



Interculturalidad
Salud y
Derechos A.C.

citibanamex
El Banco Nacional de México

Emprendiendo en libertad entre nosotras

Manual de fortalecimiento de negocios
sociales de mujeres que salieron de la cárcel



El Manual de fortalecimiento de negocios sociales de mujeres que salieron de la cárcel: **“Emprendiendo en libertad entre nosotras”** forma parte del proyecto: **“Hecho en Libertad: Programa de fortalecimiento de negocios sociales encabezados por mujeres que estuvieron en la cárcel”**, el cual es financiado gracias a **Fomento Social Banamex A.C.**

Sofía Y. Camacho Padilla
Kaxan Conocimiento Emergente S.C.

Diseño gráfico: Rosa Noguera C.

Impreso en 2020
1a edición
ISBN: en trámite.

Se autoriza usar la información de este manual siempre y cuando se cite la fuente.

INTRODUCCION Y OBJETIVO

“ Para todas las mujeres que se atreven a ir más allá, por sí mismas y por todas las que fuimos, somos y seremos. ”

Este manual es para ti y todas las mujeres que emprendemos en libertad. Juntas aprenderemos sobre el proceso de emprender y hacer crecer tu negocio; aprenderemos sobre otras mujeres que lo han hecho y qué les ha funcionado; pero sobre todo aprenderemos de nosotras mismas, lo que buscamos y hacia dónde queremos llegar.

Este manual se suma a la metodología “Hecho en Libertad®” de la organización Interculturalidad, Salud y Derechos A.C. (INSADE), que busca aportar a la reinserción social a través del fortalecimiento de negocios encabezados por mujeres. Inicialmente, buscamos impulsar a 100 mujeres de 5 ciudades: Tlaxcala, Ciudad de México, Estado de México, Nuevo León y Yucatán. No obstante, sabemos que somos muchas mujeres que queremos crecer, aprender y podemos beneficiarnos de este manual. Este trabajo ha sido elaborado con el mayor respeto por las historias de vida de todas las personas involucradas. Trabajamos en sororidad y buscamos integrar los diferentes tipos de conocimientos que ya tenemos por las experiencias que hemos vivido.

Mi nombre es Sofía y soy emprendedora como tú. Llevo varios años trabajando en temas de innovación, emprendimiento e impacto social y ambiental y creo que podemos compartir muchos aprendizajes. Sé que tú también has vivido y aprendido mucho en este camino, identificado oportunidades y superado muchos retos. Seguramente has crecido mucho, no sólo laboralmente sino como persona. Déjame decirte de entrada que admiro mucho tu valor por emprender, por buscar superarte y dar este paso. El hecho de que estés leyendo este manual, quiere decir que estás lista y dispuesta a llevar tu emprendimiento a una nueva etapa. Realmente emprender nos da una oportunidad de relacionarnos con el mundo, ofreciendo nuestro trabajo, a cambio de tener un pago justo, que abone a tener una vida digna para nosotras y nuestras familias.

Te comparto los valores en los que se basa esta forma de trabajo. Valores que esperamos, puedas llevar a tu negocio.

Opción y elección

Este contenido que te proponemos son opciones; oportunidades para que tú elijas la que más hace sentido para ti y tu negocio.

Colaboración

Necesitamos comunicarnos con nuestro equipo, clientes y aliados para juntos llevar la iniciativa hacia donde queremos estar.

Creatividad

Esta habilidad nos ayudará a resolver cualquier problema que tengamos. Debemos ser resilientes y ajustarnos a las circunstancias.

En este mismo espíritu, te comparto que este trabajo de INSADE y Kaxan Conocimiento Emergente cuenta con conocimiento validado por expertos. Gracias a Kaya Impacto tuvimos la mejor información en temas de finanzas; y con el Centro de Economía Solidaria e Investigación Social (CESIS) reconocimos las alternativas económicas que crean un impacto positivo en las comunidades.



MUJERES EMPODERADAS Y EMPRENDEDORAS

1.1 Empoderamiento económico de las mujeres

Me imagino que ya has escuchado este término “empoderamiento”. Yo lo entiendo como reconocer que todas tenemos el poder de hacer lo que nos proponemos.

A su vez, el empoderamiento económico es ganar nuestro propio dinero y así, no depender de otros para decidir cómo queremos vivir.

El empoderamiento económico de las mujeres es central para alcanzar otros objetivos como hacer que se respeten nuestros derechos y alcanzar la igualdad con los hombres¹.

Esto incluye:

- que tengamos la capacidad para participar en el mercado de la misma forma que los hombres,
- poder acceder y controlar recursos,
- poder acceder a buenos trabajos,
- tener nuestra propia voz y que se nos escuche,
- tener capacidad de cambiar una situación (agencia),
- tener participación significativa y capacidad de tomar decisiones en todos los niveles: desde nuestra propia casa, hasta grandes instituciones nacionales e internacionales.
- controlar nuestro propio tiempo, vida y hasta nuestros propios cuerpos.

Suena bien, ¿no? Lo triste es que vivimos en un mundo muy desigual, donde no somos reconocidas y no tenemos las mismas oportunidades. Incluso, muchas somos objeto de violencia en los espacios donde nos desarrollamos como mujeres.

1. UN Women, Facts and Figures: Economic Empowerment; Benefits of economic empowerment (Ginebra, 2018). www.unwomen.org/en/what-we-do/economic-empowerment

Aún falta mucho camino por recorrer:

- Nos prohíben trabajar. Todavía hay 2.7 billones de mujeres en el mundo que legalmente no pueden tener los mismo trabajos que los hombres. De 189 países:
 - 104 prohíben ciertos trabajos;
 - 59 no previenen el abuso sexual en lugares de trabajo; y en
 - 18 los maridos pueden prohibir a sus esposas trabajar².
- Estamos desempleadas. En 2017 las mujeres tenían un 6.2% de desempleo, frente a los 5.5% de los hombres³.
- Nos pagan menos. En todo el mundo la diferencia es de 23% menos de lo que ganan los hombres⁴, este porcentaje crece en países como el nuestro, y crece aún más para las que tienen más hijos⁵.
- No tenemos los mismos beneficios. De las que tienen empleo pagado, el 40% no tiene acceso a seguridad social como salud, pensiones, seguro de desempleo o maternidad⁶.
- Tenemos además más responsabilidades que no nos pagan como el cuidado de la familia y el trabajo doméstico.
 - Lo hacemos exactamente 2.5 veces más que los hombres⁷ y no se reconoce, aunque sea esencial para que funcione la economía (¡y todo lo demás!).
 - Si el trabajo que hacemos en la casa se nos pagara, sería el 18% del PIB del país, o sea más de 4 billones de pesos por producir los servicios de cuidados y labores domésticas, incluyendo la mano de obra y las contribuciones a la seguridad social⁸.

2. World Bank, Women, Business and the Law 2018 (Washington D.C., 2018). wbl.worldbank.org/

3. International Labour Organization (ILO), World Employment and Social Outlook: Trends for Women 2018: Global Snapshot (Ginebra, 2018). www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_619577.pdf

4. UN Women, Turning Promises into Action: Gender Equality in the 2030 Agenda for Sustainable Development (Nueva York, 2018). www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2018/2/gender-equality-in-the-2030-agenda-for-sustainable-development-2018

5. Damian Grimshaw and Jill Rubery, "The motherhood pay gap: A review of the issues, theory and international evidence," International Labour Organization, Conditions of Work and Employment Series No. 57, (Ginebra, 2015). www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_348041.pdf

6. ILO, Women at Work: Trends 2016 (Ginebra, 2016). www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_457317.pdf

7. ILO, World Employment and Social Outlook: Trends for women 2017 (Ginebra, 2017). www.ilo.org/global/research/global-reports/weso/trends-for-women2017/lang--en/index.htm

8. INEGI, Cuenta Satélite del Trabajo No Remunerado de los Hogares (México, 2018) <https://www.inegi.org.mx/temas/tnrh/>

- **Accedemos a menos servicios financieros.** En países como el nuestro, el 59% de los hombres tienen una cuenta en el banco, mientras sólo el 50% de las mujeres tienen, o sea una diferencia de 9 puntos⁹. Tener una cuenta, es la vía de entrada para tener otros servicios como préstamos o beneficios por ahorrar.
- **Tenemos menos probabilidades de ser emprendedoras y tenemos más retos que los hombres.** En el 40% de los países las mujeres que inician su negocio son la mitad o menos que los hombres
 - Nos limitan las posiciones de más alto liderazgo. Sólo el 5% de los empresarios de Fortune 500, son mujeres¹⁰.
- **Nos agreden.** 6 de cada 10 mujeres mexicanas sufren algún tipo de violencia, ya sea física, verbal, económica, etc¹¹.

