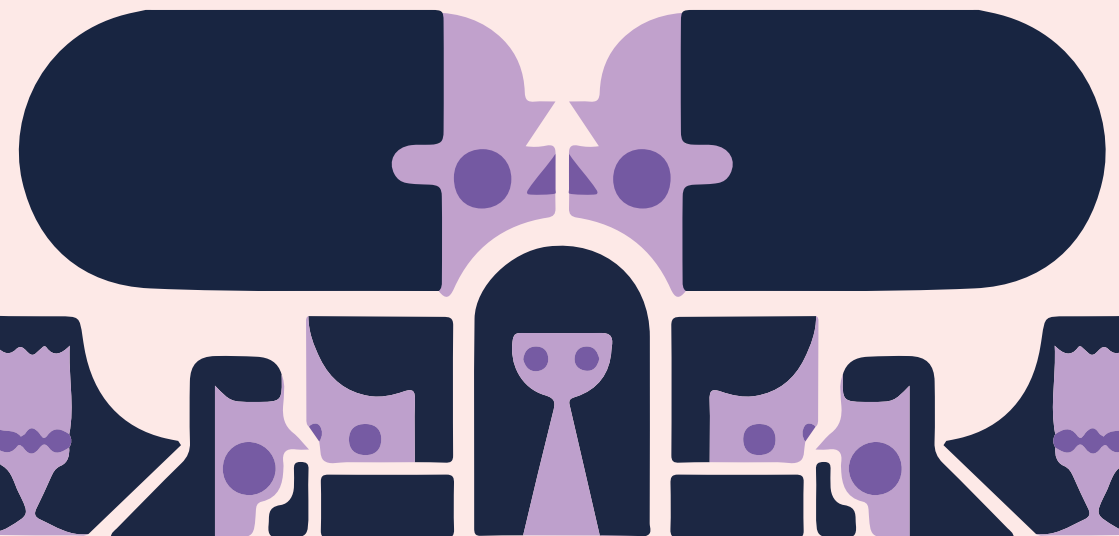


EMPRENDAMOS CON INCLUSIÓN Y SIN DISCRIMINACIÓN

PAQUETES MODULARES



Con el apoyo de:



Con el financiamiento de:



Ministerio de la Mujer y
Derechos Humanos

Créditos

Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos
Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres
(ONU MUJERES)
Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE)
Diseño: Santiago Chiluisa (Unidad)
Impresión: Tintagráfica Cia. Ltda.

Quito - Ecuador
Septiembre de 2024
Tiraje: 150 ejemplares

EMPRENDAMOS
CON INCLUSIÓN Y SIN
DISCRIMINACIÓN
PAQUETES MODULARES

Índice

Presentación	6
Introducción	8
Instrucciones sobre el curso	9
Contenido de los módulos	10
MÓDULO 1: La inclusión económica y social desde la perspectiva de género.	11
Tema 1: Las desigualdades desde una perspectiva de género.	13
Tema 2: El empoderamiento económico y el acceso al empleo para combatir las desigualdades.	18
MÓDULO 2: Roles de género y reconocimiento de las identidades	33
Tema 1: Desigualdad, roles y brechas de género	35
Tema 2: Construcción de nuevas identidades	42
MÓDULO 3: Cultura de paz y cero discriminaciones.	54
Tema 1: Las desigualdades desde una perspectiva de género	55
Tema 2: Elementos para el manejo de los conflictos y construcción de paz.	58
Especialización para personas con ideas de negocios – Emprendimientos futuros	
MÓDULO 4.1: Diseño del perfil de negocio para emprendimientos futuros.	67
Tema 1. Autoevaluación como persona emprendedora.	68
Tema 2: ¿Qué es una idea de negocio?	74
Tema 3: Identificación de oportunidades de negocio	80
Tema 4: Tipos de negocios	82
Tema 5: Diseño y formulación del perfil de la iniciativa socioeconómica.	82
MÓDULO 5.1: Construcción del plan de negocio para emprendimientos futuros.	89
Tema 1: Identifica el mercado objetivo	90
Tema 2: Organiza tu estrategia	96
Tema 3: Administra tu negocio	97
Tema 4: Controla las finanzas.	99
Tema 5: Plan de negocio	103

Especialización para personas con negocios en funcionamiento - Emprendedores actuales

MÓDULO 4.2: Diagnóstico del negocio para emprendimientos existentes 107

Tema 1: Identifica tu emprendimiento 108

Tema 2. Construye un emprendimiento sostenible 110

Tema 3: Define tu mercado objetivo 110

Tema 4: Analiza tu estrategia 117

Tema 5: Elementos de la administración y logística de tu emprendimiento. 121

Tema 6: Manejo de la contabilidad y finanzas de tu emprendimiento 125

MÓDULO 5.2: Fortalecimiento del plan de negocio para emprendimientos existentes. 132

Tema 1: Analiza el mercado. 133

Tema 2: Modela tu estrategia. 135

Tema 3: Propuesta para optimizar la administración y logística de tu emprendimiento. 137

Tema 4: Oportunidad de mejora de la contabilidad y finanzas de tu emprendimiento. 139

Tema 5: Plan de negocio potenciado 141

Plan de negocio 145

Presentación

Ecuador, al igual que muchos países de la región, enfrenta desafíos significativos en la lucha por la equidad social y económica. En este ámbito, las mujeres y la población LGBTI+ han sido históricamente marginadas y discriminadas en varios aspectos de la vida, incluidos el acceso a oportunidades económicas y la participación en la vida empresarial. Según datos del INEC (2022), las mujeres enfrentan una brecha salarial de 20% en trabajos similares a los hombres, y la población LGBTI+ a menudo enfrenta barreras para acceder al empleo formal debido a prejuicios y estigmatización. El impacto de esta exclusión no solo afecta a estas poblaciones, sino que también limita el desarrollo económico del país en su conjunto. Estudios de la CEPAL (2018) sugieren que la inclusión efectiva de estas comunidades puede impulsar significativamente el crecimiento económico y la cohesión social.

Frente a esta realidad, el Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos financió el diseño del programa formativo virtual *“Emprendamos con inclusión y sin discriminación”*, que tiene el propósito de contribuir al desarrollo de habilidades, competencias y capacidades de mujeres y poblaciones LGBTI+, así como promover la prevención de todo tipo de violencia y discriminación. El curso se enmarca en las acciones derivadas del “Acuerdo entre la ENTIDAD DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA IGUALDAD DE GÉNERO Y EL EMPODERAMIENTO DE LAS MUJERES (“ONU Mujeres”) Y EL MINISTERIO DE LA MUJER Y DERECHOS HUMANOS”, orientadas a la implementación del Proyecto de Inversión: “Prevención de las violencias y fortalecimiento de capacidades para el acceso al empleo a mujeres y grupos en situación de vulnerabilidad”.



“Emprendamos con inclusión y sin discriminación” se consolida como una iniciativa clave para el desarrollo sostenible e inclusivo y refleja la cooperación efectiva y sincronizada entre el Estado ecuatoriano, representado por el Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos, la cooperación internacional representado por ONU Mujeres, y la academia, a través de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE), una institución comprometida con la formación y el fortalecimiento de capacidades.

La publicación de este documento no solo representa un esfuerzo conjunto y comprometido por la igualdad y los derechos humanos, sino que también se erige como una herramienta fundamental para el empoderamiento y la transformación social. Con el programa formativo *“Emprendamos con inclusión y sin Discriminación”*, estamos aportando a la construcción de un futuro más justo y equitativo para todas y todos.

A través de un enfoque inclusivo y sensible a las necesidades específicas de las mujeres y población LGBTI+, el programa se orienta a entregar herramientas necesarias para desarrollar sus habilidades emprendedoras, fomentando su autonomía y resiliencia en un entorno seguro y respetuoso. El proceso está diseñado para fortalecer competencias técnicas y de gestión, y también para ofrecer un espacio de reflexión y aprendizaje sobre derechos humanos, igualdad de género, diversidad y prevención de las violencias.

La misión es clara: contribuir a la mejora de la calidad de vida de mujeres y poblaciones LGBTI+ mediante la superación de condiciones históricas de desigualdad. Esta acción colectiva promueve el acceso al conocimiento y el acompañamiento especializado, lo que fortalece el empoderamiento y promueve el ejercicio del derecho a una vida libre de violencia. Se espera que, a corto plazo, se logren avances significativos en la igualdad de género y en el acceso a oportunidades productivas.

Introducción

El programa formativo “Emprendamos con inclusión y sin discriminación” es un proceso que busca formar a mujeres y población LGBTI+ para su empoderamiento económico, incentivando el liderazgo a través de la generación de iniciativas socioeconómicas y, además, fortaleciendo sus capacidades y prevención de todo tipo de violencia y discriminación.

El curso se ha diseñado en 5 módulos temáticos:

1. Inclusión económica y social desde la perspectiva de género.
2. Roles de género y reconocimiento de las identidades.
3. Cultura de paz y cero discriminaciones.
4. Diseño del perfil del negocio.
5. Construcción del Plan de Negocio.

Se contempla un denominado “tronco común” para todos los participantes, conformado por los 3 primeros módulos y una especialización que incentiva el liderazgo y empoderamiento económico, dependiendo de la realidad respecto a las iniciativas socioeconómicas de los participantes. Una especialización dirigida a aquellas personas que tienen ideas de negocio (emprendedores futuros), y, una segunda dirigida a las personas que tienen un negocio en operación (emprendedores existentes).

El curso está diseñado para ser impartido en formato virtual, con una duración de 68 horas. Su diseño permite la participación de grupos numerosos de forma simultánea, en una plataforma educativa Learning Management System (LMS) por sus siglas en inglés o “Sistema de Gestión del Aprendizaje”, pero también puede ser dictado en formato presencial a grupos pequeños, mediante el acompañamiento de un tutor. Cuenta con un diseño andragógico para estudiantes adultos no escolarizados.

Con el propósito de alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y los productos del programa, se ha definido utilizar una estrategia de modalidades virtuales combinadas, que se adaptan a los contenidos específicos. Los tres primeros módulos se ofrecerán en formato MOOC, permitiendo a los participantes aprender de forma autónoma y a su propio ritmo durante una semana, con evaluaciones intermedias y retroalimentación continua. Habrá espacios de contacto con instructores para resolver dudas y reforzar conceptos clave.



Los dos últimos módulos emplearán la metodología de aula inversa, con mayor interacción sincrónica y un enfoque en casos prácticos, acompañados por tutores expertos. La formación se centrará en liderazgo y empoderamiento para mujeres y población LGBTI+, utilizando un enfoque inclusivo y accesible, contenido contextualizado, actividades interactivas, y recursos multimedia diversificados para asegurar un aprendizaje efectivo y relevante.

Instrucciones sobre el curso



Este documento contiene la guía de contenidos y metodología del curso organizada por cada módulo, **está dirigido a los capacitadores del programa¹**, para que puedan replicar los conocimientos y recrear un proceso de formación, orientado al fortalecimiento de capacidades y a la generación de un plan de negocio o su potenciación, a través de un aula virtual. Este curso puede ser replicado de manera indefinida.

En estos textos se recrean los contenidos que se encuentran cargados en el aula virtual, en donde se cuenta con materiales elaborados por diseñadores instruccionales, quienes han creado recursos digitales para reproducir los contenidos con base en la andragogía y para ser atractivos y fáciles de comprender para los participantes.

La información está estructurada por cada módulo. Se recomienda seguir el orden propuesto, sin embargo, cada módulo será manejado por un docente diferente, a excepción de los módulos 4 y 5, que pueden ser impartidos por los mismos tutores con conocimientos y habilidades emprendedoras y empresariales.

La metodología utilizada para el proceso de evaluación y aprobación considera lo siguiente:

- El curso y cada módulo se aprueban por evaluación.
- El curso se evalúa sobre 100 puntos y se requiere un mínimo de 70 para su aprobación. El puntaje de aprobación se obtiene del promedio de las notas obtenidas en los módulos correspondientes.

La certificación se otorgará a los participantes que aprueben los 5 módulos con un puntaje igual o superior a 70 puntos, y será entregada a la finalización de las 68 horas.

¹ Son los profesionales con estudios de tercer nivel en psicología, sociología, trabajo social, comunicación social, ciencias de la educación, administración de empresas, gestión de proyectos o equivalentes. (dependiendo del módulo que impartan), con experiencia específica mínima profesional que acredite haber ejercido el cargo de capacitador/ tutor/ docente/ instructor/ gestor social u organizativo, durante al menos un (1) año no consecutivo en procesos de educación formal o no formal. Con experiencia de al menos 1 proyecto en inclusión económica y/o igualdad de género. El detalle específico de la formación y competencias requeridas se encuentran detalladas en las Guías Metodológicas.

Contenido de los módulos

El programa está organizado en 5 módulos temáticos:

1. Inclusión económica y social desde la perspectiva de género.
2. Roles de género y reconocimiento de las identidades.
3. Cultura de paz y cero discriminaciones.
4. Diseño del perfil del negocio.
5. Construcción del Plan de Negocio.

Se contempla que exista un denominado **“tronco común”** para todos los participantes, conformado por los 3 primeros módulos, y una especialización que incentive el liderazgo y empoderamiento económico que se organizará, dependiendo de la realidad respecto a iniciativas socioeconómicas de los participantes. Uno dirigido a aquellas personas que **tienen ideas de negocio** (emprendedor futuro), que se denominará especialización en Competencias en Gestión Emprendedora; y, un segundo dirigido a las personas que tienen un negocio en operación (emprendedor existente) denominado especialización en Competencias en Potenciación de Emprendimientos.

El curso está diseñado para que todos los participantes revisen los tres primeros módulos. Luego se ofrece una especialización enfocada en fomentar el liderazgo y el empoderamiento económico, adaptada a la realidad socioeconómica de los participantes. Esta especialización se divide en dos partes: la primera está destinada a personas con ideas de negocio (emprendedores futuros) y se llama “Especialización en Competencias en Gestión Emprendedora”. La segunda parte se dirige a quienes ya tienen un negocio en funcionamiento (emprendedores existentes) y se denomina “Especialización en Competencias en Potenciación de Emprendimientos”.

El programa tiene 5 módulos y una duración total de 68 horas con actividades sincrónicas, tutorías y trabajo autónomo. Cada módulo está organizado por temas y subtemas, tiene un objetivo general y objetivos específicos, los correspondientes resultados de aprendizaje que los participantes deberán cumplir al culminar el módulo, preguntas de reflexión o preguntas generadoras para guiar el aprendizaje, así como casos o ejercicios prácticos, información complementaria para guiar el aprendizaje, actividades de evaluación con diversos parámetros y metodologías, un glosario de términos y la bibliografía utilizada.

A continuación, se presenta el contenido de cada módulo, los mismos que se encuentran en el Aula Virtual presentados de manera didáctica, con recursos andragógicos para garantizar el aprendizaje.



MÓDULO 1

La inclusión económica y social desde la perspectiva de género.

La inclusión económica y social desde la perspectiva de género, **explorará las formas en que los roles de género y las desigualdades socioeconómicas afectan a las mujeres y a la población LGBTI+**, así como las **estrategias para empoderar a estos grupos**, y superar la pobreza y reducir las desigualdades.

Este módulo permitirá **comprender la importancia de la justicia social** para una vida sin violencias, la transversalización de enfoques de igualdad y no discriminación, el empoderamiento y la autonomía económica.

En este módulo se tratarán los siguientes contenidos, divididos en dos subtemas:

1. Las desigualdades desde una perspectiva de género.
 - 1.1. Datos relevantes sobre las desigualdades y violencia.
 - 1.2. Fenómeno asociado a varios tipos de carencias.
2. El empoderamiento económico y el acceso al empleo para combatir las desigualdades.
 - 2.1. La Economía Violeta para la activación económica y empoderamiento.
 - Normas y políticas.
 - 2.2. Capacitación para el emprendimiento.

a. Guía del módulo

Objetivos:

El **objetivo general** del módulo 1, **La inclusión económica y social desde la perspectiva de género** es comprender los diversos mecanismos de reproducción de la desigualdad desde una perspectiva de género para promover la inclusión, autonomía y empoderamiento de las personas participantes.

Los objetivos específicos son:

1. Entender las **formas de reproducción de la desigualdad** en mujeres y población LGBTI+ para promover igualdad de oportunidades.
2. Reconocer las posibilidades de la **Economía Violeta** en entornos laborales y sociales diversos; entrever **mecanismos de participación en iniciativas socioeconómicas inclusivas**, que permitan la superación de la pobreza y la reducción de desigualdades.



Resultados de aprendizaje:

Al finalizar este módulo, las personas participantes:

1. Reconocen como la desigualdad **limita las oportunidades** de empoderamiento y autonomía económica en mujeres y población LGBTI+
2. Identifican las **posibilidades** de la Economía Violeta en entornos laborales y sociales diversos.
3. Conocen la **normativa que ampara a las mujeres y personas de la comunidad LGBTI+** para su desarrollo económico.
4. Identifican los **recursos para una participación efectiva** en actividades que promuevan su desarrollo económico e inclusión social.

b. Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan el pensamiento crítico previo al inicio del módulo, invitan a reflexionar a partir de tu experiencia personal. No requiere que sean desarrolladas.

1. ¿Has experimentado alguna vez situaciones en las que hayas sentido que tus oportunidades económicas estaban limitadas debido a tu sexo, género u orientación sexual? ¿Cómo te hizo sentir esta experiencia?
2. ¿Qué desafíos has enfrentado como mujer o población LGBTI+ en términos de empoderamiento económico y social?
3. ¿Qué desafíos crees que enfrentan las mujeres y la población LGBTI+ al iniciar un negocio, acceder a un empleo o emprender una actividad económica en nuestro país? ¿Qué medidas pueden tomarse para superar estos desafíos y promover un entorno más inclusivo?



c. Desarrollo de contenidos

Tema 1: Las desigualdades desde una perspectiva de género.

1.1. Contenido general.

Las **desigualdades** desde una perspectiva de género son un fenómeno complejo y persistente que **afecta a individuos en todas las sociedades**, limitando el acceso equitativo a oportunidades y recursos.



Este enfoque revela cómo las normas y roles de género establecidos culturalmente pueden influir negativamente en la vida de mujeres, hombres y personas de diversas identidades de género, **acentuando disparidades** en áreas clave como la educación, el empleo, la salud y la participación política.

Aquí es donde la **justicia social** juega un papel importante, ya que se refiere a la igualdad de oportunidades y a las condiciones de dignidad que toda persona merece. La noción de justicia social abarca la **igualdad de oportunidades** e implica el compromiso con la creación de **condiciones dignas** para la existencia humana, así como, la garantía de los derechos humanos. Su importancia radica en su capacidad para asegurar que cada individuo tenga la oportunidad de **alcanzar su pleno potencial**, mitigando los obstáculos que enfrenta y facilitando el acceso a los derechos esenciales para una vida digna, uno de ellos es el **empleo digno**, que permite la inclusión económica y social de los individuos.

En este sentido, la justicia social se convierte en un instrumento para la lucha contra las desigualdades sociales. Promover la justicia social en todos los ámbitos de nuestra vida, incluyendo nuestros negocios o emprendimientos implica abordar las desigualdades y promover oportunidades que **combatan la exclusión y la marginalización**. (UNIR, 2024).

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás observar cómo desde las infancias se generan los estereotipos de género. Niñas y niños clasifican de manera inconsciente las profesiones como trabajos de hombres o de mujeres. En muchas ocasiones cuando esto no es bien orientado, estas niñas y niños creen y replican estas conductas en sus vidas personales y profesionales.



Ver video: Inspirando al futuro sin estereotipos
<https://www.youtube.com/watch?v=pJvJo1mxVAE>

1.2. Datos relevantes sobre las desigualdades y violencia.

En el mundo y en el Ecuador se han perpetuado las desigualdades económicas y sociales entre hombres y mujeres, y grupos en situación de vulnerabilidad en general:

- La discriminación hacia la población LGBTI+ se da con mayor frecuencia en el ámbito laboral (44%), le sigue el educativo (40%), salud (34%) y justicia (23%) (INEC; CNIG, 2013).
- La violencia y discriminación hacia la población LGBTI+ ha causado limitaciones de las oportunidades de empleo, pobreza y exclusión social, disminución del rendimiento académico, entre otras consecuencias.
- En todo el mundo, casi 2.400 millones de mujeres en edad de trabajar todavía no tienen los mismos derechos que tienen los hombres. La reducción de esta brecha de género en el empleo podría incrementar el PIB per cápita a largo plazo en un promedio de casi un 20% en todos los países (Banco Mundial, 2023).
- En Ecuador sólo el 28 % de las mujeres dentro de la población económica activa (PEA) tienen un empleo adecuado, frente al 40 % de los hombres (EFE, 2023).
- Las mujeres en Ecuador ganan de 16 % a 18 % menos que los hombres. (EFE, 2023).
- La violencia de género, física o psicológica le cuesta a Ecuador USD 4.608 millones al año o el equivalente al 4,28% de su PIB (Coba, 2020).
- El 46 % de los nuevos emprendimientos están a cargo de mujeres (EFE, 2023), es por ello que, es necesario promover economías como la economía violeta o la economía social y solidaria.



En 2015, los Estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, una agenda que representa un compromiso global para enfrentar los desafíos más apremiantes del mundo como la pobreza, desigualdad, cambio climático, entre otros, para lo cual se proponen 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) cada uno con sus metas.

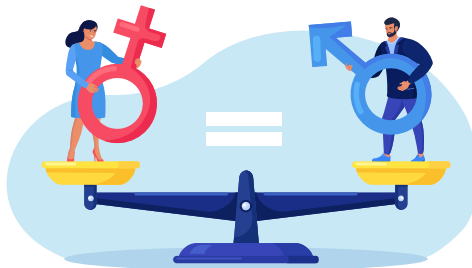
Uno de sus ODS es el 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas. Este objetivo reconoce la persistencia de desigualdades de género en todo el mundo y la necesidad de acciones concretas para abordarlas, busca garantizar que todas las personas, independientemente de su género, tengan las mismas oportunidades y derechos para alcanzar su máximo potencial y contribuir al desarrollo sostenible. (CEPAL, s.f.).

1.3 Fenómeno asociado a varios tipos de carencias.

Para combatir las desigualdades en Ecuador es fundamental adoptar un enfoque integral que combine la creación de empleo de calidad, el acceso equitativo a recursos y servicios esenciales, y la implementación de políticas públicas inclusivas que consideren las necesidades específicas de los grupos más vulnerables. Este enfoque debe estar respaldado por un marco normativo que garantice la igualdad de oportunidades, promueva la justicia social y fomente el desarrollo sostenible. Además, es crucial que las políticas estén orientadas a cerrar brechas de género, mejorar la educación y la formación profesional, y fortalecer los sistemas de protección social, asegurando que el crecimiento económico beneficie a toda la población sin dejar a nadie atrás. Es necesario **fomentar un entorno económico que promueva el emprendimiento y la innovación, facilitando el acceso a financiamiento para pequeños y medianos empresarios**. Según el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), Ecuador tiene una alta tasa de actividad emprendedora, con un 29.6% de la población adulta involucrada en actividades empresariales.

Es necesario promover un enfoque de **economía alternativa** que permita superar la pobreza y las carencias que esta atrae, mediante emprendimientos o negocios sociales que promuevan los siguientes principios:

- **Igualdad:** tratar a todos de manera justa y respetuosa, y trabajar juntos para resolver problemas.
- **Trabajo digno:** trabajo seguro, justo y útil para la sociedad sin dañar el medio ambiente.
- **Sostenibilidad ecológica:** cuidar de la naturaleza y trabajar juntos para protegerla.
- **Cooperación:** ayudarse mutuamente en lugar de competir.
- **Reparto justo de la riqueza:** distribución de las ganancias de manera justa.
- **Compromiso con el entorno:** conocer y reconocer, colaborar y articularse con el resto de los agentes que conforman el tejido socioeconómico.



RECURSO COMPLEMENTARIO

Una de las economías alternativas al sistema económico actual, es la economía social y solidaria que nos enseña el valor de la asociatividad y cooperativismo para salir adelante con nuestros negocios o emprendimientos. Mira el siguiente video y reflexiona de su importancia.



Ver video: Economía Social y Solidaria para otro desarrollo

<https://www.youtube.com/watch?v=NE3pYA2Jcnw>

1.3.1 Enfoques de igualdad y no discriminación, y su transversalización.

Los enfoques juegan un papel fundamental al impulsar la igualdad y la justicia para todas las personas, lo que, a su vez, fomenta la construcción de **sociedades libres de violencia y explotación**. Estos promueven la promoción de **relaciones basadas en el respeto, la solidaridad, el apoyo mutuo y la no discriminación**, y permiten analizar la realidad con el objetivo de garantizar una intervención coordinada en cada uno de los ámbitos de nuestras vidas, como por ejemplo en nuestros negocios o emprendimientos.



A continuación, los enfoques que garantizan la igualdad y la no discriminación de los grupos sociales que históricamente han sido excluidos y vulnerados sus derechos, como son las mujeres y la población LGBTI+.

a) **Enfoque de derechos humanos:** Determina como objetivo y resultado el reconocimiento, respeto y realización plena de los derechos humanos de todas las personas.

- Los derechos humanos son **universales** puesto que pertenecen a todas las personas.
- Los derechos humanos son **interrelacionados, interdependientes e indivisibles**, puesto que no pueden existir unos en desmedro de otros.
- Los derechos humanos son **inherentes a todas las personas**. No se los otorga o se los suprime por su buen o mal comportamiento.
- Los derechos humanos también son **progresivos**, puesto que las sociedades son dinámicas y a medida que evolucionan se van configurando nuevos derechos y formas de protección.

b) **Enfoque de género:** comprende cómo los roles de género, social y culturalmente construidos, generan inequidades y violencia, promoviendo su modificación para garantizar igualdad y una vida libre de violencia.

- c) **Enfoque de interculturalidad:** reconoce y respeta la diversidad cultural, rechazando prácticas discriminatorias y violentas, y valorando todas las expresiones culturales.
- d) **Enfoque intergeneracional:** atiende las necesidades y derechos específicos de cada etapa de la vida, desde la niñez hasta la adultez, priorizando la identificación y tratamiento de vulnerabilidades.
- e) **Enfoque de movilidad humana:** vela por la vigencia de los derechos de las personas en movilidad humana o migración, incluye a todas las personas que se trasladan fuera de su lugar de residencia habitual, independientemente de cuáles son las causas del desplazamiento, las formas de la movilidad, o la situación legal de la persona en movilidad humana.
- f) **Enfoque de discapacidades:** identifica y caracteriza a las personas con discapacidad y sus factores contextuales para contribuir en la visibilización de esta población y en la focalización de acciones afirmativas orientadas a la inclusión y garantía de sus derechos.
- g) **Enfoque de integralidad:** considera que la violencia es estructural y multicausal requiriendo intervención en todos los espacios en el que los grupos en condición de vulnerabilidad se desarrollan.
- h) **Enfoque de interseccionalidad:** identifica y valora las condiciones sociales, económicas, políticas, culturales, religiosas, étnicas, geográficas, físicas y otras que son parte de la identidad individual y comunitaria, adecuando las acciones y políticas públicas a estas realidades para prevenir la violencia y proteger los derechos.

La **transversalización de este conjunto de enfoques es una herramienta para alcanzar la igualdad** entre los diferentes grupos sociales, esto implica, aplicar los enfoques en cada una de nuestras acciones, como por ejemplo en nuestros negocios o emprendimientos. Esto no se refiere solo a las intervenciones del gobierno, sino a cómo cada una de las personas puede acelerar el camino hacia la igualdad y cero discriminaciones.

Tema 2: El empoderamiento económico y el acceso al empleo para combatir las desigualdades.

2.1. Contenido general.

El concepto de **empoderamiento se centra en la reducción de brechas** existentes entre mujeres, hombres y personas LGBTI+, y en general entre todas las personas, respecto a un mismo ámbito, como, por ejemplo, el trabajo, la política o la educación.



Las mujeres y la población LGBTI+ aún tienen más dificultad para acceder a los puestos mejor remunerados, ocupan menos puestos directivos y en ocasiones no tienen acceso a educación por el hecho de serlo. El **empoderamiento busca asegurar la igualdad de oportunidades y derechos**, incluyendo **acceso equitativo a recursos** como educación, salud, financiamiento, empleo, entre otros, que les permita ejercer plenamente esos derechos y oportunidades para tomar decisiones autónomas en sus vidas.

El empoderamiento se define como la **capacidad de una persona para ejercer su autonomía y convertir sus aspiraciones en realidades, fortaleciendo su autoestima y confianza en sí misma**. El término de empoderamiento sobresale por la palabra “**poder**”, debido a que este se trata de un **proceso de superación** acompañado de un **desarrollo de capacidades** que permite **superar barreras** y alcanzar el máximo potencial en sus vidas. (Amador, Saldarriaga, Franco, Chamorro, & Vasquez, 2023).

El proceso de empoderamiento distingue cuatro niveles de poder:



Fuente: (Comisión de Mujeres y Desarrollo, 2007) - Elaboración propia

RECURSO COMPLEMENTARIO

El empoderamiento se centra en la reducción de las brechas de género existentes en la sociedad, mira el video y reflexiona sobre cómo puedes empoderarte.



Ver video: ¿Cómo ser una mujer empoderada?
<https://www.youtube.com/watch?v=kWRuzD0TGUs>

El empoderamiento va de la mano con la concepción de **autonomía**, entendida como “la **capacidad de las personas para tomar decisiones libres e informadas sobre sus vidas**, de manera de poder ser y hacer en función de sus propias aspiraciones y deseos”. (Secretaría de Derechos Humanos, 2020).

El empoderamiento y la autonomía no es algo que se otorga, sino que las propias personas lo construyen y definen. El **acceso al empleo adecuado** en las mujeres y población LGBTI+ es generador de mayores niveles de autonomía económica, lo que **representa la posibilidad de acceder a otros derechos tales como salud, educación, vivienda, justicia**, etc. Por tal razón, es de vital importancia entender que el empoderamiento y la autonomía económica permite superar no solo la pobreza sino también las desigualdades.



RECURSO COMPLEMENTARIO

La autonomía económica es la capacidad para generar propios ingresos y recursos a partir del trabajo, esto nos permite tomar decisiones y acciones sobre nuestro desarrollo integral. Mira el siguiente video y reflexiona ¿Eres una persona con autonomía económica?



