

Caminando juntas hacia la Empresarialidad



Aves

“Caminando juntas hacia la Empresarialidad” © ONU Mujeres 2017.

Producción del documento:

Autora:

Carmen María Paz y Paz Bailey

Contribuciones:

Ixel Macz Cuc

Diseño, diagramación e ilustración

Tania Montenegro

Gabriela Reyes

Equipo ONU Mujeres Guatemala responsable del apoyo y supervisión de esta publicación:

Reyna De León Contreras, Representante de País, a.i.

Eugenia Close, Coordinadora Área Empoderamiento Económico

José Ernesto Fuentes, Coordinador de Comunicación

Con la colaboración de:

María Machicado Terán, Representación

María José Schaeffer, Coordinadora de Programa

Joan Marie Godoy, Coordinadora Técnica Programa Conjunto - Acelerando el progreso de Mujeres Rurales en Guatemala hacia el Empoderamiento Económico

Odeth Alvarado, Comunicación

Esta publicación constituye un producto de generación de conocimiento en el marco del Programa Conjunto – “Acelerando el progreso de Mujeres Rurales en Guatemala hacia el Empoderamiento Económico”, financiado por Noruega y Suecia en el área del Valle del Polochic con intervención del Programa Mundial de Alimentos (PMA), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización de las Naciones Unidas Dedicada a Promover la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres) y El Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), como responsable de su evaluación.

El contenido y la información de esta publicación pueden ser utilizados siempre que se cite la fuente.

El contenido y las opiniones de este documento son responsabilidad de la autora y no necesariamente reflejan la opinión de ONU Mujeres, el Sistema de las Naciones Unidas o quienes patrocinan la publicación.

Se permite la reproducción total o parcial de este documento siempre y cuando se cite la fuente. Puede descargar su versión electrónica en: <http://lac.unwomen.org/es>




**Caminando juntas
hacia la Empresarialidad**

Introducción

Esta es una historia que sucede en una aldea del Valle del Polochic, Alta Verapaz, Guatemala, en el año 2016. Los nombres de las personas son ficticios, pero los datos de la historia son tomados de los relatos de grupos organizados de mujeres que participan en el Programa Conjunto “Acelerando el Progreso del Empoderamiento Económico de las Mujeres Rurales”, una iniciativa de la Entidad de las Naciones Unidas para el Empoderamiento de las Mujeres e Igualdad de Género (ONU Mujeres), el Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), y el Programa Mundial de Alimentos (PMA).

A lo largo de la historia, se incluyen los conceptos impartidos en los 6 módulos del proceso de formación en “Desarrollo de Negocios y Empresarialidad”, con la finalidad de lograr su aplicación en un proceso real de organización y empresarialidad.



Una mañana de enero se juntaron Lucía, Margarita y Carlota después de dejar a sus hijas e hijos en la escuela. Estaban preocupadas, pensando que ya no les alcanzaba el dinero que recibían de la venta del maíz y del frijol que cosechaban sus esposos dos veces al año.



Margarita dijo:



“Ayer vendí un pollo que venía engordando desde hace cuatro meses, lo estaba guardando para el cumpleaños de Juanita, mi hija mayor, pero necesitaba dinero para pagar los cuadernos de la escuela de Mariíta”.



Luego Lucía dijo:

“Sí también vendí un güpil que estaba tejiendo, pero no me alcanzó el dinero.

Son tres los patojos que entraron a la escuela este año”.



Y Carlota, dueña del molino:



“Yo me ayudo un poco con el dinero del molino, pero el año entrante que también entre Luis a estudiar, yo no sé qué voy a hacer”.

Carlota es una mujer **emprendedora**, pues ya inició su propio negocio. Ella vio que todas las mujeres del pueblo necesitaban un lugar para moler su maíz y sacó un préstamo en la cooperativa para comprar el molino.

Emprendimiento: es el desarrollo de una actividad que genera ingresos.

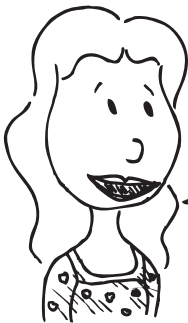
Y luego, agregó:

“Podríamos tratar de hacer algo juntas. Ayer platicué con mis vecinas y tenían el mismo problema. ¿Se recuerdan lo que nos dijo la señora del Programa Conjunto? Podemos organizarnos para hacer algo entre todas”...

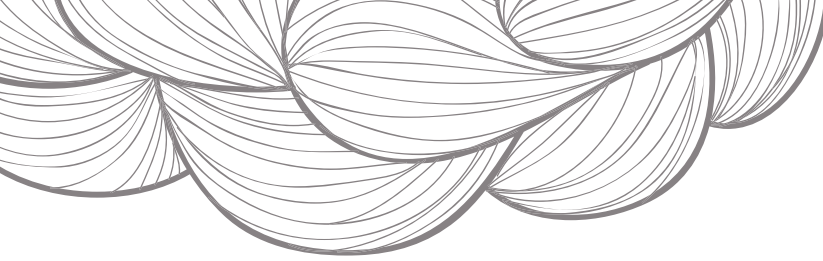


Trabajo en equipo: es el que realizan varias personas con un objetivo común.

