



Plan de Capacitación para el Emprendedurismo y Empoderamiento de las Mujeres en una Fundación

Autora: Yanicelli, Silvina María

E-mail: silviyanicelli@gmail.com

Tutora: Serón, Ingrid

1. RESUMEN

Según García-Álvarez (2022), **EL EMPRENDEDURISMO Y EL EMPODERAMIENTO** de las mujeres están estrechamente relacionados. EL **EMPRENDIMIENTO** puede ser una herramienta poderosa para el **EMPODERAMIENTO** de las mujeres, ya que les brinda la oportunidad de alcanzar la independencia económica, la autodeterminación y la voz en la sociedad. De acuerdo con Smith (2023), el emprendimiento es una herramienta clave para el desarrollo económico y social de los barrios marginales. Sin embargo, el emprendimiento también puede presentar desafíos para las mujeres. Actualmente a pesar de obstáculos como la falta de recursos, capacitación y condiciones laborales precarias debido a empleos informales, un grupo de mujeres en el barrio La Rinconada emprende con el respaldo de la Fundación León y su "Programa Grameen", el cual les otorga microcréditos para financiar sus emprendimientos. El objetivo principal de este trabajo es diseñar un Plan de Capacitación adaptado a las necesidades del grupo de mujeres beneficiarias, con el propósito de fortalecer la gestión de sus emprendimientos en el largo plazo, mejorar su calidad de vida y lograr su independencia económica.

El enfoque metodológico utilizado es un "Estudio de Caso" de tipo mixto con un diseño Anidado concurrente de modelo dominante cualitativo, lo que permite una comprensión completa de la situación, al sumergirse en los contextos y perspectivas de las mujeres



emprendedoras respaldado por datos cuantitativos precisos.

Como primer paso, se elabora un Plan de Capacitación, el cual está compuesto por cuatro etapas: ETAPA 1: Análisis de Ideas de Negocio, ETAPA 2: Desarrollo Empresarial y Estrategias, ETAPA 3: Desarrollo Personal y Empoderamiento y ETAPA 4: Cierre y Evaluación.

En la primera etapa, se realiza un diagnóstico exhaustivo de la situación actual de la organización mediante la implementación de una actividad denominada "surgimiento de ideas de negocios". A continuación, se lleva a cabo la creación de una nube de palabras con el objetivo de recopilar y resaltar las ideas más importantes mencionadas por las emprendedoras.

Las etapas posteriores del plan se desarrollan de manera secuencial.

Finalmente, se implementa un enfoque cuantitativo que se aplica a diversas actividades del plan de capacitación, tales como la fijación de precios de venta, la proyección de ingresos y márgenes. Este enfoque cuantitativo se emplea, en última instancia, para evaluar los resultados obtenidos y medir el aprendizaje adquirido por el grupo de mujeres participantes.

Es esencial resaltar que estas mujeres cuentan con un grado bajo de escolaridad, y el desafío crucial radica en cómo proporcionarle capacitación pertinente al mundo de los negocios de manera adaptada a sus capacidades. En este contexto, el enfoque es encontrar formas cuidadosas y accesibles de enseñarles a fijar precios sin utilizar un vocabulario técnico, sino más bien utilizando un lenguaje que se ajuste a sus necesidades y capacidades.

El muestreo utilizado es de tipo no probabilístico por bola de nieve, ya que el objetivo no es representar toda la población, sino trabajar con un grupo específico de cinco mujeres dentro del Programa Grameen en el Barrio La Rinconada.

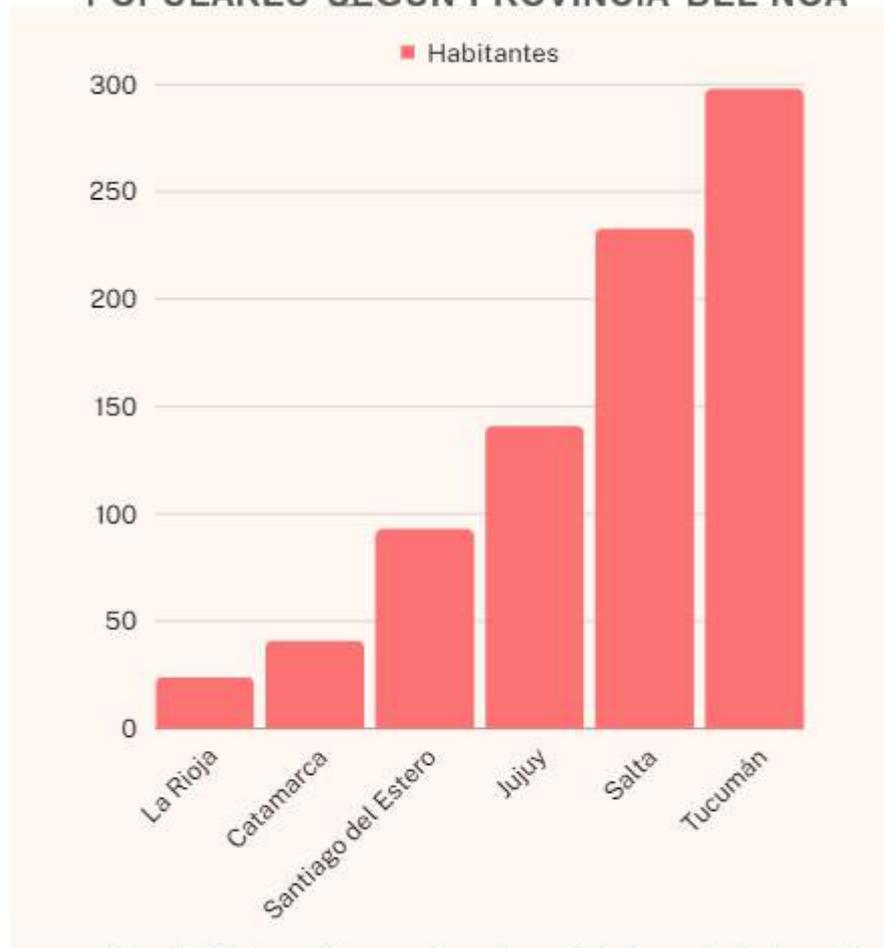
Palabras Claves: Capacitación- Habilidades – Emprendimiento – Empoderamiento – Vulnerabilidad



2. INTRODUCCIÓN

Fundación LEÓN es una organización de la sociedad civil de Tucumán, Argentina, que fue creada por un grupo de empresarios en 2003 en homenaje a León Feler, que sentó las bases en voluntariado y participación civil de la región con el propósito de contribuir con la reducción de la desigualdad social en el Noroeste Argentino (NOA), centrando su accionar en la provincia de Tucumán y los Valles Calchaquíes (Tucumán, Salta y Catamarca).

CANTIDAD DE HABITANTES EN BARRIOS POPULARES SEGÚN PROVINCIA DEL NOA



Fuente: Elaboración propia en base al Informe de Integración



León despliega diversos programas y proyectos que se orientan a abordar las múltiples causas y efectos de la pobreza y la vulnerabilidad social contribuyendo de este modo a generar cambios sistémicos y profundos capaces de sostenerse en el tiempo.

Comprendiendo que la pobreza es un fenómeno multicausal, Fundación León interviene desde una perspectiva multidimensional que busca impactar no sólo en las condiciones materiales, sino también en los componentes simbólicos (sentidos, vínculos y relaciones que se establecen entre las personas, los hogares, las comunidades y el ambiente) que operan en la producción y reproducción de las desigualdades. De este modo, y adoptando un enfoque de derechos y participación que sitúa a las personas y comunidades como sujetos activos y protagonistas de su propio devenir y desarrollo, el abordaje de León permite estructurar circuitos virtuosos de acceso a recursos y desarrollo de capacidades, buscando de este modo reducir las vulnerabilidades desde la raíz. Promueve una metodología de acompañamiento integral que permite acompañar y proyectar cada historia de vida hacia un horizonte de desarrollo y reducción de las vulnerabilidades.

Uno de los pilares centrales de Fundación León es el trabajo en red. De este modo, las diversas acciones y proyectos que desarrolla la Fundación se enmarcan en procesos de planificación y acción conjunta con organizaciones de los sectores público, privado y/o social, permitiendo diseñar intervenciones de mayor integralidad. En este escenario, actualmente Fundación León participa de 10 redes a nivel nacional e internacional y trabaja de forma articulada con más de 50 organizaciones nacionales e internacionales.

En este contexto, la Fundación León se expande hacia nuevas comunidades con altos niveles de desigualdad y vulnerabilidad. **Amplía sus programas en barrios de Tucumán como:** San Exposito, Casa León, San Miguel, Nicolás Avellaneda y La Rinconada. Esta expansión implica mayor cobertura geográfica y alianzas estratégicas.

León se enfoca en el desarrollo integral personal, familiar y comunitario, incluyendo educación, economía financiera, envejecimiento activo y la inclusión de personas con discapacidad. **El propósito de este trabajo es explorar el "Programa Grameen", un enfoque económico financiero que la Fundación León implementa desde hace aproximadamente 10 años, basado en la metodología de "GRAMEEN ARGENTINA".** A continuación, se detallan los centros de Grameen en los distintos barrios de San Miguel de Tucumán y los distintos emprendimientos existentes en los mismos.



