



care®

# MÓDULOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA EMPRENDEDORAS Y PRODUCTORAS



Guatemala, 2020

Iniciar un emprendimiento o crear un negocio es **una decisión importante que cambia nuestra vida y también la de nuestras familias.**

Por ello **CARE** quiere acompañarte en este proceso, desde que **has identificado tu idea**, hasta que tu emprendimiento o negocio **logre los resultados que esperas.**

A continuación se te presentan **cinco Módulos** que te permitirán conocer los conceptos y herramientas de Desarrollo Empresarial, para aumentar tus habilidades para lograr el éxito.

**Módulo I ¿Cómo iniciar mi negocio?**

**Módulo II ¿Cómo administro mi negocio?**

**Módulo III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?**

**Módulo IV ¿Cómo vendo mi producto?**

**Módulo V ¿Cómo hago crecer mi negocio?**



# MÓDULO I

## DESARROLLO EMPRESARIAL

### ¿CÓMO INICIO MI NEGOCIO?

Al iniciar cualquier idea de negocio o emprendimiento, es importante hacer un recuento de lo que tenemos para empezar, para esto utilizaremos dos herramientas que se incluyen en este módulo.



## ¿QUÉ APRENDEREMOS EN ESTE MÓDULO?



La creación de un negocio inicia con una idea y es una decisión importante, pero

### ¿Cómo encontrar una buena idea?

En esta unidad aprenderemos como llevar este proceso e iniciar nuestro negocio, identificaremos algunas formas para encontrar oportunidades de desarrollar la idea.

Después conoceremos como elaborar un diseño experimental del producto o servicios (**prototipo**)  ; que es una etapa clave para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

### ¿Que lograremos en este módulo?

- Obtener medios de referencia para generar ideas de negocios a través del uso de herramientas claves.
- Crear modelos de negocio basado en la mejor idea obtenida para desarrollar el producto a comercializar.
- Comprender el significado de las palabras relacionadas con el negocio y la comercialización.

## I. IDENTIFICACIÓN DE LA IDEA

Cuando surge la intención de iniciar un negocio generalmente nos preguntamos:

- ¿Qué negocio quiero tener?
- ¿Que necesito para iniciar el negocio?
- ¿Cuál producto puede ser interesante para mis compradores?

A veces creemos que es difícil encontrar ideas de negocio, pero debemos saber que para encontrar una buena opción no es necesario inventar algo que no existe. Muchos buenos negocios surgen de las necesidades por los cambios que se dan en el medio social que están sin resolver. Por eso debemos ser observadores constantes de lo que ocurre en nuestra comunidad o en nuestro trabajo.

### ¿SABÍAS QUÉ?

#### **Emprendimiento:**

Es el inicio de una actividad que requiere esfuerzo y trabajo. Es una idea de negocio que se desarrolla durante 3 años. **Según los expertos en tres años debe ser ya un negocio establecido.**

#### **Negocio:**

Es una actividad donde se obtiene un beneficio y se realizan operaciones comerciales, de mercadería o servicios.

Algunas posibilidades para encontrar ideas de negocio son:

- a. Inventar algo que resuelva una necesidad:** Podría ser que desarrolle algún artículo, producto o servicio que facilite la actividad de alguien.  
*Ejemplo: Servicio de entrega de tortillas u otros productos a domicilio.*
- b. Los intereses o habilidades personales:** Puede ser que mi experiencia sea útil a mi comunidad.  
*Ejemplo: preguntarnos ¿Qué conocimientos y habilidades tengo? Dibujo para bordados tradicionales o ancestrales de la comunidad, elaboración de medicina natural, manejo de computadora, conocimiento de otro idioma, que pueden proveer nuevos y mejores servicios.*
- c. Las tendencias sociales:** Se refiere a lo que está de moda en un tiempo determinado el uso o consumos de un artículo.  
*Ejemplo: La producción de alimentos orgánicos, la comercialización de productos reciclados, la confección y comercialización de prendas de vestir con colores y diseños de moda.*
- d. Observar alguna deficiencia:** Lo que no funciona adecuadamente puede ser mejorado. Lo que no funcione con rapidez puede ser una oportunidad para crear un negocio o servicio.  
*Por ejemplo: Un servicio de mensajería o entrega de paquetes a domicilio dentro de la comunidad.*
- e. La ausencia de algo:** Si algo no existe en mi comunidad, puedo buscar la forma de proveerlo.  
*Ejemplo: Si no existe una farmacia o abarrotería cerca de la comunidad es una buena oportunidad de negocio o cualquier otro tipo de servicio.*
- f. La percepción de la gente:** Si la gente está disgustándose con algún servicio o producto, podría yo ser quien lo mejore, *por ejemplo, diferenciándose en calidad, precio y atención al cliente.*

¿Para qué soy hábil, que me apasiona?

## 2. ¿QUÉ NECESITO PARA INICIAR MI NEGOCIO?

Después de haber determinado las posibles ideas de negocio en las que puedo ocuparme, surge el segundo paso: **Desarrollar el modelo del negocio.**

El **modelo de negocio**  es una descripción breve de lo que será "Mi negocio". Para ello debo hacerme algunas preguntas:

- a. ¿Qué necesidad satisface?
- b. ¿Qué recursos necesito?
- c. ¿Qué beneficio o mejora hace mi producto o servicio?
- d. ¿Cómo voy a comercializar mi producto?
- e. ¿Cómo funcionará la operación?

### Consejos:

Si aún no tienes definido el producto, busca en las opciones de arriba.

**¡Recuerda!** para desarrollar el modelo de negocio debes tener respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿A quién le voy a vender mi producto?
- ¿Qué problema o necesidad tiene a quien le voy a vender?
- ¿Mi propuesta de producto es especial y le solucionará la necesidad de alguien?
- ¿Cómo haré para que le llegue mi producto al cliente?
- ¿Cuánto debe ser el precio de venta de mi producto?
- ¿Cuánto serán mis costos?
- ¿Cómo controlaré mi negocio?

**¡Con la información anterior ya tengo mi modelo de negocio!**

Ahora debo consultarlo con alguna persona de mi confianza o experto que me pueda dar su opinión sobre lo que desarrollé. Para asegurar que se definió con claridad el producto o servicio que voy a ofrecer, mejorarlo de acuerdo a las sugerencias o que no tiene probabilidades de que sea exitoso. Debo estar dispuesta a escuchar opiniones a favor y en contra para analizarlas y actuar según sea lo más adecuado.

## 3. PARA QUÉ NECESITO EL PROTOTIPO

Cuando ya tengo listo mi Modelo de Negocio debo preparar los primeros productos o servicios que voy a comercializar. El primer diseño debo hacerlo siguiendo un recetario o fórmula exacta y seguir un procedimiento claramente definido. Esto es importante para que el producto siempre sea igual y mantenga la misma calidad sin importar la cantidad fabricada; si se necesita ajustar algo del diseño no será difícil porque se tiene la fórmula original.

**¿Cómo puedo realizar un prototipo?**

- Tener la idea de lo que voy a realizar
- Hacer una lista de materiales para tenerlos disponibles
- Realizar las pruebas necesarias hasta quedar satisfecha con el resultado.
- Desarrollar alternativas innovadoras para mejorar el prototipo, toda idea creativa le suma valor
- Verificar la funcionalidad y calidad del prototipo.

**NOTITAS:**

No te desanimes si no lo logras al primer intento, esto requiere de más pruebas hasta lograr la calidad deseada.

### 3.1 Prueba del Prototipo

Después de haber hecho mis primeros diseños, debo buscar personas que puedan probar mis productos (prueba de mercado) y que me den su opinión. Lo que me comenten permitirá mejorar el prototipo y de esa forma más personas aceptarán el producto.



**Por ejemplo:** si son productos alimenticios, primero debes preguntar por las características visuales del producto, color, diseño, tamaño, otros. Seguidamente deber preguntar sobre las características sensoriales: olor, sabor, textura.

**Para hacer las pruebas del mercado se puede hacer lo siguiente:**

- Dar muestras y luego recopilar la información
- Reunir a personas y que todas den su opinión.
- Entregarles a algunos de mis posibles compradores unas muestras gratis y que me comenten que opinan.

### NOTAS:

Toma en cuenta que las degustaciones, pruebas de producto, exhibición etc., pueden ser con familiares, amigos, vecinos, pero si se desea una prueba exitosa, lo ideal es hacerlo con personas desconocidas.

## 4. MERCADEO

Después de realizadas las pruebas sobre el diseño, he logrado reunir las opiniones y mejorado el producto y **iya estoy lista para vender!** Posteriormente debo enfocarme a los **segmentos de mercado**  y a los **canales de comercialización**  le acuerdo a mi modelo de negocio.

### Canal de comercialización

El canal de comercialización se refiere al medio de cómo se venderá el producto o el servicio, por ejemplo, un local comercial, servicio a domicilio, a través de redes o cadenas comerciales.

## 5. CONOCIENDO ALGUNAS HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

### a) MAPA DE EMPATÍA

Es una herramienta que permite conocer lo que el cliente necesita, esto nos dará ideas de productos que podemos diseñar para tener más probabilidades de éxito. Está dividida en un formato de dos secciones; la primera hacer referencia a cuatro preguntas dirigidas al cliente, 1) *que piensa y siente*, 2) *que ve*, 3) *que dice y hace* y 4) *que beneficio desea*.

Y en la segunda sección hace referencia a dos preguntas: *¿Qué miedos o frustraciones tiene nuestra cliente?* Y *¿Qué beneficios espera nuestra cliente?*

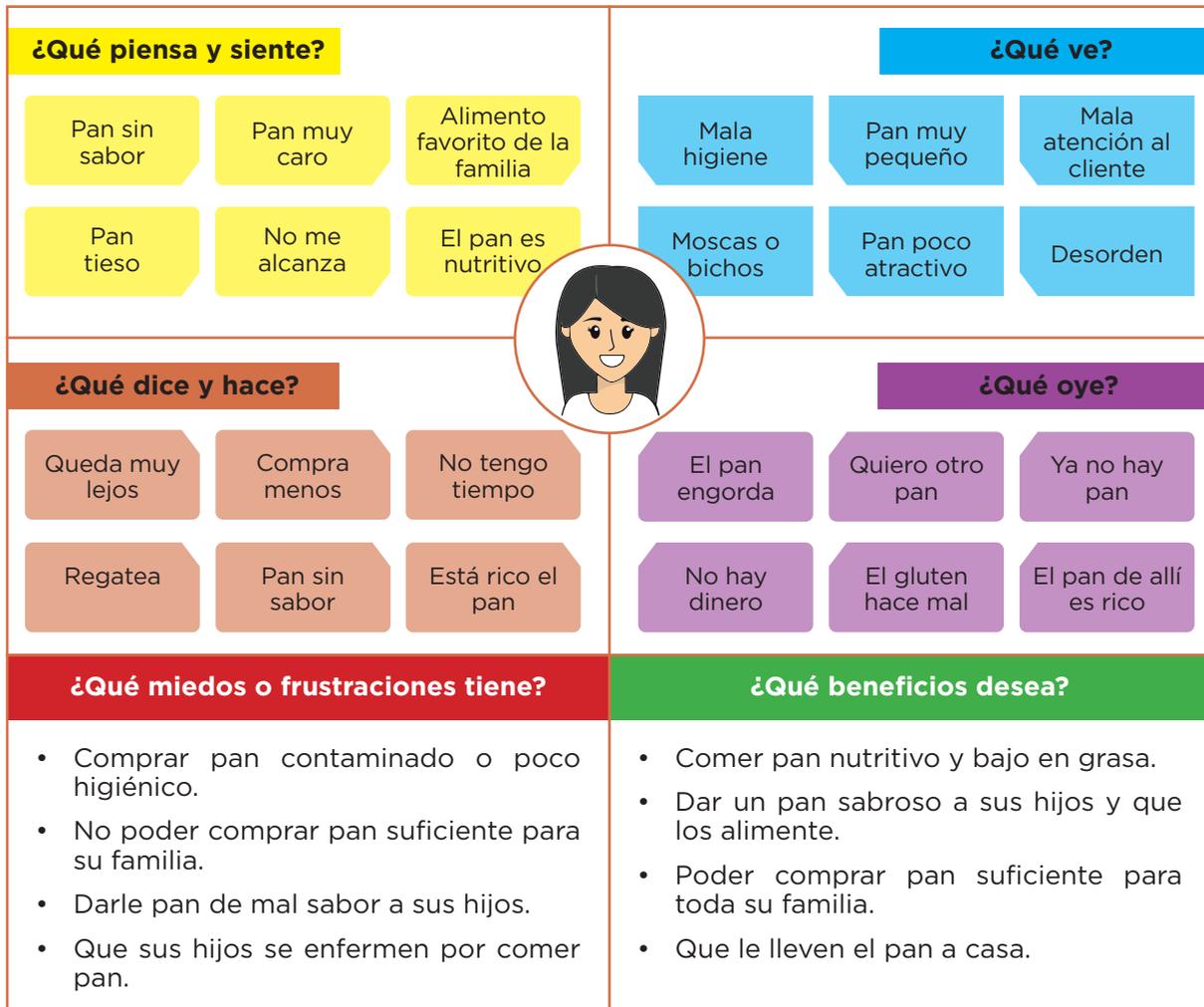
El objetivo del mapa de empatía, es posicionarnos como posibles clientes, las preguntas deben ser respondidas precisamente como si nosotras fuéramos las clientas del negocio.

Necesitamos una mente abierta, sin prejuicios, y ver el negocio, los productos y servicios de los ojos del cliente. Con esto en mente respondemos las preguntas como clientes y no como emprendedoras.