Ver video: Las autonomías - MINI SERIE - Episodio 1 – 2
<https://www.youtube.com/watch?v=fdEZcZUoMVQ>

2.2. La Economía Violeta para la activación económica y el empoderamiento.

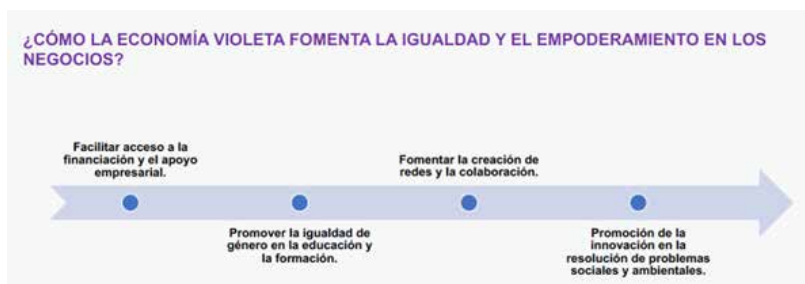
La **Economía Violeta**, en términos generales, se refiere a una estrategia que busca crear un **sistema económico justo e inclusivo para las mujeres y otros grupos marginados**; generando condiciones para enfrentar las desigualdades de género y las barreras que enfrentan las mujeres en el mercado laboral, así como la falta de acceso a recursos y oportunidades. En enero de 2023 se promulgó en el país la Ley Orgánica para Impulsar la Economía Violeta. Posteriormente, en noviembre de 2023, el gobierno nacional declaró a la Economía Violeta como una **política pública** para promover la **activación económica y el empoderamiento en derechos de la mujer** en el Ecuador.

La Economía Violeta promueve cuatro principios clave:



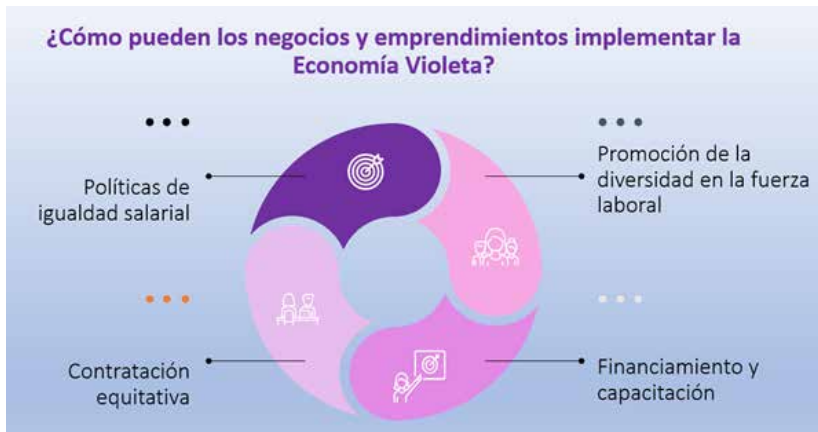
Fuente: (CONAFIPS y UISEK, 2023) - Elaboración propia

2.2.1 Igualdad y empoderamiento en los negocios con la Economía Violeta.



Fuente y elaboración: (CONAFIPS y UISEK, 2023)

¿Cómo pueden los negocios y emprendimientos implementar la Economía Violeta?



Fuente: (CONAFIPS y UISEK, 2023) - Elaboración propia

RECURSO COMPLEMENTARIO

Te dejo varios recursos con los que podrás aprender más sobre la economía violeta, y los productos y servicios que el Gobierno ofrece para promoverla en los emprendimientos.



Visita recomendada: <https://redeconomiavioleta.org/>
<https://www.derechoshumanos.gob.ec/economia-violeta-2/>
<https://youtopiaecuador.com/economia-e-inclusion/ley-economia-violeta-nuevas-oportunidades-laborales-mujeres/>

2.2.2 Normas y políticas.



Ecuador en los últimos años ha venido trabajando en la transversalización de enfoques en su normativa como en sus políticas, reconociendo las necesidades de los diferentes grupos de personas y generando impactos diferenciales que promueven la igualdad.

Leyes y políticas para el empoderamiento y autonomía económica de la mujer:

Normativa internacional:

- Convención sobre la Eliminación de todas las formas de Discriminación contra la Mujer (CEDAW).
- Convenios OIT (OIT, s.f.): Incluyen igualdad de remuneración (ratificado en 2000), protección de la maternidad (1962), no discriminación (1962), trabajadores con responsabilidades familiares, (2013), trabajo doméstico, (2013), y violencia y acoso (2021).

Leyes Nacionales:

- Constitución de la República del Ecuador promulgada en 2008. Última modificación en 2021.
- Código del Trabajo, 2005. Última modificación en 2020.
- Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres, febrero de 2018.
- Ley Orgánica para Impulsar la Economía Violeta, 2023.
- Ley Orgánica para la Defensa de los Derechos Laborales, 2012.
- Ley de Seguridad Social, 2001, última modificación en 2011.
- Ley Orgánica para la Justicia Laboral y el Reconocimiento del Trabajo en el Hogar, 2015.
- Ley de Seguridad Social, 2001, última modificación en 2022.
- Ley Orgánica del Derecho al Cuidado Humano, 2023.
- Ley Orgánica del Servicio Público, 2010, última modificación en 2020.

Esta normativa promueve áreas para el empoderamiento económico de mujeres:

- a) **Igualdad de género y no discriminación:** se garantiza igualdad para las mujeres en empleo, formación, promoción laboral, remuneración equitativa y trabajo autónomo. Se prohíbe cualquier forma de discriminación, acoso o violencia en el trabajo para todas las personas.

- b) Libertad de elección de empleo:** todas las personas son libres de elegir dónde quieren trabajar.
- c) Igualdad salarial:** garantía de igualdad salarial entre hombres y mujeres, sin ninguna discriminación.
- d) Protección de la maternidad:**
- Descanso de maternidad: 12 semanas.
 - Cuantía y financiación: 100% remunerado, 75% a cargo de la Seguridad Social y 25% a cargo del empleador.
 - Protección frente al despido: durante el embarazo y la licencia.
 - Durante los doce (12) meses posteriores al parto, la jornada de la madre lactante durará seis (6) horas, de conformidad con la necesidad de la beneficiaria.
- e) Licencia de paternidad:**
- Duración: 10 días (prorrogables a 15 días en caso de parto múltiple o por cesárea).
 - Cuantía y financiación: 100% remunerado, 75% a cargo de la seguridad social y 25% a cargo del empleador.
- f) Seguridad social:**
- Mismos derechos para mujeres y hombres en materia de protección frente a enfermedad, riesgos de trabajo, desempleo, vejez, invalidez y muerte.
 - La edad de retiro para ambos sexos es de 60 años, con un mínimo de 360 imposiciones mensuales (30 años de aportes) o un mínimo de 480 imposiciones mensuales sin límite de edad.
- g) Cuidados:**
- Reconocimiento del trabajo no remunerado en los hogares, siendo las personas trabajadoras no remuneradas en el hogar sujetos obligatorios de protección social.
 - Corresponsabilidad de padres y madres con las labores del cuidado y de un régimen laboral compatible con las necesidades del cuidado.
 - Licencia de 25 días con sueldo a padres y madres para el tratamiento médico de hijos/as que padecen una enfermedad degenerativa.
 - Servicio de guardería obligatorio próximo al centro de trabajo, en empresas con más de 50 personas trabajadoras.
- h) Trabajo doméstico remunerado:** las trabajadoras del hogar tienen los mismos derechos que otros trabajadores. Se reconoce el trabajo remunerado en el hogar en igualdad de condiciones con otros empleos.

Leyes y políticas nacionales e internacionales para el empoderamiento y autonomía económica de la población LGBTI+:

Adicional a la normativa antes mencionada, que no solo promueve la igualdad de género, si no la igualdad general entre todas las personas, específicamente para la población LGBTI+ se pueden mencionar las siguientes normativas e instrumentos.

Normativa internacional:

- Convención Interamericana contra toda forma de Discriminación e Intolerancia.
- Recomendación No. 43 Marco Normativo para la Protección de los Derechos Humanos de las personas LGBTI+ en la región Andina.
- Principios de Yogyakarta (2017), 29 principios sobre la aplicación de la legislación internacional de Derechos Humanos en relación con la orientación sexual y la identidad de género.

Normativa nacional:

- Se incluye el principio de igualdad y no discriminación por orientación sexual en la Constitución de la República de 1998. Convirtiéndose en la tercera en el mundo en contar con este principio.
- Se incorpora en la Constitución del 2008 el principio de igualdad y no discriminación por razones de orientación sexual e identidad de género. Se reconoce el derecho a la libertad estética, a elegir libremente el nombre, reconocimiento de la unión de hecho entre personas (y no únicamente entre mujer y hombre), el reconocimiento de las familias en su diversidad, entre otros.
- Se incluye dentro de la Ley Orgánica para la Justicia Laboral y Reconocimiento del Trabajo en el Hogar, un delito que establece retribuciones económicas a personas que sean despedidas por motivos de orientación sexual.
- Se crea la Subsecretaría de Diversidades dentro de la Secretaría de Derechos Humanos actual Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos para atender las necesidades de la población LGBTI+ en el Ecuador.
- Se expide el Plan de Acción de Diversidades LGBTI+, 2022-2025, primera herramienta para la formulación de políticas públicas intersectoriales.



2.3. Capacitación para el emprendimiento.

La educación y la formación a lo largo de la vida son pilares fundamentales para el éxito personal, profesional y como persona emprendedora. En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, contar con conocimientos sólidos y habilidades prácticas es importante para la creación y sostenibilidad de negocios innovadores y rentables. La educación no solo proporciona conocimientos empresariales, también fomenta el desarrollo de habilidades como el liderazgo, la toma de decisiones y la resolución de problemas.



La **formación continua** permite a los emprendedores mantenerse actualizados con las últimas tendencias y tecnologías, adaptándose rápidamente a los cambios del mercado. Según estudios del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), los emprendedores que invierten en su formación tienen **mayores probabilidades de éxito y crecimiento en sus negocios**.

Los programas de educación y formación para emprendedores son un **motor de desarrollo económico y de reducción de la pobreza**. Facilitar el acceso a recursos educativos y formativos empodera a las personas, y contribuye a la **creación de un ecosistema empresarial robusto y sostenible**.

2.3.1 Oferta de capacitación del gobierno nacional para emprendedores.

El Gobierno ha priorizado la educación y formación continua para garantizar que la población pueda **adaptarse a las nuevas dinámicas del mercado laboral**. Ofrece cursos para emprendimiento, con el objetivo de capacitar a la población en una amplia gama de habilidades necesarias para diseñar, planificar y ejecutar emprendimientos de manera sostenible. Estos cursos cubren diversas áreas esenciales, desde la generación de ideas de negocio y la planificación financiera hasta estrategias de marketing y gestión operativa, proporcionando una formación completa y práctica para futuros emprendedores.

El **Ministerio de Trabajo (MDT)** brinda la herramienta virtual **“Plataforma E-learning”** que ofrece varias temáticas de capacitación. Algunas temáticas de capacitación son: Generación de ideas de Negocio; Inicie su Negocio; Introducción al Marketing Digital; Legislación Laboral para Emprendedores; Orientación Laboral y Búsqueda de Empleo; Relaciones Humanas, La Clave de la Empleabilidad. Se puede ingresar mediante el siguiente enlace:

<https://elearning.trabajo.gob.ec/>



El **Servicio de Rentas Internas (SRI)** brinda cursos virtuales y de auto-estudio, videos tutoriales y videos de streaming, de acuerdo con una programación mensual. Algunos cursos son: Facturación electrónica; Devolución de IVA para adultos mayores; RUC en línea personas naturales; Rebaja para el pago de Impuesto a la Renta 2023 y Anexo de Gastos Personales. Se puede ingresar mediante el siguiente enlace:

<https://www.sri.gob.ec/capacitaciones-virtuales>



El **Banco Central del Ecuador (BCE)** brinda un **Curso de Educación Financiera** a través de la Plataforma CAMRED Virtual. Se puede ingresar mediante el siguiente enlace:

<https://campus.rfd.org.ec/course/index.php?categoryid=47>

Accede a la oferta de capacitación laboral que el Gobierno ha puesto a disposición en estos enlaces indicados. ¡Explora las opciones y comienza tu camino empresarial con las herramientas y conocimientos que necesitas para triunfar!



d. Evaluación

La siguiente actividad es de carácter individual y obligatoria, cada una de las preguntas tiene un puntaje de 2 puntos. Tendrás dos intentos, el puntaje más alto será la nota definitiva.

En función a lo aprendido en el módulo, responde las siguientes preguntas:

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
1. La discriminación hacia la población LGBTI+ se da con mayor frecuencia en el ámbito	<ul style="list-style-type: none">a. Salud.b. Educación.c. Laboral (respuesta correcta).d. Justicia.	Existen estudios que demuestran que la discriminación hacia la población LGBTI+ se dan más en espacios laborales.
2. Los derechos humanos son:	<ul style="list-style-type: none">a. Universales y progresivos.b. Interrelacionados, interdependientes e indivisibles.c. Inherentes a todas las personas.d. Todas las anteriores (respuesta correcta).	Recuerda: Los derechos humanos son universales y pertenecen a todas las personas. Son interrelacionados, interdependientes e indivisibles, es decir, no pueden existir unos sin los otros. Son inherentes y no dependen del comportamiento individual. Además, son progresivos y evolucionan con la sociedad.
3. El enfoque de género permite comprender:	<ul style="list-style-type: none">a. Cómo los roles de género, social y culturalmente construidos, generan inequidades y violencia. (respuesta correcta)b. La existencia de las distintas comunidades, pueblos y nacionalidades.c. La existencia de necesidades y derechos específicos en cada etapa de la vida, niñez, adolescencia, madurez y adultez.d. Ninguna de las anteriores.	El enfoque de género nos permite comprender cómo los roles de género, social y culturalmente construidos, generan inequidades y violencia, promoviendo su modificación para garantizar igualdad y una vida libre de violencia. Es importante que este sea transversalizado en todas nuestras acciones.
4. El empoderamiento se define como:	<ul style="list-style-type: none">a. La capacidad de una persona para ejercer su autonomía.b. La capacidad de una persona para convertir sus aspiraciones en realidades.c. Fortalecimiento de autoestima y confianza en sí misma.e. Todas las anteriores (respuesta correcta).	El concepto de empoderamiento busca reducir las brechas entre las personas en ámbitos como el trabajo, la política y la educación. Este enfoque promueve la igualdad de oportunidades y derechos, asegurando acceso equitativo a recursos como educación, salud y empleo. El empoderamiento permite a las personas ejercer su autonomía, fortaleciendo su autoestima y confianza para superar barreras y convertir sus aspiraciones en realidades.

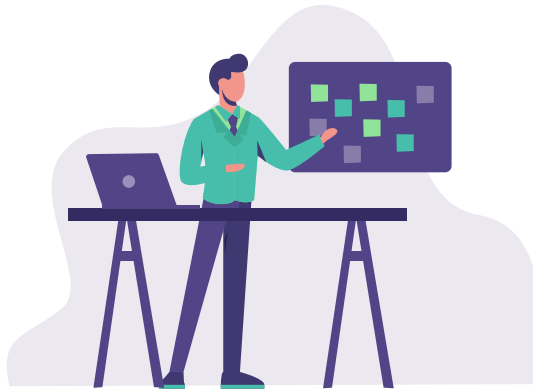
PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
5. ¿Qué tipo de poderes nos enseña el empoderamiento?	<ul style="list-style-type: none"> a. Poder sobre, poder de, poder con. b. Poder de, poder con, poder interior. c. Poder sobre, poder de, poder con, poder interior (respuesta correcta). d. Ninguna de las anteriores 	<p>Recuerda los 4 poderes del empoderamiento:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Poder sobre: posesión de recursos. 2. Poder de: capacidad de tomar decisiones. 3. Poder con: poder colectivo. 4. Poder interior: imagen de sí mismo, identidad.
6. ¿Cuáles son los principios de la economía violeta?	<ul style="list-style-type: none"> a. Igualdad de oportunidades, empoderamiento, inclusión. b. Igualdad de oportunidades y empoderamiento. c. Igualdad de oportunidades, empoderamiento, inclusión, sostenibilidad (respuesta correcta). d. Inclusión y sostenibilidad. 	<p>La economía violeta se base en 4 principios:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Igualdad de oportunidades: eliminación de barreras estructurales y culturales. 2. Empoderamiento: toma de decisiones informadas. 3. Inclusión: promoción de la diversidad. 4. Sostenibilidad: crecimiento equitativo y duradero.
7. El descanso por maternidad en el Ecuador es de semanas	<ul style="list-style-type: none"> a. 0 b. 10 c. 12 (respuesta correcta) d. 15 	<p>En varios cuerpos normativos del Ecuador se reconoce el periodo 12 semanas de maternidad a las mujeres, tales como en la Constitución o como en Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.</p>
8. En el Ecuador la edad de retiro para ambos sexos es de años, una vez que se hayan alcanzado 360 impositivos o aportes.	<ul style="list-style-type: none"> a. 60 (respuesta correcta) b. 65 c. 70 d. Ninguna de las anteriores. 	<p>La normativa ecuatoriana no diferencia edad de jubilación o retiro por género o sexo. A partir de los 60 años es la edad en que todo ecuatoriano puede retirarse una vez que se hayan alcanzado 360 aportaciones.</p>
9. ¿Qué institución pública atiende las necesidades de la población LGBTI+ en el Ecuador?	<ul style="list-style-type: none"> a. Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos (MMDH) (respuesta correcta.) b. Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES). c. Ministerio del Trabajo. d. Ministerio de Salud Pública (MSP). 	<p>Entendiendo la necesidad de que el Estado debe responder a través de sus políticas a las necesidades de la población LGBTI+, en 2021 se creó la Subsecretaría de Diversidades como dependencia de la Secretaría de Derechos Humanos ahora Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos</p>
10. El acceso al trabajo y empleo adecuado en las mujeres y población LGBTI+ son generadores de mayores niveles de autonomía económica, lo que representa la posibilidad de acceder a otros derechos tales como	<ul style="list-style-type: none"> a. Salud y educación. b. Justicia. c. Vivienda. d. Todas las anteriores (respuesta correcta). 	<p>El acceso al empleo adecuado para mujeres y la población LGBTI+ genera mayor autonomía económica, facilitando el acceso a derechos como salud, educación, vivienda y justicia. Por ello, el empoderamiento y la autonomía económica son esenciales para superar la pobreza y las desigualdades.</p>

e. Cierre

Felicitaciones por completar el **Módulo 1: La inclusión económica y social desde la perspectiva de género**. Se espera que este módulo haya ampliado tu comprensión sobre la importancia de la inclusión económica y social, y cómo estos conceptos pueden ser aplicados en tus emprendimientos y ámbito laboral.

A lo largo de este módulo, has explorado las intersecciones entre género, economía y sociedad, desarrollando habilidades y estrategias clave para promover el empoderamiento y la autonomía económica. Al poner en práctica estos conocimientos, estarás contribuyendo al desarrollo de sociedades más justas e inclusivas.

Continúa tu viaje de aprendizaje con el siguiente módulo **Roles de género y reconocimiento de identidades**. Recuerda que cada pequeño paso cuenta y que tu esfuerzo y compromiso son fundamentales para crear un cambio positivo.



f. Glosario

LGBTI+

Acrónimo de personas lesbianas, gays, bisexuales, transgénero e intersexuales. El símbolo + incluye a todas las «personas de sexo, orientación sexual e identidad de género diversas» que no se identifican con las categorías antes descritas.

Población económicamente activa (PEA)

Son las personas que están en edad de trabajar y que están buscando empleo o que ya tienen uno.

Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS)

Son metas internacionales para mejorar la vida de todas las personas en el mundo, cuidando el planeta y asegurando un futuro mejor para todos.

Economía alternativa

Es un tipo de economía que busca formas diferentes de producir, intercambiar y consumir bienes y servicios, centrándose en la sostenibilidad y en el bienestar de las personas.

Tejido socioeconómico

Red de relaciones entre las personas y las actividades económicas dentro de una sociedad, incluyendo trabajos, negocios y servicios.

Política pública

Son decisiones y acciones tomadas por el gobierno para resolver problemas y mejorar la vida de la gente, como leyes, programas y servicios.

Sostenibilidad

Es la capacidad de un negocio, proyecto o acción para mantenerse y prosperar a largo plazo.

g. Bibliografía

- Amador, M., Saldarriaga, N., Franco, L., Chamorro, J., & Vasquez, K. (diciembre de 2023). Empoderamiento de mujeres emprendedoras, actoras en la economía del Valle del Cauca, Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, IV(6). doi:<https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1428>
- CEPAL. (s.f.). *Agenda 20230 en América Latina y el Caribe*. Obtenido de Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas: <https://agenda2030lac.org/es/ods/5-igualdad-de-genero>
- Coba, G. (1 de diciembre de 2020). *PRIMICIAS*. Obtenido de Violencia contra la mujer le cuesta a Ecuador el 4% del PIB: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/violencia-mujer-costo-ecuador-pib/>
- Comisión de Mujeres y Desarrollo. (junio de 2007). El proceso de empoderamiento de las mujeres. Guía Metodológica. Obtenido de https://dhls.hegoa.ehu.eus/uploads/resources/4668/resource_files/proceso_empoderamiento_mujeres_CFD.pdf
- CONAFIPS y UISEK. (abril de 2023). Obtenido de https://www.finanzaspopulares.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/presentacion_silvia_norona.pdf
- Constitución de la República del Ecuador. (2008).
- EFE. (29 de marzo de 2023). *PRIMICIAS*. Obtenido de Mujeres ganan hasta un 18% menos que los hombres en Ecuador: <https://www.primicias.ec/noticias/sociedad/mujeres-salarios-desigualdad-onu/>
- González, T., & Martínez, R. (2021). LA EFICACIA DE LOS DERECHOS HUMANOS A TRAVÉS DEL ENFOQUE DE LA ECONOMÍA SOCIAL Y SOLIDARIA. *Revista de Estudios Empresariales*(1), 6-27. doi:<https://doi.org/10.17561/ree.v2021n1.2>
- Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos, Subsecretaría de Diversidades. (septiembre de 2023). RUTA INTERINSTITUCIONAL PARA LA IDENTIFICACIÓN, RESCATE, ATENCIÓN, CIERR Y JUDICIALIZACIÓN DE PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS QUE OFRECEN SUPRIMIR O MODIFICAR LA ORIENTACIÓN SEXUAL, IDENTIDAD Y/O EXPRESIÓN DE GÉNERO. Quito, Ecuador.
- Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos. (s.f.). *¿Qué son los derechos humanos?* Recuperado el 03 de mayo de 2024, de <https://www.ohchr.org/es/what-are-human-rights>

- OIT. (s.f.). *Organización Internacional del Trabajo*. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de Ratificaciones de Ecuador: https://webapps.ilo.org/dyn/normlex/es/f?p=NORMLEXPUB:11200:0:-NO::P11200_COUNTRY_ID:102616
- ONU Mujeres. (s.f.). Incorporación de la perspectiva de género. Recuperado el 3 de mayo de 2024, de <https://www.unwomen.org/es/how-we-work/un-system-coordination/gender-mainstreaming>
- ONU Mujeres. (s.f.). Módulo 1. Situación de las mujeres, empoderamiento económico y estrategias de género. Recuperado de https://lac.unwomen.org/sites/default/files/Field%20Office%20Americas/Imagenes/Paginas/MELTY/PILAR%204/P4%2001%20-%20Curso%20SEMPRENDE/P4%2001%20MODULO%201%20CURSO%20ONU_MUJERES_SEMPRENDE%20BORRADOR.pdf
- Secretaría de Derechos Humanos. (2020). *POLITICA PÚBLICA ECONOMIA VIOLETA: por los derechos económicos y una vida libre de violencia para las mujeres*. POLÍTICA PÚBLICA 2021-2025.
- UNIR. (15 de 02 de 2024). *UNIR Revista*. Obtenido de La importancia de la justicia social para un mundo mejor: <https://www.unir.net/ciencias-sociales/revista/justicia-social/>

MÓDULO 2

Roles de género y reconocimiento de las identidades

Este módulo está diseñado para sensibilizar sobre conceptos clave en torno a las diversidades **sexo-genéricas**, para responder adecuadamente y prevenir violencias y discriminación por motivos de identidad de género u orientación sexual, comprendiendo sus causas estructurales y efectos.

Este módulo permitirá **conceptualizar los tipos de violencia basada en género** y a partir de esta conceptualización se dará a conocer la importancia de identificar nuevas identidades a partir de las **categorías de resiliencia y sororidad**, que aportan y fortalecen la autonomía de las personas con la finalidad de prevenir las violencias y discriminación.

Este módulo tendrá el siguiente contenido, dividido en dos temas:

1. Desigualdad, roles y brechas de género
 - 1.1. Sistema sexo-género, estereotipos, roles y brechas de género.
 - 1.2. Tipos de violencias
2. Construcción de nuevas identidades.
 - 2.1. Desafíos, resiliencia y autoestima

a. Guía del módulo.

Objetivo general

Fomentar la comprensión y reflexión sobre los roles de género y la diversidad de identidades para promover la igualdad, el respeto y la inclusión en la sociedad.

Los objetivos específicos con los que se espera que las personas participantes se identifiquen son:

- Comprender la categoría género como construcción social y simbólica, y a partir de esta categoría, reconocer y analizar los estereotipos de género presentes en la sociedad, e identificar desigualdades, brechas y oportunidades desde los roles establecidos.
- Identificar y fomentar el uso de herramientas positivas para superar algún tipo de violencia y roles asignados.



Resultados de aprendizaje

A la finalización de este módulo, las personas participantes:

- Entienden a la categoría de género como una construcción social y son capaces de comprender cómo los estereotipos de sexo genéricos impactan en la reproducción económica de mujeres y personas LGBTI+.
- Recurren a herramientas que les permiten identificar y actuar frente a cualquier tipo de violencia basada en género.

b. Preguntas generadoras

Las preguntas que se expresan a continuación motivan a las personas participantes a la reflexión y a que indaguen o investiguen los temas:

- ¿Conoces a qué hace referencia los términos género, roles y estereotipos basados en género?
- ¿Identificas roles/ actividades/ oficios que se asignen solo a hombres, mujeres y personas de grupos LGBTI+?
- ¿Qué tipo de violencias conoces, más allá de la violencia física?
- ¿Cómo consideras que se puede lograr una autonomía personal y profesional?
- ¿Qué conoces sobre los términos sororidad, resiliencia y solidaridad?

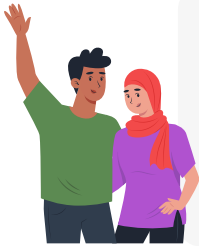


c. Desarrollo de contenidos

1.1 Contenido general.

El concepto de **género** es una **categoría relacional que analiza los vínculos entre hombre y mujeres**, las relaciones sociales entre hombres y mujeres, lo masculino con lo femenino, aborda y evidencia cómo estas relaciones están legitimadas y validadas en la sociedad.

Bajo este contexto, la categoría de género nos permite identificar las **construcciones sociales sobre la base de la diferencia sexual**. Dentro de la categoría género se identifica a la población LGBTI+ que corresponde a las **diversas identidades genéricas que no corresponden únicamente al binarismo biológico convencional hombre-mujer**, cuya identidad de género queda fuera de la concepción binaria masculino-femenino. La diversidad sexual y de género se refiere a las múltiples formas de orientaciones sexuales, identidades y/o expresiones de género, y características sexuales presentes en todas las personas, indistintamente de sus ideologías políticas o religiosas, etnia, nacionalidad, realidad socioeconómica y/o cultural.



Así el **género** es una **construcción social, simbólica, cultural sobre la base de la diferencia sexual**. **Sexo** es una definición sobre las **características genéticas, hormonales, anatómicas y fisiológicas**, y los roles basados en género son las **normas socialmente construidas y establecidas para cada género**, es decir, los roles asignados a las personas, y que se esperan sean cumplidos.

Tema 1: Desigualdad, roles y brechas de género

La desigualdad de género se produce a partir de las diferentes relaciones de poder diferenciadas y normalizadas. Esta desigualdad tiene relación con los roles de género asignados y cómo se vinculan en prácticas cotidianas, aceptando socialmente que las personas mantengan roles asignados con base a su género, evidenciando falta de oportunidades, desigualdad y discriminación.

Brechas y desigualdades basadas en género:

- A las mujeres se les asignan roles de género, en su mayoría asociados con roles reproductivos, vinculados a trabajo doméstico, crianza y cuidado. El trabajo de las mujeres es infravalorado por la sociedad.

- En la economía informal, las mujeres aceptan trabajos eventuales o tiempo parcial, esto debido a “penalización por maternidad”, por uso del tiempo que las mujeres dedican al cuidado de sus hijos.
- En el ámbito laboral la división del trabajo productivo remunerado existe desigualdad económica, las mujeres apenas ganan 77 centavos por cada dólar que gana un hombre, esto provoca desigualdad de ingresos entre hombres y mujeres (ONU Mujeres, 2023). Esta discriminación y desigualdad, es transversal, afecta en todos los ámbitos de las mujeres, privilegia lo asociado a lo masculino y devalúa lo femenino.
- Techo de cristal: En el ámbito salarial se pueden producir restricciones y obstáculos que imposibilitan a las mujeres a acceder y permanecer en puestos de responsabilidad y alcanzar ocupaciones con altas remuneraciones.
- Con respecto a los hombres, se les ha asignado roles, por su condición, como “proveedores del hogar”, evidenciando también una afectación en sus actividades cotidianas que les impide ejercer y disfrutar su paternidad, conformar relaciones más igualitarias con sus parejas, o incorporarse en oficios de cuidado.
- La población LGBTI+ atraviesa desigualdades y discriminación por su orientación sexual e identidad de género, vive situaciones de exclusión y violencia por prejuicio, las que generan precarización socioeconómica, se les niega el disfrute en condiciones de igualdad de su derecho a la vida, a la libertad y a la integridad física, fruto de los estigmas históricos y contextualmente construidos.
- El Informe de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos sobre Personas Trans y de Género Diverso (2020), da cuenta de los actos de discriminación y prejuicio que obstaculizan el acceso a la economía, salud, educación, y una vida libre de violencias de la población LGBTI+, dificultando acciones concretas para abordar las desigualdades de manera integral de población LGBTI+.

RECURSO COMPLEMENTARIO

Reflexión personal: Esta actividad de inducción es obligatoria para todas las personas participantes.



Mira el video que se encuentra en el siguiente enlace:

[https:// https://www.youtube.com/watch?v=0d4y8pfSNiA](https://www.youtube.com/watch?v=0d4y8pfSNiA)

El video presenta un resumen corto y comprensible sobre género, roles y estereotipo de género. Realiza una reflexión personal individual sobre: **los roles basados en género y la importancia en abordar estos temas en tu contexto familiar, con grupos de amigos, etc.**

El video y la reflexión personal te permitirán conocer y abordar temas relacionados al género.