CENTROS GRAMEEN EN BARRIOS DE SAN MIGUEL DE TUCUMÁN

CANTIDAD	CENTROS GRAMEEN	EMPRESARIOS
1	Barrio San Expedito	Corte y confección
2	Barrio San Expedito	Despensa
3	Barrio San Expedito	Venta de ropa usada
4 y 5	Barrio San Expedito	Venta de ropa en general
6	Barrio San Expedito	Venta de joyas de acero quirúrgico
7	Barrio San Expedito	Venta de artículos y accesorios eléctricos
8	Casa León	venta de blanco
9	Casa León	venta de joyas de acero quirúrgico, plata y oro
10	Casa León	Servicio de estética y uñas
11	Casa León	Venta de bebidas
12	Casa León	Venta de ropa
13	Casa León	Elaboración y venta de comidas saladas
14	Casa León	Venta de helados artesanales
15	Casa León	Venta de ropa interior
16	Casa León	Corte y confección
17	Casa León	Elaboración y venta de cosas dulces
18 y 19	Casa León	Servicio de estética
20	Casa León	Venta de comidas saladas
21	Casa León	Venta de tartas temáticas

22	Casa León	Venta de masas dulces
23	Casa León	Confección y venta de disfraces y trajes
24	Casa León	Venta de comidas saladas
25	Barrio San Miguel	Despensa
26	Barrio San Miguel	Regeneria y Helados
27	Barrio San Miguel	Venta de productos de limpieza
28	Barrio San Miguel	Venta de pasta y especialidades
29	Barrio San Miguel	Despensa
30	Barrio San Miguel	Venta de descartables
31	Barrio Nicolás Avellaneda	Elaboración de coleras y costura
32	Barrio Nicolás Avellaneda	Elaboración y venta de juguetes en nudo
33	Barrio Nicolás Avellaneda	Venta de zapatillas
34	Barrio Nicolás Avellaneda	Elaboración y venta de cosas dulces
35	Barrio Nicolás Avellaneda	Centro de estética, análisis, mesoterapia
36	Barrio Nicolás Avellaneda	Confección y venta de ropa interior y costura en general
37	Barrio La Rinconada	SERVICIO DE PELUQUERÍA
38	Barrio La Rinconada	VENTA DE COLOSINAS
39	Barrio La Rinconada	VENTA DE COMIDA (viandas, sándwiches, jugos)
40	Barrio La Rinconada	VENTA DE ROPA
41	Barrio La Rinconada	VENTA DE PLANTAS Y VERDURAS

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

El Programa Grameen, fundado por Muhammad Yunus en Bangladesh en 1974, representa un hito en el ámbito de las microfinanzas y el desarrollo social. Su enfoque principal consiste en proporcionar servicios financieros y empoderamiento a personas de bajos ingresos, principalmente mujeres, que carecen de acceso a servicios financieros tradicionales.

Yunus, conocido como el "Banquero de los pobres", creó el Grameen Bank en 1976 después de no encontrar apoyo gubernamental ni privado para préstamos similares.

El programa es conocido por otorgar microcréditos sin garantías materiales a grupos formados por 5 mujeres. Se basa en garantías solidarias entre mujeres emprendedoras en comunidades rurales y de bajos recursos. Este enfoque va acompañado de desarrollo de habilidades socioemocionales para el autoempleo.

Dirigido a micro emprendedoras en diversas áreas, ha inspirado instituciones de microfinanzas en todo el mundo, demostrando que brindar acceso financiero a personas de bajos ingresos puede impactar positivamente en la erradicación de la pobreza y el desarrollo económico en comunidades marginadas.

Es importante destacar que estas mujeres acceden a empleos informales para poder cubrir sus necesidades básicas. El empleo informal se refiere a trabajos que no están regulados por el gobierno y, por lo tanto, no ofrecen las mismas protecciones laborales y beneficios que los empleos formales. En muchos países, el empleo informal es común, especialmente en áreas urbanas y entre poblaciones desfavorecidas. **Algunos aspectos clave del empleo informal incluyen:**

Falta de Seguridad Laboral: Los trabajadores informales suelen carecer de contratos formales, lo que los deja en una situación de vulnerabilidad, ya que pueden ser despedidos sin previo aviso y no tienen acceso a prestaciones como seguro de salud o jubilación.

Salarios Bajos: Los trabajadores informales a menudo ganan salarios bajos y tienen pocas oportunidades de aumentar sus ingresos.

Condiciones de Trabajo Precarias: En muchos casos, los empleados informales trabajan en condiciones peligrosas o insalubres, sin protección laboral adecuada.

Acceso Limitado a Beneficios Sociales: Los trabajadores informales pueden no ser elegibles para programas de asistencia social o de formación laboral, lo que perpetúa el ciclo de la pobreza.

Por lo anterior mencionado estas mujeres pertenecientes a barrios precarios se enfrentan a grandes Desafíos en sus Emprendimientos. Emprender un negocio en barrios precarios presenta desafíos únicos debido a las condiciones socioeconómicas desfavorables. Algunos de los desafíos incluyen:

Falta de Recursos Financieros: La falta de acceso a crédito y ahorros limitados hace que sea difícil para los emprendedores obtener el capital necesario para iniciar y mantener un negocio.





Infraestructura Inadecuada: Los barrios precarios a menudo carecen de una infraestructura básica, como carreteras, electricidad y agua potable, lo que dificulta la operación de negocios.

Inseguridad: La delincuencia y la falta de seguridad pueden ser un obstáculo importante para las emprendedoras y sus clientes.

Falta de Capacitación Empresarial: Muchas personas en barrios precarios pueden carecer de la educación y formación necesarias para administrar con éxito un negocio.

La falta de educación es un problema que afecta a individuos y comunidades en todo el mundo. Algunos aspectos destacados son:

Desigualdades Sociales: La falta de acceso a la educación perpetúa las desigualdades sociales, ya que las personas sin educación suelen tener menos oportunidades de empleo y menos poder adquisitivo.

Desempleo o Empleo Precario: Las personas sin educación a menudo se ven limitadas a empleos mal remunerados o informales, lo que dificulta su capacidad para satisfacer sus necesidades básicas.

Ciclo de Pobreza: La falta de educación puede atrapar a las personas en un ciclo de pobreza, ya que es menos probable que puedan invertir en la educación de sus hijos, lo que perpetúa la falta de oportunidades.

Impacto en la Salud y el Bienestar: La educación también está relacionada con una mejor salud y una mayor calidad de vida. Las personas con educación suelen tomar decisiones más informadas sobre su salud y tienen más probabilidades de acceder a servicios médicos adecuados.

Abordar estos desafíos requiere políticas y programas específicos que promuevan la educación, el acceso a empleos formales y el apoyo al emprendimiento en comunidades precarias. La inversión en infraestructura, formación y oportunidades laborales es esencial para combatir estas problemáticas.

3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En el Barrio La Rinconada, Yerba Buena, un destacado grupo de mujeres emprendedoras se encuentra inmerso en una lucha constante contra desafíos de gran envergadura. Estos desafíos, que van desde la carencia de empleo estable hasta la limitada formación empresarial, así como los obstáculos inherentes al emprendimiento en un entorno precario, han tejido una red compleja de dificultades. La realidad se complica aún más por el acceso limitado a recursos financieros, exacerbando las barreras que impiden el florecimiento de sus iniciativas comerciales. Además, la ausencia de un sólido respaldo societal contribuye a la falta de autovaloración y empoderamiento entre estas mujeres valientes. Esta combinación de factores potencialmente desalentadores crea un escenario en el que el éxito de los emprendimientos y la consecución de la ansiada independencia económica a largo plazo se ven amenazados. Sin embargo, es crucial reconocer estas adversidades como oportunidades para implementar medidas de apoyo integral que puedan catalizar el crecimiento y la prosperidad de estas mujeres emprendedoras, allanando así el camino hacia un futuro más prometedor.

FOTOS TOMADAS EN EL BARRIO LA RINCONADA



4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuál es la situación actual de este grupo de mujeres emprendedoras?
- ¿Cuáles son las necesidades específicas de formación empresarial y recursos financieros que estas emprendedoras requieren para lograr la sostenibilidad a largo plazo de sus negocios?
- ¿Qué estrategias o actividades pueden ser implementadas para fortalecer su formación, habilidades empresariales y empoderamiento?

5. OBJETIVO GENERAL

El objetivo principal de este trabajo es diseñar un Plan de Capacitación adaptado a las necesidades del grupo de beneficiarias del Programa Grameen de esta fundación, con el propósito de fortalecer la gestión de sus emprendimientos a largo plazo.



6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Conocer la situación actual de este grupo de mujeres emprendedoras en el Barrio La Rinconada, incluyendo la naturaleza de sus negocios.
- ✓ Diseñar y ejecutar un programa de capacitación personalizado para emprendedoras en el barrio la rinconada con el propósito de fortalecer sus habilidades y mejorar la gestión de los emprendimientos para alcanzar la sostenibilidad a largo plazo de sus negocios.
- ✓ Proponer estrategias y actividades concretas que puedan ser implementadas para fortalecer la formación, habilidades empresariales y empoderamiento de estas mujeres, considerando las limitaciones y recursos disponibles.

7. MARCO METODOLÓGICO

En el presente trabajo, se ha adoptado un enfoque metodológico de Estudio de Caso de tipo Mixto, con un diseño Anidado concurrente de modelo dominante cualitativo.

En una primera fase, se lleva a cabo una investigación cualitativa esencial con el propósito de comprender las circunstancias y necesidades específicas de las mujeres en el Barrio La Rinconada. Las técnicas de recolección de datos empleadas incluyen entrevistas en profundidad, cuestionarios en papel/autoadministrados y observación directa, participando activamente en las actividades del barrio y del programa. Este enfoque facilita la obtención de una comprensión más profunda de la vida cotidiana y las dinámicas comunitarias.

El trabajo se centra en la elaboración de un plan de capacitación, el cual está compuesto por cuatro etapas. En la primera etapa, se realiza un diagnóstico exhaustivo de la situación actual de la organización mediante la implementación de una actividad denominada "surgimiento de ideas de negocios". A continuación, se lleva a cabo la creación de una nube de palabras con el objetivo de recopilar y resaltar las ideas más importantes mencionadas por las emprendedoras. Las etapas posteriores del plan se desarrollan de manera secuencial. Finalmente, se implementa un enfoque cuantitativo que se aplica a diversas actividades del plan de capacitación, tales como la fijación de precios de venta, la proyección de ingresos y márgenes. Este enfoque cuantitativo se emplea, en última instancia, para evaluar los resultados obtenidos y medir el aprendizaje adquirido por el grupo de mujeres participantes.

En lo que respecta al muestreo, se lleva a cabo de manera no probabilística por bola de nieve, seleccionando un grupo de 5 mujeres pertenecientes al Programa Grameen en el Barrio La Rinconada. Esta elección consciente del enfoque de muestreo no pretende ser representativa de toda la población, sino ofrecer un abordaje más detallado y específico.

8. MARCO TEÓRICO

Según **García-Álvarez (2022)**, El **Emprendedurismo y el Empoderamiento** de las mujeres están estrechamente relacionados.



1) El emprendimiento puede ser una herramienta poderosa para el empoderamiento de las mujeres, ya que les brinda la oportunidad de alcanzar la independencia económica, desarrollo personal y la voz en la sociedad.

- **El Emprendimiento** puede contribuir al empoderamiento de las mujeres de tres maneras:

1-Independencia económica: El emprendimiento puede brindar a las mujeres una fuente de ingresos independiente, lo que puede ayudarlas a escapar de la pobreza y la dependencia de los hombres.

2-Desarrollo personal: El emprendimiento puede permitir a las mujeres desarrollar sus habilidades y talentos, lo que puede conducir a un mayor sentido de autoestima y confianza.

3-Impacto social: El emprendimiento puede proporcionar a las mujeres una plataforma para expresar sus ideas y perspectivas, lo que puede ayudarlas a tener un impacto en la sociedad.