*Entre más se escuche y se observe a los posibles clientes, mayor información obtendremos*

Ejemplo:

### MAPA DE EMPATIA DE UNA IDEA DE NEGOCIO DE UNA PANADERÍA



El resultado del mapa de empatía debe ser una reflexión de lo que se puede mejorar del negocio, en este caso al visualizar la panadería desde los ojos del cliente, notamos que desea buena calidad e higiene, nutrición para su familia, tener el pan en la puerta de su casa y poder obtener el pan suficiente para todos.

Un negocio que responda a estas necesidades puede ser una panadería que ofrezca a sus clientes, el servicio a domicilio, pudiendo hacer un prepagó mensual para entregarle la cantidad exacta de pan todos los días, sin olvidar ofrecer pan integral o libre de gluten, de buen sabor y que sea apto para la nutrición de los niños, la limpieza impecable, personal amable y presentable o para fortalecer el aspecto de orden y limpieza del negocio. Sigue siendo una panadería, pero ofrecerá todos estos valores agregados que marcará la diferencia con las clientes

### ¡Vamos a la Practica!

Elaboremos nuestro mapa de empatía para conocer lo que nuestros clientes pueden estar pensando sobre algún producto o servicios de nuestra idea de negocio. Mediante esta herramienta sabremos si nuestro producto llena las expectativas para ser producido y comercializado.

<b>¿Qué piensa y siente?</b>	<b>¿Qué ve?</b>
	
<b>¿Qué dice y hace?</b>	<b>¿Qué oye?</b>
<b>¿Qué miedos o frustraciones tiene?</b>	<b>¿Qué miedos o frustraciones tiene?</b>

---

---

---

---

---

---

---

---

## b) MODELO CANVAS

Es una herramienta que permite identificar lo que necesitas para analizar y definir de manera simplificada la idea de un negocio, integrada en un solo documento útil para tomar decisiones en cada uno de sus componentes y que tiene como pieza clave la propuesta de valor.

El modelo de negocio está estructurado por 9 elementos que cubren las cuatro áreas principales de un negocio: clientes, oferta, infraestructuras y viabilidad económica, que facilita la creación proporción y captación de valor para el negocio.

### Ejemplo de **modelo de negocio CANVAS**

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
Abarroterías Ferias comerciales Cooperativas	Calidad controlada Proveedores tipo A Atención al cliente	Entrega oportuna Cantidades exactas	Personalizada Respuesta pronta Teléfono directo	Familias Colegios Restaurantes Hoteles
	<b>Recursos clave</b>		<b>Canales</b>	
	Áreas de trabajo Personal capacitado Materia prima		Cómo entregamos Cuándo entregamos Atención post venta	
<b>Estructura de costos</b>		<b>Fuente de ingresos</b>		
Costos fijos Costos variables Método para determinar precio de venta Reducción por compras mayores o eficientes		Préstamos Ventas directas Ventas por medio de distribuidor o intermediario Alianzas para venta con otros productos o empresas		

Ejemplo: Continuemos con el ejercicio de la **panadería** visto en el mapa de empatía

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repartidores o empresa de reparto</li> <li>• Proveedores de insumos para panadería</li> <li>• Dueños de comedores, restaurantes o tiendas</li> <li>• Juntas de vecinos de colonias o residenciales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orden y limpieza</li> <li>• Entrega a domicilio</li> <li>• Recepción de pedidos</li> <li>• Calidad y nutrición</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de pan diario a domicilio</li> <li>• Pan integral o libre de gluten de excelente sabor y calidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ofrece entrega a domicilio</li> <li>• Pre pago mensual</li> <li>• Pan integral o libre de gluten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Amas de casa</li> <li>• Familias en residenciales o colonias</li> <li>• Comedores o restaurantes</li> </ul>
	<b>Recursos clave</b>		<b>Canales</b>	
	Área de producción Materias primas Personal capacitado Teléfono móvil		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta directa: de negocio a cliente</li> <li>• Negocio/ Distribuidor (restaurante) – Cliente</li> <li>• Entrega a domicilio, llamada o WhatsApp</li> </ul>	
<b>Estructura de costos</b>		<b>Fuente de ingresos</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias primas</li> <li>• Sueldos y salarios</li> <li>• Servicios básicos</li> <li>• Alquiler</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Venta directa en local</li> <li>• Venta a domicilio (sujeto a disponibilidad de pan)</li> <li>• Pre pago mensual (suscriptores)</li> <li>• Venta para distribución (restaurantes y tiendas)</li> </ul>		

**¡Practiquemos!**

Desarrolle el **modelo Canvas** para su producto o negocio, analice cada cuadro contenido en el modelo y haga sus comentarios.

Socios clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con clientes	Segmento de clientes
8	7 Recursos clave	2	4 Canales	1
Estructura de costos		Fuente de ingresos		
		5	9	





## **MÓDULO II**

# **DESARROLLO EMPRESARIAL**

# ¿CÓMO ADMINISTRO MÍ NEGOCIO?

Es importante conocer la manera de administrar mi negocio, y hacerlo de la mejor forma para obtener mejores resultados.



## ¿QUÉ APRENDEREMOS EN ESTE MÓDULO?



En esta unidad aprenderemos sobre la administración de un negocio, conoceremos algunas de las características personales y técnicas para dirigir al personal. También aprenderemos sobre las condiciones para el área de trabajo y sobre la eficiencia, la capacidad de producción, permisos, registros de marcas, productos, estructura organizacional y aspectos tributarios.

### ¿Que lograremos en este módulo?

1. Conocer elementos importantes sobre la contratación y administración del personal.
2. Conocer aspectos importantes sobre el área de trabajo y capacidades de su operatividad y eficiencia.
3. Conocer sobre estructura organizacional.
4. Acercamiento a elementos tributarios de los negocios.

## I. EL PERSONAL

La actitud y capacidad de las personas es el principal ingrediente para que el negocio funcione adecuadamente.

Como primer paso debemos identificar que las personas que me ayudaran tengan las competencias, habilidades, pero sobre todo la disposición a comprometerse con el negocio.

Hay tres elementos a considerar:

**a. La característica de la persona:** Evalúo la conducta, hábitos, responsabilidad, referencias personales y su disposición en seguir las instrucciones.

**b. La competencia técnica:** Esto se refiere a que la persona tenga habilidad en la fabricación del producto o la prestación del servicio que estamos dando.

**c. La experiencia:** Esto es importante porque nos ayudara a que la persona aprenda más rápido sobre el producto o servicio, pero si no tiene experiencia podríamos considerarla como una alumna, a quien al inicio le enseñaremos el trabajo.

### ¿SABÍAS QUÉ?

Es importante saber y conocer al personal que se necesita, capacitarlo en las áreas necesarias del negocio.

Las personas que se contratan no necesariamente tienen que estar a tiempo completo, podría contratarlas por periodos. Es decir, cuando es el momento de la producción o venta, según la temporada o según la necesidad del negocio.

Otro elemento importante es cómo le voy a pagar. Se pueden mencionar dos métodos:

- Por producto elaborado o por tarea completada. En algunas ocasiones se les puede dar bonos parciales de acuerdo con el avance del trabajo.
- Por tiempo, es decir, calculamos cuanto tiempo llevara a la persona y decidimos pagarle por hora o por día. A veces es más económico un día que por tarea completada.

### ¿SABÍAS QUÉ?

Es importante saber y conocer al personal que se necesita, capacitarlo en las áreas necesarias del negocio.

### NOTITAS:

Toma en cuenta que, al principio de cualquier emprendimiento o negocio, posiblemente varias tareas sean asignadas a la misma persona, lo más saludable es que en la medida que crezca el negocio, se requiera de personal que ayude con las tareas para que el trabajo sea más organizado, eficaz y eficiente. Un propietario no puede ser contador, vendedor, productor, repartidor, creativo, etc.

## 2. ¿DÓNDE CONTRATO A LAS PERSONAS?

En mi comunidad hay muchas personas que pueden ser parte del proyecto, puedo observar entre mis amigos y vecinos.

Se recomienda contratar personas con las que no tengamos relación o parentesco. Es importante que cuando estemos seleccionando a los trabajadores, debemos considerar por lo menos a dos candidatas, es decir que no debemos tomar a una persona a la primera, esto nos permite poder comparar y poder optar lo que convenga más al negocio.

### Consejos:

Es bueno mencionar que no es muy recomendable contratar a un amigo o familiar, esto es porque podría darse el caso de que no haga bien el trabajo y tengamos que llamarle la atención o despedirla, entonces se creara una relación mala, no solo con la persona amonestada sino también con mi familia o amigo.



### 3. LA FORMACIÓN

A veces las personas que ya saben el trabajo cobran más caro por sus servicios, porque son especialistas. Por el otro lado podemos contratar personas con poca o ninguna experiencia, estas cobran menos, pero tendremos que capacitarlas y tener paciencia porque están aprendiendo. Debemos de decidir cuál será la capacidad de la persona que queremos seleccionar y cual será nuestra disposición a enseñarle, o no.

Cuando hablamos de un negocio, la formación y capacitación a los empleados es una de las herramientas más importantes, porque mejora las habilidades de los trabajadores, aumenta su motivación, genera mayor confianza, compromiso y lealtad hacia el negocio e incrementa la productividad.

En oportunidades es bueno contratar a una persona que pueda hacer varias tareas del negocio, de esta forma tenemos más posibilidades de que nos ayude. Si esta es la necesidad al principio debemos decirle a la persona que nos ayudara en muchas actividades diferentes según le sean asignadas.

#### Consejos:

Si en caso vamos a contratar personal a tiempo completo, debemos conocer o informarnos de las obligaciones laborales que conlleva tenerlas, para esto deberemos acercarnos a una persona con experiencia en el tema para hacer la contratación formal y sin riesgos.

### 4. EL ÁREA DE TRABAJO O PRODUCCIÓN

El área de trabajo es muy importante pues es donde estará localizado nuestra producción, por lo que debemos tratar de ser lo más cuidadosos y ordenados posibles.

Debemos observar varios aspectos, siendo ellos:

**a. La localización:** Encontrar la mejor localización nos permite ser eficientes y optimizar los recursos, especialmente por el acceso y la distancia para el transporte de la materia prima y/o el personal que puede influir en el costo de producción.

**b. El lugar de operación:** Si en nuestra casa tenemos el centro de producción, debemos de considerar un área específica para el negocio, es decir, no tener el área de trabajo en la sala, el comedor o en algún área de uso común. Esto es importante para evitar riesgos o accidentes por distracciones, evitar incomodidad de ruidos u olores para los otros miembros de la familia.

Este espacio puede ser hasta de un metro cuadrado, no importa el tamaño que se asigne al negocio, lo importante es mantenerlo en orden y limpio.

**c. El equipo:** Es importante contar con el equipo mínimo y esencial para que nuestra producción sea eficiente. El equipo defectuoso o de baja calidad nos atrasa o puede provocarnos accidentes.

#### Consejos:

Es recomendable tener un área exclusiva para nuestro negocio, especialmente para resguardar nuestros equipos y materiales, de esa forma podremos trabajar seguras y con más eficiencia.

#### Recuerda

que todo equipo debe recibir mantenimiento para que no se arruine o se pierda.

## 5. ¿QUÉ ES PLAN DE OPERACIONES DE PRODUCCIÓN?

El plan de operaciones es describir en forma sencilla los procesos que vamos a seguir para la elaboración de nuestro producto.

Por ejemplo, **“Plan De Operaciones De Producción de helados”**

1. Seleccionar las frutas para los helados
2. Verificar la disponibilidad de equipo: Licuadora, congelador, recipientes para la mezcla de los helados, otros.
3. Hacer una lista de los insumos que necesitamos comprar: moldes y paletas para helado, empaques, leche, azúcar, entre otros.
4. Limpiar nuestra área de trabajo y desocupar el congelador
5. Limpiar la fruta y hacer los licuados con agua, leche o yogurt
6. Vaciar, mezclar en los recipientes y colocarlo en los moldes
7. Llevarlos a la nevera o congelador
8. Tomar el tiempo para colocar las paletas de madera
9. Hacer un rótulo para promocionar los helados o publicarlo en las redes sociales
10. Separar el dinero que se obtiene de la venta de los helados
11. Anotar en un cuaderno todo lo gastado y hacer cuentas con los ingresos recibidos de la venta.
12. Llevar un registro de las ventas, para saber cuál es el sabor que más se vende, puede ser un registro diario, semanal o mensual.

Este descriptor de actividades servirá de guía, para que las personas no se confundan y puedan ser eficientes en cada etapa de producción. También puede hacerse en forma de dibujos para mejor comprensión.

### Recuerda



Si no quieres que las personas conozcan los ingredientes “secretos”, puedes prepararlos personalmente y decir en el instructivo, “agregue una onza del ingrediente etiquetado como POLVO ESPECIAL”, de esa forma no sabrán cuál es el contenido del polvo especial. Con este procedimiento se guarda el “secreto empresarial” de la fórmula o del procedimiento.

## 6. EFICIENCIA EN LA PRODUCCIÓN

Para que la producción y nuestro negocio sea eficiente debemos controlar cuatro elementos principales; **la Materia Prima, mano de obra, otros gastos de producción y tiempo de producción y entrega**. Estos elementos deben ser cuidadosamente controlados porque pueden afectar la rentabilidad del negocio, en el peor escenario pueden ser causas de pérdida o cierre de la empresa.

**a. Materia prima:** Debemos saber que puede haber pérdidas porque hay posibilidad de que las personas las manipulen inadecuadamente por las siguientes causas:

1. **Por ignorar el procedimiento.** Es cuando no se sabe cómo procesar. Esto se elimina enseñando a la persona como manejar adecuadamente la materia prima.
2. **Por negligencia.** Esto es porque sabiendo el procedimiento no se hace de manera correcta.
3. **Por intencionalidad.** Esto se refiere a que intencionalmente manejan mal la materia prima con la finalidad de dañar el negocio u obtener algún beneficio para ellos.