1.2 Sistema sexo-género y brechas basadas en género

Los **roles asignados socialmente a los sexos, genera estereotipos**, que son ideas, creencias y atribuciones basadas en ideas preconcebidas o prejuicios que se tienen acerca de cómo deben ser y actuar las personas.

En este contexto, **los estereotipos de género** se refieren a las creencias, expectativas y atribuciones sobre cómo es y cómo se comporta cada sexo. Con frecuencia son simplificaciones excesivas y reflejan prejuicios. Con base al sistema sexo-genérico se han ido **asignando y encasillado roles y funciones limitantes**:

Ejemplos de roles y estereotipos basados en género

- **Cuidado y atención:** rol **asignado** históricamente a las mujeres. Se asocia a profesiones y oficios que tienen que ver con los cuidados y atención en el hogar, como enfermería, psicología, educación, trabajo social, elaboración y servicio de comida, belleza, servicios de limpieza, roles basados en género, ya que **desde niñas nos educan considerando que las mujeres deben atender el hogar, y dar atención y cuidado al grupo familiar.**
- **Atención y prestación de servicios:** se tiene la idea que las actividades productivas que demandan fuerza física las pueden realizar solamente los hombres, como la construcción, manejo de transporte pesado, carpintería, guía de actividades o aventuras extremas (escaladas, jumping, etc.) entre otros, Son estereotipos basados en la idea que las mujeres son débiles y que estas tareas son difíciles realizarlas por la demanda de fuerza física o que están asignados solo a hombres.
- **Escenarios para la población LGBTI+,** según datos del INEC, (2013), de la población entrevistada, el 49,5% son **“trabajadores de empresas de servicios y vendedores de comercios y mercados”**. Con base a estos datos, se puede evidenciar que, la población LGBTI+ tiene un alto acceso a prestación de servicios (**atención en oficinas de belleza y peluquería**).

Con lo mencionado, se puede evidenciar que existen desigualdades basadas en género, establecidas por roles sexo genérico asignados y normalizados en la sociedad, pero además existen otras limitantes que pueden incidir, como el acceso a oportunidades sociales y económicas por su condición: edad, etnia, nivel de educación, cultura, orientación sexual, etc. Es importante señalar que, según UNICEF, niñas, adolescentes y mujeres en su diversidad enfrentan aún hoy mayores desventajas por razón de su género.

No menos importante es indicar que, la **población LGBTI+, ha sido un grupo que históricamente ha enfrentado desigualdades, ha sido marginado y ha evidenciado brechas basadas en género** en los ámbitos social y económico.

RECURSO COMPLEMENTARIO

Reflexión personal: Esta actividad de inducción es obligatoria para todas las personas participantes.



Mira los videos que se encuentran en los siguientes enlaces:

<https://www.youtube.com/watch?v=T6w9gVPdOsc>

<https://www.youtube.com/watch?v=tSBik6Pak7k>

El video presenta un resumen corto y comprensible sobre, roles y estereotipo de género. Realiza una reflexión personal individual sobre actividades, asignadas con base a género, **importante para evidenciar desigualdades y discriminación.**

1.3 Tipos de Violencias

En el año 2018, en el Ecuador se aprueba y expide la Ley Orgánica Integral para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.

¿Cuál es el objeto de la Ley?

Prevenir y erradicar todo tipo de violencia contra las mujeres: niñas, adolescentes, jóvenes, adultas y adultas mayores, en toda su diversidad, en los ámbitos público y privado; en especial, cuando se encuentran en múltiples situaciones de vulnerabilidad o de riesgo, mediante políticas y acciones integrales de prevención, atención, protección y reparación de las víctimas; así como a través de la reeducación de la persona agresora y el trabajo en masculinidades.

¿Cuáles son los tipos de violencia, reconocidas en esta ley?

a) Violencia física:

Todo acto u omisión que produzca o pudiese producir daño o sufrimiento físico, dolor o muerte, así como cualquier otra forma de maltrato o agresión, castigos corporales, que afecte la integridad física, provocando o no lesiones, ya sean internas, externas o ambas, esto como resultado del uso de la fuerza o de cualquier objeto que se utilice con la intencionalidad de causar daño y de sus consecuencias, sin consideración del tiempo que se requiera para su recuperación.

Ejemplos: empujones, cachetadas, golpes, patadas, latigazos.

b) Violencia psicológica:

Cualquier acción, omisión o patrón de conducta dirigido a causar daño emocional, disminuir la autoestima, afectar la honra, provocar descrédito, menospreciar la dignidad personal, perturbar, degradar la identidad cultural, expresiones de identidad juvenil o controlar la conducta, el comportamiento, las

creencias o las decisiones de una mujer, **mediante la humillación, intimidación**, encierros, aislamiento, tratamientos forzados o cualquier otro acto que afecte su estabilidad psicológica y emocional.

Ejemplos: manipulación emocional, el control mediante mecanismos de vigilancia, el **acoso u hostigamiento, toda conducta abusiva y especialmente los comportamientos, palabras, actos**, gestos, escritos o mensajes electrónicos dirigidos a perseguir, intimidar, chantajes.

c) Violencia sexual:

Toda acción que implique la vulneración o restricción del derecho a la integridad sexual y a decidir voluntariamente sobre su vida sexual y reproductiva, a través de amenazas, coerción, uso de la fuerza e intimidación, incluyendo la violación dentro del matrimonio o de otras relaciones vinculares y de parentesco, exista o no convivencia, la transmisión intencional de infecciones de transmisión sexual (ITS), así como la prostitución forzada, la trata con fines de explotación sexual, el abuso o acoso sexual, la esterilización forzada y otras prácticas análogas.

Ejemplos: implicación de niñas y adolescentes en actividades sexuales con un adulto o con cualquier otra persona que se encuentre en situación de ventaja frente a ellas, pornografía infantil, etc.

d) Violencia económica y patrimonial:

Es toda acción u omisión que se dirija a ocasionar un menoscabo en los recursos económicos y patrimoniales de las mujeres, incluidos aquellos de la sociedad conyugal y de la sociedad de bienes de las uniones de hecho, a través de:

1. La perturbación de la posesión, tenencia o propiedad de sus bienes muebles o inmuebles;
2. La pérdida, sustracción, destrucción, retención o apropiación indebida de objetos, instrumentos de trabajo, documentos personales, bienes, valores y derechos patrimoniales;
3. La limitación de los recursos económicos destinados a satisfacer sus necesidades o la privación de los medios indispensables para vivir una vida digna; así como la evasión del cumplimiento de sus obligaciones alimentarias;
4. La limitación o control de sus ingresos; y,
5. Percibir un salario menor por igual tarea, dentro de un mismo lugar de trabajo.

e) Violencia simbólica:

Es toda conducta que, a través de la producción o reproducción de mensajes, valores, símbolos, iconos, signos e imposiciones de género, sociales, económicas, políticas, culturales y de creencias religiosas, transmiten, reproducen y consolidan relaciones de dominación, exclusión, desigualdad y discriminación, **naturalizando la subordinación de las mujeres**.

Ejemplos: propagandas donde el cuerpo de la mujer es exhibido como objeto sexual.

f) Violencia política:

Es aquella violencia cometida por una persona o grupo de personas, directa o indirectamente, en contra de las mujeres que sean candidatas, militantes, electas, designadas o que ejerzan cargos públicos, defensoras de derechos humanos, feministas, lideresas políticas o sociales, o en contra de su familia.

Esta violencia se orienta a acortar, suspender, impedir o restringir su accionar o el ejercicio de su cargo, o para inducirla u obligarla a que efectúe en contra de su voluntad una acción o incurra en una omisión, en el cumplimiento de sus funciones, incluida la falta de acceso a bienes públicos u otros recursos para el adecuado cumplimiento de sus funciones.

Ejemplos: amenazas a defensoras o sus familias, órdenes superiores dentro de un partido o movimiento, calumnias para destruir la “imagen pública”, violación al debido proceso y otros.

g) *Violencia gineco-obstétrica:*

Se considera a **toda acción u omisión que limite el derecho de las mujeres embarazadas o no, a recibir servicios de salud gineco-obstétricos**. Se expresa a través del maltrato, de la imposición de prácticas culturales y científicas no consentidas o la violación del secreto profesional, el abuso de medicalización, y la no establecida en protocolos, guías o normas; las acciones que consideren los procesos naturales de embarazo, parto y posparto como patologías, la esterilización forzada, la **pérdida de autonomía y capacidad para decidir libremente sobre sus cuerpos y su sexualidad, impactando negativamente en la calidad de vida y salud sexual y reproductiva de mujeres** en toda su diversidad y a lo largo de su vida, cuando esta se realiza con prácticas invasivas o maltrato físico o psicológico.



Una mujer puede ser víctima de diversos tipos de violencia. A esta situación se le denomina concurrencia de violencias.

¿En qué ámbitos de la vida de una mujer se pueden producir estas violencias?:

La Ley reconoce que alguna o varias de estas violencias se ejercen sobre la mujer en múltiples espacios de su vida diaria:

- a) Intrafamiliar o doméstico
- b) Instituciones educativas y de salud
- c) Lugares de trabajo sean instituciones públicas o privadas
- d) Centros de privación de libertad.
- e) Deportivo.
- f) Medios de comunicación, incluidos el Internet o las redes sociales.
- g) Espacios públicos, por ejemplo: la calle, el barrio, la comunidad.
- h) Emergencias y situaciones humanitarias.



Es importante abordar **los tipos de violencias que no se encuentran tipificadas en la ley y que afectan a la población LGBTI+**, y con base a lo descrito en la ley, se trata de CONCURRENCIA DE VIOLENCIAS por afectar a grupos en situación de desventaja y vulnerabilidad.

- La discriminación es una forma de violencia contra las personas LGBTI+ y hace referencia a **toda distinción, exclusión, restricción o preferencia hacia una persona por motivos de orientación sexual, identidad de género o expresión de género**, que tenga por objeto o por resultado anular o menoscabar el reconocimiento, goce o ejercicio de sus derechos, en condiciones de igualdad de los derechos y libertades.
- Violencia en los intentos de **“modificar” la orientación sexual y la identidad de género**: La persona está sometida a tratamientos o procedimientos clínicos con la finalidad de cambiar su orientación sexual o identidad de género, mediante engaños o en contra de su voluntad.
- **Discursos de odio e incitación a la violencia, y crímenes de odio** pues surgen de los prejuicios contra orientaciones sexuales e identidades de género.
- **Manifestaciones extremas de violencia de género hacia la comunidad LGBTI+** se componen de agresiones, golpes, maltratos e incluso asesinatos.
- **Invisibilidad de la violencia contra ciertos grupos, en donde sufren altos índices de violencia en el núcleo familiar y no son denunciados** por prejuicios contra la orientación sexual o identidad de género.
- **Exclusión en el ámbito laboral, instituciones no contratan a personas LGBTI+**, ya sea por prejuicios, o por no contar con normas y procedimientos inclusivos en los procesos de contratación,
- Normalizar actividades económicas productivas para la población LGBTI+, (belleza, danza, barbería, entre otros).

Datos de violencia:

Violencia contra las mujeres

- Datos informados por el Consejo de la Judicatura, la violencia de género contra mujeres y niñas ha recrudecido en el período 2021-2024.
- El número de víctimas de femicidio y muertes violentas de mujeres en 2022 fue de 424, en 2023 de 584 y hasta julio de 2024 se registraron 257 víctimas de femicidios y muertes violentas.
- En 2023, además de los datos oficiales, la sociedad civil reportó un total de 321 muertes violentas de mujeres por motivos de género en Ecuador. De estas, 128 fueron feminicidios íntimos, 172 ocurrieron en el contexto de sistemas criminales, y 17 fueron transfemicidios. Entre las víctimas, 31 eran menores de edad, y 16 de ellas tenían menos de 7 años. Se estima que en Ecuador una mujer es asesinada cada 27 horas.



Violencia contra la población LGBTI+

- Según la CELAG (2021), en América, alrededor de 1.292 personas fueron asesinadas entre 2014 y 2020 a causa de su orientación sexual o identidad de género.
- De acuerdo al estudio de Condiciones de vida de la Población LGBTI+ realizado por el INEC (2013), del total de entrevistadas/os, el 70,9% dentro de sus familias, ha vivido violencia psicológica, 12% violencia física y 8% violencia sexual.

RECURSO COMPLEMENTARIO

Reflexión personal: Esta actividad es obligatoria no valorada para todos los estudiantes como introducción al tema Tipos de Violencia



Mira el video que se encuentra en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=0KdmgUqM0C0>

El video presenta un resumen corto y comprensible de tipos de violencia, y una reflexión de la violencia basada en género.

Tema 2: Construcción de nuevas identidades

2.1 Contenido general



Los estereotipos y roles pueden justificar comportamientos y actitudes que desemboquen en violencia, sin embargo, es necesario tener presente que, al ser los roles de género pautas de comportamiento construidas socialmente, es posible modificarlas.

Cuando se acumulan estereotipos basados en género como parte de una cultura de discriminación y violencia, urge y es necesario desarrollar y construir nuevas identidades que aborden procesos profundos de sanación corporal/relacional y social, para encontrar nuevas formas de dialogar con la realidad.

No basta con anunciar y denunciar la violencia, sino desarrollar herramientas y construcción de nuevas identidades para romper con el círculo de la violencia. En un mundo que evoluciona, se puede evidenciar cambios significativos en la comprensión y aceptación de los roles y estereotipos basados en género. En este apartado se analizarán las oportunidades y desafíos que enfrentan las nuevas generaciones en una sociedad cada vez más diversa e inclusiva.

A medida que la sociedad se vuelve más consciente y respetuosa de la diversidad de género, es posible que **surjan nuevos términos y conceptos para describir identidades y roles de género que no se ajusten a las categorías tradicionales**. Es necesario e importante adaptarse **a estos cambios para garantizar un mundo más igualitario, diverso y respetuoso** con todas las identidades y roles de género.

Para romper con **los estereotipos de género que limitan el desarrollo integral de las personas**, es fundamental **la educación, en el marco del derecho a la igualdad**, partimos de esta premisa como el camino para la construcción de nuevas identidades.

Es fundamental la **sensibilización a la población sobre la prevención de violencia y discriminación** hacia grupos vulnerables con un enfoque de género y derechos humanos. **Una comunicación asertiva sobre género, roles, diversidad, igualdad, facilitará la transmisión de mensajes positivos de manera adecuada, sin agresividad y sin prejuicios**, que conlleven a romper con los estereotipos implantados por la sociedad.

Adicionalmente, se puede determinar una comunicación asertiva en casos de violencia basada en género, con víctimas de abuso sexual, psicológico, con el fin de realizar **intervenciones educativas y terapéuticas, mediante herramientas asertivas que promuevan cambios en los comportamientos que les impidan ser o seguir siendo objeto de violencia de género**.

La globalización en la comunicación incide en cambios normativos y culturales, evidenciando la diversidad en género, las nuevas identidades y los cambios estructurales que van rompiendo con los patrones establecidos. En este sentido, es importante aprovechar **los medios de comunicación con todos sus componentes digitales para difundir nuevas identidades y acortar las brechas basadas en género y fomentar las oportunidades**.



En el ámbito de los emprendimientos y la producción, también es importante romper con estereotipos e ideas preconcebidas, impulsando la incorporación económica y productiva de las mujeres y población LGBTI+ con innovación y con enfoque de género, que considere las características propias de estos colectivos, su situación con el acceso al crédito, las brechas en torno a la educación, el tiempo libre, el autocuidado, entre otros. Es fundamental abrir espacios para su la incorporación productiva de los sectores históricamente marginados y precarizados, por ejemplo, apoyando emprendimientos en diversos campos que, promuevan la inclusión y la equidad desde múltiples perspectivas y áreas de acción, como los que se mencionan a continuación:

- **Moda neutra al género:** Los emprendedores pueden desarrollar una línea de ropa que rompa con las normas de género tradicionales, ofreciendo diseños no binarios y neutrales al género.

- **Turismo inclusivo para la comunidad LGBTI+:** Se podría emprender en una agencia de viajes o servicios de guías turísticos especializados en experiencias amigables para la comunidad LGBTI+, trabajando en estrecha colaboración con las comunidades locales se garantizará la inclusión y la seguridad de los viajeros LGBTI+.
- **Plataformas tecnológicas inclusivas:** Las personas con habilidades digitales, podrían crear plataformas que promuevan la inclusión de mujeres y personas no binarias en el sector tecnológico mediante programas de formación y mentoría.
- **Editorial y distribuidora cultural:** Los emprendedores podrían establecer un servicio editorial y una plataforma de distribución de contenidos culturales creados exclusivamente por mujeres y personas no binarias, lo que promovería la visibilidad de las autoras y personas de la comunidad LGBTI+ en literatura, cine, música, artes visuales, entre otros.



Los programas de inclusión económica y social deben tender a desarrollar una masa crítica de emprendedores que puedan ser acompañados en el proceso de crecimiento de sus negocios, como, por ejemplo, vinculando en el proceso servicios y productos financieros más complejos, así como con oportunidades de inversión. Una de las **irrupciones fuertes en este sentido, lo constituyen el uso de la tecnología, como las fintech**, en especial las que, toman en consideración la perspectiva de género y dan respuestas a desafíos históricos como financiar negocios muy pequeños –a veces informales–, cerrar la brecha de financiamiento que existe en el sector mipyme, y acompañar el desarrollo de la capacidad de los negocios a través de servicios no financieros. (ONU MUJERES, 2021)

2.2 Nuevas identidades.

Los desafíos para acortar las brechas basadas en género son un reto en donde todos los actores somos responsables para que estos cambios sean visibles a corto y largo plazo. **Hay que lograr cambios estructurales en patrones establecidos**, la tarea no es fácil, sin embargo, es necesario fomentar la inclusión e igualdad en las nuevas generaciones, presentamos conceptos clave para que las personas lo tengan presente para construcción de nuevas identidades:

- Transformar y romper con sesgos inconscientes y prejuicios establecidos, fortaleciendo y potenciando las capacidades de las personas.
- Reconocer la diversidad en todos los ámbitos, sociales, económicos, políticos, culturales, deportivos, etc.
- Sensibilizar sobre los procesos de de-construcción del modelo masculino tradicional, como propuesta innovadora con cambios en el rol que el hombre cumple en la sociedad, que contribuyan a relaciones más igualitarias e inclusivas.
- Entender que la **diversidad y la inclusión implican un cambio** de los patrones establecidos.

- Promover una efectiva inclusión social, con la finalidad de mejorar las oportunidades, e ir acortando brechas y desigualdades basadas en género.
- Incluir en los modelos de aprendizaje, un lenguaje inclusivo para todos los géneros,
- **Romper con estereotipos y roles establecidos** para desafiar esos comportamientos y promover el respeto y la igualdad de género.
- Conocer e identificar redes de apoyo en donde se generen alternativas para cambios en comportamientos y roles basados en género, pero además que guíen y apoyen a romper con **círculos de violencia**.

2.3 Desafíos para enfrentar roles y violencia: autonomía, resiliencia, sororidad, solidaridad:

Considerando que el género es una construcción social y cultural de roles, que históricamente ha desencadenado inequidad, desigualdad y vulneración de derechos, ¿Cómo se pueden modificar estos roles y prácticas sociales para garantizar la plena igualdad de oportunidades entre personas diversas y de una vida libre de violencia?

El camino implica **cambios estructurales en la sociedad**, sin embargo, se pueden generar **herramientas personales** que aportarán a enfrentar roles y casos de violencia.

Autonomía:

¿Qué entendemos por Autonomía? En términos generales, **es contar con la capacidad para tomar libremente las decisiones que afectan en la vida de las personas en condiciones de igualdad y equidad.**

La autonomía personal se enfoca en tres dimensiones:

- **Autodeterminación:** libertad para tomar y poner en práctica decisiones personales.
- **Autogobierno:** contar con habilidades y capacidades para poner en práctica las decisiones que sean coherentes con nuestros propósitos.
- **Auto-autorización:** ejercer el control práctico de nuestras decisiones, con responsabilidad y autoestima en todo tipo de relaciones.

Para las mujeres, **la autonomía es fundamental, no solo para acortar brechas basadas en género**, (CEPAL, 2014). **Concepción fundamental** también para la **población LGBTI+**, por su condición de vulnerabilidad y desigualdad.

Existen eventos y escenarios en la vida cotidiana que atraviesan e impiden lograr la denominada “autonomía. ¿Cómo enfrentarlos?

Resiliencia:

Es la **capacidad de superar y adaptarse a la adversidad, sobreponerse a momentos críticos, para conseguir un beneficio, cambio o mejora. Caracteriza a las mujeres por su condición en la sociedad,** ya que atraviesan cotidianamente retos y desafíos de una crisis prolongada en la historia, que conlleva condiciones de adversidad relacionadas con la desigualdad, injusticia y falta de oportunidades.

Una persona resiliente tiene estas características:

- Tiene la capacidad de generar planes y metas realistas.
- Se adapta al cambio con capacidad de enfrentar problemas y busca soluciones a corto plazo
- Seguridad en sí misma.
- Autoestima fuerte.
- Mantiene una visión positiva, confianza, poniendo en una balanza fortalezas y debilidades.
- Manejo de emociones basadas en respeto, tolerancia y flexibilidad.
- Cuida de sí misma, sin anteponer opiniones negativas.
- No permitir que factores externos interfieran en los planes y objetivos planeados.
- Perseverancia y confianza.
- Soporta de mejor manera el estrés y la frustración.

Sororidad:

La Real Academia Española (RAE) calificó como “término válido” la palabra sororidad, definida **como la relación de hermandad y solidaridad entre mujeres, a fin de crear redes de apoyo que impulsen cambios sociales hacia la igualdad.**



La palabra sororidad tiene origen latino: soror, que significa “hermana consanguínea” y alude a una relación de amistad y solidaridad muy estrecha entre dos o más.

Esta hermandad entre mujeres es visible, ya que se reconocen como iguales en la sociedad, y con base a este concepto pueden aliarse, comparten experiencias positivas y negativas, pero **esencialmente promueven un cambio de las diversas maneras de opresión, violencia que han experimentado.** Marcela Lagarde define como un acto político de género entre mujeres que se reconocen como iguales. No hay jerarquía, sino el reconocimiento de la autoridad de cada una, personal, única, autónoma, libre (Lagarde, 2009). En el ámbito de los derechos, la sororidad forma parte fundamental, para asegurar la efectividad de los derechos de las mujeres, además tiene un principio de reciprocidad que potencia la diversidad.

Cómo promover la sororidad:

- **Verse como igual a las demás personas.**
- **Crear vínculos comprensivos, afectuosos, fomentando la autoestima y el empoderamiento.**
- Firmeza en las decisiones sobre el cuerpo, incluye **libertad de elegir y vivir la sexualidad.**
- **No justificar el acoso, violencia hacia otras mujeres,** ni dudar de testimonios de las mujeres agredidas.
- Las **mujeres sororas son amables y generosas,** tienen principios de solidaridad en sus actos con los demás.
- Mantener presente el **autocuidado.**
- Promover **redes de apoyo y comunicación.**
- **Crear espacios seguros.**

Solidaridad:

Definido como un valor fundamental en la vida cotidiana, relacionada a la empatía, colaboración mutua entre personas, creando vínculos de confianza y toma de conciencia de las necesidades de otros, fraternidad y protección.

La solidaridad propicia sumarse a la causa de otros, anteponiendo los intereses de los demás a los intereses propios, se asocia con la capacidad de unión a favor de la defensa y promoción de los derechos y necesidades de otros, para lograr la igualdad.



RECURSO COMPLEMENTARIO

En los videos cortos se encuentran reflexiones sobre los términos: Sororidad y resiliencia



Los videos se encuentran en el siguiente enlace:

<https://www.youtube.com/watch?v=-K4MHiacVEo>

<https://www.youtube.com/watch?v=9Vj8mtNH3Is>

d. Evaluación

Cada participante debe completar de manera individual el siguiente cuestionario en la plataforma, (valor 2 puntos cada pregunta):

De acuerdo con lo aprendido en el módulo 2, realiza el siguiente cuestionario, seleccionando una respuesta correcta en cada pregunta:

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
1. La categoría de género es:	<ul style="list-style-type: none">a. Diferencia entre hombres y mujeresb. Los derechos de los hombres y mujeres.c. Construcción social y simbólica, histórica, cultural de los hombres y las mujeres sobre la base de la diferencia sexual. (RESPUESTA CORRECTA)d. Categoría de relaciones que analiza vínculos entre hombres y mujerese. Analiza roles femeninos y masculinos.	Recuerda género es una categoría relacional que analiza los vínculos entre hombre y mujeres, las relaciones sociales entre hombres y mujeres y lo masculino con lo femenino, aborda y evidencia cómo estas relaciones están legitimadas y validadas en la sociedad.
2. Los roles de género son:	<ul style="list-style-type: none">a. Son asignados socialmente, y son aceptados y normalizados en la vida cotidiana. (RESPUESTA CORRECTA)b. Son actos que los hombres y las mujeres realizan en la vida cotidiana.c. Comportamientos diferenciados de la mujer y el hombre.d. Vínculos que se generan entre pares.	Los roles de género son normas sociales, que han ido construyendo y normalizando los comportamientos para cada género, es decir, los roles que son asignados a las personas y que se esperan se cumplan.
3. ¿Qué se conoce como techo de cristal?	<ul style="list-style-type: none">a. Restricciones y obstáculos que imposibilitan a las mujeres a acceder y permanecer en puestos de responsabilidad y que alcancen ocupaciones con altas remuneraciones. (RESPUESTA CORRECTA)b. Asignación de rol de proveedora del hogar.c. Estereotipo de rol basado en género ya que desde niñas nos educan en los cuidados del hogar y de la atención a las demás personas.d. Limitante para acceder a trabajos forzosos como manejo de transporte pesado, albañilería.	Se refiere a barreras discriminatorias que impiden a las mujeres a que asciendan u ocupen cargos de poder.

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
4. Según datos del INEC La población LGBTI+ tiene acceso a las siguientes actividades económicas:	<ul style="list-style-type: none"> a. Manufactura. b. Prestación de servicios y vendedores de comercio. c. Oficios en belleza y peluquería. d. Trabajadores Sociales. 	<p>Respuestas correctas b y c, Según datos del INEC, de la población entrevistada, el 49,5 % son "trabajadores de empresas de servicios, que incluye oficios en belleza, peluquería y vendedores de comercios y mercados.</p>
5. Identifique los tipos de violencia reconocidas en la ley.	<ul style="list-style-type: none"> a. Violencia económica y patrimonial b. Violencia simbólica c. Violencia gineco-obstétrica d. Todas las anteriores (RESPUESTA CORRECTA) 	<p>Estos tipos de violencia se encuentran tipificados y explicados en la Ley Para Prevenir y Erradicar la Violencia Contra las Mujeres. 2018</p>
6. Identifique ejemplos de violencia económica y patrimonial	<ul style="list-style-type: none"> a. Limitación o control de sus ingresos (RESPUESTA CORRECTA) b. Manipulación emocional, el control mediante mecanismos de vigilancia. c. Calumnias para destruir la "imagen pública". d. Acto u omisión que produzca o pudiese producir daño o sufrimiento físico. 	<p>La violencia patrimonial y económica es toda acción u omisión que se dirija a ocasionar un menoscabo en los recursos económicos y patrimoniales de las mujeres, incluidos aquellos de la sociedad conyugal y de la sociedad de bienes de las uniones de hecho.</p>
7. Tipos de violencias que atraviesan la población LGBTI+	<ul style="list-style-type: none"> a. Modificar la orientación sexual y la identidad de género. b. Discursos de odio e incitación a la violencia, y crímenes de odio. c. Normalizar actividades económicas productivas para la población LGBTI+. d. Todas las anteriores. (RESPUESTA CORRECTA) 	<p>Todas las respuestas son correctas, estos tipos de violencias que no se encuentran tipificadas en la ley y que afectan a la población LGBTI+, se trata además de CONCURRENCIA DE VIOLENCIAS por afectar a grupos en situación de desventaja y vulnerabilidad.</p>
8. Identifique conceptos clave para que las personas lo tengan presente para construcción de nuevas identidades	<ul style="list-style-type: none"> a. Transformar y romper con sesgos inconscientes y prejuicios establecidos, fortaleciendo y potenciando las capacidades de las personas. b. Reconocer la diversidad en todos los ámbitos, sociales, económicos, políticos, culturales, deportivos, etc. c. Las mujeres deben cambiar sus roles por los de los hombres. d. Fomentar el respeto a la igualdad y a las relaciones interpersonales. e. Fomentar la eliminación de toda forma de violencia basada en género. 	<p>Respuestas correctas a y b</p> <p>Alguno de los conceptos clave para que las personas lo tengan presente para construcción de nuevas identidades.</p>

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
9. Una persona resiliente es:	<ul style="list-style-type: none"> a. Segura de sí misma. b. Maneja emociones basadas en respeto, tolerancia y flexibilidad. c. Perseverante d. Tiene alto la autoestima e. Todas las anteriores (RESPUESTA CORRECTA) 	Al ser la resiliencia la capacidad de superar y adaptarse a la adversidad, y sobreponerse a momentos críticos, para conseguir un beneficio, cambio o mejora, los factores descritos son asociados con el término de resiliencia.
10. Según la Real Academia Española (RAE) define a la palabra sororidad como:	<ul style="list-style-type: none"> a. Relación de hermandad y solidaridad entre mujeres, a fin de crear redes de apoyo que impulsen cambios sociales hacia la igualdad. (RESPUESTA CORRECTA) b. Capacidad de superar y adaptarse a la adversidad. f. Romper círculos de violencia. g. Promover roles basados en género. 	Término calificado y válido por la RAE.

e. Cierre

Felicitaciones por completar el Módulo 2: **“Roles de género y reconocimiento de las identidades”**. Hemos avanzado juntos en este camino de aprendizaje, en el que exploramos los conceptos sobre género, roles, estereotipos, tipos de violencias los más importantes desafíos y retos en la construcción de nuevas identidades.

Te animamos para que apliques los conocimientos adquiridos en tu vida diaria y profesional, así como ir acortando brechas basadas en género desde un pensamiento transformador, para promover la igualdad y la no violencia basada en género.

Motivamos para que sigas adelante con el mismo empeño y entusiasmo en el siguiente módulo Cultura de paz y cero discriminaciones.



f. Glosario

GÉNERO

Construcción social, simbólica, cultural sobre la feminidad y masculinidad, sobre la base de la diferencia sexual.