En particular, las emprendedoras sociales tenemos que superar varios retos para tener un impacto social significativo¹².

- Falta de visibilidad
- Falta de redes de apoyo
- Legislaciones estrictas y políticas contraproducentes
- Falta de conocimiento por parte del cliente de los beneficios de consumir productos y servicios de estos negocios
- Financiamiento
- Reconocimiento en comparación de sus pares hombres

Tenemos el derecho a indignarnos: ¡Hay razones suficientes para hacerlo! Podemos también alzar la voz y denunciar lo que vivimos y lo que viven nuestras compañeras. No estamos solas. Muchas mujeres antes que nosotras también se han indignado y han trabajado para transformar estos problemas en oportunidades.

9. Demirguc-Kunt and others, The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World. Policy Research Working Paper 7255. (Washington D.C., 2015). documents.worldbank.org/curated/en/187761468179367706/pdf/WPS7255.pdf
 10. Cheryl, Women CEOs of the S&P 500 (2014). <http://www.catalyst.org/knowledge/women-ceos-sp-500>
 11. INEGI Día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer (México, 2018). www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2018/violencia2018_Nal.pdf
 12. Ashoka, Celebrating ChangemakersHERS How Women Social Entrepreneurs Lead and Innovate (2019) https://www.ashoka.org/sites/default/files/atoms/files/celebrating_changemakers.pdf

Identifiquemos todos los retos estructurales que ya hemos superado, siendo nosotras y haciendo lo que hacemos. Sigamos por este camino, por nosotras y por las que vienen detrás nuestro.

Transformemos los retos en oportunidades

No es solamente que las mujeres no tengamos la misma participación en la vida laboral, si no que somos una oportunidad desaprovechada. La buena noticia es que algunos inversionistas ya se están dando cuenta de que invertir en iniciativas de y para las mujeres no es sólo una responsabilidad social, si no una buena oportunidad de negocio. La inversión con perspectiva de género está creciendo mucho en las finanzas sostenibles.

Está comprobado que si invertimos en nosotros mismas y en otras mujeres, todos estamos mejor: se disminuye la pobreza, la seguridad alimentaria (o sea, que todos podemos acceder a alimentos de calidad), mejoramos nuestra salud y se reduce la desigualdad¹³. Cuando las mujeres trabajamos, la economía crece:

- Se calcula que las empresas con 3 o más mujeres en posiciones de toma de decisiones les va mejor en todas las dimensiones del desempeño organizacional¹⁴.
- Invertir y emplear mujeres es rentable para las compañías y añadiría a la economía mundial 28 billones de dólares para 2025, el equivalente a toda la riqueza de Estados Unidos y de China juntos.
- Las empresas que cotizan en bolsa que tienen más mujeres obtienen ganancias un 47% más altos.

Además, a nuestro favor, hay más emprendimiento femenino en América Latina que en otras partes del mundo. Buena parte de esto es por la larga tradición de microcréditos que atienden a grupos excluidos de los sistemas financieros tradicionales. En México el 85% de estos prestatarios son mujeres¹⁵. Pero la mayor barrera sigue siendo formalizar los financiamientos para proyectar a mediano y largo plazo, y así bajar las tasas de interés y manejar montos de dinero más grandes que nos permitan crecer más.

Además, las mujeres cada vez podemos comprar más y al día de hoy tomamos el 80% de las decisiones de compra (aunque somos el sector del mercado más desatendido). Podemos desarrollar productos enfocados a mujeres y esto deja abierto un enorme mercado.

13. Íbidem.

14. McKinsey & Company, Women Matter: Time to accelerate. Ten years of insights into gender diversity (Ginebra, 2018). www.empowerwomen.org/-/media/files/un%20women/empowerwomen/resources/hlp%20briefs/unhlp%20full%20report.pdf?la=en

15. Sacristán, Gema y Echebarria, Koldo, Invertir en mujeres, una oportunidad de negocios, El país, 22 Mayo 2019. elpais.com/elpais/2019/05/22/planeta_futuro/1558520059_762568.html



1.2 Las emprendedoras estamos innovando y creando cambios sociales

En muchos países en el mundo las mujeres están mucho más involucradas en negocios con impacto social que empresas tradicionales¹⁶. En países europeos, los emprendimientos sociales tienen más mujeres líderes que cualquier otro tipo de emprendimiento. Un análisis de los miembros de la red de Ashoka, una organización internacional que ha estado apoyando a las empresas sociales desde 1980, demuestra que de 3,500 emprendedores sociales en 92 países, el 38% son mujeres¹⁷. Este porcentaje sobrepasa el liderazgo de mujeres en otros campos. Según este mismo estudio, las emprendedoras tenemos esto en común.

a. Lideramos de forma inclusiva y colectiva

El liderazgo tradicional es de arriba hacia abajo (uno manda y el otro obedece) y excluye a las mujeres¹⁸. En cambio, muchas emprendedoras tienen un liderazgo colectivo; un proceso compartido que considera la experiencia de personas de todos los niveles de la organización para resolver retos y así crear un impacto más profundo. Creen que el éxito sostenible no es posible sin incluir diferentes perspectivas, contribuciones y formas de hacer las cosas. Esto asegura que las comunidades tengan capacidad de decisión y hace que las personas se sientan dueñas y parte importante de la organización.

b. Creamos nuevos roles para niñas y mujeres

Una estrategia común es crear nuevos puestos para avanzar una solución; ya sea dando las herramientas para que cada mujer resuelva sus propios problemas, empoderando a otras mujeres para participar más o para que asuman liderazgos que antes no existían.

c. Aportamos nuestra experiencias de vida

Nuestros aprendizajes de la vida tienen valor, son un activo para desarrollar nuestro liderazgo e impulsar nuestro emprendimiento. Por ejemplo, muchas mujeres creen que experiencias como convertirse en mamá puede ser malo para sus carreras, disminuyendo la posibilidad de crecer profesionalmente¹⁹. Al contrario, las emprendedoras sociales muestran cómo sus experiencias únicas de vida catalizan y alimentan su éxito. Por ejemplo la empatía y el desinterés de una mamá, también puede ser útil para ser mejor líder. Las habilidades de crianza como la comunicación y la creatividad son las mismas habilidades que se necesitan para innovar.

16. Atina, Women social entrepreneurs are innovators creating social changes (Bosnia, 2019) atina.org.rs/en/women-social-entrepreneurs-are-innovators-creating-social-changes

17. Bibars, Iman. "Redefining Success for Women Social Entrepreneurs." Social Innovation Journal, 30 Noviembre 2018. socialinnovationsjournal.org/editions/issue52/75-disruptive-innovations/2914-redefining-success-for-women-social-entrepreneurs. Accessed on January 16, 2019.

18. Murphy, Heather. "Picture a Leader. Is She a Woman?" The New York Times, 16 Marzo 2018. www.nytimes.com/2018/03/16/health/womenleadership-workplace.html

19. Minter, Harriet. "Maternity Leave Discrimination: Five Women Tell Their Stories." The Guardian, 27 Julio 2015. www.theguardian.com/women-in-leadership/2015/jul/27/maternity-leave-discrimination-pregnant-then-screwed-stories. Accessed on January 28, 2019.

¿POR QUÉ SOMOS EMPREENDEDORAS SOCIALES?

2.1 ¿Qué es emprendimiento social y ambiental?

En este punto, ya afirmamos que sí somos líderes, innovadoras, emprendedoras sociales. Pero ¿qué quiere decir eso exactamente? Hay muchas definiciones de emprendimiento social, pero para efecto de lo que nosotras venimos a aprender, usemos ésta:

Proceso de crear organizaciones y empresas centradas en generar un impacto social y ambiental positivo. El objetivo principal no es solamente obtener ganancias, sino invertir, desarrollar e implementar soluciones para resolver problemas sociales o ambientales de la comunidad local y global.