García-Álvarez también señala que las mujeres emprendedoras suelen enfrentar barreras como la discriminación, la falta de acceso a la financiación y la falta de apoyo social. Es importante abordar estas barreras para que las mujeres puedan aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece el emprendimiento.

De acuerdo con Smith (2023), el EMPRENDIMIENTO es una herramienta clave para el desarrollo económico y social de los barrios marginales. El autor argumenta que el emprendimiento puede ayudar a crear puestos de trabajo, aumentar los ingresos y mejorar la calidad de vida de las personas que viven en estos barrios.

Smith señala que el emprendimiento puede ser llevado a cabo por personas de cualquier origen, pero que es particularmente importante para las personas que viven en barrios marginales. Esto se debe a que los barrios marginales a menudo tienen altas tasas de desempleo, pobreza y desigualdad. El emprendimiento puede proporcionar a las personas de estos barrios la oportunidad de crear sus propios empleos y mejorar sus condiciones de vida.

Schnarch Kirberg (2021) define el EMPRENDIMIENTO como un proceso que implica identificar una necesidad o problema en el mercado y desarrollar una solución innovadora para satisfacer esa necesidad. **El autor señala que el emprendimiento es una actividad creativa y apasionante que requiere una gran dosis de perseverancia.**

2) **El Empoderamiento** de las mujeres se refiere al proceso de aumentar el poder y el control de las mujeres sobre sus propias vidas. Esto puede incluir el acceso a la educación, la salud, los recursos económicos y las oportunidades de liderazgo. El emprendimiento puede ayudar a las mujeres a lograr estos objetivos de varias maneras.

Irigoyen y López (2023), señalan que la CAPACITACIÓN es una herramienta que puede ayudar a las personas a mejorar sus competencias y, por lo tanto, a mejorar sus condiciones de vida, a encontrar empleo o a generar su propio empleo, y a integrarse a la sociedad (p. 15). **Es un factor clave para el crecimiento económico, la creación de empleo y la mejora de la calidad de vida de las personas.**

La capacitación es un proceso educativo que tiene como objetivo mejorar las competencias de las personas para el desarrollo local. Las competencias son las capacidades y habilidades que permiten a las personas realizar tareas y resolver problemas de manera eficaz.

Irigoyen y López (2023) en su libro "Capacitación para el desarrollo local" aborda la importancia de la **capacitación para el desarrollo local, con especial énfasis en los barrios precarios**. En este contexto, la capacitación puede ayudar a las personas a:

- Mejorar sus condiciones de vida.
- Emplearse o generar su propio empleo.
- Integrarse a la sociedad.

El libro ofrece una serie de recomendaciones para la elaboración de planes de capacitación en contextos de pobreza. Estas recomendaciones incluyen:

- Considerar las necesidades y realidades de las personas a capacitar.
- Emplear estrategias y metodologías de capacitación participativas y contextualizadas.
- Brindar seguimiento y apoyo a las personas capacitadas.

Investigación de mercado: es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y la comunicación de los resultados de este análisis a la dirección. La investigación de mercados puede verse como el desempeño de tres roles funcionales: descriptivo, diagnóstico y predictivo. Su función descriptiva incluye recopilar y presentar enunciados de hechos. El segundo rol de la investigación es la función diagnóstica, en la que se explican datos y/o acciones. El último rol de la investigación es la función predictiva. Especificación de cómo usar la investigación descriptiva y diagnóstica para predecir los resultados de una decisión planeada de marketing (**Gates, 2016**).

Fundación León se alinea con los objetivos de desarrollo sostenible establecidos en 2015 por la asamblea general de las naciones unidas. Específicamente, León contribuye con los siguientes ODS:

GRÁFICO 1: Objetivos de Desarrollo Sostenibles que promueve Fundación León



FUENTE: FUNDACIÓN LEÓN



El origen de Grameen se remonta a 1974, cuando el economista y por entonces profesor universitario **Muhammad Yunus** tuvo una idea brillante: **combatir la pobreza**, uno de los flagelos más grandes de la humanidad, mediante microcréditos. Este fue el comienzo de **Grameen**, vocablo que proviene de Bangladesh y significa aldeano. Consiste en un **sistema de microcrédito** destinado a beneficiar a los más carenciados, con la intención de que puedan desarrollar sus propios proyectos y mejorar su calidad de vida. Así, lo que comenzó siendo un intento de ayuda a algunas familias, creció hasta convertirse en el actual **Grameen Bank**, una institución microfinanciera radicada en Bangladesh, que otorga **pequeños créditos** a personas pobres para realizar un **microemprendimiento**. El éxito fue tal que en 2006 **Yunus recibió el Premio Nobel de la Paz** por sus esfuerzos para incentivar el desarrollo social y económico desde abajo.

Las Réplicas de Grameen están presentes en más de 100 países y comparten la visión de erradicar la pobreza. En Argentina, **Fundación Grameen Argentina (FGA)** representa este enfoque desde 1999 bajo la dirección del **Dr. Pablo Broder**, reconocido por el **Grameen Bank**. Broder es el representante honorario del profesor Yunus en Argentina y Paraguay. Los capacitadores de FGA, entrenados en Bangladesh, difunden la metodología a ONGs, instituciones y fundaciones en Argentina y América Latina. Esta iniciativa busca promover el desarrollo local mediante el microcrédito como herramienta principal.

Algunas Pautas Metodológicas:

- **EMPREDIMIENTO:** El monto del crédito lo elige cada prestataria y debe ser destinado íntegramente a financiar emprendimientos productivos generadores de ingresos sustentables.
- **Conformación de grupos de 5 personas:** Si bien los microcréditos son para emprendimientos individuales, se forman grupos de cinco mujeres (no familiares) que se comprometen solidariamente unas con otras. Esto crea una comprensión y una cooperación grupal que asegura el compromiso con el reembolso de los microcréditos.
- **Reuniones semanales obligatorias:** se llevan a cabo en los domicilios de las beneficiarias y son requisito fundamental para acceder al microcrédito.
- **Sin garantía material:** El Banco Grameen se basa en la formación voluntaria de pequeños grupos para proveer garantías grupales y moralmente vinculantes, en lugar de la garantía requerida por bancos convencionales.
- **Crecimiento:** Inicialmente el monto del microcrédito es bajo, pero si la persona cumple íntegramente con la devolución del mismo puede renovarlo año tras año por montos superiores en cada ocasión; de esta manera, Grameen acompaña el paulatino mejoramiento económico de la persona.

Algunas Características Claves del Programa Grameen:

1. **Microcréditos:** El programa Grameen otorga pequeños préstamos a grupos de mujeres emprendedoras, conocidos como "grupos de solidaridad". Estos préstamos se utilizan para iniciar o expandir pequeños negocios, lo que permite a las mujeres generar ingresos y mejorar sus condiciones de vida.
2. **Grupos de Solidaridad:** Las mujeres que participan en el programa Grameen se agrupan en pequeñas comunidades llamadas "grupos de solidaridad". Estos grupos brindan apoyo mutuo y son responsables de garantizar que los préstamos sean reembolsados de manera adecuada.



3. Enfoque en las Mujeres: El programa Grameen se centra en empoderar a las mujeres, reconociendo su capacidad para administrar y utilizar recursos financieros de manera efectiva. Se ha demostrado que cuando las mujeres tienen acceso a recursos económicos, la inversión en educación y salud de sus familias aumenta, lo que contribuye al desarrollo sostenible.

4. Sin Garantías Tradicionales: A diferencia de los préstamos tradicionales, el programa Grameen no requiere garantías colaterales. En su lugar, se basa en la confianza grupal y en la responsabilidad compartida entre los miembros del grupo de solidaridad

5. Enfoque en la Sostenibilidad: El programa Grameen promueve la autogestión y la sostenibilidad financiera de las comunidades. A medida que los préstamos son reembolsados, los fondos se reinvierten en nuevos préstamos, creando un ciclo de apoyo continuo.

6. Diversificación de Servicios: A lo largo de los años, el programa Grameen ha diversificado sus servicios más allá de los microcréditos. Ofrece servicios de ahorro, seguros y programas de capacitación para empoderar aún más a las mujeres y sus comunidades.

El éxito del programa Grameen ha inspirado la creación de numerosas instituciones de microfinanzas en todo el mundo. Ha demostrado que proporcionar acceso a servicios financieros a personas de bajos ingresos puede tener un impacto positivo significativo en la erradicación de la pobreza y en la promoción del desarrollo económico en comunidades marginadas.

9. APLICACIÓN

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN PARA MUJERES EMPRENDEDORAS EN LA RINCONADA, TUCUMÁN

Este programa comienza con un análisis de las ideas de negocio, encuestas a compradores y ejercicios financieros antes de continuar con estrategias de marketing y desarrollo personal. Esto permitirá una base sólida para el desarrollo de los negocios de las mujeres emprendedoras. Es fundamental adaptar el programa según las necesidades particulares de esta comunidad, tomando en consideración el nivel de alfabetismo presente para garantizar una asimilación efectiva de los conceptos presentados. Al concluir el programa, se llevará a cabo una evaluación final para medir la comprensión de los contenidos por parte de las cinco emprendedoras participantes.

ETAPA 1: ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIO

Actividad 1: Evaluación Inicial de Ideas de Negocio

- Introducción al programa y objetivos.
- Presentación de las ideas de negocio de las participantes.
- Discusión y retroalimentación inicial.

Objetivo de Actividad 1: Establecer una base sólida al presentar las ideas de negocio, permitiendo la retroalimentación inicial para clarificar y mejorar las propuestas.

Actividad 2: Investigación de Mercado y Validación de Ideas

- Técnicas de investigación de mercado.



- Realización de encuestas a compradores potenciales.
- Validación de ideas de negocio.

Objetivo de Actividad 2: Comprender el entorno comercial y validar la viabilidad de las ideas a través de encuestas y técnicas de investigación de mercado

Actividad 3: Fijación de Costos e Ingresos

- Identificación y cálculo de costos.
- Proyección de ingresos.
- Análisis de margen de beneficio.

Objetivo de Actividad 3: Construir una base financiera sólida identificando y calculando costos, proyectando ingresos y analizando el margen de beneficio.

ETAPA 2: DESARROLLO EMPRESARIAL Y ESTRATEGIAS

Actividad 4: Determinación de Precios de Venta

- Estrategias de fijación de precios.
- Consideraciones competitivas y de mercado.
- Establecimiento de precios de venta adecuados.

Objetivo de Actividad 4: Desarrollar estrategias de precios competitivas y óptimas, considerando factores del mercado para lograr una rentabilidad equilibrada.