**b. Mano de obra.** Este elemento también es necesario administrarlo bien porque las personas son quienes nos apoyan en la producción. Debemos tener control sobre el tiempo de entrada, salidas, calidad de trabajo, etc. Una calidad indebida en el producto por trabajar a la carrera puede dañarnos un lote de producción. Debemos siempre buscar el mejor personal a un precio justo. Si pagamos mal las personas trabajan insatisfechas, de allí surge el dicho de “ellos hacen como que me pagan y yo hago como que trabajo”.

**c. Otros gastos de producción.** Estos son todos los gastos que no son materia prima o mano de obra para la producción de un bien o prestación de servicios.

Por ejemplo, en la producción de pasteles:

- La **materia prima** es harina, agua, huevos, levadura.
- La **mano de obra** es el pago al amasador, horneador y decorador del pastel.
- Los **otros gastos de producción** son el gas, la energía eléctrica, material de empaque, etiquetas, jabón, agua y otros.

Todos estos insumos también deben cuidarse para que siempre se disponga de ellos y controlar su consumo adecuado.

### NOTITAS:

Debes anticiparte a tener todos los elementos que se necesitan para la producción, sino no vamos a cumplir con la fecha de entrega, esto genera una mala imagen para nuestro negocio y perderemos clientes, aunque nuestros productos sean buenos.

**d. El tiempo de producción y entrega:** Este último elemento no es parte elemental de costos de producción como los tres anteriores, pero ¿por qué se menciona? Se incluye en esta sección porque debemos planificar cuidadosamente el tiempo en la adquisición de la materia prima, el personal de apoyo y los otros gastos para no incurrir en demoras o precipitar la producción por no haber previsto los tres anteriores.

## 7. CAPACIDAD EN LA PRODUCCIÓN

Es muy importante conocer la capacidad de producción que tiene el negocio. Para esto debemos tener claridad de cuáles son nuestros recursos, en cuanto a equipos, materia prima, personal y disponibilidad de tiempo. Con esto podemos determinar nuestra capacidad y así no comprometernos con el cliente y quedarle mal.

Por ejemplo, nos piden 1,000 jabones, pero sabemos que con nuestros recursos solo podemos producir 600, entonces, podemos decirle a nuestro cliente que solo podemos entregarle 600 jabones.

Debemos conocer que existen **tres niveles de capacidad de producción**:

- a. Capacidad máxima:** Es cuando llenamos al máximo nuestro tiempo y recursos para producir al máximo. Esto tiene riesgos porque si continuamente estamos en este nivel se deteriora el equipo por mucho uso y debemos estar acumulando el dinero para reponerlo.
- b. Capacidad óptima:** Es cuando producimos cantidades continuas, con producción normal sin fatigas o riesgos laborales, también el mobiliario y equipo no se desgasta en forma alta. Por lo tanto, con mantenimiento adecuado nos durara mucho tiempo.
- c. Capacidad actual:** Es la que estamos produciendo ahora, es decir podría ser capacidad mínima si estamos produciendo poco, o bien optima o máxima.

## 8. INSCRIPCIONES Y REGISTROS

Es importante recordar que para operar un negocio debemos estar inscritas en las instituciones que me habilitan para poder funcionar. Para inscribirnos en mejor forma debemos consultar a un experto en cada tema para evitar registros innecesarios. Algunas de las instituciones principales son:

### Registro Mercantil

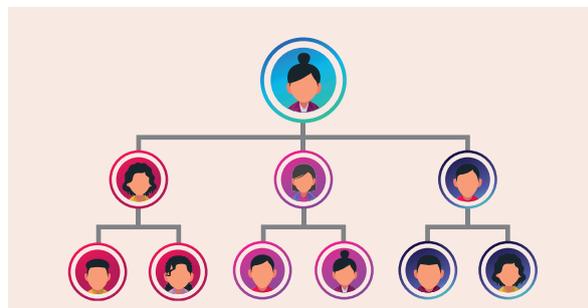
Esta institución nos habilita para ejercer el comercio y poder tener un nombre comercial. El Registro Mercantil nos provee la patente de sociedad que identifica que existe la asociación de personas para ejercer el comercio, de ello surge “Los Pinos Sociedad Anónima”. Luego se emite la patente de comercio, la cual identifica a la empresa que estará haciendo operación comercial, ejemplo, “Textiles divinos”, empresa cuyo propietario es Los Pinos S.A.

<p><b>Superintendencia de Administración Tributaria -SAT-</b></p>	<p>En esta institución nos inscribimos como contribuyentes de impuestos. La ley regula que quien quiera ejercer el comercio debe contribuir con sus impuestos para beneficio de toda la población. En esta institución emitirán un documento llamado Registro Tributario Unificado, (RTU), este documento indicara entre otros datos, los impuestos que debemos pagar y cuando debe ser hecho.</p>
<p><b>Ministerio de Salud</b></p>	<p>Este es importante cuando producimos artículos para consumo humano o uso externo. Por ejemplo, si producimos artículos para consumo humano, debemos tener la “tarjeta de salud”, emitida por un centro de salud. Además, debemos tener el certificado de haber aprobado el curso de “buenas prácticas de manipulación de alimentos”.</p> <p>En esta misma institución puedes obtener la <b>Licencia Sanitaria</b> que te autoriza para producir y comercializar; y el <b>Registro Sanitario</b> que garantiza que el producto es inocuo y apto para el consumo humano.</p>
<p><b>Centro Nacional de Metrología</b></p>	<p>Esta institución del Ministerio de Economía, nos provee certeza de que nuestros equipos tienen las medidas exactas que debemos administrar a artículos de uso farmacéutico o de índole similar. Es una herramienta básica de calidad porque asegura la calidad de las mediciones. Es utilizado por farmacéuticas, productores de alimentos, expendedoras de líquidos, etc.</p>
<p><b>Ministerio de gobernación</b></p>	<p>El registro de personas jurídicas en el Ministerio de Gobernación es el que faculta a asociaciones, organizaciones no gubernamentales etc. Este ministerio emite los acuerdos publicados en el Diario oficial en el que se da vida a las organizaciones no lucrativas.</p>
<p><b>Instituto Nacional de Cooperativas INACOP</b></p>	<p>Es la institución que habilita a las cooperativas para poder ejercer su función en beneficio de sus asociados.</p>
<p><b>Otros</b></p>	<p>Cualquier organización que nos faculte, como ejemplo mencionaremos Asociación Guatemalteca de exportadores (Agexport), aduanas del país, Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), Ministerio de educación (si nuestro negocio fuera de escuelas o colegios) y otras que sean relacionados con nuestra actividad comercial.</p>

## 9. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Una estructura organizacional es una representación gráfica de cómo está conformado un negocio, mediante la cual se conoce quienes son las personas que están dentro del negocio y sus cargos.

En la estructura pueden aparecer también personas u organizaciones que forman parte de una alianza con nuestro negocio. De esa forma también se muestra la fortaleza que podemos tener cuando trabajamos unidos a otras organizaciones, personas o negocios.



La estructura organizacional es útil para conocer también si tenemos mucho o poco personal. También podemos conocer de esta forma la capacidad administrativa y de operación del negocio.

## 10. ESTRUCTURA FISCAL

La inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT), nos obliga a tener un régimen fiscal para pagar nuestros tributos. Dentro de los más utilizados podríamos mencionar los siguientes:

- a. Pequeño Contribuyente:** Puede facturar hasta Q150.000.00 en un año, debe hacer declaraciones de impuesto del 5% sobre sus ventas una vez al mes, además llevar libro de compras y ventas.
- b. Contribuyente individual normal:** Está relacionado al impuesto sobre la renta y también al Impuestos sobre el valor agregado (IVA), los cuales debe declarar en las fechas establecidas en el mes siguiente al término de cada mes. Debe llevar libros contables que le aplique.
- c. Sociedad anónima:** Están sujetas a un régimen más complejo. Es necesario registrar un contador general. Debe llevar contabilidad completa. Puede estar sujeta a impuestos como el Impuesto al valor agregado, sobre la renta, de solidaridad. Además de cierres y declaraciones contables trimestrales y anuales.
- d. Asociaciones, fundaciones, cooperativas:** Estas se registran con actividades exentas y también pueden tener actividades lucrativas. Deben hacer declaraciones de actividades lucrativas y otras que les aplique según sus exenciones. Deben llevar libros contables y contador general.
- e. Sociedad de Emprendimiento:** Tiene la particularidad que permite crear una sociedad con uno o más socios. El costo de creación es aproximadamente de Q1.000.00, lo cual rivaliza con el costo promedio de empresa normal que esta entre Q8.000.00. El negocio solo puede permanecer en este régimen durante 4 años y posteriormente debe trasladarse a una estructura mercantil tradicional.

Pasos para **inscripción en la SAT** vigentes hasta febrero 2020

1. Presentarse en cualquier agencia tributaria -SAT- con DPI original y una copia
2. Solicitar número en información
3. Llenar un formulario electrónico con los datos del negocio (puede pedir ayuda a un delegado el cual realiza la inscripción)
4. Luego de la inscripción el usuario deberá abrir su agencia virtual
5. Desde la agencia virtual tiene acceso a solicitar facturas, habilitación de libros, y otros formularios.

**¡Recuerda!**

que todo trámite en la -SAT- es gratuito.

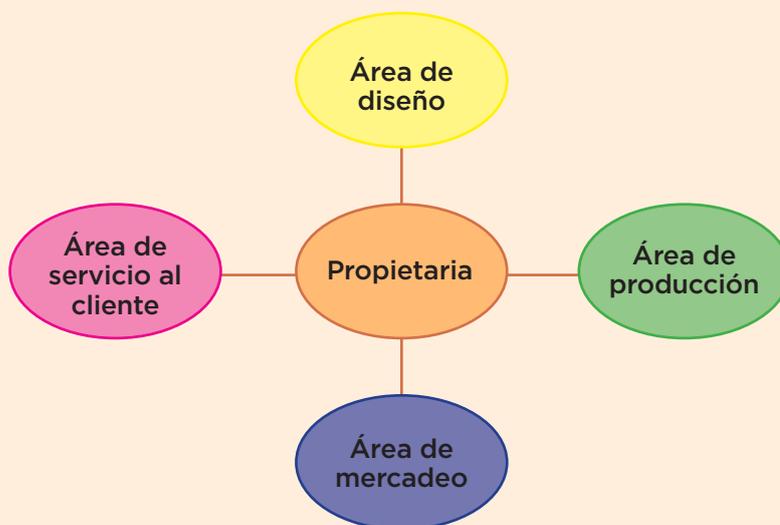
**NOTITAS:**

CUANDO ES UN NEGOCIO NUEVO LO IDEAL ES INSCRIBIRSE COMO PEQUEÑO CONTRIBUYENTE Y CONFORME EL NEGOCIO CREZCA SE PUEDE EVALUAR LA POSIBILIDAD DE CAMBIAR A OTRO RÉGIMEN, COMO CONTRIBUYENTE NORMAL O SOCIEDAD ANÓNIMA.

## II. CONOCIENDO ALGUNAS HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DEL NEGOCIO

### a. ORGANIGRAMA DE RED

Esta estructura organizacional es útil para pequeños negocios, esto se debe a que generalmente la propietaria mantiene una relación directa con las personas involucradas en el proceso del negocio.

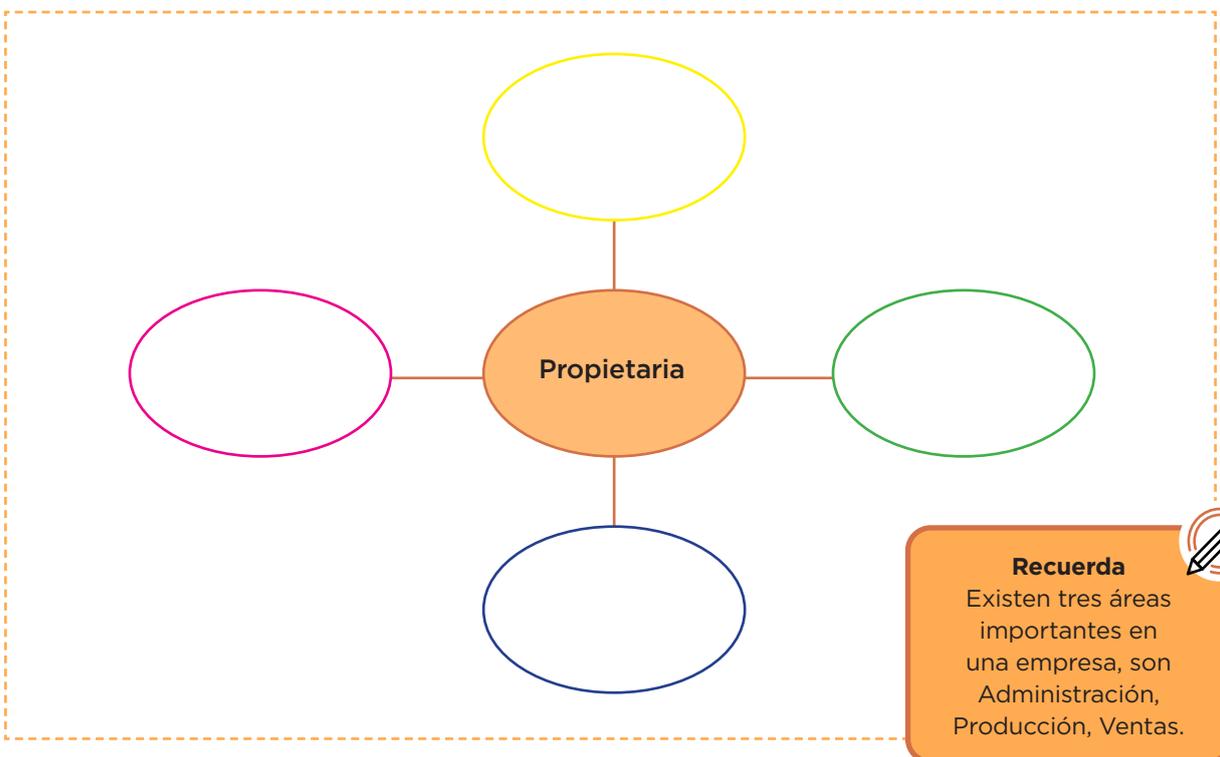


Este es un ejemplo básico de un negocio, puede que el emprendimiento o negocio no necesite tantos puestos de trabajo, o, al contrario, que sean necesarios muchos más puestos de trabajo, lo importante en el ejercicio es reconocer en las áreas que necesitamos ayuda y quienes pueden ocupar esos espacios.

