Trabajo Grupal

Se subdivide al grupo en 4 subgrupos a los que se les entrega un caso que contienen un relato de vida real, acompañado de una guía de trabajo. **(Anexos 11,12).**

Una vez terminada la exposición de los grupos la facilitadora les pregunta: ¿Qué opinan ustedes de la situación de estas mujeres? ¿Se siente alguna identificada con ella?

La facilitadora agrega:

Como producto del proceso de socialización muchas mujeres hemos aprendido a visualizar nuestro trabajo como una "simple ayuda" al ingreso familiar, aunque con mucha frecuencia este sea determinante para la frecuencia de la familia y en bastantes ocasiones los ingresos superan a los del esposo.

Por otro lado tal y como se refleja en el caso # 2, las mujeres conducen su proyecto de vida y su identidad en función de otros. Siempre apoyando a los hijos, a los padres, al esposo, a los miembros de la familia. Construyen su identidad en función de las necesidades de otras personas y no de sí misma. En estas condiciones la valoración y la estima de su propia persona es muy pobre. La identidad es construida en función de los demás no les deja ver la situación de subordinación en que se desenvuelven.

Por lo tanto resulta muy difícil tomar conciencia de las formas para poder superar esto, necesitan trabajar en algo que les permita controlar lo que pasa en su casa, no depender de un horario, sino hacer un horario en función de las necesidades de los miembros de la familia, nunca de los de la microempresa y mucho menos de los de ellas.

Actividad #3

Lluvia de ideas Concepto de Empresa

Se anota en papelógrafo las ideas de que es una empresa, luego de haber indagado el significado o concepto que tiene el grupo sobre esto, además comenta al grupo que se estudiará de forma general tipos y conceptos de empresas para posteriormente enfocarse en aspectos teóricos de la microempresa.

¿QUÉ ES UNA EMPRESA?

Es un tipo de organización, ya sea individual o colectiva, que busca producir un bien o prestar un servicio, con el fin de satisfacer las necesidades del cliente y lograr un beneficio o ganancia para sí misma.

Una empresa se caracteriza por su tamaño:

Microempresa: Es una unidad de producción de bienes y servicios con no más de cinco trabajadores, que opera bajo propio riesgo en el mercado.

Pequeña y mediana empresa: Tienen entre seis y treinta trabajadores y cuentan con capital y estructuras más consolidadas.

Empresa grande: Es la que tiene más de treinta trabajadores y poseen capitales fuertes y una estructura organizativa debidamente establecida.

Multinacional: Es la que posee muchos trabajadores, capitales muy fuertes, estructuras organizativas totalmente consolidadas y tienen la particularidad de estar presentes en varios países alrededor del mundo: Ejemplo la Colgate.

Por su sector tenemos:

Servicio: Es la que no vende productos, sino que se encarga de prestar un servicio. Por Ejemplo: una Peluquería, un centro de Información.

Comercio: Es la que compra productos para luego revenderlo.
Por ejemplo: un bazar o una venta de perfumes.

Producción: Es la que produce los artículos, o sea, transforma materias primas en productos terminados. Por ejemplo una panadería.

Por su forma las empresas son:

Individual: Es la formada por un propietario individual o sea una sola persona.

Asociativa o cooperativa: Es la que está compuesta por varias personas de la misma comunidad, quienes buscan proyectos que beneficien a la comunidad.

Actividad #4 Trabajo Grupal

Se subdivide al grupo en 5 subgrupos a los que se les entrega una tarjeta con las indicaciones **Grupo #1:** Cual debe ser el perfil del Microempresaria. **Grupo #2:** Ventajas de la Microempresa. **Grupo #3:** Desventajas de la Microempresa. **Grupo 4:** Ventajas de la Microempresa. **Grupo: #5:** Desventajas de la Microempresa.

Una vez finalizado el trabajo en grupo en grupo se continúa con la plenaria, para luego la facilitadora hace el aporte teórico.

Perfil de la mujer Microempresaria		
*Seguridad en sí misma	*Entusiasta	*Ordenada
*Responsable	*Emprendedora	*Fortaleza
*Toma de decisiones	*Positiva	*Correr riesgos
*Perseverante	*Amable	*Facilidad de palabra
*Independiente	*Buena presentación	*Carácter

VENTAJAS DE LA MICROEMPRESA

- Es fácil establecerlo: puede iniciarlo en una forma modesta incluso desde su hogar.
- Usted es la jefa. Puede administrar el negocio a su propio ritmo y a su manera.
- Autonomía en la toma de decisiones.
- Flexibilidad de horarios.
- Posibilidad de combinar simultáneamente el trabajo productivo y reproductivo.
- Posibilidad de realizar el trabajo en la propia casa y al mismo tiempo atender las labores del hogar.

LAS DESVENTAJAS DE LAS MUJERES MICROEMPRESARIAS

- * Puede presentarse dificultades para conciliar el trabajo de la casa con el trabajo de la microempresa.
- * No tener garantías sociales.
- * Restricción de acceder a canales formales de crédito por los requisitos que se solicitan.
- * Bajos niveles de producción si no se cuenta con capital propio.
- * Sus ganancias iniciales serán muy bajas.

Actividad #5

Trabajo Grupal

Así como están en grupos, la facilitadora (o) les pide que elaboren, con base en las experiencias que tengan en actividades microempresariales, una guía con los pasos que se deben seguir para emprender una microempresa.

Para este ejercicio se recomienda que en cada sub-grupo esté al menos una persona que haya tenido alguna experiencia en el campo de la microempresa.

Las participantes deben anotar sus conclusiones en unos papelógrafos donde se pueda comparar los resultados de cada grupo y donde la facilitadora pueda complementar con el siguiente aporte.

1. Lo primero que se requiere para iniciar una microempresa es tener una IDEA clara de los que se quiere producir. Para este primer paso deben considerar algunos estudios previos para valorar el futuro de la microempresa.
2. Tener o buscar un grupo consolidado que nos colabore en la realización de la idea productiva. En este paso se suele involucrar a familiares o vecinos y amigos muy cercanos y de confianza.
3. Elaboración de un documento o proyecto, el cual incluye una serie de estudios para saber si la idea productiva que se tiene puede ser exitosa en el lugar bajo condiciones en las cuales se quiere desarrollar. El documento presenta en dos formas.
 - En forma de perfil: el cual contiene información muy general del proyecto como: nombre, antecedentes, problema, alternativas de solución, objetivo, grupo meta, recursos y presupuestos.
 - En forma de estudio de prefactibilidad: es más complejo y lleva aspectos como: perfil, estudio de mercado, estudio técnico, evaluación financiera.
- 4- Búsqueda de financiamiento es decir la búsqueda de los recursos que son necesarios para poner a funcionar la idea productiva.

SESIÓN 4

El Proceso Administrativo

Objetivos Específicos:

1. Identificar cuáles son los diferentes componentes del proceso administrativo.
2. Analizar los pasos del proceso administrativo, como procedimiento ordenado que busca la eficiencia en los negocios.
3. Facilitar a las participantes un medio que les permita evaluar la aplicación y efectividad del proceso administrativo.

Contenido:

- Proceso administrativo: Concepto e importancia para el negocio de: Planeación, organización, control y evaluación (aporte teórico).
- Aplicación de los pasos que lo integran. El plan de trabajo como instrumento de control y evaluación del negocio: Qué, cómo, quién, cuándo, dónde y cuánto.

Actividad #1 Lluvia de Ideas

Se le solicita a las participantes que expresen su percepción con respecto a la frase: "Proceso administrativo", estimulándolas para que den su opinión al respecto.

Posteriormente se les presenta el concepto.

Proceso administrativo:

Es un sistema sobre el cual la/el administradora/or se apoya para llevar a cabo sus actividades en forma lógica, secuencial y ordenada, a la vez que le permita realizar los ajustes necesarios, de acuerdo con la información que va obteniendo en el proceso como respuesta a las acciones que ha puesto en práctica, es decir, con la base en la experiencia que va adquiriendo.

Después de haber revisado esta definición vale la pena sondear junto con las participantes la siguiente interrogante:

¿Cuántas de ustedes antes de hoy han considerado que una mujer que tiene una microempresa es administradora?

Luego de haber escuchado algunas opiniones, la facilitadora realizará un cierre en el cual hará referencia al hecho de por lo general la mujer microempresaria no se define ella misma como administradora, y tal comportamiento obedece a una serie de situaciones analizadas en sesiones anteriores que no está de más recordar y que tiene que ver con la desvalorización del trabajo de la mujer en la Microempresa, el cual en muchos casos es considerado como una prolongación del trabajo doméstico.

Además de esto se presentan dificultades para obtener capacitación, créditos, asistencia técnica y otros, aunado a que se trata de trabajos informales en los que en muchos casos no se cuenta con garantías sociales (Seguro social, cotización para Pensiones, otros Seguros).

Sin embargo, contrariamente a lo anterior se deben aclarar que las mujeres que se desempeñan en la Microempresa asumen todas las funciones administrativas correspondientes para que el desarrollo de su trabajo se de lo mejor posible.

Actividad #2

Breve encuadre

Continuando con el discurso anterior y antes de revisar propiamente las definiciones referentes a los componentes del proceso administrativo, es importante revisar la siguiente pregunta:

¿Cuáles son las acciones que una mujer Microempresaria debe realizar para hacer bien su trabajo si tiene la tarea de hacer 100 camisas?

En una lámina de papel o en la pizarra la facilitadora anotará los diferentes aportes de las participantes.

O se conforman 4 grupos, se les entrega una tarjeta con las preguntas de cada componente del proceso administrativo.

Una vez concluido el ejercicio anterior, la facilitadora realizará el siguiente aporte:

Planeación:

Es el proceso de toma de decisiones sobre la operación de la empresa previendo, hasta donde se pueda su funcionamiento tomando en cuenta los siguientes aspectos: Unidad, continuidad, flexibilidad y precisión.

Como parte de este proceso se fijan los propósitos del negocio tomando en cuenta tanto los recursos materiales tecnológicos (Equipo, maquinaria, herramientas) como humanos de conocimiento necesarios para alcanzarlos.

En este punto se toman en cuenta los siguientes aspectos:

- **¿Qué tenemos?**
- **¿Qué debemos hacer?**
- **¿Qué haremos?**
- **¿Cómo lo haremos?**
- **¿Quiénes, Cuándo y Dónde?**

De acuerdo con lo anterior y tomando en cuenta el recurso humano se definen las siguientes responsabilidades:

- **¿Qué?**
- **¿Cuándo?**
- **¿Cómo?**
- **¿Quién?**
- **¿Dónde?**

La planeación en general incluye las siguientes áreas:

Producción: Se refiere a aquellas actividades que permitirán asignar los recursos humanos y materiales disponibles para llevar a cabo la producción del producto o el servicio.

Ventas: Se refiere a los aspectos de colocación del producto, o prestación del servicio, relacionado con las ganancias económicas.

Personal: Tiene que ver con aspectos de interrelación personal con las personas que de una u otra manera participan directa o indirectamente en el negocio.

Finanzas: Está relacionado con las necesidades de dinero que tendrá el negocio en el período planeado.

Organización: Es el establecimiento de las labores y tareas que se deben asumir para poner a funcionar la Microempresa. Puede ser dividida en organización material y organización social y distribuye las acciones de las personas que participan en la relación con los recursos disponibles para alcanzar las metas planeadas.

Permite asignar a cada una de las diferentes personas funciones específicas, siguiendo pasos claros:

- Delegación apropiada de autoridad.
- Definición de acciones y responsabilidades.
- Formas de organización y control.
- Comunicación.

Al organizar establecemos un orden. Este orden tiene como propósito de hacer el trabajo y aprovechar los recursos para alcanzar los objetivos.

Dirección: Armoniza todas las actividades del negocio, facilitando su trabajo y sus resultados. Sincronizado cosas y acciones en sus proporciones adecuadas y adapta el medio a los fines. Permite que todas las partes trabajen conjuntamente como un todo, con el fin de lograr los objetivos establecidos previamente.

Aquí se verifica el cumplimiento de las actividades mediante la comunicación, es decir el intercambio de información.

Control: Consiste en la evaluación para comprobar si todas las cosas ocurren de acuerdo con la planeación y las instrucciones o acciones implementadas. Su objetivo es identificar los puntos débiles y los errores para rectificarlos y evitar su repetición. Por lo tanto existe una relación directa entre la planeación y el control.

Con las acciones de control podemos determinar:

- Si lo realizado es igual a lo planeado.
- Si lo realizado es mayor a lo planeado.
- Si lo realizado es menor que lo planeado.

Dentro del control se debe tomar en cuenta instrumentos que permitan dentro de la microempresa, un control en sus diferencias áreas encontramos los siguientes:

Todos estos elementos descritos anteriormente forman parte del llamado: "Proceso Administrativo" y pueden identificarse en cualquier trabajo y en cualquier nivel o área de actividad de un negocio. Es decir no solamente el dueño (a) del negocio realiza funciones administrativas, sino que todas las personas que trabajan junto a él o ella desempeñan funciones cotidianas.

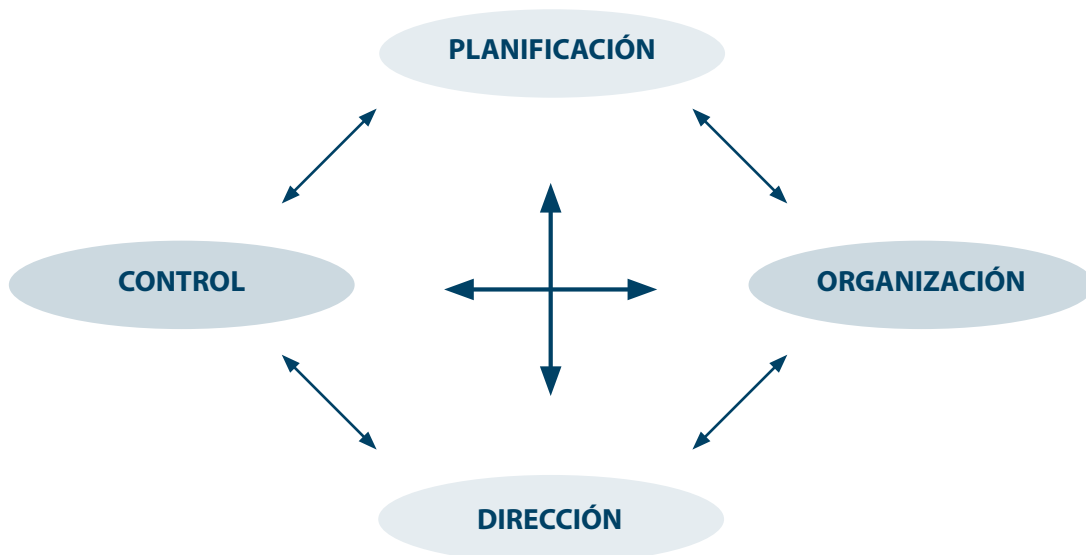
1. Si se trata de un proceso secuencial:



2. Los diferentes componentes del proceso administrativo forman parte del ciclo, que se repite continuamente, permitiendo que constantemente se puedan realizar correcciones y ajustes mediante la retroalimentación:



3. El proceso administrativo se da mediante la interacción dinámica de las funciones administrativas:



Las funciones administrativas cuando son consideradas como parte de un todo forman parte del proceso administrativo. Cuando son consideradas aisladamente, la planeación, la organización, la dirección y el control son funciones administrativas, cuando son consideradas en su enfoque global para alcanzar objetivos, forman el proceso administrativo.

