

# MÓDULO 4

Formación para  
mujeres empresarias



# Índice

Objetivo general	4
Objetivo de aprendizaje de la unidad:	4
Introducción al programa de capacitación y las participantes	5
1. Promoción de equidad de género: El ciclo de vida de las personas y las empresas	6
2. La mujer emprendedora y su entorno: no está sola	10
2.1 Las características personales empresariales y el entorno empresarial	10
2.2 Desarrollando liderazgo de mujeres y capacidad de negociación.	12
2.3 El proyecto de negocio	13
2.4 Ideas, oportunidades y retos empresariales	14
2.5 Mercadeo	16
2.6 Producción, servicios y tecnología	18
2.7 Registros y contabilidad	19
2.8 Personas, organización y administración	21
2.9 Administración de personas	22
3. La igualdad y no discriminación en la empresa y en las relaciones comerciales	23
4. Planificación empresarial	25
. 4.1 Sostenibilidad del emprendimiento y la empresa	27
. 4.2 Desarrollo de las capacidades de liderazgo, de negociación	28

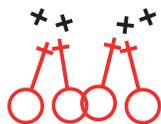
5. Protocolos de bioseguridad	31
5.1 Pasos para reducir el riesgo de exposición a contagio propio y de sus empleados ante el COVID-19.	34
5.2 Las 4 R: reciclar, reducir, reutilizar, recuperar.	35
5.3 Principios de protección al consumidor y calidad	36
Bibliografía	39

## Objetivo general:



Al finalizar el módulo, los y las participantes contarán con conocimientos básicos sobre género y emprendedurismo para contribuir a la formación y empoderamiento de las mujeres a través de sus iniciativas económicas.

## Objetivo de aprendizaje de la unidad:



- Promover el empoderamiento económico de las mujeres con iniciativas empresariales.
- Lograr que las mujeres tengan mayores competencias para manejar sus empresas.
- Comprender la utilidad de un protocolo de bioseguridad, las 4R y la sostenibilidad en la empresa o emprendimiento.



# Introducción al programa de capacitación y las participantes

La formación en las mujeres y hombres es un pilar fundamental para adquirir competencias y habilidades que les permita hacer crecer sus iniciativas empresariales; las mujeres debido a varios factores como educación, tiempo y recursos, les limita oportunidades para adquirir conocimientos siendo principalmente afectadas las mujeres de las zonas rurales de Honduras, debido a que son de bajos recursos económicos y tienen menos oportunidades en recibir capacitación.

Este módulo está orientado a responder a las necesidades de conocimientos que requieren las mujeres y los hombres en relación con sus emprendimientos económicos, en las diferentes etapas. Un punto de partida es conocer cuáles son las habilidades que cada uno de los y las participantes poseen para que los nuevos conocimientos les estimulen a desarrollar nuevos aprendizajes e innovar en las iniciativas empresariales.

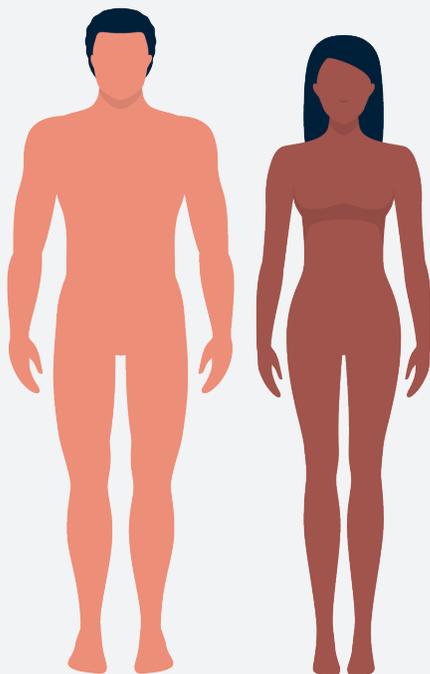


# 1. Promoción de equidad de género: El ciclo de vida de las personas y las empresas

Las sociedades marcan cómo las personas deben actuar, pensar y en general como se posicionan ante la vida según su género. Estas condiciones ponen en desventajas a las mujeres de cómo relacionarse y como actuar entre los hombres, provocando que las mujeres tengan menos oportunidades de desarrollar sus potencialidades y sus habilidades (OIT).

En este sentido es importante, revisar como las mujeres pueden aportar a las empresas durante su ciclo de vida, con el propósito de generar conciencia sobre las dificultades y oportunidades que enfrentan. Por ello es importante conocer la diferencia entre sexo y género.

A continuación los conceptos sexo y género:



## Sexo

Se refiere a las características biológicas, que definen a los seres humanos como hombres y mujeres. Los conjuntos de características biológicas no son mutuamente excluyentes, ya que existen individuos que poseen ambos, pero estas características tienden a diferenciar a los humanos como hombres y mujeres.

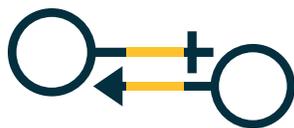
Fuente: ONU Mujeres



## Género

Se refiere a los roles, comportamientos, actividades y atributos que una sociedad determinada en una época determinada considera apropiados para hombres y mujeres. Además de los atributos sociales y las oportunidades asociadas con la condición de ser hombre y mujeres y las relaciones entre los hombres, y niñas y niños. El género se refiere también a las relaciones entre las mujeres y las relaciones entre hombres.

En el ciclo de vida de las empresas es importante que los hombres y mujeres tengan las mismas oportunidades, recibir igualdad de derechos, responsabilidades y respeto que les permita desarrollar todo su potencial para tener mejores condiciones de vida. Por ello todos los procesos en la empresa deben ser abordados con un enfoque de género que incluya a hombres y mujeres en: puestos de trabajo y la empresa y en el trabajo doméstico y el cuidado de la familia.



La igualdad de género: se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades, oportunidades, de las mujeres, los hombres, las niñas y los niños. La igualdad no significa que los hombres y las mujeres serán iguales, sino que los derechos no dependerán de si nacieron con determinado sexo.

La igualdad de género implica que los intereses, necesidades y prioridades de las mujeres y hombres se toman en cuenta, reconociendo la diversidad de diferentes grupos de mujeres y hombres.

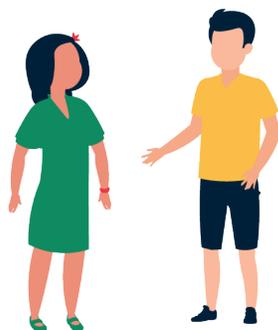
La igualdad de género no es asunto de mujeres, sino que concierne e involucra a los hombres al igual que las mujeres.

La igualdad entre mujeres y hombres se considera una cuestión de derechos humanos y tanto un requisito como un indicador de desarrollo centrado en las personas (ONU Mujeres).

Durante el ciclo de vida, es importante comprender que las personas y las empresas se enfrentan a retos y situaciones que se requiere ir analizándolos para identificar los barreras, riesgos y oportunidades para buscar soluciones de cómo enfrentarlos estos pueden ser reflejados en planes de mejora a futuro. Para el análisis del ciclo de vida se toma como referencia la vida cotidiana de las personas.

## Ciclo de vida de las personas

- Nacimiento,
- primeros meses,
- primera infancia
- Escuela.



## Ciclo de vida de las empresas

- Pensar en un nuevo negocio y planificarlo.
- Lanzamiento de un nuevo negocio.
- Poner en funcionamiento los sistemas de apoyo adecuado.
- Verificar que sea clara la orientación.