A lo que Margarita contestó:



“Es una buena idea. Podemos reunirnos en el salón comunal el sábado para hablar más de eso”.



El sábado por la tarde llegaron 15 mujeres al salón comunal. Carlota tomó la palabra y contó lo que platicaron en la escuela con Margarita y Lucía. Les recordó lo que la seño del Programa Conjunto les había enseñado.



Carlota es una **lideresa**, porque tiene la capacidad de dirigir a un grupo de personas hacia un objetivo común.

Carlota dijo

“Compañeras, pensamos que si formamos un negocio entre todas podemos ganar dinero para ayudar a nuestra familia. Pensamos en invitar a otras mujeres, para así salir adelante juntas, por eso quería preguntarles... ¿Qué podemos hacer?”



Bien común: es el que beneficia a todas las personas de una organización. Busca el bien de las demás como que fuera el propio.

Lucía tomó la palabra:



“Mi mamá me enseñó a tejer güipiles y después aprendí como combinar colores, sólo hay que comprar el telar para hacerlo. ¿Quiénes saben tejer?”



Sólo 2 levantaron la mano.

Luego, Margarita dijo:

“Yo sé criar pollos y siempre los vendo cuando tengo una necesidad; eso también podríamos hacer. ¿Quiénes saben criar pollos?”



5 mujeres levantaron la mano.



Carlota preguntó:



“¿Quién quiere aprender a criar pollos?”



3 más levantaron la mano.

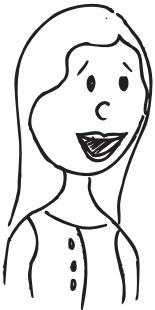
Hay 8 mujeres interesadas
en criar pollos.

Carlota dijo:

“¿Y será que vamos a vender los pollos? Yo he oído que las de la aldea vecina se quejan de que hay muchas personas criando pollos y que se venden muy baratos.”



Lucía contestó:



“Me recuerdo que la seño del Programa Conjunto dijo que tenemos que pensar en lo que la gente quiere comprar. Así que mejor vamos a preguntar a las señoras del pueblo”.

Inteligencia de mercados: es la forma para obtener información sobre el mercado, los productos, los precios, la competencia y los gustos y preferencias del consumidor.

¡Pasar a la página 38 para conocer otras ideas de negocios!

El martes, día de mercado, bajaron al pueblo y le preguntaron a doña Carmen, dueña de un comedor:

Buenos días doña Carmen, aquí viniendo a saludarla y queríamos hacerle unas preguntas. ¿Podemos?



Sí, claro, con mucho gusto, ustedes pregunten.

¿Compra pollo?



Sí, compramos.

¿Cómo le gusta que sea el pollo?



Me gusta que pese 4.5 libras para poder sacar 10 piezas pequeñas de cada pollo y todavía tener ganancia. Prefiero que sea pollo alimentado con maíz y concentrado. porque eso le da el saborcito criollo

¿A qué precio compra?



Depende. Si viene duro, amarillo y limpio, pago Q11.00 por libra. Si no, pago Q10.00 por libra.



Valor percibido: es la diferencia de valor de un objeto que perciben las personas de acuerdo con su cultura, costumbres, educación, capacidad de compra, entre otros.

¿Cuándo compra?



Compró dos veces a la semana, los martes y los viernes.



¿Cuánto compra?



Compró cuatro pollos el viernes y tres pollos el martes. En total siete pollos a la semana.



Después de agradecerle a doña Carmen, fueron a caminar por el mercado y vieron que había 3 señoras vendiendo pollo. Tenían una mesita de madera, con los pollos sobre ésta y una balanza hecha de palanganas plásticas, que estaban colocadas entre las ventas de verduras y granos básicos.



Vieron que era pollo amarillo y calcularon que pesaba entre 8 y 10 libras cada uno. Había moscas encima del pollo y la señora lo agarraba con la mano para ponerlo en la palangana. Se acercaron varias señoras a comprar. Una compró un pollo entero y pidió que lo partieran en pedazos. Otra, pidió medio pollo; y la siguiente, pidió sólo piernas con cuadril.

Entonces, le preguntaron a una de las señoras:



¿Cuánto cuesta el pollo?

11.00 quetzales la libra.



¿Qué días vende?

Martes porque es día de mercado.
Y un poco el jueves.



¿Cuánto vende?

Hay seño, cuando me va bien, ven-
do hasta 10 pollos, pero última-
mente ha estado bajo el negocio.
Entonces sólo vendo entre 5 y 6
pollos al día.