El proceso administrativo es determinado por el conjunto de las funciones administrativas.

Actividad #3 Trabajo Individual

La facilitadora (o) expone que es un plan de trabajo, la importancia de un cronograma de actividades, luego cada participante elaborará su propio plan de trabajo, es importante aclarar cuál es la diferencia de un objetivo, meta y logros ya que se tiende a confundir.

Trabajo Individual Cada participante elabora el plan de trabajo de su microempresa.

PLAN DE TRABAJO: Es un documento donde recopila los objetivos de la microempresa, actividades, tiempo, recursos, lugar y responsables, que permite tener un control de las actividades que se realizan y las que no se realizan.

PLAN DE TRABAJO MICROEMPRESA

Objetivos	Actividades	Tiempo	Recursos	Responsable	Lugar

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES: Facilita tener un control de las actividades por días, semanas o meses, es opcional para la microempresa, cabe retomar que no se pueden mezclar días, meses y años. Si se aplica días con días, ejemplo:

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MICROEMPRESA FAMILIAR PAO

Año: _____

Actividades	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo			
SEMANAS	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ACTIVIDADES																				
Act. 1	*				*		*					*					*			*
Act.2		*	*	*		*			*	*	*			*	*			*		

*ACTIVIDADES PROGRAMADAS

SESIÓN 5

Aspectos Jurídicos Básicos a Tomar en Cuenta para la Formación o Consolidación de una Microempresa

Objetivos:

1. Analizar los aspectos legales que se deben ser tomados en cuenta cuando se pretende montar una microempresa.
2. Revisar otras formas de organización colectiva existentes, sus requisitos de funcionamiento, y alternativas a tomar en cuenta para su operación.

Contenido:

- Formas de organización (Persona física / Persona Jurídica).
- Otras formas de organización colectiva.
- Permisos y autorizaciones.
- Aspectos tributario.

Actividad #1

Diferentes Figuras de Organizaciones Colectivas

La facilitadora (o) explicará la importancia de conocer los aspectos legales que se tienen que tomar en cuenta a la hora de conformar un microempresa, puede ser que ya muchos la tienen constituida, sin embargo el procedimiento lo hicieron en algunos otras personas como abogados, la persona que asesora.

A continuación se desarrolla lo teórico, para consulta de la facilitadora (o).

Para lograr el establecimiento o consolidación de una microempresa debemos tener una cuenta una serie de aspectos no solo de índole *administrativo, financiero, técnico, sino también legales*. Por eso abordamos en este apartado algunos componentes generales del marco legal que envuelve a las microempresa, entre los cuales veremos:

- Formas de organización (Persona física / Persona Jurídica).
- Otras formas de organización colectiva.
- Permisos y autorizaciones.
- Aspectos tributarios.

Actividad #2

Formas de Organización (Persona Física/Persona Jurídica)

Para explicar las formas de organización la facilitadora (o) mostrará ejemplos escritos de estas formas de organización legal y deberá entregarse estos contenidos al grupo. Este primer contenido será desarrollado en lluvia de ideas del grupo sobre el significado de cada concepto, adicional al aporte del facilitadora/or.

La microempresa como actividad económica particular puede organizarse de manera individual como persona física o de forma colectiva como persona jurídica.

Persona Física: Es todo ser humano desde que nace hasta que muere. La ley le otorga a todo individuo una personalidad como entidad jurídica. Esta personalidad implica tanto la capacidad jurídica (sujeto de derechos y obligaciones) como la capacidad de actuar (ejercer por sí mismo actos válidos en favor de esos derechos).

Persona Jurídica: Es una entidad jurídica creada directamente por ley o por el convenio de partes realizado conforme a la ley. La existencia de las personas jurídicas termina cuando dejan de existir conforme a la ley, por la disolución voluntaria de los socios o asociados y por vencimiento del plazo por el que fueron creadas. Se trata entonces de una especie de ficción del derecho porque la persona jurídica no existe físicamente, pero la ley le reconoce una personería jurídica, o sea que es sujeto de derechos y obligaciones y tiene capacidad para actuar independientemente por medio de sus representantes.

Al igual que el estado reconoce a las personas físicas una identidad propia la cual se hace constar por medio de la inscripción en un Registro (Registro Civil) y les expide una cédula de identidad, las personas físicas deben inscribirse en diferentes Registros (Registro Público, Registro de Asociaciones, etc.) y se les expide una cédula jurídica.

Cédula Jurídica: Es un documento oficial que se extiende a las personas jurídicas, donde se hacen constar información básica como el nombre, número de cédula jurídica, etc.

Como las personas jurídicas no existen por sí mismas en la realidad, se encuentran siempre representadas por personas físicas, lo cual se hace constar por medio de las certificaciones de personería jurídica.

Certificado de personería jurídica: Es un documento donde se hace constar la información básica de la persona jurídica y de quienes ejercen su representación legal en ese momento conforme a los documentos inscritos en el Registro.

Actividad #3

Diferentes Figuras de Organizaciones Colectivas

Esta actividad puede ser opcional, ya sea que lo desarrolle en la actividad #2, o se conforman cuatro grupos y se les entrega los procedimientos para constituir una Asociación, Fundación, Cooperativa y sociedades mercantiles, estos tienen que ser los actuales de acuerdo a la instancia por ejemplo los requisitos de INFOCOOP para constituir cooperativas, las asociaciones dependiente si es por ley 218 o por medio del Registro Nacional que el trámite lo realiza notaria(o) público.

A continuación se desarrolla el aporte teórico para la facilitadora (o):

Nuestra Constitución Política reconoce la libertad de asociación en general que tienen todos los habitantes de la República, al establecer en su artículo 25: tienen derecho a asociarse para fines lícitos (no prohibidos). Nadie podrá ser obligado a formar parte de asociación alguna.

Dentro de las formas de organización colectiva o por medio de personas jurídicas encontramos:

- Asociaciones.
- Fundaciones.
- Cooperativas.
- Sociedades mercantiles.

ASOCIACIONES: Una asociación es un grupo de personas que se unen conforme a la ley para conseguir un fin lícito en común y que no tiene por único y exclusivo objeto el lucro o ganancia. (Ley de Asociaciones, artículo 1).

¿Cómo se constituye?

Toda asociación necesita de un ordenamiento básico que se llama Estatuto o Acta Constitutiva, donde se fijan sus actividades, fines, organización y en general todas las disposiciones particulares que acuerden las personas que la constituyen.

Para constituirla se necesitan por lo menos 10 personas mayores de edad, pueden participar como asociados menores de edad mayores de 16 años, pero no pueden ser electos en cargo alguno dentro de la organización.

El acto de constitución se realiza otorgando escritura pública ante un notario público, la cual debe contener el Estatuto debidamente aprobado y el nombramiento del Órgano Directivo.

El Estatuto debe contener:

- El nombre (no puede usarse sociedad, empresa, compañía).
- Su domicilio (lugar donde se establecerá la organización).
- El fin que persigue y los medios para lograrlo.
- Formas de afiliación y desafiliación de los asociados y sus derechos y deberes.
- Recursos con que cuenta y órgano que fija las cuotas.
- Órganos de la asociación, procedimientos para constituirlos, convocarlos y completarlos (Órgano Directivo, Fiscal, Asamblea General).
- Órgano o persona que ostenta la presentación de la organización y sus facultades.
- Modo de crear filiales.
- Condiciones y modalidades de extinción.
- Procedimientos para reformar los estatutos, y
- Todos aquellos otras disposiciones específicas que acuerden los asociados.

Se considerarán asociados los que concurren como tales al acto de constitución y los que sean admitidos posteriormente de acuerdo con el Estatuto.

Órganos esenciales de la Asociación:

Órgano Directivo: Debe estar compuesto por un mínimo de 5 miembros, dentro de los cuales se escogerá un Presidente/a, un Secretario/a y un Tesorero/a; y de manera opcional se elegirán los otros dos puestos, que pueden ser: Vicepresidente/a, prosecretario/a, vocales, etc. Este órgano será el encargado de dirigir la actividad de la organización de acuerdo con las políticas y el plan de trabajo que apruebe la Asamblea General.

Fiscal: Debe elegirse al menos un fiscal que debe ser mayor de edad y se encargará de ejercer la vigilancia sobre toda la actividad de la organización. La Contraloría General de la República también fiscalizará el funcionamiento de la Asociación cuando ésta reciba fondos públicos.

Asamblea General: Es el máximo órgano de la Asociación, está compuesto por todos los asociados y le corresponde acordar los nombramientos de los miembros de los demás órganos y cumplir con las demás atribuciones que les sean fijadas en el Estatuto.

Para formar parte de cualquiera de estos órganos se requiere ser asociado **ACTIVO:** *es aquel que es sujeto de derechos y obligaciones y está facultado para actuar conforme al Estatuto de la Asociación.*

Toda Asociación debe inscribirse ante el Registro de Asociaciones del Registro Nacional, para lo cual debe presentarse un testimonio de la escritura pública y publicar antes un edicto en el Diario Oficial La Gaceta.

Funcionamiento:

La asociación dentro de su organización interna está obligada a legalizar y llevar los siguientes libros de control:

- Actas de Asamblea General.
- Actas del Órgano Directivo.
- Registro de Asociados.
- Diario.
- Mayor.
- Inventarios y balances.

Las asociaciones pueden adquirir toda clase de bienes, celebrar contratos de cualquier naturaleza y realizar operaciones lícitas de cualquier tipo, encaminadas a la consecución de sus fines.

También pueden las Asociaciones unirse en Federaciones, Ligas o Uniones y Confederaciones.

Utilidad pública:

La declaratoria de utilidad pública se confiere a aquellas Asociaciones que desarrollen una actividad particularmente útil para el Estado. El trámite se realiza ante el Ministerio de Justicia y Gracia, cumpliendo con los siguientes requisitos:

- Detalle de razones por las cuales se considera que la Asociación en su actividad y desarrollo es particularmente útil para los intereses del Estado y llena una necesidad social. Autenticada por un abogado.
- Certificación de personería jurídica vigente.
- Indicar los programas y proyectos en los que se hará uso de los beneficios de la declaratoria.
- Copia certificada de los Estatutos.
- Certificación de registros contables por parte de un C.P.A
- Recomendación de un Ministerio o Institución pública del Estado afín de los objetivos de la Asociación y copia del estudio técnico.

- Recomendaciones de personas físicas o jurídicas que resulten beneficiadas por la actividad de la Asociación, autenticadas.
- Declaración jurada de compromiso de someter el control de sus finanzas al régimen que indique el Ministerio de Justicia y Gracia.
- Proyecto de reforma al Estatuto en el que se regule el presupuesto anual de ingresos y gastos.
- Tener como mínimo tres años de estar inscrita.
- Señalar lugar para atender notificaciones.

La declaratoria de utilidad pública otorga a una Asociación una gran cantidad de beneficios como:

- *Mayor facilidad para recibir fondos públicos.*
- *Exoneración del pago de impuestos.*
- *Mayor posibilidad de obtener donaciones privadas y establecer convenios con instituciones públicas, etc.*

La Asociación se extingue por las siguientes causas:

- Cuando el número de asociados sea inferior al necesario para elegir el Órgano Directivo.
- Cuando sea disuelta por autoridad judicial (proceso de disolución, se puede dar por no inscribir nombramiento de Órgano Directivo en el año siguiente al vencimiento).
- Por privación de la capacidad jurídica.
- Porque se ha conseguido el fin o se vea imposibilitada para conseguirlo.

En caso de disolución los bienes pueden ser distribuidos entre los asociados, si no estuvieren gravados o garantizando una deuda.

Sanciones:

La Ley de Asociaciones establece penas para quienes:

- *Mantengan asociación en forma oculta o secreta.*
- *El secretario o tesorero que no lleve a sellar los libros.*
- *Los miembros de la Asociación que destinen fondos para fines distintos o permitan actos prohibidos en el local de la Asociación.*

FUNDACIONES: Es un ente privado de utilidad pública, sin fines de lucro, establecido para realizar o ayudar a realizar, mediante el destino de un patrimonio, actividades educativas, benéficas, artísticas, literarias, científicas, etc., que signifiquen bienestar social. (Ley de Fundaciones, artículo 1).

¿Cómo se constituye?

El fundador puede ser una persona física o jurídica y existen dos formas de constituir la: por escritura pública o por testamento.

En el documento de constitución (Acta Constitutiva) debe aparecer:

- El nombre.
- Domicilio.
- Objeto.
- Plazo de constitución (puede ser perpetuo), y
- La forma de administración.

Las fundaciones están exentas del pago de impuestos.

Debe contar con una Junta Administrativa integrada por 3 o 5 personas, nombradas por el fundador.

El fundador o en su caso la Junta Administrativa serán los encargados de dictar las disposiciones reglamentarias para regir la actividad de la fundación.

Puede manejar bienes y hacer negocios en el tanto sirvan para el cumplimiento de los fines de la fundación.

Extinción:

Solamente un Juez Civil a instancia de la Junta Administrativa o de la Contraloría General de la República, podrá disponer la disolución de una fundación, cuando haya cumplido los propósitos para los que fue creada o por encontrarse en imposibilidad absoluta de cumplirlos.

En caso de acordarse la disolución los bienes pasarán a otra fundación o a una institución pública similar, si el fundador no hubiere acordado otra cosa.

COOPERATIVAS: Las cooperativas son asociaciones voluntarias de personas y no de capitales, con plena personalidad jurídica, de duración indefinida y de responsabilidad limitada, en las que los individuos se organizan democráticamente a fin de satisfacer sus necesidades y promover su mejoramiento económico y social, como un medio de superar su condición humana y su formación individual, y en las cuales el motivo del trabajo y de la producción, de la distribución y del consumo, es el servicio y no el lucro. (Ley de Asociaciones Cooperativas, artículo 2).

Es importante aclarar que la cooperativa debe funcionar tratando de generar una rentabilidad o ingresos que van a beneficiar a la colectividad y no a intereses individuales de unos cuantos asociados, es decir las personas se unen en cooperativas para adquirir o alcanzar necesidades que individualmente podría ser difícil lograr una sola persona.

Las cooperativas deben ajustarse estrictamente a los siguientes principios y normas:

- Libre adhesión y retiro voluntario de los asociados.
- Derecho de voz y un solo voto por asociado.
- Devolución de excedentes y aceptación de pérdidas por parte de los asociados en proporción a las operaciones que realicen con la cooperativa de acuerdo a su participación en el trabajo común.
- Pago de un interés limitado a los aportes hechos al capital social.
- Neutralidad racial, religiosa y política e igualdad de derechos y obligaciones de todos los asociados.
- Fomento de la integración cooperativa.
- Fomento de la educación y del bienestar social y mejoramiento de las condiciones de vida de los asociados y sus familias.
- Duración indefinida, capital variable e ilimitado, y número ilimitado de asociados.
- Responsabilidad limitada.
- Irrepartibilidad entre los asociados de las reservas establecidas por ley y de excedentes producidos por las operaciones con personas que, sin ser asociados, hubieran usado los servicios de la cooperativa y de los ingresos no provenientes de la función social de la cooperativa.
- Autonomía en su gobierno y administración con excepción de las limitaciones que establece la presente ley.

Le está absolutamente prohibido a toda asociación cooperativa realizar cualquier actividad que no se concrete al fomento de los intereses económicos, sociales y culturales de sus asociados.

