

# GUÍA METODOLÓGICA PARA EL FACILITADOR



INCLUSIÓN FINANCIERA EN LA ARTESANÍA

## PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA PARA EL ARTESANO



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



## CRÉDITOS

### **Centro de Estudios Financieros - CEFI de la Asociación de Bancos del Perú**

Calle Uno Oeste N° 031, Urb. Córpac. Lima 27. Perú

[www.cefi.edu.pe](http://www.cefi.edu.pe)

### **Dirección General de Artesanía**

### **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo**

Calle Uno Oeste - Urb. Córpac. Lima 27. Perú

[www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)

“En vista de que en nuestra opinión, el lenguaje escrito no ha encontrado aun una manera satisfactoria de nombrar ambos géneros con una sola palabra, en estos materiales se ha optado por emplear el término artesanos para referirse a los artesanos y artesanas”



# ÍNDICE

	PÁGINA
Bienvenida.....	4
Información general .....	5
Rol del facilitador .....	6
Sistema de evaluación .....	7
Sesiones de aprendizaje.....	8
Estructura metodológica.....	9
Sesión 1 .....	10
Sesión 2.....	22
Sesión 3.....	32
Sesión 4.....	42
Sesión 5.....	50
Sesión 6.....	58



# Bienvenida

Te damos la más cordial bienvenida al “Programa de Educación Financiera para Artesanos”, el cual se ha trabajado en colaboración con la Dirección General de Artesanía del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Centro de Estudios Financieros - Cefi de la Asociación de Bancos del Perú, con el objetivo de brindarte herramientas para mejorar la gestión de tu negocio.

La presente guía metodológica se ha diseñado sobre la base de visitas realizadas a algunos de los participantes de este programa con la finalidad de que se contextualicen los ejemplos y así acompañe en forma cercana los aprendizajes de cada sesión.

En esta guía metodológica podrás encontrar el detalle de las actividades que queremos que realices durante las sesiones programadas, las cuales cuentan además con el apoyo de un cuaderno de trabajo del participante. Asimismo, en cada sesión encontrarás información complementaria que te permitirá profundizar en los contenidos, así como el desarrollo de la secuencia de aprendizaje propuesta en el cuaderno de trabajo del participante.

Durante el desarrollo del programa, el facilitador acompañará el aprendizaje del participante y motivará la aplicación de lo aprendido en las sesiones, en su negocio. Adicionalmente, el facilitador será el encargado de resolver las dudas e inquietudes sobre los contenidos que se vayan trabajando sesión a sesión.

Estamos seguros que tu experiencia como facilitador de este programa será una excelente oportunidad para fortalecer tus conocimientos sobre finanzas y adquirir nuevas prácticas metodológicas que favorezcan tu formación profesional.

Antes de iniciar el desarrollo de cada una de las sesiones, te sugerimos que revises la pautas metodológicas que orientarán el presente programa.

# INFORMACIÓN GENERAL

## **SOBRE EL PROGRAMA**

Este programa busca el desarrollo de las capacidades financieras de los artesanos, necesarias para gestionar sus emprendimientos en forma eficiente.

## **SOBRE EL DISEÑO METODOLÓGICO**

### **→ Nro. de sesiones**

El programa se desarrollará en 6 sesiones, cada una de 90 minutos.

### **→ Objetivos de aprendizaje**

Al finalizar este programa, el participante podrá aplicar algunas herramientas y tomar decisiones para mejorar su negocio.

### **→ Metodología**

Las sesiones se desarrollarán utilizando una metodología participativa basada en las estrategias que brinda la educación popular y el aprendizaje de adultos. En cada sesión, los aprendizajes se construirán sobre la base de los conocimientos previos con los que ya cuentan los participantes para gestionar su negocio y con la formación recibida en programas anteriores. Al finalizar las sesiones, se promoverá la transferencia de lo aprendido en la sesión, a partir de la aplicación de los formatos y herramientas en la gestión cotidiana de sus emprendimientos, la cual se irá monitoreando en forma grupal, sesión a sesión, a través del establecimiento de compromisos.

### **→ Recursos educativos**

Para la implementación de las sesiones se han considerado los siguientes recursos:

- Imágenes para explicar los casos
- Cuaderno de trabajo para el participante
- Papelógrafos de apoyo

Estos recursos serán considerados como parte de la ambientación del aula.