Cómo jóvenes y graduados se preparan para la vida independiente



- Revisar los procesos de planificación
- Hacer balance de productos más vendidos.
- Invertir en formación e investigación
- Invertir en nuevo equipo

Como personas adultas elige una pareja y construyen una familia y la cuidan



- Hacer amigos y socios
- Ganar confianza en los negocios
- Habilidad para generar empleo
- Reinvertir ganancias en estabilidad y crecimiento.

Como personas maduras están en un proceso de consolidación y expansión. Puede incluir una crisis de vida o el comienzo de algo completamente nuevo (cambios personales y profesionales)



- Consolidarse y decidir la expansión.
- Peligro de perder el entusiasmo por el negocio.
- Permitir que la competencia se lleve a los clientes.
- Necesidad de formarse de nuevo
- Importancia de revisar las metas.
- Reevaluar los requerimientos de personal.

Como personas maduras se acercan a la jubilación y retiro



- Continuar con el negocio escogiendo seguir como pequeña empresa o hacerse grande.
- Formar a otras personas para que poco a poco vayan asumiendo las tareas.

Fuente: OIT



Observación: revisar la herramienta el ciclo de vida de las personas y la empresa. Guía de formación para mujeres empresarias, OIT



## 2. La mujer emprendedora y su entorno: no está sola

### 2.1 Las características personales empresariales y el entorno empresarial

Conocer las características personales de las mujeres en el entorno empresarial en el que se desenvuelven es importante, para analizar su participación dentro de las actividades económicas en el país; en este sentido es importante conocer como hacen la gestión empresarial y cuáles son las barreras y riesgos a los que se enfrentan.

Si bien en el módulo 3, identificamos algunas características personales de las mujeres emprendedoras, ahora se estudiará en específico siete características que requiere una empresaria para que su negocio sea exitoso.

**1. Capacidad de identificar oportunidades :** para ello, se requiere estar informada de forma permanente de todos los aspectos relacionados con su negocio, que cambios ocurren en el entorno, investigar que otros productos están demandando los clientes y conocer los productos de otros emprendedores. Lo que incluye investigar para conocer las oportunidades y amenazas de su negocio.

**2. Capacidad de innovar y crear:** se refiere al desarrollo de nuevos productos para satisfacer a los clientes y se arriesga a crear nuevas ideas de productos.

**3. Capacidad para enfrentar los retos del futuro:** en la iniciativa de negocio siempre habrá nuevos retos y oportunidades por lo que debe adecuarse a los cambios y responder de forma oportuna y estar siempre preparada para el futuro.

**4. Capacidad de adaptación a los cambios:** los cambios pueden ocurrir por diferentes situaciones como los que ocurren en el mercado por otros factores que no están bajo el control de la empresaria. Sin embargo, estos cambios son normales y a veces necesarios, es por ello se debe permanecer optimista y aprovechar convertir las amenazas en oportunidades.

**5. Capacidad de dirección :** el éxito de una empresaria depende de su capacidad de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de su empresa. Tiene la capacidad de liderazgo al impulsar procesos dinámicos, con una visión y misión y trabajo en equipo. Además inspira a sus colaboradores para alcanzar las metas y contribuye al desarrollo de sus habilidades.

**6. Capacidad de tomar riesgos calculados:** para ser exitosa siempre debe tomar riesgos, sin embargo; es fundamental estar constantemente informada para la toma de decisiones sobre el negocio. No debe arriesgar su capital de trabajo sin haber analizado todos los factores y evitar la incertidumbre para tomar una decisión oportuna que le permita ganar y no perder.

**7. Capacidad de tomar decisiones:** la empresaria disfruta de construir una nueva empresa, es capaz de observar, analizar y describir lo que espera lograr con las decisiones que se tomen. Todas las decisiones están encaminadas para lograr el éxito por ello es capaz de conformar un equipo de trabajo y garantiza los recursos para el inicio y la continuidad de la empresa.

## 2.2 Desarrollando liderazgo de mujeres y capacidad de negociación.



Al fomentar el desarrollo económico y el liderazgo de las mujeres emprendedoras se está promoviendo la igualdad de género y su autonomía. Por lo que se debe desarrollar su liderazgo y su capacidad en la negociación.

Una líder empresaria tiene la oportunidad de demostrar su capacidad gerencial, conoce el funcionamiento de su organización en todos los niveles desde lo operativo hasta lo directivo. Una de las funciones de una líder es delegar y tener el control de la empresa, si su negocio es individual su liderazgo se muestra al ser organizada y planificada al momento de hacer las diferentes actividades, por ejemplo: llevar el inventario de la empresa.

Para desarrollar un liderazgo efectivo las mujeres requieren herramientas en las diferentes áreas de trabajo de la empresa:



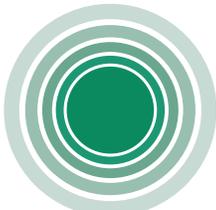
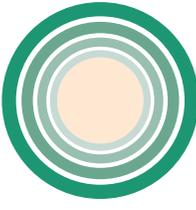
## 2.3 El proyecto de negocio



Surge a partir de una idea, donde la emprendedora invierte tiempo, conocimientos y recursos; para desarrollar un proyecto de negocio.

### Análisis del FODA

A través de esta herramienta se busca hacer un análisis del nuevo negocio y conocer la situación al interno y externo, con el propósito de identificar las oportunidades, como se debe enfrentar las amenazas, hacer un buen uso de las fortalezas y neutralizar las debilidades.

 <p>A lo interno</p>	 <p>Debilidades</p>  <p>Fortalezas</p> <p>Se analiza las debilidades y fortalezas a nivel de la empresa o de la emprendedora, que afectan las posibilidades de éxito en su estrategia de negocio. Esto visionado desde su posición como mujer y reflexionando las razones para ello.</p> <p><i>Ejemplo: desconocimiento del mercado, falta de capital o la inexperiencia en la iniciativa de negocio.</i></p>
 <p>A lo externo</p>	 <p>Oportunidades</p>  <p>Amenazas</p> <p>Las oportunidades y amenazas son aspectos que ocurren fuera del alcance de la empresa de mujeres o de la emprendedora.</p> <p><i>Ejemplo: cambios en las normativas del país que limitan o promueven a las mujeres a su empoderamiento, cambios en las tendencias de consumo de los clientes.</i></p>

Fuente adaptado de JICA 2015

## Matriz FODA

En este ejercicio es importante considerar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que identifican las mujeres para lograr el desarrollo exitoso de su negocio.

 <p>Debilidades (A lo interno)</p>	 <p>Oportunidades (A lo externo)</p>
 <p>Fortalezas (A lo interno)</p>	 <p>Amenazas (A lo externo)</p>

 Observación: revisar la Guía práctica para la elaboración de un Plan de Negocio, JICA.

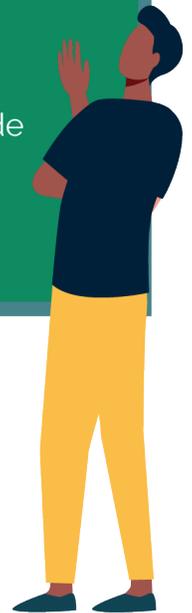
## 2.4 Ideas, oportunidades y retos empresariales



Las empresas o las emprendedoras se enfrentan a oportunidades y retos durante el desarrollo de sus negocios. Una habilidad importante para el desarrollo de una idea de negocios es la creatividad de las mujeres, para hacer uso de los recursos existentes y los conocimientos básicos que poseen. Entre las oportunidades y retos se deben considerar todos los elementos que han sido identificados en el análisis FODA, para analizar cómo se pueden aprovechar a favor del negocio.