Las cooperativas podrán extender sus servicios a personas no asociadas si a juicio de la asamblea la buena marcha de ella lo aconseja y con previa aprobación del Instituto de Fomento Cooperativo (INFOCOOP), que es el ente público rector de este tipo de organizaciones en el país.

Tipos de Cooperativas:

Las cooperativas son: de consumo, de producción, de comercialización, de suministros, de ahorro y crédito, de vivienda, de servicios, escolares, juveniles, de transportes, múltiples y en general de cualquier finalidad lícita y compatible con los principios y el espíritu de cooperación.

Constitución:

El registro, la inscripción y la autorización de la personería jurídica de las asociaciones cooperativas estará a cargo del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, por medio de un registro especial.

Condiciones para constituir una cooperativa:

- Se constituyen con responsabilidad limitada, y de sus compromisos responderán el haber social y los asociados hasta por el monto de los aportes suscritos.
- Se constituyen mediante asamblea que celebren los interesados, de la cual se levanta un acta.
- No podrán constituirse mientras no está suscrito íntegramente el patrimonio social inicial y no se haya pagado, por lo menos, el 25% de importe total del mismo.
- No podrá constituirse con un número menor de 20 asociados.
- Tendrán su domicilio legal en el lugar donde realicen el mayor volumen de sus operaciones.

Procedimiento para constituir la:

Para que sea autorizado el inicio de sus actividades, las asociaciones cooperativas deberán presentar al Ministerio de Trabajo y Seguridad Social una solicitud cumpliendo una serie de requisitos y presentando los documentos que se establecen en la ley, los cuales no se reducen a meras formalidades, sino que tienen la finalidad de demostrar la utilidad y viabilidad de la cooperativa.

Una vez cumplidos esos requisitos exigidos por el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, si no existieren impedimentos legales y objeciones que hacer al acta de constitución o a los estatutos, los estudios y si no hay oposición del INFOCOOP la aprobará.

Para ser miembro de una cooperativa se requiere poseer los requisitos o condiciones exigidos por los estatutos.

Podrán ser miembros también las personas jurídicas que no persigan fines de lucro, aunque no reúna todos los requisitos que indiquen los estatutos.

La disolución

Las cooperativas podrán acordar su disolución por cualquiera de las siguientes causas:

- a) Por voluntad de las dos terceras partes de sus miembros;
- b) Por haber llenado su objetivo o por haber cumplido sus finalidades; y
- c) Por fusión e incorporación a otra asociación cooperativa.

Por gestión de los organismos de integración del sector, que representen el veinticinco por ciento (25%) de los asociados, siempre y cuando ese número no sea inferior a diez, o por iniciativa propia, el Instituto Nacional de Fomento Cooperativo solicitará al Tribunal de Trabajo la disolución de una cooperativa, si se le comprueba en juicio que:

- a) El número de asociados se ha reducido a una cifra inferior a la legal.
- b) Por cualquier otra causa, se hace imposible el cumplimiento de sus objetivos.

SOCIEDADES MERCANTILES: Las sociedades mercantiles son organizaciones/ empresas destinadas a ejercer una actividad económica lucrativa.

Existen diferentes tipos de sociedades mercantiles:

- Sociedad en Nombre Colectivo.
- Sociedad en Comandita.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- Sociedad Anónima.

La diferencia de entre los diferentes tipos básicamente reside en los niveles de responsabilidad patrimonial que se establecen entre los socios.

El procedimiento de constitución para cualquiera de estas sociedades es similar al que ya examinamos en la constitución de Asociaciones, en Asamblea General de socios, otorgando escritura pública ante un notario.

Sociedad Anónima:

Daremos especial énfasis a este tipo de sociedad en virtud de que es la más conocida y utilizada.

Requisitos para constituirla:

Que haya 2 socios como mínimo y que cada uno ellos suscriba por lo menos una acción. Los socios pueden ser dos nada más. Sin embargo, para integrar el Órgano Directivo se requieren por lo menos 4 personas (que pueden o no ser socios).

Que en el momento de la constitución quede pagado el valor de las acciones, al menos el 25% de las que se vayan a cubrir en efectivo e íntegramente las que se vayan a cubrir con otros bienes.

La escritura constitutiva de toda sociedad mercantil deberá contener:

- Lugar y fecha en que se constituye.
- Nombre y apellidos, nacionalidad, profesión u oficio, número de cédula, estado civil y domicilio exacto de las personas físicas que la constituyen.
- Nombre y demás datos de las personas jurídicas que intervengan en la constitución, si fuera el caso.
- Clase de sociedad que se constituye.
- Objeto que persigue.
- Nombre de la sociedad.
- Duración y posibles prórrogas.
- Monto del capital social, forma y plazo en que deba pagarse y la forma como se distribuyen las acciones, entre otros...

Por eso, las personas que deseen constituir una sociedad anónima deben presentarse ante un notario como mínimo cumpliendo con los anteriores requisitos, detallando: las calidades personales de cada miembro (nombre, cédula, estado civil, profesión u oficio, nacionalidad y domicilio exacto), la indicación del monto del capital social, las acciones que representaría y su forma distribución.

Una vez constituida la sociedad debe inscribirse en el Registro Público, Sección Mercantil, previa publicación de un edicto. Al realizarse la inscripción se le extenderá la cédula jurídica.

La participación en las utilidades (ganancias) que produzca la sociedad en su actividad se distribuirán en forma proporcional a las acciones que posea la persona. Asimismo, los socios son los que tienen derecho a votar en las elecciones que se hagan.

La propiedad de las acciones se consigna en el registro de accionistas que para tal efecto debe llevar la empresa, al mismo tiempo está obligada a legalizar y llevar los siguientes libros:

- Actas de Junta Directiva.
- Actas de asamblea General.
- Registro de accionistas.
- Diario.
- Mayor.
- Inventarios y balances.

Extinción:

Las causales por las que se puede extinguir una sociedad son:

- Vencimiento del plazo por el que fue constituida (se puede prorrogar).
- Imposibilidad de realizar el objeto para el que se crea.
- Pérdida del 50% del capital social salvo que lo repongan o disminuyan los socios.
- Acuerdo de los socios.

La sociedad puede ser sometida a los procesos judiciales de declaratoria de insolvencia, concurso de acreedores, liquidación y cierre.

Actividad #4

Permisos y Autorizaciones

La facilitadora (o) pregunta al grupo quienes cuentan con permisos Municipales y permisos del Ministerio de salud, luego se les explica en que consisten; una vez concluida esta actividad se continúa con los aspectos tributarios. Es importante estar informado de los requisitos antes de iniciar esta sesión, ya que pueden cambiar o modificarse, por las leyes.

Patente e impuestos Municipales:

Todas las personas físicas o jurídicas que se dediquen al ejercicio de actividades lucrativas de cualquier tipo dentro del cantón, deben pagar a la Municipalidad un impuesto de patentes.

Para obtener una patente Municipal hay realizar el trámite respectivo ante esta instancia y los requisitos varían de acuerdo a las reglas de cada Municipio. Pero en general se exige: estar al día en el pago de los demás tributos y obligaciones que se deben ante la Municipalidad y aportar certificación registral y plano catastrado de la propiedad. También varían los requisitos si se trata de una edificación existente o de construcción nueva, en este último caso antes de iniciar la construcción es conveniente asegurarnos que la zona donde se ubicará la edificación y las condiciones de la misma son las idóneas para el tipo de actividad que se quiere llevar a cabo.

El monto del impuesto por patente Municipal se determina a partir de los ingresos que percibe el negocio, por lo que anualmente se debe presentar una Declaración Jurada Municipal y conforme a eso se impone el monto respectivo.

El impuesto de patentes no anula del pago de los impuestos regulares como el territorial ni los impuestos por servicios municipales como recolección de basura, etc.

Permiso sanitario de funcionamiento:

El permiso sanitario de funcionamiento lo otorga el Ministerio de Salud y es la autorización que requieren algunas actividades-negocios para funcionar.

Básicamente esta referido a aquellos comercios/industrias que venden productos o desarrollan que podrían poner en riesgo la salud pública.

Están obligados a tramitar el permiso sanitario de funcionamiento, entre otros: los locales comerciales de cualquier tipo donde se preparen y sirvan alimentos (sodas, restaurantes, cafés, panaderías, etc.), las industrias de alimentos, de productos químicos y de cualquier naturaleza cuyo funcionamiento o producto de su actividad se pueda poner en riesgo la salud de las personas.

El trámite se realiza ante el Ministerio de Salud y esta misma institución es la encargada vigilar el cumplimiento de las normas de salud en los locales sujetos a estas regulaciones.

Actividad #5 Aspectos Tributarios

Uno de los aspectos que más preocupaciones causan a las microempresarias y en general a todas las personas que ejercen alguna actividad económica son los impuestos o tributos que deben pagar. Aquí vamos a hablar de dos específicamente que son los que se deben de tener en cuenta en las actividades comerciales comunes: el impuesto de ventas y el impuesto sobre la renta.

El primer paso una vez que se tiene instalada la actividad es **INSCRIBIRSE** como contribuyente ante la Dirección General de Tributación Directa, recordemos que no hacerlo puede significar: a) Incurrir en un hecho delictivo por evasión al fisco y b) Enfrentar trabas en el desarrollo del negocio, ya que para muchos trámites y transacciones se solicita estar al día con las obligaciones tributarias.

Tanto si la actividad económica la ejerce una persona física o una persona jurídica existe la obligación de inscribirse como contribuyente, hacer las declaraciones y pagar los impuestos (ventas y renta). Sin embargo, como veremos las tablas para el cálculo varía en algunos casos si es una persona física o jurídica, para lo que nos ocupa nosotros haremos en cada caso la distinción.

La Inscripción como Contribuyente:

Las personas físicas con actividad lucrativa y las personas jurídicas se inscriben llenando el formulario denominado D.140 "DECLARACIÓN DE INSCRIPCIÓN, MODIFICACIÓN DE DATOS Y DESINSCRIPCIÓN REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES", el cual se retira en las oficinas de la Dirección General de Tributación Directa.

En dicha fórmula se debe completar la información que se solicita: nombre, cédula, actividad económica, ubicación, etc. En el caso de las personas jurídicas deben completar además el anexo "HOJA DE DETALLE", donde se asienta la información correspondiente a los representantes legales de la organización. Los formularios se deben entregar en la misma Dirección General acompañados de los documentos que en cada caso se solicitan (certificación de personería, fotocopias de cédula jurídica, identidad, etc.).

Una vez inscrita la persona física o jurídica puede acudir con la copia de la hoja de inscripción a una imprenta autorizada para pagar a hacer las facturas timbradas. En el caso de las personas jurídicas también deben presentarse a otra ventanilla para gestionar la legalización de libros.

Impuesto Sobre la Renta (Sistema Tradicional):

El impuesto sobre la renta es un monto/tarifa que se cobra al contribuyente (persona física o jurídica) sobre la utilidad neta del periodo.

Utilidad neta = Ingresos – Gastos

Las tarifas se establecen para cada periodo fiscal (año con año).

Sobre el pago de este impuesto las personas físicas cuentan con un rango de exención (hasta ₡1.200.000.00 en el 2002), mientras que las personas jurídicas no tienen esa exención. **PERO TODOS ESTAMOS OBLIGADOS A PRESENTAR LA DECLARACIÓN, TENGAMOS QUE PAGAR O NO.**

En el caso del periodo 2002, se adjunta la tabla de tarifas vigente.

La declaración se presenta anualmente.

Impuesto General sobre las Ventas (Sistema Tradicional):

Es un impuesto sobre el valor agregado en la venta de mercancías y en la prestación de algunos servicios señalados en la ley.

Son contribuyentes de este impuesto las personas físicas o jurídicas que realicen ventas o presten servicios en forma habitual y las que efectúen importaciones internaciones de bienes.

Con este impuesto estamos obligados a:

- Extender facturas timbradas.
- Llevar y mantener al día un registro de compras y uno de ventas.
- Mantener visible en el negocio la constancia de inscripción extendida por Tributación Directa.

Para presentar la declaración debemos comprar el formulario en cualquier oficina de los agentes recaudadores autorizados (Banco Crédito Agrícola de Cartago).

La declaración debe hacerse mensualmente.

Este es un impuesto que el vendedor lo cobra sus ventas sumando el 13% sobre los bienes y servicios gravados y luego debe entregarlo al Estado.

Ahora, lo que vendedor debe entregar al Estado por concepto de este impuesto se calcula así:

El monto a pagar se determina sobre el precio neto de la venta, que debe incluir las otras cargas como el impuesto selectivo de consumo, cuando las mercancías de que se trata estén afectadas a éste. Se le aplica el 13% y seguidamente se le resta el impuesto de ventas pagado sobre las compras. El monto resultante es el impuesto a pagar.

Ejemplo: Venta de un arreglo floral

Precio neto de la venta	=	₡5.000	} Así cobra la vendedora el impuesto
+ 13% Impuesto de ventas	=	₡650	
Total	=	₡5.650	

Veamos ahora a su vez cómo paga ella el impuesto en las compras que realiza y cuánto tiene que entregar al Estado:

Ella cobró ₡5.650 colones por el arreglo, pero supongamos que para hacer el arreglo floral compró los materiales (flores, helechos, tronco, etc.) y pagó por ello el precio de ₡3.000 + el 13% del impuesto sobre las ventas que le cobraron, pagó entonces:

$₡3.000 + 13\% (₡390)$

En total pagó por la compra: ₡3.390 colones.

Lo que ella tiene que entregar al Estado se calcula así:

El monto del Impuesto de Ventas (I.V) que debe entregar al Estado = ₡650 del 13% del I.V que cobra sobre el precio neto de la venta de ₡5.000 (-) ₡390 del 13% del I.V que pagó sobre la compra de ₡3.000.

Monto del I.V que debe entregar al Estado = ₡650 – ₡390

El monto del I.V que debe entregar al Estado = ₡260

Observemos que ella no tiene que entregar exactamente lo que cobra (₡650 colones) porque ella también pagó el I.V sobre las compras realizadas para hacer el arreglo floral (₡390 colones). Entonces lo que tiene que entregar es la diferencia: ₡260.

Servicios que se encuentran gravados: que tienen que pagar el impuesto sobre las ventas:

Restaurantes.
Cantinas.
Centros nocturnos, sociales, de recreo y similares.
Hoteles, moteles, pensiones y casas de estancia transitoria o no.
Talleres de reparación y pintura de toda clase de vehículos.
Talleres de reparación y refacción de toda clase de mercancías.
Estacionamientos para vehículos.
Teléfonos, cables y "telex."
Servicios de revelado y copias fotográficas, incluso fotocopias.
Almacenes generales de depósito.
Servicios de lavandería y planchado de ropa de toda clase.
Espectáculos públicos en general, excepto los deportivos, teatros cines, estos últimos cuando exhiban películas para niños.
Servicios publicitarios prestados a través de la radio, la prensa y la televisión. Estarán exentos de esta disposición las emisoras de radio y los periódicos rurales.
Transmisión de programas de televisión por cable, satélite u otros sistemas similares, así como la grabación de "videos" y "pistas", y su arrendamiento.
Servicios de agencias aduanales.
Servicios de correduría de bienes raíces.
Servicios de mudanzas internacionales.

Todos los demás servicios no contenidos en esta lista no deben cobrar el impuesto sobre las ventas.