### ¡Vamos a la Practica!

Desarrolle un organigrama con las áreas que componen su negocio, en cada una de las áreas indique el nombre del área y la persona que está a cargo de dicha actividad. Aunque tu negocio sea pequeño y aun no tengas personal a tu cargo, realiza el ejercicio pensando en cómo te gustaría organizarlo.

Describe cada uno de los puestos de trabajo y qué actividades te gustaría que realizarán, todo en función del negocio o emprendimiento, hacer este listado de actividades te ayudara a definir cuantas personas realmente se necesita, y quizá alguna de las personas pueda hacer varias funciones, lo que le ahorraría al negocio dinero, tiempo, y recurso humano.



**Recuerda**  
Existen tres áreas importantes en una empresa, son Administración, Producción, Ventas.

## 10. ESTRUCTURA FISCAL

### b. ESTADO ACTUAL DEL NEGOCIO

En el siguiente cuadro registre los permisos o requerimientos legales necesarios, luego indique si esta hecho o está pendiente de realizar.

Este es un ejemplo para verificar en que situación está el negocio. No obstante, el que no esté en este momento inscrito, no significa que no pueda operar inmediatamente y luego comenzar con los registros y permisos necesarios, pues sin ellos el negocio no tendrá el crecimiento debido.

**Recuerda**  
El estar fuera de la ley hace que los negocios no prosperen y no alcancen el éxito esperado.

<b>VERIFICACIÓN DE REGISTROS Y PERMISOS</b>	<b>¿Es necesario?</b>		<b>¿Está hecho?</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Registro Mercantil				
Superintendencia de Administración Tributaria				
Ministerio de Salud				
Centro Nacional de Metrología				
Ministerio de Gobernación				
INACCOOP				
Otras (Especificar)				

<b>EVALUACION DE LA ADMINISTRACION</b>	<b>¿Tengo control?</b>		<b>Acción a tomar</b>
	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
<b>Eficiencia en la producción</b>			
* Control sobre la materia prima			
* Control sobre la mano de obra			
* Control sobre los otros gastos de producción			
* Control sobre tiempo de producción y entrega			
	<b>¿La conozco?</b>		<b>Acción a tomar</b>
<b>Capacidad de producción</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	
* Máxima			
* Optima			
* Actual			

## RESUMEN MODULO II. DESARROLLO EMPRESARIAL

### “Como Administro mi Negocio”

Es importante conocer la manera de administrar el negocio, y hacerlo de la mejor forma para obtener mejores resultados.



#### PERSONAL

Cuando el emprendimiento o empresa va en crecimiento, tendrá la necesidad de contratar personal, este personal debe ser escogido de acuerdo a las capacidades y los requerimientos que desee la empresa, para que la producción sea mayor o se satisfagan las necesidades de la empresa.



#### ESTABLECER EL LUGAR DE PRODUCCIÓN

Es de suma importancia establecer un área física de trabajo, no importa el tamaño, así sea de 1 metro cuadrado. Ese espacio debe tener todo lo necesario y concerniente a la empresa, ya sea de elaboración de productos, o de servicios. El orden y la limpieza deben ser prioridad para poder realizar el trabajo.



#### PLAN DEL OPERACIONES

Es necesario realizar un plan de operaciones, de una forma escrita, lo más sencillo posible, pero que nos permita poder establecer una rutina de trabajo, y ser eficientes, esto permitirá tener un mayor control de la producción, reducción de pérdidas, y los tiempos de trabajo son eficaces.



#### INSCRIPCIONES Y REGISTROS

El crecimiento de la empresa determinará las inscripciones y registros necesarios de acuerdo a las normativas y leyes del país.

Mencionaremos algunas indispensables:

- ✓ **Inscripción a la SAT:** ya sea como pequeño contribuyente o contribuyente normal etc.
- ✓ **Patente de Comercio:** es necesario inscribir la empresa en el registro mercantil, para poder comercializar los productos o servicios.
- ✓ **Permisos y licencias Sanitarias:** Estos son indispensables cuando nuestra empresa elabora productos alimenticios, o que tengan relación y contacto con el cuerpo humano.
- ✓ **Otros:** existen permisos específicos de acuerdo al giro de la empresa, es decir de acuerdo a lo que la empresa se dedica, tendrá que tener los permisos que la ley vigente en Guatemala requiera.

## GLOSARIO

-  **1. Estructura organizacional:** Se utiliza para saber cuál es el lugar que ocupará cada persona dentro del emprendimiento o negocio. De esta manera cada persona sabrá que tiene que hacer y cuáles son sus funciones. El objetivo primordial es cumplir con las metas que se proponga el negocio.
-  **2. Mano de Obra:** Es el esfuerzo físico y mental que una persona hace para realizar una tarea o trabajo y por el cuál obtiene un pago.
-  **3. Materia Prima:** Son los ingredientes, o materiales que serán transformados para obtener un producto.
-  **4. SAT (Superintendencia de Administración Tributaria).** Ente regente de la recaudación de impuestos de Guatemala.
-  **5. Secreto empresarial:** cualquier información no divulgada que una persona individual o jurídica posea, que puede usarse en alguna actividad productiva, industrial, comercial o de servicios, y que sea susceptible de transmitirse a un tercero. Esto significa que, si es necesario, debo evitar que los trabajadores conozcan cual es el contenido o procedimiento que hace único o diferente a mi producto o servicio.
-  **6. Sociedad de emprendimiento.** Es una nueva figura mercantil, creada recientemente en enero 2019. Tiene la particularidad que permite crear una sociedad con uno o más socios. El Ministerio de Economía creó una oficina especialmente dedicada a atender a este sector de empresas porque tendrán apoyo especial en capacitaciones, asesoría y financiamiento.



## **MÓDULO III**

# **DESARROLLO EMPRESARIAL**

# ¿CÓMO DIRIGIR FINANCIERAMENTE MÍ NEGOCIO?

La educación financiera es necesaria para mantener a flote la empresa o emprendimiento.



## ¿QUÉ APRENDEREMOS EN ESTE MÓDULO?



En este módulo aprenderemos sobre administración financiera, brindando algunos consejos para administrar los recursos propios y lograr estabilidad en las finanzas del negocio. Hablaremos sobre costos, financiamiento, administración de inventarios y registros de la actividad.

### ¿Que lograremos en este módulo?

1. Comprender la importancia de las finanzas y costos del negocio.
2. Administrar en forma adecuada los inventarios de materia prima y de los productos para la venta.
3. Entender aspectos clave sobre el financiamiento.

## I. EDUCACION FINANCIERA

La educación financiera busca contribuir con la capacidad de análisis y toma de decisiones en el uso del dinero para la inversión en el negocio o a nivel personal.

Se presenta algunas ideas de cómo hacer el análisis.

**a. Capacidad de liquidez:** Es conocer si nuestros ingresos están siendo suficientes para cubrir nuestros gastos. Si nuestros gastos son mayores a los ingresos debemos urgentemente reducir gastos, incrementar los ingresos o tomar acciones en ambos casos.

**b. Nivel de endeudamiento:** Obtener créditos es una herramienta útil para poder incrementar nuestro patrimonio o nuestros negocios. Pero las deudas no deberían ser en promedio mayor al 35% de nuestros ingresos. Es necesario revisar cuidadosamente porque nos endeudamos. Si la deuda es para adquirir bienes o generar más ingresos puede considerarse valido.



No podemos gastar más de lo que ganamos



Debemos evitar adquirir deuda para consumo, es decir, alimentos, ropa, salud, etc.

## MÓDULO III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?

**c. Fondo para imprevistos:** Es importante contar con un fondo de dinero para emergencias (médicas, desempleo, gastos urgentes u otro). Este fondo debería alcanzarnos para cubrir nuestros gastos mínimos en un periodo promedio de 3 meses.

**d. Hacer inversiones:** Puedes invertir en un banco para que te otorgue intereses, o en tu propio negocio para que puedas tener mejor equipos, materiales u otros insumos, de esa forma podrás generar más ventas y mayor ingreso.



Se sugiere como medida de ahorro el 10% es decir, por cada Q.100.00 que tenga. Q.10.00 se van al ahorro.

Algunos otros **consejos** para tener salud financiera pueden ser:

**a. Evitemos los gastos hormiga:** Es decir, los gastos que nos parecen pequeños, pero si los sumamos vemos que al final son muchos y que solo sirvieron para dar un gusto que no era necesario.

**b. Planifica los gastos fuertes:** Cuando tengamos un objetivo grande para comprar o algún otro proyecto. Procura anticiparte y ahorrar para tener el dinero suficiente y no tengas que endeudarte. Esto hará que disfrutes más de lo que adquieres.

**c. Haz un presupuesto:** El presupuesto nos indica cuanto vamos a tener de ingreso y cuanto nos podemos gastar. Hazlo y sujétate lo más posible a este.

## 2. EL AHORRO

Consiste en separar una parte de nuestros ingresos para guardarlos. Algunos de los beneficios del ahorro:

- a. Contar con dinero para invertir y ampliar el negocio.
- b. Disponer de un apoyo económico por alguna emergencia.
- c. Alcanzar un objetivo a nivel personal o del negocio.



Involucra a tu familia en el ahorro, puedes hacer una alcancía de material reciclado y todos deben contribuir al ahorro, puede ser 1.00 en adelante. Este fondo puede ayudar en situaciones de emergencia familiar.

**Donde podemos ahorrar:** hay varias formas, algunas formales y otras informales.

#### SISTEMA FORMAL

En un **banco, cooperativa o financiera.**

En estas instituciones podemos depositar con frecuencia alguna cantidad de dinero y ella se encarga de cuidárnoslo.

Tiene la ventaja de que nos paguen intereses por el tiempo que lo tenemos ahorrado y nos sirve como garantía para obtener un crédito.

La desventaja es tener que ir a la institución a hacer los depósitos, a veces decimos que vamos a ir y no lo hacemos, finalmente nos gastamos el dinero

#### SISTEMA INFORMAL

**Por cuchubal.**

Este método consiste en reunir entre varias personas un fondo, el tiempo debe ser acordado y puede ser cada semana, quincena o mensual. Todos deben aportar continuamente la cuota acordada. El valor recolectado se entrega a uno de las integrantes. De esa forma todas las integrantes reciben el valor total.

Una ventaja es que no se paga intereses por el dinero.

La desventaja es que si alguna no puede aportar la cuota, reduce el fondo y al final el grupo no estará satisfecho.

**Una alcancía o en otro lugar seguro en la casa.**

Este consiste en separar cada vez que podemos un monto de dinero y guardarlo en una alcancía u otro medio, con un objetivo específico o para emergencias.

Una ventaja es que podemos guardar el dinero que tengamos disponible en el momento.

Una desventaja es que podemos utilizarlo el dinero para cualquier necesidad que no sea una emergencia.

#### NOTITAS:

Al involucrar a tu familia a realizar un ahorro, estas fomentando en ellos un hábito que los llevará al éxito. Juntos podrán alcanzar más rápido las metas deseadas a nivel del negocio.

## 3. COMO ADMINISTRAMOS LOS COSTOS

### ¿Qué son los costos?

Se nombra costos a cualquier división, salida o gasto de dinero para la producción de un bien o prestación de un servicio.

Los costos involucrados en nuestros negocios pueden estar divididos por:

- Compra de materia prima
- Pagos de mano de obra.
- Cualquier otro gasto que sea necesario para producir nuestros bienes o servicios.

Si conocemos bien cuáles son nuestros costos podremos calcular mejor nuestro precio de venta, reducir costos de producción y buscar el rendimiento del negocio.

### ¿Cuáles son los costos?

**a. Directos.**

(También llamados costos Variables):

Se llaman de esta forma a todos los gastos que están directamente relacionados con la producción de nuestro producto. La característica de este gasto es que se produce cuando tenemos producción; pero si no producimos no habrá costo variable.

Por ejemplo, si voy a producir mermeladas, el costo variable es:

- a. Compra de las frutas, azúcar y otros ingredientes.
- b. Pago de salario para la persona quien ayuda.
- c. Otros gastos de entrega como la etiqueta o caja si me piden en cantidad.

**b. Indirectos**

(También llamados fijos):

Se nombran fijos los gastos que, aunque NO estemos produciendo SI debemos pagarlo; es el gasto que no podemos dejar de pagar, por ejemplo,

- a. Renta de local
- b. Teléfono con contrato
- c. Agua potable
- d. Otros.

Recordemos, si no producimos no tendríamos que gastar en los materiales e insumos, pero si producimos mucho, entonces los gastos variables aumentan y pueden variar de un mes a otro.



### Método del Costo objetivo.

Consiste en que siempre debemos buscar producir con el MENOR costo posible, es decir los mejores recursos e insumos, pero al menor precio. Es importante recordar que esto debe mantenerse con reglas de ética y justicia.

Si logramos generar los mejores costos lograremos obtener mayor margen de rentabilidad cuando vendemos nuestros productos. En otras palabras, es comprar barato, pero de buena calidad y vender caro el producto final.