Para cada idea de negocio es importante responder las siguientes interrogantes y analizarlas:

- ¿Cuáles son mis habilidades y actitudes para la idea de negocio?
- ¿Cuánto tiempo dispongo con la carga de trabajo de cuidado y tradicional que tengo?
- ¿Con qué dinero, equipo y materiales (recursos) dispongo?
- ¿Tengo posibilidades de tomar decisiones sola sobre mis (los) recursos?
- ¿De dónde obtengo la materia prima y si está disponible todo el año/meses?
- ¿Cuánta es la demanda del producto y quienes son los clientes?
- ¿Quién es la competencia?
- ¿Cómo se promoverá o venderá el producto? ¿Tipos de tecnologías de comunicación?
- ¿Cuánto trabajo destinó la mujer?



Con los resultados del análisis de las respuestas se debe identificar que oportunidades se pueden aprovechar y como enfrentar los retos a futuro. Reflexionar con las mujeres las razones de sus limitaciones como mujer al comenzar un negocio o al tratar de fortalecerlo. Además, se ha de trabajar con ellas los miedos que tienen por estas limitaciones hacia el emprendimiento.

## 2.5 Mercadeo



La definición del mercado es el primer paso para asegurarle el éxito a una empresa. Por lo que es importante facilitar información sobre este tema a las mujeres quienes al estar inmersas en el ámbito privado, relacionado con la familia y con el cuidado de la misma, han tenido poco o ningún acceso a la información sobre este.

El mercado es un grupo de consumidores y consumidoras que quieren comprar un producto o servicios que

satisfaga sus necesidades o deseos. Dependiendo el tipo de producto así será el tipo de cliente niños, jóvenes, adultos. El propósito de hacer un sondeo de mercado es para conocer la demanda y la oferta.

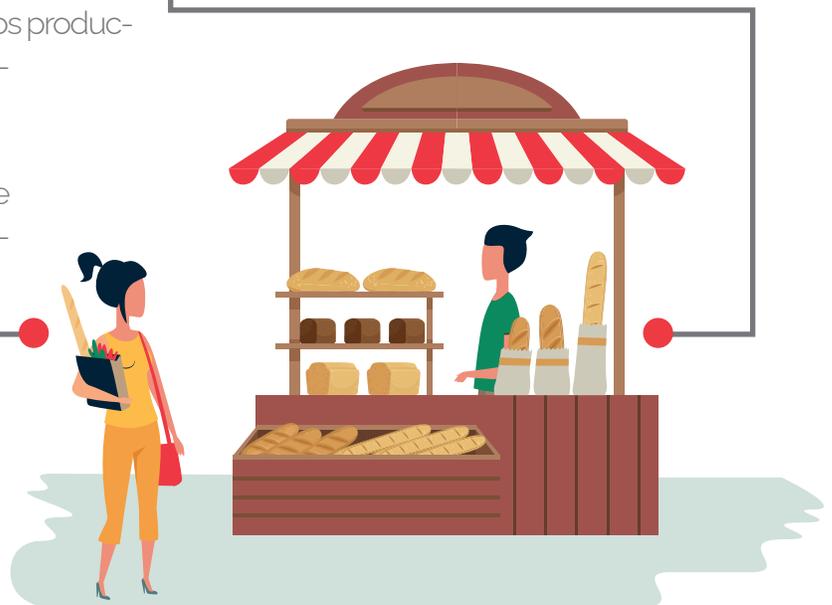
### ¿Qué es la demanda?:

Es la cantidad total de bienes y servicios disponibles necesarios para cubrir una necesidad real del mercado. Un pilar fundamental de la demanda son las preferencias individuales.

- Por ejemplo: si baja el precio de los productos aumenta la cantidad demandada por los y las consumidores.
- Si el precio aumenta, se reduce la cantidad de producto que adquieren los y las consumidores.

### ¿Qué es la oferta?:

Es la cantidad total de bienes y servicios que produce y vende la empresa.



	<p><b>1. Obtener un mejor precio o incrementar las ganancias.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Identificar oportunidades de nuevos productos.</li><li>• Obtener un mejor precio.</li><li>• Buscar mayor rentabilidad o ganancias.</li></ul>
	<p><b>2. Aumentar el volumen o cantidad de ventas e ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Aumentar ingresos de las ventas del producto actual.</li><li>• Aumentar el volumen de ventas.</li></ul>
	<p><b>3. Diferentes fuentes de ingresos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Para no depender de un solo producto.</li><li>• Reducir los riesgos por plagas y sequias.</li><li>• Incorporar nuevos productos.</li></ul>
	<p><b>4. Tener ingresos durante todo el año</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Generar ingresos durante todo el año.</li><li>• Conocer las épocas de mayor demanda para lograr un mejor precio.</li></ul>

Fuente: Pinoth, 2016.

Toda empresa o mujer emprendedora debe contar con un plan de mercadeo para sus productos, sin embargo, es importante hacernos las siguientes preguntas ¿Cuánto tiempo como mujer voy a destinar para esta actividad? ¿Cómo priorizo mi idea de negocio?

Para conocer el tiempo asignado y los conocimientos y habilidades que cuenta la mujer en el marco de su situación de exclusión para realizar un plan de mercadeo que debe contener la siguiente información:

1. Definir el tamaño del mercado ¿Dónde venderé el producto?
2. Estimar el volumen o cantidad de producto que espera comercializar. ¿Cuánto producto se producirá que satisfaga las necesidades de el y la cliente?
3. Definir el segmento de mercado al cuál se enfocará la empresa o como emprendedor o emprendedora. ¿Quiénes serán los y las clientes que comprarán los productos? ¿Cómo voy a distribuirlo?
4. Identificar la competencia directa e indirecta ¿Quiénes venden el mismo producto y cuál es la presentación del producto?
5. Identificar a los principales proveedores y proveedoras.

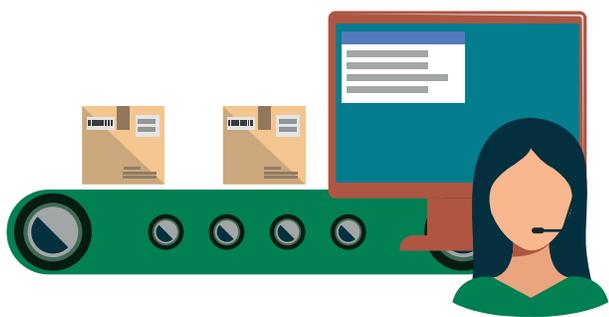
El segmento de mercado puede ser individual (consumidor final) o empresarial:  
 El mercado Individual se define por: género, estado civil, nivel de ingresos, tamaño de las familias, ocupación, rango de edad, nivel educativo.

El mercado empresarial se define por: volumen de ventas al mes, precio de compra, cantidad mínima de compra, número de empleados, antigüedad del negocio, proveedores actuales.



Observación: revisar ejercicio Sondeo de Mercado, manual Desarrollo Económico Local, paginas 53 a 58.

## 2.6 Producción, servicios y tecnología



Los y las clientes esperan otros servicios adicionales al producto, como garantías, créditos, confianza, entrega a domicilio, entrega en el tiempo entre otros. Para cada servicio se debe analizar como será ofrecido si cobrará una cantidad adicional o lo incluirá en el precio del producto.