Bienes que se encuentran exentos del pago del impuesto:

Los artículos definidos en la canasta básica alimentaria.
Los reecauchos y las llantas para maquinaria agrícola exclusivamente.
Los productos veterinarios y los insumos agropecuarios que definan de común acuerdo el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Ministerio de Hacienda.
Las medicinas.
El queroseno.
El diesel para la pesca no deportiva.
Los libros.
Las composiciones musicales.
Los cuadros y pinturas creados en el país por pintores nacionales o extranjeros.
Las cajas mortuorias.
El consumo mensual de energía eléctrica residencial igual o inferior a 250 kw/h.
Las exportaciones de bienes gravados o no por este impuesto y la reimportación de mercancías nacionales que ocurra dentro de los tres años siguientes a su exportación.

Sobre los demás bienes que no aparecen en esta lista se debe pagar el impuesto.

Régimen de Tributación Simplificada:

Es una alternativa sencilla para que los pequeños contribuyentes cumplan con sus deberes tributarios (impuestos de renta y ventas) simplificando sus obligaciones y su contabilidad.

Este régimen tiene las siguientes ventajas:

- El contribuyente no está obligado a emitir facturas por sus ventas, aunque debe entregarlas cuando el cliente se lo solicite.
- El cálculo de los impuestos se hace por medio de una operación muy sencilla.
- No debe conservar los comprobantes de todas sus transacciones, sino únicamente las facturas de compras.

Los requisitos para la inscripción en este régimen son:

- Pueden ingresar las personas físicas o jurídicas que desarrollen alguna de las actividades que se señalan más adelante y que cumplan además con los siguientes requisitos:
- Que el monto de sus compras anuales de mercancías, materiales y suministros no sobrepase los ₡15 millones de colones, incluyendo el impuesto de ventas pagado.
- Que el negocio cuente con un máximo de tres trabajadores, sin incluir el contribuyente.
- La actividad no debe tener su origen en la explotación de una franquicia, marca, nombre comercial o ser negociante exclusivo de otro entre económico.
- Sólo debe existir un establecimiento abierto al público.
- La inscripción no procede cuando la actividad se combine con otras no contempladas en el régimen.

La inscripción a este régimen debe realizarse, preferiblemente, en las oficinas de Tributación Directa de su domicilio fiscal y debe llenar el formulario D.140 y un anexo específico, cumplimiento con los requisitos señalados para la inscripción en el Sistema Tradicional.

El contribuyente que se inscriba en este régimen debe siempre conservar los comprobantes de sus compras y llevar un registro de compras debidamente legalizado. Este último trámite se realiza en las mismas oficinas de Tributación Directa.

Las declaraciones del impuesto de renta y general sobre las ventas con este régimen debe hacerse en forma trimestral, dentro de los primeros 15 días naturales del mes siguiente al finalizar cada trimestre.

El cálculo de esos impuestos con este régimen se realiza de la siguiente manera:

Impuesto de renta:

El monto a pagar se obtiene multiplicando el monto total de las compras de mercancías del trimestre, por el “factor autorizado de renta”, que lo fija Tributación Directa.

Impuesto general sobre las ventas:

El monto a pagar se obtiene multiplicando el monto de las compras de mercancías del trimestre, gravadas con el impuesto general sobre las ventas, por el “factor autorizado de ventas”, fijado por Tributación Directa.

Para las siguientes actividades: Bar, cantina, taberna o establecimientos similares; estudios fotográficos, restaurantes, cafés, sodas y otros establecimientos que vendan comidas, bebidas o ambos y las panaderías; la base que se aplica al impuesto sobre las ventas será el total de las compras, tanto las gravadas como las exentas, realizadas en el trimestre.

Los impuestos de renta y ventas con este régimen se declaran y cancelan en un solo formulario, denominado “D-105” y el total a pagar será la suma del monto de ambos impuestos.

Vamos ahora a utilizar el mismo ejemplo anterior para ver cómo se aplica el pago de los impuestos de renta y ventas con el Régimen de Tributación Simplificada.

Ejemplo: Venta de un arreglo floral.

Impuesto sobre la renta:

Veamos ahora cómo calcula lo que la vendedora del arreglo floral tiene que pagar al Estado:

Recordemos que se obtiene multiplicando el monto total de las compras de mercancías del trimestre, por el “factor autorizado de renta”.

Ahora, supongamos que la suma total de las compras de mercancías del trimestre de la vendedora es de ₡3000 colones, lo que ella compró para hacer el arreglo.

El impuesto se calcula multiplicando esa suma (₡3000) x el factor autorizado de renta (que en este caso es: 0,01).

Impuesto de renta = ₡3000 X 0,01

Impuesto de renta = ₡30 colones, es lo que ella tiene que entregar al Estado.

Impuesto general sobre las ventas:

Para las siguientes actividades: Bar, cantina, taberna o establecimientos similares; estudios fotográficos, restaurantes, cafés, sodas y otros establecimientos que vendan comidas, bebidas o ambos y las panaderías; la base que se aplica al impuesto sobre las ventas será el total de las compras, tanto las gravadas como las exentas, realizadas en el trimestre.

Los impuestos de renta y ventas con este régimen se declaran y cancelan en un solo formulario, denominado "D-105" y el total a pagar será la suma del monto de ambos impuestos.

Vamos ahora a utilizar el mismo ejemplo anterior para ver cómo se aplica el pago de los impuestos de renta y ventas con el Régimen de Tributación Simplificada.

Ejemplo: Venta de un arreglo floral.

Impuesto sobre la renta:

Veamos ahora cómo calcula lo que la vendedora del arreglo floral tiene que pagar al Estado:

Recordemos que se obtiene multiplicando el monto total de las compras de mercancías del trimestre, por el "factor autorizado de renta".

Ahora, supongamos que la suma total de las compras de mercancías del trimestre de la vendedora es de ₡3000 colones, lo que ella compró para hacer el arreglo.

El impuesto se calcula multiplicando esa suma (₡3000) x el factor autorizado de renta (que en este caso es: 0,01).

$$\text{Impuesto de renta} = \text{₡}3000 \times 0,01$$

Impuesto de renta = ₡30 colones, es lo que ella tiene que entregar al Estado.

Impuesto general sobre las ventas:

El cobro del impuesto por parte de la vendedora se realiza de la misma manera que en el Sistema Tradicional, lo que varía es la forma cómo se calcula lo que ella debe entregar al Estado:

Cobro:

Precio neto de la venta =	₡5 000	} Así cobra la vendedora el impuesto igual que en el Sistema Tradicional
+ 13% Impuesto de ventas =	₡650	
Total =	₡5650	

Veamos ahora cómo calcula ella lo tiene que entregar al Estado:

Recordemos que se obtiene multiplicando el monto de las compras de mercancías del trimestre, gravadas con el impuesto general sobre las ventas, por el "factor autorizado de ventas".

Ahora, supongamos que el monto de las compras de mercancías gravadas con este impuesto durante el trimestre es ₡3.000 colones, correspondiente a los materiales que nuestra vendedora compró para hacer el arreglo (flores, helechos, tronco, etc.).

El impuesto se calcula multiplicando esa suma (₡3.000) x el factor autorizado de ventas (que en este caso es: 0,058).

Impuesto de ventas = ₡3.000 X 0,058

Impuesto de ventas = ₡174 colones. Eso es lo que tiene que entregar la vendedora al Estado por concepto del impuesto general sobre las ventas.

Actividades que pueden inscribirse en el Régimen de Tributación Simplificada:

- Bares, cantinas, tabernas o establecimientos similares.
- Restaurantes, cafés, sodas y otros establecimientos que vendan comidas, bebidas o ambos.
- Comercio minorista.
- Fabricación de objetos de barro, loza, cerámica y porcelana.
- Panaderías.
- Fabricación artesanal de calzado.
- Fabricación de muebles y sus accesorios.
- Floristerías.
- Estudios fotográficos.
- Fabricación de productos metálicos estructurales.

Las especificaciones de cada una de estas actividades se encuentran en el desplegable que se adjunta.

Objetivos:

1. Demostrar la importancia que tiene el mercadeo dentro de un pequeño negocio y la función que este posee para la actividad empresarial.
2. Analizar los elementos que forman parte del mercadeo de un producto o servicio.
3. Analizar los aspectos que deben ser tomados en cuenta para realizar mercadeo.

Contenidos:

- Concepto e importancia de mercadeo.
- Fases del mercadeo.
- Componentes del Mercado.
- Elementos para definir estrategias de Mercadeo.

Actividad #1

Concepto e Importancia del Mercadeo

Análisis de situaciones se conforma cuatro grupos para trabajar los siguientes casos:

A) UN RESTAURANTE DE COMIDA AL PASO: Un cliente solicita un pastel pero se le dice que sólo se tienen a disposición sándwich. El cliente no compra nada.

EJERCICIO: El cliente no compra nada para comer del restaurante de comida al paso. ¿Por qué?

B) UN ALMACÉN GENERAL: Un cliente solicita un lámpara Se le dice que su costo asciende a ₡4.500 pero sabe que el mismo tipo de lámpara en otro almacén cerca cuesta ₡3.800. El cliente no compra la lámpara.

EJERCICIO: El cliente no compra una lámpara del almacén general. Por el contrario, compra la lámpara del otro almacén. ¿Por qué?

C) UNA LIBRERÍA: Existen varios clientes formando una cola para comprar productos pero el asistente está hablando con un amigo. Algunos clientes se cansan de esperar y dejan la tienda, sin comprar producto alguno.

EJERCICIO: Los clientes que salen no compran nada de dicha librería. Se dirigen a otro establecimiento. ¿Por qué?

Plenaria y exposición de los grupos

Al finalizar la exposición de cada grupo se pregunta y escribe en la pizarra las respuestas:

1. ¿Quiénes son los clientes?
2. ¿Qué conclusión general puede obtener el grupo luego de escuchar cada situación y las respuestas?

La facilitadora cierra la actividad resaltando las razones por las que, en cada situación no se realizó la compra y de cómo éstos, no deben ser obviados en cualquier tipo de negocio o actividad a realizar, ya que son elementos que interfieren en los resultados deseados y sobre todo en las ganancias.

Actividad #2 Definición del Mercadeo

La facilitadora plantea al grupo lo siguiente:

Considerando la reflexión de la actividad anterior.

¿Qué significa para ellas mercadeo de un producto o servicio?

Luego de escuchar las respuestas y anotarlas en un papelógrafo, la facilitadora presenta al lado el siguiente concepto:

¿Qué es el mercadeo?

Es la manera ordenada de conseguir que un producto nos aporte utilidad o ganancia. Mediante el mercadeo se trata de lograr que el producto llegue a la gente apropiada en el momento oportuno, en el lugar apropiado a un precio razonable y competitivo.

Además complementa con:

El mercadeo es todo lo que satisface las necesidades de sus clientes y genera utilidades a partir de :

- La provisión de productos o servicios que necesitan.
- La fijación de precios que estén dispuestos a pagar.
- La obtención de sus productos o servicios para sus clientes.
- La información y atracción de sus clientes para comprar sus productos o servicios.

La Importancia del Mercadeo

Además pregunta al grupo:

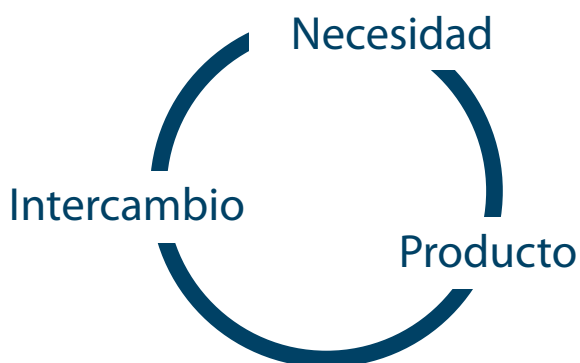
¿Cuál consideran es la importancia que puede tener la función de mercadeo para el negocio?

A partir de las respuestas la facilitadora expone:

El mercadeo es un sistema que compete a todas las actividades involucradas en llevar un producto de su lugar de origen (fábrica/finca) al consumidor final. Desde este punto de vista, el mercadeo como actividad económica tiene el importante objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los clientes actuales y potenciales, a través de las relaciones de intercambio.

Se tiene entonces, que el mercadeo identifica las necesidades del mercado para desarrollar productos o servicios que le satisfagan. Los factores clave de este proceso son:

Se explica el esquema en la pizarra:



El mercadeo debe colocar el producto adecuado con un precio conveniente, en el lugar preciso y en el momento oportuno.

Actividad #3 Fases del Mercadeo

Aporte teórico

Para desarrollar este contenido se propone a la facilitadora el realizar la exposición del concepto en pizarra o papel, con esquemas o palabras claves y preguntando a su vez, a las participantes, por un ejemplo que ellas puedan dar de cada concepto que se va explicando. Es importante suministrar esta información por escrito a las participantes para posteriormente la tomen como guía para elaborar su proyecto, por lo que se recomienda entregar copia o resumen a cada una, si bien es cierto no podrían desarrollar todos por cuestiones de tiempo, si se pueden retomar y aplicar algunas fases para el proyecto final. En la guía de proyecto final se especificará que aspectos aplicar.

Se puede agregar que el **MERCADEO** incluye las siguientes fases:

- **EL ESTUDIO DE MERCADO:** en esta primera etapa se obtiene información bien documentada a través de los siguientes medios: encuestas, (preguntas a la gente en general o a quienes consideramos podrían interesarse por comprar el producto, formularios, estadísticas, entre otros, (dejamos de basarnos en rumor o intuiciones). Alguna información que se busca sobre el producto que queremos vender incluye: características (forma, presentación), gustos, opiniones, condiciones en las cuales el cliente estaría interesado en adquirirlo y las personas que podrían estar interesados en comprarlo, frecuencia con que se compraría o bien calcular el nivel de necesidad del producto.
- **LA PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO:** Nos permite establecer si disponemos de recursos necesarios para producir o modificar el producto de acuerdo con el estudio de mercado. Es decir determinar cuántos recursos necesitaríamos para ajustar el producto al gusto del cliente.
- **EL PRECIO:** se establece el costo de producción del servicio o producto y el precio al que necesitamos venderlo si queremos que nuestro trabajo sea rentable sin dejar de ser competitivo.
- **EL CONTROL DE CALIDAD:** se establece el proceso por medio del cual se definen los estándares en que se basa la calidad del producto que se ofrece. Las normas o procedimientos que se deben seguir en la empresa para que el producto no sea defectuoso o no se cometan errores en su producción.
- **EL EMPAQUE:** nos permite presentar, proteger, promocionar y conservar el producto que nos proponemos vender.
- **PROMOCIÓN Y VENTAS:** esta actividad de mercadeo se propone hacer conocer el producto y presentarlo a los consumidores a través de medios atractivos que permitan aumentar las ventas, carteles, televisión, radio, ofertas, demostraciones, incentivos de compra, ferias u exposiciones abiertas, uso de testimonio de consumidores.
- **DISTRIBUCIÓN:** se diseñan los sistemas necesarios para asegurar la entrega eficiente del producto a los consumidores. Los medios para hacerlo.

Actividad #4

Componentes del Mercadeo

Mediante una lluvia de ideas la facilitadora (o) debe introducir ciertos términos que las participantes necesitan manejar, para hacer el estudio de mercado de sus productos, por ejemplo que es el mercado, que es la demanda, que es la oferta, que es la competencia, cual es la publicidad cada microempresa cuenta.