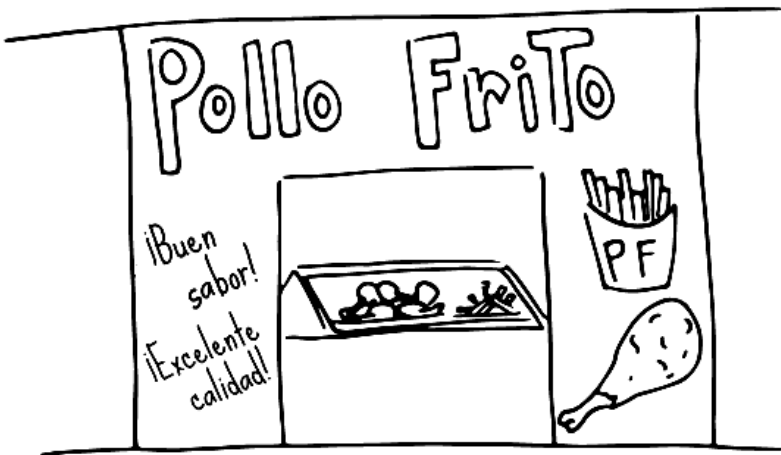


¿A qué hora le compran?

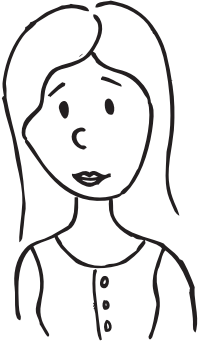
Compran para el almuerzo, entre las
10 y las 12. En la tarde es poco lo que
se vende.



Siguieron caminando por el pueblo y vieron una venta de pollo frito. Se preguntaron: “¿Podríamos vender pollo preparado para mejorar las ganancias?”



Valor agregado: es el valor adicional que adquiere un producto al ser transformado durante el proceso productivo.



Lucía recordó que su tía que vive en Cobán hace un pollo asado muy rico para pedirle la receta.

Pasaron a la agropecuaria y estaba Don Carlos, el dueño. Le pidieron su opinión para ver si él consideraba que es buen negocio la crianza de pollos. Don Carlos las ayudó a hacer un presupuesto estimado para responder a su pregunta.



Gasto	Presentación	Cantidad	Precio Unitario	Total
Pollitos	Unidad	25	Q5.50	Q137.50
Concentrado	1 quintal	2.5	Q225.00	Q562.50
Vitaminas	Sobre de 10 gramos	3	Q5.00	Q15.00
Antibióticos	Sobre de 10 gramos	5	Q10.00	Q50.00
Mano de obra	Horas de trabajo	84	Q3.75	Q315.00
Depreciación del gallinero	Semana	6	Q25.00	Q150.00

A Total	Q1,230.00
B Unidades producidas	150 Lbs.
C Precio por unidad	Q11.00
D Venta total (B x C)	Q1,650.00
E Utilidad (D - A)	Q420.00

Presupuesto: cálculo anticipado del costo de un producto o servicio. Conjunto de gastos e ingresos para una actividad económica.

Después de hacer números con Don Carlos, se reunieron nuevamente con las señoras de la comunidad y esta vez llegaron 10 más.

¡Ya son 25 mujeres las que quieren trabajar juntas!

Platicaron sobre lo que vieron en el pueblo y del presupuesto que les hizo Don Carlos, por lo que decidieron que criar pollos era un buen negocio. Y eso eligieron trabajar.



Carlota dijo:



"Ahora tenemos que organizarnos. ¿Quieren que trabajemos juntas?"

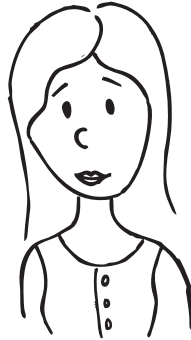
Organización: grupo de personas que trabaja de forma coordinada para lograr una visión la cual fue definida por todas las participantes.

Todas respondieron que sí. Luego, eligieron una junta directiva, nombraron a Carlota como presidenta, a Lucía como vice presidenta, a Margarita como tesorera y otras señoras como secretaria, vocal I, vocal II y vocal III.

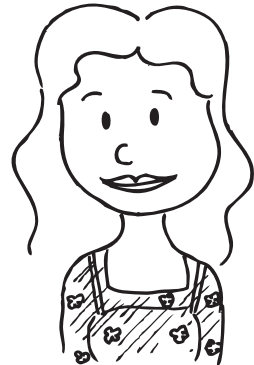
Presidenta



Vice Presidenta



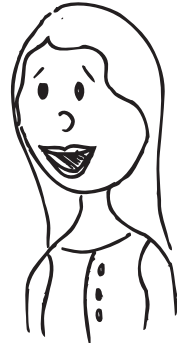
Tesorera



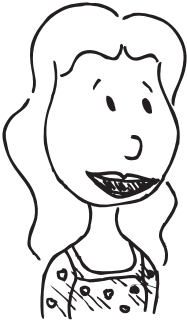
Estructura organizacional: la asignación de roles en la organización, definiendo qué actividades son necesarias y quién es la persona encargada de hacer cada actividad.