Actividad 5: Planificación Financiera Personal

- Manejo de finanzas personales.
- Ahorro y gestión de ingresos personales.

Objetivo de Actividad 5: Mejorar las habilidades de manejo financiero personal para respaldar el desarrollo y crecimiento del negocio.

Actividad 6: Estrategias de Marketing

- Conceptos básicos de marketing.

- Desarrollo de estrategias de marketing.
- Uso de redes sociales y publicidad local.

Objetivo de Actividad 6: Desarrollar estrategias de marketing efectivas y adaptadas al mercado local para aumentar la visibilidad y atracción de clientes.

ETAPA 3: DESARROLLO PERSONAL Y EMPODERAMIENTO

Actividad 7: Empoderamiento Personal y Comunicación

- Autoconfianza y habilidades de comunicación.
- Resolución de conflictos y toma de decisiones personales.

Objetivo de Actividad 7: Fortalecer la autoconfianza, habilidades de comunicación y liderazgo personal para afrontar desafíos con seguridad.

Actividad 8: Presentación de Proyectos Empresariales

- Preparación de Modelo Canvas
- Retroalimentación y mejora de proyectos.

Objetivo de Actividad 8: Preparar y mejorar la presentación de proyectos mediante el Modelo Canvas, perfeccionando la propuesta de negocio.

ETAPA 4: CIERRE Y EVALUACIÓN

Actividad 9: Evaluación del Programa y Graduación

- Evaluación del programa y retroalimentación.
- Ceremonia de graduación y reconocimientos.

Objetivo de Actividad 9: Evaluar la comprensión y aprendizaje, reconociendo los logros en una ceremonia de graduación, cerrando formalmente el programa.

*Recursos y Apoyo Adicional: Proporcionar recursos audiovisuales y material didáctico para enriquecer la experiencia de aprendizaje.

***Seguimiento Post-Programa:** Sesiones de seguimiento mensuales para monitorear el progreso de los proyectos empresariales, brindando apoyo adicional según sea necesario.

DESARROLLO DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

ETAPA 1: ANÁLISIS DE IDEAS DE NEGOCIO

Esta etapa se encuentra constituida por 3 actividades que se irán detallando a continuación (ACTIVIDAD 1, ACTIVIDAD 2 Y ACTIVIDAD 3):

Actividad 1: Evaluación Inicial de Ideas de Negocio

- Introducción al programa y objetivos.
- Presentación de las ideas de negocio de las participantes.
- Discusión y retroalimentación inicial.

ACTIVIDAD 1

- ***Conformación Del Grupo***

El grupo está compuesto por cinco mujeres de edades comprendidas entre los 31 y 58 años residentes en el Barrio La Rinconada.

Cada una de estas mujeres accede a un microcrédito proporcionado por Grameen con el propósito de desarrollar su respectiva idea de negocio. Estos microcréditos, otorgados individualmente, forman parte de un monto total que debe ser reembolsado en cuotas de igual valor, a las cuales se les aplica una tasa de interés correspondiente.

Cabe destacar que cada integrante del grupo tiene la autonomía para seleccionar el monto específico que solicitará, basándose en sus circunstancias económicas y su capacidad de reembolso. Además, en un espíritu de cooperación y colaboración, el grupo en su conjunto debe tomar decisiones en relación a la cantidad de cuotas en las que se devolverá el monto total del microcrédito. Este proceso de toma de decisiones se lleva a cabo con el objetivo de adaptar el plan de reembolso a las necesidades y posibilidades financieras de cada miembro del grupo, promoviendo así el éxito de sus respectivos emprendimientos.

- ***Programa de Microcréditos y Plan de Reembolso para Emprendedoras***

A continuación, se presenta un cuadro comparativo con los montos de capital que pueden adquirir cada una de las mujeres emprendedoras, junto con sus respectivas cuotas semanales, la tasa de interés aplicada, el total a devolver y el valor de la cuota que cada una deberá reintegrar. Se destaca que los montos prestados deben ser reembolsados en un período de 10 a 30 semanas, durante las cuales se celebran reuniones de grupo.



PROGRAMA DE MICROCRÉDITOS Y PLAN DE REEMBOLSO PARA EMPRENDEDORAS

CREDITOS GRAMEEN – SEPTIEMBRE 2023

Microcréditos				
Capital	Cuotas (semanal)	% Interés	Total a Devolver	Valor cuota
\$ 60,000.00	10	18%	\$ 70,961.54	\$ 7,096.15
\$ 60,000.00	15	27%	\$ 76,442.31	\$ 5,096.15
\$ 60,000.00	20	37%	\$ 81,923.08	\$ 4,096.15
\$ 60,000.00	25	46%	\$ 87,403.85	\$ 3,496.15
\$ 60,000.00	30	55%	\$ 92,884.62	\$ 3,096.15
\$ 70,000.00	10	18%	\$ 82,788.46	\$ 8,278.85
\$ 70,000.00	15	27%	\$ 89,182.69	\$ 5,945.51
\$ 70,000.00	20	37%	\$ 95,576.92	\$ 4,778.85
\$ 70,000.00	25	46%	\$ 101,971.15	\$ 4,078.85
\$ 70,000.00	30	55%	\$ 108,365.38	\$ 3,612.18
\$ 80,000.00	10	18%	\$ 94,615.38	\$ 9,461.54
\$ 80,000.00	15	27%	\$ 101,923.08	\$ 6,794.87
\$ 80,000.00	20	37%	\$ 109,230.77	\$ 5,461.54
\$ 80,000.00	25	46%	\$ 116,538.46	\$ 4,661.54
\$ 80,000.00	30	55%	\$ 123,846.15	\$ 4,128.21
\$ 90,000.00	10	18%	\$ 106,442.31	\$ 10,644.23
\$ 90,000.00	15	27%	\$ 114,663.46	\$ 7,644.23
\$ 90,000.00	20	37%	\$ 122,884.62	\$ 6,144.23
\$ 90,000.00	25	46%	\$ 131,105.77	\$ 5,244.23
\$ 90,000.00	30	55%	\$ 139,326.92	\$ 4,644.23

FUENTE: FUNDACIÓN LEÓN

- **Detalles del Plan de Reembolso:**

1. **Monto del Microcrédito:** Varios montos individuales (seleccionados por cada emprendedora según sus posibilidades económicas).
2. **Tasa de Interés:** Se aplica una tasa de interés fija.
3. **Total a Devolver:** La suma total que incluye el monto del microcrédito y los intereses aplicados.
4. **Valor de la Cuota Semanal:** El importe que debe reintegrarse semanalmente para cumplir con el reembolso del microcrédito.
5. **Período de Reembolso:** El plazo para el reembolso del monto prestado varía entre 10 y 30 semanas.

1- IDEAS DE NEGOCIO DE LAS EMPRENDEDORAS

Estas propuestas de negocios surgen a partir de un proceso metódico de entrevistas en profundidad realizadas individualmente con un grupo de 5 mujeres emprendedoras.

Estas entrevistas se llevaron a cabo con el fin de explorar en detalle sus experiencias, desafíos, metas y aspiraciones relacionadas con sus respectivos emprendimientos.

EMPRENDIMIENTOS

TABLA 1: DATOS DEMOGRÁFICOS DEL GRUPO DE BENEFICIARIAS DEL PROGRAMA GRAMEEN- BARRIO LA RINCONADA

INTEGRANTE	EDAD	EMPRENDIMIENTO
1-SILVIA	31	SERVICIO DE PELUQUERÍA
2-LAURA	43	VENTA DE GOLOSINAS
3-ROSITA	47	VENTA DE COMIDA (viandas, sándwiches, jugos)
4-VICKY	57	VENTA DE ROPA
5-VICTORIA.G	58	VENTA DE PLANTAS Y VERDURAS

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

A través de estas conversaciones, se obtuvo una riqueza de información cualitativa que arrojó luz sobre diversos aspectos clave de sus trayectorias empresariales.

Aspectos Explorados en las Entrevistas:

1. Datos Personales: Se recopiló información detallada sobre el nombre y la edad de cada emprendedora, lo que permitió comprender mejor su contexto individual, familia, hijos, etc.
2. Idea de Negocio: Cada entrevistada compartió su idea de negocio específica, lo que proporcionó una visión clara de los productos o servicios que planeaban ofrecer.
3. Productos a Vender: Se indagó sobre los productos o servicios que planeaban comercializar (plantas, verduras, sándwiches, viandas, helados, golosinas, ropa y servicios de peluquería a domicilio)
4. En el marco de la investigación, se examinó si las mujeres habían recibido formación formal en el campo empresarial o si habían adquirido sus habilidades de manera autodidacta. Los resultados arrojaron que las mujeres poseen un conocimiento limitado en lo que respecta a la gestión de negocios. Por consiguiente, se decidió llevar a cabo un Plan de Capacitación que comenzará con la enseñanza de conceptos fundamentales relacionados con el emprendimiento, tales como ingresos, gastos, costos, precios de venta y margen de beneficio. Estos conocimientos serán aplicados en sus respectivos emprendimientos con un enfoque práctico y pedagógico, con el objetivo de empoderar a las mujeres y permitirles tomar decisiones informadas.



El propósito de esta capacitación es que las mujeres puedan evaluar adecuadamente el valor de su tiempo invertido en la producción de sus productos, así como establecer precios justos por su trabajo. En muchas ocasiones, debido a su falta de familiaridad con estos conceptos, las mujeres tienden a subvalorar sus productos y servicios, lo que resulta insostenible a largo plazo. Este programa busca corregir esta tendencia y promover la viabilidad y el crecimiento de sus emprendimientos.

5. Modelos a Seguir: Se investigó si alguna de las emprendedoras tenía un modelo a seguir o mentor que influyera en su enfoque empresarial. Se concluyó que la familia, amigas y conocidas del barrio fueron quienes motivaron e incentivaron a las emprendedoras.

6. Desafíos e Inconvenientes: Cada entrevistada compartió los desafíos y obstáculos que habían enfrentado en su emprendimiento. Predominan en la mayoría de los casos los desafíos personales, al tener hijos y escaso tiempo y la gran dificultad del contexto actual que se atraviesa en Argentina ante los cambios de precio y tasas de sus préstamos.

7. Proceso de Adquisición de Información: En el contexto de este estudio, se llevó a cabo un análisis exhaustivo del proceso empleado por las participantes para obtener información relevante en el contexto de sus emprendimientos. Esta evaluación proporcionó información valiosa acerca de su capacidad para investigar y adaptarse a las dinámicas del mercado.

