

Caminando juntas hacia la Empresarialidad



Tejidos

“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 hijos e hijas 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 Mariita”.



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 platiqué con mis vecinas y tenían el mismo problema. ¿Se recuerdan lo que nos dijo la seño del Programa Conjunto? Podemos organizarnos para hacer algo entre todas”...

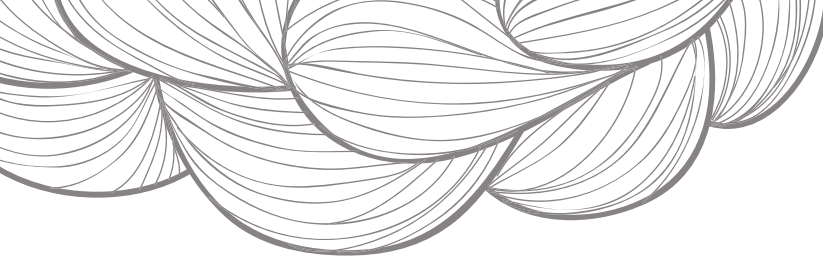


Trabajo en equipo: es el que realizan varias personas con un objetivo común.

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 bolsas y después aprendí cómo combinar colores, sólo hay que comprar el telar para hacerlo.
¿Quiénes saben tejer?”



8 levantaron la mano.

Luego, Lucia 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 más quiere aprender a tejer?”



3 más levantaron la mano.

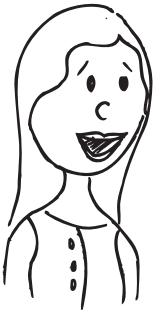
Hay 11 mujeres interesadas
en tejidos

Carlota dijo:

“¿Y será que vamos a vender las bolsas? Yo he oído que las de la aldea vecina se quejan de que hay muchas personas haciendo bolsas, y que se venden muy baratas”.



Lucía contestó:



“Me recuerdo que la señora 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, amiga de Margarita, dueña de una tienda que vende tejidos:



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



Sí, claro, con mucho gusto, ustedes pregunten.

¿Qué tipo de tejidos vende?



Así como ven ustedes, tengo güipiles, cortes, bolsas y camisas.

Y, ¿dónde los compra?



Aquí vienen señoras de Cucanjá a ofrecerme güipiles y desde Telemán me traen las bolsas y los cortes. De Chamelco viene Don Pedro que desde hace años me trae las camisas de dacrón; esas me las trae por docena. Y hace poco me trajeron estas bolsas que están re chulas, son de un hilo más suave, colores más bonitos y con zipper.

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.

¿Y qué es lo que usted ve en los productos que le traen?



Miren, a mí me gusta que no salga el color, que las figuras sean diferentes, que los colores estén bien combinados y que estén bien tejidos, que no se salgan los hilos. Además, ¡que me den un buen precio!

¡Qué bueno que lo menciona!
¿Nos puede decir qué precio le pagan por las bolsas?



Eso depende del tamaño, del hilo, de los colores y de las figuras. Hay de Q50.00 y otras de Q75.00. Esas otras que les enseñé las vendo hasta en Q125.00.

¿Cuánto compra al mes?



Ah, de bolsas compro dos docenas al mes y de güpiles una docena; de cortes depende de las fiestas.

Después de agradecerle a doña Carmen, fueron a caminar por el mercado y vieron que estaban 3 señoras vendiendo tejidos, tenían su venta sobre tablas, vendían los mismos productos que doña Carmen, pero eran del hilo que se destiñe y no estaban bien tejidos.



Entonces, le preguntaron a una de las señoras:



¿Cuánto cuesta la bolsa?

35.00 quetzales.



¿Qué días vende?

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



¿Cuánto vende?

Hay seño, cuando me va bien, vendo hasta 3 bolsas, pero últimamente ha estado bajo el negocio. Entonces sólo vendo 1 o 2 bolsas al día.



Pasaron a la venta de hilos. Preguntaron el precio del hilo por mayor y Carlota se puso a hacer el presupuesto para ver si queda ganancia.

Gasto	Presentación	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hilo	madeja (0.8 onza)	25	Q1.00	Q25.00
Mano de obra	Jornal	2.5	Q30.00	Q75.00
Zipper	Unidad	1	Q3.00	Q3.00

A Total	Q103.00
B Unidades producidas	1
C Precio por unidad	Q110.00
D Venta total (B x C)	Q110.00
E Utilidad (D - A)	Q7.00

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



Después de hacer números se reunieron nuevamente con las señoras de la comunidad, y ahora llegaron 10 más.