Lucía dijo después:

“Nos hemos reunido varias veces, me recuerdo cuando nos reunimos para pedir que trajeran agua potable, incluso nombramos una directiva. Pero ahora tiene que ser diferente, debemos hacer algo en grande, que dure mucho tiempo, pensar en un negocio para salir adelante”.



Margarita sugirió:



“Para hacer como dice Lucía, digamos qué hace fuerte a nuestro grupo y qué debilidades tenemos”.

Fortalezas (nos hace fuertes)	Debilidades (cosas que mejorar)
<ul style="list-style-type: none"> - Nos estamos organizando. - Tenemos deseo de trabajar en equipo y de forma organizada. - Sabemos criar gallinas y pollos. - El 30% somos propietarias de terrenos y las demás tienen espacio en el terreno que arrendan para construir los gallineros. - Recibimos la capacitación en Empresarialidad de ONU Mujeres. - Tenemos experiencia en gestión y manejo de créditos. - Podemos conseguir otros alimentos complementarios para los pollos como hierbas y montes silvestres. 	<ul style="list-style-type: none"> - No tenemos dinero para empezar el negocio. - No sabemos criar pollos de engorde. - No tenemos los gallineros, comederos y bebederos. - Las gallinas y pollos se mueren por mal manejo. - No tenemos apoyo de nuestros esposos. - Tenemos mucho trabajo en la casa, limpiar, cocinar, lavar y llevar a las niñas y niños a la escuela, entre otros. - No sabemos qué bolsas le gustan a la gente para que las paguen a buen precio.

Y también, cuáles son las amenazas y las oportunidades que tenemos.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Buscar donde vender nuestro producto y que paguen un buen precio. - Lograr apoyo de las diferentes instituciones (asistencia técnica, donación de equipo e insumos, entre otros). - Obtener un crédito para iniciar el negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> - No encontrar donde vender el producto a buen precio. - No conseguir apoyo o asistencia técnicas para mejorar la calidad del producto. - No llenar los requisitos que piden para acceder a un crédito para iniciar el negocio.



“Eso se llama análisis FODA”

Análisis FODA: sus siglas significan Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Es el análisis de factores internos y externos, positivos y negativos que afectan la organización.



Carlota dijo:

“Ahora que ya sabemos como estamos, pensemos...
¿Cómo queremos que sea la organización en el futuro?”



Entre todas crearon la visión de su organización:

Empresa reconocida en el mercado nacional por los productos elaborados por mujeres organizadas, que son únicos, de buena calidad, y representativos de la región del Valle de Polochic.

Visión: cómo queremos que sea la organización en el futuro.

Y luego preguntó:



“¿Cómo debe ser ahora nuestra organización para poder ser como queremos que sea en el futuro?”

Entre todas crearon la misión de su organización:

Organización de mujeres comprometidas, que trabajan juntas, ayudándose unas a otras, para ofrecer productos originales y de buena calidad, para generar utilidades para todas sus asociadas y así mejorar su calidad de vida, la de sus familias y sus comunidades.

Misión: es la razón de ser de la organización, para lo que se formó. La misión responde a la pregunta ¿Para qué existe la organización?.



Carlota propuso que se crearan comisiones para avanzar con el proyecto. Así crearon las siguientes comisiones:

Comisión de gestión, se encarga de visitar a las instituciones para buscar apoyos (ver lista de organizaciones en Anexo 2).

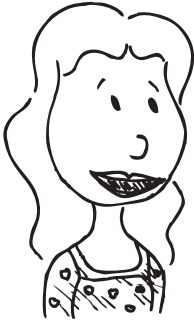
Comisión de mercado, busca más información sobre la forma en la que compran los pollos y analizar la idea de Lucía de vender la receta de pollo asado de su tía. Necesitarán ayuda de Lucía, la hija de doña Margarita para buscar en el Internet más información.

Comisión de producción, encargadas de aprender más sobre la crianza de pollos, cómo necesitan que sean los gallineros, qué otros equipos necesitan (como bebederos y comedores), cuál es el proceso que deben seguir para cuidar y alimentar a los pollos.

Comisión de compras, tienen que cotizar con varios proveedores los equipos e insumos que la comisión de producción definió que necesitan. Viajarán a Tactic y a Cobán para conseguir los mejores precios y las mejores condiciones (crédito, lugar de entrega, asistencia técnica, entre otros).

Asignación de roles: darle una tarea a cada integrante del grupo. Cada persona tiene talentos y habilidades, se le debe asignar lo que puede hacer mejor.

Margarita sugirió:



“Vamos a necesitar dinero para pasajes, para fotocopias, para pagar el Internet y otras cositas. ¿Cuánto podría dar cada una?”

Decidieron que podían dar Q20.00 cada una y juntaron un total de Q500.00.

Carlota sugirió:

“En los talleres nos dijeron que debíamos registrar los aportes de las asociadas. Para empezar aquí traigo un cuaderno donde anotaremos el dinero que cada una dará”.