Además, es importante destacar que muchas de estas mujeres emprendedoras llevaron a cabo investigaciones en sus localidades, particularmente en el área de La Rinconada, y tomaron la decisión estratégica de ofrecer sus productos en ubicaciones cercanas a sus lugares de residencia, donde no había presencia de competidores. Esta estrategia les ha brindado actualmente una ventaja competitiva significativa.

Estas entrevistas en profundidad brindaron información cualitativa esencial que sirvió como base para la concepción de un modelo de negocio que respalda y se adapta a las necesidades, experiencias y aspiraciones individuales de cada una de estas mujeres emprendedoras. En base a las entrevistas realizadas a las 5 mujeres del barrio La Rinconada se realizó la siguiente nube de palabras:

NUBE DE PALABRAS OBTENIDA DE ACTIVIDAD 1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

CONCLUSIÓN DE LA ACTIVIDAD 1 REALIZADA AL GRUPO DE 5 MUJERES:

Es posible destacar que se ha observado una tendencia predominante en las mujeres que residen en el barrio La Rinconada de San Miguel de Tucumán. La mayoría de estas mujeres de entre 31 a 58 años tienen entre 1 y 6 hijos, y se caracterizan por presentar un nivel de alfabetización relativamente bajo. No obstante, es notorio el deseo ferviente que poseen por mejorar su calidad de vida, así como la aspiración de ejercer una actividad laboral que les apasione.

Es relevante señalar que todas estas mujeres han cumplido con éxito con la devolución del monto que les fue otorgado a través de los microcréditos del programa Grameen.

Además, manifiestan su firme intención de renovar dicho financiamiento, con el propósito de continuar respaldando sus microemprendimientos y mejorar su situación económica y calidad de vida.

Actividad 2: Investigación de Mercado y Validación de Ideas

- Técnicas de investigación de mercado.
- Realización de encuestas a compradores potenciales.
- Validación de ideas de negocio.

Actividad 2 realizada al grupo de 5 mujeres:

La estructura del cuestionario de estudio de mercado tuvo como finalidad recopilar información valiosa sobre la percepción de los clientes, estas son algunas conclusiones basadas en las respuestas:



1. Los factores que más influyen en la decisión de compra incluyen la calidad del producto/servicio, el trato amable y personalizado de las emprendedoras hacia los clientes, y la relación calidad-precio.
2. Los clientes compran en esta categoría de productos/servicios con cierta frecuencia, y los productos o servicios que consumen con mayor regularidad son aquellos que destacan por su calidad.
3. Los clientes expresaron interés en agregar productos/servicios relacionados con la temporada, como helados y jugos en verano, así como servicios de peluquería, como peinados y tinturas, para las próximas fiestas de fin de año.
4. En cuanto a la pregunta ¿cuánto estarían dispuestos a pagar?, los clientes consideran que la relación calidad-precio es un factor clave.
5. Los clientes no sugirieron mejoras en los productos/servicios.
6. No se menciona si los clientes conocen otros negocios que ofrezcan productos/servicios similares en la zona, lo que podría haber proporcionado información valiosa sobre la competencia.
7. Los clientes parecen estar dispuestos a recomendar los productos/servicios a amigos y familiares, lo que indica una satisfacción general.
8. La conclusión destaca que la limitación de la comprensión de las preguntas por parte de las mujeres emprendedoras puede haber afectado la recopilación de datos.

También cabe destacar que el cuestionario fué realizado cara a cara con las personas, ya que estas mujeres emprendedoras no suelen usar la tecnología para enviar cuestionarios de Google.

En general, este cuestionario proporcionó información valiosa sobre la percepción de los clientes y sus preferencias, lo que es útil para ajustar y mejorar su producto/servicio y tomar decisiones estratégicas basadas en la retroalimentación de los clientes.

Actividad 3: Fijación de Costos e Ingresos

- Identificación y cálculo de costos.
- Proyección de ingresos.
- Análisis de margen de beneficio.

Se realizó una capacitación de conceptos teóricos respecto a objetos de costos, elementos de costos, clasificación de costos, cálculos de costo total de producción, de precios de venta y de margen de utilidad. Luego se llevó a cabo una actividad práctica con las mujeres emprendedoras para que las mismas adquieran conocimientos básicos para tomar mejores decisiones respecto de sus emprendimientos.



ACTIVIDAD 3

CONCEPTOS BÁSICOS PARA INICIAR UN EMPRENDIMIENTO

- **Costos:**

- Los costos asociados a la producción o adquisición de productos o servicios para tu emprendimiento se clasifican en 2:

1) Pueden ser costos variables (cambian a medida que aumento la producción o venta de mi producto o servicio) Ej: costos de materiales, materia prima

2) Pueden ser costos fijos (constantes, no cambian a medida que aumento la producción o venta de mi producto o servicio)

Ej: alquiler, salario

- Es importante calcular los costos de manera precisa para determinar el precio de venta y la rentabilidad.

- **Ingresos:**

- Los ingresos son el dinero que entra en tu negocio por la venta de productos o servicios.

- Para calcular tus ingresos, multiplica la cantidad de unidades vendidas por el precio de venta unitario.
Ingreso = (cantidad*precio unitario)

- **Egresos:**

- Los egresos son los gastos o salidas de dinero relacionados con tu negocio.

- Incluyen costos, gastos operativos (publicidad, suministros) y otros desembolsos (impuestos, seguros).

- Controlar los egresos es esencial para mantener la rentabilidad de tu negocio.

- **Precios:**

- El precio es el monto que cobras por tus productos o servicios.

- Debe cubrir tus costos y gastos, así como generar un margen de beneficio.

- Considera la competencia y el valor percibido por los clientes al establecer tus precios.

- **Mark Up:**

- El Mark up es el margen de beneficio que se agrega al costo de un producto para determinar el precio de venta.

- Se calcula como un porcentaje del costo. Por ejemplo, si el costo es \$50 y el Mark up es del 50%, el precio de venta sería \$75.

$$\text{MARK UP} = \text{COSTO} * (1 + \text{MARK UP} / 100)$$

- Asegúrate de que el Mark up sea suficiente para cubrir todos los costos y generar beneficios.

En resumen, es fundamental comprender y gestionar los costos, ingresos y egresos de tu emprendimiento para establecer precios adecuados y mantener la rentabilidad. El Mark up es una herramienta útil para determinar el precio de venta. Al aplicar estos conceptos, este grupo de mujeres estará mejor preparada para tomar decisiones financieras sólidas y hacer crecer su negocio .

Es importante tener en cuenta que el Mark up debe ser lo suficientemente alto como para cubrir todos los costos y gastos operativos, además de generar un beneficio para el negocio. Además, es importante considerar factores como la demanda local y la percepción de valor por parte de los clientes al establecer los precios.

PARA UN MAYOR ENTENDIMIENTO DE LOS CONCEPTOS SE PROPORCIONÓ IMÁGENES ILUSTRATIVAS PARA QUE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS COMPRENDAN MEJOR LOS CONCEPTOS:



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

COSTO

Desembolso necesario e indispensable para el desarrollo del proceso productivo o la prestación de un servicio

CLASIFICACIÓN DE COSTOS

DE ACUERDO A SU COMPORTAMIENTO

1 VARIABLES

Son aquellos que cambian según el nivel de actividad

Si produzco más o menos incurro en un mayor o menor costo total

2 FIJOS

Permanecen estáticos a pesar de los cambios en la cantidad producida

Si produzco más o menos incurro en el mismo costo total

ELEMENTOS DEL COSTO

LOS ELEMENTOS DEL COSTO SON 3

- 1) Materia Prima (MP)
- 2) Mano de Obra Directa (MOD)
- 3) Costos indirectos de fabricación (CIF)

1 MATERIA PRIMA

MATERIALES UTILIZADOS EN EL PROCESO DE FABRICACIÓN DE LOS BIENES DESTINADOS PARA LAS VENTA

2 MANO DE OBRA

PAGOS QUE SE REALIZAN AL PERSONAL RESPONSABLE DE CONVERTIR LA MATERIA PRIMA EN PRODUCTO TERMINADO

3 COSTOS INDIRECTOS

AQUELLOS QUE PROVIENEN DE ACTIVIDADES QUE NO ESTÁN IMPLICADAS DIRECTAMENTE CON LA PRODUCCIÓN

COSTOS DE FABRICAR UN ZAPATO

EJEMPLO:

- Cuero
- Sueldo del zapatero
- Cordones
- Electricidad
- Horma
- Depreciación de las maquinas
- Pegamento

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN : es igual a la suma de los **Elementos del Costo**

(COSTO DE MATERIA PRIMA+ COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA+
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN)

$$CTP = MP + MOD + CIF$$

¿CÓMO CALCULAMOS EL COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN?

Debemos dividir el costo total de
producción (CTP) en la cantidad total
producida

$$C. Unitario = CTP / UDS PRODUCIDAS O
VENDIDAS$$

¿CÓMO CALCULAMOS EL MARGEN DE BENEFICIO?

Debemos tener en cuenta

- 1-Costos
- 2-Gastos
- 3-Margen Deseado
- 4-Precio de Venta



¿CÓMO CALCULAMOS EL PRECIO DE VENTA?



$$PV = (CTP + \text{MARGEN (MARK UP) })$$

GASTO

**No se relacionan con el
proceso de fabricación
del producto y/o
servicio**



GASTO



- Sueldo del vendedor
- Sueldo del administrador

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



ACTIVIDAD 3

Cálculo de Costos Fijos y Costos Variables

Datos del Ejercicio Propuesto:

- Cantidad de unidades producidas=
- Costos Fijos (CF)=
- Costos Variables (CV)=
- Precio de Venta (Pvta)=

ACTIVIDAD 3: FIJACIÓN DE COSTOS E INGRESOS - Identificación y cálculo de costos. - Proyección de ingresos. - Análisis de margen de beneficio.	Cantidad(Q)	CF	CV	CT	IT	UTILIDAD
	0					
	10					
	20					
	40					
Ingreso Total (IT)=(Pvta*cantidad)	60					
Costo Variable Total=(cv unitario * cantidad)	80					
Costos Totales (CT)=(CF+CV)	90					
Utilidad=(Ingreso total - Costo total)	100					

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

SOLUCIÓN DE ACTIVIDAD 3 PROPUESTA

DATOS							
CV UNITARIO	\$	1.000					
P VTA	\$	10.000					
CF	\$	5.000					
Cantidad	CF	CV	CT	IT	Utilidad		
0	\$ 5.000	\$ -	\$ 5.000	0	\$ -5.000		PÉRDIDA(CF)
10	\$ 5.000	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 100.000	\$ 85.000		
20	\$ 5.000	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 200.000	\$ 175.000		
40	\$ 5.000	\$ 40.000	\$ 45.000	\$ 400.000	\$ 355.000		
60	\$ 5.000	\$ 60.000	\$ 65.000	\$ 600.000	\$ 535.000		
80	\$ 5.000	\$ 80.000	\$ 85.000	\$ 800.000	\$ 715.000		
90	\$ 5.000	\$ 90.000	\$ 95.000	\$ 900.000	\$ 805.000		
100	\$ 5.000	\$ 100.000	\$ 105.000	\$ 1.000.000	\$ 895.000		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ETAPA 2: DESARROLLO EMPRESARIAL Y ESTRATEGIAS

Esta etapa se encuentra constituida por 3 actividades que se irán detallando a continuación (ACTIVIDAD 4, ACTIVIDAD 5 Y ACTIVIDAD 6):

ACTIVIDAD 4: DETERMINACIÓN DE PRECIOS DE VENTA

- Estrategias de fijación de precios.
- Consideraciones competitivas y de mercado.
- Establecimiento de precios de venta adecuados.