POBLACIÓN LGBTI+

Siglas de la comunidad de Lesbianas, Gays, Bisexuales, personas Transgénero e Intersexuales y otros (diferentes autoidentificaciones de sexo, identidad de género u orientación social que emergen en los contextos más actuales: pansexuales, asexuales, agénero y aliados). Son colectivos que luchan por el reconocimiento de sus derechos. Son colectivos que luchan por el reconocimiento de sus derechos.

ONU

Organización de las Naciones Unidas.

ROLES DE GÉNERO

Normas socialmente construidas y establecidas para cada género

SEXO

Definición sobre las características genéticas, hormonales, anatómicas y fisiológicas.

TRANSGÉNERO

Personas que se sienten y se conciben como pertenecientes al género opuesto, al que social y culturalmente se les asignó al nacer, y que sin llegar a la intervención quirúrgica de sus órganos sexuales, adecuan su apariencia conforme a su realidad psíquica, espiritual y social.

TRANS FÉMINA

Personas cuyo sexo asignado al nacer fue hombre, mientras que su identidad de género es femenina.

TRANS MASCULINO

Se refiere a personas cuyo sexo asignado al nacer es mujer, mientras que su identidad de género es masculina.

TRANSEXUAL

Son aquellas personas que su género no corresponde a su sexo biológico, y optan por una intervención médica -hormonal o quirúrgica, o ambas para adecuar su apariencia a su realidad.

TRAVESTI

Son aquellas personas que manifiestan una expresión de género, de manera permanente o transitoria, mediante la utilización de prendas de vestir y aptitudes de género opuesto al sexo asignado al nacer. Ello puede incluir la modificación o no de su cuerpo.

g. Bibliografía

- CEPAL (2016a). *Autonomía de las mujeres e igualdad en la agenda de desarrollo sostenible*. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado de: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/40633> [Links]
- CEPAL (2018). *Los cuidados en América Latina y El Caribe*. Textos seleccionados 2007-2018. Santiago de Chile: CEPAL. Recuperado de: <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/06d5dc99-f7ad-47a8-9e5d-e3c22b549fac/content>
- Consejo Nacional para la igualdad de género, *Guía de orientaciones técnicas para prevenir y combatir la discriminación por diversidad sexual e identidad de género en el sistema educativo nacional*. [Versión en línea]. https://www.igualdadgenero.gob.ec/wp-content/uploads/2019/02/GU%C3%BDADIVERSIDADES_FINAL.pdf. [12 de junio de 2024].
- García, E. (2013). *Guía 1. ¿Qué es género? Conceptos básicos*. Material pedagógico. DBPPyG. México: FLACSO.
- Instituto Nacional de estadísticas y Censo, *Primera Investigación (estudio de caso) sobre Condiciones de Vida, Inclusión Social y Derechos Humanos de la población LGBTI en Ecuador*, [Versión en línea]. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/webinec/Estadisticas_Sociales/LGBTI/Presentacion-LGBTI.pdf. [12 de junio de 2024].
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2022). *Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU)*, enero 2022. Quito, Ecuador: INEC.
- Ley para prevenir y erradicar la violencia en contra de las mujeres. 5 de febrero de 2018. (Ecuador).
- Ministerio de la Mujer y Derechos Humanos (2023). *Guía para facilitar talleres de sensibilización para la prevención de la violencia y discriminación hacia las personas LGBTI+*
- ONU MUJERES. (2021) *Finanzas para todas*. Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina https://ecuador.unwomen.org/sites/default/files/2022-06/FinanzasParaTodas_02-12-21_Signed.pdf
- Organización de las Naciones Unidas. *Desafíos globales*., [Versión en línea]. <https://www.un.org/es/global-issues/gender-equality> . [12 de junio de 2024].
- Organización de las Naciones Unidas, ONU Mujeres. *Nuevas masculinidades y su relación con la autonomía económica*. [Versión en línea]. file:///C:/Users/nelly1/Downloads/P4%2001%20MODULO%202%20CURSO%20ONU_MUJERES_SENPRENDE%20BORRADOR.pdf. [13 de junio de 2024].

- Organización de las Naciones Unidas, ONU Mujeres. *Alerta de género ante la declaración de conflicto armado interno ecuador*. Marzo, 2024. [Versión en línea]. https://ecuador.unwomen.org/sites/default/files/202404/alerta_de_genero_ecuador_abril_2024.pdf. [13 de junio de 2024].
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.7 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [13 de junio de 2024].
- Secretaría de Derechos Humanos, Organización Internacional para las Migraciones, Centro de Planificación y Estudios Sociales (2002). *Plan de Acción de Diversidades (PAD) 2022-2025*.
- UNICEF Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. *Igualdad de género*. [Versión en línea]. <https://www.unicef.org/lac/igualdad-de-genero>. [14 de junio de 2024].
- Villacís, L. (2019). *Cuerpos diversos, violencia transfóbica y ciudadanía: Asociación Trans Nueva Esperanza*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador
- Yáñez, P. (2019). *Roles de género en la maternidad y paternidad en Ecuador: Un estudio del género en el derecho*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, FLACSO Ecuador.

MÓDULO 3

Cultura de paz y cero discriminaciones.



Bienvenidos al módulo 3: Cultura de paz y cero discriminaciones.

Este módulo está diseñado para que tengas una mejor comprensión sobre el **respeto a los derechos de las personas**, a través del **conocimiento** de los derechos humanos y de **estrategias y técnicas** de manejo pacífico de conflictos.

Este módulo contribuirá al manejo de diálogo pacífico y respetuoso, como un eje para el fortalecimiento de nuestra sociedad encaminada hacia una cultura de paz.

a. Guía del módulo.

El objetivo general del módulo 3, **Cultura de paz y cero discriminaciones** es promover la **comprensión** del respeto a los **derechos humanos** e incentivar el uso de técnicas para el **manejo de conflictos**, la **construcción de paz**, y la promoción de sociedades más justas, inclusivas y democráticas.

Los objetivos específicos son:

1. Analizar la **importancia de los derechos humanos** y su integración en la vida cotidiana.
2. Fomentar el **entendimiento, la cooperación y la inclusión** a través del uso de técnicas que promuevan cultura de paz.

Resultados de aprendizaje

Al finalizar este módulo, las personas participantes:

1. Integran el conocimiento relativo a los derechos en su vida diaria.
2. Promueven la **construcción de paz** mediante la aplicación de técnicas para manejo de conflicto y la promoción de valores como la **justicia, la igualdad y el respeto**.

b. Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan la reflexión de las personas participantes e invitan a que investiguen los temas previos al inicio del módulo:

- ¿Crees que puedes promover la cultura de paz en tu entorno, empezando por acciones simples en tu vida diaria?
- ¿Crees que puedes crear espacios seguros y acogedores, donde las personas se sientan valoradas y respetadas por igual?
- ¿Consideras que puedes generar estrategias que te permitan manejar y transformar los conflictos en tu entorno cercano?



c. Desarrollo de contenidos.

Tema 1: Las desigualdades desde una perspectiva de género

1.1 Contenido general.



El respeto a los derechos humanos de todas las personas es la **base para la construcción de una sociedad justa e igualitaria**. Al hablar de derechos nos referimos a los **principios universales que nos pertenecen**, independientemente de género, orientación sexual o cualquier otra característica.

Respetar los derechos significa **reconocer, asegurarse** de que cada individuo tenga la **oportunidad de vivir libre de discriminación, violencia o prejuicio**. Es un **compromiso** con la empatía, la justicia y la equidad.

Este respeto beneficia a toda la sociedad y de manera específica **enriquece a los grupos que históricamente han sido marginados tales como mujeres y población LGTBI+, fomentado un entorno de igualdad y respeto**.

1.2 Los derechos humanos.

Los derechos humanos son normas que **reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos**, sin importar su nacionalidad, residencia, sexo, origen nacionalidad etnia, religión, lengua o cualquier otra condición.

Los derechos humanos incluyen:

- **Derechos civiles y políticos como:** el derecho a la vida, la libertad de expresión y la participación política.
- **Derechos económicos, sociales y culturales como:** el derecho al trabajo, la educación y la seguridad social.
- **Derechos colectivos, como:** el derecho al desarrollo y a un medio ambiente saludable.

Los Estados tienen la obligación de **respetar, proteger y garantizar** los derechos humanos de todas las personas dentro de su territorio. Los derechos humanos se encuentran **consagrados** en la Declaración Universal de Derechos Humanos (adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 1948), así como en otras convenciones y tratados internacionales.

El respeto a los derechos humanos es **fundamental para la paz y la justicia social**, así como para **garantizar el bienestar, la igualdad y la dignidad de todas las personas**, lo que permite construir sociedades justas, inclusivas y democráticas.

Su respeto y promoción son responsabilidades compartidas por los gobiernos, sus instituciones, la sociedad civil y cada individuo.



RECURSO COMPLEMENTARIO

Reflexión personal: Esta actividad de inducción es obligatoria para todas las personas participantes



Mira el video que se encuentra en el siguiente enlace:

<https://youtu.be/m4vOHDuoms?si=ZyKhcjsD6UauTYtI>

El video presenta un resumen corto y comprensible sobre los derechos humanos. Realiza una reflexión personal individual sobre: **¿qué son los derechos humanos? y la importancia que estos tienen en el desarrollo de las personas.**

El video y la reflexión personal te permitirán conocer de mejor manera los derechos humanos.

1.3 Integración del respeto de los derechos humanos en la vida cotidiana.

Una vez que se ha realizado una reflexión sobre la importancia que tienen los derechos humanos en el desarrollo de las personas, vamos a integrar el respeto a los derechos humanos a la vida cotidiana, lo que implica: **ser consciente de nuestras acciones y decisiones diarias, asegurándonos que se respeten los principios de igualdad y justicia, y que de esta manera podamos contribuir a la construcción de sociedades más justas y equitativas.**

Se analizarán algunas áreas clave donde puedan integrarse los derechos humanos:

- a) **Educación:**
 - **Promoción de la inclusión:** las instituciones educativas deben ser **espacios inclusivos y accesibles para todas las personas**, independientemente de su origen o habilidades.
 - **Educación en derechos humanos:** se debe **incorporar la educación en derechos humanos** en el pánsum de estudios, para **fomentar la conciencia y comprensión, desde una edad temprana.**
- b) **Espacios de trabajo:**
 - **No discriminación:** promover la igualdad de oportunidades y prevenir la discriminación por razones de **género, orientación sexual, raza, religión o discapacidad.**
- c) **Comunidad:**
 - **Participación cívica:** fomentar la participación en actividades comunitarias y en los procesos de toma de decisiones para asegurar que todas las voces sean escuchadas.
 - **Servicios sociales:** apoyar la disponibilidad y accesibilidad de servicios esenciales como salud, seguridad social, entre otros.
- d) **Familia:**
 - **Respeto e igualdad:** fomentar un ambiente familiar basado en el respeto, la igualdad y la no violencia.
 - **Derecho de las niñas, niños y adolescentes:** asegurar la protección integral de sus derechos, incluyendo el derecho a la educación, salud, alimentación, vestimenta, vivienda y sano esparcimiento.
- e) **Sistema legal:**
 - **Acceso a la justicia:** asegurar que todas las personas tengan acceso gratuito a la justicia y a la tutela efectiva, imparcial y expedita de sus derechos.
 - **Protección de derechos:** Resguardar la protección y aplicación de las leyes y políticas de derechos humanos.

La integración del respeto de los derechos humanos en la vida cotidiana requiere un **esfuerzo conjunto de todas las personas, comunidades, organizaciones y gobiernos.** Esto contribuirá a la **creación de sociedades más justas, inclusivas y armoniosas, así como la dignidad y el respeto.**

Tema 2: Elementos para el manejo de los conflictos y construcción de paz.

2.1 Contenido general.

La construcción de paz y manejo del conflicto son esenciales para una **adecuada convivencia de nuestra sociedad**. Entender y enfrentar los conflictos de manera efectiva implica **resolver los desacuerdos y fortalecer la comprensión mutua** que permita caminar hacia una cultura de paz.

En esta actividad las personas participantes conocerán técnicas que les permitan manejar los conflictos a través de una buena **comunicación asertiva y empática**, a través de la **negociación o canalización para su solución**, con la **asistencia de personas mediadoras** (terceras personas imparciales y neutrales).



La gestión de conflictos y la construcción de paz requieren habilidades y compromiso de colaboración. Por tanto, al adoptar estos elementos en sus vidas, las personas podrán **transformar los desafíos en oportunidades** para construir un futuro de paz y justicia.

2.2 La cultura de paz.

El artículo 1º de la Declaración y programa de Acción sobre una Cultura de Paz de la Organización de las Naciones Unidas, **define a la cultura de paz como el conjunto de valores, actitudes, tradiciones, comportamientos y estilos de vida** basados en:

- **El respeto a la vida, el fin de la violencia** y la promoción y la práctica de la no violencia por **medio de la educación, el diálogo y la cooperación.**
- **El respeto de los principios de soberanía, integridad territorial e independencia política de los Estados** y de no injerencia en la jurisdicción interna de cada Estado, según la Carta de las Naciones Unidas y el Derecho Internacional.
- **El respeto pleno y la promoción de todos los derechos humanos y las libertades fundamentales.**
- **El compromiso con el arreglo pacífico de los conflictos.**
- Los esfuerzos para satisfacer las necesidades de desarrollo y **protección del medio ambiente de las generaciones presentes y futuras.**
- El respeto y la promoción del **derecho al desarrollo.**

- El respeto y el fomento de la **igualdad de derechos y oportunidades de mujeres y hombres**;
- El respeto y el fomento del derecho de todas las personas a la **libertad de expresión, opinión e información**.

La adhesión a los principios de libertad, justicia, democracia, solidaridad, cooperación, pluralismo, diversidad cultural, diálogo y entendimiento a todos los niveles de la sociedad y entre las naciones, genera un entorno nacional e internacional que favorezca a la paz.



Debemos entender a la cultura de paz como: el conjunto de elementos que conforman nuestro comportamiento y valores diarios como grupo social. Cabe aclarar que la cultura de paz va mucho más allá de la no violencia.

Mediante la cultura de paz se pretende llegar a **varios objetivos**, entre ellos, **el entendimiento, la cooperación y el respeto de las diversas culturas, lo que permitirá convivir fortaleciendo valores como la igualdad y la confianza.**

La ONU menciona que **la paz es un proceso continuo**; por tanto, es necesario realizar esfuerzos continuos para llegar a una comprensión holística del mundo actual y de la coexistencia pacífica (UNESCO, Programme of Action Culture of Peace and Non-Violence A vision in action, 2013).

2.3 Elementos para el manejo de conflictos.

Para manejar conflictos se cuenta con diversos tipos de herramientas, tales como la comunicación, negociación, mediación, resolución colaborativa de problemas y gestión de emociones.

La comunicación: es fundamental para fomentar un diálogo abierto y sincero, facilitando así la resolución pacífica de conflictos, para lo cual se debería reunir las siguientes características:

- **Escucha activa** consiste en prestar atención y comprender plenamente las necesidades, preocupaciones y puntos de vista de todas las partes involucradas en el conflicto, lo que permite establecer una comunicación empática y colaborativa.
- **Retroalimentación constructiva** permite expresar positivamente opiniones y preocupaciones, evitando las críticas y ataques personales.
- **Comunicación asertiva** permite comunicar ideas, necesidades y emociones de manera clara y respetuosa, expresando lo que realmente se siente e interesa comunicar.
- **Negociación:** es un recurso y técnica que se puede utilizar para lograr acuerdos y soluciones en situaciones de conflicto, la que permite **resolver desacuerdos y alcanzar compromisos que benefician a todas las partes involucradas.**

A continuación, presta atención a los siguientes elementos que permiten construir soluciones:

- Identificar intereses.
- Establecer objetivos comunes.
- Buscar opciones mutuamente beneficiosas.
- Generar alternativas.
- Evaluar posibles soluciones.

La mediación: es un recurso para el manejo del conflicto y construcción de paz en el que participa un **tercero imparcial llamado “mediador”** que **favorece al diálogo** a fin de superar las diferencias y que ayudará a llegar a acuerdos para:

- Descubrir los intereses y las necesidades de las partes en conflicto.
- Buscar soluciones creativas.
- Gestionar adecuadamente las emociones.
- Construir acuerdos de cumplimiento obligatorio, según la [Ley de Arbitraje y Mediación](#).

La resolución colaborativa de problemas: la participación conjunta de los involucrados en un conflicto permite construir soluciones pacíficas. Con las partes en conflicto se deberá:

- Analizar las causas del problema para luego buscar soluciones efectivas.
- Fomentar la creatividad para analizar el conflicto y sus soluciones desde diferentes perspectivas.
- Elaborar mapas conceptuales o diagramas de flujo que ayudarán a visualizar las ideas y facilitar la comprensión mutua.
- Generar un ambiente seguro y respetuoso con reglas claras para la facilitación de discusiones estructuradas y ordenadas.

La gestión de emociones: La gestión de emociones permite reconocerlas, comprenderlas y controlarlas en situaciones de conflicto a través de:

- **Inteligencia emocional** que es la capacidad de identificar y manejar las propias emociones y las de los demás de manera efectiva y positiva.
- **Comunicación clara y respetuosa de las emociones** para que las personas puedan expresarlas, comprenderlas y así llegar a la gestión pacífica del conflicto.
- **Relajación y manejo del estrés** que ayudará a controlar las emociones en momentos de tensión.



RECURSO COMPLEMENTARIO

Reflexión personal: Esta actividad es obligatoria no valorada para todos los estudiantes como introducción al tema 2



Mira el video que se encuentra en el siguiente enlace:

<https://youtu.be/ueYkaKNv9to?si=cd-9mipp0fajPer5>

El video presenta un resumen corto y comprensible sobre aquellos elementos para el manejo de conflicto y la construcción de la paz.

d. Evaluación

Cada participante debe completar de manera individual el siguiente cuestionario en la plataforma, (valor 2 puntos cada pregunta, tendrás dos intentos. El puntaje más alto será la nota definitiva):

De acuerdo con lo aprendido en el módulo 3, realiza el siguiente cuestionario, seleccionando una respuesta correcta en cada pregunta:

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
1. ¿Cuál de los siguientes NO es un tipo de derecho humano?	<ul style="list-style-type: none">a. Derechos civiles y políticos.b. Derechos económicos, sociales y culturales.c. Derechos colectivos.d. Derechos individuales y comerciales. (RESPUESTA CORRECTA)	Recuerde que los derechos humanos son normas que reconocen y protegen la dignidad de todos los seres humanos.
2. ¿En qué documento se encuentran consagrados los derechos humanos?	<ul style="list-style-type: none">a. La Carta Magna.b. La Constitución de cada país.c. Declaración Universal de Derechos Humanos (RESPUESTA CORRECTA)	Esa declaración se encuentra adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas en el año 1948, y por tanto es obligatoria para todos los Estados.
3. ¿Cuál de las siguientes es una forma de integrar el respeto a los derechos humanos en la educación?	<ul style="list-style-type: none">a. Promover la competencia académica extrema.b. Incorporar la educación en derechos humanos en el pènsum de estudios. (RESPUESTA CORRECTA)c. Fomentar la segregación de estudiantes por habilidades.d. Priorizar solo el rendimiento académico sin consideraciones sociales.	Recuerda que la integración de derechos humanos en la vida cotidiana implica que podamos contribuir a la construcción de sociedades más justas y equitativas y una de estas formas es a través de la incorporación en la educación a los derechos humanos.

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
4. En los espacios de trabajo, ¿Cuál es una práctica recomendada para promover el respeto a los derechos humanos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Discriminar positivamente a ciertos grupos. b. Establecer jerarquías estrictas y rígidas. c. Promover la igualdad de oportunidades y prevenir la discriminación. (RESPUESTA CORRECTA) d. Incentivar la competencia desleal. 	Es importante que siempre se promueva la igualdad y oportunidades de todas las personas, sin discriminación en los espacios de trabajo.
5. ¿Qué acción se recomienda en la comunidad para integrar el respeto a los derechos humanos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Limitar la participación cívica a ciertos grupos selectos. b. Fomentar la participación en actividades comunitarias y en los procesos de toma de decisiones. (RESPUESTA CORRECTA) c. Restringir el acceso a servicios sociales esenciales. d. Implementar políticas exclusivas que beneficien solo a un grupo. 	La participación cívica asegura que todas las voces sean escuchadas.
6. Según la Declaración y programa de Acción sobre una Cultura de Paz de la ONU, ¿cuál de los siguientes NO es un valor o principio promovido para una cultura de paz?	<ul style="list-style-type: none"> a. Respeto a la vida y promoción de la no violencia. b. Compromiso con el arreglo pacífico de los conflictos. c. Promoción de la competencia extrema. (RESPUESTA CORRECTA) d. Respeto y promoción de todos los derechos humanos. 	Recuerda que debemos entender a la cultura de paz como el conjunto de elementos que conforman nuestro comportamiento diario como grupo social.
7. Mediante la cultura de paz NO se alcanza el objetivo de:	<ul style="list-style-type: none"> a. Entendimiento. b. Cooperación. c. Tolerancia. d. Desigualdad. (RESPUESTA CORRECTA) 	Mediante la cultura de paz se pretende llegar a varios objetivos, entre ellos, el entendimiento, la cooperación y la tolerancia de las diversas culturas, lo que permitirá convivir fortaleciendo valores como la igualdad y la confianza.
8. ¿Qué elemento es fundamental en la comunicación para fomentar la resolución pacífica de conflictos?	<ul style="list-style-type: none"> a. Crítica constante. b. Imposición de opiniones. c. Ignorar las preocupaciones de los demás. d. Escucha activa. (RESPUESTA CORRECTA) 	La escucha activa consiste en prestar atención y comprender plenamente las necesidades, preocupaciones y puntos de vista de todas las partes involucradas en el conflicto, lo que permite establecer una comunicación empática y colaborativa.

PREGUNTA	RESPUESTA	RETROALIMENTACIÓN
9. En el proceso de negociación, ¿Cuál de los siguientes es un elemento crucial para construir soluciones benéficas para todas las partes?	<ul style="list-style-type: none"> a. Imposición unilateral de decisiones. b. Establecer objetivos comunes. (RESPUESTA CORRECTA) c. Ignorar los intereses de las partes. d. Evitar la comunicación abierta. 	La negociación es un recurso y técnica que se puede utilizar para lograr acuerdos y soluciones en situaciones de conflicto, la que permite resolver desacuerdos y alcanzar compromisos que beneficien a todas las partes involucradas.
10. ¿Qué técnica de manejo de conflictos implica la participación de un tercero imparcial que favorece el diálogo?	<ul style="list-style-type: none"> a. Mediación. (RESPUESTA CORRECTA) b. Confrontación directa. c. Ignorar el conflicto. d. Aislamiento de las partes involucradas. 	La mediación es un recurso en el que participa un tercero imparcial llamado "mediador" que favorece al diálogo a fin de superar las diferencias y que ayudará a llegar a acuerdos.

e. Cierre

Felicitaciones por completar el **Módulo 3: Cultura de paz y cero discriminaciones**. Hemos avanzado juntos en este camino de aprendizaje, en el que exploramos los principios fundamentales de la paz, el respeto a los derechos de las personas y las técnicas más importantes para el manejo y transformación de conflictos.

Te animamos para que apliques los conocimientos adquiridos en tu vida diaria y profesional, así como a fomentar el diálogo y la comprensión, promover la inclusión para ser agentes de cambio.

Te motivamos para que sigas adelante con el mismo empeño y entusiasmo en el siguiente módulo **Diseño de perfil de negocio** para las personas emprendedoras.



f. Glosario

ONU

Organización de las Naciones Unidas.

UNESCO

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

Declaración Universal de los Derechos Humanos

Documento adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en su Resolución 217 A (III), el 10 de diciembre de 1948 en París.

g. Bibliografía

Amador, M., Saldarriaga, N., Franco, L., Chamorro, J., & Vásquez, K. (diciembre de 2023). Empoderamiento de mujeres emprendedoras, actoras en la economía del Valle del Cauca, Colombia. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, IV (6): <https://doi.org/10.56712/latam.v4i6.1428>

Adams, D. (2014). *Cultura de paz: una utopía posible*. Herder.

Barragán, F. & Mackwicz, J. & Szarzota, Z & Pérez D. (2021). *Educación para la paz, la equidad y los valores*. Ediciones Octaedro.

Bermejo, M. (2013). *Gente emprendedora, gente de calidad*. Plataforma Empresa.

Bisquerra, R., Pérez, N. (2007). *Las competencias emocionales*. Educación XXI, 10, 61-82

Fisas, V. (2006). *Cultura de paz y gestión de conflictos*. UNESCO.

Marshall, R. (2013). *Comunicación no violenta*. Gran Aldea Editores.

Ortega, R. (2000). *Educar la convivencia para prevenir la violencia*. A. Machado Libros S.A.

Pérez, G. (2018). *Construir paz y transformar conflictos*. ITESO.

Sánchez, M. (2018). *Educación para la cultura de paz: Una aproximación psicopedagógica*. Universidad Santo Tomás

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed., [versión 23.7 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [03 de mayo de 2024].

Ley para prevenir y erradicar la violencia en contra de las mujeres. 5 de febrero de 2018. (Ecuador)

Organización de las Naciones Unidas, *Carta de las Naciones Unidas*, 26 de junio de 1945.

Organización de las Naciones Unidas, *Convención sobre la eliminación de todas formas de discriminación contra la mujer*, 18 de diciembre de 1979.

Organización de las Naciones Unidas, *Objetivos de desarrollo del milenio*, septiembre de 2000.

Organización de las Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, *La agenda 2030 y los objetivos de un desarrollo sostenible*, septiembre de 2015.

Organización de las Naciones Unidas, ONU Mujeres, *Declaración y plataforma de acción de Beijing*, 4 a 15 de septiembre de 1995.

Especialización para personas con ideas de negocios

Emprendimientos futuros

MÓDULO 4.1

Diseño del perfil de negocio para emprendimientos futuros.

Uno de los deseos permanentes del ser humano definitivamente es innovar, hacer empresa y ser una persona emprendedora Drucker (1985). Sin embargo, el deseo no es suficiente y menos en un mundo tan competitivo como el actual. Por ello es muy importante saber canalizar ese espíritu emprendedor, tus ideas de negocio y hacerlas realidad.



Antes de iniciar todo tipo de emprendimiento, negocio o empresa en general, conviene realizarse una auto evaluación básica de las características, habilidades, conocimiento y experiencia personales.

Una vez revisadas estas características, experiencia y habilidades personales, es primordial entender, desde lo más básico, ¿qué es una idea de negocio?, ¿cómo se pueden identificar verdaderas oportunidades de negocio? y los tipos de negocio existentes.

En el módulo de **Diseño del perfil de negocio** para emprendimientos futuros, se descubrirá cómo emplear la experiencia y habilidades personales para evaluar las ideas de negocio, identificar las oportunidades y generar el perfil de los propios emprendimientos en una etapa futura.

a. Guía del módulo

El **objetivo general** del módulo 4.1 **Diseño del perfil de negocio para emprendimientos futuros** es construir un perfil de negocio eficaz, a través del conocimiento de las características y experiencia de las personas emprendedoras, con el fin de promover emprendimientos futuros.

Los **objetivos específicos** del módulo 4.1 con los que se espera que las personas participantes se identifiquen son:

- Realizar una autoevaluación como persona emprendedora.
- Identificar oportunidades de negocio y aplicarlas a un perfil de negocio eficaz.

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar el módulo, las personas participantes:

- Reconocen las **características de una persona emprendedora**.
- Elaboran un **perfil de negocio** eficaz.

b. Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan al pensamiento crítico previo al inicio de la temática e invitan a reflexionar a partir de la experiencia personal. No requieren ser desarrolladas.

1. ¿Eres tú la persona adecuada para iniciar un negocio?
2. ¿Qué es una idea de negocio?
3. ¿Cómo identificar una real oportunidad de negocio?

c. Desarrollo de contenidos.

Tema 1. Autoevaluación como persona emprendedora.

1.1 Contenido general.

El **éxito** de todo emprendimiento depende, principalmente, de las **características individuales de la persona emprendedora, sus habilidades, conocimiento y experiencia**.

1.2 Habilidades de la persona emprendedora.

- a) **Adquirir compromiso:** para triunfar en un emprendimiento se necesita compromiso. El compromiso se traduce en **estar dispuesto a priorizar el emprendimiento antes que otros asuntos**. Significa el deseo de mantenerse en él por mucho tiempo, e inclusive **asumir riesgos** de diferente tipo.
- b) **Mantenerse motivado:** el firme deseo de realmente contar con un emprendimiento es parte del éxito futuro. Todo emprendimiento requiere de mucha **dedicación y motivación** por lo que es mejor estar preparado. El mantenerse motivado ayuda a superar con facilidad situaciones complejas y difíciles. ¡Hay que disfrutar lo que se hace!
- c) **Asumir riesgos:** no hay ideas de negocio absolutamente seguras. Siempre se asumen **riesgos de mercado, operativos, financieros y otros**. La persona emprendedora que esté dispuesta a enfrentar riesgos debe asumirlos, solo después de realizar un elemental análisis de riesgos.
- d) **Tomar decisiones:** en un negocio, la persona emprendedora tendrá que tomar muchas decisiones. Es importante estar capacitado para **asumir decisiones difíciles** que podrían generar serias consecuencias para el negocio.

- e) **Habilidades técnicas:** la persona emprendedora necesita contar con habilidades prácticas para producir o proveer el servicio de su emprendimiento. **Las habilidades técnicas dependerán del tipo de emprendimiento que se quiera empezar.** Por ejemplo, para iniciar una sastrería se necesitará saber cortar y coser.
- f) **Conocimientos de administración de negocios:** son las habilidades necesarias para administrar el emprendimiento. **Las habilidades como vendedor son importantes,** pero otras habilidades como **calcular costos** y llevar **registros contables** son también útiles.
- g) **Conocimiento de la actividad del emprendimiento:** el conocimiento que se necesita depende del tipo de negocio que se quiere arrancar. La **probabilidad de éxito** también estará vinculada a este conocimiento. Por ejemplo, si se desea incursionar en la manufactura de muebles, se necesita saber de madera, cómo tratarla y almacenarla, qué tipo de muebles adquieren las personas, el proceso de fabricación, la cantidad de personas, los tipos de herramientas y equipos, cómo es el mercado de muebles, entre otros aspectos.