¿Qué servicios deben incluirse en el producto?

- **Confiabledad:** entrega del producto en hora y tiempo acordado.
- **Descuentos:** por volúmenes altos de compra.
- **Atención de consultas y quejas posterior** a la compra del producto.
- **Facilidad del contrato o acceso a información sobre la negociación.**
- **Garantía:** para reposición del producto por fallas en la elaboración.
- **Crédito:** facilidad de pago



La tecnología es una oportunidad para que los y las emprendedoras puedan potenciar su negocio y llegar a nuevos clientes a nivel local, nacional o internacional. Dándole la posibilidad de publicitar sus productos haciendo uso de sus teléfonos móviles a través de las redes sociales y aplicaciones: Facebook, WhatsApp, Twitter, crear páginas online, permitiéndoles innovar y ser creativas; el hacer un uso de la tecnología le ayudará a aprovechar mejor el tiempo, llegar a más clientes de una sola vez, bajar los costos y maximizar las ganancias.

Para crear un producto o un servicio es importante manejar los elementos claves de la producción: materia prima, tiempo de trabajo y equipos. Para ello, se debe identificar los principales pasos en el ciclo de producción de la empresa y analizar que se requiere modificar o sustituir para incrementar la productividad o simplificar y mejorar los procesos de producción.



**!** **Observación:** revisar el ejercicio 16, todo lo que se necesita para crear un producto o servicio, Guía de formación para mujeres empresarias, OIT, páginas 153 a 160.

## 2.7 Registros y contabilidad



Para una buena administración del negocio es importante llevar registros que servirán para la toma de decisiones oportuna y lograr una buena administración permitiendo a la emprendedora y al emprendedor conocer las ganancias y las pérdidas.

Para una buena administración del negocio se debe llevar los siguientes registros y libros:

**1. Libros de entradas y salida:** se debe registrar cuanto dinero entra y cuanto sale. Este dato le permitirá desarrollar un flujo de caja:

- Al total de dinero en efectivo que entra se le resta el total de dinero en efectivo que sale. Este ejercicio le ayudará para saber con cuanto dinero en efectivo cuenta al final del mes.

**2. Libro de caja:** se debe registrar por fecha la operación o transacción realizada, cuanto dinero salió y cuanto dinero ingresó para tener un balance.

**3. Libro de registro de la cuenta del cliente:** primer paso es crear un expediente por cada cliente e identifiquelo por su nombre completo y numero de teléfono para contacto, este formato se completa por fecha, el detalle o descripción, cantidad total, venta a crédito, venta pagada, balance y la firma.

**4. Comprobantes de pago:** Son los respaldos del efectivo que ingresa a la empresa son las facturas de venta del producto o compra de insumos.

**5. Libro de cuenta de ganancias y perdidas:** use un libro para llevar la contabilidad donde muestre las ganancias y pérdidas. En este libro debe registrar las ventas, compras de materiales, salarios, y otros gastos.

Para tener el dato de ganancias y perdidas debe restar todos los gastos a las ventas. Cuando las ventas son mayores que los costos su empresa esta ganando, cuando los costos superan las ganancias su negocio esta perdiendo.

La contabilidad, sirve para realizar un análisis de los ingresos y egresos por mes de acuerdo a los registros. La contabilidad es una fotografía que muestra a su propietaria y a otros como va la empresa, también le sirve para la toma de decisiones y planificar el futuro.



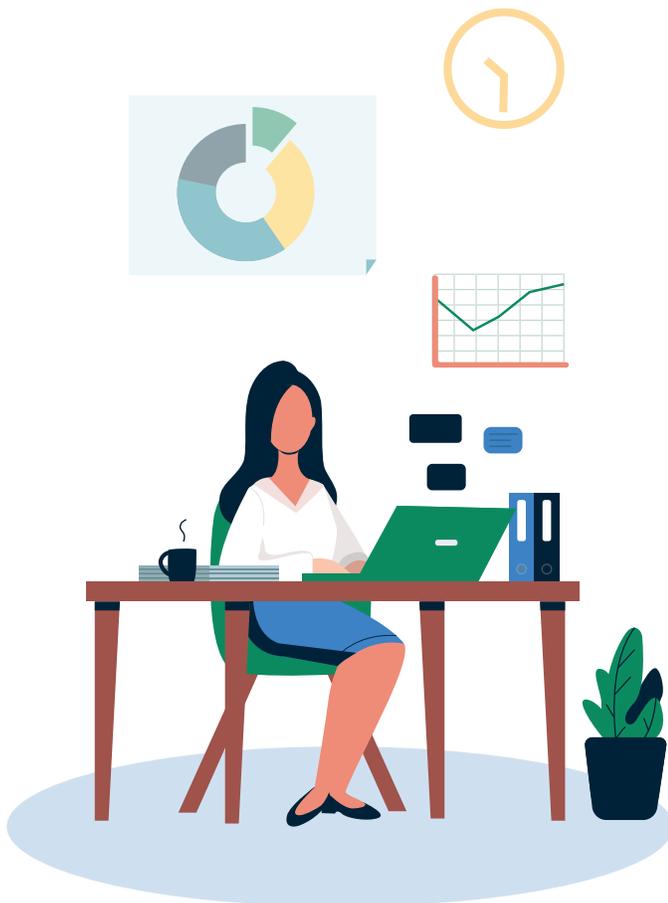
**Obervación:** usar la herramientas de contabilidad. Guía de formación para mujeres empresarias, OIT.

## 2.8 Personas, organización y administración



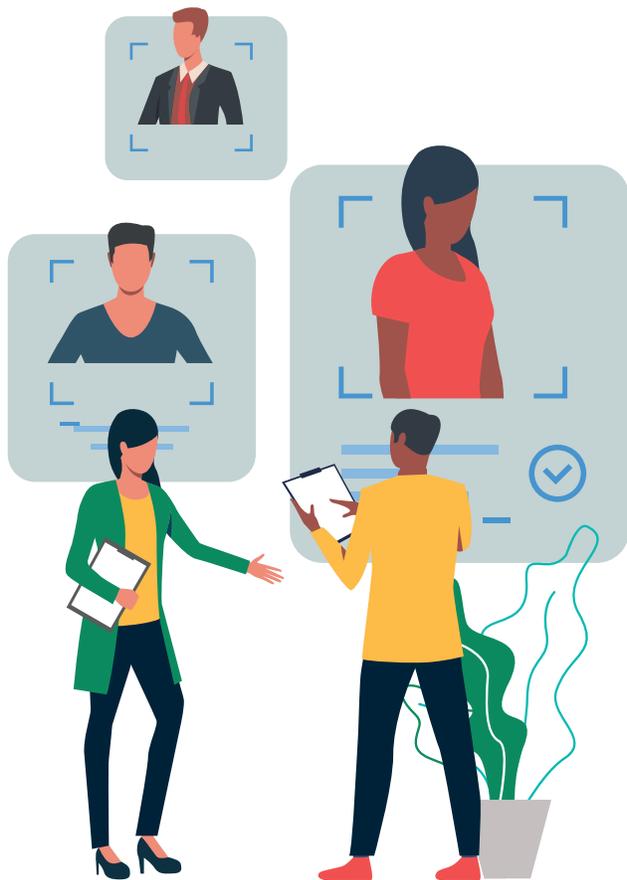
En una organización las personas son su capital humano y el activo más importante, en la toma de decisiones de la empresa o de un emprendimiento individual. Desde el punto de vista de la organización es importante que el personal de la empresa o la emprendedora tenga claridad de los objetivos y la estrategia del negocio con el propósito de aportar a la realización de las tareas, el trabajo en equipo, usar las fortalezas de cada uno, etc.