Recuerda comprar a menor precio, sin perder la calidad, y vender a un precio más alto.



### ¡Veamos un ejemplo práctico!

1. Vendemos un artículo en el mercado a Q75.00; nuestros costos directos más los indirectos suman Q60.00, entonces la ganancia es Q15.00, (Q75 menos Q60). ¿Ahora nos preguntamos cual es la rentabilidad?, esta se obtiene dividiendo 15.00 dentro de 75.00, lo que resulta es que la rentabilidad es del 20%; dicho de otra forma, por cada quetzal que vendemos ganamos veinte centavos.

2. Por el contrario, seguimos vendiendo a Q75.00, pero logramos reducir nuestros costos a Q45.00, la ganancia será de Q30.00; por lo tanto, la rentabilidad será de 40%, esto es muy bueno, porque por cada quetzal que vendemos obtenemos cuarenta centavos de ganancia. Esta alta rentabilidad nos permite incluso dar mejores precios a nuestros compradores.

### ¿Cómo calculamos los costos directos?

Se calculan sumando todo lo que invertimos en materia prima, mano de obra y otros gastos, este resultado nos indica cuanto fue lo que invertimos en la producción. Esta sumatoria podemos hacerla por cada lote que producimos, por cada semana de trabajo o el periodo que tardemos en elaborarlo.

Después de haber sumado todos los costos podemos dividirlo entre las unidades producidas para conocer cuánto cuesta cada unidad.

**Ejemplo:** Mermeladas de frutas de temporada.

Negocio: Mermeladas de la Abuelita 		
24 unidades de mermelada		
<b>Cálculo de costos directos</b>		
<b>Materia Prima</b>		
3 libras de fresa	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
5 libras de azúcar	Q.5.00	Q.15.00
24 frascos	Q.18.00	Q.18.00
<b>Mano de obra</b>	Q.4.00	Q.96.00
Persona que elabora		
<b>Otros Gastos</b>		Q.50.00
24 etiquetas para el frasco		
Pasaje del mercado	0.75 c/u	Q.18.00
Gas		Q.5.00
Electricidad		Q.5.00
Jabón para lavar trastos		Q.5.00
<b>Total de Gastos</b>		Q.1.00
		<b>Q.213.00</b>

  
 Recuerda: Costos Variables y directos, son todos los relacionados con la elaboración, fabricación de los productos.

  
**Cálculo del costo de cada mermelada**  
 Total de gastos dividido dentro de las 24 mermeladas  
 $Q.213.00/24 = Q.8.88$   
**Q.8.88 es el costo directo de cada mermelada**

#### NOTAS:

A todos estos costos también se les conoce como costos directos, continúa con el aprendizaje para sumar los costos indirectos antes de establecer el precio de venta.  
 Precios cotizados a febrero 2020

## MÓDULO III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?

### ¿Cómo calculamos los costos indirectos?

Este método es diferente al anterior, la razón es que podemos hacer un listado de los otros costos o gastos que no son parte de lo que producimos, por ejemplo, la compra de una tarjeta de teléfono no es parte de los elementos de una mermelada, pero si fue necesario comprarla para contactar con nuestros clientes o proveedores. Otros ejemplos son: alquiler de equipo o locales, gastos para transportarnos o llevar los artículos, volantes y otros.

Negocio: Mermeladas de la abuelita	
Cálculo de costos indirectos	
Teléfono	Q.10.00
transporte para entrega	Q.15.00
Publicidad (tarjetas, rotulo, volantes etc.)	Q.15.00
Otros	Q.10.00
<b>Total</b>	<b>Q.50.00</b>

### Cálculo de costos totales

Después de haber hecho los dos cuadros anteriores podemos hacer el último que nos permite conocer cuánto es el costo total de nuestra producción. Se presenta a continuación el cuadro que muestra el resultado.

Negocio: Mermeladas de la Abuelita		
Costos directos		
Materia Prima	Costo Unitario	Costo Total
3 Libras de Fresa	Q.15.00	
5 libras de azúcar	Q.18.00	
24 Frascos	Q.96.00	Q.129.00
Mano de obra		
Persona que elabora		Q.50.00
Otros Gastos		
24 etiquetas para el frasco	Q.18.00	
Pasaje del mercado	Q.5.00	
Gas	Q.5.00	
Electricidad	Q.5.00	
Jabón para lavar trastos	Q.1.00	Q.34.00
Costos indirectos		
Teléfono	Q.10.00	
Transporte para entrega	Q.15.00	
Publicidad (tarjetas, rotulo, volantes etc.)	Q.15.00	
Otros	Q.10.00	Q.50.00
<b>Sumatoria de costos totales</b>		<b>Q.263.00</b>
Costos directos más costos indirectos	Q.263.00	
24 mermeladas de fresa producidas	(263/24=10.96)	
Costo de cada mermelada producida es de Q.10.96		

Ya hemos determinado que cada mermelada nos costará Q10.96, ahora debemos determinar el precio de venta, si por ejemplo las vendemos en Q20.00, tendremos una ganancia de Q9.04 por cada una. Como observamos el porcentaje de ganancia es del 45%, (dividimos 9.04 entre 20 es igual a 45%).

En ningún producto es recomendable que tenga un margen de ganancia menor al 25%, por lo que deberíamos de tratar de que nunca baje de este porcentaje, esto porque si baja nos podría desmotivar a continuar produciendo porque es mucho esfuerzo y poca ganancia.



Recuerda: el porcentaje mínimo de ganancia debe ser del 25%. Pero hay productos que pueden llegar a tener una ganancia del 100%. Este porcentaje lo decides tú en relación al precio del mercado.

## 4. LOS INVENTARIOS

Nuestro inventario es una cantidad importante de dinero que podemos tener invertido en materia prima, artículos en proceso de transformación o productos para la venta. Es importante no mantener muchos productos o insumo en inventario.

Siempre debemos de tener cuidado con los siguientes aspectos:

- a. **Cuidar el exceso:** Si se nos acumula mucha materia prima, artículos en proceso o producto terminados, corremos el riesgo de que se deteriore, se descomponga o no lo vendamos. Esto nos provocara pérdidas no esperadas.
- b. **Control y mantenimiento:** Si nuestro inventario lo tenemos mal almacenado puede perderse por daños provocado por plagas, agua (humedad), polvo, entre otros. Por lo tanto, debemos resguardarlos en recipientes y áreas adecuadas, libres de contaminación. De no hacerlo puede perderse el producto, por alteración de su composición y provocar intoxicaciones a los consumidores
- c. **Fechas de vencimiento:** Si alguno de los insumos o artículos de producción tiene fecha de vencimiento, debemos estar atentos a ello. No observarlo nos puede provocar pérdida de la materia prima o alterar el producto final y por lo tanto el cierre del negocio.
- d. **Acceso restringido:** El inventario que no sea para producción inmediata debe mantenerse en lugares seguros y de preferencia con llave. Esto permite que no utilicemos más de lo debido y que no se pierda.
- e. **Llevar control de salidas:** Se debe llevar control de inventario y de la producción terminada. Así también es importante llevar registro de las ventas para saber dónde y a quienes se venden los productos. Si hay autoconsumo de los productos es importante registrarlo, a veces no se ven las ganancias, porque no se reporta lo que se consume a nivel familiar.

## MÓDULO III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?

- f. **Evitar compras en supermercados:** Debe evitarse hacer compras en supermercados, esto debido a que los precios de los insumos son más altos e incrementaría nuestros costos de producción.
- g. **Llevar registros:** Debe llevarse registro de todas las compras con sus precios, esto permite que se pueda hacer un cálculo de costos adecuado.

Cuando los productos son perecederos, es decir que se pueden descomponer pronto, se debe utilizar el método PEPS. Que significa, primera entrada -primera salida, es decir que **lo que primero compremos y se mantenga en inventario sea lo primero que usemos**, con esto evitamos pérdidas de los insumos y productos por descomposición o vencimiento. Debemos utilizar siempre materiales frescos y recién comprados.

**Por ejemplo:** Si hago embutidos y compro todos los ingredientes en el mercado, lo almaceno temporalmente en algún lugar adecuado de la casa. Cuando vaya a fabricar los embutidos es necesario que utilice todo lo que compre, si necesito comprar más, tengo que terminarme todo lo de la primera compra.

Los productos perecederos, son todos aquellos que tiene un tiempo limitado y que se pueden descomponer pronto, por ejemplo, frutas, vegetales, carnes, entre otros.

Recuerda: Método PEPS. Primera entrada, primera salida, se utiliza para productos perecederos.

Recuerda: Método UEPS. Última entrada, primera salida, se utiliza para productos no perecederos, que ocupen espacio grande de almacenamiento.

Por el contrario, si los productos no son perecederos y ocupan mucho espacio, se utiliza el método UEPS. **Que significa última entrada, primera salida.** Quiere decir que conforme se fabrique se va ingresando a la bodega y se saca a la venta lo último que entro en la bodega de almacenamiento.

**Por ejemplo:** una bloquera, luego de fabricar todos sus blocks y de colocarlos en su bodega, sacará para su venta el último block ingresado a la bodega y así sucesivamente, hasta que se vacíe la bodega se sacará el primer block ingresado.

### ¡Veamos un ejemplo práctico!

Ejemplo, Inventario de materias primas, de las mermeladas de la Abuelita.

Negocio: Mermeladas de la abuelita			
Inventario de materia prima			
Fecha:	10 de Febrero 2020		
Artículo	Cantidad	Costo	Total
Fresa	3 libras	Q.5.00 C/U	Q.15.00
Azúcar	5 libras	Q.4.00 C/U	Q.20.00
Frascos	24 Frascos	Q.4.00 C/U	Q.96.00
<b>Total de Materia Prima</b>			<b>Q.131.00</b>
Elaborado por:			

En este ejemplo, de inventario de materia prima, si después de elaborar las 24 mermeladas sobran insumos como azúcar o frascos, deben quedar escrito para el siguiente inventario. Es importante anotar la fecha en que se realizó el inventario para saber con qué frecuencia ingresa la materia prima, si es por día, por semana, por mes.

Mantener actualizado el inventario de materia prima, nos ayudará a realizar mejores proyecciones para la compra con exactitud y a no tener pérdida por comprar de más, o que no me alcance la producción si compro menos de lo estimado.

Negocio: Mermeladas de la abuelita			
Inventario de productos terminados			
Fecha:	10 de Febrero 2020		
Artículo	Cantidad	Costo	Total
Mermeladas de fresa	24	Q.10.96	Q.263.04
<b>Total</b>			<b>Q.263.04</b>
Elaborado por:			

## 5. EL FINANCIAMIENTO

Existen varias entidades financieras que puede apoyar con un crédito a los negocios, entre ellas se encuentran los bancos, cooperativas de ahorro y crédito, financiera, asociaciones de apoyo a sus agremiadas y redes de apoyo financiero, que sea necesario dentro del negocio. Cada una posee características diferentes, por lo que debemos evaluar cual nos conviene.

Recuerda:

**Sistema formal:** Bancos, cooperativas y organizaciones.

**Sistema informal:** Prestamistas, familiares, amigos.

Existen otras fuentes de financiamiento que pueden ser grupos locales de auto-ahorro, nuestros amigos, familiares o nosotros mismos, en estos casos también debemos de cumplir con pagar en las fechas y formas que se ha convenido.

Como ya mencionamos en la sección anterior, es conveniente acceder a un crédito principalmente para la compra de maquinaria y equipo sea necesario dentro del negocio, sabiendo que en su momento se tendrá como pagar el préstamo.

Cuando vamos a tomar un préstamo debemos tomar en cuenta lo siguiente:

● **Tasa de interés anual.** La tasa de interés anual es la cantidad de dinero que pagaremos adicional de lo que nos han prestado. Este valor es muy importante porque con ello determinaremos el precio que tiene el dinero que nos están prestando y determinar el porcentaje de interés.

**¡Veamos un ejemplo práctico!** Supongamos que el **Banco de Guatemala** tiene regulado que debe cobrarse entre 25% anual en los préstamos. Entonces el cobro mensual por interés debería ser la división de 25% dividido 12 meses, esto nos dice que el interés por cada mes debería ser aproximadamente de Q2.00 por cada Q100.00 que nos prestan.

## MÓDULO III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?

### NOTITAS:

El Banco de Guatemala regula la tasa de interés anual que deben cobrar las instituciones financieras, pero hay personas o instituciones que no están reguladas por las leyes de Guatemala y cobran intereses mucho mayores a los que debería según el Banco de Guatemala. Precios cotizados a febrero 2020.

- **Garantías.** Las garantías es lo que solicita una institución o prestador para asegurarse que se pagará el préstamo, pero si no le pudiera pagar puede quedarse con lo que tengo en garantía para recuperar su dinero.

Las garantías se clasifican en dos grandes grupos.

- a. **Reales.** Estos son los bienes que poseemos, pueden ser bienes inmuebles y los denominados prendarios, como un vehículo, televisor, mercadería u otros.
- b. **Personales.** Puede ser la propia persona como buen pagador, esta ética y lealtad da la garantía a quien presta. Pero si no llena las expectativas suficientes puede apoyarse en un amigo o familiar, que garantice que se pague el préstamo del deudor principal.

- **Monto que se toma prestado.** El monto que prestamos siempre debe ser el justo que requerimos para la inversión o para lo que esta planificado. No debemos pedir más dinero para gastarlo en algo que no es urgente o principal.

- **Plazos de pago.** El plazo debe ser el que se adapte al valor que podemos pagar. Si pedimos un plazo muy largo perdemos recursos porque pagamos más interés. Si pedimos un plazo muy corto, podríamos no pagar y esto nos llevara a perder más dinero por otros gastos por el cobro.