Iniciar un emprendimiento es un gran paso y, en gran medida, cambiará la vida de quien lo hace. La persona emprendedora tendrá la gran responsabilidad de la administración y éxito de su negocio. Esta responsabilidad conlleva mucha presión, pero también mucha libertad, significa trabajar duro y por largas jornadas, pero también puede ser satisfactorio y muy rentable.

El éxito del emprendimiento estará relacionado directamente con las características, habilidades y experiencia que posea la persona. El conocimiento práctico del negocio, aficiones, contactos personales y antecedentes familiares pueden ser también factores importantes para el éxito de la persona emprendedora.

Muchas de las actividades **que las personas acostumbran a hacer en su casa pueden convertirse en ideas para iniciar un emprendimiento**, por ejemplo, cultivar vegetales, cocinar, cuidar niños, bailar, arreglar relojes o máquinas, coser, entre otros.

Los intereses o aficiones pueden también generar ideas para un nuevo emprendimiento, por ejemplo, el contar cuentos, dibujar, pescar, escuchar música, jugar fútbol, tomar fotos, jugar video juegos, son aficiones que pueden convertirse en ideas de negocios.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás observar las virtudes, oportunidades de mejora y desafíos a los que se enfrentan los emprendedores en su vida cotidiana.



Mira el video: Empresario
https://www.youtube.com/watch?v=qF_eNpoOfes

ACTIVIDAD

Actividad no evaluada y obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

Tiempo estimado para el desarrollo: 30 minutos.

Instrucciones:

Escribe en un máximo de 20 líneas los aspectos considerados como fortalezas individuales.

Escribe al menos 5 fortalezas por cada grupo.

Mis habilidades – soy bueno haciendo lo siguiente:

1.
2.
3.
4.
5.

Mis intereses – me gusta hacer lo siguiente (incluye tus pasatiempos):

1.
2.
3.
4.
5.

Mis experiencias – Tengo experiencia de trabajo y/o formación profesional en lo siguiente (Relacione trabajos, entrenamiento y otras fuentes de experiencia laboral):

- a)
- b)
- c)
- d)
- e)

Mis contactos de negocios – Conozco las siguientes personas, amigos o familiares quienes podrían proveer información, consejo, o ayuda (Menciona tu posición):

1.
2.
3.
4.
5.

ACTIVIDAD

FORMATO DE EVALUACIÓN PERSONAL

Actividad no evaluada y obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

No es necesaria la impresión del formulario, pero sí la reflexión y asignación de respuestas.

Tiempo estimado para el desarrollo: 15 minutos.

Instrucciones:

Cuidadosamente toma en cuenta cada habilidad, especialidad y características personales.

Califica cada uno de los aspectos definidos en el cuadro, como punto fuerte o débil, debes ser muy honesto en tu evaluación.

Explica a una persona cercana o un familiar tu deseo de iniciar un emprendimiento. Pídele que complete el formato sobre ti en las columnas "Evaluación de otro".

	Su evaluación		Evaluación del otro	
	Fortaleza	Debilidad	Fortaleza	Debilidad
Características personales / Compromiso Para tener éxito en tu emprendimiento, debes comprometerte en administrarlo. Compromiso significa que estás dispuesto a iniciar tu emprendimiento antes que cualquier otra cosa. Si deseas permanecer en el negocio, tu compromiso es fuerte; si tienes muchas otras prioridades y no deseas gastar la mayor parte de tu tiempo y dinero en el emprendimiento, ésta es una debilidad.				
Motivación ¿Por qué deseas empezar tu emprendimiento? Es más probable que tu emprendimiento tenga éxito si piensas iniciarlo porque deseas poner en práctica tu idea de negocio, ser tu propio jefe y deseas tener tu propia fuente de ingresos. Si estás ansioso de empezar tu emprendimiento, esto es una fortaleza, si todavía no estás muy seguro, pero piensas que puede ser una posibilidad, esto es una debilidad.				

<p>Asumiendo riesgos</p> <p>No hay ideas de negocio absolutamente seguras. Tú siempre afrontas el riesgo de fallar en tu emprendimiento, aunque la persona emprendedora debe estar dispuesta a tomar riesgos, solamente debe aceptar riesgos razonables, arriesgar todo en el juego, o no estar preparado para asumir ningún riesgo, es una debilidad.</p>				
<p>Tomando decisiones</p> <p>En tu emprendimiento, tendrás que tomar importantes decisiones. No es posible delegarlas o no tomarlas. Ser capaz de tomar decisiones difíciles que pueden tener serias consecuencias es fortaleza; si a menudo lo encuentras difícil de decidir y prefieres que otras personas te digan qué hacer, esto es una debilidad.</p>				
<p>Habilidades técnicas</p> <p>Habilidades técnicas son condiciones prácticas que necesitas para producir tu producto o prestar el servicio de tu emprendimiento. Por ejemplo, para iniciar una sastrería, necesitas poder cortar y coser. Si no tienes las condiciones técnicas básicas que necesitas para este tipo de negocio; esto es una debilidad.</p>				
<p>Habilidades en administración de negocios</p> <p>Son las condiciones que necesitas para administrar tu emprendimiento eficientemente. Las habilidades en mercado son quizás las más importantes pero otras habilidades en la administración son también útiles para el éxito de tu negocio, por ejemplo, realizar costos y cuentas de tu negocio, si no dispones de estas habilidades, tienes una debilidad.</p>				

Conocimiento de la actividad del emprendimiento

El conocimiento específico del giro del negocio que deseas iniciar es necesario en algunos casos; en otros no es el factor más importante, pero siempre te ayudará. Si tienes experiencia con la clase de emprendimiento que deseas arrancar, tienes una fortaleza.

--	--	--	--	--

Compara el número total de fortalezas contra el número de debilidades.

¿Piensas que tiene las características necesarias y habilidades suficientes para iniciar tu propio negocio?

Sí _____ No _____

Si tu respuesta con mayor cantidad es no, ¡No te des por vencido! es hora de prepararte como persona emprendedora. ¿Cómo puedes mejorar tus debilidades?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tema 2: ¿Qué es una idea de negocio?

1.1 Contenido general.

Una **idea de negocio** es una **descripción corta y precisa de las operaciones básicas** del negocio que se piensa abrir. Un buen emprendimiento empieza con una buena idea de negocio.

1.2 Proceso para generar ideas de negocio.

Antes de planificar el emprendimiento, se necesita una descripción detallada sobre **a qué se dedicará y cómo operará**. Esta descripción será el punto de partida para la construcción del plan de negocio. La idea de negocio se desarrolla cuando la persona emprendedora relaciona su capacidad imaginativa y creativa a una perspectiva de negocio, la asocia con **recursos, mercados, contactos, tecnología**, entre otros, con el fin de establecer un **negocio productivo**.

La generación de ideas de nuevos emprendimientos, no se originan precisamente en grandes descubrimientos ni inventos; en realidad, son producto de la observación de los cambios y de las nuevas necesidades que se producen en la economía y en la sociedad en general.



La generación de ideas de negocio se da en diferentes circunstancias, puede ser en simples **conversaciones informales** o en procesos mentales en donde las ideas de negocio están permanentemente en los pensamientos. Las personas emprendedoras no solo piensan en la idea, sino que la llevan a la práctica.

La pregunta es, si las personas emprendedoras son seres únicos, que **nacen** para los negocios o si **pueden formarse a través del tiempo**. En realidad, existen personas muy hábiles para los negocios que encajarían en aquellos que nacieron para hacer negocios, pero también existen personas que de manera planificada y con la formación adecuada, han diseñado negocios importantes. De cualquier forma, en ambos casos existen éxitos y fracasos.

Para un adecuado proceso de generación de ideas de negocio se deben considerar ciertas **premisas básicas**:

- Asumir que hay lugar al **cambio** y que el mundo puede ser diferente a lo que es hoy.

- Pensar y actuar bajo la idea de que los **problemas son oportunidades de mejoramiento** y que esas oportunidades son una alternativa para iniciar un cambio productivo que otros esperan o necesitan.
- Se debe actuar con **espíritu de aventura**, consciente de que en la idea de negocio hay mucha incertidumbre, lo que obliga a insistir sobre ella.
- Analizar la idea desde distintos ángulos para identificar probables **pros y contras**.

Las ideas de negocio se generan a partir de **tres grandes categorías**, las cuales se complementan y alinean. La identificación de estas categorías implica un gran desafío intelectual y pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Problemas:** posiblemente la gran mayoría de ideas de negocio e incluso negocios concretos surgen y han surgido claramente de la atención y necesidad de **resolver un problema**. Por ejemplo, la inseguridad es un claro problema en los actuales días, lo cual permite generar a su alrededor varias ideas de negocio: guardianía privada, sistemas de alarmas, rejas de seguridad, cajas de seguridad, cerraduras, perros entrenados, defensa personal, circuitos cerrados de televisión, importación y venta de armas, entre otras.
- Necesidades:** la vida moderna crea nuevas necesidades, sean vitales o no, lo que dependerá de los niveles socioeconómicos de cada persona. Si surge la duda de la conexión entre problema y necesidad, solamente una **necesidad insatisfecha se convierte en un problema**. Las denominadas necesidades vitales como alimentación, salud, educación, comunicación, transporte, entre otras, generarán ideas de negocio, al igual que aquellas necesidades consideradas como no vitales como recreación y otras.
- Deseos:** el consumidor busca adquirir productos que desean tener y que no son tan imperiosos, como el satisfacer una necesidad o resolver un problema. Los deseos, como las otras categorías, también están vinculados al **poder adquisitivo** de las personas. Por ejemplo, el vestirse es una necesidad; no obstante, el deseo es hacerlo con un vestido de una determinada marca o característica; otro ejemplo: el transportarse es una necesidad, pero el deseo es hacerlo con un vehículo de alta gama.
- Otros factores:** los cambios que se dan en la **vida cotidiana** y que muchas veces pasan desapercibidos, pueden generar idea de negocio. La persona emprendedora debe tener cierta sensibilidad para percibir estos cambios.



<i>Tipo de cambio</i>	<i>Ejemplos de ideas de negocio</i>
Cambios de gustos y preferencias	La mayor preocupación por la salud y la apariencia física ha dado lugar a generar emprendimientos de gimnasios, clínicas de adelgazamiento, productos para adelgazar, comidas sin grasas, equipos deportivos, cirugías, clubes, entre otros.
Cambios tecnológicos y científicos	Las compras y servicios por Internet, información, capacitación, fibra óptica, consultas médicas, telefonía celular y sus accesorios, entre otros.
Cambios en el ambiente	Se observan en la actualidad cambios en los ambientes de trabajo, el hogar, los sitios de diversión, entre otros, lo cual genera negocios, como, salas de cine y la venta de productos asociados, centros comerciales, colegios, residencias, decoración, y otras.
Cambios en la demografía	La distribución de la población en edades, sexo, educación, nivel de ingreso, es una variable dinámica, que constantemente observa cambios, los mismos que significan en muchos casos ideas y posteriormente oportunidades de negocio interesantes. Actualmente, existen (sobre todo en los países de mayor desarrollo) una mayoría de adultos, lo que ha provocado negocios como cruceros de todo incluido y clubes de tercera edad.
Cambios en los ingresos personales	Este cambio podrá hacer que las personas busquen mayor confort en la vivienda, electrodomésticos, restaurantes, tecnología, entre otros aspectos.
Cambios en el empleo del tiempo libre.	Genera necesidades de deportes, música, espectáculos, viajes, actividades recreativas para la tercera edad, jardinería, danza, agricultura urbana, entre otros aspectos.
Cambios por aumento de la longevidad.	Surgen ideas como medicina geriátrica, residencia para ancianos, viajes, actividades recreativas para la tercera edad.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás observar las innovaciones tecnológicas que están reemplazando a las formas tradicionales de negocios.



Mira el video: El mundo ya cambió
<https://www.youtube.com/watch?v=pPzS6gza9KQ>

Un **negocio de éxito** resuelve **los problemas, atiende las necesidades y los deseos** de tus clientes. La idea de negocio responderá a las siguientes preguntas:

Pregunta Base	Explicación	Para analizar
¿Qué producto o servicio comercializará el emprendimiento?	La idea del futuro negocio debe estar basada en productos que la persona emprendedora conozca bien o en servicios que domine. Deben ser además productos o servicios por los cuales las personas están dispuestas a pagar.	<p>¿Serán diferentes clases de productos o servicios, o solamente uno?</p> <p>¿Es el producto algo completamente nuevo?</p> <p>¿Cómo se elabora el producto? (Manejo de materia prima, mano de obra, máquinas y herramientas)</p> <p>¿Es necesario emplear otras personas para hacer los productos o brindar los servicios?</p>
¿A quién le venderá el emprendimiento?	¿Quién comparará los productos o servicios? Los clientes son un elemento esencial de cualquier emprendimiento. Es indispensable tener muy claro lo relacionado con los clientes a los que se espera vender. ¿Se venderá a un tipo específico de clientes o a todos los que viven en un área determinada? Deben existir suficientes personas capaces y con deseos de pagar por los productos y servicios, de lo contrario el emprendimiento no tendrá suficientes ingresos y estará en duda la generación de utilidades.	<p>Las personas que comprarán los productos o servicios ¿se encuentran alrededor del establecimiento?</p> <p>¿Son personas que se ubican en otras áreas geográficas dentro o fuera del país?</p> <p>Inicial descripción de ¿Quiénes serán los clientes? (edad, sexo, nivel socio económico, situación laboral y otros).</p>
¿Por qué se comprarán los productos o servicios?	Se proporcionarán a los clientes los servicios o productos que ellos demandan. Se informará de lo que necesitan o desean sus compradores potenciales.	Los productos o servicios ¿se comprarán por su calidad, por su presentación, por su precio, o por otros aspectos?

¿Cómo el emprendimiento venderá sus productos o servicios?	Si la persona emprendedora planea abrir una tienda, no hay duda de cómo los venderá, pero si se trata de ser un fabricante u proveedor de servicios, entonces puede vender de varias formas. Un fabricante puede, por ejemplo, vender directamente a clientes o minoristas.	¿Cuáles son los canales para vender los productos o servicios? (De forma directa al cliente o consumidor final, minoristas, mayoristas, representantes, distribuidores u otros).
¿Cuál problema, necesidad o deseo de sus clientes atenderá el emprendimiento?	La idea de negocio deberá tener siempre en mente a los clientes y sus problemas, necesidades o deseos. Es importante investigar lo que buscan los futuros clientes.	¿Son problemas que afectan a muchas personas o a un grupo pequeño de personas? ¿Las necesidades son compartidas por muchas personas o por un grupo pequeño de personas? ¿Los deseos son de larga permanencia o es una moda o algo pasajero?

El proceso para generar ideas de negocio:

- Concebir la mayor cantidad de ideas de negocio posibles a través de métodos como: la denominada “**lluvia de ideas**”, **visitas** a los negocios cercanos, **investigar** el entorno o utilizar la **experiencia**. Para organizar las ideas de negocio que se generen se clasificarán las necesidades, problemas o deseos a atender y las ideas de negocio relacionadas.

Necesidad/problema/deseo	Ideas de negocio
Seguridad privada	Emprendimiento de servicios de guardería (alarmas, perros guardianes, armas, seguridad personal).
Vivienda	Emprendimiento inmobiliario (Corredor de bienes raíces, construcción)
Educación a niños en edad preescolar	Guardería, escuela de arte a niños preescolares.
Alimentación	Tienda de víveres, supermercado, delicatessen.
Recreación	Cafetería, bar, discoteca.
Viajes	Emprendimiento de turismo, operadora, transporte.
Salud	Gimnasio, venta de equipos deportivos.
Cuidado personal	Emprendimiento salón de belleza, asesoría de imagen, masajes faciales o terapéuticos a domicilio y otros.

- Evaluar las ideas de negocio con un **proceso de exclusión** de las ideas poco atractivas. Lo óptimo es identificar dos o tres que superaron esta primera evaluación y que tienen mayor probabilidad de concretarse. El proceso de evaluación consiste en responder **preguntas clave**.

Preguntas de evaluación de ideas de negocio		
¿El producto o servicio, es realmente mercadeable?	¿Tengo ventajas sobre los productos o servicios de la competencia?	¿Es el margen de utilidad atractivo?
¿Hay realmente clientes interesados en dichos productos o servicios?	¿Qué desventajas tengo sobre los productos o servicios de la competencia?	¿Las expectativas de liquidez son favorables?
¿Es significativo el mercado?	¿Conozco o tengo acceso a la tecnología para elaborar el producto?	¿Se ajusta el negocio a mis deseos y gustos?
¿Es posible llegar a esos clientes?	¿Hay posibilidad de conseguir la inversión requerida?	¿Existen dificultades ambientales o sociales?
¿Los mecanismos de acceso a los clientes están a mi alcance como persona emprendedora?	¿Qué tipo de personal se necesita?, ¿Que capacitación debe tener?	¿Se necesita socios? ¿hay candidatos?
¿Existen competidores?	¿Qué es lo que más desconozco del negocio?	¿Existen problemas legales, éticos, morales, familiares?



ACTIVIDAD

¿QUÉ CARACTERIZA UNA IDEA DE NEGOCIOS VIABLE?

Actividad no evaluada y obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 15 minutos.

Instrucciones:

Responda a esta pregunta ¿Una idea de negocios viable es la que se basa en?
Escribe tu respuesta en un máximo de 20 líneas.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tema 3: Identificación de oportunidades de negocio

1.1 Contenido general.

Las ideas de negocio generadas y evaluadas son las oportunidades de negocio que responden y atienden los problemas, necesidades y deseos de las personas.

1.2 Proceso para conformar la oportunidad de negocio.

La oportunidad de negocio se presenta cuando la idea de negocio está basada en los **problemas, las necesidades o los deseos de los clientes**, en ventajas competitivas, en la identificación del lugar adecuado, del momento oportuno y de la forma apropiada, cuando se visualizan los recursos humanos, físicos y materiales necesarios y cuando se cuenta con el impulso vital de la persona emprendedora que la haga realidad.

- a) Concluido el ejercicio de evaluación de ideas de negocio, el siguiente paso será conformar la oportunidad de negocio; es decir, **elevar el nivel de análisis a un perfil de negocio**. Se levantará más **información** para estructurar el perfil. El alcance de la investigación aún es básico y de carácter preliminar, utilizando datos secundarios y entrevistas personales.

- b) La evaluación de oportunidades de negocio parte de la **depuración de ideas previas**; es decir, tomar dos o tres ideas favorecidas con las respuestas al cuestionario anterior y someterlas a una evaluación más exigente. Para esta evaluación se realizarán preguntas como las siguientes:
- ¿Es el emprendimiento **financiera y económicamente** atractivo para todas las partes involucradas en él?
 - ¿Cuáles son las **variables claves** del emprendimiento?
 - ¿Cuáles son las **fuentes de riesgo**? ¿Se pueden reducir?
- c) Finalmente, se estructura el denominado **perfil del emprendimiento**.

ACTIVIDAD

PROCESO DE GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS Y CONFORMACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Actividad evaluada.

Total puntos: 20/30

Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

Tiempo estimado para el desarrollo: 30 minutos.

Instrucciones:

Con la información recibida, realice un proceso resumido de lluvia de ideas y evalúelas para identificar al menos tres oportunidades de negocio.

Escribe tu respuesta en un máximo de 20 líneas.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

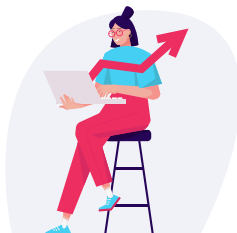
.....

.....

.....

.....

.....



Tema 4: Tipos de negocios

a. Contenido general.



Por la actividad que desarrollan, los negocios se clasifican en: **comercial minorista o mayorista, de fabricación o manufactura y de servicios.**

- a) **Comercial minorista:** es aquel que **compra** mercadería terminada a los mayoristas o fabricantes y las **vende** a los clientes obteniendo una **utilidad**. Todos los que operan tiendas son minoristas y usualmente se proveen de mercaderías a diferentes proveedores. Una ferretería, una bodega, una tienda de ropa, tienda de abarrotes o una librería son ejemplos de negocios minoristas.
- b) **Comercial mayorista:** es un comerciante de mayor volumen **compra** mercadería terminada a los fabricantes o productores y la **vende** a los minoristas. Por ejemplo, el comprar una gran cantidad de clavos, grapas, varilla, a una empresa siderúrgica y venderlos en pequeñas cantidades a varias ferreterías, tendrá un emprendimiento mayorista.
- c) **Manufactura o fabricación:** es aquel en el que se **fabrican** o **confeccionan** productos y las **vendem** a minoristas, mayoristas u otros. Por ejemplo, el fabricar zapatos, cosméticos, muebles, o cualquier otro tipo de producto, es un negocio de manufactura.
- d) **Servicios no vende ninguna mercadería ni fabrica productos:** un emprendimiento de este tipo provee **asesoría o mano de obra experta**. Por ejemplo, un taller de mecánica, electricidad, carpintería, consultoría, análisis clínico, y otros. No obstante, hay emprendimientos de servicios que además comercializan productos. Un taller de mecánica que provee mano de obra para atender y reparar vehículos y que como complemento vende lubricantes, aceites, repuestos, será, al mismo tiempo, un emprendimiento minorista y de servicios.

Tema 5: Diseño y formulación del perfil de la iniciativa socioeconómica.

5.1 Contenido general.

El perfil del emprendimiento **describe los aspectos del negocio**. El preparar este perfil ayudará a pensar con más detenimiento y encontrar si existe alguna debilidad en la idea de negocio. Inicia con una breve descripción del emprendimiento: nombre comercial, tipo de negocio, habilidades, conocimiento, experiencia sobre el negocio y una evaluación.

5.2 Segmento de clientes e identificación del mercado.

Se debe orientar el producto a las **necesidades y deseos del mercado, del cliente**. Es necesario reflexionar sobre qué es lo que piensa, siente, ve, escucha, cuáles son sus problemas y los beneficios que le puede aportar el producto o servicio que se ofrecerá.

La identificación del mercado proveerá información del **comportamiento del consumidor frente al producto**. Al delimitar el mercado se recabará información sobre ¿Qué producto o servicio comercializará el emprendimiento?, ¿Quién comparará los productos o servicios? ¿Cómo se venderán los productos o servicios?

5.3 Propuesta de valor.

Es el aspecto y pieza clave de todo el modelo de negocio. La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente va a comprar en su negocio y no en otro, lo que hace diferente e innovador al producto o servicio.

Se puede innovar en diferentes aspectos como en el modelo de ingresos, alianzas empresariales, procesos productivos, entrega del producto/servicio, marca, características del producto o servicio, entre otros.

5.4 Inversión y financiamiento.

La inversión que necesitará el negocio se puede responder con la pregunta ¿Cuánto dinero se necesita para iniciar el negocio? Dinero para equipo, materiales, arriendo, sueldos y salarios, entre otros. Todo emprendimiento necesita capital inicial porque tiene que cubrir ciertos gastos antes de que puedan recibir ingresos de las ventas de sus bienes o servicios. Algunas de las inversiones pueden implicar: compra de máquinas y equipos, alquiler de taller, muebles, alquiler de terreno.



El financiamiento constituye la descripción breve de las posibles fuentes que respalden la inversión. Hay fuentes de financiamiento para iniciar un negocio como: ahorros personales, préstamos comerciales, préstamos especiales de una entidad estatal, entre otras opciones.

ACTIVIDAD
PERFIL BÁSICO DEL EMPRENDIMIENTO

Actividad evaluada.
Total puntos: 20/30
Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 60 minutos

Instrucciones:

Con todos los conocimientos recibidos en este módulo, deberás elaborar tu perfil básico del emprendimiento, toma como guía la siguiente estructura.
Escribe tu respuesta en un máximo de 100 líneas.

PRESENTACIÓN

Mi idea de negocio:

.....
.....

Tipo de negocio: (Minorista, mayorista, manufactura o servicios)

.....
.....

Experiencias, habilidades y conocimiento sobre este tipo de negocio.

.....
.....

Se ha seleccionado esta idea de negocio porque (Haga una breve referencia al proceso de evaluación)

.....
.....

SEGMENTO DE CLIENTES E IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO

Los problemas, necesidades o deseos de los clientes que serán satisfechas son:

.....
.....
.....

¿Qué producto o servicio comercializará el emprendimiento?

.....
.....
.....

¿Quién comparará los productos o servicios?

.....
.....
.....

¿Cómo se venderán los productos o servicios?

.....
.....
.....

PROPUESTA DE VALOR

.....
.....
.....

INVERSION

.....
.....
.....

FINANCIAMIENTO

.....
.....
.....



e. Cierre

A lo largo del módulo construiste el **Perfil de tu negocio**. Ahora estas en capacidad de reconocer y aplicar las características que distinguen a una persona emprendedora exitosa, en el negocio que luego proceso de identificación y evaluación decidas emprender.

Felicitaciones, estás en condiciones de avanzar al siguiente módulo en el que te acompañaremos en el desarrollo del **Plan de negocio** del emprendimiento futuro y el plan para su implementación.

f. Glosario

Compromiso

La capacidad que tiene el ser humano para tomar conciencia de la importancia que tiene cumplir con el desarrollo de su trabajo dentro del tiempo estipulado para ello. Al comprometerse, se pone al máximo las capacidades para sacar adelante la tarea encomendada.

Habilidades

Son destrezas que una persona tiene para realizar varias acciones. Incluyen habilidades comunes, como caminar, y habilidades raras, como hacer un salto doble hacia atrás.

Mayorista

Es un negocio que principalmente opera con otros negocios para comprar productos al por mayor a fabricantes y venderlos a minoristas.

Minorista

El minorista, normalmente, compra artículos en grandes cantidades a fabricantes, importadores o mayoristas. El minorista vende sus artículos al consumidor final, a través de una tienda física u online. Esto también se conoce como venta al por menor.

Perfil del negocio

Es la definición más específica del tema del negocio/emprendimiento, luego de tener una “idea” del mismo. Con esta respuesta se debe definir qué se quiere o puede lograr con el negocio para atender un problema o cambiar una situación.

Propuesta de valor

La propuesta de valor se define como la herramienta núcleo para establecer qué diferencia a un negocio de su competencia, y cuáles son las características y cualidades que agregan valor a la vida de sus clientes —aquello que solo tu negocio puede ofrecer.

g. Bibliografía

- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- El Comercio. (2011). *Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios*. Primera Edición. Quito.
- Habitante del mundo Soy. (14 de septiembre de 2018). *El mundo ya cambió*. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=pPzS6gza9KQ>
- Habitante del mundo Soy. (10 de agosto de 2018). *Empresario*. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=qF_eNpoOfes
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). *Manual del emprendedor turístico*. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). *Negocios turísticos con comunidades* (NETCOM). Cuaderno de actividades. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). *Negocios turísticos con comunidades* (NETCOM). Manual del Facilitador. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1999). *Inicie su negocio ISUN. Generación de ideas de negocio*. Manual de Capacitación para Futuros Empresarios. Primera edición. Lima. 1999.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). *Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio*. Cuaderno de trabajo. Primera edición. Lima.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). *Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio*. Manual. Primera edición. Lima.
- Sapag, N. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos*. Sexta edición. México. Mc Graw Hill.

MÓDULO 5.1

Construcción del plan de negocio para emprendimientos futuros.

Para concretar las ideas de negocio una vez desarrollado el perfil del emprendimiento, se deben revisar las fases que configuran un plan de negocio. Estas fases deben desarrollarse en forma sistemática y coherente.

Antes de iniciar con un análisis de mercado e identificar el mercado meta, conviene reflexionar sobre los constantes cambios en los factores locales y externos ya que, **todo emprendimiento es dinámico y se inserta en un contexto general.**

El diagnóstico de los factores, la identificación del mercado, los conceptos básicos, las herramientas de comercialización, comunicación y comercio electrónico y la investigación de mercados adecuada, **permitirán contextualizar adecuadamente el emprendimiento a proponerse.**



En el módulo **Construcción del modelo de negocio y las bases de la planificación**, se analizarán aspectos relacionados con la administración del emprendimiento, la planificación del talento humano y factores a considerar para la localización. Finalmente se abordarán conceptos necesarios y actuales respecto al control de las finanzas del emprendimiento.

a. Guía del módulo

El **objetivo general** del módulo 5.1 **Construcción del plan de negocio para emprendimientos** futuros es construir un plan de negocio que permita generar ingresos de forma sostenible para promover la inclusión económica de mujeres y población LGBTI+.

Los **objetivos específicos** del módulo 5.1 con los que se espera que las personas participantes se identifiquen son:

1. Realizar un diagnóstico de factores externos y locales que puedan incidir en el negocio.
2. Comprender la importancia de separar las finanzas personales de las del emprendimiento y la cultura de ahorro.
3. Desarrollar un plan de negocio y su plan de acción para su implementación.

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar el módulo, las personas participantes:

- Reconocen los **factores** que pueden incidir en el negocio.
- Reconocen la importancia de **separar las finanzas personales** de las del emprendimiento y la **cultura de ahorro**.
- Construyen un **plan de negocio y plan de acción** para el inicio de su emprendimiento.

b. Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan al pensamiento crítico previo al inicio de la temática e invitan a reflexionar a partir de la experiencia personal. No requieren ser desarrolladas.

1. ¿Te has preguntado cuál es tu mercado objetivo?
2. ¿Qué es una estrategia?
3. ¿Cuál es el sitio adecuado para que funcione mi negocio?
4. ¿Qué necesito para estructurar mi plan de negocio?



c. Desarrollo de contenidos

Tema 1: Identifica el mercado objetivo

1.1 Diagnóstico de los factores.

El contexto nacional o de factores externos se refiere a la **situación nacional del país**, por lo que una reflexión del entorno macroeconómico y de los indicadores generales de la economía es imprescindible, inflación, empleo, entre otras; así como la identificación de políticas de fomento en las distintas áreas o sectores de la economía.

Para este análisis se pueden realizar algunas **preguntas**, cuyas respuestas describirán la situación actual del país donde se desarrollará el emprendimiento:

Preguntas de diagnóstico nacional o de factores externos

¿Cuál es la situación política del país? (tipo de gobierno, corrupción, derechos humanos, movimientos sociopolíticos, entre otros)

¿Cuál es la situación económica? (tipo de política económica, deuda externa, principales fuentes de ingresos, tasa de desempleo, inflación y otros)

¿Cuál es la situación social? (por ej.: salud, mortalidad infantil, nutrición, acceso a servicios básicos, ¿transporte, educación, etc.)

¿Cuál es la posición del gobierno ante el sector urbano-industrial? (subsidios, incentivos a la inversión, concesiones, etc.)

¿Cuál es la política de financiamiento del sistema financiero privado y público en determinados sectores productivos? (tasas de interés, incentivos, capital semilla, etc.)