Ashoka describe los emprendedores sociales como:

Individuos con soluciones innovadoras para los desafíos sociales, culturales y ambientales más urgentes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes: abordan problemas importantes y ofrecen nuevas ideas para el cambio a nivel de sistemas.

Hay muchos tipos de empresas que pueden describirse como empresas sociales. Desde instituciones microfinancieras hasta panaderías, proyectos de vivienda, tiendas de artesanías y empresas tecnológicas. En realidad, es un área tan diversa como el emprendimiento mismo, nada más que aquí el impacto social es tan importante como el financiero.

2.2 Somos toda una comunidad, un ecosistema

Nadie puede emprender sola, por eso es importante saber que pertenecemos a toda una comunidad de personas que también quieren transformar la manera de hacer negocios creando un impacto positivo en su comunidad. Nos llamamos ecosistema, porque como en la naturaleza, somos diferentes tipos de organismos que interactúan y crean un ambiente para que los emprendimientos sociales nazcan y crezcan.

Como sabes por tu propio proceso, hay muchas etapas en los emprendimientos y hay organizaciones que se dedican a apoyarnos en cada una de estas etapas. Muchas veces no es tan claro en qué etapa estamos, pero en general identificamos estas 4 y estos ejemplos de organizaciones que en México están trabajando en ellas:

INSPIRAR	INCUBAR	ACELERAR	FORTALECER
<p>Medios de comunicación: Redes sociales Disruptivo TV</p> <p>Festivales: Semana del emprendedor Epicentro FLII</p>	<p>Incubadoras: INSADE La Chispa México Make Sense Social lab</p> <p>Universidades: UAA ITESO ITESM UANL etc</p>	<p>Aceleradoras: Masschallenge Unreasonable New Ventures</p>	<p>Redes: Sistema B Ashoka ANDE Kaya SVX Impact Hub PSM Co-Plataforma</p>

Tabla No. 1 Actores del ecosistema de emprendimiento social

Nota: No todos los emprendimientos tienen que pasar por todas las etapas ya que el proceso de escalar es muy demandante y requiere mucho tiempo, dedicación, dinero y expertise que puede costarnos mucho trabajo adquirir. Aunque decidamos no pasar por estos procesos, las aceleradoras y otras redes siguen estando ahí para inspirarnos y conocer a otras personas haciendo cosas increíbles.

Si tienes dudas sobre la etapa en la que estás, qué sigue para ti o a quién te puedes acercar en tu ciudad para alguna necesidad específica, orientate con tu asesor de INSADE.



2.3 Casos inspiradores y testimonios

Es un mundo grande y por más originales que seamos, probablemente ya alguien enfrentó los mismos retos que nosotros y encontró algún tipo de solución. En mi experiencia personal, siempre que me interesa trabajar en una nueva idea busco quién más ya lo ha hecho antes. Seguro hay mucho que aprender de esas personas y su experiencia. En este apartado, conoceremos a otras emprendedoras que están resolviendo problemas sociales y ambientales y, junto con sus equipos y aliados están llegando cada vez a más personas.

Culticiudad fue creada hace 20 años en la Ciudad de México por Gabriela Vargas para crear huertos en la ciudad para “hacer valer nuestra soberanía y seguridad alimentaria”. Los huertos urbanos mejoran el ambiente, crean microclimas para animales y plantas de la región, disminuyen el desperdicio de alimentos, producen hortaliza nutritiva e integran a la comunidad.

Murlota fundado por Itzel Suárez. La empresa ofrece mínimo 35 gallinas a familias en pobreza extrema para que produzcan huevo criado en traspatio. Así la familia come más proteína de origen animal y al venderlos aumenta sus ingresos dedicando solo 2 horas diarias sin salir de casa. Los clientes se benefician de tener productos de aves criadas en buenas condiciones y con mucho espacio para moverse y vivir.

Ámate, está encabezada por Georgina Vega, una diseñadora chiapaneca que estuvo presa durante 8 meses acusada de un delito que no cometió, durante este tiempo desarrolló un proyecto con la finalidad de dar empleo digno y honrado a 25 mujeres privadas de su libertad en el “CERSS 14 El Amate” en Chiapas. A través del bordado, ellas plasman las cosas que les dan alegría dentro del lugar, estos los transforman en morrales y bolsos de diferentes tipos. Hasta el momento han vendido más de 350 bolsas dentro y fuera de México.

Casa de madera En Amealco, una comunidad indígena otomí, Genoveva Pérez Pascual lidera a un grupo de artesanas que elaboran muñecas típicas y otros artículos artesanales. “En toda la comunidad hacemos muñecas, cojines, mantelería, alfarería y gastronomía, donde transmitimos costumbres y tradiciones. Ya somos más de 50 mujeres en el grupo, quienes tienen un buen ingreso económico para sus familias”, relató durante la Semana Nacional del Emprendedor 2018.

Pixza no fue fundado por una mujer, pero es interesante conocerlo. Ofrece la primera y única pizza de maíz azul del mundo con ingredientes 100% mexicanos. Empoderan y emplean a jóvenes en situación de calle y abandono social para su inclusión socioproductiva y sostenible y así evitar que sus hijos nazcan con el mismo perfil.

2.4 ¿Cómo sabemos que estamos teniendo un impacto positivo?

Aunque los que estamos en esto, simplemente lo sabemos y lo vivimos todos los días, es importante saber que existen marcos de referencia para saber qué impacto positivo estamos teniendo exactamente, en qué áreas, cómo podemos medirlo, comunicarlo e incrementarlo.

Una referencia importante en todo el mundo es lo que las Organización de las Naciones Unidas (ONU) han definido como Objetivos para el Desarrollo Sostenible u ODS por sus siglas. Entonces si de alguna forma, tu emprendimiento abona a alcanzar estos objetivos, eres parte de un movimiento global que requiere de todos nosotros para construir realmente un mundo con personas más sanas, conscientes y en sintonía con el planeta.

Objetivos de desarrollo sostenible



Tabla No. 2 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: UN Desarrollo Sostenible

Los ODS son metas globales, macro y que podrían incluso parecer inalcanzables o que falta mucho para lograrlo. Sin embargo, es importante saber que esos son los objetivos que como sociedades debemos tener.

Como metas más alcanzables al interior de nuestras organizaciones y en nuestras comunidades, podemos usar indicadores de impacto que guían a empresas de todos tamaños para ser buenas con sus comunidades y con el planeta. Por ejemplo: ¿cuál es la misión de nuestra empresa? O ¿cómo impactamos la vida de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente? Conocer más nuestro propio impacto, nos ayuda a saber qué estamos haciendo bien y hacia dónde queremos ir. Hay muchas formas de hacer evaluación de impacto, pero podemos empezar a reflexionar sobre estas 4 áreas²⁰.

I. Misión

¿Tu emprendimiento tiene una misión que incluye algunos de los siguientes?

- No existe una misión escrita
- Misión escrita que no incluye un compromiso social o medioambiental
- Compromiso a crear impacto social
- Compromiso a la responsabilidad y conservación medioambiental

Cualquiera de estas es válida. Hay que pensar cual te aplica a ti e incluir tu compromiso de tener un impacto positivo. Esto puede ser apreciado por tus clientes o aliados y le dará a tus productos y servicios mucho más valor agregado.

20. Estos ejemplos responden a la estructura de evaluación de impacto del B Lab quienes ofrecen una certificación y recomiendan buenas prácticas. Puede consultarse en su página web: bcorporation.net/

II. Trabajadores

Durante los últimos 12 meses, ¿le ofreciste alguno de las siguientes oportunidades de desarrollo a las personas que trabajan contigo?

- Capacitación externa para desarrollar habilidades
- Entrenamiento interno para desarrollar habilidades
- Reembolso de cuotas de inscripción a un curso que ellas eligieron
- Otro (favor describir)
- Ninguno

Lo importante es que busquemos que las personas con las que trabajamos en cualquier nivel crezcan también, junto con nosotras. Todas nos hemos beneficiado de alguien que creyó en nosotras y nos ayudó a aprender alguna habilidad que no sabíamos que podíamos desarrollar. Así nosotras, podemos ayudar a más mujeres a aprender más cosas y al mismo tiempo hacer crecer nuestro negocio.