Luego se le solicita a cada participante que escriba en su cuaderno o en hojas blancas cada uno de los pasos para ser llenados, de acuerdo a la explicación del facilitador(o), como parte del documento final. La idea de esta dinámica es ir explicando cada componente y que el participante lo realice de acuerdo a la Microempresa que cuenta.

1. Identificación y caracterización de productos o servicios.

2. Identificación del tipo de Mercado.

- a) **Tipo de Servicio o Productos:** Los servicios o productos principales que ofrecerá la microempresa: alquiler, tubérculos, frutas, verduras, capacitación, asesoría.

- b) **Nicho de Mercado:** Se define como el grupo de consumidores, que responde de una manera similar ante un determinado estímulo de mercado ejemplo: la microempresa está dirigida al sector empresarial o educativo.
- c) **Área de Mercado:** Definir la población, en que va a estar concentrada la venta del producto. Ejemplos: población de jóvenes, grupos de hombres y mujeres según edades específicas a que se desea llegar.

3. Demanda: se define como las diferentes cantidades que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, en función de los diferentes niveles de precios posibles, en determinado tiempo. Es decir, el total de bienes o servicios que compran los consumidores.

4. Oferta: La oferta se define "como las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y aptos a ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles en determinado tiempo. La oferta está representada por una serie de posibilidades alternativas, que siempre correlacionan las diferentes cantidades ofrecidas, con los diferentes niveles de precios, definidos por las estructuras de los costos de los productos. Esta serie de posibilidades alternativas se modifica en razón directa de la variación de precios.

La oferta está en función de la capacidad instalada, de ofrecer diversos servicios o productos demandados por los clientes actuales y futuros.

Elementos de la Oferta:

- Variedad bienes y servicios.
- Tecnología.
- Recurso Humano.

5. Mercado: es el conjunto de consumidores y oferentes reales o potenciales de bienes y servicios. Es donde se ofrece y compra nuestro producto y otros productos distintos o similares.

6. Los Precios: el precio es el valor en dinero del producto, por el cual los productores están dispuestos a vender y los compradores a comprar.

El precio es importante porque da elementos al comprar para tomar decisiones de cómo distribuir su dinero en diferentes productos.

Necesitamos investigar el mercado para definir los precios. Hay distintos precios que debemos contemplar:

1. Los precios que nos cobra el proveedor de la materia prima que necesitaremos.
2. El precio de producción, es decir la suma de todos los costos de la producción.
3. El precio que le daremos al vendedor. (En caso de que el producto no se venda directamente sino por intermediarios).
4. El precio de mercado, que es el precio que pagará la persona al comprar el producto. Tendremos varios precios de mercado dependiendo de cómo funciona la comercialización del producto.
5. El comportamiento de los precios.

Podemos encontrar precios diferentes iniciamos con:



Sobre el procedimiento para calcular el precio para la venta de un producto se estará realizando en la sesión de análisis de costos, por ahora interesa que la participante comprenda la importancia de este en el mercadeo. Se anota el precio actual de cómo venden u ofrecen el servicio.

7. Competencia: Son aquellos productos que pueden ser comprados en vez del nuestro, ya que reúnen características similares para el consumidor. La competencia será por lo tanto aquellos productos iguales o parecidos al nuestro y que pueden acaparar la demanda que nosotros teníamos contemplada.

Debemos conocer la competencia para poder saber cómo afectará nuestra oferta:

- Productos similares, sustitutos y complementarios.
- Investigación de la competencia.

En este componente se puede realizar un cuadro comparativo de la competencia, se incluye el nombre de la micro-empresa los productos similares, diferentes y el precio.

8. Comercialización: Es el conjunto de todas las actividades que la empresa debe realizar para crear, promover y distribuir productos de acuerdo con la demanda de los clientes actuales o potenciales y las posibilidades de la empresa.

9. Estrategias de Mercado: Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. La estrategia ayuda a poner orden y signar, los recursos de la organización, con el fin de lograr una situación viable como así anticipar posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los opositores inteligentes.

De acuerdo a la definición la estrategia es un medio para dar a conocer las distintas opciones de servicios así como la facilidad, comodidad, que se le da al cliente en el desempeño de los mismos. Se define cómo se va a mercadear el producto, es decir la forma a seguir para hacer que el producto sea conocido y/ o comprado y los recursos necesarios para esto.

Anotar cuales son las estrategias que están elaborando actualmente.

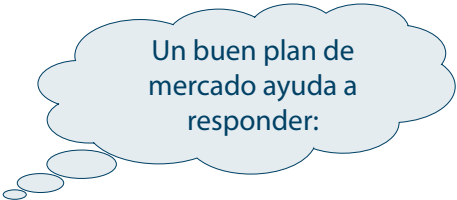
Actividad #5

Elementos para Definir Estrategias de Mercadeo

Aporte de la facilitadora:

Para definir estrategias de mercadeo es importante considerar varios aspectos, los cuales se pueden obtener haciéndonos algunas preguntas, que brinden la información necesaria, para tomar la decisión correcta sobre la forma o medio que utilizáramos para que el producto llegue al posible comprador. La estrategias de mercadeo la facilitadora (o) lo puede desarrollar con otros aportes o dinámicas.

Aporte de la facilitadora (o)



Un buen plan de mercado ayuda a responder:



X

¿Qué vender?

¿A quién venderlo?

¿Cuándo venderlo?

¿Dónde venderlo?

¿A qué precio venderlo?

Cuando una persona o un grupo decide abrir un negocio, generalmente no sabe qué producto fabricar o qué servicio ofrecer. Esta decisión puede ser vital para el futuro éxito o fracaso del negocio.

Una idea original acompañada de conocimientos en administración, producción y mercadeo suele garantizar resultados positivos en una empresa productiva. Muchas mujeres y hombres dueños de negocios atribuyen su éxito al haber sabido detectar qué producto convenía vender, teniendo en cuenta: su propia experiencia, los recursos e insumos con que podían contar y las necesidades y deseos de los consumidores a quienes querían satisfacer con el producto.

Sin embargo qué vender y a quién vender, o mejor dicho, la etapa de la planificación del producto y estudio de mercado son dos actividades que deben desarrollarse al mismo tiempo. Porque si bien es necesario saber qué recursos y habilidades requiere la fabricación de un producto, es igualmente esencial saber para quién se fabrica, lo que es igual, quién será el eventual comprador. No podemos olvidar que él/ la consumidor/a a quien se destina el producto determina la clase de producto que vamos a ofrecer y muchas de las cualidades que éste ha de presentar (tamaño, color, cantidad, calidad, diseño etc.).

Tarea: Se le solicita al grupo que conformen grupos de cinco personas, y que cada grupo traiga un producto, para compartir, en una cartulina o papel periódico anoten como sacaron el precio del producto.

Esta dinámica es para iniciar la siguiente sesión.

SESIÓN 7

Modalidades de Producción de la Microempresa

Objetivos:

1. Analizar los conceptos empleados en el proceso de producción.
2. Identificar los elementos que deben ser considerados en la elaboración de un producto.
3. Desarrollar los pasos que conforman el proceso de producción.

Contenidos:

- Concepto de producción, productividad y eficiencia.
- Elementos de la producción.
- Pasos a considerar para la producción.
- Elaboración de cédulas presupuestarias.

Actividad #1

Concepto de producción, productividad y eficiencia

LLUVIA DE IDEAS: Se motiva a las participantes para que expresen sus pensamientos respecto al concepto de producción, productividad y eficiencia. Las opiniones se recogen en un papelógrafo de manera espontánea.

Una vez terminado el ejercicio, la facilitadora tratará de ordenar las ideas, incorporando otros elementos de manera que la definición haga referencia a:

PRODUCCION: La producción es la transformación de materia prima en artículos terminados o semiterminados. Es decir mediante la producción, entregamos al consumidor, productos terminados, semiproductos y en algunas ocasiones servicios.

PRODUCTIVIDAD: Es el resultado de la producción de alguien en un determinado período de tiempo.

EFICIENCIA: Significa que se va utilizar los recursos de manera correcta, está dirigida a la mejor manera por la cual las cosas deben ser hechas o ejecutadas, a fin de los recursos sean aplicados de la forma más económica posible.

Actividad #2

Elementos de la Producción

Lluvia de ideas ¿Qué necesitamos para producir?

Cada persona o grupo construirá que necesitan ellos para producir en sus negocios. Es decir responderán la pregunta anterior, anotando todo lo que consideren es necesario para producir o desarrollar su idea.

Se escuchan las opiniones de las participantes y la facilitadora puede resumir todo lo dicho por el grupo con el siguiente aporte, utilizando esquemas o palabras claves que permita la asimilación del concepto a la participante, para esto puede retomar ejemplos de las exposiciones anteriores, o otros que el grupo pueda ofrecer.

Para poder producir es necesario contar con:

Capital de trabajo: Son los recursos humanos, materiales, técnicos, financieros, económicos con los que se pueda contar para iniciar el negocio, ya sea que se adquieran por aporte de la propietaria(as) de la microempresa o bien que la misma lo obtenga por otros medios, donaciones, créditos con entidades bancarias, apoyo gubernamental.

Materia Prima: Son todos los materiales y partes que se encuentran dentro de los productos que fábrica. Esto es dependiendo a lo que se dedica la microempresa si son productos necesitamos ingredientes, hilos, zipper, telas si son servicios como los salones de belleza sería tintes, champú, cremas etc, si es comerciante de ropa de vestir, sería toda la ropa de vestir o perfumes dependiendo al comercio que se dedique la persona.

Mano de Obra Indirecta: Son los sueldos o salarios que su negocio paga a los empleados que no trabajan fijos en su producción, puede ser por temporadas o ocasionales, por ejemplo: abogados, contadores, publicistas, auditores, etc.

Mano de Obra Directa: Son las personas que trabajan fija en la microempresa.

Equipo de Infraestructura: Consiste en toda la maquinaria, herramientas, etc, que su empresa necesite. Se espera que el equipo tenga larga duración, pues es a menudo costoso, ejemplo: máquina de coser, congelador, caja registradora, secadoras de cabello.

Equipo de Oficina: Son los insumos necesarios para ofrecer los servicios al cliente: computadora, televisor, impresora, fax, teléfono, etc.

Mobiliario: Son todos aquellos muebles necesarios para equipar la infraestructura se encuentran los siguientes: mesas, sillas, muebles para equipo, escritorios, etc.

Utensilios: Son todos aquellos insumos necesarios para equipar o utilizados en el proceso productivo, como en el caso de una actividad que implique cocinar, sería percoladores, picheles, vasos, mesas, etc.

Servicios: Agua, luz, teléfono, correo, transporte, publicidad, etc.

Infraestructura: Es el local donde se va encontrar ubicada la microempresa.

Terreno: Lugar donde se ubicará el local u instalaciones de la microempresa.

Materiales de oficina: Responden a aquellos materiales didácticos que se utilizaran para la microempresa tales como: papel, lapiceros, reglas, marcadores, reglas.

Operación y mantenimiento: Es lo que la microempresa utiliza para darle mantenimiento a la infraestructura, mobiliario y el equipo: jabón, desinfectante, palo pisos, escobas, bolsas plásticas, limpiones, limpieza, reparación de equipo, etc.

Permisos y requisitos legales: Son todos aquellos permisos de funcionamiento, trámites legales de constitución y requisitos que poseen un costo y en el que se debe incurrir para que la microempresa opere.

Transporte: es el medio que se utilizará para distribuir o colocar el producto, o para trasladar lo que se necesita para producir.

Unido a la necesidad de establecer qué necesitamos para producir se requiere cumplir con un **Objetivo de la Producción**, este puede consistir en:

Fabricar productos o artículos que vendemos para obtener un ingreso económico, que permita el fortalecimiento de nuestra industria y un aumento de nuestros ingresos económicos personales.

En este punto la facilitadora puede preguntar a las participantes sobre su objetivo de producción, o bien solicitarlo que lo escriban y a su vez que indiquen lo que consideran es importante hacer para alcanzar ese objetivo, aclarando que son aspectos adicionales a los materiales o insumos ya definidos.

La facilitadora complementa y anota:

Para lograr este objetivo debemos definir:

- Cuánto debemos vender para obtener equis cantidad de dinero de ganancia.
- De que calidad debe ser el producto para que nos paguen el precio deseado.
- Cuanto tiempo necesitamos.
- Cuánto dinero se requiere para el mantenimiento y cuidado de la microempresa, es decir cuál es la inversión que necesita, para los insumos que se requieren.

Actividad #3

Pasos a considerar para la producción

1. Se define qué se va a producir y cómo se hará.
2. Se establece el abastecimiento de la materia prima.
3. Se describe el proceso productivo: definir las actividades que se harán, una por una desde que se va a empezar la producción hasta que el producto esté listo para la venta, son los pasos a seguir para obtener el producto.

En este paso se le entrega a cada participante una hoja blanca para que elabore su proceso productivo.

Ejemplo:

4. **Maquinaria y el equipo del proceso:** En caso de ser requerido, se debe tener claro la que se va a ocupar. Para esto se debe pensar en: Su costo, la capacidad de producción, cantidad de materia prima que se va a procesar ya sea por días, semanas o meses, la calidad de producto exigido por el mercado, el respaldo técnico y repuestos, las características de la maquinaria: su material, medidas que tiene, capacidad de producción, uso que se le va a dar, precio del equipo o maquinaria.

5. Ubicación de Planta o Local: Determinar el lugar adecuado donde debe estar situada, para elaborar el producto u ofrecer el servicio, Aspectos importantes que deben ser considerados sobre las instalaciones en cualquier negocio son:

De fácil acceso, visibles y accesibles para los clientes, bastante seguras, verificar que los servicios estén disponibles o que puedan instalarse. instalaciones amplias.

6. Capacidad de Producción de la Planta o local: se determina cuánto producto puede producir la microempresa. Se considera los siguientes aspectos: El rendimiento de la materia prima, ubicación de la microempresa, producción que se espera alcanzar, capacidad de producción de la maquinaria, abastecimiento de materia prima y temporadas, demanda del producto, productividad de la mano de obra.

7. La vida útil y la depreciación de la maquinaria.

8. Mantenimiento de la maquinaria y equipo.

9. Asistencia técnica y capacitación.

10.El transporte. Es el medio por el cual se van a trasladar los productos.

11.Mano de obra: Es el recurso humano con que va a contar la microempresa.

12.Instalaciones de la microempresa.

13.Estructura de costos.

Actividad #4 Elaboración de cédulas presupuestarias

Consiste en definir con anterioridad y detalle todos los insumos que vamos a ocupar para producir u ofrecer un servicio, para que no se olvide o queden aspectos por fuera, que van a significar un costo y que por ende se debe calcular posteriormente, esto a su vez ayuda a organizar el trabajo y evitar inconvenientes, es realizar una planeación del producto.

Para la operación de la microempresa se toma en cuenta todo lo que necesitamos para producir y brindar un servicio, tomar en cuenta las cédulas presupuestarias, nos permite presupuestar lo que nos va a costar todo lo que necesitamos producir, detalle de la compra, cantidad, costo unitario, costo total, para que al final determinemos cuanto nos va a costar producir u ofrecer nuestro servicio.

Las cédulas presupuestarias se realizan para detallar cada aspecto que significará un costo. Primero realizamos un detalle de lo que necesitamos y luego obtenemos su valor, lo que gastaremos para obtenerlo. Es una forma de organizar y controlar los costos.