¿Cuál es la política tributaria y como esta incide en el ámbito de los negocios? (tipos de impuestos, valores, exoneraciones o incentivos, etc.)

El **contexto local** se refiere a las **características internas** o directamente relacionadas al emprendimiento.

Para realizar analizar los factores locales se plantea el uso de varias **preguntas**, cuyas respuestas describirán la situación actual respecto al sitio específico en donde se desarrollará el emprendimiento:

Preguntas de diagnóstico local o de factores internos

¿En dónde se desarrollará el emprendimiento? ¿En qué lugar (provincia, cantón, parroquia)?

¿Cuál es la situación socioeconómica básica de la comunidad? (salud, nutrición, educación, alfabetismo, etc.) ¿A qué se deben estas condiciones? ¿Qué efectos han tenido?

¿Cuáles son las fuentes de ingresos más importantes para la mayoría de la gente?

¿Qué infraestructura existe en la localidad (agua, caminos, luz, escuela, otros)?

¿Qué otros negocios existen en la zona y qué influencias positivas o negativas podrían tener sobre el emprendimiento analizado?

¿Qué tipo de políticas tiene el GAD Gobierno Autónomo Descentralizado?

Luego de diagnosticar el contexto nacional y local, se identificarán los elementos del mercado:

- a) **Relaciones con los clientes:** los clientes son los actores más importantes en tu emprendimiento. Hay que tomar en cuenta que los clientes satisfechos con el producto y la atención regresarán y compararán más en tu emprendimiento, además referirán a otros potenciales clientes. **Más clientes satisfechos redundarán en mayores ventas y utilidades.**

Las relaciones con los clientes se fundamentan en: **captación de clientes, fidelización de clientes y estimulación de las ventas** (venta sugestiva).

Las relaciones con los clientes pueden ser de diferentes tipos:

- **Asistencia personal:** se fundamenta en la interacción humana.
 - **Asistencia personal exclusiva:** relación más íntima y profunda con el cliente.
 - **Autoservicio:** relación directa con los clientes.
 - **Servicios automáticos:** combina una forma más sofisticada de autoservicio con procesos automáticos.
 - **Comunidades:** comunidades en línea.
 - **Creación colectiva:** interactuar con los clientes, pedirles que generen contenido como historias o contenidos en redes.
- b) **La competencia: es muy probable que existan otros negocios que provean productos o servicios** iguales o similares. Esta información se la recaba con preguntas básicas:

Preguntas para recabar información de la demanda
¿Cuáles son los diferentes tipos de clientes de tu emprendimiento? Pueden ser mujeres, hombres, niños/as ¿Cuántos son?
¿Qué producto o servicio desean estos clientes?
¿Qué es importante acerca de cada producto, el tamaño, el color, la calidad, el precio?
¿Qué precio están dispuestos a pagar los clientes por cada tipo de producto o servicio?
¿Dónde están los clientes y en dónde acostumbran a comprar? ¿Cuánto compran?
¿Cada cuánto tiempo y en qué cantidad efectúan las compras? Una vez al año, de forma mensual, cada semana, cada día.
¿Está creciendo la cantidad de clientes?
¿Por qué los clientes compran determinados productos o servicios?
¿Qué buscan los consumidores?

- c) **La competencia:** es muy probable que existan otros negocios que provean productos o servicios iguales o similares. Esta información se la recaba con preguntas básicas:

Preguntas para recabar información de la competencia
¿Qué precios cobra la competencia?
¿Qué calidad de mercadería o servicios ofrecen?
¿Cómo promocionan sus bienes o servicios?
¿Qué servicios adicionales ofrecen?
¿La competencia cuenta con infraestructura moderna?
¿La competencia tiene un personal capacitado y bien remunerado?
¿Realiza publicidad la competencia?
¿Cómo distribuyen sus bienes o servicios?
¿Cuáles son los puntos fuertes y débiles de la competencia?

Los clientes comprarán en un nuevo emprendimiento **solamente por una buena razón, un mejor servicio, precios más bajos, productos diferentes o una ubicación más beneficiosa.**

- d) **Los proveedores:** son críticos, muchos emprendimientos tienen una fuerte dependencia de la calidad, cantidad, oportunidad de la recepción y costo de los materiales o insumos que va a necesitar. Se deberá tomar en cuenta **las condiciones y acceso a los insumos** que se requieren para fabricar los bienes o prestar los servicios y que estos se encuentren disponibles; las alternativas de obtención de materias primas y costos; posible necesidad de bodegaje, descuentos y condiciones de pago, entre otros aspectos.

1.4. Marketing mix.

Es un análisis de estrategia de aspectos internos y desarrollada comúnmente por las empresas. Se tienen en cuenta cuatros variables principales del negocio:

- a) **Producto:** qué bienes o servicios se van a ofrecer a los clientes, qué clase, calidad, color, tamaño, empaque, marca, servicio posterior a la venta, otorgamiento de garantías, mantenimiento y repuestos, entre otros aspectos.

- b) **Precio:** significa **cuánto** se va a cobrar a los clientes por los bienes o servicios, incluye también los **posibles descuentos y el plazo de crédito**. Para establecer los precios, previamente se deberá conocer el costo, cuánto están dispuestos a pagar los clientes e identificar los precios de la competencia.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás identificar las diferencias entre costo, precio y valor.



Mira el video: Costo, precio y valor
https://www.youtube.com/watch?v=OVYIQ_A32QI

- c) **Plaza o canales de distribución:** el **lugar** donde estará ubicado el emprendimiento y la manera cómo llegará a los clientes con sus bienes o servicios. El emprendimiento debe ser fácil de acceder, debe brindar comodidad y debe ser visible. Las formas diferentes de distribuir los bienes a los clientes: de manera directa, mediante minoristas o a través de mayoristas.

Aspectos importantes para considerar: calidad del servicio de distribución (mala atención del distribuidor origina reacciones contra el producto), la oportunidad de entrega del producto al consumidor, aspecto que juega un papel definitivo en determinados emprendimientos, costos de distribución, entre otros.

- d) **Promoción:** significa **informar y atraer a los clientes** para que adquieran los bienes o servicios. Es la forma de dar a conocer el emprendimiento.

A manera de ejemplo se citan los siguientes métodos o alternativas:

- **Publicidad:** es masiva, brinda información de carácter comercial, le da a conocer al potencial cliente de las bondades del bien o servicio. Se realiza a través de medios masivos como radio, TV, periódicos, redes sociales, internet, afiches, folletos, carteles, volantes, entre otros medios. La publicidad por los medios que utiliza, no se evalúa el poder adquisitivo de las personas. En la actualidad son muy demandadas las redes sociales para realizar publicidad, pues tienen muchas ventajas como visibilidad de la marca, precio razonable, mayor alcance, segmentación para llegar a los potenciales clientes. Las principales redes sociales utilizadas con Facebook, LinkedIn, Tik Tok, Instagram, X (Twitter).

- **Propaganda:** es selectiva, usa otros medios de comunicación. La propaganda por los medios que se utiliza, sí se evalúa el poder adquisitivo de las personas, como por ejemplo la información que se adjunta en los estados de cuenta de tarjetas de crédito, o algún anuncio en revistas especializadas.
- **Promoción de ventas:** es una forma sencilla de motivar las ventas a través de ofertas especiales, demostraciones, rifas, canjes, reducción de precios por cierto tiempo, exhibiciones especiales, entrega gratuita de muestras, entre otras formas. La promoción busca principalmente **estimular el consumo de los clientes finales, pero también estimular las ventas de los distribuidores.**

Antes de decidir la modalidad de promoción es conveniente realizar estas preguntas:

Preguntas para decidir sobre el tipo de promoción
¿A qué clase de clientes se orienta el emprendimiento?
¿Qué medios de publicidad se adecúan mejor?
¿De cuánto dinero se dispone?
¿Cuál es el momento oportuno?
¿Se debe capacitar al personal de ventas?
¿Qué productos se promocionarán? ¿o serán todos?

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás conocer ¿Qué son los “Social Ads”? ¿Deberías hacer publicidad en redes sociales? Y otros aspectos del Marketing digital.



Mira el video: Publicidad en Redes Sociales
¿Qué son los SOCIAL ADS?

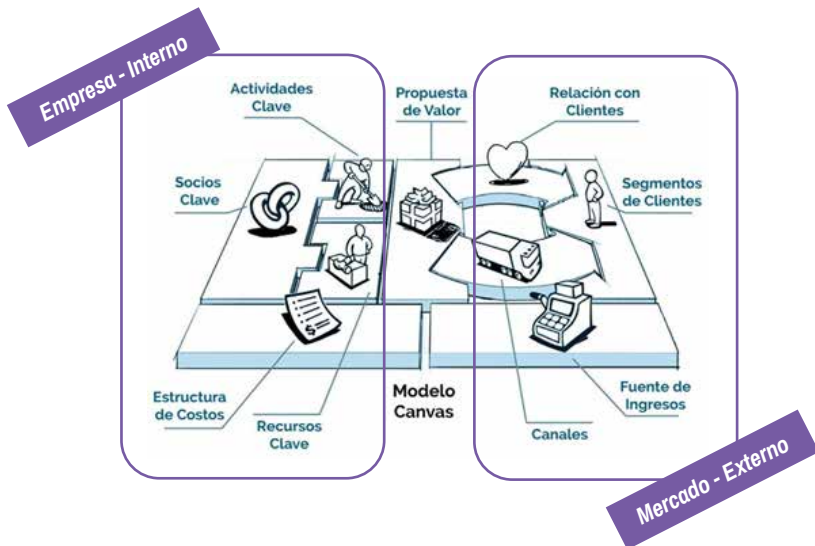
https://www.youtube.com/watch?v=cQTVI5ZxY1g&list=PLXdXRKkBOudPTn4-fSzt20_z9S12LKr_Z

Tema 2: Organiza tu estrategia

2.4. Modelo de negocio.

Parte de la estrategia de un emprendimiento es contar con un modelo de negocio definido y claro. Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. (Osterwalder y Pigneur, 2011)

Para entender el modelo de negocio de tu emprendimiento se utilizará el **modelo CANVAS**. Esta es una herramienta de gestión estratégica que permite conocer los aspectos clave del emprendimiento, cómo se relacionan y compensan entre sí. Se compone de **nueve bloques** o secciones que representan los aspectos clave de una empresa:



Fuente: <https://d31dn7npuwjnm.cloudfront.net/images/valoraciones/0038/6276/modelo-canvas.png?1592469648>

- Segmento de mercado (SM):** detalle de los segmentos a los que atiende una empresa.
- Propuestas de valor:** dar solución a problemas o atención de las necesidades del o los clientes objetivos.
- Canales:** canales de comunicación o de venta, con los que se establecerán relación con los clientes.
- Relaciones con clientes:** relaciones diferentes acordes al segmento de mercado.

- e) **Fuentes de ingreso:** diferentes fuentes de ingresos por parte de los clientes.
- f) **Recursos clave:** activos necesarios para producir o promocionar el producto o servicio.
- g) **Actividades clave:** serie de actividades.
- h) **Asociaciones clave:** alianzas o convenios que permitan la adquisición de recursos claves.
- i) **Estructura de costos:** costos relacionados con el modelo de negocio y estructura.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás conocer qué es el modelo CANVAS y cómo poder diseñar un plan de negocios.



Mira el video: Modelo Canvas
| Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico
<https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>

Tema 3: Administra tu negocio

3.1 Organización del emprendimiento

El emprendimiento tendrá **objetivos y metas claras**, esto significa saber qué se necesita hacer y tener el personal adecuado para llevarlo a cabo. Un emprendimiento eficiente se organiza para que los involucrados tengan el **perfil necesario y sepan su función en el negocio**. Organizar es coordinar recursos físicos, económicos y humanos para el logro de objetivos y metas.

- a) **Identificación del personal necesario:** el personal que laborará en emprendimiento, pueden ser uno o dos empleados a medio tiempo o tiempo completo, dependiendo de la necesidad del negocio. Se sugiere seguir estos pasos para identificar el personal necesario:
 - Revisar la idea de negocio y realizar **una lista de las tareas** a realizar.
 - Describir **qué habilidades** y otros requisitos deberá tener el personal para realizar las tareas.
 - Decidir **cuántos empleados se necesitarán** para efectuar las tareas.
 - Reflexionar sobre contratar **familiares** para el emprendimiento, ya que se pueden generar conflictos, pueden sentirse con derecho a un **“trato especial”**, puede llegar a ser difícil separar situaciones familiares de las situaciones del trabajo, la sucesión en el emprendimiento puede llegar a convertirse en un problema.

- b) **Ubicación del negocio:** conviene identificar la **ubicación adecuada** para que funcione el emprendimiento; para esto se analizarán factores de **macro localización** y los factores de **micro localización**.
- **Factores de macro localización:** consiste en identificar el **área, zona o sector ideal** para establecer el negocio. Los principales factores para considerar son:
 - o **Transporte:** se refiere al transporte de materias primas e insumos necesarios para elaborar el bien o prestar el servicio, el costo.
 - o **Mano de obra:** corresponde a la disponibilidad y requisitos de formación, habilidades, sueldos y salarios, entre otros.
 - o **Materias primas:** la cantidad de insumos necesarios para operar el emprendimiento y si por costo, frecuencia de abastecimiento, volumen, distancia es mejor establecer el emprendimiento cerca del punto de abastecimiento de materias primas.
 - o **Servicios básicos:** la disponibilidad de los servicios básicos, el tipo de servicio como por ejemplo agua se necesitará agua potable o agua corriente.
 - o **Combustibles:** existen máquinas en el emprendimiento que necesitan de combustibles específicos como gasolina, gas, cuál es el costo, el punto de abastecimiento, el volumen y la frecuencia.
 - o **Mercado:** por el tipo de bien o servicio que se prestará es más conveniente la cercanía con el mercado, además también influye el tipo de producto que se comercializa.
 - o **Clima:** la zona deberá tener un tipo de clima acorde con el tipo de producto o servicio que se comercializará.
 - o **Actitud de la comunidad:** la comunidad cercana de la zona está informada, conoce del negocio y brindará su colaboración.
 - **Factores de micro localización:** consiste en analizar las características del **sitio exacto** de funcionamiento del emprendimiento, dentro de la zona, área o sector. Los principales factores de este tipo son los siguientes:
 - o **Sector urbano o rural:** cuál es la conveniencia para el negocio, que funcione en el sector urbano o rural de una zona.
 - o **Transporte de personal:** los empleados cuentan con suficientes alternativas de transporte para llegar al emprendimiento.
 - o **Cercanía con carreteras:** dependiendo del tipo de emprendimiento, se evaluará la cercanía y condiciones de las carreteras para poder comercializar los bienes.

- o **Cercanía con aeropuerto:** dependiendo del tipo de emprendimiento, se evaluará la cercanía con el aeropuerto.
- o **Tipos de drenajes:** este factor se vincula a la generación de desechos, su volumen, frecuencia y normativa de tratamiento.
- o **Tamaño del sitio:** el tamaño del sitio de preferencia será pensado para el funcionamiento del negocio en el largo plazo.
- o **Forma del sitio:** se requiere que la forma del sitio sea regular, con pendiente, plana completamente u otro tipo.

Tema 4: Controla las finanzas.

b. Finanzas del emprendimiento.

El **Flujo de caja y capital de trabajo** es una **herramienta de control gerencial**, muy importante para los negocios y las personas emprendedoras, ya que permite conocer cuáles son las **fuentes de ingreso y en qué se invierten** estos recursos.

- a) **Flujo de caja:** representa la diferencia entre los **cobros y pagos** realizados en un **período de tiempo** concreto. Es un indicador clave que proporciona información sobre la situación financiera de un negocio, ya que refleja las **salidas y entradas de dinero** reales. Permite saber cuánto dinero efectivo se dispone.
- Es importante tener en cuenta que el flujo de caja se refiere siempre al **movimiento de dinero**, cobros y pagos realizados. De este modo, es un concepto clave para medir la **liquidez** del emprendimiento, su viabilidad y su **capacidad para afrontar gastos, deudas o inversiones**.
 - **Objetivos de la elaboración del flujo de caja:** determinar la capacidad de un negocio de generar efectivo y así definir la capacidad de hacer frente a sus obligaciones actuales, y, de haber obligaciones proyectadas, poder preverlas; luego de determinar la capacidad del negocio de generar ingresos, en segunda instancia, el flujo servirá para **tomar decisiones**.
 - **¿Cómo se elabora un flujo de caja?** El proceso de elaboración de un flujo de caja es sencillo, para que la información sea útil, debe ser **fidedigna, real y confiable**. Es recomendable dividir el flujo de caja en operativo y no operativo. Se debe recordar que los ingresos se generan por la venta de bienes y servicios, por lo que los ingresos se obtienen multiplicando la cantidad de productos o servicios vendidos por el precio de estos productos o servicios. El mismo concepto se aplica para los pagos de las compras.

$$\text{Ingresos por Ventas} = \text{Precio} \times \text{Cantidad}$$

Los pasos para calcular el flujo de caja son los siguientes:

- I. Determinar el **periodo** para su elaboración.
 - II. Determinar el **saldo inicial**.
 - III. Determinar el **origen de los fondos o ingresos**, que son todos los ingresos de efectivo operativos y no operativos del negocio los cuales pueden ser:
 - Ventas al contado.
 - Cobro a clientes (por ejemplo, de ventas de meses pasados al crédito),
 - Préstamos recibidos,
 - Aporte de los propietarios/as.
 - IV. Determinar las **salidas o egresos** de efectivo operativos y no operativos, estos pueden ser:
 - Pagos a proveedores.
 - Servicios básicos.
 - Sueldos.
 - Pagos de deudas.
 - Inversiones.
 - V. Con la suma de los ingresos menos la suma de los egresos se obtiene el **saldo del periodo**.
- b) **Capital de trabajo:** es el dinero disponible para cumplir con las obligaciones actuales a corto plazo.

c. Finanzas personales.

- a) **Finanzas personales:** son el conjunto de herramientas que permitirán mejorarla calidad de vida de la persona emprendedora en función de alcanzar las metas y objetivos que se proponga. El pilar fundamental en las finanzas personales es el **ahorro**; sin embargo, para conseguirlo se tiene que manejar bien los **ingresos y egresos**, sin olvidarse que se tiene que **planificar** y hacer un **presupuesto**.

A continuación, se exponen algunas preguntas para mejorar la administración de los ingresos y los egresos:

Preguntas y recomendaciones para mejorar la administración de los ingresos y egresos

Ingresos	Egresos
¿Tienes claro de dónde provienen tus ingresos?	Reconoces los gastos necesarios que son los que cubren tus principales necesidades: alimentación, vivienda, educación, salud y vestimenta.
¿Tienes claro qué valor recibes como ingreso mensual?	Los egresos necesarios, en cambio, se los realizan independiente de nuestro estado de ánimo porque sin estos afectamos nuestra supervivencia.
¿Sabes si tus ingresos tuvieron algún descuento antes de recibirlos?	Controla los gastos de gustos que son egresos que realizas por comodidad o algún motivo por el que experimentas placer.
¿Tienes claro el origen y el tiempo?	Considera los gastos de deseos, que son egresos que necesitas planificar la compra para cumplir una aspiración.
¿Tienes claro las fechas que recibes cada ingreso?	Los gustos están atados, muchas veces, a estados de ánimo: compramos algo para sentirnos mejor.
Confirma la fecha en que recibes tus ingresos.	Los gustos se pueden reemplazar o eliminar si no cubren una necesidad.
Identifica el valor real que te van a entregar (ingresos – descuentos),	Los deseos se planifican para lograr tener productos que mejoren mi calidad de vida.
Destina el primer ingreso a tus egresos necesarios.	Los deseos se obtienen a mediano y largo plazo con constancia.
Los ingresos que son eventuales destínalos a egresos no necesarios.	Los pagos de deudas se consideran un egreso necesario, ya que el no pagar hace que el sistema financiero deje de ofertarte estos productos.

- b) **Capacidad de pago:** ingresos – gastos = dinero disponible
- c) **Deuda:** es una cantidad de dinero que se recibe prestado, con la obligación de **pagarla en un plazo** determinado, adicional a otra cantidad llamada **“intereses”**.

La clave está en endeudarse tomando en cuenta la vida útil del bien, mientras más rápido se consume, más rápido se lo debe pagar, por ejemplo: comida gasto corriente, diversión gasto corriente, ropa pago diferido a plazo medio, muebles pago diferido a plazo más largo. Por qué la gente **se sobre endeuda, porque realiza compras compulsivas** (por emoción), realiza gastos innecesarios, tiene la costumbre de pedir fiado, es generosa con lo que no es suyo, no ahorra.

Las señales del **sobre endeudamiento**: se hace un **hábito usar crédito** para gastos como luz, agua, teléfono o alimentación; se **saca un crédito para pagar otros**; se **usa ahorros para pagar deudas**; se **deja de pagar unas deudas** para cumplir otras; se recibe **notificaciones de atraso** de pagos; solo alcanza para **pagar el mínimo** de la tarjeta; y, lo más importante: **si el pago de las deudas se lleva gran parte de los ingresos hay una alta probabilidad de estar sobre endeudado**.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás comprender que un crédito no te ayuda a pagar otro crédito.



Mira el video: ¡Lo que NO debes hacer con tus deudas! - Tapahuecos
<https://www.youtube.com/watch?v=1k6Ahvu5054>

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 1 CONSTRUYE TU FLUJO DE CAJA

Actividad evaluada.
 Total, puntos: 10/30
 Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
 Actividad individual.
 Tiempo estimado para el desarrollo: 2 horas.

Instrucciones:

Con el conocimiento adquirido en este módulo del curso, realiza tu flujo de caja proyectado, usa el formato “Plantilla flujo de caja.xlsx” y súbelo al aula virtual de acuerdo a las instrucciones de la clase.

Tema 5: Plan de negocio

5.1 Plan de negocio y plan de acción para la implementación.

“Un plan de negocio es una estrategia documentada sobre los objetivos y planes de una empresa. Describe el plan de comercialización, proyecciones financieras, investigación de mercado, propósito comercial y la declaración de misión. También puede incluir el personal clave para lograr los objetivos y un cronograma.” <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>

Un plan de acción es un documento que detalla las **estrategias y tácticas** que se utilizarán para alcanzar objetivos y metas específicas en un período de tiempo determinado.

Para la construcción de tu plan de acción se deben considerar los siguientes elementos: tareas, plazos (inicio – fin), responsables, recursos necesarios y presupuesto estimado.

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 2 PLAN DE NEGOCIO Y PLAN DE ACCIÓN

Actividad evaluada.

Total puntos: 20/30 (Plan de negocio + plan de acción)

Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

Tiempo estimado para el desarrollo: 3 horas.

Instrucciones:

Con los conocimientos adquiridos en el módulo de Diseño del perfil de negocio y el presente módulo, deberás elaborar tu plan de negocio y el plan de acción para su implementación. Toma como guía el formato que está al final del módulo 5.2 en este documento y las instrucciones recibidas durante la clase



d. Cierre

Todo emprendimiento es dinámico y se inserta en un contexto general. El entorno social y económico, el avance de las tecnologías y el acceso a la información, son entre otros, factores a considerar para contextualizar adecuadamente el emprendimiento futuro.

A lo largo del programa, abordamos las **temáticas y herramientas fundamentales para la construcción de tu plan de negocio y su correspondiente plan de implementación:** definiste el perfil de negocio, analizaste los factores internos y externos, revisaste los componentes del marketing mix y reconociste la estrategia adecuada para tu emprendimiento con la metodología CANVAS.

También desarrollaste habilidades **básicas para la administración de un negocio** desde la perspectiva de la organización y de la ubicación ideal para el emprendimiento futuro.

Comprendiste que, la **separación de las finanzas del emprendimiento de las finanzas personales** resulta clave en la gestión y administración del dinero, así como también el reconocer la importancia de la **cultura del ahorro** como base para realizar inversiones o compras para el negocio.



Felicitaciones has culminado el programa de capacitación EMPREN-DAMOS CON INCLUSIÓN Y SIN DISCRIMINACIÓN, te deseamos éxitos en la implementación y desarrollo de tu emprendimiento.

e. Glosario

Capital de trabajo

El capital de trabajo es una medida de la liquidez de una empresa. Es la diferencia entre los activos corrientes de una empresa (todo lo que la empresa posee o se le debe, como el efectivo y las cuentas por cobrar) y sus pasivos (todo lo que debe).

CANVAS

El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear planes de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, ofrece un panorama global y simplificado de la empresa.

GAD

Gobierno Autónomo Descentralizado

Mercado objetivo

El mercado objetivo, mercado meta o target group es el grupo de personas a las cuales va dirigido tu producto o servicio. Los individuos que pertenecen a este grupo presentan características similares entre sí.

f. Bibliografía

- Claro Perú. (20 de agosto de 2013). Costo, precio y valor. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=OVYIQ_A32QI
- Cyberclick Marketing Digital. (18 de diciembre de 2018). Publicidad en Redes Sociales - ¿Qué son los SOCIAL ADS? [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=cQTVI5ZxY-1g&list=PLXdXRkkBOudPTn4-fSzt20_z9S12LKr_Z
- El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios. Primera Edición. Quito.
- Fuente, O. (08 de marzo de 2022). ¿Qué es análisis PESTEL? Ejemplos y Plantilla para elaborarlo. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>
- Moreno, J. (23 de febrero de 2023). ¿Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos?. Blog Hubspot. Recuperado el día 10 de mayo de 2024 de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Manual del emprendedor turístico. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Cuaderno de actividades. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Manual del Facilitador. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1999). Inicie su negocio ISUN. Generación de ideas de negocio. Manual de Capacitación para Futuros Empresarios. Primera edición. Lima. 1999.

- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Cuaderno de trabajo. Primera edición. Lima.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Manual. Primera edición. Lima.
- Pintor, J. Marketing relacional. STAMINA MARKETING BLOG. Recuperado el 10 de mayo de 2024 de <https://fundamentosdemarketing.com/marketing-relacional/>
- Reul, M. (01 de septiembre de 2021). ¿Qué es el marketing relacional? Definición y mejores prácticas. Brevo. <https://www.brevo.com/es/blog/que-es-el-marketing-relacional-definicion/>
- Trabajar desde casa. (02 de octubre de 2014). Canvas Model Mastery: Practical Application and Real-Life Example. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>
- TUS FINANZAS.EC. (06 de agosto de 2014). ¡Lo que NO debes hacer con tus deudas! – Tapahuecos. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=1k6Ahvu5054>
- TUS FINANZAS.EC. (15 de septiembre de 2014). Y tú, ¿manejas bien tu dinero? [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=6K_ShD-twml

Especialización para personas con negocios en funcionamiento

- Emprendedores actuales

MÓDULO 4.2

Diagnóstico del negocio para emprendimientos existentes

En el módulo de Diagnóstico del negocio para emprendimientos existentes, se identificará, de forma general, los **tipos de emprendimientos por el tipo de producto** (bienes o servicios) de las personas participantes, el tiempo que llevan en el mercado, el volumen de ventas y la cantidad de personas que se encuentran trabajando en el negocio.



Una vez identificados los tipos de emprendimientos, se precisará su situación actual respecto al mercado objetivo, los factores externos e internos que inciden en el negocio y que delimitan la construcción de la estrategia; posteriormente se revisarán los elementos de la administración y logística del emprendimiento, con énfasis en las actividades y su organización.

Finalmente, este módulo precisará cómo la información financiera sustenta la toma de decisiones.

a. Guía del módulo

Objetivos

El **objetivo general** del módulo 4.2 **Diagnóstico del negocio para emprendimientos existentes** es diagnosticar la situación de los emprendimientos de las personas participantes, con la finalidad de establecer posibles mejoras en estrategia, administración y finanzas.

Los **objetivos específicos** del módulo 4.2 con los que se espera que las personas participantes se identifiquen son:

1. Establecer un diagnóstico situacional del negocio de las personas participantes, teniendo en cuenta las fuerzas competitivas y el marketing mix.
2. Precisar posibles áreas de mejora en estrategia, administración y finanzas de los negocios.

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar el módulo, las personas participantes:

1. Reconocen la situación de su negocio.
2. Identifican las áreas críticas de mejora.

b Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan al pensamiento crítico previo al inicio de la temática e invitan a reflexionar a partir de la experiencia personal. No requieren ser desarrolladas.

1. ¿Actualmente, cuáles son los factores o elementos del mercado que están alrededor de mi negocio?
2. ¿Cuál es la situación actual de mi negocio respecto al marketing mix?
3. ¿Cuál es la situación estratégica de mi negocio en cuanto a factores externos e internos?
4. ¿Qué tipo de información contable – financiera dispone mi emprendimiento actual?

c. Desarrollo de contenidos

Tema 1: Identifica tu emprendimiento

El primer paso del diagnóstico es identificar el emprendimiento existente, situación y características.

ACTIVIDAD DE INICIO RECONOCER LA REALIDAD DE TU NEGOCIO

Actividad no evaluada.
Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 30 minutos.

Instrucciones:

Con el objetivo de que el instructor – tutor conozca la realidad de tu negocio o emprendimiento existente, responde al cuestionario, el mismo que guarda la siguiente estructura y le permitirá al instructor – tutor conocer datos de los negocios existentes importantes para el avance en el módulo y continuación del programa de capacitación.

Escribe tu respuesta en un máximo de 20 líneas

¿Cuál es el nombre comercial o nombre de fantasía del negocio existente?

.....
.....

¿Selecciona el tipo de negocio que es?

Producción / manufactura

Servicios

Mayorista

Minorista

¿Selecciona el giro de negocio al que se dedica?

Alimentos y bebidas

Ropa, calzado y otros

Servicios profesionales

Otros Indica ¿cuál?.....

Tiempo en el mercado, selecciona la respuesta que refleje la realidad de tu negocio

Al menos 3 meses en el mercado

Entre 4 a 12 meses en el mercado

Entre 13 a 24 meses en el mercado

Entre 25 y 42 meses en el mercado

Más de 42 meses en el mercado

Volumen de facturación mensual, toma un promedio en el tiempo que lleva el negocio en el mercado

Menos de US\$ 100,00

Entre US\$ 101,00 a US\$ 300,00

Entre US\$ 301,00 a US\$ 500,00

Entre US\$ 501,00 a US\$ 1000,00

Entre US\$ 1001,00 a US\$ 1600,00

Más de US\$ 1600,00

¿Cuántas personas trabajan en tu negocio incluido tú como persona emprendedora?