Para una buena administración; las tareas de un o una gerente son:



- Tomar iniciativa.
- Tener una visión y perseguir metas.
- Establecer un plan sistemático para perseguir los objetivos
- Estar motivada para lograr los planes que le lleven a lograr los objetivos.
- Ser práctica.
- Establecer objetivos de manera sistemática.
- Tomar riesgos calculados.
- Ser capaz de aprovechar las oportunidades y ser flexible.
- Incorporar a otras personas a las tareas.
- Ser honesta y rendir cuentas.
- Crear solidaridad frente a los diferentes grupos e interés en el negocio, familia y la comunidad.
- Ser capaz de planificar y distribuir su tiempo entre los diferentes roles que asume como mujer.
- Ser capaz de usar herramientas tecnológicas para la comercialización de los productos.

## 2.9 Administración de personas



La gestión del recurso humano o talento humano, es el recurso más importante y el factor más determinante del éxito de la empresa, donde los conocimientos, habilidades y competencias de cada persona son la base principal (Chiavenato, 2009).

Los y las gerentes son los responsables de la administración del personal, con el propósito de orientar el trabajo en equipo y de forma organizada para alcanzar los objetivos que permitan al negocio ser exitoso. Las personas que desempeñan funciones en la empresa deben ser consideradas como socios del negocio. La empresa debe promover el trabajo en equipo para que las personas se sientan parte de la organización al reconocer sus aportes de forma individual y grupal.

Beneficios de una buena administración del personal:

- Aumenta un uso eficiente y eficaz en el uso de los recursos como tecnologías, materiales, y recursos financieros.
- Logra un trabajo en equipo.
- Mejores condiciones y calidad de vida para las personas.
- Mayor producción y calidad en el producto.
- Mayor compromiso en el logro de las metas.

Cuando una mujer emprendedora es sola con su negocio, debe fortalecer sus conocimientos y habilidades para ser una buena administradora de todos los recursos y planificar para organizarse en el tiempo para asegurar la calidad de sus productos.



### 3. La igualdad y no discriminación en la empresa y en las relaciones comerciales

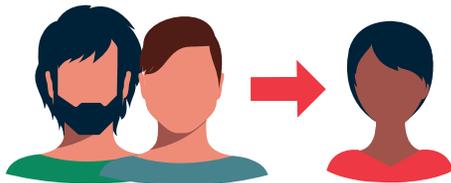
En los últimos años se ha visto el aumento en la incorporación de mujeres en los negocios, por lo que es importante promover la igualdad entre hombres y mujeres, dado que las mujeres tienen menos oportunidades de empleo, esta es una de las razones por las que las mujeres emprenden negocios de forma individual. Es importante, saber que al interior de la empresa y en las relaciones comerciales se puede dar la discriminación por razones de género.



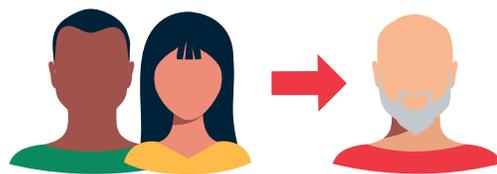
La discriminación por razón de género se define como: “Toda distinción, exclusión o restricción basada en el sexo que tenga por objeto o por resultado menoscabar o anular el reconocimiento, goce o ejercicio por la mujer, independientemente de su estado civil, sobre la base de la igualdad del hombre y la mujer, de los derechos humanos y las libertades fundamentales en las esferas política, económica, social, cultural y civil o en cualquier otra esfera.”

[Naciones Unidas, 1979. “Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer”. Artículo 1] (ONU Mujeres).

Tipos de discriminación:



**Por sexo:** los anuncios de empleos ya define el sexo, ejemplo: se requiere hombre para conductor.



**Por edad:** los anuncios definen la edad requerida para ejercer el empleo descartando a hombres y mujeres mayores de edad, por considerarlos que no pueden desempeñar un empleo.

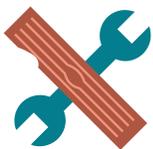
Existen algunos estereotipos que fortalecen las tradiciones sobre hombres y mujeres que refuerzan la discriminación de las mujeres, ejemplo: los niños pueden ser bomberos y son mas fuertes; las niñas son las que hacen el aseo en la casa y no hacen trabajo de hombres.

Para no discriminar se debe olvidar los estereotipos dando iguales oportunidades a hombres y mujeres para que demuestren sus capacidades; en la empresas se debe aprovechar todo el talento humano dado que es beneficioso al permitir tener diferentes ideas y propuestas para resolver problemas o planificar procesos a futuro ( OIT, 2014).



# 4. La planificación empresarial

La planificación significa pensar, organizar las actividades necesarias para lograr un objetivo deseado y cómo lograrlo a futuro debiendo mejorar su actividad comercial (OIT, 2016). Para la planificación se debe preguntar y analizar:



¿Qué productos o materiales necesito?



¿Qué cantidad necesito?



¿Dónde voy a comprar los materiales y productos?



¿Cuánto costarán los materiales y productos?



¿Cuándo los necesito?

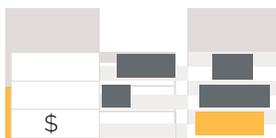
Para la planificación inicial de la empresa o el emprendimiento es importante desarrollar un diagnóstico que ayude a identificar las áreas a trabajar que serán consideradas en el plan empresarial. Este plan debe ser elaborado en un periodo de tiempo en meses que es mas adecuado para revisarlo ; por ejemplo : un plan elaborado con un periodo de seis meses, se debe revisar los avances y resultados cada mes esto le permita tomar decisiones.

Antes de hacer la planificación de la empresa o el emprendimiento, se requiere hacer un análisis de cómo está la empresa actualmente y hacia donde quiero llegar (el objetivo). Para ello, se debe revisar los libros de registros que lleva en el negocio para conocer los costos y ganancias, la estrategia de ventas y su capacidad comercial. Para complementar este análisis es importante considerar las riesgos o amenazas que se puede enfrentar a futuro así, como las oportunidades para lograr una buena planificación. Es importante elaborar un plan de forma sencilla y mantenerlo actualizado.



**Recuerde: si no analiza su negocio no sabrá si gana o pierde. Tener al día las cuentas y conocer sus ganancias le permitirá tener acceso a créditos, ampliar el negocio y diversificar los productos.**

El instrumento de planificación es el plan de negocios: este tiene 4 funciones (OIT 2016)



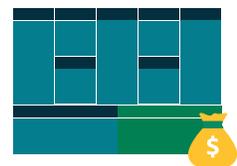
El plan de negocios muestra si su negocio puede esperar obtener ganancias a futuro.



El plan le muestra que parte de la empresa requiere mejorar.



Un plan muestra a los demás que está bien su empresa puede esperar desempeñarse en el futuro.



Un plan adecuado le muestra cuanto dinero ingresará.

La planificación empresarial permite tener un mapa de las diferentes etapas del desarrollo y ayuda a preparar los insumos necesarios para establecer las bases de la iniciativa o empresa a conformar. Por ello los planes deben ser realistas, concretos y que incluya resultados alcanzables en el corto plazo. Durante la primera etapa de organización de la empresa se busca: ganar experiencia, un pequeño logro en mejores precios de venta, introducción de un nuevo producto (Junkin, 2005).