# ROL DEL FACILITADOR

## ¿EN QUÉ CONSISTE EL ROL DEL FACILITADOR?

El facilitador del programa tiene como rol principal implementar en el grupo asignado de participantes, el diseño de cada una de las sesiones propuestas en la presente guía, en forma contextualizada, para lo cual se espera que realice las siguientes actividades:

- Preparación y contextualización de las sesiones.
- Seguimiento a los compromisos de cada sesión.
- Validación constante de los aprendizajes de los participantes.
- Comunicación fluida con la coordinación.
- Elaboración de informe de incidencias con sugerencias o mejoras al programa.

## ACTIVIDADES ANTES, DURANTE Y DESPUÉS DE CADA SESIÓN

### Preparación para las sesiones

Antes de iniciar cada sesión, se recomienda que el facilitador:

1. Revise la guía y despeje las dudas que tenga sobre el contenido. Es importante que se anticipe a las posibles dudas o consultas que podrían tener las participantes.
2. Prepare materiales o recursos que faciliten el aprendizaje de los contenidos.
3. Revise los compromisos de la sesión anterior y revise la lista de cotejo del cumplimiento de los mismos, esto es importante para que se conecte con las participantes al iniciar la sesión.
4. El día de la sesión debe llegar antes que las participantes de tal forma que le permita organizar el lugar y disponer de los recursos en forma adecuada.

### Durante las sesiones

Durante el dictado de cada sesión, se recomienda que el facilitador:

1. Inicie la sesión generando vínculo entre los participantes y dándoles un recibiendo acogedor.
2. Fomente la participación de todos los asistentes.
3. Realice todas las actividades previstas en la guía.
4. Promueva el respeto a las opiniones, puntualidad en el inicio de las sesiones y asistencia continua.

### Al finalizar las sesiones

Al finalizar cada sesión, se recomienda que el facilitador:

1. Identifique compromisos grupales claros que promuevan la aplicación de lo aprendido en las sesiones.
2. Enfatique las nuevas prácticas que deben tener luego de la sesión (uso de un formato, recoger información, etc)
3. Refuerce la fecha y hora de la siguiente sesión.

# SISTEMA DE EVALUACIÓN

## EVALUACIÓN Y MEDICIÓN DE APRENDIZAJES

La evaluación de los aprendizajes de las participantes se realizará a través de una lista de chequeo que evidencie:

1. Aplicación de pre y post test.
2. Asistencia a todas las sesiones.
3. Puntualidad en las sesiones.
4. Cumplimiento de los compromisos de cada sesión.
5. Participación en los momentos de trabajo grupal.
6. Realización de tareas y actividades de aplicación fuera de la sesión.

## EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE LOS PARTICIPANTES

A la mitad y al finalizar el programa se aplicará una encuesta de satisfacción a los participantes con la finalidad de identificar las fortalezas del programa así como los puntos de mejora, con el objetivo de ajustar las sesiones y satisfacer las necesidades de los participantes.



# SESIONES DE APRENDIZAJE



**Sesión 1**  
Pongo mi talento en mi emprendimiento



**Sesión 2**  
Mi negocio avanza porque manejo mis finanzas



**Sesión 3**  
Produzco y vendo, y ya no pierdo



**Sesión 4**  
Ni una paja se escapa en mi flujo de caja



**Sesión 5**  
Para la venta debo estar atenta



**Sesión 6**  
Mis pedidos atiendo con un buen financiamiento

# Estructura metodológica de las sesiones

Durante el desarrollo de cada sesión encontrarás los siguientes íconos, los cuales te irán guiando sobre las actividades que tendrás que desarrollar:



## Saludo inicial y presentación de la sesión

Se promueve el vínculo de pertenencia al grupo y el objetivo de la sesión que se va a desarrollar.



## Identificación de conocimientos previos

Se busca relacionar nueva prácticas a partir de la forma en cómo gestionan sus negocios los participantes.



## Analiza y responde

Cada sesión inicia con un caso o situación a partir de cual se presentan algunas preguntas de análisis y reflexión.



## Profundiza

Se presenta información complementaria al caso presentado con recomendaciones y pautas para poner en práctica lo aprendido.



## Actividades de refuerzo

Al final de cada sesión se proponen actividades para reforzar los aprendizajes de la sesión.



## Aplica lo aprendido

A través de esta actividad te facilitaremos la aplicación de lo aprendido en la sesión en tu negocio.



## Compromiso

Al final de la sesión, los participantes asumen la responsabilidad de aplicar en su negocio algo puntual de la sesión.