ACTIVIDAD 4

La determinación de precios de venta es una parte crucial de la estrategia comercial de cualquier empresa.

En el barrio La Rinconada se proporcionó una Actividad Práctica en la cual las mujeres del grupo debían fijar sus precios en base a Estrategias de fijación de precios.

En este caso se utilizó la ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIOS BASADA EN COSTOS, en la cual:

- Se establece un precio, sumando un margen de ganancia al costo total del producto o servicio.
- Es esencial conocer los costos de producción, distribución y otros gastos asociados.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

Para llevar a cabo la actividad se les brindó 2 ejemplos prácticos que contienen la estructura de la FIJACIÓN DE PRECIOS 1) CUANDO “COMPRO-VENDO” y 2) CUANDO “PRODUZCO-VENDO”:

1) CUANDO COMPRO-VENDO

ESTABLECER EL PRECIO DE TU PRODUCTO EN FUNCIÓN AL MARGEN

MARGEN O UTILIDAD DESEADA

PRECIO EN QUE COMPRAS TU PRODUCTO

COSTOS Y GASTOS DIRECTOS ASOCIADOS A LA COMPRA DEL PRODUCTO

- TRANSPORTE
- EMPAQUE
- OTROS COSTOS DIRECTOS

COSTO TOTAL

2) CUANDO PRODUZCO-VENDO

ESTABLECER EL PRECIO DE TU PRODUCTO EN FUNCIÓN AL MARGEN

MARGEN O UTILIDAD DESEADA

SUPONGO QUE ELABORO 1 PIZZA

1-COSTOS DE MATERIA PRIMA X PRODUCTO ELABORADO

- HARINA
- ACEITE
- SAL
- SALSA DE TOMATE
- QUESO
- JAMÓN
- ACEITUNAS
- BANDEJA DE PIZZA
- PAPEL FILM
- COSTO TOTAL MP

2-COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA (COSTO X HORA MOD* UDSD PROD X HORA)

PRECIOS DE VENTA

FÓRMULA PAR OBTENER EL PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO
 =COSTO TOTAL / (100% - MARGEN)

ACTIVIDAD 5: PLANIFICACIÓN FINANCIERA PERSONAL

- Manejo de finanzas personales.
- Ahorro y gestión de ingresos personales.

ACTIVIDAD 5

Para llevar a cabo esta actividad se brindó un video de YouTube de Mujer Financiera, ¿CÓMO EMPEZAR A ORDENAR NUESTRAS FINANZAS?, el cual se encuentra disponible en este link: <https://www.youtube.com/watch?v=hpGIXgZEyO8> con la finalidad de que las mujeres implementen la planificación en sus emprendimientos para poder realizar sus presupuestos de compras, anotar sus ingresos y gastos.

- Adicionalmente se realizó una encuesta sobre el video brindado al grupo de emprendedoras del Barrio La Rinconada, en la cual se puede obtener la siguiente información:



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

CONCLUSIÓN:

El impacto de estas lecciones y actividades de planificación financiera en las mujeres emprendedoras fue significativo:

- 1) Las mujeres emprendedoras ahora tienen un mayor sentido de control y empoderamiento sobre sus finanzas personales y empresariales.
- 2) Al comprender mejor sus ingresos y gastos, estas emprendedoras están mejor equipadas para tomar decisiones financieras informadas y estratégicas.
- 3) El proceso de explorar sus finanzas y utilizar las planillas les ha permitido identificar áreas de ahorro, optimizando sus recursos para invertir en sus negocios.
- 4) Gracias a la orientación hacia la creación de metas de ahorro significativas, estas mujeres tienen ahora objetivos financieros claros que pueden perseguir con propósito.



- 5) Reconocer la flexibilidad en la planificación financiera les brinda la capacidad de ajustarse a cambios en sus negocios y en el entorno económico.
- 6) Compartir experiencias y aprender juntas ha fortalecido la red de apoyo entre estas mujeres emprendedoras, creando una comunidad más sólida y colaborativa.
- 7) Al fortalecer sus habilidades financieras personales, estas emprendedoras están indirectamente fortaleciendo la base financiera de sus negocios locales, contribuyendo al desarrollo económico de La Rinconada.

En resumen, estas lecciones no solo han proporcionado conocimientos prácticos, sino que también han tenido un impacto tangible en la capacidad de las mujeres emprendedoras para tomar el control de sus finanzas y avanzar hacia el éxito en sus negocios y vidas personales.

ACTIVIDAD 6: ESTRATEGIAS DE MARKETING

- Conceptos básicos de marketing.
- Desarrollo de estrategias de marketing.
- Uso de redes sociales y publicidad local.

ACTIVIDAD 6

Se facilitó material audiovisual con el objetivo de facilitar la asimilación de los conceptos presentados. Además, se llevó a cabo una actividad práctica destinada a la aplicación de dichos conceptos, con la finalidad de permitir a las emprendedoras implementar lo aprendido en sus respectivos proyectos empresariales. Este enfoque práctico no solo fortaleció la comprensión de los temas abordados, sino que también brindó a las participantes la oportunidad de compartir experiencias y aprender mutuamente.

Se abordó de manera detallada la distinción fundamental entre las actividades de venta y marketing, resaltando simultáneamente los aspectos críticos que garantizan la eficacia en la implementación de estrategias comerciales. Se destacó la importancia de comprender la naturaleza única de cada función, destacando cómo la venta se centra en la transacción directa, mientras que el marketing abarca un enfoque más amplio, incorporando la creación de valor y la gestión de relaciones a largo plazo con los clientes.

Además, se proporcionó una revisión exhaustiva de los elementos clave para asegurar la efectividad en las estrategias de ventas y marketing. Este análisis abordó factores como la segmentación de mercado, la diferenciación del producto, la fijación de precios estratégica y la comunicación efectiva, subrayando su importancia integral en la consecución de objetivos comerciales.

La sesión también incluyó una explicación detallada de los objetivos SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes y con un Tiempo Definido). Se subrayó la necesidad de establecer objetivos claros y cuantificables, garantizando que sean alcanzables y alineados con las metas a largo plazo de los emprendimientos

Como parte de una actividad práctica y participativa, se llevó a cabo una dinámica recreativa diseñada para permitir que las mujeres emprendedoras definieran de manera precisa y detallada sus objetivos

en los diversos emprendimientos dentro del grupo. Esta actividad proporcionó un espacio estructurado para la reflexión y la planificación estratégica, fomentando una comprensión más profunda de la importancia de la claridad y la especificidad en el establecimiento de metas empresariales.

Este enfoque combinado en la teoría y la aplicación práctica busca equipar a las mujeres emprendedoras con las habilidades y conocimientos necesarios para desarrollar estrategias efectivas y alcanzar sus objetivos comerciales de manera exitosa y sostenible.

Es imperativo que las mujeres definan metas concretas a fin de establecer una dirección clara para sus emprendimientos. En numerosas ocasiones, se enfrentan a situaciones desfavorables, ya sea debido a su avanzada edad, limitaciones físicas, restricciones económicas, o condiciones de vivienda, lo que a menudo resulta en una notable falta de motivación. La fijación de objetivos ofrece un marco estructurado que puede servir como catalizador para superar dichas adversidades, permitiendo a estas mujeres visualizar y perseguir un camino hacia el progreso y el logro. En este contexto, la claridad en los objetivos no solo actúa como un guía estratégico, sino también como un estímulo esencial para contrarrestar las posibles barreras que podrían obstaculizar su motivación intrínseca.



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



OBJETIVOS SMART

SMART



ESPECIFICO



MEDIBLE



ALCANZABLE



REALISTA



DELIMITADO
EN EL TIEMPO

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA



	INGLÉS	ESPAÑOL	QUÉ SIGNIFICA
S	Specific	Específico	Objetivo específico: sin ambigüedad posible
M	Measurable	Medible	Cuantificable para medir el progreso y evaluar el resultado.
A	Attainable	Alcanzable	Aunque debe suponer un reto, no debe ser demasiado difícil (frustración) o por el contrario demasiado fácil (aburrimiento)
R	Realistic	Realizable	Un objetivo debe tomar en cuenta el contexto y las limitaciones externas.
T	Time-bound	Definido en el Tiempo	Es necesario definir un plazo: ya sea una fecha de finalización única o un período (por día, por semana, etc.)

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ETAPA 3: DESARROLLO PERSONAL Y EMPODERAMIENTO

Esta etapa se encuentra constituida por 2 actividades que se irán detallando a continuación (ACTIVIDAD 7 Y ACTIVIDAD 8)

Actividad 7: Empoderamiento Personal y Comunicación

- Autoconfianza y habilidades de comunicación.
- Resolución de conflictos y toma de decisiones personales

ACTIVIDAD 7

Se llevó a cabo la Actividad 7 destinada al "Empoderamiento Personal y Comunicación" con el grupo de mujeres emprendedoras del barrio La Rinconada. Durante esta sesión, nos enfocamos en aspectos esenciales que contribuyen al fortalecimiento personal y la mejora de las habilidades de comunicación, especialmente adaptadas a su contexto emprendedor.



- Autoconfianza y Habilidades de Comunicación para Emprendedoras:

Se proporcionaron herramientas específicas para impulsar la autoconfianza de las mujeres emprendedoras, reconociendo la importancia de valorarse a sí mismas y reconocer el valioso trabajo que realizan.

Además, se abordaron estrategias de comunicación adaptadas a su entorno empresarial, con el propósito de fortalecer su capacidad para expresar sus ideas y promover sus productos o servicios de manera efectiva.