- **Documentos que se requiere.** Algunas instituciones formales solicitan muchos documentos, pero debemos de tratar de proveerlos para que nos autoricen el préstamo con menor tasa. Quienes prestan sin muchos documentos son personas a veces lo dan rápido, pero el costo del dinero puede ser muy alto.

### NOTITAS:

Si no tengo las garantías que solicita una institución financiera para realizar un préstamo o no cuento con la solvencia para garantizar el pago del préstamo, es mejor no hacerlo.

Si te solicitan ser fiador y no tengo la garantía de pago de ese préstamo, es mejor decir que no, para no perjudicar nuestros ingresos y nuestros gastos.

### Recuerda:

Estas son sugerencias que pueden llevar al éxito a cualquier negocio cuando decida hacer un préstamo.

## 6. LOS REGISTROS Y MEDIDORES DE ACTIVIDAD

Los registros son un elemento importante para el negocio, estos nos indican como estamos, como estuvo la semana pasada y posiblemente como funcionó el negocio en los últimos meses. Es necesario mantener nuestro historial porque nos ayuda a administrar mejor nuestras proyecciones de ventas y también en analizar como estamos ejecutando nuestro gastos en el presente y en el pasado.

Algunos de los registros que debemos llevar son:

- a. Compras de materia prima.
- b. Ventas.
- c. Pago a ayudantes o salarios.
- d. Gastos de transporte en general.
- e. Cuanto ha consumido mi familia o yo del negocio.
- f. Cálculo de pago de impuestos.

Cuando llevamos registros, logramos tener datos que nosotros u otras personas pueden analizar y de esa forma podemos crear diferentes estrategias para mejorar el negocio. A veces al revisar lo que hicimos en el pasado nos damos cuenta de que hay algo mejor que podemos hacer en el presente, también se aprende de los errores y aciertos que dejamos documentados cuando estamos analizando nuestro negocio.

## 7. ¡VAMOS A LA PRÁCTICA!

Elaboremos un inventario de nuestra materia prima y productos terminados. Los formatos que están a continuación son para referencia, utilicemos hojas adicionales para desarrollarlo.

a:

Negocio:			
<b>Inventario de materia prima</b>			
Fecha:			
Artículo	Cantidad	Costo	Total
<b>Total de materia prima</b>			
Elaborado por:			

## MÓDULO III ¿Cómo dirigir financieramente mi negocio?

b:

Negocio:			
<b>Inventario de materia prima</b>			
Fecha:			
Artículo	Cantidad	Costo	Total
<b>Total de materia prima</b>			
Elaborado por:			

### Cálculo de costos de producción en un mes

Con los cuadros siguientes hagamos los cálculos totales de producción en un mes, posteriormente agreguemos los costos y gastos indirectos para saber cuánto cuesta la producción de un periodo.

a:

Negocio:		
<b>Cálculo de costos directos</b>		
Artículos a producir	Cantidad:	
Fecha:		
Materia prima	Costo	Sub Totales
Mano de obra		
Otros costos		
<b>Total de costos directos:</b>		
Total de costos directos		
Cálculo de producción de cada artículo		
Costo por cada artículo		

b:

Negocio:	
<b>Cálculo de costos indirectos</b>	
Fecha:	
Artículo	Costo
<b>Total de costos indirectos</b>	
Cálculo de producción por cada artículo	
Total de costos indirectos	
Artículos producidos	
Costo por cada artículo	

c:

Negocio:		
<b>Cálculo de costos totales</b>		
Artículos producidos por mes		
Fecha:		
Costos directos	Costo	Sub Totales
Materia prima		
Mano de obra		
Otros costos		
<b>Total costos directos al mes</b>		
Costos y gastos indirectos al mes		
<b>Total de costos indirectos</b>		
<b>Total costos directos e indirectos</b>		
Artículos producidos		
<b>Costo total por cada artículo</b>		

## RESUMEN MODULO III. DESARROLLO EMPRESARIAL

### “Como Dirigir Financieramente mi negocio”

La educación financiera es necesaria para mantener a flote la empresa o emprendimiento, a continuación, algunos consejos para mantener la salud financiera:

#### EDUCACION FINANCIERA

- ✓ **Capacidad de Liquidez:** es hacer un equilibrio entre los ingresos y egresos, es decir, conocer en qué se gasta o se invierte el dinero que se tiene, y si nuestros gastos son mayores a nuestros ingresos.
- ✓ **Nivel de Endeudamiento:** Es necesario hacer una lista de todas las deudas que se posean, ya sean pequeñas o grandes, no importa si son con algún banco del sistema o si se le debe a algún familiar o amigo. Hacer la lista para evaluar el nivel de endeudamiento, permitirá poder hacer un plan de pago que vaya liberando a la persona y empresa de deudas.
- ✓ **Fondo para imprevistos:** Es necesario crear un fondo para imprevistos, ya sea para crear una nueva inversión, por si hay un pedido grande que cubrir, o por aquellas emergencias que no podemos predecir.

#### CONTROL DE COSTOS.

- **Materia Prima:** Todo material necesario para la elaboración de un producto
- **Mano de obra:** El pago que debe tener la persona que elabora el producto
- **Otros Gastos:** Cualquier gasto que se realice y que esté relacionado con el producto.

Se pueden dividir en 2 formas: **Costos Directos** e **Indirectos**

- **Costos Directos o Variables:** Todo costo que esté relacionado con la materia prima y elaboración del producto o servicio
- **Costos Indirectos o Fijos:** Son todos los costos que es necesario realizar, aunque no estén directamente relacionados con el producto, pero si con la empresa, ejemplo (luz, agua, alquileres, etc.)

## RECOMENDACIONES GENERALES

- a. **Evitemos los gastos hormiga:** Es decir, los gastos que nos parecen pequeños, pero si los sumamos vemos que al final son muchos y que solo sirvieron para dar un gusto que no era necesario.
- b. **Ir de compras sin hambre:** Cuando vas al mercado, procura haber comido en tu casa. En caso contrario se nos antojara todo lo que vemos y podemos gastar más de lo que estábamos esperando hacer.
- c. **Llevar almuerzo de casa a tu oficina o trabajo:** En la calle nos ofrecen mucha comida rica, alguna es cara y posiblemente no tan saludable. Procura llevar cuantas veces puedas alimentos de tu casa. Esto hará que ahorres y no te enfermes.
- d. **Planifica los gastos fuertes:** Cuando tengamos un objetivo grande para comprar o algún otro proyecto. Procura anticiparte y ahorrar para tener el dinero suficiente y no tengas que endeudarte. Esto hará que disfrutes más de lo que adquieres.
- e. **No abuses de las compras oferta:** Si compras ofertas, que sean solo de las que necesitas, no compres porque esta barato, porque puede que nunca lo uses y termines tirándolo, guardándolo o regalándolo.
- f. **Haz un presupuesto:** El presupuesto nos indica cuanto vamos a tener de ingreso y cuanto nos podemos gastar. Hazlo y sujétate lo más posible a este.



## **MÓDULO IV**

# **DESARROLLO EMPRESARIAL**

## ¿CÓMO VENDO MI PRODUCTO?

Después de una gran idea y desarrollarla es necesario dar a conocer el producto, para esto es importante aprender sobre las 4 “P” del marketing mix que nos ayudarán a tomar decisiones a la hora de la promoción y comercialización.



## ¿QUÉ APRENDEREMOS EN ESTE MÓDULO?

El proceso de comercialización es un pilar importante en cualquier negocio. Podemos tener un buen producto, pero si no se tiene una buena presentación y no sé cómo venderlo, mis clientes no conocerán las ventajas, cualidades y característica del producto.

En este módulo aprenderemos sobre los elementos necesarios para la comercialización de los productos, entre los que se encuentra:

- a. El precio, un elemento que tiene un impacto económico por la venta de mi producto
- b. El empaque y etiqueta para la presentación adecuada
- c. Los registros del producto para el control de las ventas
- d. Los canales de comercialización y promoción para llegar a diferentes mercados y sectores.



### ¿Que lograremos en este módulo?

1. Conocer los elementos básicos del mercado.
2. Entender los elementos de un sistema de comercialización adecuada.
3. Conocer sobre la importancia de los registros de productos y marcas.

En esta sección **damos por hecho que el producto ya lo tenemos definido**, además que ya tenemos los costos en la escala más baja que nos es posible. Si aún no lo hemos hecho, debemos regresar a la sección de costos en el módulo III y buscar definirlo, como allí se indicó.

## MECADEO

La actividad de mercadeo se inicia cuando intercambiamos los productos que elaboramos por dinero y seguimos ese ciclo continuamente. El mercadeo se basa en cuatro ideas claras:

# P

- El producto
- El precio
- La plaza
- La Promoción

## MÓDULO IV ¿Cómo vendo mi producto?

Estas ideas son las llamadas **4 P's del mercadeo** o el **Marketing Mix**, veremos cómo cada una de las P's son indispensables en nuestro negocio o emprendimiento.

- Iniciaremos determinando quienes serán nuestros **compradores potenciales**,  para ello necesitamos saber que piensan nuestros compradores, como se sienten o que necesitan. Si no tenemos estas ideas iniciales, podemos cometer el error de llevar un producto que no llene las expectativas esperadas, lo cual será un mal inicio.
- Debemos conocer qué necesidad tiene el cliente y si mi producto lo satisface. No debemos vender un producto sino vender **"satisfacción al cliente"**,  de esa manera no solo estamos vendiendo un producto, sino estamos dando valor a la vida de nuestros compradores.
- Luego determinaremos a nuestros compradores potenciales por áreas. Iniciamos por definir las áreas del mercado que deseamos cubrir y como resultado de esto, podemos saber el consumo aproximado que podrían requerir. Entonces, sabiendo un estimado de compradores multiplicado por el consumo probable podremos tener una estimación de ventas.



Es esta etapa es importante realizar el **Mapa de Empatía** y puedes encontrarlo en el módulo I. Esta es una herramienta de mucha utilidad en este proceso.

**¡Veamos un ejemplo práctico!** si vendemos tamales en nuestra casa, el primer paso nos dice que es delimitar el área, entonces puedo decir que voy a vender dentro de la colonia donde vivo o a las personas de la comunidad. Si en mi colonia hay 100 viviendas puedo decir que venderé tamales a esas 100 familias; Si tomamos en cuenta que en cada familia hay aproximadamente 4 personas, quiere decir que puedo vender a 400 personas entre niños y adultos. (Éste es uno de los cálculos que se puede hacer para delimitar el mercado, existen otros más, que también me pueden ayudar).

Durante el proceso de mercadeo se pueden dar las etapas de:

- a. Atracción del cliente:** Esta es la etapa en la que damos a conocer nuestro producto, posiblemente no iniciamos una venta, pero el cliente ya nos conoce y sabe lo que vendemos.
- b. Venta del producto:** Aquí es cuando el cliente nos compra un producto, en esta etapa debemos estar muy atentos a conocer por qué nos compró, esto es valioso porque puede ser la razón para una nueva compra. Claro no podemos preguntarle directamente "por qué nos compró", pero si podemos deducirlo por la conversación.
- c. Post venta:** Aquí nos interesamos nuevamente en acercarnos al cliente para conocer como le fue con la compra que hizo, la intención es conocer si tiene comentarios que puedan ayudarnos a mejorar nuestro producto.

**d. Satisfacción garantizada:** Esta es la última etapa, pero a la vez puede ser la primera, ya que es la garantía del cliente de que llenamos sus expectativas. Si hubiera alguna queja o reclamo debemos evaluarlo rápidamente y compensar al cliente si acaso fue nuestra responsabilidad. La compensación puede ser con la devolución de su dinero, la reposición del producto o bien alguna pequeña compensación por la molestia causada.

## 1. PRODUCTO

Como ya tenemos definido el producto o servicio que tendrá mi negocio, ahora es necesario hacer un listado de cómo se venderá, es decir, si venderemos el producto por unidad, por docena, por caja, por ciento, entre otro. Analiza si ya lo tienes definido, y si no, será necesario regresar al módulo I para establecer el producto.

## 2. EL PRECIO

El precio es el valor en dinero (quetzales) que le damos a nuestro producto. Este es un elemento muy importante en el negocio y podemos determinarlo de manera fácil a través de dos métodos.

- a. Costos de producción del producto
- b. Lo que el cliente esté dispuesto a pagar por la calidad del producto y por la tendencia en el mercado con precios de productos similares

Para el cálculo de precio se utilizan dos métodos, que a continuación se describen:

**Agregando margen de contribución al costo.** Este sistema se basa en los costos acumulados, es decir, una vez sumado el costo total del producto, le agregamos el valor que deseamos ganar, Ejemplo:

El costo de elaboración de un collar	
Materia Prima (Cuero, piedras, hilo)	Q 5.00
Otros costos, (Energía eléctrica, empaque)	Q 1.50
<b>Total de costo de producción</b>	<b>Q 6.50</b>

## MÓDULO IV ¿Cómo vendo mi producto?

Una vez determinado el costo de producción le agregamos el valor que deseamos ganar, puede estar formado por un valor específico o un porcentaje. Ejemplo:

a.

Con valor específico		
Costo de producción total	Q	6.50
Ganancia esperada	Q	5.00
<b>Precio de venta</b>	<b>Q</b>	<b>11.50</b>

b.

Con porcentaje		
Costo de producción total	Q	6.50
Porcentaje de utilidad esperado 40%	Q	4.33
<b>Precio de venta</b>	<b>Q</b>	<b>10.33</b>

### ¿Cómo lo calculamos?

Para esto utilizamos el método llamado **“regla de tres”**. Si queremos ganar el 40% significa que el costo (Q6.50) es el 60%, con estos dos elementos podremos determinar cuál será el precio al que venderemos el producto.