Contabilidad: sistema que aplica principios y normas para llevar las cuentas de las operaciones contables de un negocio.

Dos semanas después se reunieron de nuevo, para conocer los resultados del trabajo de las comisiones.

La comisión de gestión informó que se había reunido con el técnico de PROSA, que es el Programa Nacional de Sanidad Avícola, y las ayudarán con capacitación y con vacunas para los pollos.

La comisión de mercado informó que se dieron cuenta que los que más compran pollo en el pueblo son los comedores. Encontraron 7 comedores que compran entre 7 y 10 pollos a la semana; les gustan los pollos de 4.5 a 5 libras, limpios (sin plumas), enteros y que no estén golpeados. Les gusta que la carne sea dura y que tenga el saborcito criollo. Pagan entre Q10.00 y Q11.00 por libra.

El grupo decidió que va a venderle los pollos a los comedores que están en la cabecera municipal y que consumen pollos.

Mercado objetivo: grupo de personas que compran con características parecidas a los que la organización decide servir.

Carlota dijo:



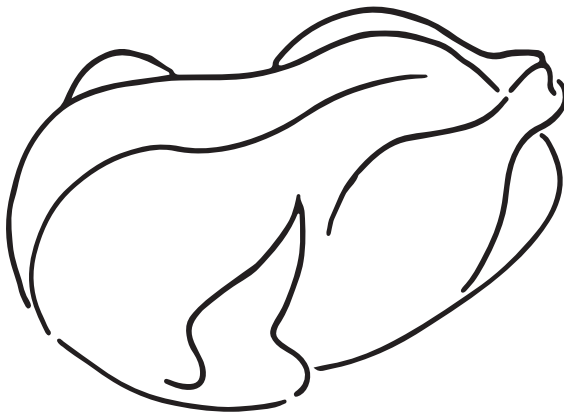
“Ahora que ya conocemos qué es lo que quieren comprar, podemos criar los pollos como los quieren para estar seguras que los van a comprar. Ahora hablemos todas sobre lo que vamos a hacer”.

Enfoque de mercado: es cuando la organización orienta la producción y comercialización a lo que le quieren comprar.

Entre todas decidieron lo siguiente:

PRODUCTO

Pollo de engorde: alimentado con maíz y concentrado, de 7 semanas de engorde, que pese de 4.5 a 5 libras cada uno, destazado y desplumado. Vamos a asegurarnos que no tenga ninguna pluma y a trabajarlo con cuidado para que no se quiebren los huesos y no se golpee. Colocaremos cada uno dentro de bolsa plástica nueva para que los puedan guardar.



Producto: bien que se ofrece a un mercado para satisfacer una necesidad o deseo. Es lo que me quieren comprar.



PRECIO

Decidieron que sera Q0.50 (centavos) menos que el que se vende en el mercado porque los restaurantes compran por mayor. Todavía falta ver cuánto se gastó para ver si les deja una buena ganancia.

Precio: valor en dinero que se le da a un producto, medido en términos de lo que un comprador está dispuesto a dar para comprarlos.

PLAZA

Decidieron que ellas llevarán los pollos directamente a los comedores del pueblo, no tendrán intermediarios.

Plaza: llevar los productos desde el lugar en donde se producen hasta el lugar en donde el cliente lo quiere comprar.

PROMOCIÓN

Como la venta se hará directamente a los comedores, Margarita visitará a las personas encargadas de cada comedor los días viernes para preguntar cuántos pollos querrán esa semana y recordarles que son pollos engordados con concentrado y maíz, y que estén limpios y bien desplumados.

Promoción: es la forma en la que la organización se comunica con sus clientes.

Dijo Carlota:

“Ahora...escucharemos a la comisión de producción”.



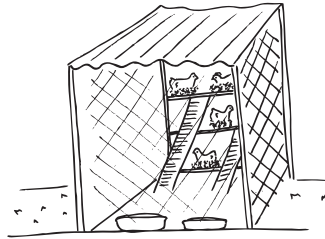
“Nosotras hablamos con Don Carlos, el señor de la agropecuaria, él tiene una granja de pollos de engorde y dice que estudió Zootecnia en la universidad. Es importante saber si la persona que nos ayuda conoce bien el proceso, y como él tiene años trabajando en esto, dice que los recursos que se necesitan son los siguientes”:

INFRAESTRUCTURA

Nos dijo que teníamos que pensar cuántos pollos queremos tener cada una. Nosotras pensamos que por el tamaño de nuestros patios, podemos tener 100 pollos.

Dijo que necesitamos un gallinero, que tenemos que tener cuidado con la orientación, y seguir el sentido del sol, protegidos de la entrada de corrientes de aire, evitando la acumulación de gases.

Para los 100 pollos necesitamos un gallinero de 37.5 metros cuadrados (8 pollos por metro cuadrado), con techo de lámina, rodeado de malla de gallinero y piso de cemento, con desnivel para poder lavarlo.



Recursos: son las cosas que necesitamos para realizar el proceso de producción.