## Sesión 1

# PONGO MI TALENTO EN MI EMPRENDIMIENTO



DURACIÓN: 90 minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá identificarse como un artesano emprendedor.



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Identifica las características de un emprendedor.
- Reconoce sus fortalezas y debilidades para su rol.
- Se reconoce como un promotor cultural.



### TEMAS:

- Cree en ti.
- Piensa en grande.
- Sé un promotor cultural.



### MATERIALES:

- Papelógrafo con el perfil del emprendedor.
- Papelógrafo de compromisos.
- Esquema con todas las sesiones.





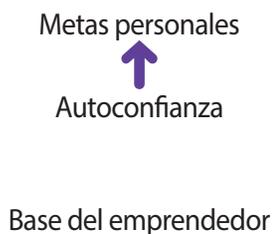
La palabra emprender viene del término **ENTREPRENEUR** que significa “**ENCARGARSE DE**”, por ello se concluye lo siguiente: **un emprendedor es aquél que se encarga de un proyecto para sacarlo adelante, y, para ello es necesario que el emprendedor tenga algunas características que son clave para su desempeño.**

Cuando se hace referencia a las características del emprendedor, se identifica una lista larga de habilidades, sin embargo, para este programa de capacitación hemos destacado la siguientes tres:



## CREEN TI MISMO

“La confianza, se crea, se desarrolla y se trasmite”



**La autoconfianza es la capacidad del individuo en creer en sí mismo, y en la posibilidad de conseguir sus metas personales. Asimismo, es la base de las otras capacidades emprendedoras.**

**La persona emprendedora tiene que tener confianza absoluta en su proyecto y en que está preparada para sacarlo adelante. Va tomar decisiones y lo tiene que hacer de manera decidida, sin miedo y confiando en sí mismo, aunque puedan ser erróneas o el resultado no sea el esperado.**

### ¿Qué características tiene una persona con autoconfianza?

- Es segura, toma decisiones y asume riesgos evaluando la situación.
- Se siente capaz de lograr lo que se proponga con iniciativa y determinación.
- Actúa con seguridad: se plantea metas y las persigue hasta conseguirlas.
- Toma decisiones con facilidad: confiará en su criterio para analizar, evaluar las alternativas y decidir. Será una decisión informada y optará por la que considere la mejor opción.

## PIENSA EN GRANDE

El futuro no es el lugar hacia donde nos dirigimos. Es el lugar que estamos construyendo y que dependerá de lo que hagamos en el presente. Por eso, la mejor manera de prever el futuro es crearlo.

Crea tu visión...

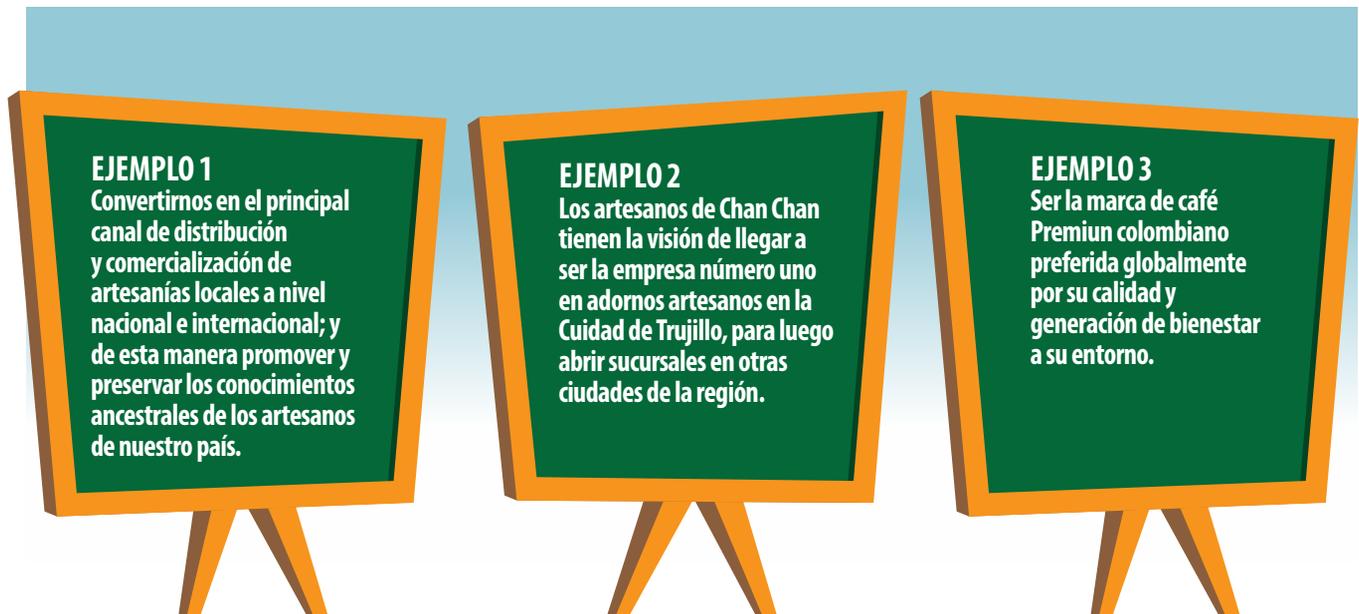
### La visión necesita que:

- Mides los obstáculos más importantes para alcanzarla
- ¿Qué esfuerzos estás dispuesto a hacer?
- ¿A qué vas a renunciar? Cuando dices que Sí a algo estás diciendo que No a otra cosa.
- ¿Qué valores son importantes para ti?

### Responde las siguientes preguntas:

- ¿Qué me falta para alcanzar la visión que he diseñado?
- ¿Qué debo aprender para alcanzar mi meta?
- ¿Qué estás dispuesto a invertir en el logro de tu visión?
- ¿Qué hábitos debo adquirir para alcanzar los objetivos?
- ¿Qué debo desaprender?
- ¿Qué debo dejar de realizar?
- ¿Quién me puede ayudar?

### Ejemplos:



## PROMOTOR LOCAL

El artesano además de desempeñarse en un rol de emprendedor, en forma paralela, cumple un Rol promotor de su localidad o región pues imprime parte de su tradición en cada pieza que elabora, por ello es importante que su arte sea correctamente plasmado e identificado.

### ¿Cómo se podría cumplir mejor el rol promotor de la localidad?

Entre las principales recomendaciones, además de mantener cierta técnica y calidad en el producto, es importante destacar lo siguiente:

## REGISTRO NACIONAL DE ARTESANOS - RNA

Es un servicio que presta el Estado Peruano con el fin de brindar a los artesanos, un elemento de identificación y reconocimiento de su desempeño en la actividad artesanal. A este registro pueden acceder personas naturales o jurídicas.

## BENEFICIOS PARA LOS ARTESANOS

- Promoción a través del Directorio Nacional de Artesanos en el portal web del MINCETUR ([www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe)), el cual es visitado tanto a nivel nacional como internacional.
- Es requisito para participar en los eventos y actividades que promueve el Mincetur y Dircetur`s.
- Podrá participar de los procesos de selección para ferias y exhibiciones a nivel nacional e internacional
- Ser reconocido por el Estado Peruano como constructor de identidad y tradiciones culturales.

## PUEDES INSCRIBIRTE EN EL RNA

- En la Dirección General de Artesanía del Viceministerio de Turismo del MINCETUR. Calle Uno Oeste N° 50. Urb. Córpac. San Isidro, Lima
- En las Direcciones Regionales de Comercio Exterior y Turismo – Dircetur o Gercetur de tu región.
- En los Centros de Innovación de Turismo y Artesanía – CITE de tu localidad

## DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Es un tipo de identificación que puede ser usado en tu artesanía para distinguir e indicar a los compradores que las características de tu producto artesanal provienen de una zona determinada y que su calidad se debe exclusivamente al medio geográfico y factores climáticos y humanos en el que se producen. Es otorgada por el Estado Peruano a través de un certificado de origen.

## USO DE MARCAS EN LA ARTESANÍA

Usar una marca en tus productos contribuye a identificar y resaltar en el mercado las características especiales de tu artesanía. La marca es un signo que permite a los artesanos distinguir sus artesanías frente a los productos similares de los competidores. Vender tus artesanías con una marca registrada que es conocida puede ayudar a incrementar tus ventas.

Para mayor información sobre el uso de marcas en tu artesanía, acercarte al Centro de Innovación Tecnológica de Turismo y Artesanía -CITE de tu localidad.

# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**

 **TIEMPO: 20** minutos

### ACTIVIDADES

### MATERIALES



## Saludo inicial y presentación del programa

→ El facilitador saluda, se presenta y les da la bienvenida a los participantes de manera cálida y acogedora.

Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.

→ El facilitador se presenta indicando la siguiente información:

- Su nombre completo y cómo prefiere que lo llamen.
- Sus expectativas con respecto al programa: "Espero que durante el programa podamos aplicar lo aprendido", "Podamos mejorar sus ventas"
- El facilitador presenta el cartel con el esquema de todas las sesiones que colocará en todas las sesiones. El facilitador debe explicar a los participantes que este cartel los acompañará siempre para ver su avance en la ruta del programa.
- El facilitador les pide a los participantes que se presenten para ello puede realizar alguna dinámica de presentación indicando: sus nombres completos, como prefieren que los llamen y qué productos producen.

Solapero con el nombre de cada participante y del facilitador con el título soy emprendedor.

Esquema con el nombre de todas las sesiones.

Papelógrafos, plumones, limpiatipo



## Identificación de conocimientos previos

→ El facilitador indaga conocimientos previos sobre el perfil del emprendedor, para ello realiza la siguiente pregunta: **¿Quién es un emprendedor? ¿Conocen algún emprendedor exitoso de la zona?**

Papelógrafo

→ El facilitador recibe todos los aportes y fomenta la participación de los participantes.

→ Luego de ello, el facilitador pregunta **¿Qué características debe tener un emprendedor?** En un papelógrafo coloca todas las respuestas que vayan surgiendo en el grupo, es importante propiciar que todas participen, todas las ideas aportan. Este papelógrafo se debe mantener pegado toda la sesión.

→ Luego, el facilitador reitera la bienvenida calurosa a todas y presenta la sesión y el objetivo.

### ETAPA: **DESARROLLO**



**TIEMPO: 55** minutos

#### ACTIVIDADES

#### MATERIALES



### Caso motivador (10 minutos)

A partir de las tres imágenes del caso, el facilitador explica el caso de Ana la artesana.

Imágenes del caso

Además de las imágenes se cuenta con el texto del caso, ello se utilizará dependiendo de los participantes. Se pueden pedir voluntarios para leer el texto.

LEE EL SIGUIENTE CASO:

## Ana apuesta por su emprendimiento

Ana realiza tejidos desde hace más de 20 años. Sus tejidos son artesanales, confeccionados a mano a base de hilo de algodón, lana y paja. Sus principales productos son llaveros y monederos de paja con diseños creativos y típicos de su región, con figuras de animales, especialmente para niños.

Ana sabe que al igual que ella, hay más artesanas que trabajan los mismos productos, por ello, siempre trata de crear nuevos diseños y combinar colores, siempre está al tanto de páginas de diseño en la web para tener a la mano las últimas tendencias en colores y formas y siempre busca aplicar las capacitaciones recibidas en el Cite.

Al principio, Ana vendía sus productos desde su casa, a la par que trabajaba de vendedora. Su sueño era tener su propia taller de tejidos, donde podría exhibir sus mejores diseños. Poco a poco colocó sus productos en puestos del mercado y bazares. Con el transcurrir de las semanas, sus clientes le iban solicitando más variedades de sus productos, por lo que necesitaba más tiempo para diseñar nuevos modelos, es así que decide renunciar a su trabajo fijo y dedicarse a tiempo completo al tejido artesanal, asumiendo un gran reto.



Luego de la presentación de la situación, es importante que el facilitador realice preguntas de comprensión del caso a fin de asegurar que haya sido comprendido por todos, para lo cual puede realizar las siguientes preguntas:

- ¿De qué trató el caso?
- ¿Quién es el personaje principal? ¿Cómo se llama? ¿A qué se dedica?
- ¿Qué le sucedió a Ana?



### Analiza y responde (15 minutos)

A partir del caso presentado, se le pide a los participantes que respondan las siguientes preguntas, es importante que se anoten en la pizarra o en papelógrafos todas las ideas de los participantes. A continuación, se presentan algunas recomendaciones para orientar las participaciones:

PREGUNTA	RECOMENDACIONES
¿Cuáles son las principales características de Ana?	Reforzar los aspectos positivos de acuerdo al caso.
¿Qué estrategias ha empleado Ana para diferenciarse?	Orientar la pregunta a los productos de Ana
¿Cómo Ana promueve a su localidad o región?	Primero preguntar si consideran que Ana promueve a su región o no. Finalmente, remarcar la importancia de ese rol.