¡Ya son 21 mujeres las que quieren trabajar juntas!

Les platicaron sobre lo que vieron en el pueblo, y el presupuesto que les hizo Carlota, por lo que decidieron que hacer bolsas diferentes era un buen negocio. Y eso eligieron a trabajar.

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

Carlota dijo:



“Ahora tenemos que organizarnos. ¿Quieren que trabajemos juntas?”

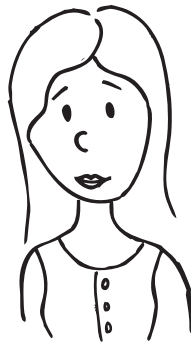
Organización: grupo de personas que trabaja de forma coordinada para lograr una visión la cual fue definida por todas las participantes.

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



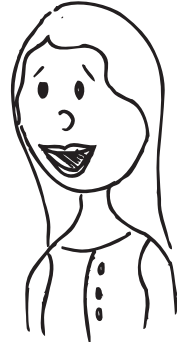
Tesorera



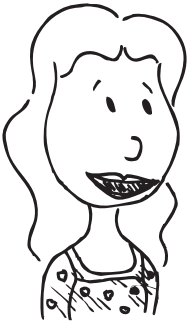
Estructura organizacional: la asignación de roles en la organización, definiendo qué actividades son necesarias y quién es la persona encargada de hacer cada actividad.

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, pensemos 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 juntas y de forma organizada. - Algunas mujeres ya sabemos tejer bolsas. - Algunas mujeres ya tenemos los telares. - Recibimos la capacitación en Empresarialidad de ONU Mujeres - Tenemos experiencia en gestión y manejo de créditos. 	<ul style="list-style-type: none"> - No tenemos dinero para empezar el negocio. - No sabemos combinar colores. - No tenemos apoyo de nuestros esposos. - Tenemos mucho trabajo en casa, como limpiar, cocinar, lavar, llevar a niñas y niños a la escuela, etcétera. - Hay pocas tiendas donde venden hilo. - No sabemos qué bolsas le gustan a la gente y 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"> - Que más personas vendan bolsas tejidas a mano. - Que vendan bolsas parecidas y más baratas porque son hechas a máquina. - Que haya una crisis económica.



“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 visión 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 apoyo (ver lista de organizaciones en Anexo 2).

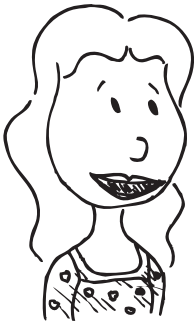
Comisión de mercado, buscar más información sobre la forma en la que compran las bolsas y analizar la idea que les dio Doña Carmen, de vender bolsas con zipper. Necesitarán ayuda de Lucía, la hija de doña Margarita, para buscar en el Internet más información.

Comisión de producción, encargadas de aprender más sobre las técnicas de tejido, diseños y combinación de colores. Averiguarán sobre el telar de pie.

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 Q420.00.

Carlota sugirió:

“En la capacitación nos dijeron que debíamos registrar los aportes de las asociadas. Para empezar 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 Doña Rebeca. Ella es una señora que recibió capacitación en tejidos en el INTECAP, y ofreció capacitarlas si le pagan su día y su pasaje.

La comisión de mercado informó que fueron a los pueblos vecinos y encontraron en las tiendas de tejidos las mismas bolsas con zipper que Doña Carmen les enseñó.

El grupo decidió que va a venderle las bolsas con zipper a las tiendas de tejidos que están en los pueblos.

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 hacer las bolsas como les gustan. Entonces hablemos sobre qué 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

Bolsas tejidas, de hilo suave, que no destiña, con colores bien combinados, cuidando siempre que estén bien tejidas y con zipper.



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

PRECIO

La comisión de mercadeo habló nuevamente con Doña Carmen, ella les dijo que le gana unos Q15.00 a cada bolsa, por lo que decidieron que el precio será de Q110.00 por bolsa. 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 las bolsas a las tiendas de tejidos de los pueblos de la región.