Se retoma la Actividad #3 se elabora una cédula por cada uno de los recursos que necesitamos para producir ejemplo:

**CEDULA PRESUPUESTARIA DE MATERIA PRIMA
PRODUCTO: PAN**

Detalle	Unidad	Cantidad	Costo/ Unidad	Costo Total
Harina	Sacos	2	6 800	13600
Huevos	Cartón	4	540	2160
Sal	Bolsa	2	90	180
Azúcar	Kilo	8	215	1720
Aceite	Galón	2	1250	2500
Leche	Caja	12	180	2160
TOTAL				¢22.320

GASTOS POR SERVICIOS

Detalle	Costo
Gas	¢25.000
Luz	17.065
Teléfono	3.000
Alquiler	80.000
Transporte	900
Agua	3.000
TOTAL	¢125.965

**CEDULA PRESUPUESTARIA MAQUINARIA
PRODUCTO: ROPA O TEXTILERÍA**

Detalle	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Maquinaria plana	1	300.000	300.000
Maquinaria Overlock	2	700.000	210.000
TOTAL			¢ 510.000

CÉDULA PRESUPUESTARIA PAPELERIA Y ÚTILES DE OFICINA

Descripción	Cantidad	Unidad	Costo P/U	Costo Total
Almohadillas	2	Unidad	308,00	616,00
Basureros Metálicos	3	Unidad	2.500,00	7.500,00
Bolígrafos Surtidos	50	Unidad	60,00	3.000,00
Cinta de papel sumadora	5	Unidad	156,00	780,00
Cinta Plástica Adhesiva	2	Cajas	155,00	310,00
Clips	6	Cajas	60,00	360,00
Cobertores p/comp.	2	Unidad	4.300,00	8.600,00
Diskettes	4	Cajas	2.000,00	8.000,00
Grapas Corrientes	4	Cajas	270,00	1.080,00
Grapadora Metálica	3	Unidad	4.300,00	12.900,00
Maskeen Tape	4	Unidad	225,00	900,00
Montasellos	3	Unidad	1.200,00	3.600,00
Resma de papel	100	Paquetes	1.380,00	138.000,00
Saca grapa de metal	3	Unidad	175,00	525,00
Sobres Amarillos	500	Unidad	16,00	8.000,00
Tijeras	3	Unidad	800,00	2.400,00
Tintas de Sello	3	Unidad	300,00	900,00
TOTAL				₡197.471,00

SESIÓN 8

Costos de la Microempresa

Objetivos:

1. Conocer los costos del negocio e importancia de estos para la gestión exitosa de la microempresa.
2. Brindar a las participantes los conocimientos básicos de los costos fijos y variables, para actuar sobre ellos, controlándolos, reduciéndolos o eliminándolos.

Contenidos:

- **Definición de costos**
- **Clasificación y cálculo de:**
 - Costos Variables y Fijos.
 - Depreciación de los activos.
 - Costo total y Costo Unitario (Contribución).
 - Precio de venta.
- **Punto de Equilibrio:**
 - Definición.
 - Importancia.
 - Cálculo.

La facilitadora presentará los aportes realizando esquemas en papelógrafo, y bien puede complementar la presentación resaltando con carteles, previamente elaborados, la definición de cada costo con un ejemplo que demuestre el concepto.

Actividad #1

Definición de Costos

Este contenido será de exposición teórica de la facilitadora al grupo, con el fin de que los participantes se introduzcan en el tema y puedan comprender la importancia y significado de los costos en la actividad microempresarial.

Aporte Teórico de la Facilitadora:

En sesiones anteriores se discutió sobre la necesidad e importancia del proceso administrativo y de los planes de trabajo como un medio para tal fin, en esta sesión se pretende determinar cuanto va costar producir ese bien o servicio que se ha decidido y planeado producir. Esto se hace con el fin de obtener información necesaria que permita tomar decisiones, planear, fijar precios y controlar los costos mismos.

De esta forma se debe saber que toda empresa que opera, en cualquier actividad, tendrá costos. Para Rossell(1984) costo incurrido es:

“El conjunto de gastos para adquirir bienes o servicios o para alcanzar un objetivo.”

El conocimiento del tema de los costos es de suma importancia para todo empresario, no importa el tamaño de su empresa, dado que si una persona sabe cuáles son sus costos puede actuar sobre ellos, para beneficio de su empresa.

Recordemos que en un negocio, si deseamos tener ganancias hay dos formas de obtenerlas:

- a) Aumentando los ingresos.
- b) Reduciendo los costos.

Ambas cosas nos permitirán aumentar el margen de utilidad que nos va a quedar, es decir, la diferencia total entre nuestros ingresos (lo que recibimos por la venta de nuestros productos) y nuestros costos (lo que nos cuesta producir). Adicionalmente, el conocimiento de nuestros costos nos permite competir de manera más eficiente en el mercado.

¿Cuánto Cuesta Producir?

No es difícil aprenderlo. Pero, hay que tomar en cuenta todos los factores que intervienen en la producción y, por tanto, en el precio de los productos. Algunas veces, las Unidades Productivas fracasan, porque se pone precio a los productos y se venden a “ojo de buen cubero” y no se lleva a cabo un estudio serio de lo que, realmente, cuesta la producción.

A este estudio se le llama:

Cálculo de Costos

Se tiene que hacer paso, para que resulte fácil hacerlo y nos sirva para mejorar la situación de nuestra Unidad Productiva, o empezarla sobre bases firmes. Para clasificar los costos es importante conocer su comportamiento, es decir, saber cuánto variará, (si es que varía) el valor a que asciende, si cambia cierta actividad durante un tiempo determinado.

En esta sesión vamos a ver estos pasos y aprenderemos o repasaremos sobre:

- Materia prima.
- Costos Variables.
- Costos Fijos.
- Costo Unitario, Costo Total.
- Precio de Venta.
- Punto de equilibrio.

Actividad #2

Clasificación y cálculo de: Costos Variables y Fijos, Depreciación de los activos, Costo total y Costo Unitario (Contribución)

Duración: 3 horas y 40 minutos

Al finalizar esta exposición la facilitadora solicita la opinión breve de las participantes sobre lo expuesto con el fin de retroalimentar.

Concepto 1: Costos Variables

Para poder calcular bien lo que cuesta producir, se tiene que saber qué son los costos variables

COSTOS VARIABLES: SON LOS QUE CAMBIAN SEGÚN ÉL TIPO Y ÉL NUMERO DE UNIDADES QUE SE PRODUZCAN.

“SON AQUELLOS QUE SE ESPERA QUE VARIÉN EN PROPORCIÓN AL CAMBIO DETERMINADO DE NIVEL O DE VOLUMEN DE ACTIVIDAD”. Rusell(1984).

Concepto 2: Materia Prima

MATERIA PRIMA: ES TODO AQUEL MATERIAL QUE SE OCUPAN PARA HACER UN PRODUCTO, SI SE TRATA DE UN SERVICIO SERÍA TODO LO QUE SE NECESITA PARA BRINDAR EL SERVICIO.

Pasos para calcular el costo de la materia prima:

Primero: hay que hacer una lista de todo lo que se necesita para confeccionar el producto de nuestra Unidad Productiva, o para brindar el servicio. Lo cual se analizó en la sesión anterior.

Segundo: Al lado de cada cosa, se pone el precio que nos ha costado. Muchas de las cosas que se ocupan no se compran exactas. Entonces tendremos que calcular el precio de lo que ocupamos.

Por ejemplo: compré una docena de botones que costaron sesenta colones. En el vestido que hice sólo ocupé dos, por tanto, gasté 10 colones en botones.

$\text{¢}60/12 \text{ unidades compradas} = \text{¢} 5.00$

$\text{¢}5.00 * 2 \text{ unidades para el vestido} = \text{¢}10.00$

Tercero: Cuando ya tengo la lista con todos los materiales y el precio pagado por ellos, los sumo.

COSTO DE LA MATERIA PRIMA: Es el valor de la materia prima de un producto que se obtiene luego sumar la lista de los materiales y el precio pagado por ellos.

Es decir:

A LO QUE GASTAMOS PARA COMPRAR LA MATERIA PRIMA NECESARIA EN LA ELABORACIÓN DE UN PRODUCTO SE LLAMA COSTO DE LA MATERIA PRIMA (MATERIALES).

Lo que cuestan los materiales que necesitamos para fabricar o producir nuestros productos (pan, cerdos, vestidos, muebles, etc.) VARÍA, según la cantidad que produzcamos. Por lo que el costo de la materia prima es un costo variable.

Es lógico: para producir un pupitre, tendremos que comprar madera, clavos, y cola, que necesitamos para producir 50 pupitres.

Pero, al producir, tenemos otros gastos que también varían según las unidades que se produzcan.

Estos otros gastos son:

- El pago de SERVICIOS, directamente relacionados con la producción, como la electricidad o el agua.
- La reparación y mantenimiento de los equipos y los instrumentos de trabajo.

Por ejemplo: suponiendo que el costo de reparación de un equipo de producción aumenta un promedio de ¢2,00 por cada hora que opere ese equipo y se puede predecir exactamente el número de horas que trabajará esa máquina o equipo durante un mes, entonces tenemos que se puede estimar el valor mensual total de esa reparación, así:

N° de horas-máquina estimadas	5.000
Costo estimado de reparación por hora	¢2,00

$$5.000 \times \text{¢}2,00 = \text{¢}10.000$$

- Si tenemos mucha producción, quizá contratemos personas que nos ayuden y por tanto, estos salarios también dependen de la cantidad a producir. Por lo que el costo de contratar personas de acuerdo a la producción o necesidad de servicios específicos es un costo variable.

Todos estos gastos son costos variables, para organizarlos y definirlos se puede elaborar el siguiente cuadro.

Actividad #3

Cálculo de Costos Variables

Con el siguiente cuadro se realizará un ejemplo a las participantes del cálculo de costo variable.

La facilitadora selecciona una actividad de producción de un bien, por ejemplo producción de camisas, el cual deberá tener previamente estimado sus costos, este lo desarrollará en la sesión con las participantes, paso a paso.

CUADRO INTEGRADO DE LOS COSTOS VARIABLES

PRODUCTO: _____

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Cantidad	Costo Unitario	Total Costo Variable
Materia prima					
1					
2					
3					
Mantenimiento de equipo de producción					
Servicios: electricidad, agua					
Mano de obra (ocasional)					
Totales:					

Concepto 3: Costos Fijos

En producción se llaman costos fijos a:

LOS COSTOS QUE SE MANTIENEN CONSTANTES, HAGAMOS MUCHOS O POCOS PRODUCTOS Y SIEMPRE SON NECESARIOS PARA MANTENER LA ACTIVIDAD ECONÓMICA.

Es decir, son aquellos que no se espera que cambien en su valor en proporción a los cambios en el nivel de volumen de actividad.

Los costos que se consideran como fijos se basa en la suposición de que se puede esperar que el valor total de esos gastos permanezcan sin cambio en un determinado tiempo y en proporción a ciertos tipos de actividades. Se consideran como fijos sólo durante un determinado tiempo, en un periodo largo se asumiría que todos los costos varían de alguna forma y en proporción a un tipo de actividad. Rossell (1984).

Los principales costos fijos son:

- La MANO DE OBRA o salario de las personas que trabajen fijo.
- El alquiler de un local.
- El costo proporcional por el uso del equipo.
- Depreciación: Cuando se usa el método de cálculo de línea directa.

Estos gastos hay que tomarlos en cuenta siempre. Si, por ejemplo, no se paga alquiler porque la casa es propia se debe contar, ya que, si por algún motivo tuvieran que salir y pagar alquiler, no se podría, de repente, aumentar el precio del producto.

Estimación de la Depreciación de Activos Fijos:

De acuerdo con Meza (1998) la Depreciación significa que:

A excepción de los terrenos, todos los activos fijos tienen una vida limitada, es decir sujetos a depreciación. Ese desgaste de activos fijos se tiene que ir registrando en la empresa a través del tiempo como un gasto por depreciación, y no en el momento de comprar el activo, esto con el fin de que exista una correspondencia entre ingresos y gastos, ya que el activo va a generar ingresos por varios años.

Para calcular esto existe varios métodos, aquí se tratará el Método de línea Recta:

Es un método constante, pues se deprecia el mismo monto cada período de su vida útil.

Distribuye el costo total del activo, después de descontar el valor de rescate, en montos iguales a lo largo de su vida útil estimada.

Su fórmula es:

$$\frac{\text{Costo} - \text{Valor Residual}}{\text{\# años de vida útil}} = \text{Monto de depreciación anual}$$

En donde:

Valor residual o valor de desecho es: el valor de salvamento o valor de recuperación, es el valor que la empresa estima cuando compra su activo. Se basa en el monto que la empresa cree que pueda recibir al vender este activo al finalizar su vida útil.

Vida útil es: el periodo de vida que se estima para un activo fijo, se puede determinar este periodo de acuerdo con la experiencia con activos similares, en el país, Tributación Directa nos indica la vida útil para cada tipo de activo, así un mobiliario se estima en una vida de 10 años, para vehículos de trabajo doble tracción es 5 años.

Un ejemplo:

Un camión comprado en 350 000, el valor de rescate es 10 000 y su vida útil es 5 años, entonces:

$$\frac{350.000 - 10.000}{5} = 68.000 \text{ cada año}$$

Conociendo estos aspectos se calculan los costos fijos como un importe total en el siguiente cuadro:

CUADRO COSTOS FIJOS

Descripción	Costo Unitario
Mano de Obra: Salarios fijos	
Alquiler	
Uso de Equipo	
Depreciación	
Costo Fijo Total:	

Precio por Unidad

Para calcular el precio por unidad se DIVIDE CADA UNO DE LOS COSTOS FIJOS POR EL NÚMERO DE PRODUCTOS.

Por ejemplo: si pagamos un alquiler de dos mil colones en un mes hemos fabricado 200 sillas se divide 2.000 entre 200 y nos da 10 colones. Quiere decir que la parte de alquiler por cada silla es de 10 colones.

Una vez conocido y explicado el procedimiento para calcular los costos fijos y variables se pueden integrar todos en un cuadro, para calcular los costos unitarios y totales.

Efectuando este cálculo, sabremos con exactitud CUANTO CUESTA PRODUCIR. Sabremos el costo total y el costo unitario. Ahora ya podremos poner precio a nuestro producto con mayor exactitud.

Concepto 4: Precio de Venta

Es el que se obtiene luego de sumar al costo total el margen de utilidad

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo Total} + \text{margen de utilidad}$$

Costos Unitarios

Para poder trabajar con el análisis del punto de equilibrio, se debe conocer los costos unitarios. Conocer un costo unitario, es equivalente a decir que debemos conocer cuanto nos cuesta cada unidad que producimos.

Pero ya que sabemos que los costos totales de una empresa se pueden clasificar en costos fijos y variables, podríamos decir así que como hay costos totales fijos y variables, también podemos tener costos unitarios totales, fijos y variables. En términos de ecuaciones sencillas, esas igualdades las podemos representar de la siguiente manera:

$$\text{COSTO TOTAL} = \text{Costo Fijo Total} + \text{Costo Variable Total}$$

$$\text{COSTO TOTAL UNITARIO} = \text{Costo Fijo Unitario} + \text{Costo Variable Unitario}$$

La clave está en tomar el total de costos (cualesquiera que sean) y dividirlos entre el número total de unidades producidas.