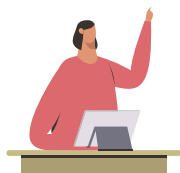
Solo yo, es decir una persona

Entre 2 y 5 personas

Entre 6 y 10 personas

Más de 11 personas

Tema 2. Construye un emprendimiento sostenible



El emprendimiento sostenible, implica un proceso cuyo fin es lograr el **desarrollo sostenible, mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y la creación de valor** que provoca la prosperidad económica, la cohesión social y la protección del medio ambiente. (Rodríguez, 2016).

La gestión de negocios sostenibles implica mayor complejidad pues es necesario integrar o adicionar a la gestión convencional las **dimensiones ecológica y social** (Klewitz & Hansen, 2011). La financiación de nuevos emprendimientos constituye un punto crítico para los empresarios en cuanto a innovación en empresas ya existentes y, aún más, cuando lo que se requiere es iniciar una nueva empresa (Agarwal, 2011), y presentará mayor complejidad cuando se involucra en la iniciativa empresarial la sostenibilidad.

La gerencia sostenible implica el establecimiento de **sistemas y departamentos** que controlan impactos de inversión en sostenibilidad como **reducción de costos, incremento de productividad, ecoeficiencia, campañas de imagen y diferenciación de productos y servicios** (Schaltegger & Wagner, 2011), por otro lado, debe tenerse en cuenta la inversión en lo social dentro de la empresa con los trabajadores y comunidades de interés externas.

Tema 3: Define tu mercado objetivo

3.1 Fuerzas competitivas de mercado

El **análisis de las fuerzas competitivas de mercado** facilita el diagnóstico del mercado y permite enfrentar con estrategias los factores externos que pueden afectar el éxito a largo plazo y superar a los competidores. Las cinco fuerzas que describe Porter son: **poder de negociación de los clientes, poder de negociación de los proveedores, amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de nuevos productos sustitutivos y rivalidad entre competidores**. Para analizar las fuerzas competitivas de mercado, partimos de la situación actual del emprendimiento en cuanto a su competencia actual y luego ir revisando el resto de fuerzas.



Elaborado por: Diego Serrano Machado - PUCE

- a) **Rivalidad entre competidores:** con este análisis se busca identificar a los **competidores directos, indirectos y existentes**. Se basa en el aumento de la actividad competitiva determinada por factores como publicidad, gastos de venta o investigación y desarrollo. Se pretende, además, identificar la posición del negocio frente a la inversión que realizan los competidores. Su mayor impacto se puede dar en una competencia de precios.

Al revisar la rivalidad entre competidores se consideran las denominadas **barreras de salida** que son: activos especializados, en cuanto al monto y el grado de especialización, lo que haría un momento dado que el propietario/a de un negocio no cierre operaciones; los costos fijos de salida, como por ejemplo la posible indemnización de todos los empleados por motivo de disolución, liquidación y cancelación del negocio, la cuantía de este rubro que también haría que no se tome la decisión de abandonar el mercado; las barreras emocionales que existen entre los miembros de una familia que ha generado su negocio, que ha pasado por varias generaciones y que se resisten a liquidar el negocio por la fuerte vinculación emocional.

- b) **Amenaza de nuevos competidores entrantes:** es la posibilidad de incorporación de **nuevos competidores**, empresas o grupos a participar del sector en el que se desenvuelve un negocio. Lo que se busca con este análisis es identificar las posibles **barreras de entrada** que posee el sector, país o región. Este factor es primordial para determinar su impacto y nivel de amenaza. Su mayor impacto resulta de la **disminución del mercado potencial y real de clientes del sector**.

Al revisar la amenaza de nuevos competidores entrantes se consideran las denominadas barreras de entrada, es decir la dificultad de ingreso al mercado, que son: economías de escala, es decir el operar con costos unitarios bajos, alcanzados gran parte gracias a la automatización del negocio y el incremento de los volúmenes de producción, esa situación ahuyenta a la competencia; la falta de experiencia o el desconocimiento del conocido "Know How o saber hacer", también hace que no se tome la decisión de ingreso al mercado; la inversión inicial alta para ingresar al mercado es una limitante para muchos potenciales y futuros competidores; finalmente pero no menos importante, las políticas gubernamentales,

como por ejemplo en el caso del país, el tener subsidios a algunos productos hace que sea muy ventajoso para los competidores actuales y se convierta en una fuerte barrera de ingreso para futuros competidores.

- c) **Poder de negociación de los clientes:** se trata de identificar las **condiciones de compra de los clientes del sector**. Dependerá del número de compradores, la cuantía de las ventas, y del porcentaje de los costos que cubre determinado producto. Su mayor impacto nace de la amenaza de una posible compra directa por parte de los clientes a la competencia o proveedores o que simplemente, no compren. Al revisar el poder de negociación de los clientes se deben evaluar aspectos como los siguientes: **la concentración de ventas con un determinado cliente o con un pequeño grupo de clientes**, lo que hace que el poder de negociación se incline hacia los clientes y pierda equilibrio esta fuerza de Porter; la sensibilidad de los clientes que varíen las compras del bien o servicio debido a ajustes en el precio no medidos o evaluados antes; la red de distribución, sus condiciones de compra y descuentos; y, relaciones con clientes clave que sean los principales generadores de ventas para el negocio.
- d) **Poder de negociación de los proveedores:** lo que se busca es medir las condiciones y acceso a los insumos que se requieren para fabricar los productos y que estos se encuentren disponibles en el sector. Se basa en disponibilidad de recursos e importancia estratégica de los recursos en el proceso productivo de las empresas del sector. En ciertos mercados no existen muchos proveedores; es por esto por lo que, al existir una reducción en la materia prima, se afecta la producción y los proveedores pueden tomar control en cuanto a precios y distribución.

Al revisar el poder de negociación de los proveedores se deben evaluar aspectos como los siguientes: **el grado de concentración de negocio con un determinado proveedor o con un grupo pequeño de proveedores**, lo que hace que el poder de negociación se incline hacia los proveedores y pierda equilibrio esta fuerza de Porter; el nivel de importancia del insumo en proceso, o el momento de una escasez; los costos de cambio de proveedor y sobre todo aquellos que repercuten en los clientes finales; la amenaza de la posible integración vertical hacia adelante, es decir que el proveedor se vea tentado a desarrollar sus propios puntos de comercialización y se convierta en un competidor; las condiciones de crédito y políticas de descuento que les establezcan; y, finalmente la disponibilidad y el cumplimiento de especificaciones técnicas lo que haría, un momento dado, que aumente la dependencia por un determinado proveedor y el poder de negociación lo absorba dicho proveedor.

- e) **Amenaza de nuevos productos sustitutos:** Hace referencia a los productos disponibles en el mercado, sean estos nuevos o existentes que puedan brindar **beneficios similares al cliente o usuario final**. Sobre los productos sustitutos, para poder entender mejor su incidencia sobre un determinado producto, conviene visualizar las nuevas tecnologías, ma-

teriales y el comportamiento de uso de productos de los clientes actuales. El mayor riesgo es que los usuarios prefieran acceder o adquirir los productos sustitutos disponibles en el mercado. Al revisar la amenaza de nuevos productos sustitutos se deben evaluar aspectos como los siguientes: tendencias a mejorar el diseño, tendencias a mejorar los costos, tendencias a mejorar los precios y las tendencias a cambios tecnológicos; es decir que si los negocios que comercializan bienes o servicios sustitutos están con alguna de estas tendencias posiblemente la intención será captar nuevos clientes.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás entender el por qué es necesario contar siempre con más de un proveedor y cómo procurar mantener un equilibrio del poder de negociación.



Mira el video: ¿Qué es la crisis de los contenedores y cómo afecta al comercio mundial y a tu bolsillo? | BBC Mundo
<https://www.youtube.com/watch?v=Rm8ulgsEaPk>

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás comprender lo relacionado con las fuerzas competitivas de mercado o denominadas también las 5 Fuerzas de Porter.



Mira el video: 5 FUERZAS de PORTER | CASO Nescafé | Ejemplos Sencillos
<https://www.youtube.com/watch?v=Yvujubv40s>

3.2 Marketing mix o las 4 P's del Marketing

El marketing mix es el **conjunto de herramientas que ayudan a un negocio a alcanzar sus objetivos y a tomar mejores decisiones de mercado**. Mediante diferentes variables, se realiza un esfuerzo conjunto para influir en los consumidores y motivarlos a elegir un producto o servicio determinado. Los elementos que conforman el marketing mix son: producto, precio, plaza (canales de distribución) y promoción.



Fuente: <https://images.app.goo.gl/eMrSKEUXubUYXpLsx6>

- a) **Producto:** es el objeto de la transacción. Existe según existe en la mente del consumidor. El producto percibido se construye a partir de su parte física o tangible y de la marca, un intangible. Por ello se lo construye tanto desde lo físico como desde lo simbólico. Requiere la definición de características como: tamaño, envase, calidad, complemento promocional y marca entre otros. Se deberá poder definir claramente: el problema, necesidad o deseo por satisfacer; el concepto de un objeto, producto o servicio para satisfacer el problema, la necesidad o deseo detectado; y, la tecnología que haga operativa el concepto. El producto competirá por diferenciación de tamaños y envases. La identidad de marca ayudará a establecer una relación entre la marca y el cliente – propuesta de valor que implica beneficios funcionales, emocionales o de expresión personal.
- b) **Precio:** es donde se materializa la posibilidad de alcanzar la promesa simbólica. Precio neutro en productos de bajo precio, alta rotación o consumo masivo o sin referentes. Puede generar rechazo ante la imposibilidad de alcanzarlo, existiendo el deseo, o ante el hecho de pagar más de lo que uno considera el valor del producto. Los factores determinantes del precio son: costo, el mismo precio y el valor. El precio que se decida para los bienes o servicios del negocio estará en función no solo de lo que haga la competencia al respecto, sino también de los propios costos y de lo que estén dispuestos a pagar los consumidores.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás identificar las diferencias entre costo, precio y valor.



Mira el video: Costo, precio y valor
https://www.youtube.com/watch?v=OVYIQ_A32QI&t=9s

- c) **Plaza:** el canal es un facilitador del intercambio. Su rol es asegurar que el intercambio se realiza en forma satisfactoria. El canal de marketing realiza una función que agrega valor al cliente y al negocio y debe cerrar el circuito económico, aportando valor a cada etapa del intercambio. Su rol es de: distribución física, comercialización e imagen. La estrategia comercial del negocio es la descripción de la forma de llegar con el producto o servicio a los consumidores. La importancia de este aspecto radica en el análisis de los costos que involucra la decisión que se tome y su efecto en la rentabilidad del negocio. Se debe analizar si conviene mantener puntos de venta propios o migrar a una red de distribuidores, o un mix.
- d) **Promoción:** es una actividad o actividades de marketing que agrega valor al bien o servicio, durante un tiempo limitado, para estimular en forma directa la compra por parte del consumidor, la eficacia del distribuidor o el trabajo de la fuerza de ventas (Burnett, 1997). Dentro de las actividades principales de promoción de ventas están las siguientes: descuentos de promoción o rebajas, descuentos en el precio, negociación conjunta como el “pague por 1 y lleve 2” o la promoción de cepillo + pasta dental, reembolsos y devoluciones como “el segundo a mitad de precio”, cupones, concursos y sorteos en época navideña, premios, programas de continuidad.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE
PLAN DE MERCADEO – PRECIO

Actividad no evaluada.
 Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
 Actividad individual.
 Tiempo estimado para el desarrollo: 45 minutos

Instrucciones:

Anota todos los productos (bienes o servicios) o serie de productos que vende en tú negocio.
 Describe los detalles que son aplicables a cada producto o servicio.
 Escribe tu respuesta en un máximo de 20 líneas.

Detalle	Producto, servicio o serie de productos			
	1	2	3	4
Mis costos estimados por artículo.				
Precio promedio de la competencia.				
Mi precio estimado.				
Razón para el precio establecido.				
Descuentos que serán otorgados a los siguientes tipos de clientes.				
Razón para los descuentos.				
Crédito que les será otorgado a los siguientes tipos de clientes.				
Razón para el crédito.				

Sugerencias de precios especiales para aumentar las ventas como: ofertas especiales, rebajas de fin de mes, rebajas por cambio de temporada, rebajas en días especiales, pedidos en cantidad, entre otros.

Tema 4: Analiza tu estrategia

d. Elementos internos y externos del negocio

El contexto local se refiere a la situación nacional del país, por lo que un elemental análisis macroeconómico es imprescindible, así como la identificación de políticas de fomento en las distintas áreas o sectores de la economía.

a) Análisis PESTEL

Para realizar este análisis de factores externos se plantea el uso de la herramienta PESTEL. El acrónimo **PESTEL** se refiere a los factores que se analizan: **Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos y Legales**. Por lo tanto, es un estudio de mercado únicamente de factores externos que afectan a un emprendimiento.



Fuente: <https://blog.hubspot.es/marketing/crear-analisis-pestel#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20PESTEL%20es%20un,%2C%20socioculturales%2C%20psicol%C3%B3gicos%20o%20legales.>

- **Factores políticos:** las políticas de gobierno vinculadas al sector en el que operará el emprendimiento, por ejemplo, la política monetaria, intereses del sistema financiero, las políticas de subsidios, posibles cambios de gobierno en el corto plazo y sus efectos en la estrategia del emprendimiento, la política internacional, que podría impactar en el emprendimiento y los posibles acuerdos comerciales entre países, la política fiscal y las decisiones respecto a impuestos.
- **Factores económicos:** análisis de los datos macroeconómicos como el PIB, las inversiones, las exportaciones de un grupo de países, y los datos microeconómicos relacionados con la inflación, la canasta básica, el consumo, la financiación, los tipos de interés, entre otros.
- **Factores sociales:** los factores socios-culturales provocan cambios de comportamiento, modas y tendencias en las personas, el recabar información clave sobre grupos demográficos y su comportamiento futuro resulta muy importante en el contexto de generación de emprendimientos, el nivel de formación de la sociedad de un país, el índice de pobreza o el distanciamiento entre distintas clases sociales son otros elementos que se han de analizar en función del sector en el que opere el emprendimiento.
- **Factores tecnológicos:** como por ejemplo, la inteligencia artificial, la robótica, el internet blockchain, metaverso, entre otros.
- **Factores ecológicos:** los factores ecológicos se relacionan con la **conciencia social de los consumidores** y con las **políticas públicas adoptadas por las organizaciones** para proteger el medioambiente y el planeta. Hay que considerar que la conciencia social ecológica de las personas es más importante que nunca, y sus clientes pueden castigar a los emprendimientos que no sigan las bases de una sociedad sostenible. Por ejemplo, las políticas públicas para proteger el planeta ante señales del cambio climático, acciones de economía circular relativas al producto o servicio, la emisión de gases tipo CO₂ a la atmósfera por las plantas de producción, la selección de proveedores éticos con el medio ambiente, el packaging de productos, entre otros.
- **Factores legales:** analizar estos factores permite a los emprendimientos adaptarse al contexto legal vigente para desarrollar las estrategias más adecuadas y alcanzar así sus objetivos; algunos factores del entorno legal a estudiar son, por ejemplo, las licencias de operación, la normativa sobre creación de empresas y la normativa existente y actualizaciones sobre las normas laborales de contratación y seguridad de los empleados, la normativa sobre protección de la propiedad intelectual como patentes, entre otros.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás reconocer a los elementos que integran el análisis PESTEL.



Mira el video: Análisis PESTEL para Definir el Plan de Acción de tu Empresa
- Tec de Monterrey
<https://www.youtube.com/watch?v=R5VOC2A47ms>

b) Análisis FODA

El análisis FODA permite identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de un negocio específico. Se lo usa con mucha frecuencia en los emprendimientos, pequeñas empresas, organizaciones sin fines de lucro, empresas grandes y otras organizaciones. Con esta herramienta puede planificar estratégicamente y mantenerse a la vanguardia de las tendencias del mercado.

- **Fortalezas:** hacen referencia a las iniciativas internas que funcionan bien. Entonces, se puede aplicar esas técnicas que se sabe que funcionan bien —las fortalezas— en otras áreas que pueden necesitar un refuerzo extra como la mejora de la eficiencia del equipo.
- **Oportunidades:** son el resultado de las fortalezas y las debilidades, junto con cualquier iniciativa externa que colocará al negocio en una posición competitiva más sólida. Podría ser cualquier cosa, debilidades que quisieras mejorar o áreas que no se hubieran identificado en las primeras dos etapas del análisis.
- **Debilidades:** se refieren a las iniciativas internas que no funcionan como es debido. Es una buena idea analizar las fortalezas antes que las debilidades para generar referencias de lo que significan el éxito y el fracaso. La identificación de las debilidades internas ofrece un punto de partida desde el cual mejorar los negocios.
- **Amenazas:** se refieren a las áreas que tienen el potencial de causar problemas. Difieren de las debilidades en que las amenazas son externas y, por lo general, están fuera del control de la persona emprendedora. Pueden ser eventos como la pandemia o un cambio en el panorama competitivo.



Fuente: <https://www.occ.com.mx/blog/que-es-un-analisis-foda-y-como-se-hace/>

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás comprender qué es la matriz FODA, los elementos que la conforman y su utilidad.



Mira el video: ¿Cómo hacer un PLAN ESTRATÉGICO
- Proceso de PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA?
<https://www.youtube.com/watch?v=Gji43qJuGxs>

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 1 ANÁLISIS FODA DE SU PROPIO NEGOCIO O EMPRENDIMIENTO EXISTENTE

Actividad evaluada.

Total puntos: 15/30

Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

Tiempo estimado para el desarrollo: 60 minutos.

Instrucciones:

Con la información recibida, realiza un diagnóstico estratégico en tu propio negocio, mediante el uso del análisis FODA.

Escribe tu respuesta en un máximo de 50 líneas.

Tema 5: Elementos de la administración y logística de tu emprendimiento.

5.1 Organización y actividades

a) Cadena de valor

El análisis de la cadena de valor de Porter comienza con la identificación de dos fuentes separadas y fundamentales de ventaja competitiva: **el liderazgo en costos y en diferenciación.**

La ventaja competitiva implica la existencia de una actividad que el negocio realiza de forma exclusiva o más eficiente que la competencia, y que es percibida como importante por los clientes

Según Porter (1985), el liderazgo en bajos costos o la diferenciación dependen de todas aquellas actividades que desarrolle un negocio y que, separándolas en grupos con una importancia estratégica, ofrecería información para comprender el comportamiento de los costos, así como también identificar fuentes existentes o potenciales de diferenciación.



Una cadena de valor genérica está conformada por tres elementos básicos que son: las actividades primarias o principales, las actividades de apoyo o auxiliares, y el margen.

- **Actividades primarias:** relacionadas con la creación física, la venta y su transferencia al cliente, como el desarrollo de un producto. Estas actividades son de extrema importancia. Las actividades primarias se encuentran divididas en cinco categorías:
 - o Logística de entrada. - procesos relacionados con la recepción, el control de inventario y la programación del transporte.
 - o Operaciones. - lo relacionado con la maquinaria, empaquetado, montaje, mantenimiento de equipos, pruebas y otras actividades de creación de valor que transforman los insumos en el producto final, para ser vendido a los clientes.
 - o Logística de salida. - aquellas actividades asociadas a la entrega del producto o servicio al cliente, incluyendo sistemas de recogida, almacenamiento o distribución.
 - o Marketing y ventas. – procesos en los cuales se proporciona a los clientes un medio para conocer y adquirir el producto o servicio.

- o Servicio. - aquellas actividades que mantienen y aumentan el valor de los productos o servicios después de la compra. Esto incluye apoyo al cliente, servicios de reparación y/o instalación, entrenamiento, actualizaciones, entre otras.
- **Actividades de apoyo:** Son las actividades que ayudan a las actividades primarias a crear una ventaja sobre los competidores. Las actividades de apoyo se encuentran divididas en cuatro categorías:
 - o Infraestructura de la empresa: sistemas de apoyo que la empresa necesita para mantener las operaciones diarias. Incluye la gestión general, administrativa, jurídica, financiera, contable, de asuntos públicos, de calidad, y otras.
 - o Gestión de recursos humanos: las actividades relacionadas con la contratación, el desarrollo, la retención y la remuneración de todo el personal.
 - o Desarrollo de tecnología: actividades de apoyo a la cadena de valor, como la investigación y el desarrollo, la automatización de procesos, el diseño, y otras.
 - o Compras: procesos para adquirir los recursos necesarios para trabajar, como la compra de materias primas e insumos, servicios, edificios, maquinaria, y otras. Esto también incluye la búsqueda de proveedores y la negociación de los mejores precios.



Fuente: <https://images.app.goo.gl/86kdHRLEC91izMo17>

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás entender qué es la cadena de valor de forma fácil y sencilla.



Mira el video: La Cadena de Valor de Michael Porter en 5 minutos.

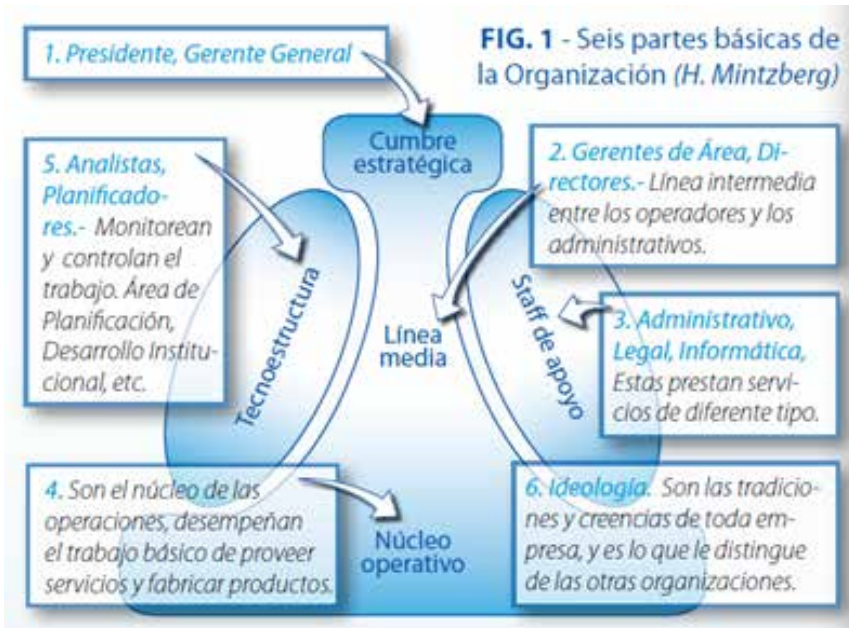
<https://www.youtube.com/watch?v=mLQcndDR-bU>

b) Estructura organizacional

Un emprendimiento o negocio es un grupo humano deliberadamente constituido en torno a tareas comunes y en función de la obtención de objetivos específicos. Para alcanzar los objetivos propuestos, es indispensable la construcción de un esquema o modelo que permita la interrelación e interacción de sus elementos.

Según Henry Mintzberg (1991) “La estructura organizacional puede definirse como el conjunto de medios que maneja la organización con el objeto de dividir el trabajo en diferentes tareas y lograr la coordinación efectiva de las mismas”.

Mintzberg (1991) ha desarrollado una teoría conceptual denominada “seis partes básicas de la organización”; estas seis partes deberán diseñarse en un alcance y necesidad de acuerdo con los requerimientos propios del negocio que se emprenda. Esta propuesta conceptual es versátil y se adapta a los requerimientos de cualquier tipo de emprendimiento, independientemente del tamaño o naturaleza del negocio.



Fuente: El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios. Cuarto tema: El estudio organizacional o administrativo. Primera Edición. Quito.

ACTIVIDAD
RECONOCE LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y OTROS ASPECTOS

Actividad no evaluada.
Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 45 minutos.

Instrucciones:

Con el contenido del módulo, realiza lo siguiente.
Diseña tu organigrama básico de las dependencias de tu emprendimiento o negocio actual.
Establece las principales líneas de autoridad y jerarquía interior del negocio.
Diseña un perfil básico sobre el propietario/a del emprendimiento que está formando parte de la administración del negocio.
Utiliza un formato libre, en un máximo de 20 líneas.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tema 6: Manejo de la contabilidad y finanzas de tu emprendimiento

6.1 La información financiera para la toma de decisiones.

La contabilidad es un medio para brindar información con relación a las transacciones mercantiles y/o actividades financieras realizadas por un negocio. La contabilidad pretende medir la utilidad o pérdida de un negocio. La información financiera es valiosa para el Estado, el sistema financiero, los negocios e individuos particulares, ya que permite evaluar acciones pasadas y preparar planes para el futuro con los que alcanzan sus objetivos y metas financieras.

Las cuentas básicas del estado de situación financiera y del estado de resultados son las siguientes:

a) Estado de Situación Financiera:

- o **Activo.** - es un recurso económico propiedad de un negocio, del cual se espera que rinda beneficios en el futuro. El valor del activo se determina por el costo de adquisición del artículo. Es también conocido como la inversión que realiza una persona emprendedora.
- o **Pasivo.** - representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como acreedores. Los acreedores tienen derecho prioritario sobre los activos del negocio. También se le conoce como el financiamiento proporcionado por terceras personas, que puede ser con y sin costo.
- o **Patrimonio.** - es la aportación de los dueños. Es la parte de los activos que pertenece a los dueños del negocio. También se lo puede identificar como el financiamiento proporcionado por los dueños del negocio.

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

b) Estado de resultados:

- o **Ingresos / ventas.**- Son los recursos que recibe el negocio por la venta de un bien o servicio, en efectivo o a crédito. Cuando el cliente no paga en efectivo se produce una cuenta por cobrar.
- o **Gastos o egresos.**- comprenden los activos usados, consumidos o gastados en el negocio para obtener ingresos.
- o **Utilidad.** - es la diferencia entre los ingresos obtenidos y todos los gastos incurridos en la generación de dichos ingresos. Para que haya utilidad, los ingresos deben superar a los gastos.
- o **Pérdida.** - es el resultado obtenido cuando los ingresos son inferiores a los gastos.

- c) **Índices financieros básicos:** con el acceso a información contable del emprendimiento, se puede llegar a determinar los índices financieros básicos, estos índices **son medidas cuantitativas que se utilizan para evaluar el desempeño financiero de un negocio**. Estos índices se basan en datos financieros y contables, y pueden ser utilizados para analizar la **rentabilidad, solvencia, liquidez, eficiencia** y crecimiento de una empresa.
- d) **Indicadores financieros de liquidez:** miden la cantidad de dinero en efectivo y los activos líquidos disponibles en un negocio. Por consiguiente, son indicadores financieros a corto plazo que ayudan a medir la liquidez del emprendimiento. **La liquidez financiera es la capacidad del negocio para pagar sus deudas en un tiempo corto.**
- o **Capital de trabajo.** - también conocido como Fondo de Rotación o Capital Circulante. Este indicador ayuda a evaluar el equilibrio o desequilibrio financiero de un negocio. La fórmula para calcularlo es: $\text{Activo corriente} - \text{pasivo corriente} = \text{Capital de trabajo}$. ¿Cómo interpretar el resultado? Si el resultado es mayor a 0, significa que el negocio tiene un equilibrio financiero saludable; si es menor a 0, indica un desequilibrio en las finanzas.
 - o **Razón corriente.** - la razón de liquidez inmediata, también conocida como razón corriente, es uno de los indicadores financieros más útiles para determinar la capacidad o incapacidad de un negocio para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Su fórmula es: $\text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente} = \text{Razón de liquidez inmediata}$. ¿Cómo interpretar el resultado? Si el resultado es menor a 1, el negocio no puede pagar sus deudas a tiempo.
 - o **Prueba ácida.** - la prueba ácida es otro de los indicadores financieros que permiten saber si el negocio es capaz de pagar sus deudas a corto plazo. Su fórmula es: $(\text{Activo corriente} - \text{inventario}) / \text{pasivo corriente} = \text{prueba ácida}$. ¿Cómo interpretar el resultado? Si el resultado es mayor a 1, el negocio puede cumplir con sus obligaciones a corto plazo.
- e) **Indicadores financieros de rentabilidad:** Estos son los indicadores financieros para evaluar un proyecto de inversión y también determinan la capacidad de un negocio para ser sostenible con el tiempo. Se evalúan las utilidades, ganancias, ventas y activos. Los indicadores financieros más conocidos son:
- o **Margen de utilidad bruta.** - el margen de utilidad bruta te permite conocer la eficacia operativa del negocio. Su fórmula es: $\text{Utilidad bruta} / (\text{Ventas netas} \times 100) = \text{Margen de utilidad bruta}$. Para interpretar este se expone este ejemplo, en una tienda de camisas se vendieron 100 unidades en un mes y generó un ingreso de US\$ 2.000. Para producir estas camisas se gastaron US\$ 1.000 en los materiales y el empaque. De esta manera, el cálculo sería el siguiente: $2.000 - 1.000 = 1.000$. Esto significa que, por cada 100 camisas vendidas, se genera US\$ 1.000 en ganancias. El cálculo es el siguiente: $1.000 / 2.000 \times 100 = 50\%$. Esto significa que el margen de utilidad bruta es del 50% por cada 100 camisas que se venden.

- o **Retorno de inversión (ROI).** - Este indicador financiero es muy conocido y se utiliza para saber si el negocio es rentable. La fórmula para calcularlo es la siguiente: $\text{Utilidad neta} / \text{Activos} = \text{ROI}$. La interpretación de este resultado dependerá de algunas variables como el costo de oportunidad, tasa pasiva, y otros.
 - o **Rentabilidad sobre ventas.** - Este indicador financiero ayuda a saber si los ingresos del negocio han sido mayores que los gastos. La fórmula para calcularlo es: $\text{Utilidad neta} / (\text{Ventas netas} \times 100) = \text{Rentabilidad sobre ventas}$. Si el resultado es mayor a 1, significa que los gastos han sido mayores que los ingresos. Si el resultado es menor a 1, significa que los ingresos han sido mayores que los gastos, por consiguiente, el negocio es rentable.
- f) **Indicadores financieros de endeudamiento:** Dentro de los tipos de indicadores financieros que existen, los siguientes son muy útiles para medir el nivel de endeudamiento que un negocio puede asumir con base en su patrimonio. Estos son los indicadores financieros que se pueden utilizar para conocer estos datos:
- o **Endeudamiento total.** - Este indicador permite conocer si las deudas superan los activos o viceversa. La fórmula es: $\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$. Si el endeudamiento total es mayor al 100%, significa que las deudas del negocio son mayores que los activos.
 - o **Endeudamiento a largo plazo.** - Este indicador financiero es muy valioso, ya que determina si la liquidez del negocio está en riesgo o si tiene la solvencia necesaria para continuar con sus operaciones a largo plazo. La fórmula es: $\text{Pasivo no corriente} / \text{Patrimonio Neto}$. Si el resultado es mayor a 1, entonces el negocio tiene riesgos en su liquidez. Si el resultado es lo contrario, entonces tiene buena solvencia a largo plazo.
 - o **Apalancamiento total.** - Los indicadores financieros de apalancamiento total miden la capacidad de cobertura de obligaciones con terceros del negocio. La fórmula es la siguiente: $\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio Neto}$. Si el nivel de apalancamiento es menor a 1, entonces sí tiene capacidad de cobertura de obligaciones con terceros.



ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 2
SITUACIÓN CONTABLE Y FINANCIERA ACTUAL DEL EMPRENDIMIENTO

Actividad evaluada.
Total, puntos: 15/30
Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 60 minutos.

Instrucciones:

Con todos los conocimientos recibidos en este módulo, deberás hacer un levantamiento de la información contable y financiera de tu negocio actual y responder lo solicitado a continuación:
Escribe tu respuesta en un máximo de 20 líneas.

a) INFORMACIÓN CONTABLE

En tu negocio, dispones de un registro de ingresos y gastos
En tu negocio, dispones de estados financieros

Con información al 31 de diciembre de 2023:

La cantidad de activos de tu negocio asciende a (Cantidad expresada en US\$):
.....

La cantidad de pasivos de tu negocio asciende a (Cantidad expresada en US\$):
.....

El patrimonio de tu negocio es (Cantidad expresada en US\$):
.....

Entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2023:

Los ingresos de tu negocio fueron (Cantidad expresada en US\$):

Los gastos de tu negocio fueron (Cantidad expresada en US\$):

b) INFORMACIÓN FINANCIERA

Con los datos recabados en el literal a, calcula los principales índices financieros de tu negocio. Aquellos para cuyo cálculo dispongas de información.

Nota: Esta información será necesaria para las sesiones de tutoría y para la continuación del programa de capacitación

d. Cierre

Para brindar un acompañamiento técnico a los emprendimientos, es necesario reconocer sus **características principales y diagnosticar su situación actual**, para renovar y mejorar la realidad del negocio.

Es imprescindible que visualices a los emprendimientos como **sostenibles en el tiempo**, es decir que su gestión y resultados sean vistos hacia el largo plazo.

Para identificar el mercado objetivo es necesario que realices un diagnóstico desde la perspectiva comercial y es aquí en donde las **fuerzas competitivas de mercado y el Marketing Mix** son las herramientas que se proponen que las utilices.

Una vez diagnosticado el mercado y para **reconocer la situación estratégica de tu negocio**, resulta clave la determinación de los **factores internos y externos** de tu emprendimiento existente, para esto desarrollaste habilidades y conocimientos a través del uso de las herramientas **PESTEL y FODA**.

Comprendiste que, los elementos de la **administración y logística** de tu emprendimiento, principalmente se enfocan en los diferentes **tipos de actividades** que realizas actualmente en tu negocio, separadas entre **actividades primarias y actividades de apoyo**; y también lo importante que resulta entender cuál es tu **estructura organizacional** actual.

También desarrollaste habilidades básicas para **recabar la información financiera de tu negocio** y el saber **diagnosticar cómo se encuentra, y lo principal, qué decisiones se pueden adoptar**.



e. Glosario

Cadena de valor

Es un concepto teórico que describe el modo en que se desarrollan las acciones y actividades de una empresa.

FODA

Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

PESTEL

Factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

f. Bibliografía

Anour Aguilar. (16 de enero de 2020). 5 FUERZAS de PORTER | CASO Nescafé | Ejemplos Sencillos. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Yvujubev40s>

BBC News Mundo. (15 de septiembre de 2021). ¿Qué es la crisis de los contenedores y cómo afecta al comercio mundial y a tu bolsillo? | BBC Mundo. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Rm8ulgsEaPk>

Caro Montero, Elizabeth, & Blanco Laguardia, Jessica. (2021). Sostenibilidad y emprendimiento. Un análisis profundo de la dimensión social para una gestión sostenible. Universidad de La Habana, (292), 17. Epub 05 de junio de 2021. Recuperado en 05 de mayo de 2024, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0253-92762021000200017&lng=es&tlng=es

Claro Perú. (20 de agosto de 2013). Costo, precio y valor. [Archivo de video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=OVYIQ_A32QI&t=9s

El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios. Primera Edición. Quito.

El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios. Cuarto tema: El estudio organizacional o administrativo. Primera Edición. Quito.

El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 2: Gestión de empresas. Primer tema: Contabilidad empresarial. Primera Edición. Quito.

Fuente, O. (08 de marzo de 2022). ¿Qué es análisis PESTEL? Ejemplos y Plantilla para elaborarlo. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>

- INTED. (20 de junio de 2016). La Cadena de Valor de Michael Porter en 5 minutos. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=mLQcndDR-bU>
- Mintzberg, H. (1991). Diseño de organizaciones eficientes. El Ateneo.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Manual del emprendedor turístico. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Cuaderno de actividades. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Manual del Facilitador. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1999). Inicie su negocio ISUN. Generación de ideas de negocio. Manual de Capacitación para Futuros Empresarios. Primera edición. Lima. 1999.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Cuaderno de trabajo. Primera edición. Lima.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Manual. Primera edición. Lima.
- Posgrados y Educación Continua. (04 de agosto de 2020). Análisis PESTEL para Definir el Plan de Acción de tu Empresa - Tec de Monterrey. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=R5VOC2A47ms>
- Porter, M. (1985). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.
- Rodríguez, D. (2016). Emprendimiento sostenible, significado y dimensiones. Revista Katharsis, N. 21, pp.419-448. Recuperado de <http://revistas.iue.edu.co/index.php/katharsis>
- Shopify – Español. (14 de junio de 2022). Cómo hacer un PLAN ESTRATÉGICO - Proceso de PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Gji43qJUGxs>
- Factoro. (28 de octubre de 2021). Indicadores financieros clave para empresas. [Archivo de video]. Youtube. <https://factoro.mx/blog/indicadores-financieros-clave-para-empresas/>

MÓDULO 5.2

Fortalecimiento del plan de negocio para emprendimientos existentes.

Una vez reconocidos los tipos de emprendimientos y diagnosticada la situación actual de los diferentes negocios que administran las personas participantes, se debe analizar **el mejoramiento de su realidad**, respecto al mercado, la estrategia, la administración y logística; y, la contabilidad y finanzas.



El módulo de Fortalecimiento del plan de negocio para emprendimientos existentes iniciará con la **revisión del mercado, la identificación de mejoras a la estrategia de mercadeo** y la incorporación de actividades esenciales de **comercio electrónico**.

En relación con la estrategia, se propondrá la **actualización del modelo de negocio** con énfasis en la **propuesta de valor del emprendimiento**.

En lo que corresponde a la administración y logística se propenderá el **desarrollo de las capacidades básicas de gestión administrativa**.

En relación con contabilidad y finanzas se revisarán los aspectos esenciales de **planificación financiera**, las decisiones de **inversión, financiamiento** y sus posibles efectos.

Este módulo culminará con la construcción del **plan de negocio potenciado** y su respectivo **plan de acción**.

a. Guía del módulo

El **objetivo general** del módulo 5.2 **Fortalecimiento del plan de negocio para emprendimientos existentes**, es construir un plan para su negocio que permita mejorar los ingresos de forma sostenible para promover la inclusión económica de mujeres y población LGBTI+.

Los **objetivos específicos** del módulo 5.2 con los que se espera que las personas participantes se identifiquen son:

1. Incorporar soluciones y estrategias en las áreas de mejora diagnosticadas.
2. Desarrollar un plan de negocio y su plan de acción para el mejoramiento de su emprendimiento

Resultados de aprendizaje:

Al finalizar el módulo, las personas participantes:

- Analizan el **funcionamiento** de su negocio y establecen permanentemente **posibles acciones de mejora**.
- Desarrollan un **plan de negocio y un plan de acción para su emprendimiento**, que tenga en cuenta las áreas de mejora identificadas.

b. Preguntas generadoras

Las siguientes preguntas motivan al pensamiento crítico previo al inicio de la temática e invitan a reflexionar a partir de la experiencia personal. No requieren ser desarrolladas.

1. ¿Qué decisiones debo asumir en cuanto a estrategias de producto, precio, plaza y promoción, para mejorar mi negocio?
2. ¿Qué cambios debo hacerle al modelo de negocios de mi emprendimiento existente?
3. ¿Cómo puedo incorporar o mejorar la planificación financiera básica de mi emprendimiento?

c. Desarrollo de contenidos

Tema 1: Analiza el mercado.

1.1 Estrategias de mercado

Con la información recibida en el módulo de aprendizaje anterior, lo relacionado con el **marketing mix o las 4P del marketing**, el siguiente paso es identificar las mejores estrategias respecto a producto, precio, plaza y promoción en ventas. Estrategias como las siguientes:

- **La estrategia de producto.** - Con énfasis en el diseño y desarrollo del producto específico, incluyendo aspectos como características, calidad, empaque y posicionamiento, imagen, entre otros aspectos.
- **La estrategia de precios.** – El mercado decide posibles modificaciones sobre el precio de los bienes o servicios.
- **La estrategia de plaza o distribución.** - “Contar con estrategias de distribución bien definidas es fundamental para garantizar el éxito de cualquier negocio, porque así las empresas se aseguran de que sus productos o servicios lleguen a su público de manera oportuna y conveniente, lo que impacta directamente en la satisfacción del cliente.” <https://blog.hubspot.es/marketing/estrategias-distribucionuiip>. Los posibles ajustes o modificaciones en el uso de canales.

- **La estrategia de promoción en ventas.** - La persona emprendedora debe adoptar decisiones claras sobre posibles cambios en la estrategia de promoción en ventas, sobre todo lo relacionado con la inclusión de las **redes sociales y el comercio electrónico** de manera general. Es importante para el negocio adoptar canales como **Facebook, Tik Tok, Instagram, Twitter** y otros, dependiendo el análisis previo de las fuerzas competitivas de mercado. También resulta de vital importancia la revisión de estrategias sobre los aspectos relacionados con el comercio electrónico, es decir la manera de comprar y vender productos o servicios, a través de redes informáticas y del internet prioritariamente.

**ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 1
ESTRATEGIAS DE MERCADO**

Actividad evaluada.
Total puntos: 10/30
Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.
Actividad individual.
Tiempo estimado para el desarrollo: 15 minutos.

Instrucciones:

Tomando en consideración el contenido de las estrategias de mercado, escribe al menos dos posibles estrategias a incorporar respecto a cada elemento del marketing mix (producto, precio, plaza y promoción de ventas).
Escribe tu respuesta en un máximo de 50 líneas.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

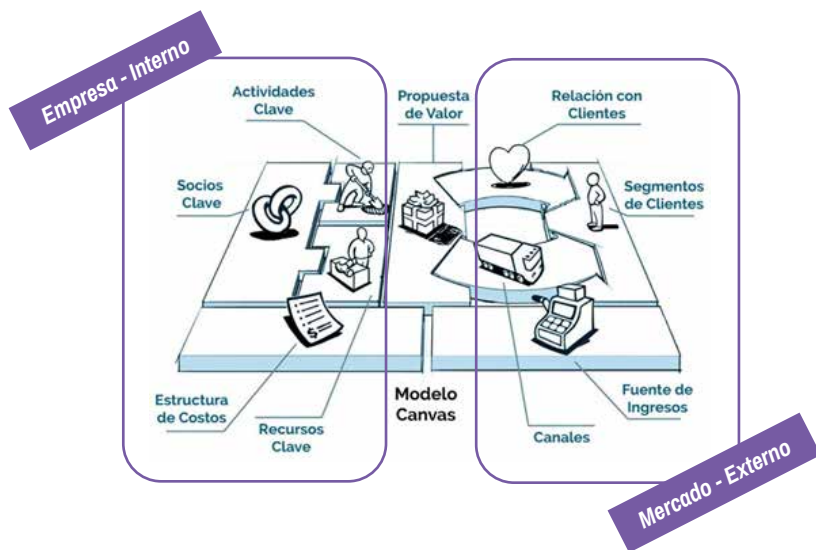
.....

Tema 2: Modela tu estrategia.

2.1 Actualización del modelo de negocio

Parte de la estrategia de un emprendimiento es contar con un modelo de negocio definido y claro. Un modelo de negocio describe las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. (Osterwalder y Pigneur, 2011)

Para mejorar el modelo de negocio de tu emprendimiento se utilizará el **modelo CANVAS**, esta es una herramienta de gestión estratégica que permite conocer los aspectos clave del emprendimiento, cómo se relacionan y compensan entre sí. Se compone de **nueve bloques** o secciones que representan los aspectos clave de una empresa:



Fuente: <https://d31dn7nfpujnm.cloudfront.net/images/valoraciones/0038/6276/modelo-canvas.png?1592469648>

- Segmento de mercado (SM):** detalle de los segmentos a los que atiende una empresa.
- Propuestas de valor:** dar solución a problemas o atención de las necesidades del o los clientes objetivos.
- Canales:** canales de comunicación o de venta, con los que se establecerán relación con los clientes.
- Relaciones con clientes:** relaciones diferentes acordes al segmento de mercado.

- e. **Fuentes de ingreso:** diferentes fuentes de ingresos por parte de los clientes.
- f. **Recursos clave:** activos o bienes necesarios para producir o promocionar el producto o servicio.
- g. **Actividades clave:** serie de actividades
- h. **Asociaciones clave:** alianzas o convenios que permitan la adquisición de recursos claves.
- i. **Estructura de costos:** costos relacionados con el modelo de negocio y estructura.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás conocer qué es el modelo CANVAS y cómo poder diseñar y mejorar un plan de negocios.



Mira el video: Modelo Canvas |
Cómo aplicar el modelo Canvas en el lienzo | Ejemplo práctico
<https://www.youtube.com/watch?v=i1Le5GYkBT8>

Una vez que se comprenda la metodología **CANVAS**, se analizarán las posibles actualizaciones y mejoras a dicho modelo, con énfasis en la **propuesta de valor o factores de diferenciación** del emprendimiento existente. La propuesta de valor es una práctica de marketing cuyo objetivo es transmitir al cliente una **idea clara, concisa y transparente** de cómo determinado negocio puede ser relevante para él. La diferenciación de un producto o servicio puede llegar a conseguirse por diferentes alternativas como las características del producto, los valores corporativos del negocio, la calidad de atención de los empleados, la distribución, entre otros ámbitos.

Tema 3: Propuesta para optimizar la administración y logística de tu emprendimiento.

3.1 Capacidades básicas para mejorar la gestión del negocio



Las capacidades básicas que la persona emprendedora puede potenciar para mejorar la gestión de su negocio se relacionan con las principales habilidades blandas, estas son las habilidades de carácter comportamental, no específicamente las habilidades técnicas. Habilidades blandas como las siguientes:

- **Comunicación.** – La comunicación puede lograrse a través de la palabra escrita, la palabra hablada y la comunicación no verbal. Será conveniente que la persona emprendedora se comunique con exactitud, disponga de destreza en la transmisión de ideas y ponga atención a los sentimientos del receptor del mensaje. La persona emprendedora debe convertirse en un comunicador asertivo que expresa lo que quiere (sentimientos), no habla mal de los demás ni de sí mismo, su comunicación es directa, tiene una voz firme, calurosa y relajada, tiene una mirada franca, la postura bien balanceada, se ve relajado y con movimientos naturales de las manos.
- **Escucha activa.** - Escuchar activamente es una manera de ponerse en situación con el interlocutor, manteniéndose receptivo a lo que dice y demostrando que se le escucha. Aumenta la propia concentración y sirve para que el otro se anime a seguir hablando. Algunos ejemplos de escucha activa son: mantener la atención fija en el interlocutor: Y cuando ocurrió eso, ¿usted qué hizo?, admitir ideas y los sentimientos del otro: Es una idea interesante, ¿le importaría decirme algo más al respecto?, compartir estados de ánimo, así que eso fue lo que sintió usted en ese momento, formular preguntas de tipo abierto, con intención de ayudar, ¿Podría explicarme algo más de eso?, pedir aclaración como repite lo dicho en otros términos para controlar si hay entendimiento.
- **Lenguaje no verbal.** – Consiste en el mensaje que se transmite con los gestos, movimiento de manos y otros no verbales. Algunos ejemplos son: mantener posturas positivas, mantener el contacto visual, animar con gestos y expresiones faciales a continuar, mantener una distancia cómoda, entre otros.

- **Trabajo en equipo.** - Alcanzar el trabajo en equipo demanda el esfuerzo de la persona emprendedora, ya que los equipos efectivos tienen miembros interdependientes, ayudan a que sus miembros sean más eficientes al trabajar juntos que solos, funcionan tan bien que crean su propio magnetismo, no siempre tienen el mismo líder, en los equipos efectivos, los miembros se cuidan y apoyan entre sí, tienen miembros que alientan y animan al líder, y viceversa; y, en los equipos efectivos existe una gran confianza entre los integrantes.
- **Negociación.** - Mantener principios básicos como el separar a las personas del problema, enfocarse en los intereses, no en las posiciones; generar opciones de mutuo acuerdo; y, utilizar criterios objetivos.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás comprender lo valioso de trabajar en equipo, para esto se visualizará el comportamiento de los gansos.



Mira el video: SEAMOS CÓMO LOS GANSOS,

Liderazgo de los Gansos, EL VUELO DE LOS GANSOS, Trabajo en Equipo

<https://www.youtube.com/watch?v=ty7XAV4WcVE>

Tema 4: Oportunidad de mejora de la contabilidad y finanzas de tu emprendimiento.

4.1 Manejo de las finanzas

El mejor manejo de las finanzas de un negocio se sustenta en la óptima planeación financiera, es decir esa hoja de ruta hacia lo que se desea conseguir. Consiste en decidir cómo se emplearán los recursos existentes de un negocio, utilizando estrategias para garantizar el éxito de esta, asegurar su viabilidad económica y concretar los objetivos planteados previamente.

La práctica de establecer estrategias para variables en factores empresariales clave, ayuda a los negocios a mejorar en medio de la incertidumbre. En pocas palabras, la planificación de escenarios crea finanzas con la capacidad de incorporar respuestas a medida que los cambios ocurran.

El proceso básico de planificación financiera consiste en:

- **Considerar las decisiones de inversión y financiamiento.**- La inversión que necesita el negocio se puede responder con la pregunta ¿Cuánto dinero se necesita para mejorar, ampliar el negocio? Dinero para equipo, materiales, nuevas máquinas, Todo emprendimiento necesita **inversiones en el tiempo** porque quiere crecer, porque hay más demanda, porque necesita ampliarse y tener más sucursales, entre otros motivos. Algunas de las inversiones pueden implicar: compra de máquinas y equipos, alquiler de taller, muebles, alquiler de terreno.

El financiamiento constituye la descripción breve de las posibles fuentes que respalden la inversión. Hay **fuentes de financiamiento para ampliar un negocio** como: ahorros personales, préstamos comerciales, préstamos especiales de una entidad estatal, entre otras opciones.

- **Revisar los gastos mensuales.** - No es fácil saber en qué se gasta el dinero. Para optimizar su uso o disminuir los gastos, se debe conocer exactamente ¿cuál es el ingreso del negocio y en qué se gasta? Una opción válida es elaborar un presupuesto detallado que considere todos los ingresos y gastos mensuales, para luego discriminar los gastos fijos mensuales, como los servicios de su negocio (agua, luz, teléfono, gas, otros), lo que gasta en el día a día y que tienen relación con el negocio, hay que incluir los sueldos de los empleados; los gastos de transporte; las cuotas de las deudas; y, los gastos no programados.

- **Determinar objetivos.** - Para formular un plan financiero ¿para qué se quiere generar ingresos y utilidades? Por ejemplo, para adquirir activos o bienes necesarios para la operación del negocio, o de pronto implementar otra sucursal del emprendimiento, entre otras.
- **Respetar el plan fijado.** - Tras definir el plan financiero, hay que hacer énfasis en tomar una decisión informada antes de gastar en un bien o servicio, considerando la meta de generación de ingresos y utilidades que se propongan.

RECURSO COMPLEMENTARIO

En este video podrás entender la importancia de una planificación financiera básica para tu negocio.



Mira el video: Tips para microempresarios - Planificación financiera
<https://www.youtube.com/watch?v=eVbZ2hryvdA>

Tema 5: Plan de negocio potenciado

5.1 Plan de negocio y plan de acción para la implementación.

“El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear planes de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, ofrece un panorama global y simplificado de la empresa. Se trata de un modelo vivo que se construye y actualiza a medida que la compañía confirma su segmento de clientes, refuerza su posicionamiento, crea ideas nuevas, entre otros factores.” <https://www.zendesk.com.mx/blog/modelo-canvas-que-es/>

Un plan de acción es un documento que detalla las **estrategias y tácticas** que se utilizarán para alcanzar objetivos y metas específicas en un período de tiempo determinado.

Para la construcción de tu plan de acción se deben considerar los siguientes elementos: tareas, plazos (inicio – fin), responsables, recursos necesarios y presupuesto estimado.

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN 2 PLAN DE NEGOCIO Y PLAN DE ACCIÓN

Actividad evaluada.

Total puntos: 20/30 (Plan de negocio + plan de acción)

Actividad obligatoria para continuar con el contenido del módulo.

Actividad individual.

Tiempo estimado para el desarrollo: 60 minutos.

Instrucciones:

Con los conocimientos adquiridos en el módulo de Diseño del perfil de negocio y el presente módulo, deberás elaborar tu plan de negocio y el plan de acción para su implementación. Toma como guía el formato que viene a continuación, y las instrucciones recibidas durante la clase.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

f. Cierre

Analizar el mercado es fundamental para **mejorar todo negocio** y sobre todo **tomar conciencia de las estrategias** a adoptar en cuanto al **producto, precio, la plaza** o canales de distribución; y, la **promoción**.

A lo largo del programa, abordamos las temáticas y herramientas fundamentales para el **mejoramiento de tu plan de negocio y su correspondiente plan de implementación**, sustentado el mejoramiento en el reconocimiento de la **estrategia adecuada para tu emprendimiento**, con la **metodología CANVAS**.

También reconociste las **capacidades básicas para mejorar la gestión** del negocio, desde la perspectiva de la **comunicación, escucha activa, lenguaje no verbal, trabajo en equipo y negociación**.

Comprendiste que, el **manejo de las finanzas** del emprendimiento sustentado en una básica **planificación financiera**, son actividades clave para la mejora del negocio, el considerar **decisiones de inversión y financiamiento**, revisar los **gastos mensuales**, determinar **objetivos** y sobre todo **respetar el plan fijado** te llevarán a un **mejor futuro**.

Felicitaciones has culminado el programa de capacitación
EMPRENAMOS CON INCLUSIÓN Y SIN DISCRIMINACIÓN,
te deseamos éxitos en el fortalecimiento de tu emprendimiento.



g. Glosario

CANVAS

El modelo Canvas es una herramienta de gestión estratégica que permite analizar y crear planes de negocio de forma dinámica y visual. Gracias a su formato de lienzo, dividido en 9 bloques, ofrece un panorama global y simplificado de la empresa.

Táctica

Las mejores acciones que se llevan a cabo para lograr objetivos estratégicos. La táctica es fácil de ajustar en función de las circunstancias cambiantes.

h. Bibliografía.

El Comercio. (2011). Saber Más para emprender tu negocio o destacarte en tu trabajo. Módulo 1: Plan de negocios. Primera Edición. Quito.

Faster Capital. (16 de marzo de 2024). Simulación de pronóstico de ventas como probar y experimentar con sus supuestos y variables de pronóstico. Faster Capital. Recuperado el día 10 de mayo de 2024 de <https://fastercapital.com/es/contenido/Simulacion-de-pronostico-de-ventas--como-probar-y-experimentar-con-sus-supuestos-y-variables-de-pronostico.html>

Fuente, O. (08 de marzo de 2022). ¿Qué es análisis PESTEL? Ejemplos y Plantilla para elaborarlo. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-analisis-pestel-digital-business/>

Mike's Center Marketing Video Podcast Marketing. (22 de julio de 2020). Seamos como los gansos, liderazgo de los gansos, el vuelo de los gansos, trabajo en equipo. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=ty7XAV4WcVE>

Monee. (10 de abril de 2018). Plan de Compras. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=qtsmJ1fh5iU>

Moreno, J. (23 de febrero de 2023). ¿Qué es un plan de negocios, para qué sirve y objetivos?. Blog Hubspot. Recuperado el día 10 de mayo de 2024 de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-plan-de-negocios>

Navarro, B. (22 de julio de 2021). ¿Cómo planificar escenarios financieros con perspectivas de futuro? Work day. <https://blog.workday.com/es-es/2021/how-scenario-planning-future-proofs-finance.html>

- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Manual del emprendedor turístico. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Cuaderno de actividades. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (2006). Negocios turísticos con comunidades (NETCOM). Manual del Facilitador. Primera edición. Imprenta Producciones Gráficas. Quito.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1999). Inicie su negocio ISUN. Generación de ideas de negocio. Manual de Capacitación para Futuros Empresarios. Primera edición. Lima. 1999.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Cuaderno de trabajo. Primera edición. Lima.
- Organización Internacional del Trabajo OIT (1997). Inicie su negocio ISUN. Inicie su negocio. Manual. Primera edición. Lima.
- ProcesOptimoSDQ. (12 de junio de 2023). Planificación de Compras: Cómo crear un plan efectivo paso a paso. [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Vo628gy91Rw>

Plan de negocio

(Modelo Canvas)

Llena siguiente información

1. Datos iniciales

Fecha:

Nombres y Apellidos de la persona participante:

.....

Selecciones con una X según corresponda con su realidad

Emprendimiento futuro

Emprendimiento existente

Nombre del emprendimiento

(Colocar el nombre comercial o nombre de fantasía)

.....

Productos o servicios que se ofrecen o se ofrecerán

(Lo más detallado posible)

.....

.....

.....

.....

.....

2. Modelo de negocio CANVAS

Propuesta de valor

Cuenta qué hace especial y útil tu producto o servicio. Explica cómo ayuda a tus clientes y en qué se diferencia de otros similares.

.....

.....

.....

.....

.....

Segmentos de clientes

Identifica y describe a los distintos grupos de personas o empresas que tu negocio atenderá. Piensa en quiénes son tus clientes principales, sus características, necesidades y comportamientos.

.....

.....

.....

.....

.....

Relación con clientes

Explica cómo hablarás con tus clientes. Piensa en cómo los vas a atraer, mantener contentos y hacer que vuelvan. Considera los métodos para comunicarte con ellos y cómo los vas a fidelizar

.....

.....

.....

.....

.....

Canales

Explica cómo llegarás a tus clientes y cómo ellos podrán comprar tu producto o servicio. Menciona los medios que usarás, como tiendas físicas, tiendas online, y redes sociales como Facebook, X (antes Twitter), TikTok, LinkedIn, Instagram, u otras.

.....

.....

.....

.....

.....

Socios clave

Haz una lista y describe a las personas y empresas importantes para el éxito de tu negocio. Incluye proveedores, socios, colaboradores e inversionistas.

.....

.....

.....

.....

.....

Actividades clave

Anota y explica las cosas más importantes que tu negocio debe hacer para funcionar bien y tener éxito, cómo fabricar productos, venderlos, hacer publicidad, mejorar los productos y ayudar a los clientes.

.....

.....

.....

.....

.....

Recursos clave

Describe los elementos esenciales que tu negocio necesita para funcionar. Piensa en el equipo, el personal, el dinero, los lugares donde trabajas y cualquier conocimiento o idea importante para el éxito de tu negocio.

.....

.....

.....

.....

.....

Fuente de ingresos

Explica cómo ganará dinero tu negocio. Menciona las formas en que los clientes pagarán por tus productos o servicios y cualquier otra forma de ingreso que tengas

Fuente de Ingreso	Descripción	Monto Estimado
Ventas Directas	Dinero que se gana vendiendo productos o servicios directamente.	\$
Suscripciones	Dinero que ingresa frecuentemente a tu negocio.	\$
Publicidad	Dinero ganado por vender espacios publicitarios	\$
Comisiones	Dinero ganado por intermediación o comisiones	\$
Servicios Adicionales	Dinero ganado por servicios o productos distintos al de tu negocio.	\$
Otras Fuentes	Cualquier dinero ganado por otro concepto.	\$
INGRESO TOTAL		\$

Estructura de costos

Haz una lista de todos los gastos que tienes cada mes para mantener tu negocio funcionando. Y divide esos gastos en dos grupos: los que siempre son iguales (costos fijos) y los que cambian según lo que produces o vendes (costos variables).

Fuente de Ingreso	Descripción	Costo estimado
Costos Fijos		
Alquiler	Pago mensual por el espacio físico	\$
Sueldos / salarios	Sueldos del personal	
Servicios Públicos	Agua, electricidad, internet, etc.	\$
Costos Variables		
Materia Prima	Materiales que necesitas para fabricar algo	\$
Logística	Costos de transporte y entrega	\$
Marketing	Gastos en publicidad y promoción	\$
Otros Costos		
Equipos y Herramientas	Compra o alquiler de maquinaria y herramientas	\$
Mantenimiento	Reparaciones y mantenimiento de equipos e instalaciones	\$
COSTO TOTAL		\$

3. Plan de acción

Ejemplo aplicado al plan de negocio

Tarea	Fecha de inicio	Fecha de fin	Responsables	Recursos	Presupuesto
Compra de maquinaria	15 julio 2024	31 julio 2024	Propietarios	2 máquinas tipo A 1 máquina tipo B	6.500
Arriendo de local	15 julio 2024	31 julio 2024	Propietarios	Local comercial de 70 metros cuadrados	750
Compra de Materia prima	01 agosto 2024	08 agosto 2024	Propietarios	100 kg de materia prima tipo A 500 kg de materia prima tipo B	2.500
Elaboración del producto	11 agosto 2024	En adelante	Propietarios / ayudante	Productos A, B, C para la elaboración	5.000
Distribución a tiendas	15 agosto 2024	En adelante	Ayudante	Tricimoto Uniforme	1000
Ventas	15 agosto 2024	En adelante	Propietarios	W app business + Instagram + Tik Tok	500
VALOR TOTAL USD					16.250

Plan de acción

Llena con los datos que correspondan a tu plan de negocio

Tarea	Fecha de inicio	Fecha de fin	Responsables	Recursos	Presupuesto
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
					\$
VALOR TOTAL USD					\$





 @MinisterioDeLaMujerYDerechosHumanosEc  @minmujerddhh_ec  @DDHH_Ec

www.derechoshumanos.gob.ec