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

PROMOCIÓN

Margarita visitará las tiendas de tejidos una vez al mes para preguntar cuántas bolsas quieren para el siguiente mes. Les enseñará los nuevos colores y figuras. También realizarán carteles con fotos de las bolsas y los colocarán en las paredes de afuera de las tiendas.

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 Doña Rebeca, la señora que recibió la capacitación en el INTECAP. Ella lleva muchos años haciendo bolsas y dice que necesitamos”:

INFRAESTRUCTURA

No se necesitan tener una casa para trabajar porque cada una trabajará en su casa y después, en la casa de Margarita revisarán y empacarán las bolsas

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

EQUIPO

- Telar de cintura
- Agujas



MATERIA PRIMA

- Hilo de diferentes colores

MANO DE OBRA

Cada una de las mujeres tejerá las bolsas en su casa. Se llevan dos días para hacer cada bolsa.

Carlota dijo:

“Vamos a hablar con la comisión de compras para que hablen con los vendedores de hilos para comprar por mayor y pedir un mejor precio”.



Doña Rebeca también las ayudó a hacer un plan de producción:

Actividad	Día 1	Día 2	Día 3	Día 4	Día 5	Día 6	Día 7
Apuntar cuánto se va vender	■						
Revisar qué dibujos van a poner en la bolsa y los colores	■		■	■	■	■	■
Apuntar cuántas bolsas va a hacer cada señora	■						
Dar el hilo a cada señora	■	■	■		■	■	■
Preparan urdimbre			■				
Tejen	■	■	■		■	■	■
Hacen bien las bolsas y se revisa					■		
Empacan el pedido de cada tienda		■	■	■	■	■	■
Entregan las bolsas a las tiendas							■

*La cantidad de días depende de la cantidad de bolsas que vayan a producir.

Terminaron la reunión de ese día y quedaron que se iban a reunir nuevamente en 15 días, para que el comité de compras y la tesorera dijeran que nuevas noticias tienen.

Dos semanas después, las 21 mujeres se reunieron nuevamente, para escuchar la información del comité de compras y la tesorera. Se dieron cuenta si se ponían de acuerdo para comprar el hilo y los zippers en Tactic, lograban tener un mejor precio.

Doña Rebeca, la señora que les dio la capacitación les dijo como podían hacer más rápido la bolsa y hacer una bolsa en dos días.

Presentaron el siguiente presupuesto:

Gasto	Unidad de medida	Cantidad	Precio Unitario	Total
Hilo	Libra	1.25	Q18.00	Q22.50
Mano de obra	Jornal	2	Q30.00	Q60.00
Zipper	Unidad	1	Q2.50	Q2.50

A	Total			Q85.00
B	Unidades producidas			1
C	Precio por unidad			Q110.00
D	Venta total (B x C)			Q110.00
E	Utilidad (D - A)			Q25.00

Comprendieron que es muy importante negociar precios con los que venden los hilos al comprar por mayor porque así pueden mejorar sus utilidades.

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 cada una de las asociadas necesita tener su telar y Q100.00, para poder comprar el hilo y el zipper para hacer las primeras cuatro bolsas. Entre todas necesitan Q3,000.00; deben conseguir el dinero para empezar.

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, compraron el hilo y los telares para las que no tenían y empezaron su negocio. Se reunían cada 15 días para hablar de las ventas, de los costos y de las ganancias; cada una recibía de acuerdo con las bolsas que tejía.

Después de seis meses, se reunieron para hablar del futuro de la organización..

Doña Carlota dice:

“Tenemos seis meses de estar trabajando juntas, creo que es hora de que formemos una empresa. Por eso invité a la Señora Alicia González, del Ministerio de Economía para que nos diga qué 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.



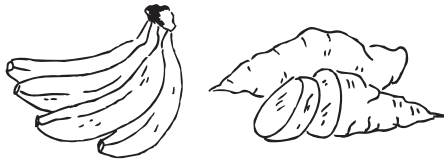
ANEXOS

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.

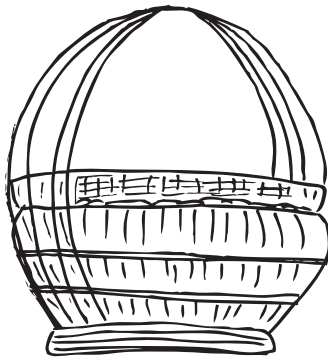
Productos de bambú³

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

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**