III. Comunidad

En qué porcentaje de tu emprendimiento participan personas que son mujeres o individuos que provienen de comunidades que padecen de altas tasas de subempleo?

- 01-19%
- 20-29%
- 30-40%
- < 40%

Este indicador para nosotras es excelente, porque somos mujeres y hemos invitado a muchas mujeres como nosotras a hacer cosas juntas. Por ejemplo, si tu negocio es sólo tuyo o si tu socia viene del mismo contexto que tú, eso quiere decir que el 100% de tu negocio pertenece a alguien que podría estar desempleada o subempleada. Esto tiene un gran valor y vale la pena también comunicarlo.

IV. Medio ambiente

¿Tu emprendimiento tiene alguno de los siguientes programas de reciclaje/reducción/reutilizo? (Seleccione sólo uno)

- La compañía recicla y reutiliza materiales en las instalaciones, con recipientes claramente indicados para este uso
- Política escrita de reciclaje/reducción/reutilizo fijada en las instalaciones y recipientes claramente indicados
- Para tu producto o servicio utilizas insumos biodegradables o que contaminan menos
- Otro (favor describir)

Considera por ejemplo si reutilizas retazos de tela u otro material que de otra forma se irían a la basura, si los desechables que usas son biodegradables o si contaminan mucho como el unicef, si usas empaques innecesarios como bolsas de plástico, etc.

Cada vez la contaminación del aire, el agua, la tierra y todo lo que necesitamos para vivir está llegando a un límite muy peligroso. No estaríamos siendo responsables, si no incluimos aunque sea una buena práctica que disminuya nuestro impacto negativo en el medio ambiente. Algunas de estas prácticas hasta nos ayudan a ahorrar dinero y por lo tanto tener más ganancias. Por ejemplo ahorrar agua, electricidad, no dar bolsas de plástico (y vender de tela). Algunas implican una inversión inicial y luego se recupera el dinero, como captar agua de lluvia, reciclar el agua gris. Las prácticas más sencillas ¡son hasta gratis! Y hasta puede ayudar a otras personas de la comunidad.

Ej. separar la basura y venderla a un intermediario o directamente al centro de acopio. Igualmente son cosas que harán que los clientes y aliados valoran más nuestro negocio.

Actividad No. 2 : El impacto de mi empresa

Contesta las siguientes preguntas:

1. ¿Qué caso de éxito me inspira para llevar mi emprendimiento a crecer? Si no encontraste un aquí, busca en internet o pregunta. Si de plano no encuentras, imagina cómo sería la empresa en la que te gustaría convertirte.

2. Escribe la misión (razón de ser de la empresa, es decir, el motivo) de tu emprendimiento integrando lo que has aprendido en este capítulo. Por ej. "Ofrecemos el mejor pan tradicional mexicano y una oportunidad a mujeres que han sido privadas de su libertad de tener un ingreso y una vida digna para ellas y su familia".

3. ¿A qué ODS aporta tu emprendimiento y cómo? Pueden ser uno o varios. Si son varios, escríbelos por orden de prioridad.

4. Después de revisar y contestar los indicadores de impacto de este capítulo, reflexiona, ¿qué cambios te gustaría hacer en tu emprendimiento para tener impacto social y ambiental? Y en caso de tenerlo, ¿cómo incrementarlo?

- a. ¿qué cambios en tu misión?
- b. ¿qué cambios en tu equipo?
- c. ¿en la forma que impactas tu comunidad? (proveedores, aliados, etc.)
- d. ¿en la forma que impactas el medio ambiente?

TU MODELO DE NEGOCIO

Podemos resumir tu modelo de negocio en este “Modelo canvas”. Es éste cuadro que te permite a ti y a las personas y organizaciones que colaboran (o quieren colaborar) contigo, ver de forma clara lo más importante de tu negocio. Además de aclararte a ti misma como emprendedora, podrás compartir la información fácilmente con tu equipo, inversores o socios.

Socios Clave 	Actividad Clave 	Propuesta de valor 	Relación con los clientes 	Segmentos de cliente 
	Recursos clave 		Canales 	
Estructura de Costes 			Fuente de Ingresos 	

Imagen No. 3 Modelo Canvas

Este modelo lo creó Alexander Osterwalder en su obra Business Model Ontology. Para él estos apartados son como los ladrillos o bloques de construcción de tu negocio. Completarlo, ayuda a los emprendimientos y a las empresas existentes concentrarse en operación y estrategia. A comparación de un plan de negocios más largo, este cuadro nos ahorra tiempo y es más participativo.

Actividad No. 3 Completa tu modelo de negocio

Para hacerlo, te sugiero que apartes por lo menos una hora, lo copies en una cartulina grande donde puedas pegar post-its, escribir, dibujar y hasta pegar imágenes que te ayuden a desarrollar tus ideas. Reflexiona sobre tu propio negocio, sigue los siguientes pasos y toma nota en tu cartulina.



Paso 1: Segmentos de clientes

¿Quiénes son tus clientes? ¿Para quién estás creando valor? El primer paso es averiguar a qué tipo de clientes se dirige tu negocio.

Si los conoces muy bien, puedes describirlos. Ej. "Vecinas que son mamás y que tienen entre 30 y 40 años" y/o "Niños que salen a medio día de la escuela tal".

También, puedes definir qué tipo de clientes atiende tu organización y cómo.

- "Las masas": Gran grupo con necesidades similares. Ejemplo: clientes que necesitan zapatos o pan.
- "Nicho de mercado": Grupo con necesidades específicas. Ejemplo: clientes que necesitan zapatos para niños.
- "Segmentario": Varios grupos con necesidades ligeramente diferentes. Ejemplo: estudiantes que asisten a una universidad.

Paso 2: Propuesta de valor

¿Qué valor le entregamos al cliente? El valor es diferente al servicio o producto que das (como un pan o un corte de pelo que sí pueden ser muy valiosos, pero...). El valor en sí es lo que te hace diferente, lo que ofreces, lo que creas para tu cliente.

Aquí algunos elementos que crean valor para el cliente. Puedes seleccionar alguno si abona a tu propuesta de valor:

- Novedad: Satisface necesidades nuevas que no sabíamos que existían porque no había ninguna propuesta similar antes.



- Personalización: Adaptado a necesidades específicas de clientes individuales.
- Diseño: Sobresale porque tiene un mejor diseño.
- Marca: Se conoce o se respeta la marca.
- Precio: Valor similar pero a menor precio.
- Reducción de riesgos: Por ejemplo, garantía de un año.
- Accesibilidad: Para los clientes que antes no tenían acceso a esos productos / servicios.
- Conveniencia / Usabilidad: Una manera más fácil de usar un producto / servicio vital.



Paso 3: Canales

¿Cómo quieres llegar a tus diferentes clientes? Estos canales incluyen comunicación, distribución y ventas. En el Capítulo 4 veremos cómo mejorar estos canales, mientras reflexiona ¿Qué tipos de venta reflejan mejor la estructura de tu negocio? Puedes aprovechar para poner también el nombre de las tiendas asociadas, distribuidores, etc. para tener un registro si no lo tienes aún.

- En persona.
- En línea.
- Tienda propia.
- Tiendas asociadas.
- Distribuidores/ mayoristas.

Paso 4: Relación con los clientes

¿Qué tipo de relación esperas de cada uno de tus segmentos de clientes? Conectar con ellas y ellos es importante para tu reputación ¿Cuál de estas se parece más a tu negocio y cómo?

- Personal: Los clientes pueden hablar contigo o cualquier miembro de tu equipo en persona.



- Asistencia personal dedicada: Cada miembro del equipo está dedicado a clientes individuales. Por ejemplo: tu clienta Ana sólo habla con María de tu equipo.
- Autoservicio: Les das herramientas para que ellos se “ayuden a sí mismos”. Por ejemplo: apartado de preguntas frecuentes con su respuesta en tu página en redes sociales.
- Servicios automatizados: A través de software y automatización. Por ejemplo, respuestas automatizadas en el chat.
- Comunidades: Los clientes pueden conectarse con otros clientes para obtener ayuda. Por ejemplo: un foros en tu página en redes sociales.
- Cocreación: Los clientes pueden crear valor para la compañía. Por ejemplo: cargas de videos de YouTube.