EQUIPO

Lámpara para regular la temperatura de los pollitos.
Bebederos, comederos, cortinas, para controlar la temperatura del gallinero, termómetro, báscula, redondel (es una rueda de lámina PVC o costales con alambre de amarre).

INSUMOS

- Aserrín para colocar en el piso
- Vacunas
- Antibióticos
- Desinfectantes

MATERIA PRIMA

- Pollo de 1 día de nacido
- Concentrado

MANO DE OBRA

Se necesita que una persona les dé de comer en la mañana y luego revise el gallinero por la tarde; son dos horas al día, durante 6 semanas.

Dijo Carlota:

“Ahora es el turno de la comisión de compras para hablar con las agropecuarias acerca de comprar por mayor y pedir un mejor precio”.



Don Carlos también las ayudó a hacer un plan de producción por semana:

Actividad	Compra de concentrado	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7
Preparar gallinero								
Compra de pollitos								
Compra de concentrado								
Colocar pollos en gallinero								
Alimentar, dar agua y limpiar los pollitos								
Vacunar								
Destazar								
Vender								

Terminaron la reunión de ese día y quedaron que se iban a reunir nuevamente en 15 días para que los comités de compras y de finanzas avanzaran con la información que les dieron en esta reunión.

Dos semanas después, las 25 mujeres se reunieron nuevamente, para escuchar la información del comité de compras y de la tesorera.

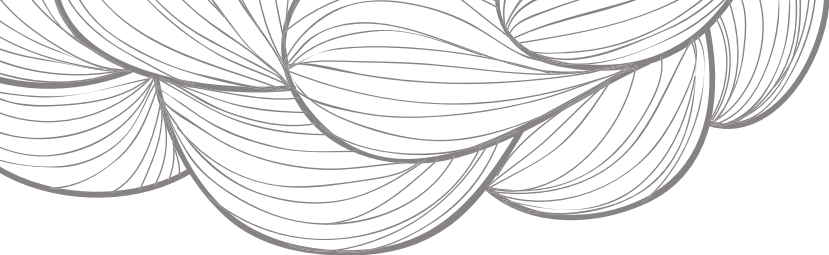
Presentaron el siguiente presupuesto:

Gasto	Presentación	Cantidad	Precio Unitario	Total
Pollitos	Unidad	100	Q5.50	Q550.00
Concentrado	1 quintal	10	Q190.00	Q1,900.00
Vitaminas	Sobre de 10 gramos	5	Q5.00	Q25.00
Antibióticos	Sobre de 10 gramos	10	Q8.00	Q80.00
Mano de obra	Horas de trabajo	84	Q3.75	Q315.00
Depreciación del gallinero	Semana	6	Q25.00	Q150.00

A Total	Q3,020.00
B Unidades producidas	450
C Precio por unidad	Q10.50
D Venta total (B x C)	Q4,725.00
E Utilidad (D - A)	Q1,705.00

Comprendieron que trabajando juntas usan la misma cantidad de horas para cuidar a los pollos, que es la misma depreciación del gallinero y así mejoran sus ganancias.

Proveedores: empresa que vende la materia prima, los insumos o el equipo que se utiliza para producir los bienes o servicios necesarios para una actividad.



Se dieron cuenta que para empezar a producir 100 pollos necesitan Q5,055.00 que incluyen la inversión que necesitan para construir en el gallinero que cuesta Q2,500.00, capital para comprar los primeros pollitos y el concentrado para el primer lote de producción.

Carlota les recordó:



“Debemos de buscar a la empresa que nos dé las mejores condiciones, entre estas:
interés anual, plazo para pagar el crédito, garantías, entre otros”.

Las señoras empezaron el proyecto, solicitaron el crédito, construyeron el gallinero y compraron el equipo (detalle página 30), así cómo, los pollos e iniciaron su negocio.

Después de dos años, se reunieron nuevamente.

Doña Carlota dice:

“Tenemos dos años de estar trabajando juntas. Opino que es momento de que formemos una empresa. Invité a la señora Alicia González del Ministerio de Economía para que nos diga que necesitamos hacer para legalizarla”.



Empresa: sistema definido que hace realidad una idea (emprendimiento) de forma planificada y satisface los deseos de los clientes. Se establece para tener ganancias.

Empresaria: propietaria o directiva de una empresa. Dirige y controla el trabajo de la empresa.

Doña Alicia dice:



Tienen que decidir qué tipo de empresa quieren ser:

- Cooperativa
- Asociación
- Empresa Sociedad Anónima (en el Anexo 4 pueden ver información sobre cada tipo de empresa).

Si quieren que su negocio salga adelante deben recordar:

Es mejor trabajar todas juntas, ayudándose unas a otras. ✓

Es importante escribir cómo quieren que sea la organización en el futuro (visión) y qué tienen que hacer hoy para poder alcanzar la visión (misión). ✓

Antes de producir, deben saber cómo quieren que sea el producto las personas que lo van a comprar. ✓

Preguntar a las personas a las que se les quiere vender el precio que pueden pagar, cómo les gusta que sea el producto, en dónde lo quieren comprar, la cantidad que compran, entre otros. ✓

Las personas están dispuestas a pagar precios más altos dependiendo del valor que perciben de los productos. ✓

Hay que hacer promoción de los productos para que las personas que los pueden comprar los conozcan.