- Resolución de Conflictos y Toma de Decisiones Personales en el Contexto Empresarial:

La segunda parte de la actividad se centra en la resolución de conflictos y la toma de decisiones personales en el ámbito de los emprendimientos. Se brindaron enfoques específicos para gestionar situaciones conflictivas de manera positiva y para tomar decisiones informadas que impacten positivamente en sus proyectos empresariales.

CONCLUSIÓN ACTIVIDAD 7: Esta actividad fue diseñada para empoderar a las mujeres emprendedoras de La Rinconada, brindándoles las herramientas necesarias para valorarse a sí mismas y atribuir un valor monetario adecuado a su valioso trabajo. El enfoque estuvo adaptado a su realidad y orientado a fortalecer sus habilidades comunicativas y su confianza personal en el contexto específico de sus emprendimientos locales.

Actividad 8: Presentación de Proyectos Empresariales

- Preparación de Modelo Canvas
- Retroalimentación y mejora de proyectos

ACTIVIDAD 8

En la Actividad 8, se realizó un enfoque en la "Presentación de Proyectos Empresariales" con el grupo de 5 mujeres emprendedoras del Barrio La Rinconada. Durante esta sesión, se llevaron a cabo las siguientes etapas adaptadas a sus necesidades y características específicas:

- *Preparación de Modelo Canvas:*

Se orienta a las mujeres emprendedoras en la elaboración y preparación del Modelo Canvas como herramienta fundamental para clarificar sus ideas de negocios. Juntas exploramos las secciones clave, como segmentos de clientes, propuestas de valor, canales de distribución, relaciones con clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, socios clave y estructura de costos. El objetivo fue proporcionar una visión integral de sus proyectos y facilitar la comprensión de su modelo de negocio.

- *Retroalimentación y Mejora de Proyectos:*



Después de la presentación inicial de los Modelos Canvas, se facilitó un espacio de retroalimentación constructiva. Se alentó a las emprendedoras a compartir sus proyectos y recibir comentarios valiosos de sus compañeras y facilitadores. Este intercambio no solo fomentó la mejora continua, sino que también promovió la colaboración y el aprendizaje mutuo entre los participantes.

Esta actividad fue diseñada para apoyar a las mujeres emprendedoras del Barrio La Rinconada en la cristalización y mejora de sus proyectos empresariales. El enfoque en el Modelo Canvas proporcionó una estructura sólida para visualizar y comprender todos los aspectos esenciales de sus negocios, mientras que la retroalimentación colaborativa sirvió como un medio valioso para el perfeccionamiento y la consolidación de sus ideas empresariales.

ACTIVIDAD 8: PRESENTACIÓN DE PROYECTOS EMPRESARIALES

Canvas del Modelo de Negocio



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ETAPA 4: CIERRE Y EVALUACIÓN

Actividad 9: Evaluación del Programa y Graduación

- Evaluación del programa y retroalimentación.
- Ceremonia de graduación y reconocimientos.



En la Etapa 4: Cierre y Evaluación del Programa Grameen, la Actividad 9 se centró en la "Evaluación del Programa y Graduación" para el grupo de 5 mujeres del Barrio La Rinconada. Durante este momento significativo, se llevaron a cabo las siguientes acciones adaptadas a sus circunstancias particulares:

- Evaluación del Programa y Retroalimentación:

Se llevó a cabo una evaluación del programa mediante un Focus Group, donde se proporcionó a las mujeres participantes la oportunidad de compartir sus experiencias, opiniones y retroalimentación sobre las actividades realizadas. Este proceso permitió medir el conocimiento adquirido, identificar áreas de fortaleza y áreas para mejorar, y asegurar que el programa haya cumplido con sus expectativas.

- Ceremonia de Graduación y Reconocimientos:

Se organizó una ceremonia de graduación para reconocer los logros individuales y colectivos de las mujeres emprendedoras. Durante esta ocasión especial, se entregaron certificados de participación y se destacaron los esfuerzos y avances realizados por cada una de ellas. Este gesto de reconocimiento contribuyó a reforzar su autoestima y motivación.

10. CONCLUSIONES DEL PROGRAMA

Se repasaron las actividades brindadas en el plan de capacitación propuesto, destacando los temas clave abordados y los logros alcanzados. Además, se realizó un Focus Group para recopilar percepciones detalladas sobre los beneficios del programa y áreas de mejora.

Esta conclusión del programa no solo representa el cierre de una etapa, sino también el inicio de nuevas oportunidades y el fortalecimiento de una red de mujeres emprendedoras capacitadas para contribuir al desarrollo de sus comunidades.

El programa de capacitación brindado a mujeres emprendedoras del barrio La Rinconada ha demostrado ser altamente efectivo y ha generado impactos positivos significativos. La disposición y receptividad de las participantes fueron destacables, evidenciando un interés genuino en asimilar los conceptos proporcionados durante la capacitación.

Resulta especialmente notable el desempeño sobresaliente de una de las mujeres del grupo que asumió mayores responsabilidades en tareas relacionadas con el manejo de planillas y operaciones numéricas. Este hecho resalta la importancia de identificar y potenciar las habilidades individuales, ya que contribuyen al éxito global del grupo.

El uso responsable y generalizado de las planillas por parte de todas las mujeres indica que la capacitación ha sido efectiva en dotarlas de herramientas prácticas para la gestión de sus emprendimientos. Este fortalecimiento se traduce no solo en un mejor desempeño operativo, sino también en la capacidad mejorada para tomar decisiones informadas en el ámbito empresarial.

Es digno de destacar la solidaridad y el apoyo mutuo observados entre las participantes a lo largo del programa. A pesar de las dificultades en sus situaciones de vida, contexto familiar y condiciones de



vivienda precarias, las mujeres demostraron una actitud positiva y receptiva, recibiendo la capacitación con amor y compromiso.

En resumen, la capacitación no solo ha proporcionado conocimientos prácticos y habilidades útiles, sino que también ha contribuido a fortalecer el tejido social dentro del grupo. Estos resultados sugieren que programas similares pueden ser herramientas efectivas para empoderar a mujeres emprendedoras y mejorar sus perspectivas en el ámbito empresarial, al tiempo que fomentan la solidaridad y el apoyo mutuo en comunidades vulnerables.

11. RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados y el progreso observado durante el desarrollo de las capacitaciones, se formulan las siguientes recomendaciones para optimizar el desempeño y la proyección de las emprendedoras en San Miguel de Tucumán:

- **Realizar un Seguimiento Continuo:**

Se sugiere llevar a cabo un seguimiento constante al grupo de emprendedoras para ofrecer apoyo continuo y garantizar la aplicación efectiva de las habilidades adquiridas durante las capacitaciones.

- **Ampliar el Alcance de las Capacitaciones:**

Se propone considerar la posibilidad de extender estas capacitaciones a otros barrios de San Miguel de Tucumán y Yerba Buena, con el objetivo de maximizar el impacto positivo en la comunidad y fomentar un espíritu emprendedor más amplio.

- **Expandir los emprendimientos en Diferentes Zonas:**

Se recomienda a las emprendedoras explorar la posibilidad de expandir sus negocios a otras zonas de la provincia de Tucumán, identificando áreas con demandas específicas que puedan alinearse con sus productos o servicios.

- **Análisis Competitivo e Historia Personal:**

Se insta a realizar un análisis más detallado de la competencia para identificar oportunidades y fortalezas. Además, se sugiere compartir la historia de vida de las emprendedoras, ya que esto puede establecer conexiones más profundas con los clientes y generar un mayor interés en sus productos.

- **Reevaluación de Precios:**

Se recomienda que las emprendedoras revisen y ajusten estratégicamente el valor de su tiempo, así como la fijación de precios de sus productos, para asegurar una competitividad efectiva en el mercado local.

- **Retroalimentación Continua:**

Establecer un sistema regular de recopilación de comentarios de los clientes, para evaluar su percepción y preferencias. Esto no solo implica recoger información, sino también analizarla de manera sistemática para identificar patrones y áreas de mejora.

- **Capacitación en Tecnología:**

Proporcionar capacitación en el uso básico de tecnología a las mujeres emprendedoras. Esto puede incluir sesiones prácticas sobre cómo utilizar dispositivos como teléfonos inteligentes y computadoras, así como aplicaciones específicas relevantes para sus negocios.

- **Medios de Pago Electrónicos:**

Ofrecer información detallada y apoyo para la implementación de métodos de pago electrónicos, como Mercado Pago. Esto puede incluir tutoriales paso a paso, material impreso y asistencia práctica para configurar y utilizar estos servicios.

- **Red de Apoyo:**

Facilitar la creación de una red de apoyo entre las mujeres emprendedoras. Esto puede incluir la creación de grupos o comunidades donde puedan compartir experiencias, consejos y apoyo mutuo en la implementación de cambios.

Estas recomendaciones se formulan con la intención de fortalecer y diversificar las estrategias empresariales de las mujeres emprendedoras, promoviendo un crecimiento sostenible y una contribución significativa al desarrollo económico y social de la provincia de Tucumán. Al combinar la adaptación de la tecnología, la mejora continua de productos y servicios, y la retroalimentación de los clientes, es más probable que estas mujeres emprendedoras puedan aumentar sus ventas y construir negocios más sólidos.

12. ANEXOS

ANEXO 1-ESTRUCTURA DE ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD CON MUJERES DEL BARRIO LA RINCONADA- ACTIVIDAD 1:

DATOS PERSONALES

Nombre:

Edad:

Vive con:

Cantidad y edad de sus hijos:

¿Cómo surgió la idea de sus emprendimientos?

1. ¿Qué las inspiró o motivó a iniciar su emprendimiento en primer lugar?
2. ¿Hubo alguna experiencia personal o evento específico que las impulsó a comenzar su negocio?
3. ¿Qué necesidades o problemas en su comunidad o entorno local identificaron que su emprendimiento podría resolver?



4. ¿Recibieron alguna formación o capacitación previa relacionada con su emprendimiento?
5. ¿Cómo se les ocurrió la idea específica de su negocio (por ejemplo: servicio de peluquería, venta de plantas, verduras, golosinas, sanguches, ropa, etc.)
6. ¿Tuvieron modelos a seguir? ¿Quién fue? Ej: amiga, conocido, familia, etc.
7. ¿Han realizado investigaciones de mercado o encuestas para validar la viabilidad de su idea antes de comenzar?
8. ¿Qué pasos tomaron desde la concepción de la idea hasta la puesta en marcha de su emprendimiento?
9. ¿Tuvieron que superar desafíos específicos para convertir su idea en un negocio real?