De manera similar, aplica para los costos variables y para los costos totales. Entonces, la fórmula para calcular los costos unitarios es:

$$\text{COSTO VARIABLE} = \frac{\text{Costo Total}}{\text{Unids. producidas}}$$

$$\text{COSTO FIJO UNITARIO} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Unid. Producidas}}$$

$$\text{COSTO VARIABLE UNITARIO} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unid. Producidas}}$$

La importancia de conocer los costos unitarios es que los podemos comparar con el precio que nos pagan por cada unidad de nuestro producto y así saber si, en términos de cada unidad que vendemos, estamos ganando o perdiendo.

Actividad #4

Ejercicio para calcular y obtener los costos fijos y variables

Todos los conceptos anteriores se aplica en el siguiente ejemplo, que ayudará a comprender mejor el tema. Esta actividad se desarrolla en la sesión.

GUÍA PRÁCTICA

Tabla para el cálculo de costos

Producto: _____

1 cantidad	#
2 tamaño	
3 costos variables materia prima:	₡
Servicios:	
Mantenimiento y reparaciones:	
Salarios ocasionales:	
4 Costos variables totales	₡
5 Costo variable unitario(4/1)	₡
Costos fijos: Salarios fijos Local Depreciación	₡
7 Costos fijos totales	
8 Costos fijos unitarios(7/1)	
9 Costos unitario total(5/8)	

Actividad#5

Punto de Equilibrio: Definición, Utilidad, Cálculo

A. Definición

Concepto 5: Punto de Equilibrio (Aporte de la facilitadora al grupo)

ES UN PROCEDIMIENTO PARA CALCULAR LA CANTIDAD MÍNIMA DE PRODUCTOS QUE TENDREMOS QUE VENDER, PARA RECUPERAR LOS COSTOS QUE HEMOS HECHO PARA PRODUCIRLOS.

El punto de equilibrio nos dice con cuantas unidades producidas y vendidas

SALDREMOS TABLAS

Si vendemos menos, estamos por debajo del punto de equilibrio y

PERDEMOS.

Si vendemos más, estamos por encima y

GANAMOS.

En otras palabras:

El punto de equilibrio muestra la cantidad mínima de ventas que debe tener la UNIDAD PRODUCTIVA PARA NO TENER, NI PÉRDIDAS NI GANANCIAS.

Es el punto en que LOS INGRESOS OBTENIDOS POR LAS VENTAS, SON IGUALES A LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN. No se obtienen pérdidas, pero tampoco ganancias.

Toda cantidad de productos que sobrepase este punto, producirá ganancias. Si las ventas están por debajo del punto de equilibrio, se producirán pérdidas.

B. Utilidad

EL PUNTO DE EQUILIBRIO sirve, principalmente para:

- Calcular el monto mínimo que deben alcanzar las ventas.
- Para recuperar los costos de la inversión realizada.
- Determinar las utilidades que genera cada producto.
- Definir el precio más adecuado.
- Determinar si se puede o no, invertir más.

¿Cómo Calcular el Punto de Equilibrio?

PASO 1

Para calcular el punto de equilibrio necesitamos saber:

- a) Los costos variables unitarios.
- b) Los costos fijos.
- c) El precio de venta.
- d) La contribución unitaria o margen bruto.

1. Los costos variables unitarios y los costos fijos ya los tenemos en el cuadro de cálculo de costos.

2. El Precio de Venta lo decidimos después de calcular los costos y de investigar el precio de productos similares en el mercado, de acuerdo al margen de utilidad que queremos tener.

3. Margen Bruto o Contribución. Conociendo los costos unitarios de una empresa, estamos en capacidad de calcular la contribución que le queda ya sea en total o por cada unidad.

Contribución Total de una Empresa:

ES EL RESULTADO DE RESTAR DEL TOTAL DE INGRESOS DE LA EMPRESA LOS COSTOS VARIABLES TOTALES.

Se obtiene así:

CONTRIBUCIÓN TOTAL = Ingresos Totales – Costos Variables Totales.

Contribución Unitaria:

ES LA PARTE DE LOS COSTOS VARIABLES QUE CARGAMOS AL COSTO DE CADA PRODUCTO.

La contribución unitaria se obtiene: RESTANDO AL PRECIO DE VENTA, EL COSTO VARIABLE UNITARIO.

CONTRIBUCIÓN UNITARIA = Precio de venta – Costo Variable Unitario.

PASO 2

Se divide los costos fijos entre la contribución unitaria.

El resultado de esta división es la cantidad de productos que necesitamos producir y vender, para LLEGAR AL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Costos Fijos/ contribución unitaria = Cantidad de producto para llegar al punto.

PASO 3

Multiplicando el número de unidades que hemos hecho y vendido de más, por la contribución unitaria, sabremos las UTILIDADES O GANANCIAS.

Se puede hacer una práctica del cálculo del PUNTO DE EQUILIBRIO con un ejemplo sencillo.

Actividad #6 **Formato para el Cálculo** **del Punto de Equilibrio**

La facilitadora entrega a cada participante copia de este formato, cada una irá desarrollando en la sesión el ejemplo aplicado, paso a paso, con la guía de la facilitadora, quien se apoyará de papelógrafo o pizarra para hacerlo.

CON BASE A LO ANTERIOR SE CALCULA EL PUNTO DE EQUILIBRIO.

Proceda a estimar lo siguiente:

PRODUCTO:

1. Precio de venta.
2. Costo variable unitario.
3. Contribución unitaria (1-2).
4. Costo fijo.
5. Punto de equilibrio (4/3).
6. Estimado de ventas o producción.
7. Unidades que contribuyen (6-5).
8. Utilidades /pérdidas (7*3).

Ejemplo aplicado:

Producto	Camisas
1. Precio de venta.	₡900
2. Costo Variable unitario.	₡510
3. Construcción unitaria. Se obtiene restando al precio de venta el costo variable unitario o sea $A - B$	₡390
4. Costos Fijos.	₡58.500
5. Punto de equilibrio. se obtiene dividiendo los COSTOS FIJOS entre LA CONTRIBUCIÓN UNITARIA o sea, $D:C$.	150 CAMISAS
6. Producción y venta posible.	240 CAMISAS
7. Unidades que contribuyen a utilidades o ganancias. Se obtiene restando el punto de equilibrio a la producción y venta posible. O sea $F - E$.	90 CAMISAS
8. Utilidades Se multiplica el número de unidades por la contribución unitaria. O sea: $G \times C$.	₡35.100

SESIÓN 9

Elaboración del Cuadro de Inversión

Objetivos:

1. Analizar la rentabilidad del negocio por medio de la elaboración del cuadro de inversión.
2. Determinar la pérdida o ganancia de la Microempresa.
3. Brindar un espacio de seguimiento de lo estudiado y evacuar consultas.
4. Evaluar el desarrollo del curso.

Contenidos:

- Elaboración del Cuadro de la Inversión de la Microempresa.
- Elaboración del Estado de Pérdidas y Ganancias.
- Aplicación de instrumentos de evaluación.

Actividad #1

Elaboración del Cuadro de inversión

En esta sesión cada participante elabora su cuadro de inversión y el estado de resultados, la facilitadora(o) le entrega una fotocopia. Se retoman las dos sesiones anteriores para su construcción, se explica paso por paso que permita que las (os) participantes finalicen con estos dos ejercicios el curso.

Cuadro de Inversión:

La inversión total del proyecto se orienta a obtener la máxima rentabilidad, o sea lograr el máximo beneficio con la mínima inversión del capital posible. Además la inversión esta compuesta por inversión fija se obtiene de la adquisición de bienes de capital que se necesitan para la microempresa en el proceso productivo, a la vez está compuesta por la inversión circulante que es la cantidad de recursos de capital que se necesitan para tener las necesidades operativas de los primeros períodos de vida útil de la microempresa. Por lo tanto la inversión del proyecto esta constituida por activos fijos, inversión circulante y capital de trabajo.

En este cuadro de inversión de la microempresa se puede determinar que la suma de los activos fijos está compuesta por las obras físicas que son todas las construcciones que se van a realizar con su respectivo equipo de infraestructura y mobiliario, y operación y mantenimiento.

Los activos intangibles son los que surgen a partir del total de la inversión del proyecto, está compuesto por imprevistos que son gastos que se cubren con esta cuenta, por el cual debe sacarse un 10% del total de la inversión, esta cuenta se saca al final.

Los activos nominales son todos los gastos de capacitación, gastos de puesta en marcha (gastos de publicidad) y mano de obra directa. Otros activos compuesto por papelería y útiles de oficina.

La inversión circulante, la cual está representada por el capital de trabajo incluye los siguientes rubros: mano de obra indirecta, gastos por servicio, materia prima y caja chica, puede ser para los tres primeros meses de operación de la microempresa, la caja chica se saca un 3% de la suma de mano de obra indirecta, gastos por servicio, materia prima.

Cuando se obtiene todo lo anterior se suma y se saca 10% de imprevistos y luego se suma todo y se obtiene el costo total de la inversión de la microempresa. Este total puede ser financiado a través de bancos del sector público u otras instituciones que se encargan de brindar crédito, donado o por aporte de la microempresa.

CUADRO DE INVERSIÓN
DE LA MICROEMPRESA _____

Cuenta	Costo Total
<u>I. INVERSIÓN FIJA</u>	
<u>ACTIVOS FIJOS</u>	
Obras Físicas	
Equipo y Mobiliario de Oficina	
Equipo y Mobiliario de Infraestructura	
Operación y Mantenimiento	
Total de Activos Fijos	
<u>ACTIVOS INTANGIBLES</u>	
Imprevistos (10%)	
Total de activos intangibles	
<u>ACTIVO NOMINAL</u>	
Gastos de Puesta en Marcha	
Gastos de capacitación	
Mano de Obra Directa	
Total de Activos Nominales	
<u>OTROS ACTIVOS</u>	
Papelería y útiles de oficina	
Total de Otros Activos	
Total de Activos	

Cuenta	Costo Total
II. INVERSIÓN CIRCULANTE	
<u>CAPITAL DE TRABAJO</u>	
Mano De Obra Indirecta	
Gastos por servicio	
Materia Prima	
Caja Chica(3%)	
Total de la Inversión	

Estado de Resultados:

La empresa como organización social o económica engloba una serie de operaciones que requieren fondos para cubrir los costos y gastos en que se incurre, con el propósito de realizar sus ventas, las cuales producen los ingresos de la empresa. El estado de resultado permite mostrar en forma detallada y ordenada la manera en que se ha obtenido la utilidad o pérdida del ejercicio por año, debido a que esta constituido por una corriente de ingresos y salidas que se presentan en la microempresa.

ESTADO DE RESULTADOS MICROEMPRESA _____

Ingresos	
Ventas	
Cuentas por Cobrar	
Otras ventas	
Total de Ingresos	
Egresos	
Gastos	
Total de Egresos	

INGRESOS – EGRESOS = UTILIDAD O PÉRDIDA

Se da un espacio para dudas del curso o del documento final, una vez finalizado se aplica un instrumento o dinámica de evaluación de todo el curso elige la facilitadora (o) lo que aplicaría.

En esta sesión cada participante realiza un exposición del documento final, y se le entrega el certificado por todas las sesiones.

GUÍA #3 Terapia de Relajación Muscular

Cada persona de forma totalmente individual se va a concentrar en TENSIONAR y RELAJAR, cada una de los músculos que la facilitadora le va indicando.

RESPIRACIÓN	TENSIÓN - DISTENSIÓN
1. INHALAR	SUPERIOR Brazos Hombros Tórax Abdomen
2. RETENER	INFERIOR Piernas Pies Pelvis Glúteos
3. EXHALAR DESCANSAR	CARA Cejas Ojos Boca Cuello

GUÍA #4 El Significado de mi Nombre

En parejas vamos a contarle a la otra persona las siguientes preguntas, y la otra persona lo va a anotar en su guía para que después de realizado todo el cuestionario se presente la una a la otra frente al resto del grupo.

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿De donde salió mi nombre?	
¿Qué significa mi nombre?	
¿Me gusta mi nombre?	
¿Con que nombre me conocen?	
¿Qué sentimiento, color, imagen, forma me evoca mi nombre?	

Guía #5 Construcción del Rol Femenino

Conceptualización de Sexo, Género, Sociedad Patriarcal, Poder y Control:

1. Ser para otros, sustento de otros

“La identidad de las mujeres es una identidad basada en la dependencia hacia otros y otras...”¹

2. La dependencia vital

“Un importante elemento estructurador de la identidad asignada a las mujeres es la dependencia como hecho vital...”

¹Edda Quirós Rodríguez. 1999, Tomado de “... y no vivir feliz para siempre”, Instituto Nacional de las Mujeres, San José 2001, p. 77

3. Entre la Omnipotencia y la impotencia

La Omnipotencia: "Las investigaciones y revisiones teóricas que ha realizado la Dra. Lagarde le han permitido identificar un elemento que estructura la identidad de la mayoría de las mujeres de este sistema cultural patriarcal, la omnipotencia..."
La Impotencia: "Estos mandatos históricos que especializa a las mujeres como seres omnipotentes capaces de hacer todo para cuidar y proteger a otros, nos surtirían efectos si no fuera porque a la par de este aprendizaje se va consolidando otro: la impotencia..."

4. Entre el miedo y la culpa

"A la mayoría de las mujeres en este sistema patriarcal las caracteriza el crecer entre el miedo y la culpa..."

Guía #6 "La Cenicienta" EMPODERADA

Había una vez una hermosa joven de nombre cenicienta. Vivía, desde la muerte de sus padres, con su cruel madrastra y sus dos feas hermanas, quienes la celaban y la trataban muy mal.

Cenicienta debía hacer la mayoría de los trabajos desagradables de la casa y recibía muy poco de los bienes materiales y del afecto de su familia. Esto porque la madrastra de cenicienta resentía su belleza y el afecto especial que el difunto marido sintió por su hija.

Un día se anunció un evento fenomenal en el reino. El Rey ofrecía un baile al que estaban invitadas todas las solteras disponibles. Ahí conocerían al príncipe, quien elegiría entre todas a su afortunada esposa.

En la casa de cenicienta se empezaron a realizar los preparativos para el baile. La madrastra decidió que una de sus hijas debería ser la nueva princesa. Ella sabía que su fortuna estaba muy reducida y no contaba con los atributos para un nuevo matrimonio. Su esperanza de un futuro confortable radicaba en las perspectivas matrimoniales de sus hijas.

A cenicienta se le obligó a trabajar, sin descanso, en el arreglo de sus hermanas. Ella, desesperada le suplicó a la madrastra que la dejara asistir también. Pero esta más celosa que nunca, por la belleza de cenicienta, le negó el permiso y se encargó de que no contara con la ropa adecuada para el evento.

Tarde en la noche, dos semanas antes del baile, cuando el nerviosismo cundía en la casa, cenicienta se sentó, triste y desconsolada, frente a la ventana de su frío y vacío cuarto a soñar con una mejor vida.

De repente, se le apareció su Hada Madrina. Tenía el cabello gris, la mirada inteligente y le dijo: "Buenas noches querida, soy tu Hada Madrina". Quien era una experta en manejo de conflictos y que la apreciaba muchísimo a ella.



Después de oír la versión de la cenicienta el Hada Madrina decidió convocar a las cuatro mujeres de la casa. Una vez reunidas dirigió una sesión de terapia para analizar los problemas.

Las mujeres empezaron a compartir sus sentimientos y temores. Cenicienta se enteró que la envidia de sus hermanas se debía a las propias inseguridades con respecto a su capacidad de gustarle a los hombres.