**Observación:** revisar matriz de elaboración del plan empresarial, Documento Organización Empresarial de pequeños productores, páginas 92 a 97

## 4.1 Sostenibilidad del emprendimiento y la empresa



Los y las emprendedoras deben trabajar desde inicio la sostenibilidad de su negocio, considerando que el mercado evoluciona de forma constante al igual deben evolucionar los emprendimientos. Para ello, se deben considerar factores como aspectos sociales, económicos tecnología, normativas relacionados a aspectos legales y aspectos ambientales.

Es importante preguntarse:

¿Es mi emprendimiento sostenible?

¿Qué debo hacer para que mi negocio sea sostenible?

Uno de los mayores desafíos en función de la sostenibilidad de los negocios son los cambios tecnológicos y sus implicaciones en los sistemas productivos, en este sentido se requiere que las mujeres tengan las competencias para incursionar en el mercadeo de sus productos a través de las plataformas virtuales.

Es por ello, que las empresa, el emprendedor o la emprendedora debe establecer una estrategia de sostenibilidad que en el corto, mediano y largo plazo le permita fortalecer los temas de ambientales, gobernanza, economía, inclusión de género, comunicación entre otros. Con el propósito de mejorar las condiciones internas y externas e impactar de forma positiva para lograr beneficios.

## 4.2 Desarrollo de las capacidades de liderazgo, de negociación



Las emprendedoras y emprendedores poseen ciertas capacidades que sirven para el desarrollo de los emprendimientos, estos dependen de los conocimientos, habilidades y actitudes. El desarrollo de las capacidades es un proceso de crecimiento y cambios positivos en constante evolución (PNUD, 2009).

El liderazgo no es innato ni una característica exclusiva de unas pocas personas, se puede aprender si se recibe entrenamiento en las habilidades y competencias para desarrollar bien el trabajo. Una mujer líder fomenta la productividad, organiza y define las actividades del equipo de trabajo en función de los objetivos.

Primero se debe entender que liderazgo, es la capacidad de influenciar en un grupo de personas. Existen algunas características que facilitan para que una persona sea una líder (Escapa, 2010).



- Motivación para el logro de retos.
- Capacidad para la influencia social
- Conocimientos relevantes.
- Competencia cognitiva
- Competencia social
- Autoconfianza
- Fiabilidad
- Flexibilidad

Todas estas características contribuyen a que las mujeres tengan liderazgo para la gestión de grupos para fomentar el trabajo en equipo y la toma de decisiones.

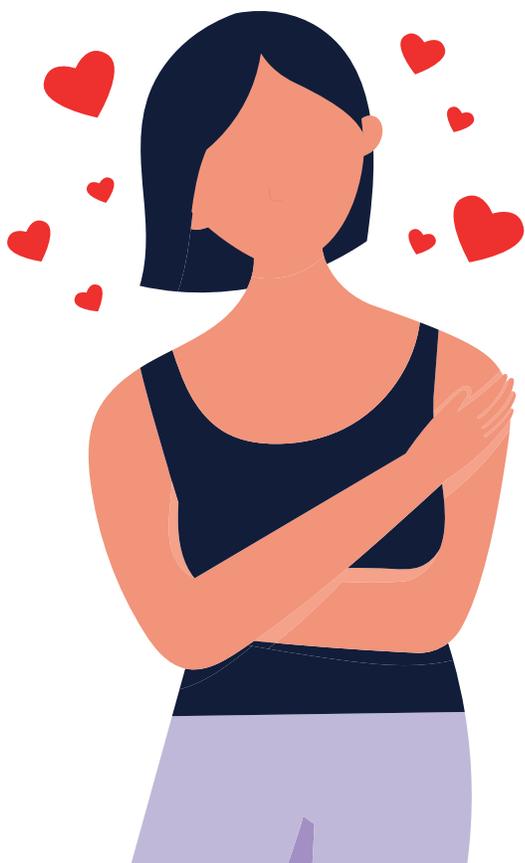


Para el desarrollo de capacidades en materia de igualdad de género, es importante desarrollar un diagnóstico que permita evaluar el conocimiento, la comprensión y las aptitudes que posee una organización y las personas que trabajan en ella (ONU Mujeres, 2016).

Por qué es importante desarrollar un diagnóstico de género:

- 1.** Proporciona información sobre la capacidad de la organización o las personas, para incluir la igualdad de género en sus programas u organizaciones. Genera información clave para la planificación de una estrategia amplia para el desarrollo de capacidades.
- 2.** Permite crear una base de referencia para evaluar las iniciativas futuras para el desarrollo de capacidades, incluida la capacitación para la igualdad de género.
- 3.** Todo el personal y las organizaciones deben mejorar sus capacidades de promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.
- 4.** Para conocer las fortalezas, debilidades y las necesidades como punto de partida para mejorar y fomentar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Según Escapa, 2010; es importante que las mujeres, mejoren su autoestima por lo que se debe incidir en la conducta, los pensamientos, las emociones o las actitudes físicas. Por ello es importante llegar a un equilibrio en las diferentes áreas:



- 1. Ser consciente de la propia autoestima:** el autoconocimiento es necesario para saber qué nivel de autoestima tenemos a partir de una situación realista. A partir de este se identifican las áreas a trabajar para superar la falta de confianza en si misma.
- 2. Proponerse hacer prácticas en ámbitos personales y sociales:** cada mujer se debe proponer hacer prácticas que le permitan alcanzar objetivos posibles y valiosos para su vida.
- 3. Establecer pactos y redes entre mujeres:** trabajar de forma conjunta eleva el nivel de autoestima personal y colectivo, consolida los compromisos y permite defender la igualdad.

## Entrevista Estructurada



- Permite que a cada persona entrevistada se le aplique las mismas preguntas y en el mismo orden, para que facilite el análisis.
- Los entrevistadores y las entrevistadoras leen la pregunta exactamente como está en el documento: se puede elaborar con preguntas cerradas y preguntas abiertas

## Entrevista Semi-Estructurada



- A diferencia de la estructurada, esta incluye preguntas y temas más generales.
- Se deben identificar los temas y posible relación entre los temas y objetivo de evaluación a partir de estos aspectos se elabora las preguntas concretas.
- Con este instrumento permite explorar más sobre detalles y conversar sobre ciertos temas.
- Durante la entrevista pueden surgir nuevas preguntas según avanza en el tema.

## Observación



La observación del entorno de trabajo y del desempeño de los y las responsables de la organización (materiales usados en la oficina herramientas de comunicación, sistemas de tecnología de información y métodos de distribución de información).

## Encuestas (estadísticas)



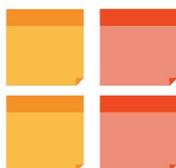
- Se utiliza para hacer una encuesta.
- Consta de una lista de preguntas para recabar información de las personas.
- Se usa para recopilar datos con fines estadísticos.
- Se puede desarrollar en formato virtual.

## Grupos de discusión



- Se utiliza un método de investigación cualitativo, tiene como propósito obtener información exhaustiva sobre las ideas y percepciones de un grupo y que pretende ser algo más que una interacción de tipo pregunta - respuesta.
- Se convoca a una reunión con un número reducido de participantes (6 a 12), para tratar un tema específico con la ayuda de un moderador o moderadora.
- Se debe promover la participación de forma libre y espontánea a cerca del tema.