Luego de que se dan respuesta a las tres preguntas, el facilitador debe pedir que se observen las respuestas para sacar conclusiones.





## Profundiza

### ACTIVIDADES

El facilitador les pide a los participantes que cada uno escriba en una tarjeta, una palabra que sea sinónima de emprender. Cuando todos tengan su palabra escrita se deberán colocar en semicírculo y colocar en el piso todas las tarjetas con el texto hacia arriba de tal forma que todos puedan leer todas las tarjetas.

Luego, el facilitador les pide al grupo que se organicen para que agrupen las tarjetas comunes y se queden con cuatro tarjetas resumen, los cuales serán pegadas como ambientación en la pared.

### MATERIALES

Tarjetas de colores y plumones

El facilitador les pide a los participante que cada uno saque una tarjeta, habrán 3 grupos de 7 tarjetas con las siguientes frases:

- Cree en ti mismo
- Piensa en grande
- Promueve tu localidad o región

Tarjetas con frases y plumones

Papelógrafos

Cinta adhesiva o limpiativo

Los participantes deben agruparse de acuerdo al nombre de su tarjeta.

Cada grupo deberá realizar lo siguiente en un papelógrafo

1. Escribir dos actitudes que muestren la característica que les ha tocado
2. Describir o representar una situación donde sea necesario aplicar esta característica.

Finalmente, cada grupo presenta su papelógrafo.

Se sugiere que el facilitador, le pregunte a cada grupo si consideran que Ana tenía la característica explicada y cómo se evidenciaba.

Luego, el facilitador debe resumir brevemente cada característica y debe promover la siguiente reflexión personal: ¿Cómo pongo en práctica cada característica?, ¿cómo puedo ser promotor de mi localidad o región?

**Aquí el facilitador puede preguntar cuántos utilizan el certificado de origen por ejemplo, si son parte del Registro Nacional de Artesanos o utilizan una marca para sus artesanías y ampliar la explicación de cada uno de ellos.**



## Actividades de refuerzo (10 min)

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen lo siguiente en su cuaderno de trabajo. **Cuaderno de trabajo**

¿Cómo proyectas tu negocio en el futuro? – Pueden escribirlo o dibujarlo  
¿Cuáles son las próximas metas de tu negocio?

Luego, el facilitador debe invitar a que algunos participantes compartan lo que han escrito o dibujado.



## Aplica lo aprendido (Para ser realizado en casa)

Finalmente, se les pide que para la siguiente sesión completen las dos preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo: **Cuaderno de trabajo**

- ¿Cómo lograrás tu visión? Escribe tres estrategias o acciones que te permitirán lograr tu visión.
- Identifica dos aspectos que debes reforzar para lograr tus metas

ETAPA: **CIERRE**



**TIEMPO: 15 minutos**

### ACTIVIDADES

### MATERIALES



## Reflexión sobre lo aprendido (10 min)

El facilitador pregunta: ¿Qué hemos aprendido hoy? El facilitador debe ayudar a generar la participación para ello puede retomar el nombre de la sesión y el objetivo y tratar de llegar a los principales aprendizajes tomando como referencia lo que hemos podido observar del caso de Ana.

**Lámina con el nombre de todas las sesiones**

Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide a los participantes que lo repitan.



## Compromiso (5 min)

El facilitador debe explicar que al final de cada sesión tendremos algunos compromisos, esto con la finalidad de que podamos aplicar lo que vamos aprendiendo en nuestros negocios.

Lámina que diga Compromisos y tenga líneas en la parte inferior

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: voy a poner en práctica la visión que me he propuesto.

## LECTURAS COMPLEMENTARIAS

### Emprendedores que hicieron realidad su negocio:

[http://www.cid.org.pe/descargas/libro\\_emprendedores.pdf](http://www.cid.org.pe/descargas/libro_emprendedores.pdf)

### Todo empieza con una misión y visión claras:

[http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/mision\\_vision%20claras.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/mision_vision%20claras.pdf)

### Guía para elaborar correctamente la visión y misión de una empresa:

[https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621127\\_1\\_VIRTUAL/Contenidos/Documentos/Material%20Complementario/Mat.%20Apoyo%20Guia%2014/GU%C3%8DA%20PARA%20ELABORAR%20CORRECTAMENTE%20LA%20VISI%C3%93N%20Y%20MISI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA.pdf](https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/621127_1_VIRTUAL/Contenidos/Documentos/Material%20Complementario/Mat.%20Apoyo%20Guia%2014/GU%C3%8DA%20PARA%20ELABORAR%20CORRECTAMENTE%20LA%20VISI%C3%93N%20Y%20MISI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA.pdf)