Paso 5: Flujos de ingresos



¿Cómo compran tus clientes tu propuesta de valor?

- Venta de activos: Venta de un producto físico.
- Tarifa de uso: Cuota por usar tu producto o servicio una sola vez.
- Renta: Otorgar a alguien el derecho de usar un producto o servicio por un tiempo específico.
- Publicidad: Ingresos a través de tarifas por anunciar un producto, servicio o marca en particular.

Paso 6: Recursos clave

¿Qué recursos o “activos” necesita tu empresa? Además de seleccionar una opción en esta lista, si quieres en tu modelo escríbelos, dibújalos, ponle nombre, cifra o lo que sea para asegurarte de tener y conseguir exactamente lo que necesitas.

- Físico: Taller, bodega o cocina; tela o ingredientes, coche, máquinas, etc.
- Intelectual: Logo, bases de datos de clientes, conocimiento de administración, patentes o derechos de autor, etc.



- Humano: Personas con ciertas habilidades o talentos.
- Financiero: Capital, garantías financieras, préstamo, línea de crédito, etc.



Paso 7: Actividades clave

¿Qué hace tu negocio? ¿Cuáles son las acciones más importantes que debemos tomar para operar con éxito? Piensa en un ejemplo de cómo cada de las siguientes acciones se conectan con tu negocio:

- Producción: Diseño y/o fabricación.
- Distribución: Transporte y entrega de un producto.
- Resolución de problemas: Creación de soluciones a problemas continuos del cliente.
- Plataforma / red: Mantenimiento de los recursos clave.

Paso 8: Asociaciones clave

¿Quiénes son tus proveedores u otras organizaciones que te han apoyado? Escribe la lista de organizaciones con las que has trabajado o incluso con las que quieres trabajar. Cómo tu organización se asocia con:

- No competidores (aliados estratégicos).
- Competidores para cooperar y/o complementarse.
- Otras empresas para desarrollar una nueva iniciativa.
- Proveedores con suministros confiables.



Paso 9: Estructura de costos

¿Cuáles son tus costos que requieren para operar?

- Costos fijos: siempre son los mismos sin importar cuánto produces (renta, sueldos, teléfono).
- Costos variables: cambian según lo que produces (material).
- Economías de escala: Entre más produces menos cuesta.

- Economías de alcance: Entre más operaciones comerciales menos te cuesta.

Lo importante es enfocarte en mejorar las propuestas de alto valor y reducir costos siempre que sea posible.

Actividad No. 4 Toma nota de cosas que quieres hacer y mejorar

Ya que completaste tu Modelo Canvas, tienes como una radiografía de tu negocio. Puedes tomarle una foto, guardarlo en un lugar seguro para consultarlo o ponerlo en el lugar donde trabajas. Te sirve también como un mapa cada vez que quieras tener una reunión con las personas que trabajan contigo para enfocarte en una área en específico.

Toma nota aquí o en tu mismo modelo, de las ideas que tuviste mientras completaste tu modelo. Considera si estas ideas se pueden convertir en metas, por ejemplo “vender mi producto en la tienda X” o “conseguir X ingrediente más barato”, “hacer una reunión con clientes de confianza para ver qué puedo mejorar”.

Opcional:

Ya que aprendiste sobre asociaciones clave, piensa en una organización que crees que te puede apoyar en tus metas. Escribe un mensaje y envíarlo a potenciales colaboradores y/o clientes.

Organización: _____

Email o número de contacto: _____

Mensaje: _____

¿CÓMO PUEDO MEJORAR MIS CANALES DE VENTA?

Muchas estamos contentas con nuestro negocio como está, pero también muchas queremos vender más y crecer. Después de haber completado tu modelo canvas, ya tienes más claro qué te hace diferente, qué le ofreces a tu cliente y puedes aprovechar esto para vender más y crecer.

4.1 Estrategias de ventas sin afectar el medio ambiente.

Diseñemos y pongamos en práctica estrategias que nos ayudarán a vender más sin tener gastos innecesarios ni contaminar. Aquí van algunas ideas para ir calentando motores. Marca las que más te llamen la atención. Las más efectivas en esta época digital -como redes sociales y plataformas de comercio en línea- las abordaremos más a fondo en los puntos 4.2 y 4.3.

- Adaptar tu producto para otro tipo de clientes que ya hayan mostrado interés o que ya estén por tus rumbos.
- Diseñar una imagen, un empaque o un mostrador más atractivo.
- Hacer una oferta para que se vendan productos que ya tienes en bodega o para dar más servicios.
- Comunicar en más medios tu producto: pon un letrero fuera de tu lugar de trabajo, acércate a la estación de radio local, a los que vocean desde una camioneta con bocinas, pide permiso a la escuela, la iglesia o en un evento público para dar a conocer tu emprendimiento, qué ofreces y cómo beneficia a la comunidad.
- Atrae más clientes y vuelve a contactar a otros vía email, whatsapp, redes o hasta por teléfono con nuevas imágenes y con un mensaje claro que transmita tu valor agregado, que hayas pensado bien y ensayado; o sea, un “pitch”.
- Tener más canales de distribución: poner una tienda en tu lugar de trabajo o dejar a concesión tu producto en otras tiendas, subir tus productos al internet.

¿Qué vas a necesitar?

1. Un logo: Si no tienes uno, puedes entrar a [canva.com](https://www.canva.com) y usar las plantillas y opciones que tienen ahí. Pones tu nombre y eliges una imagen simple que te represente.
2. Un slogan y mensajes clave: Qué hace tu empresa, para quién y porqué. Escríbelo, sintetiza (debe ser corto), compartelo, observa las reacciones. Define uno y usalo siempre, en toda tu comunicación.
3. Un email y un teléfono: Abre un email gratuito pero diferente al personal y que diga el nombre de tu empresa: Ej. tuempresa@gmail.com. Más tarde, si prefieres, puedes pagar por uno institucional, o sea que acabe en nombre@tuempresa.org.
4. Buenas fotos: Organiza una sesión de fotos de tus productos u ofreciendo tu servicio. Es más recomendable que bajar fotos de internet. Pide ayuda a tu equipo o tus amigos o familiares ¡Ponganse creativos! Es importante que tengan buena resolución y que el producto o servicio se vea muy claramente.
5. Catálogo: Para tener claridad de todos y cada uno de tus productos. Es hora de incluir tu logo, slogan, la descripción de tu empresa, tus fotos, el número, nombre, descripción y precio de tus productos.
6. Lista de potenciales clientes, distribuidores y aliados: Capitaliza tu comunidad y redes. Idealmente usa una libreta especial o la computadora para llevar un mejor control de los "pendientes" con cada uno.
7. Formas de pago: Puedes abrir una cuenta de banco para recibir y hacer transferencias y darla de alta en las plataformas de comercio en línea o e-commerce en inglés. También puedes usar las opciones con las que ha trabajado INSADE como CLIP y Sr. Pago que incluyen dispositivos para cobrar con tarjeta y hasta tu propia tarjeta bancaria.



Actividad No. 5 : Catálogo de productos

Utiliza la tabla de abajo para empezar a hacer tu catálogo de productos y envíalo a una persona que puede ayudar a distribuir tus productos a más personas. En tu catálogo final, recuerda agregar tu logo, tu slogan y, en el mensaje un agradecimiento a quien está mostrando interés.

Persona u organización clave a la que se lo vas a enviar primero: _____

Email y número de contacto: _____

Logo Nombre Slogan		
Nombre y foto del producto	Descripción	Precio
Producto No. 1	Puedes incluir para que sirve ese producto, medidas, tamaños, sabores, dependiendo del giro de tu negocio.	Si ya estás dada de alta, especifica si tiene IVA. Si a quien se lo mandas puede ayudarte a la distribución, incluye también precio por mayoreo.
Producto No. 2		
Producto No. 3		
Producto No. 4		
Agrega las filas necesarias para abarcar todos tus productos.		