## Talleres



- Son eventos o reuniones con el propósito de interactuar e intercambiar información entre los participantes (máximo 20 personas).
- Incluyen diferentes ejercicios para desarrollar aptitudes y una comprensión común.
- Se promueve un debate sobre las necesidades de capacitación del personal identificados en los cuestionarios y entrevistas.

Fuente: ONU Mujeres, 2016





## 5. Protocolos de bioseguridad

Es importante que las empresas o los emprendimientos cuenten con protocolos de bioseguridad con el propósito de prevenir los accidentes y enfermedades en el lugar de trabajo y que garantice un ambiente seguro e higiénico.

Los protocolos de bioseguridad aplican a los y las empleadas con mayor importancia en la actualidad con la pandemia COVID-19, para evitar el contagio se deben implementar las siguientes medidas:

## Recomendaciones al personal:

### Lavado de manos:



- Disponer de insumos como jabón, agua limpia y toallas desechables,
- Disponer de productos de alcohol clínico al 70% y colocarlo en lugares accesibles para los/as trabajadores/as.
- La frecuencia de lavado de manos debe tener un tiempo mínima de 3 horas y frotar con el jabón durante 20 a 30 segundos. Asegurando un lavado correcto frotando las palmas de las manos, dorsos y dedos.

### Distanciamiento físico:



- Los y las trabajadoras deben permanecer al menos a 2 metros de distancia de otras personas y entre los puestos de trabajo.
- Se debe controlar el número de trabajadores y trabajadoras en el área de trabajo.
- No realizar reuniones en espacios donde no se garantice los 2 metros de distanciamiento.

### Elementos de protección personal



- Uso de guantes para manipular residuos
- Uso de tapabocas obligatorio

## Recomendaciones en las instalaciones:

### Limpieza y desinfección: higienización



- Desarrollar un protocolo de limpieza y desinfección del lugar de trabajo.
- Incrementar la frecuencia de limpieza y desinfección del área de trabajo: pisos, paredes, puertas (manecillas), ventanas, muebles, pasamanos, inodoros y todos los elementos con todos los que tenga contacto.
- Establecer un procedimiento de limpieza y desinfección diario a la apertura y cierre del establecimiento, zonas comunes y mobiliario.
- Realizar control de roedores e insectos.

Para asegurar la higiene los negocios debe tener al menos:

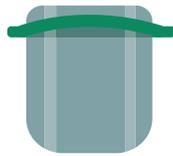
- Alcohol clínico al 70%
- Agua oxigenada al 10%
- Gel antibacterial
- Cloro del 3,5 al 5%
- Limpiador para vidrios que contenga amoníaco
- Jabón para lavar trastos

## Equipo de bioseguridad básico:

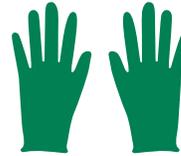
Todos los colaboradores y colaboradoras de la empresa deben contar con implementos personales para minimizar el riesgo al que están expuestos:



**Mascarillas o tapa bocas:** para la protección respiratoria.



**Gafas o careta:** para la protección visual.



**Guantes:** para la protección al contacto con superficies.



**Ropa de trabajo:** elaborada de tela repelente o anti-fluido, usar calzado apropiado según sea la actividad.

## Recomendaciones para el envío a domicilio

Entregas a domicilio	Envío y entrega de los pedidos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación de pedidos: usar guantes y mascarillas durante la preparación de los pedidos (los guantes se usan solo para cada acción). Los guantes se lavan o se desechan según sea el material.</li> <li>• Desinfectar las cajas o bolsas de empaque.</li> <li>• Sellar y rotular los empaques correctamente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de gel antibacterial al salir y entregar el pedido.</li> <li>• Mantener una distancia adecuada con el cliente al momento de la entrega del pedido.</li> <li>• Se recomienda el pago electrónico para evitar el contacto; sin embargo, si el pago es en efectivo, al momento del pedido es importante que le indiquen si requiere de cambio y al recibirlo colocarlo en una bolsa plástica.</li> <li>• Al terminar la entrega desinfectar con gel.</li> <li>• Al regresar al negocio, aplicar el protocolo de desinfección en el espacio laboral.</li> </ul>

Es importante que cada negocio defina un protocolo adecuado y dar a conocer a sus clientes.

## 5.1 Pasos para reducir el riesgo de exposición a contagio propio y de sus empleados ante COVID-19.

Los siguientes pasos deben ser considerados en la empresa para reducir riesgos de exposición a contagio propio y de sus empleados (Osalan).

### Paso 1. Evitar el riesgo:

- Adopción de medidas para evitar la exposición y/o propagación. A nivel de la organización establecer mecanismos de trabajo desde casa,
- Flexibilizar los horarios para la conciliación laboral y familiar para evitar aglomeración de personas.
- Garantizar que el personal sensible o con sintomatología (Tos, fiebre, dolor de cuerpo) no asista al trabajo.
- Establecer horarios y turnos de horarios especiales para evitar aglomeración de personal trabajando.
- Eliminar reuniones y viajes no esenciales
- Aumentar la limpieza y desinfección en las áreas de trabajo.
- Formar a los y las trabajadoras en el uso de los equipos de protección individual.
- Formar e informar a los y las trabajadoras sobre las medidas específicas para el COVID-19.

### Paso 2. Evaluación del riesgo:

Evaluación del riesgo de exposición que permita clasificar a las personas en tres niveles (exposición de riesgo, exposición de bajo riesgo y baja probabilidad de exposición).

- Para el personal con baja probabilidad de exposición al riesgo, son los trabajadores que no están directamente en atención al público o a más de 2 metros de distancia o con medidas de protección especial. Ejemplo: personal administrativo.
- Para personal en exposición de bajo riesgo, cuya actividad laboral no esta en contacto directo con el público.
- Para persona con exposición al riesgo,

### Paso 3. Planificación de la actividad preventiva

De acuerdo al nivel de riesgo definir medidas. Las medidas son: medidas tipo organizativas, medidas de protección colectiva, medidas de protección individual, formación e información.

- Lavado frecuente de manos
- Asegurar la existencia de agua, jabón y papel toalla para secado.
- Limpieza exhaustiva de las superficies.
- Evitar aglomeraciones de personas y guardar distancias mínimas de 2 metros usando barreras de separación o marcos, cortinas, ventanillas de atención.
- Uso de mascarillas guantes y gafas.

### Paso 4. Medidas de control

Medidas enfocadas a la prevención de la infección

- Establecer mecanismos que aseguren la actualización permanente de la evolución de riesgo.
- Actualizar y difundir el plan para reducción de los riesgos.
- Establecer un plan de comunicación para los diferentes niveles.



**Observación:** Revisar Guía para la elaboración de un Plan de Contingencia COVID-19, OSALAN.

## 5.2 Las 4 R: reciclar, reducir, reutilizar, recuperar.



El desarrollo sostenible o sustentable de las empresas tiene como propósito lograr el bienestar de las personas manteniendo un equilibrio con el ambiente. Las empresas o emprendimientos deben estar orientados a producir con calidad considerando la protección del ambiente.

Es importante hacer una evaluación paso a paso de cómo se hacen los procesos en la empresa para comprar solo los productos necesarios para evitar la contaminación y los altos costos por adquirir nuevos materiales u otros.

Las 4 R de la sustentabilidad:



**Reducir:** implica un aprovechamiento de los recursos de forma eficaz, evitando desperdicios, contaminación y aumento en los costos. También se puede hacer un uso eficiente de la energía y el agua.