Las hermanas escucharon las quejas de la heroína con respecto a su soledad y la falta de cariño que sentía. La madrastra pudo expresar que sus decisiones eran producto no de un genuino odio hacia Cenicienta, sino de sus temores de envejecer y quedarse sin dinero.

Como resultado de estas sesiones, cenicientas y sus hermanas decidieron hacer ciertos cambios en vista de que no tenían resentimientos verdaderos. Todas aprobaron los siguientes acuerdos:

1. Dejarían de depender de otros económicamente y trabajarían por la autosuficiencia del grupo.
2. En vez de competir como fieras por los hombres, empezarían a vivir con más sororidad.
3. Desistirán el valorarse solo por sus atributos físicos y éxitos con el sexo opuesto y se dedicarán a desarrollar su vida intelectual.
4. No permitirán que su poder y posición social se determinara por su relación con el hombre, aunque la sociedad así lo hiciera.

Para llevar a cabo esta política, las cuatro mujeres decidieron solicitar un préstamo al banco e iniciar una pequeña industria de escobas. Las ventas fueron tan buenas que para el día del baile, las cuatro habían adquirido las prendas para el evento.

Cuando ingresaron en el castillo, el príncipe se trastornó por la belleza de Cenicienta y corrió a sacarla a bailar. Se dio cuenta de que esta era la mujer de sus sueños y la mejor candidata para esposa.

Sin embargo, al Príncipe no le hizo mucha gracia enterarse que Cenicienta pensaba matricularse en la Escuela de Derecho y unirse al Movimiento Republicano del Reino (M.R.R.) que pretendía una reforma constitucional y terminar con la monarquía y la ausencia de democracia. Menos le entusiasmaría al Príncipe de los labios de la Cenicienta que de casarse con Él, esperaba que le ayudara a cocinar.

Cenicienta se sintió muy aburrida con este hombre tan narcisista, que solo hablaba de todo el dinero que tenía y la cantidad de empleados que trabajaban por bajo costo para cuidar sus caballos y carros y optó por escabullirse y buscar a alguien más interesante de conversación en la fiesta.

El Príncipe se encontró con Bárbara, la madrastra de Cenicienta y ésta ante el asombro general, lo invitó a bailar. El monarca, sin salir aún de su conmoción, empezó a sentir una atracción por la atrevida dama. Se dio cuenta que esta mujer, segura de sí misma, madura y de mucha experiencia, resultaba más interesante que todas las otras adolescentes juntas.

Huyamos Barbara – dijo él- antes de que el Rey se entere. Bárbara, que sentía que no podía abandonar su trabajo y su industria de escobas, desidió entonces realizar un viaje con el Príncipe a otras latitudes en donde combinaría el placer con los negocios, porque a la vez que disfruto conociendo otros lugares aprovechó para conocer los modelos más recientes de escobas para actualizar su negocio.

Cenicienta por su parte, se matriculó en la universidad y se fue a vivir con su hermanastra Emperatriz. Nuestra heroína decidió postergar sus planes matrimoniales hasta obtener su doctorado en leyes. Su hermana estudia Karate y abrirá una academia popular.

El Hada Madrina fundó un albergue para Hadas agredidas (A.M.H.A.). La hermana menor se casó con un bailarín de ballet que se había escapado de otro cuento de hadas en busca de mayor libertad artística.

Ambos recogían fondos para apoyar a los vampiros que habían enfermado de SIDA, por su trabajo en otros cuentos.

Todos vivieron felices y comieron perdices.

Guía #7 Biografías

En grupo vamos a realizar la lectura de la biografía asignada y vamos a contestar las siguientes preguntas:

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿Qué aportó a la historia las acciones realizadas por esta mujer?	
¿Cuál fue su rol en la historia, fue un rol de mujer tradicional?	
¿Esta mujer recibió durante su vida algún abuso de poder?	
¿Qué es género?	
¿Cómo define la vida de esta mujer fácil, difícil con tropiezos?	

1. FELICITAS CHAVERRI MATAMOROS

"Lita" (1906 -1934)

Farmacéutica. Primera mujer en ingresar a la facultad de farmacia. Primera mujer graduada en una carrera profesional en Costa Rica.

2. MARÍA TERESA OBREGÓN

(1888 -1956)

Una de las tres que por primera vez fueron electas diputadas. Educadora.

3. THELMA CURLING RODRIGUEZ

(1933)

Lideresa Comunal, defensora de los derechos de las mujeres y de la cultura afrocaribeña.

4. EMMA GAMBOA ALVARADO

(1901-1976)

Primera mujer en ocupar los cargos de Viceministro y Ministra. Innovadora de la formación docente en Costa Rica. Benemérita de la Patria.

5. JUANA SEGUNDO SÁNCHEZ

(1954)

Lidereza comunal. Representante de la cultura indígena.

6. HILDA CHEN APUY ESPINOSA

(1923)

Educadora. Especialista en cultura de Asia y promotora del conocimiento y la comprensión intercultural.

Tomado del Coleccionador, imprenta J.P.S.S.J.

Guía #8 Potencialidad

Cada persona de forma totalmente anónima escribe en su papel la cualidad o habilidad que tiene para ser una buena empresaria.

Guía #9 Dinámica

Se inicia así:

Facilitador: vamos a construir un típico pueblo de nuestra localidad, vamos a ir diciendo objetos que se encuentran en este pueblo (el facilitador o facilitadora se prepara para dibujar en la pizarra todo lo que los integrantes del grupo le orienten).

Integrantes: empiezan por medio de lluvia de ideas a expresar sus ideas para poder construir un pueblo. (tienen un espacio de 5 minutos).

Facilitador: se continúa preguntando que es lo que hace falta en este pueblo (esto por si no han citado los elementos básicos para poder narrar la historia como una casa de habitación, bar, frenocomio, puente y personas, lo demás es de adorno.) Completado el paisaje, se les dispone para que escuchen la narración de la historia.

 **El facilitador debe estar muy atento a las expresiones del grupo para a la hora del cierre de la Dinámica poder hacer la devolución.**

Integrantes: proceden en actitud de atención en silencio a escuchar.

Facilitador: les cuento que en este cuento hay tres personajes (voz de intriga).

- **María que vive en la misma casa con Juan y José. Como todos los días Juan se arregla muy perfumado y arreglado y se va al bar.**

- **No tarda en salir Juan cuando María sale rápidamente y se mete en la casa de José que se encuentra atravesando el río.**

- **Como todo pueblo tiene otro vecino, en ese pueblo vecino existía un frenocomio.**

- Un día como cualquier otro cuando María se va a devolver a su casa apurada para llegar antes que Juan y va camino al puente, se encuentra a un vecino y le dice María, no cruce el río que se ha soltado un loco peligrosísimo del otro pueblo dicen que es un sociopata y parece que se ocultó en el puente así que no cruce el río.

- María se devuelve y le dice a José que le preste \$5.000, que es lo que le cuesta la lancha que la puede cruzar al otro lado para llegar a su casa antes que Juan que la ayude.

- José le dice que el le da el dinero pero que si se queda con el una hora más.

- Entonces María como se encontrabas apresurada, decide irse y cruzar el puente, pero con tan mala suerte que cuando ya iba a llegar al otro lado del río se encontró con el sociopata y la mató.

Se cierra con la pregunta ¿por culpa de quien mataron a María?

Integrantes: se les da un espacio libre para que los presentes expresen sus ideas y justifiquen sus respuestas.

Como conclusión se dice: bueno es que ustedes no me preguntaron pero

- María era hermana de Juan.

- Juan era el dueño del bar.

- María era una mujer que se encargaba de cuidar personas adultas mayores.

- José era un adulto mayor en silla de ruedas.

Integrantes: empieza a darse un espacio para que se justifiquen.

Conclusión debemos aprender a ser asertivos por eso vamos a ver primero cuales son los elementos principales de la comunicación, los errores de la comunicación más frecuentes y como practicar la asertividad.

Una vez socializada la dinámica se realiza un repaso de la comunicación.

Guía # 9

Ejemplos:

Práctica Dramatizada

Situación 1:

Un cliente acaba llega a su negocio, pero una hora más tarde del cierre. Estás irritado por el inconveniente. Tienes estas alternativas:

1. CONDUCTA PASIVA. Saludarle como si tal cosa y decirle “Entra, te atenderé”.

2. CONDUCTA ASERTIVA. He estado trabajando durante todo el día, hace una hora el negocio está cerrado (hechos). Me has puesto en una posición incómoda entre el negocio y mi familia (sentimientos), si otra vez se te ofrecen mis servicios recuerda que el horario es de 7 am a 7 pm (conducta concreta) harás de tu compra un momento más confortable (consecuencias).

3. CONDUCTA AGRESIVA. Me has puesto en una posición incómoda entre el negocio y mi familia. Es la última vez que te atiendo.

Situación 2:

Un compañero de trabajo te da constantemente su trabajo para que lo hagas. Decides terminar con esta situación. Puedes crear la situación preguntándole como lleva su trabajo o esperar a que el la cree cuando te pida otra vez a le ayudes haciéndole algo. Las alternativas podrían ser:

1. CONDUCTA PASIVA. Estoy bastante ocupado. Pero si no consigues hacerlo, te puedo ayudar.

2. CONDUCTA AGRESIVA. Olvídalo. Casi no queda tiempo para hacerlo. Me tratas como a un esclavo. Eres un desconsiderado.

3. CONDUCTA ASERTIVA. Muy frecuentemente me pides que te eche una mano en el trabajo que te asignan, porque no te da tiempo o porque no sabes hacerlo (hechos). Estoy cansado de hacer, además de mi trabajo, el tuyo (sentimientos), así que intenta hacerlo tú mismo (conductas), seguro que así te costará menos la próxima vez (consecuencias).

Situación 3

Vas a un restaurante a cenar. Cuando el camarero trae lo que has pedido, te das cuenta de que la copa está sucia, con marcas de pintura de labios de otra persona. Se trata de llevarse bien con el camarero para que nos sirva bien, pero eso no es un buen servicio, podrías:

1. CONDUCTA PASIVA. No decir nada y usar la copa sucia aunque a disgusto.

2. CONDUCTA AGRESIVA. Armar un gran escándalo en el local y decir al camarero que como el servicio es asqueroso nunca volverás a ir a ese establecimiento.

3. CONDUCTA ASERTIVA. Llamar al camarero y, mirándole a la cara y sonriendo, pedirle que por favor le cambie la copa.

Guía #10

Ahora en grupo usted realice un ejemplo en su cotidianidad

Hechos:

Sentimientos

Conductas

Consecuencias

(Capítulo del libro del Dr. José Antonio García Higuera; Terapia Psicológica en el Tartamudeo, de Van Riper a la Terapia de Aceptación y Compromiso de Editorial Ariel Psicología).

Guía #11

La Bandera de la Autoestima

En esta dinámica se le solicita que emplee el dibujo como única forma de comunicación, en cada uno de los cuadros usted debe manifestar esquemáticamente la pregunta que se le hace, después de que complete los seis dibujos de la bandera se expone ante el grupo las banderas que quieran ser socializadas.

Guía #12

Guía para capacitar mujeres empresarias

A continuación se le dará la descripción de una empresa de la que usted junto con su grupo de colaboradores son responsables bajo los siguientes tres parámetros:

- 1. Producción:** sacar la mayor cantidad de producto terminado, en el menor tiempo posible.
- 2. Ganancias:** que su producto tenga una excelente calidad para que se venda en el mercado.
- 3. Desechos:** hacer un rendimiento tal de los materiales utilizados se deseche la menor cantidad de materia prima.

Esta empresa debe sacar a la venta la mayor cantidad de figuras que produce, en el menor tiempo posible sin contaminar el medio ambiente que la rodea.

Usted debe de saber los siguientes datos de la Empresa:

- Nombre:
- Fin:
- Tiempo de producción:
- Distribución de Funciones por empleado:
- Clasificación por Cantidad de artículos producidos:
- Marca:

Para poder empezar su producción usted debe saber que esta fábrica debe producir barcos de papel.

Guía #13

Guía para capacitar multiplicadores

A continuación se le dará la descripción de una empresa de la que usted junto con su grupo de colaboradores son responsables bajo los siguientes tres parámetros:





- 4. Producción:** sacar la mayor cantidad de producto terminado, en el menor tiempo posible.
- 5. Ganancias:** que su producto tenga una excelente calidad para que se venda en el mercado.
- 6. Desechos:** hacer un rendimiento tal de los materiales utilizados se deseche la menor cantidad de materia prima.

Esta empresa debe sacar a la venta la mayor cantidad de figuras que produce, en el menor tiempo posible sin contaminar el medio ambiente que la rodea.

Usted debe de saber los siguientes datos de la Empresa:

- Nombre:
- Fin:
- Tiempo de producción:
- Distribución de Funciones por empleado:
- Clasificación por Cantidad de artículos producidos:
- Marca:

Para poder empezar su producción usted debe saber que esta fábrica debe producir el tipo de elementos geométricos que elija, solo debe tener en cuenta el precio y la demanda de cada elemento según el mercado.

Figura Geométrica	Precio en el Mercado	Demanda
	₡0.85	Alta
	₡0.40	Media
	₡0.50	Baja
	₡0.60	Media

Se le entregará la materia Prima para la producción al grupo y deben hacer el mejor uso de ella, para tener un control de calidad del producto se deben seguir las siguientes criterios:

Nombre de la Empresa	Calidad del Cortado	Ganancia en Colones	Cantidad Producida	Coordinación Grupal	Tiempo Empleado
	MALA REGULAR BUENA EXELENTE	₡	RECTÁNGULOS: __ CUADRADOS:- __ CÍRCULOS: __ TRIÁNGULOS: __	TODOS PARTICIPARON: ALGUNOS PARTICIPARON: SOLO PARTICIPARON:	__MINUTOS

Guía #13

En grupo trate de sacar las posibles soluciones a estas preguntas según lo expuesto por la facilitadora.

¿Cómo obtener resultados en una negociación?

¿Puedo mejorar mis relaciones y alcanzar el éxito?

¿Cómo puedo mejorar mi presentación?

¿Cómo puedo mejorar la presentación de mi producto?

Guía # 14 Evaluación

Califique de 1 a 5 cada uno de los siguientes componentes.
El número 1 representa la calificación más baja y el 5 la más alta.

1. Relevancia del contenido del taller. _____
2. Nivel de adquisición de los elementos para su trabajo. _____
3. Claridad en la presentación de la Información. _____
4. Utilidad de los trabajos en grupo. _____
5. Espacios para la reflexión y para la discusión. _____
6. Metodologías utilizadas para compartir los conceptos. _____
7. Nivel de integración y cohesión desarrollado por el grupo. _____

EVALUACIÓN DE LA FACILITACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL TALLER.

1. Conocimiento y dominio de la materia por parte de la facilitadora.
2. Cumplimiento de agenda de trabajo y horarios.
3. Duración del taller.
 - Longitud justa. _____
 - Demasiado corto. _____
 - Demasiado largo. _____

LOS TEMAS QUE ME RESULTARON MAS ÚTILES FUERON:

¿CONSIDERA USTED QUE ALGUNOS TEMAS NECESITAN REFORMULARSE?

**¿SI SUGIERE QUE ALGUNOS TEMAS REQUIEREN REFORMULARSE,
RECOMENDACIONES TIENE PARA HACERLO?**

COMENTARIOS ADICIONALES