Es muy importante hacer un presupuesto antes de empezar a producir para ver si hay ganancia en el negocio, debe incluir el tiempo que van a usar para hacer el producto.



En el grupo hay que elegir una junta directiva y explicarles qué tienen que hacer (estructura organizacional).



Es importante llevar registro de los aportes, las compras y las ventas de la organización.



Es necesario hacer un listado de la infraestructura, equipo, materia prima, mano de obra e insumos que se van a necesitar para la producción.



Llamar a las empresas donde les pueden vender lo que necesitan para producir (proveedores) para lograr mejores precios, condiciones de entrega y asistencia técnica.



Si necesitan dinero prestado, pueden llamar a una organización que preste dinero, preguntar por el interés, el plazo y las condiciones del préstamo.



Cuando estén listas pueden crear una empresa, deben decidir qué tipo de empresa quieren hacer, una Empresa Sociedad Anónima, una Cooperativa o una Asociación, y seguir los pasos que se indican para formarla.



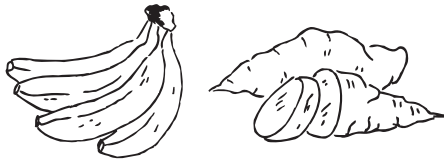
ANEXOS

ANEXO 1 OTRAS IDEAS DE NEGOCIOS

Cultivos nativos¹

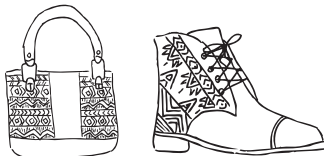
El cultivo de malanga, plátano y yuca, que se procesa en frituras y harinas, con el propósito de auto consumo y venta de excedentes. Podrían desarrollarse productos para personas con intolerancia al glúten y evaluar su efectividad en concentrados para aves de corral. Entre las ventajas se encuentran:

- Son cultivos nativos, adecuados para las condiciones del lugar.
- Aportan valor nutricional al consumo familiar.
- Hay una tendencia en el mercado de comida alternativa a consumir productos nativos.



Innovación en tejidos típicos y artesanías

El factor de éxito en la producción de artesanías es la innovación, esto es hacer nuevos productos con los materiales existentes o los mismos productos con nuevos materiales. Y buscar mercados que los valoren, es decir, que paguen a mejores precios los productos.



1. Ingeniero Miguel Ramiro Caal, FUNDEMI

Productos y servicios de las abejas sin aguijón²

La meliponicultura se caracteriza por ser una actividad económicamente viable, muy sencilla y de fácil implementación y mantenimiento dentro de los sistemas de producción campesinos o urbanos. Algunas de sus ventajas son:

- Bajo costo de implementación, mantenimiento, equipos e insumos. El «pie de cría» inicial puede obtenerse directamente del medio y, luego, multiplicarse en cautiverio; se requieren pocas herramientas de manejo y pueden utilizarse materiales locales para la construcción de colmenas y meliponarios;
- Baja inversión en tiempo y mano de obra; el cuidado de meliponarios puede ser realizado por cualquier miembro de la familia;
- Fuente de ingresos que no interfiere con otras actividades productivas;
- Docilidad y fácil manejo. Las colmenas pueden mantenerse cerca de la casa sin riesgo;
- Sostenible ambientalmente, además de prestar servicios ambientales a los agroecosistemas a través de la polinización; y
- Productos reconocidos, con gran demanda local y precio elevado.



2. Programa MOSCAMED Guatemala, información proporcionada por el Licenciado Jorge Ibarra.

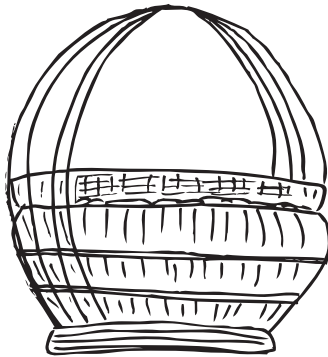
Productos de bambú³

El bambú es una planta de fácil manejo y de crecimiento rápido, tomando en cuenta sus múltiples beneficios y ventajas a nivel económico, social y ecológico entre otros. Las ventajas de esta planta, conllevan a la posibilidad de utilizar el bambú en beneficio de los más necesitados.

Al desarrollar cultivos de bambú, se generan fuentes de empleo que contribuyen a reducir índices de pobreza y aumentar desarrollo económico.

El bambú es considerado como una planta multifacética y versátil, y su mayor importancia radica en que no es necesario volver a replantarlo después de la primera cosecha.