CANALES DE VENTA Y ATENCION AL CLIENTE ¿CÓMO USAR REDES SOCIALES?

Las principales redes sociales, cuentan con opciones y herramientas gratuitas para promocionar tu empresa. Lo central es crear cuentas y páginas oficiales de tu emprendimiento, separadas de tu cuenta personal. Cada vez más las personas usan las redes sociales para inspirarse, conocer más empresas, ver qué les gusta y hacer pedidos. Por ejemplo en Instagram:

- 60% de las personas descubren nuevos productos.
- +200 millones de usuarios visitan al menos un perfil de empresa cada día.
- 80% de aumento de la cantidad de tiempo viendo videos.
- 1/3 de las historias más vistas son de empresas.

Además de crear tu cuenta comercial, puedes aprovechar las herramientas disponibles y gratuitas que te permiten:

Facebook:

- Cambiar tu perfil a una cuenta profesional.
 - Ve a tu perfil y toca en la esquina superior derecha.
 - Toca 'Configuración', 'Cuenta', 'Cambiar a cuenta profesional' y finalmente 'Empresa'.
- Conectar tu cuenta profesional a la página de Facebook de tu empresa. Este paso, que es opcional, facilita el uso de las funciones disponibles para las empresas en las apps de Facebook (incluyendo Instagram). Por el momento, solo es posible conectar una página de Facebook a una cuenta profesional.



- Agregar detalles, como la categoría de la empresa y la información de contacto.

Enviar mensajes a tus clientes en tiempo real o programados.



Instagram:

- Subir fotos e información de tu empresa, productos y servicios.
- Seguir a otros usuarios.
- Contactar con tus clientes.

Google:

- Destacarte en línea.
- Mantener informados a tus clientes.
- Conocer y adaptarse al comportamiento del consumidor.
- Administrar tu negocio de forma remota.



WhatsApp Business:



- Crear un catálogo para mostrar tus productos y servicios.
- Comunicarte fácilmente con tus clientes mediante herramientas que te permiten automatizar, ordenar y responder mensajes de forma rápida.
- Brindar soporte técnico a sus clientes y a enviarles notificaciones importantes.

Twitter

- Hacer campañas.



LinkedIn

- Segmentar mucho mejor tu mercado ya que es una plataforma 100% profesional.

Pueden parecer muchas, pero no tienes que estar en todas. Elige la que le acomoda más a tu negocio. Recuerda además, que puedes:

- Asociar las cuentas, para que si publicas en una red, automáticamente se publique en otra.
- Programar las publicaciones, para que tú subas todo el contenido y se vaya publicando poco a poco según tu plan.

Además de las herramientas gratuitas, las redes tienen opciones de publicidad pagada, donde tus anuncios pueden llegar a más personas. Te ofrecen también forma de monitorear las vistas, clicks y otras interacciones con posibles clientes.

Las redes son una excelente forma de darte a conocer, tener tu catálogo en un lugar público al que todos puedan acceder y cuidar a tus clientes. Para ir un paso más allá, las plataformas de e-commerce o comercio electrónico te ayudarán además a que te paguen por transferencia y vender a nivel regional, nacional o internacional, ya que incluyen formas de transportación y logística.

4.3 Vinculando mi negocio con plataformas de e-commerce.

La diferencia con las redes sociales, es que estas plataformas están especialmente diseñadas para venta y distribución de productos. Se les llaman en inglés marketplace, o sea un "lugar de mercado". Como los mercados físicos, cada uno de ellos se lleva una cuota o comisión, tienen diferentes alcances y tipos de clientela. Aquí van algunos de los que vale la pena considerar:

- Donde hay de todo:
 - Amazon
 - Ebay
 - Linio
 - Mercado Libre
 - Dafiti
- Para distribución de comida:
 - Rappi
 - Didi food
 - Uber Eats
 - Sin delantal



- Especializados en productos artesanales o en hechos por mujeres:
 - Etsy
 - Canasta Rosa
 - Tekiti

Para elegir la que más se adapte con tu empresa, considera:

- La comisión que se llevan
- Si incluye transporte o no
- Cómo funciona el transporte (pasan por él o tú lo llevas)
- El número de usuarios que tiene la plataforma
- Si prefieres apuntarle a un mercado especializado
- Puedes hacer una tabla comparativa como esta, para tomar una mejor decisión:

PLATAFORMA	COSTO	ENVÍO	¿CUÁNTO TE PAGAN?
Amazon	Suscripción mensual Comisión del 4-15%	Puedes enviarlo tú Pueden enviarlo ellos por RS 40-45 por 500gr + 1% del costo	7 días después de que lo recibe el cliente
Ebay	Suscripción mensual Comisión del 1-8%	Puedes enviarlo tú Pueden enviarlo ellos por 4.5% de la tarifa	En cuanto lo recibe el cliente

Puedes también, tener tus productos en varias plataformas. El tema ahí, es que cada vez que cambies un precio o agregues un producto vas a tenerlo que actualizar en varios lados. Si decides hacerlo, hay herramientas como [Tuju.io](#) que permiten hacer un solo movimiento y que éste se actualice automáticamente en varios marketplaces fácilmente.

Para todos los pagos con tarjeta, INSADE ya ha trabajado con dos plataformas de transferencia que te pueden ayudar:

- Sr. Pago
- Clip

Gracias a estas soluciones, incluso sin tener una cuenta bancaria, podrás empezar a cobrar vía electrónica. Pregunta qué dispositivo o qué paquete se adapta más a lo que necesitas y sube tus ventas. Cada vez más personas compran por internet o simplemente quieren pagar con tarjeta. Vale la pena prepararnos y no dejar que se escapen esos clientes.

Actividad No. 6 : Tus redes y plataformas

Acaba de revisar las opciones de cada red y plataforma y lo que necesites para tomar la decisión de dónde vas a abrir una cuenta y subir tu catálogo. Aunque quieras en varias, te recomiendo que empieces con una. Quizá empieza con una que ya conozcas o ya hayas utilizado.

- ¿Qué red social vas a usar? _____

- ¿Qué plataforma de e-commerce? _____

- ¿Qué te falta para completar tu perfil en cada una? _____

- ¿Quién en tu emprendimiento va a ser responsable de mantener ese canal de venta?

ACCESO PRODUCTOS FINANCIEROS PARA FORTALECER MI MICRONEGOCIO

5.1 Poner orden y planear

Para buscar financiamiento hay dos cosas que son realmente necesarias: 1) registrar tus movimientos hasta ahora y 2) planear hacia dónde quieres llegar O sea ¡pasado y futuro! Tendemos a estar muy en el día a día, pero no hay posibilidad de financiamiento externo si no tenemos la casa en orden. Sólo así tendremos claridad de cuánto hemos invertido y vendido y realmente cómo hemos crecido.

1) **Registro:** Es importantísimo llevar registro histórico de todos tus costos e ingresos ¡como sea! ya sea en computadora, en tickets, en libreta ¡aunque sea en papelitos sueltos! Pero es sí, que estén guardados y se puedan rescatar y ordenar en el momento que sea necesario. La mejor herramienta que tenemos para predecir el futuro es el pasado. Considera:

- ¿Cuáles son tus resultados históricos? = Resultados.
- ¿Cuánto has vendido? = Ventas.
- ¿Cuánto te costó? = Costos.
- ¿Cuánto has ganado? = Utilidad.
- ¿Cuánto ha crecido tu emprendimiento? = Crecimiento.