### Cálculos del ejercicio anterior

%		Valor
60	es igual a:	6.50
100	es igual a:	X

#### Procedimiento:

Se multiplica 100 por 6.50, el resultado se divide entre 60.

#### Hagamos los cálculos:

100 multiplicado por 6.50 = 650.00

650.00 dividido entre 60 = 10.83

Entonces Q10.83 es el precio de venta.

Una vez determinado el precio de venta, debemos saber si el precio que determinamos está de acuerdo con el precio promedio en el mercado. Es decir que si en el mercado los collares con características similares se venden a Q10.00 debemos mantener ese precio en promedio, aunque bajemos un poco lo que habíamos estimado. Pero, por el contrario, si el mercado tiene un precio de 13.00, esto indica que aún podemos subirle el precio un poco más.



Es valioso recordar que debemos buscar que nuestros costos sean los más bajos posibles, sin dejar de ser justos o éticos en la compra de insumos, materia prima y contratación de personal. El tener costos bajos nos genera mayor ganancia o capacidad de negociación.

**NOTITAS:**

Si nuestro producto tiene una característica diferente a los productos del mercado, entonces podemos considerar subir el precio por esas características que le dan valor agregado.

Este método es conocido como **Método de Promedio de Mercado**, que consiste en determinar el precio de nuestro producto, basándonos en el promedio de los precios de los productos similares al nuestro que existan en el mercado.

## 2.1 El empaque y la etiqueta

El empaque y las etiquetas son factores que hacen la diferencia entre un producto y otro, la limpieza, presentación de la etiqueta, los colores y los dibujos tienen un impacto fuerte en la mente de nuestro comprador. Un producto sin etiqueta, en empaque o presentación simple o rústica generará un impulso en nuestro comprador de pedir un precio bajo.

Que **información mínima** debe contener una etiqueta.



- Nombre del producto
- Características
- Fecha de fabricación y de vencimiento
- Lugar de fabricación
- Vida útil (cuanto tiempo dura el producto almacenado)
- Condiciones de almacenamiento
- Ingredientes
- Registro de producto

La información que lleva la etiqueta puede variar, dependiendo del tipo de producto y de las características.

**NOTITAS:**

Una etiqueta y empaque bien diseñado puede ser muy costoso, pero es una inversión que a largo plazo nos dará beneficio en las ventas.

Pagar a un diseñador requiere más recursos que pueden incrementar nuestros costos, pero podemos buscar apoyo en:

- Amigos o parientes que estén estudiando diseño gráfico
- En las universidades, donde tienen estudiantes de diseño gráfico que están terminando sus estudios en esta carrera y pueden apoyarnos diseñando nuestros logos, etiquetas, papelería y otras como parte de su cierre.
- También a través de algunas entidades como PROMIPYMES, las cuales están financiadas por organizaciones, ministerios y organismos internacionales, quienes brindan este tipo de apoyo a emprendedores.

**NOTITAS:**

Recuerda si vas a solicitar ayuda en alguna organización, entidad o en una universidad debes hacer una solicitud formal para que puedan brindarte toda la ayuda que necesitas.

## 2.2 Registros De Producto

Dentro de los diferentes sectores formales para comercializar productos están los que requieren registros de marca, de salud, de calidades nutricionales, manipulación de alimentos, entre otro. Cuando logramos tener estas calificaciones, nuestro producto puede ser presentado a compradores de otros sectores. Esto quiere decir que podremos venderlo en supermercados, restaurantes, hoteles y otros. Incluso al completar otros requerimientos podríamos eventualmente enviarlos fuera del país.

Existen algunos **cursos** y **registros** que son necesarios obtenerlos:

- a. Cursos de manipulación de alimentos
- b. Cursos de Buenas prácticas de manufacturas - BPM's-
- c. Tarjeta de Salud
- d. Licencia y registro Sanitario
- e. Registro de marca
- f. Certificados de agua purificada para su uso en la preparación de productos, entre otros.



Los registros pueden ser diferentes para cada producto. Son más estrictos para cuando trabajas con alimentos. Si tu producto son textiles seguramente solo debes tener tú, registro de marca y certificado de calidad de hilos.

### NOTITAS:

Recuerda que hay diferentes organizaciones donde debes acudir para obtener los registros y licencias, que te permitirán permanecer en el mercado, por ejemplo, la Dirección General de Salud, SAT, entre otros. Si aún tienes dudas a dónde acudir puedes regresar al módulo II "Cómo administrar mi negocio", en la sección de marcas y registros.

## 3. PLAZA

Es la **tercera "P" del Marketing Mix**. Se le llama así a los lugares o espacios físicos que se utilizan para la venta de los productos. La plaza permite que los productos estén al alcance de los compradores, en el momento, en la forma y lugar apropiado, es la manera en la que vamos a distribuir el producto.

Existen otros medios o formas para la venta de los productos, entre los que se destacan:

- a. Venta directa utilizando nuestros propios contactos.
- b. Ventas por catálogo (si los productos no son perecederos podemos crear un catálogo con fotografías)
- c. Venta a través de otros (producto a consignación en lugares de nuestra confianza)

- d. A través de vendedoras independientes que promocióne y venda el producto a cambio de una comisión por la cantidad vendida de productos.
- e. Si el negocio cuenta con todas las licencias y registros (sanitarias) podemos vender el producto en abarroterías, depósitos u otros distribuidores mayoristas. También podemos hacer alianzas con empresas que se relacionen con nuestros productos. Por ejemplo, si vendo embutidos puedo visitar comedores, restaurantes u otros con la oferta de darles mejor precio en compras mayores.

#### NOTITAS:

Si continuamos con el ejemplo de la venta de los tamales descrito en el módulo anterior, (mercadeo), identifico que el primer punto de distribución será la casa donde vivo y donde puedo vender los tamales, pero también puedo venderlos de puerta en puerta, en el mercado o distribuirlo en las tiendas. Cada uno de los lugares descritos forman parte de los canales de comercialización que tendré para vender mi producto.

## 4. PROMOCIÓN

Esta es la cuarta **P “Promoción”**, corresponde a la forma en la que vamos a llamar la atención de nuestros clientes para ofrecer y hacerles llegar nuestros productos. A estas formas también se le llama canales de comercialización.

Existen canales de comercialización como radio, televisión, prensa, entre otro, pero estos pueden ser muy caros. Depende del sector en el que estemos, podemos utilizar otros métodos como los siguientes:

- a. Redes sociales:** En las redes sociales podemos hacer anuncios de nuestros productos. Generalmente puede ser sin pago (orgánico) o bien a través de una persona conocedora de marketing digital que nos ayude en hacer campañas publicitarias pagadas.
- b. Distribuir volantes:** Podemos distribuir volantes con anuncio de nuestro producto en los mercados o centros de mucho tráfico. Este volante puede promocionar una oferta para que los clientes nos busquen, sin embargo, esta forma puede ser costoso.
- c. Tarjetas de presentación:** Siempre debo cargar tarjetas de presentación para aprovechar cualquier momento y promocionar mi producto. Con una tarjeta de presentación se pueden cerrar buenos negocios.
- d. Uniforme con la Marca:** Muchos negocios utilizan uniformes con el logotipo de la empresa; esto se usa para lograr posicionar en la mente de los compradores nuestra marca. Recuerda que somos la representación y la cara bonita del negocio.

**e. Networking:** Participar en diversas actividades donde se reúnen vendedores y compradores de productos. La intención de estas reuniones es hacer contactos que puedan generar más oportunidades de negocios. Dentro de estas actividades se tiene la oportunidad de exponer los productos, entregar tarjetas, promocionales, degustaciones u otros, con la intención de dar a conocer nuestra marca.

Estas 4'Ps son de suma importancia en cada emprendimiento o negocio, porque cada una de ellas bien aplicadas nos llevarán al éxito.

**NOTITAS:**

Actualmente en el mercadeo ya no son 4'Ps si no ahora son 7'ps, porque se le agregan las P de Proceso, P de Personas, y P de Posicionamiento, pero sin las 4 primeras, no se pueden desarrollar las otras 3.

**¡Vamos a la práctica!**

Determinemos el precio de venta por medio de la “regla de tres.”

Elijamos un numero como costo de producción, luego determinemos qué porcentaje (%) deseamos ganar.

Finalmente realicemos cálculos para saber a qué precio se debe vender el producto.

%		Valor
	es igual a:	
	es igual a:	

**Procedimiento:**

Se multiplica \_\_\_\_\_ por \_\_\_\_\_, el resultado se divide entre \_\_\_\_\_.

**Hagamos los cálculos:**

\_\_\_\_\_ multiplicado por \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ dividido entre \_\_\_\_\_ = \_\_\_\_\_

Entonces Q\_\_\_\_\_ es el precio de venta.

**NOTITAS:**

Existen productos que su fabricación es en volumen (industrial) y no se puede comparar a una producción hecha de manera artesanal, donde cada producto lleva un toque personal. Entre más detallado es el trabajo, el precio del producto será diferente. Ejemplo: un Güipil fabricado en telar de cintura, por manos de mujeres artesanas, que se tarda entre un mes a dos meses en su elaboración, por lo detalles y combinación de bordados en comparación a un güipil hecho por una maquina industrial, donde salen rollos de tela diariamente. El precio será distinto y el valor del producto también.

## RESUMEN MODULO IV. DESARROLLO EMPRESARIAL

### “Como Vendo mi Producto”

Después de una gran idea, y desarrollarla es necesario dar a conocer el producto, para esto es necesario revisar 4 puntos del mercado que nos permitirán tomar decisiones a la hora de promocionar el producto.



#### EL PRODUCTO

Como ya se estableció que producto o servicio tendrá la empresa, es necesario hacer una lista de como venderá el producto, es decir, por unidad, por docena, por ciento, etc. Si aún no se tiene establecido el producto es necesario regresar a los módulos anteriores y establecer el producto.



#### EL PRECIO

Se debe establecer el precio de acuerdo a la suma de los costos, y el margen de ganancia que se desea obtener, es recomendable que este margen de ganancia no sea menor al 25%. Otra manera de establecer el precio es de acuerdo a las tendencias del mercado, sin embargo, no se puede comparar el precio de un producto hecho de forma industrial y uno de manera artesanal.



#### PLAZA

Es necesario establecer de qué manera se venderá el producto, es decir, al detalle, de puerta en puerta, o en un local comercial, se tendrán otros puntos de distribución, etc.



#### CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Este apartado es igual de importante que los otros tres, pues es la publicidad o el marketing necesario para dar a conocer el producto, por la tendencia de los últimos años, es necesario innovar y buscar nuevos canales de comercialización como lo son las redes sociales, y lo tradicional (Volantes, tarjetas de presentación, anuncios en radio o tv. Etc.). Se sugiere también crear nuevas formas de comercialización haciendo alianzas con otros emprendedores, o empresas.

## GLOSARIO

-  **Mercadeo:** Conjunto de operaciones por las que ha de pasar una mercancía desde el productor al consumidor. Se puede entonces decir que mercadeo es los métodos que utilizaremos para que nuestros productos sean aceptados por los clientes, de esa forma crearemos los medios para que lo acepte y reciba, finalmente se complete la venta cuando nos pague el precio convenido.
-  **Valor diferenciador:** Dicho de una cosa: Diferir, distinguirse de otra. Significa que debemos tratar de hacer algo diferente de los demás, como ejemplo, mejor presentación, materiales de mayor resistencia, mayor cantidad de uso del artículo, diseño más adecuado para otros usos y otros.
-  **Canal de promoción:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar las ventas. Significa que son los medios que utilizaremos para dar a conocer nuestros productos, puede ser por publicidad de nuestros propios clientes, volanteo, perifoneo, ferias de negocios, degustaciones y otras.
-  **Canal de distribución:** Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse. Se define también como la forma en que haremos llegar los productos a nuestros clientes, puede ser de entrega inmediata si los tenemos disponibles donde este e cliente, entrega posterior si debemos llevárselo a alguno lugar o por medio de otras personas.
-  **Networking:** (redes de negocios) Se refiere a las reuniones de intercambio de productos, experiencias, acercamiento con posibles clientes en reuniones diversas, participar en capacitaciones, conferencias y cualquier lugar donde se encuentren empresarias, la intención es dar a conocer nuestros productos y hacer diversas alianzas con otras empresarias.





## MÓDULO V

# DESARROLLO EMPRESARIAL

## ¿CÓMO HAGO CRECER MI NEGOCIO?

Existen diferentes formas de hacer crecer un negocio, esto dependerá de la visión del emprendedor o empresario.

***¡Hasta dónde quieres llegar,  
no hay límites, solo deberás  
trabajo duro!***



## ¿QUÉ APRENDEREMOS EN ESTE MÓDULO?

Los negocios deben pasar por diferentes procesos que permiten el crecimiento y estabilidad. Es necesario que nos tomemos el tiempo para observar en qué etapa o momento del crecimiento está el negocio. Nuestro deseo deberá ser que el negocio se desarrolle hasta convertirse en una empresa grande y fuerte.

Este módulo no servirá de guía para conocer algunos caminos a seguir cuando ya estamos creciendo. Podemos utilizar algunos métodos que se adapten a nuestro plan de negocio como la utilización de catálogos o la implementación de puntos de venta, sucursales y franquicias que permitirán llevar a escala nuestro negocio.



### ¿Que lograremos en este módulo?

1. Identificar diferentes formas de crecimiento o expansión del negocio.
2. Establecer una base para considerar posibilidades de desarrollo.
3. Aprender técnicas y herramientas de ventas por medio del método "AIDA"

## I. CÓMO HAGO CRECER MI NEGOCIO

Los negocios, al igual que los seres humanos, están en constante evolución, en este sentido puede crecer o dejar de crecer si no le prestamos atención.