ANEXO 2-ESTRUCTURA DE CUESTIONARIO DE ESTUDIO DE MERCADO- ACTIVIDAD 2

Cuestionario de Producto/Servicio

Nombre:

Edad:

- 1) ¿Qué factores influyen en su decisión de compra del producto/servicio? Indique

(precio, calidad, marca, sabor, envoltorio, presentación, Historia de vida del vendedor, tiempo de entrega, servicio personalizado, durabilidad del tratamiento, amabilidad, trato del vendedor hacia el cliente, otro (indique)).

- 2) ¿Con qué frecuencia compra productos/servicios en esta categoría? ¿Cuáles son los productos o servicios que consume más?
- 3) ¿Qué productos/ servicios agregaría o querría recibir?
- 4) ¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por el producto/servicio que más consume actualmente? Diga cuál es y qué precio pagaría
- 5) ¿Qué mejoras sugiere para mis productos/servicios? Especifique para cuál y qué mejoraría
- 6) ¿Conocen otros negocios que ofrezcan productos/servicios similares en la zona?
- 7) ¿Con qué frecuencia recomiendan productos/servicios a amigos y familiares? SIEMPRE/ NUNCA/ A VECES
- 8) Recomendarías mi producto/servicio a otras personas?

¡¡MUCHAS GRACIAS POR RESPONDER ESTE CUESTIONARIO!!



**ANEXO 3-ESTRUCTURA DE CUESTIONARIO DE PLANIFICACIÓN FINANCIERA- ACTIVIDAD 5
(FORMULARIO DE GOOGLE)**

PLANIFICACIÓN FINANCIERA

Encuesta destinada a un grupo de mujeres del Barrio la Rinconada

Edad *

- 30 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a 60 años
- 61 a 70 años



Según el video propuesto ¿Qué es "Educarce Financieramente"? *

- saber que pasa con mi dinero (entradas y salidas)- BIENESTAR
- saber que NO pasa con mi dinero
- sirve para identificar mi comportamiento de compra
- sirve para tomar decisiones más inteligentes con mi dinero

¿Cuando realiza compras suele anotar lo que gasta? *

- si , siempre lo hago
- no, nunca lo hago
- a veces me acuerdo y anoto



Cree usted que es necesaria la Educación Financiera para mejorar la situación económica de una persona?

- SI
- NO

¿En qué rubro considero que gasto más dinero? *

- Alimentos
- Ropa y calzado
- Cosas para la casa
- Transporte
- Salidas con familiares y amigos
- Otro





- A continuación, se adjuntan algunas fotos de las actividades realizadas por las emprendedoras del Barrio La Rinconada:

✓ FOTO DE LA ACTIVIDAD 1

ACTIVIDAD 1 : EVALUACIÓN DE IDEAS DE LAS EMPRENDEDORAS



Laura 43 años

ACTIVIDAD I: ¿Cómo surgió la idea de sus emprendimientos?
MI IDEA FUE PODER SALIR ADELANTE

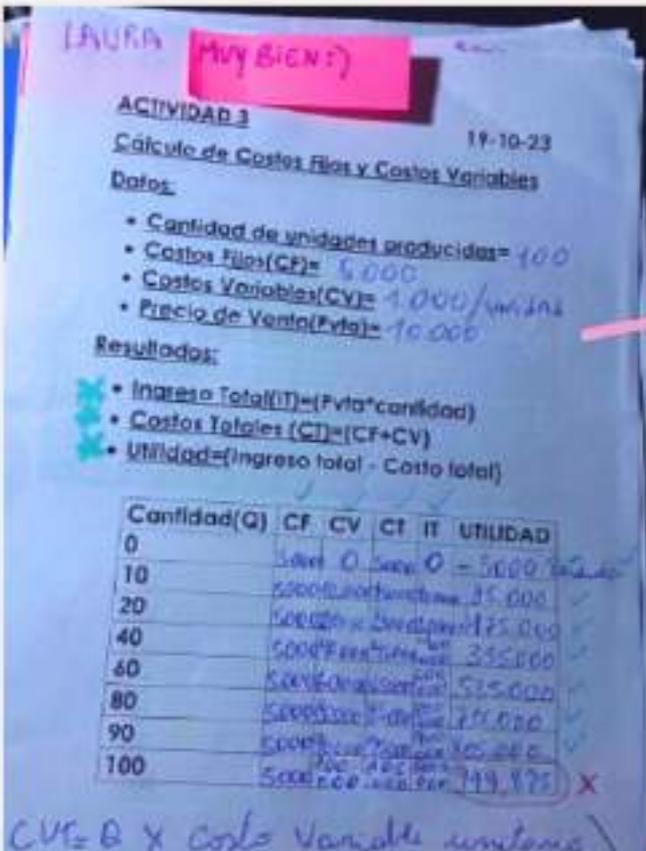
1. ¿Qué los inspiró o motivó a iniciar su emprendimiento en primer lugar? ME INSPIRO Y MOTIVO LA SEÑORA VIKI
2. ¿Hubo alguna experiencia personal o evento específico que les impulsó a comenzar su negocio? MI EXPERIENCIA ES HACER EMPANADAS
3. ¿Qué necesidades o problemas en su comunidad o entorno local identificaron que su emprendimiento podría resolver? NO ARIA PROBLEMA
4. ¿Recibieron alguna formación o capacitación previa relacionada con su emprendimiento? SI RECIBIMOS
5. ¿Cómo se les ocurrió la idea específica de su negocio (por ejemplo, venta de plantas, verduras, sandwiches, empanadas, etc.) PORQUE MI HIJA VENIA A
6. ¿Tuvieron modelos a seguir o referencias en el mismo sector que les inspiraron? NOS INSPIRO UNA SEÑORA QUE Y COMO SI
7. ¿Han realizado investigaciones de mercado o encuestas para validar la viabilidad de su idea antes de comenzar? SI FUI A INVESTIGAR
8. ¿Qué pasos tomaron desde la concepción de la idea hasta la puesta en marcha de su emprendimiento? FUI A BUSCAR LOS PRESUPUESTOS, Y OFRECER MI VENTA
9. ¿Tuvieron que superar desafíos específicos para convertir su idea en un negocio real? PERSONALES

Alba 31 años

ACTIVIDAD I: ¿Cómo surgió la idea de sus emprendimientos?

1. ¿Qué los inspiró o motivó a iniciar su emprendimiento en primer lugar? ME INSPIRO EL PACTO TRABAJAR OTRO MAS ME GUSTO LA IDEA
2. ¿Hubo alguna experiencia personal o evento específico que les impulsó a comenzar su negocio? ME INSPIRO EL CASO QUE ME PASO EN LA ESCUELA
3. ¿Qué necesidades o problemas en su comunidad o entorno local identificaron que su emprendimiento podría resolver? ME INSPIRO A OTRA UN PROBLEMA QUE ME PASO EN LA ESCUELA (REUNIONES ASES)
4. ¿Recibieron alguna formación o capacitación previa relacionada con su emprendimiento? NO MAS CAPACITAMOS EN LA FORTALECIMIENTO
5. ¿Cómo se les ocurrió la idea específica de su negocio (por ejemplo, venta de plantas, verduras, sandwiches, empanadas, etc.) ME ME GUSTABA A QUE ME GUSTO MUCHO SO QUE ASO
6. ¿Tuvieron modelos a seguir o referencias en el mismo sector que les inspiraron? SI FUI A BUSCAR EL MODELO A SEGUIR FUI UNO DE LOS AMIGOS
7. ¿Han realizado investigaciones de mercado o encuestas para validar la viabilidad de su idea antes de comenzar? SI INVESTIGAR PARA VALIDAR MI EMPRENDIMIENTO
8. ¿Qué pasos tomaron desde la concepción de la idea hasta la puesta en marcha de su emprendimiento? PRIMERO FUI A BUSCAR PRESUPUESTO 2 Paso BUSCAR EXAMENES 3 Paso REALIZAR (MI HIJA) 4 Paso BUSCAR ASESORAMIENTO
9. ¿Tuvieron que superar desafíos específicos para convertir su idea en un negocio real? (FUE TIEMPO) Y TENI QUE CUIDAR A MI HIJA.

✓ **FOTO DE LA ACTIVIDAD 3**



**ACTIVIDAD 3:
FIJACIÓN DE COSTOS E
INGRESOS**

**ACTIVIDAD REALIZADA POR
UNA DE LAS
MUJERES DEL
BARRIO LA
RINCONADA**

*Handwritten notes on the paper include: 'LAURA MUY BIEN?', 'ACTIVIDAD 3 19-10-23', 'Cálculo de Costos Fijos y Costos Variables', 'Datos: Cantidad de unidades producidas= 100, Costos Fijos (CF)= 5.000, Costos Variables (CV)= 1.000/unidad, Precio de Venta (Pvta)= 10.000', 'Resultados: Ingreso Total (IT)= (Pvta * cantidad), Costos Totales (CT)= (CF + CV), Utilidad= (Ingreso total - Costo total)', and a table with columns: Cantidad (Q), CF, CV, CT, IT, UTILIDAD. The table shows calculations for quantities from 0 to 100. At the bottom, it says 'CV = B x Costo Variable unitario'.*

13. REFERENCIAS

- García-Álvarez, S. (2022). Empoderamiento de las mujeres a través del emprendimiento: una revisión de la literatura. *Revista de Estudios de Género La ventana*, 52, 153-178.
- Gates, R. & McDaniel, Jr. (2016). *Investigación de Mercados*. Cengage Learning editores, S.A.
- Hansen D., Mowen M. (2007). *Administración de costos. Contabilidad y control*. México D.F., México: Cengage Learning
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mc Graw Hill.
- Irigoyen, M. J., & López, M. C. (2023). *Capacitación para el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina: Miño y Dávila.
- Schnarch Kirberg, A. (2021). *Emprendimiento: El arte de hacer realidad un sueño*.
- Smith, J. (2023). *Emprededurismo y Desarrollo en Barrios Marginados*. Editorial XYZ.
- Thompson A., Peteraf M., Gamble J. Strickland A. (2015) *Administración Estratégica. Teoría y casos*. Mc Graw Hill.
- <https://www.fundacionleon.org.ar/wp-content/uploads/2023/04/Fundacion-Leon-20-anos-acompanando-historias-de-vida-WEB1.pdf>

GRUPO DE BENEFICIARIAS – BARRIO LA RINCONADA, AÑO 2023



PARA REFLEXIONAR:

La partida de **León Feler**, la madrugada del 16 de octubre de 2014, fue sólo física. **Su legado se potencia día a día: Ayudar al Otro. Fundación León se trata de eso. “El que vive para los demás también vive para sí mismo”,** dijo “Don León”, que protagonizó 101 años de vida. León Feler – o simplemente “Don León”.