2) **Planeación:** Es momento de preguntarte:

- ¿Hacia dónde vamos? = Proyecciones de ventas
- ¿Cuánto nos va a costar? = Presupuesto de costos
- ¿Cuánto vamos a ganar? = Utilidad
- ¿Cuánto necesitamos para operar? = Necesidad de capital
- ¿Cómo vamos a manejar el dinero? = Flujo de caja

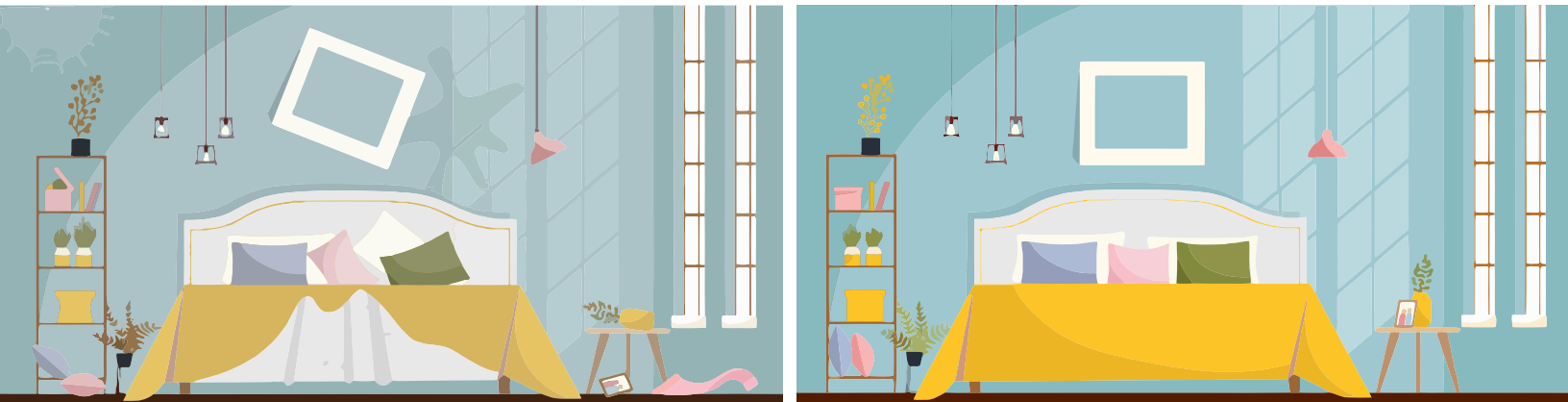


Imagen No. 4 Planeación es igual a orden

5.2 ¿Realmente necesitas una inversión externa?

El mejor financiamiento y el más barato son tus propias ventas; crecer de la forma más natural que es vendiendo más. Así lo han hecho muchas grandes empresas. Si tu negocio genera ventas y flujo de caja positivo, reinviértelos.

- Es económico ¡no tienes que pagar intereses!
- Ahorra tiempo y esfuerzo; no tienes que contactar inversionistas y pasar por todo el proceso de presentación, análisis y seguimiento.
- Tienes tú el control sobre el negocio y la estrategia.
- Crecimiento orgánico
- Enfoque

El término de esto en inglés es Bootstrapped que quiere decir que depende completamente de sus propios esfuerzos y recursos.

Si ya intentaste todos los métodos del Capítulo 4 para aumentar tus ventas y aún así crees que necesitas más capital, entonces sí pasemos al siguiente punto. Aunque reinvertir tus propias ganancias es la forma más natural de crecer, también es común que necesites capital externo para ciertas etapas de la empresa. Si estás considerando esta opción, hay que tener claras las razones.

Buenas razones

- Necesitamos dinero para crecer más rápido
- Una inversión nos va a permitir tener más oferta de productos
- Necesitamos contratar más gente

Malas razones

- Todo el mundo lo hace
- Quiero un sueldo más alto
- Me gusta ir a eventos y conocer gente importante

Tabla No. 2 Buenas y malas razones para buscar capital externo.
Basada en información de Kaya Impacto.

5.3 Tipos de financiamiento

Ya has decidido buscar capital externo. Elige el que más se adecúe a tu negocio y esté dentro de tus posibilidades.

TIPOS DE INVERSIONISTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Amigos y familias	Rápido Alta confianza	Feo cuando uno fracasa Poco potencial estratégico
Aceleradoras	Networking con tus pares Desarrollo de competencias Inversionistas y mentores	Quita tiempo y enfoque No todas son de calidad

TIPOS DE INVERSIONISTA	VENTAJAS	DESVENTAJAS
Inversionistas Ángeles	Apetito alto de riesgo Buenas conexiones locales	Inversión en solo una ronda Poco estratégico a largo plazo
Capital de riesgo	Fuente de apoyo estratégico Experiencia en el sector	Dilución Presión externa
Subsidios	No requiere diluirse	Proceso de aplicación arduo

Tabla No. 3 Tipos de financiamiento. Basado en información de Kaya Impacto.

Una correcta elección no sólo tiene que ver con los intereses y las tasas, también es necesario que tomes en cuenta el nivel en que está tu emprendimiento. Aquí más detalles que podrían ser de tu interés.

Subsidios o Fondos Gubernamentales

Son para generar modelos de negocio y desarrollar el proyecto, o sea, cuando está más avanzado que una idea. También se usan para crear prototipos que ayuden ya a comercializar el producto o servicio en el mercado. Las principales fuentes son los fondos de la Secretaría de Economía (SE), Nafin y Conacyt.

Capital semilla

Es un crédito para financiar actividades claves durante el inicio y la puesta en marcha del proyecto. Se entrega cuando la empresa está constituida legalmente y requiere dinero para operar o para capital de trabajo.

Financiamiento bancario

Sirve para tener flujo de dinero en la operación diaria del negocio. Además de la banca comercial existen Sofomes que pueden ayudarte, así como empresas dedicadas al factoraje financiero. Lo importante es comparar lo que cada uno ofrece y ver cual es el mejor para tus necesidades, ya que el crédito debe ser un traje a la medida.

Cada tipo de financiamiento varía, pero hay que considerar que una vez que tú metes tu solicitud hay todo un filtro. El proceso de inversión implican entre 3 y 6 meses y una probabilidad de 3 entre 100.



De 100 organizaciones, realmente ven 25 y sólo se consideran 10 a profundidad. De ellos solo 5 reciben un term sheet con todas las condiciones y sólo 3 resultan en inversión.

Imagen No. 4 Filtros para obtener financiamiento.
Basada en información de Kaya

5.4 Requisitos

Para cualquiera de estos tipos de financiamiento, es importante estar preparadas. Para esto se usa el término en inglés "investment readiness". Debes tener:

- Un producto validado
- Un modelo de negocio claro
- Ventas recurrentes
- Un camino claro para crecer

Tienes que definir tu necesidad de capital, o sea, ¿Cuánto dinero necesitas para alcanzar tus objetivos en los próximos 12 – 18 meses?

1. Define tus objetivos – ¿Qué quieres lograr?
2. Define tu plan de acción - ¿Cómo lo vas a lograr en la operación?
3. Proyectar tus ventas- ¿Cuánto dinero vas a recibir?
4. Presupuestar tus costos – Gastos, capital de Trabajo, etc.

5.5 Formación ante el SAT

Registrar tu empresa es clave para proyectarla, tener acceso a contactos clave y conseguir inversionistas. Como todo, tiene ventajas, pero también hay que dedicarle tiempo, esfuerzo y recursos. Y lo más importante: tener un contador de toda tu confianza en el que puedas apoyarte si tienes dudas para emitir facturas y hacer tus declaraciones al SAT. Aquí impactos de la formalización y tener una empresa legalmente constituida:

- Obtienes tu Razón social y RFC con lo que la empresa adquiere la ciudadanía empresarial.
- Llevar la contabilidad de la empresa permite tener un registro de los ingresos y gastos del negocio, lo que facilita el control y la toma de decisiones.
- Pagas impuestos, dinero con el que el Estado financia los servicios como educación, salud, infraestructura.
- Realizar aportes de salud, pensión y parafiscales de los trabajadores para reducir riesgos por enfermedad o accidentes.
- Puedes participar en ferias, eventos y licitaciones de tu industria/ sector.
- Cuando no puedes emitir facturas, se cierran puertas, ya que lo que vendas no podrá ser deducible de impuestos para tus clientes y eso es una desventaja para tu negocio.
- Puedes abrir una cuenta empresarial y de crédito para que tu compañía comience a generar historial financiero.
- Te permite separar finanzas personales de las cuentas de tu negocio. O sea, tendrías mayor control de egresos y la posibilidad de llevar un registro de lo que realmente estás ganando y cuánto estás reinvertiendo en la empresa en comparación con tus gastos personales.
- Puedes cumplir tus obligaciones patronales cuando tienes empleados y te protege de posibles demandas laborales.
- Te abre las puertas para exportar tus productos. Para mandar cualquier tipo de producto al extranjero, formalizar es el primer paso de una larga serie de requisitos para exportar que dependen del tipo de producto o servicio que manejes.