Existen diferentes formas de identificar si mi negocio está creciendo o está estancado. Por ejemplo si ya tenemos un negocio establecido con ventas constantes, clientes y personal permanente, podríamos decir que nuestro negocio esta creciendo satisfactoriamente. Este crecimiento requiere que tengamos mucha atención con relación a la administración de los productos, el personal, atención al cliente, finanzas, aspectos legales y otros.

Si ya estamos en esta etapa y queremos seguir creciendo podemos evaluar algunas opciones de cómo hacerlo, por ejemplo:

- a. Puntos de venta:** Esto se refiere a un lugar específico de distribución y venta del producto que puede ser propia o en asocio. Puede ser un quiosco en un centro comercial o bien una venta de bazar en diferentes espacios. Por ejemplo: si mi producto son las mermeladas, puedo venderlas en restaurantes, tiendas de productos artesanales, en tiendas de consumo diario, entre otros. Cada lugar donde se venda mi producto se convierte en un punto de venta; entre más puntos de venta se tengan, más se conoce el producto y las ventas aumentan.

**b. Sucursales:** Las sucursales son tiendas que abrimos en otra localidad, esto nos permite ampliarnos con nuestros productos a otras zonas, mercados y municipios. Estas sucursales deben ser atendidas con la misma calidad que en el negocio inicial. Los dueños del negocio siguen siendo los mismos que lo iniciaron. Debemos considerar disponer de capital para ampliar operaciones porque hay que invertir en equipo, renta de local, gastos generales, sueldos etc. Por ejemplo: La empresa “La Holandesa” que es una pastelería muy conocida, tiene sucursales en toda Guatemala y en todas las sucursales tienen el mismo producto y los dueños administran cada una de las tiendas.

**c. Franquicias:** Esta es una etapa más avanzada del establecimiento de sucursales. En esta fase ya tenemos posiblemente varios locales funcionando. Entonces, para no continuar abriendo más locales propios, decidimos invitar a otras personas que quieran utilizar nuestro modelo de negocios, sabiendo que el nuestro ya funciona bien y que la marca es conocida. En este modelo se les cobra un valor de entrada a quien quiera participar con nosotros, le vendemos los productos que va a comercializar, adicionalmente nos paga un porcentaje por las ventas que realice. Este modelo es como que nosotros les damos permiso de usar nuestra marca, además le vendemos en forma exclusiva la materia prima o productos, entonces ellos se convierten en nuestros clientes y también distribuidores de los productos. Ejemplo: “HELADOS SARITA” esta empresa inicio en Escuintla y luego se fueron expandiendo a nivel nacional. Ellos brindan todo el servicio, capacitación, decoración del local para que todos sean iguales, proporciona la materia prima, es decir los helados y todo lo que se necesita para vender de la misma forma en todas las tiendas. La persona que adquiere una franquicia paga por el derecho de piso, como se le llama comúnmente y se queda con la ganancia de las ventas.

**d. Ventas por catálogo:** Si mi artículo permite que pueda tomársele fotografías interesantes podría pensarse en este modelo. La venta por catálogo genera bajo riesgo por almacenamiento o transporte, esto es porque las personas promueven la venta con un catálogo y luego se hace entrega del artículo cuando ya ha sido vendido. En este caso se sacrifica un poco de ganancia porque es necesario darle comisión al vendedor para generarle motivación económica. Este modelo es uno de los negocios más grandes a nivel mundial, por lo que puede ser aprovechado cuando nuestros productos lo permiten. Ejemplo: La empresa AVON tiene un catálogo que se llama AVONHOGAR en el cual la mayoría de los productos son de origen guatemalteco y son de negocios que distribuyen al por mayor a la empresa, y esta los promociona en sus catálogos con todas sus vendedoras, lo que hace que las ventas sean en volumen.

**e. Diversificación e innovación:** Esta es una de las formas de mantenerse en constante crecimiento, algunos artículos y usos no siempre son los mismos toda la vida, por lo que hay que estar observando la moda, gustos, ingresos de mis clientes o necesidades. Cuando mis productos son innovados en empaque, cantidad, contenido, precio, sabor, costos, entre otros, tengo posibilidades de mantenerme siempre en el mercado.

**f. Tecnología de redes:** En la actualidad las comunicaciones virtuales son utilizadas por alto número de personas, como una herramienta para la promoción y venta de productos, por ejemplo, las páginas web donde se realiza un intercambio de comunicación personalizado; las redes sociales, estas tienen la característica que fomentan el intercambio de opiniones, productos, servicios, etc. Las cuales se desarrollan en forma “viral”, es decir que una noticia se distribuye y aparece en muchos lugares y personal en forma automática. Como ejemplo existe el Facebook, twitter, Instagram, WhatsApp etc.

Es importante mencionar que la propaganda por estas redes sociales tiene dos posibilidades, por ejemplo, en Facebook, a) sin pago (orgánico) es con y a través nuestros amigos y conocidos y b) el “pagado” es pagar una cantidad de dinero a Facebook para que ellos envíen nuestra publicidad al mercado objetivo que yo elija.

#### NOTITAS:

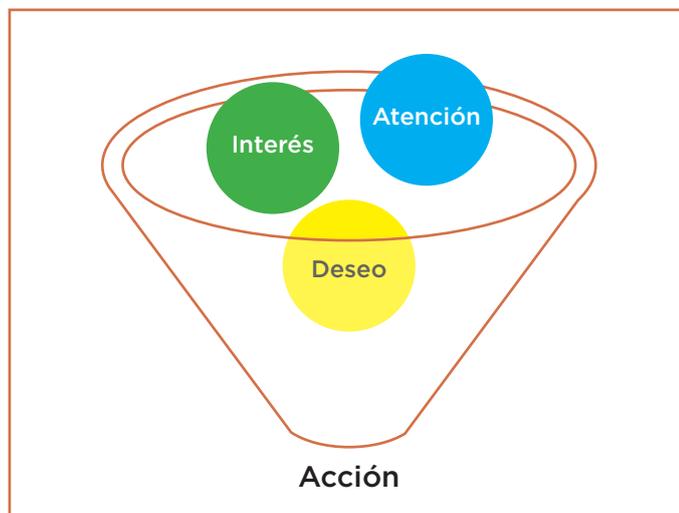
El alcance de clientes potenciales por medio de redes sociales va a depender, si es a través de mis amigos podría ser limitado a 100 personas, mientras que, si pago puedo llegar a miles de personas, esto genera la posibilidad de que se incremente el reconocimiento de la marca del negocio y la venta de los productos.

## 2. ¡CONOCIENDO ALGUNAS HERRAMIENTAS!

### a) Técnica de ventas “AIDA”

El método AIDA, es una estrategia del Marketing digital, donde cada cliente tiene que pasar por 4 etapas en el proceso de venta, es decir empieza por la atención, interés, deseo y acción, esta no es una técnica reciente, viene desde 1950, y sigue funcionando actualmente.

Es un proceso básico por medio del cual las personas son motivadas por estímulos que conducen a una venta exitosa.



Ahora veamos como desarrollas cada conexión de la palabra **AIDA**

A

**1. Atención:** Sólo tenemos entre 1 y 5 segundos para llamar la atención del comprador, es decir que en este tiempo los compradores se llevan la primera impresión del producto. Aunque el tiempo es corto, un buen empaque y una presentación especial, hace que llame la atención rápidamente. Ya sea en una venta en línea, como en una venta cara a cara, nuestra primera misión es llamar su atención.

Ejemplo: en una venta cara a cara me presento en forma natural y relajada, puede que me digan “no gracias”, pero ese “NO”, me acerca más a un “SI”.

I

**2. Interés:** luego que llamo su atención tengo poco tiempo para que se interese en el producto. Si ya logre su atención, tengo la mitad del trabajo ganado, es necesario decir o mostrar algo interesante del producto, por lo que preparo una característica principal y muestro uno de los beneficios del producto. Para esta fase yo como vendedora debo desarrollar empatía con el cliente (ponerme en su lugar, o como dice el dicho “ponerme en sus zapatos) para entender al cliente y sus necesidades.

D

**3. Deseo:** Para despertar el deseo del cliente de adquirir mi producto, debo construir una relación de confianza, es decir, debo mostrar que mi producto es bueno y que va obtener muchos beneficios, y así podría estar resolviendo las necesidades del cliente.

A

**4. Acción:** Se trata de convertir un cliente potencial en un cliente real, es pasar del deseo a la compra y finalmente el cierre del negocio. Aquí ya pacto con el cliente, la forma de entrega, pago, el empaque, etc.

Debemos considerar que nuestra presentación puede llamar la atención de buena manera y que ayude a venta del producto. Esto hace que el comprador nos preste su atención e iniciar con el proceso de venta.



### NOTITAS:

Si los tres primeros pasos son exitosos, el cierre es mucho más fácil y exitoso de igual manera.

## ¡Veamos un ejemplo práctico!

**Productos:** Cremas Naturales Orgánicas.

**Escenario:** venta directa, cara a cara

**Atención:** buenos días le ofrezco una crema natural orgánica (logramos llamar su atención, puede que me diga que no gracias, pero si hace una pausa iya tengo su atención!

**Interés:** “Es una crema con protección solar quita manchas” despierto el interés con un beneficio o una característica del producto. En este momento de la venta ya le puse la crema en las manos para que la observe, la revise, etc.

**Deseo:** En este momento puedo hacer alguna pregunta para saber más del cliente. Doy seguridad del producto y despierto el deseo del cliente para adquirirlo, porque los beneficios que obtendrá de mi producto son los mejores. Le digo en cuanto tiempo puede ver resultados al utilizar el producto. Aquí interviene la ética del negocio. No voy a hacer promesas de venta que no pueda cumplir. Ni le voy a agregar beneficios al producto que no tiene. Lo que es... es... y esa es mi garantía de venta.

**Acción:** ya que active su deseo lo demás es mucho más fácil, doy el precio de la crema, pregunto cuántas unidades le empaco y establezco el método de pago. O sea, si es en efectivo, tarjeta, o cheque, entre otros.

## ¡Vamos a la práctica!

Desarrollo el **Método AIDA** con mi producto:

**Atención:**

---



---



---



---



---

**Interés:**

---



---



---



---



---

## MÓDULO V ¿Cómo hago crecer mi negocio?

**Deseo:**

---

---

---

---

---

**Acción:**

---

---

---

---

---

---

## RESUMEN MODULO V. DESARROLLO EMPRESARIAL

### “Como Hago Crecer mi Negocio”.

Existen diferentes formas de hacer crecer un negocio, esto dependerá de la visión del emprendedor o empresario, hasta dónde quiere llegar, no hay límites, solo trabajo duro.

Daremos algunos ejemplos:



#### FRANQUICIAS

Es un punto importante para hacer crecer el negocio, las franquicias en América Latina han incrementado y el negocio y las marcas van en aumento.



#### PUNTOS DE VENTA

Si no es posible tener varias sucursales, otro aspecto para hacer crecer el negocio es tener más puntos de venta, para esto es necesario hacer alianzas con comercios relacionados a al giro de negocios, por ejemplo, si el producto es alimentos, pueden ser en supermercados, restaurantes, mercados afines, tiendas, etc.



#### VENTAS POR CATALOGO

Existen empresas grandes que aceptan productos de pequeños productores para colocarlos en sus catálogos, lo cual incrementa la venta de los pequeños productores y las empresas dueñas de los catálogos también obtienen ganancias.



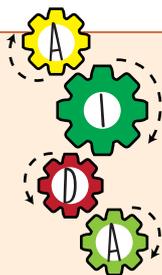
#### DIVERSIFICACION E INNOVACIÓN

Esta es otra manera de hacer crecer el negocio, los mercados y los gustos van cambiando, así también el uso de los productos, generar líneas de productos, o innovar los ya existentes, son otra forma de generar mayores ingresos.



#### TECNOLOGIA DE REDES

Los cambios en las tecnologías y la forma de vender y comprar en las mismas, cada día se vuelven más accesibles para todos los usuarios. Existen páginas Web que promocionan productos a nivel mundial, sin ser ellos los fabricantes, se vuelven intermediarios entre los productores y el cliente final. Por lo que es otra opción para incrementar las ventas de manera importante.



### Técnicas de Ventas AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción)

Existen diferentes técnicas de ventas, se escogió AIDA por ser de fácil comprensión y aplicación. Cambiar la mentalidad del vendedor, ofreciendo soluciones y ayuda a las necesidades de los clientes.

- **Atención:** Llamar la atención con algún detalle o dato curioso del producto a vender.
- **Interés:** hablar de los beneficios que obtendrá el cliente al adquirir el producto.
- **Deseo:** Despertar el deseo de querer tener el beneficio. Despertar el ego en el comprador.
- **Acción:** Este es el cierre de la Venta, concretar la forma de entrega del producto, la forma de pago, etc.

## GLOSARIO

 **Crecimiento orgánico:** La estrategia de crecimiento orgánico es cuando tus clientes se van incrementando por el buen servicio que le prestas, la calidad de tus productos y beneficios que recibe. Esto genera recomendaciones, buenos comentarios y aprobación para que tu marca y producto sea buscado por otras personas.







**Programa Empoderamiento Económico de Mujeres**

Elaborado en el marco del proyecto Empoderamiento de Pequeñas productoras rurales, con el financiamiento de la fundación H&M.

**Equipo de proyecto**

Carlos Rosal	Gerente de Programa
Verónica Iscamey	Especialista de proyecto
María Odilia Tax	Facilitadora de proyecto
Eder Batz	Especialista en MEAL

**Asesoría de:**

Carlos Ronaldo Lemus Peña

**Validado por:**

Lorena Barrera Pinto

Guatemala, agosto 2020



[www.care.org.gt](http://www.care.org.gt)

MODULOS DE DESARROLLO EMPRESARIAL PARA  
EMPRENDEDORAS Y PRODUCTORAS



**care**<sup>®</sup>