**Reutilizar:** implica la reutilización de productos o desechos. Esta práctica contribuye a reducir en costos de materias primas y no permite acumulación de desechos.

**Reciclar:** implica recuperar el material de desecho, por ejemplo: vidrio, papel, aluminio, plástico, que pueden ser utilizados en la empresa o enviados a un proceso de reciclaje.

**Recuperar:** significa en recuperar materiales que sirven de materia prima, por ejemplo: el plástico se puede recuperar mediante proceso de calentamiento o latas para elaborar nuevos productos.

## 5.3 Principios de protección al consumidor y calidad



Para garantizar la calidad e inocuidad de los alimentos, para ello las empresas o emprendedores requieren de instalar y realizar controles necesarios para garantizar que los productos respondan a las expectativas de los consumidores en cuanto a inocuidad y calidad dado que son la base para el éxito de la satisfacción del consumidor. La garantía de la calidad engloba la conceptualización del producto, la selección y compra de materias primas, y la definición de la elaboración, el envasado, la distribución y el mercadeo (FAO)

Las empresas o emprendedores deben garantizar la calidad basándose en técnicas de análisis de riesgo y los puntos críticos de control (HACCP) para mejorar los procesos. También es importante incluir mecanismos de participación que incluya el punto de vista de los consumidores desde el diseño del producto, se debe proveer información al consumidor sobre los usos y ventajas de los productos en las etiquetas y envases que le permita tomar la decisión de compra.

La HACCP; tiene como objetivo, evaluar, identificar y controlar peligros significativos a lo largo de la cadena de producción con el fin de garantizar la inocuidad de los alimentos. Este sistema se basa en prevenir lo evitable y controlar lo no evitable (OIRSA, 2016)



Según Naciones Unidas, 2016; define los siguientes principios para unas buenas prácticas comerciales:

- **Trato justo y equitativo:** las empresas deben tratar de forma justa y equitativa a todos sus consumidores en todas las etapas de su relación.
- **Conducta comercial:** no debe someter a los consumidores a prácticas ilegales, poco éticas, discriminatorias, o engañosas como las tácticas de comercialización abusivas, el cobro abusivo de deudas, o una conducta inadecuada que pueda entrañar riesgos innecesarios o perjudicar a los consumidores.
- **Divulgación y transparencia:** las empresas deben facilitar información completa y exacta y no capciosa sobre los bienes y servicios, términos, condiciones, cargos aplicables y costo total para que los consumidores puedan tomar decisiones bien fundadas.
- **Educación y sensibilización:** las empresas deben elaborar, según proceda programas y mecanismos para ayudar a los consumidores a adquirir los conocimientos y competencias necesarios para comprender los riesgos, incluidos los riesgos financieros, tomar decisiones bien fundadas, y acceder a servicios competentes y profesionales de asesoría y asistencia.

- Protección de la privacidad: las empresas deben proteger la privacidad de los consumidores mediante una combinación de mecanismos adecuados, de control, seguridad y transparencia y consentimiento en lo relativo a la recopilación y utilización de sus datos personales.
- Controversias y reclamaciones de los consumidores: las empresas deben poner a disposición de los consumidores mecanismos de reclamación que permitan resolver controversias de manera rápida, justas, rápidas, transparentes, poco costosas, accesibles y efectivas sin cargas ni costos innecesarios.

# Bibliografía

- Cámara de Comercio de Bogotá, 2020, Protocolo general de Bioseguridad para mitigar, controlar y realizar el adecuado manejo de la pandemia COVID-19.
- CEPAL, 2019, La autonomía de las mujeres en escenarios económicos cambiantes, Naciones Unidas, Santiago,
- CDEMIPYME, 2020, Guía de Bioseguridad para Pequeños Negocios, Región Golfo de Fonseca, 15p.
- CONAMIPYME, 2011, Manual Mujer Emprende, Guía de Facilitación para Mujeres Emprendedoras y empresarias con enfoque de género, San Salvador, El Salvador.
- Escapa R, Martínez L, 2010, Estrategias de liderazgo para mujeres directivas, Catalunya. Departament de Treball III. Fons Social Europeu IV. Títol.
- FAO, El consumidor y la inocuidad de los alimentos: Una perspectiva de la industria alimentaria. Disponible en [www.fao.org](http://www.fao.org)
- IADAP, 1999, Mercadeo de Productos, paso a paso, primera edición, Instituto Andino de Artes Populares, Quito, Ecuador
- JICA, 2015, guía práctica para la elaboración de un Plan de Negocio  
[https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjHqeDSye3qAhVBiOAKHc6-A6sQFjAKegQICRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.jica.go.jp%2Fparaguay%2Fespanol%2Foffice%2Fothers%2Fc8hovm0000ad5gke-att%2Finfo\\_11\\_03.pdf&usg=AOvVaw2GxTTSrqRdRiGbDqgl6qnl](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjHqeDSye3qAhVBiOAKHc6-A6sQFjAKegQICRAB&url=https%3A%2F%2Fwww.jica.go.jp%2Fparaguay%2Fespanol%2Foffice%2Fothers%2Fc8hovm0000ad5gke-att%2Finfo_11_03.pdf&usg=AOvVaw2GxTTSrqRdRiGbDqgl6qnl)
- Junkin R, et al 2005, Organización Empresarial de Pequeños Productores y Productoras, Guía para facilitadores de las etapas iniciales del desarrollo empresarial rural, Centro Agronómico Tropical de Investigación y Enseñanza CATIE, Turrialba, C.R. 100p.
- Naciones Unidas, 2016, Protección al consumidor, New York y Ginebra  
[https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwic7cSty-3qAhUln-AKHb\\_bDjYQFjAQegQICBAB&url=https%3A%2F%2Functad.org%2Fes%2FPublicationsLibrary%2Fditccplmisc2016d1\\_es.pdf&usg=AOvVaw21JU4KvWU-lU\\_hSfkb\\_FTmx](https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwic7cSty-3qAhUln-AKHb_bDjYQFjAQegQICBAB&url=https%3A%2F%2Functad.org%2Fes%2FPublicationsLibrary%2Fditccplmisc2016d1_es.pdf&usg=AOvVaw21JU4KvWU-lU_hSfkb_FTmx)

- ONU Mujeres, 2016, Herramienta para el diagnóstico de capacidades en materia de Igualdad de Género, Herramienta para la promoción de la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres, mayo 2016, segunda edición.
- ONU Mujeres, Profundicemos en términos de género, guía de terminologías y uso de lenguaje no sexista para periodistas, comunicadoras y comunicadores.
- OIT, 2014, Igualdad de Género y No Discriminación en la Gestión del Empleo, Guía para la acción, primera edición, 74p.
- OIT, 2016, Mejore su Negocio, Planificación Empresarial, primera edición, Ginebra, Suiza, 102p.
- OIT, Género y emprendimiento, guía de formación para mujeres emprendedoras, paquete de formación y herramientas.
- OIRSA, 2016, Manual de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control – HACCP,
- OSALAN, Guía para la elaboración de un Plan de Contingencia COVID-19
- Pinoth, 2016, Manual Desarrollo Económico Rural, Promotorado Agrícola, primera edición, mayo 2016.
- PNUD, 2009, Desarrollo de Capacidades: texto básico del PNUD. 64p.
- Samuelson, P. Nordhaus W., 2005. Economía, 18a edición. Editorial Mc Graw Hill.