- Proyectas más credibilidad y confianza con tus clientes. Mientras más caro quieras ofrecer tu producto, más confianza tienes que inspirar para poder venderlo, porque los usuarios buscan toda clase de garantías para respaldar su inversión.
- Te da acceso a créditos empresariales y apoyos para PyME's. Muchos de ellos son deducibles de impuestos, lo que significa que mientras vas cubriendo las mensualidades de un préstamo empresarial, vas amortiguando los impuestos que pagues.

5.6 Organizaciones que ofrecen financiamiento y recursos

Hay redes y organizaciones que apoyan a emprendedoras mujeres, a emprendedores sociales, iniciativas de comercio local y producción artesanal, soberanía alimentaria, etc. Debemos encontrar aquellas que estén más interesadas en lo que cada una de nosotras hacemos. Éstas van de lo más local a lo internacional.

ENTIDADES QUE OFRECEN FINANCIAMIENTO Y OTRO TIPO DE APOYOS

Del sector público

- Instituto Nacional de la Economía Social (INAES)
- Secretaría del Bienestar
- Secretaría de Economía
- Secretaría de Agricultura y Desarrollo Rural (SADER)
- Nacional Financiera (NAFIN)
- Institutos Municipales y Estatales de las Mujeres
- Institutos o Secretarías Estatales de apoyo a emprendedores

Del sector privado

- Altitud
- Viwala
- Sofia
- ProMujer
- Compartamos

Buscar financiamiento es un gran paso. Te sugerimos estudiar bien tus opciones, considerar diferentes escenarios, ser precavida y al mismo tiempo atreverte a crecer con conocimiento y consciencia.

CIERRE / CONCLUSIONES

Más allá de lo que decidas hacer con tu negocio, quiero felicitarte porque has completado la lectura y revisión de este manual. Este es un gran paso para tu emprendimiento y tu crecimiento personal. Muchas felicidades por tener iniciativa y ser un agente de cambio en tu comunidad.

Repasemos rápidamente todo lo que hemos aprendido juntas en estos 5 capítulos:

1. Que somos mujeres empoderadas y emprendedoras: que nosotras, nuestra historia y lo que hacemos es importante. Hay que reconocernos, reconocer a otras mujeres y trabajar juntas para poder decidir sobre nuestro negocio, nuestra familia y nuestra propia vida.
2. Que somos emprendedoras sociales: que no únicamente hacemos negocio y nos beneficiamos económicamente sino que nuestro producto o servicio tiene un impacto positivo en nuestra comunidad y para el planeta: plantas, animales, suelo, agua y aire.
3. Que nuestro modelo de negocio incluye: el valor agregado que nos distingue; los recursos que usamos, costos e ingresos; a nuestros clientes y la relación que tenemos con ellos; los canales de venta de nuestro producto o servicio; las actividades clave que realizamos y las asociaciones y alianzas estratégicas que tenemos que desarrollar para seguir funcionando y crecer.
4. Que puedo mejorar mis ventas sin afectar el medio ambiente utilizando un catálogo de productos y servicios, acuerdos y alianzas estratégicas y tener más en contacto con mis clientes a través de redes sociales y plataformas de venta en línea. Que debo analizar cuál me conviene más dependiendo de mi negocio, el tiempo que le puedo dedicar, los costos y servicios que ofrece cada plataforma.
5. Que el mejor financiamiento y el más barato son tus propias ventas y que hay que reinvertir las ganancias en el propio negocio. Si ya intentaste todo para mejorar tus ventas y aún así requieres más financiamiento para crecer, lo importante es registrar los gastos e ingresos y planear hacia dónde quiero llegar y qué voy a necesitar. También que hay diferentes tipos de financiamiento y que hay que **encontrar el que mejor se adecúe** a tus necesidades y planes.

Gracias por haber dedicado este tiempo a aprender nuevas habilidades para mejorar tu negocio y tener un impacto positivo en tu comunidad y en el planeta. Realmente eres excepcional y una inspiración para muchas otras mujeres. Trabajemos juntas para mejorar cada día y hacer realidad nuestras metas. No tengamos miedo de hacer las cosas bien, de sobresalir y de decidir hacia dónde y cómo queremos llevar nuestra propia vida.

BIBLIOGRAFIA

- Ecosistema de Impacto social: [COMAP, Disruptivo TV](#)
- Evaluación de impacto: [Sistema B México](#)
- Sobre Desarrollo Sostenible: [Definición de las Naciones Unidas](#)
- Plantillas de diseño: [Canva](#)
- Machotes de contratos y otros documentos legales: [Biblioteca ASEM](#)
- Opciones de financiamiento para mi empresa: [Video educativo ASEM](#)

GLOSARIO

Aceleración: Proceso intenso que -con conocimiento y contactos- ayuda a crecer tu negocio y obtener buenos resultados en un corto plazo de tiempo.

Desempeño organizacional: Se refiere a cómo va una organización, cada equipo y persona. Se puede evaluar midiendo el grado de cumplimiento de los objetivos y la conducta profesional (o sea, lo que las personas son, hacen y logran).

Economía Social y Solidaria: Surge a mediados del siglo pasado como una solución contra la desigualdad y propone prácticas alternativas aplicando valores como la equidad, la justicia y respeto a la diversidad.

Evaluación de impacto: Determina si una organización, programa, servicio o producto realizan un cambio en las personas y el entorno con los que trabajan. Se hace a través de medir el bienestar y cambios positivos por medio de indicadores.

Finanzas sostenibles: Condicionan el crecimiento económico hacia un desarrollo más humano y equilibrado. Implica inversiones responsables que incluyen criterios medioambientales, sociales y de gobernanza a parte de los económicos como riesgo, rentabilidad y liquidez.

Incubación: Prepara para el éxito a proyectos emprendedores que inician a través de varios recursos y servicios como renta de espacios físicos y/o servicios básicos, capital, comunidad, mentoría, acceso a una red de contactos, información, etc.

Indicadores de impacto: Es una comparación tipos de datos que sirve para medir de forma tanto cuantitativa como cualitativa. Esta comparación arroja un valor o criterio, que tiene significado para quien analiza una iniciativa.

Innovación: Consiste en utilizar conocimiento para construir un nuevo camino o nueva forma de hacer las cosas que nos lleve a cumplir una determinada meta.

Inversión de impacto: Son inversiones realizadas en compañías, organizaciones y fondos con la intención de generar impacto social, medioambiental y retorno financiero.

Inversionistas: Individuo o empresa que destina dinero para colocarlo en el mercado financiero con el objeto de obtener ganancias.

Modelo de negocio: Herramienta previa al plan de negocio que te permitirá definir con claridad qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, a quién y cómo se lo vas a vender y de qué forma vas a generar ingresos.

Pitch: mensaje breve y claro que transmite quién eres, qué ofreces y tu valor agregado.

Perspectiva de género: Estudia y hace evidentes lo que para la sociedad es femenino y masculino. Enfatiza la desigualdad entre hombres y mujeres y otras manifestaciones del género en todas las clases sociales.

Resiliencia: Adaptarnos al cambio sin rompernos.

Retos estructurales: Aquellos retos que provienen de situaciones macro como la economía de un país, el deterioro del medio ambiente o la desigualdad entre hombres y mujeres. Aunque no dependen 100% de nosotras, afectan nuestra vida y nuestro negocio.

Responsabilidad Social: Compromiso u obligación ya sea como individuos y/o miembros de un grupo, tanto entre sí como para la sociedad en su conjunto

Sororidad: Viene del latín soror que significa hermana y se refiere a la solidaridad que existe entre mujeres.

Soberanía alimentaria: Derecho de poder obtener alimentos nutritivos, adecuados, accesibles, producidos de forma sostenible y ecológica.

Sofomes: 'Sociedades Financieras de Objeto Múltiple' que otorgan créditos, arrendamiento o factoraje financiero.



www.insade.org.mx



[@insade_ac](https://twitter.com/insade_ac)



[@insade.ac](https://www.facebook.com/insade.ac)



[insade_ac](https://www.instagram.com/insade_ac)