Es considerado como un protector del ambiente y del suelo, y puede ser considerado, según sus propiedades físicas y mecánicas, como una madera ya que es resistente, flexible y se le denomina “el acero vegetal”. Además existen muchas especies y géneros, por lo que cada una se puede utilizar en diferentes áreas y para diferentes cosas.



3. Industrialización del bambú en Guatemala, Misión Técnica Agrícola de la República de China (Taiwán) en Guatemala.

ANEXO 2

Entidades que brindan apoyo a los grupos organizados de productoras rurales:

1. Ministerio de Agricultura, ganadería y alimentación. Teléfono 7952-1321.

http://web.maga.gob.gt/wp-content/uploads/pdf/home/politica_desarrollo_

- Sistema nacional de extensión rural, asistencia directa a las productoras en las unidades productivas.
- Fontierras, tiene un programa de créditos para arrendamiento de tierras. <http://www.fontierras.gob.gt/portal/viewer/index/Z3k%3D>
- INAB, programa PINPEP - programa de incentivos para pequeños poseedores de tierras de vocación forestal o agroforestal. <http://www.inab.gob.gt/Paginas%20web/Pinpep.aspx>
- PROSA (Programa Nacional de Sanidad Avícola), apoya en el desarrollo avícola (aves).

2. Programa de Desarrollo Rural Sustentable para la región del Norte PRODENORTE-MAGA. Teléfono 7951-4023

- Acceso a mercados y desarrollo de negocios rurales.
- Caminos rurales e infraestructura social

3. Ministerio de Economía (MINECO), apoyo en capacitaciones y dar equipo para las pequeñas y medianas empresas (mipymes), Teléfono 2412-0220, extensión 3701.

- Capacitación y asistencia técnica
- Apoyo al emprendimiento
- Financiación, microcrédito, capital semilla, fondos de inversión.

4. Oficina Municipal de la Mujer (OMM), conoce oportunidades de apoyo para emprendimientos de mujeres rurales.

ANEXO 3

Organizaciones que dan financiamiento para proyectos productivos

NOMBRE	UBICACIÓN	TELÉFONO	OBSERVACIONES
ADRI	Está en Tukurú, cerca del Centro de Salud	7951-1215 y 7952-1746	Son préstamos grupales solidarios, para poner una actividad económica que ellos supervisan
BANRURAL	Tienen sucursales en todos los municipios	1720	Créditos grupales, solidarios, mancomunados (todas son responsables de la deuda)
MICOOPE	Está enfrente de BANRURAL y hay representantes en Tukurú, tienen un kiosco en el Comercial la Ceiba	2419-2020	Préstamos individuales, tienen preferencia las personas que son socias
FAFIDES	Tienen oficina en Cobán y en San Cristóbal Verapaz, tienen representantes que visitan la región del Valle del Polochic	3109-9746	Trabajan montos desde Q1,000 a Q8,000, puede ser por 6, 9, 12, 15 y 18 meses. Son préstamos grupales, solidarios

ANEXO 4

Estos son los pasos a seguir para ser empresarias, puede verlo paso a paso en Internet, en la página web del Ministerio de Economía www.asisehace.gt.

Decidir qué tipo de empresa quieren ser:

	EMPRESA S.A	COOPERATIVA	ASOCIACIÓN
Ventajas	Facilita la comercialización del producto, permite, se pueden distribuir utilidades	Puede recibir donaciones, tiene la asesoría gratuita de INACOP (Instituto Nacional de Cooperativas), tiene algunos beneficios fiscales	Puede recibir donaciones, tiene algunos beneficios fiscales
Desventajas	Hay que llevar controles, pagar impuestos y no puede recibir donaciones	No pueden distribuir utilidades	No pueden distribuir utilidades
Cantidad inicial de socios	Indiferente	Un mínimo de 20 personas	Un mínimo de 7 personas
Responsabilidad	Ilimitada, los socios responden con sus bienes	Limitada a los aportes de los socios	Limitada a los aportes de los socios
Acta de constitución y nombramiento del representante legal	La hace un abogado y la presenta al Registro Mercantil	La hace un abogado y la presenta ante INACOP	La hace un Abogado y la presenta al Registro Civil de personas jurídicas en el Ministerio de Gobernación

	EMPRESA S.A	COOPERATIVA	ASOCIACIÓN
Inscripción de la entidad y del representante legal, nombramiento del contador, solicitud de facturas, y autorización de libros contables	Ante la Superintendencia de Administración tributaria (SAT)	Ante la Inspección General de Cooperativas INGECOP y la Superintendencia de Administración tributaria (SAT)	Ante la Superintendencia de Administración tributaria (SAT)
Inscripción Registro mercantil	Si, debe solicitar patente de Sociedad y de Comercio	No	No
Obligaciones tributarias	IVA, ISR e ISO	IVA de las compras que realizan, excepto las de maquinaria e IVA de las ventas, excepto cuando sean a socios u otras cooperativas	IVA sobre las compras y sobre ventas, a menos que den un recibo que registran cómo donación

**Caminando juntas
hacia la Empresarialidad**