### Certificado de origen:

<http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=EBC08516-0198-4F50-BB89-27366C97B062.PDF>

### Registro Nacional de Artesanos:

<http://www.artesaniasdelperu.gob.pe/registro/iniciarna.aspx>

**RECUERDA:**



“La confianza, se crea, se desarrolla y se trasmite”  
“Creo en mí mismo y en lo que soy capaz de lograr”  
“Sueños en acción”

## Sesión 2

# MI NEGOCIO AVANZA PORQUE MANEJO MIS FINANZAS



DURACIÓN: **90** minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá identificar la importancia de separar sus finanzas personales de las de su negocio así como de realizar el registro de sus costos y ventas para tener un mejor control de las finanzas de su negocio.



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Reconoce la importancia de separar las finanzas personales y las del negocio.
- Utilizan el formato de registro de costos y registro de ventas.



### TEMAS:

- Finanzas personales y finanzas del negocio
- Registro de costos
- Registro de ventas



### MATERIALES:

- Papelógrafo con los formatos de registro de costos y registro de ventas
- Papelógrafo con el nombre de las sesiones.
- Papelógrafo de compromisos.





Un hábito bastante común entre los dueños de los negocios es hacer retiros de dinero del negocio para dedicarlos a sus gastos personales, lo cual no hace visible las reales ganancias y gastos de tu empresa o negocio.

Recomendaciones para separar tu dinero personal del de tu negocio

1. **Guarda** tus ingresos del negocio y personales en cuentas separadas
2. **Registra** en algún documento o formato las ventas o ingresos de tu negocio
3. **Controla** los gastos de tu negocio, la mejor forma es anotándolos
4. **Asígnate** un sueldo oficial

#### Finanzas del negocio Finanzas personales

Para tener una gestión financiera saludable en tu negocio se necesita orden. Distinguir entre el dinero del negocio y el dinero personal se convierte en la base de tus finanzas.

### ¿CÓMO REGISTRO MIS VENTAS O INGRESOS DEL NEGOCIO?

El registro de venta es un formato que te ayudará a tener el control del dinero que ingresa a tu negocio por las ventas que realizas. Los formatos pueden ir desde los más sencillos hasta los más complejos, es importante que adaptes el formato que más se ajuste a lo que necesitas. Aquí algunos ejemplos,

#### FORMATO: REGISTRO DE MIS VENTAS DIARIAS

VENTA DEL DÍA - FECHA	
Concepto	Monto
	S/
	S/
	S/
<b>Total de venta del... [Fecha]</b>	

### ¿PARA QUÉ SIRVE EL REGISTRO DE VENTAS?

- Información sobre los productos con mayor venta
- Control del ingreso de dinero por ventas

### ¿CÓMO CONTROLLO LOS GASTOS DE MI NEGOCIO?

#### Gastos y costos

Es muy frecuente confundir ambos términos. Los gastos se refieren al dinero destinado a consumos diversos, mientras que los costos se asocian directamente a todo aquello que interviene en la fabricación de sus productos, a modo de inversión.

Lo gastos pueden ser de administración, financieros o de otra índole (pérdidas, créditos que no se pueden cobrar, imprevistos, etc)

Por otro lado, los costos pueden clasificarse en costos de producción que pueden ser a su vez directos o indirectos, aquí algunos ejemplos:

COSTOS	
Costos directos	Costos indirectos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima</li> <li>• Insumos para la construcción o fabricación de productos</li> <li>• Mano de obra</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materia prima indirecta (Repuestos, útiles de limpieza, etc)</li> <li>• Mano de obra indirecta (Limpieza, seguridad, mantenimiento)</li> </ul>

Para efectos de este programa se han clasificado los costos en fijos y variables.

<b>Costos fijos y variables</b>	Los costos fijos son aquellos que siempre deberás pagar, independiente de que produzcas, vendas o no. Los costos variables son aquellos que deberás pagar para producir tus productos o prestar tus servicios. Mientras mayor sea el volumen de tu producción, más costos variables deberás pagar.
---------------------------------	--

Una pregunta que puede ayudarte a identificar si un costo es fijo o variables es la siguiente:

**¿Debo pagar este costo aunque no estés produciendo o prestando servicios?**

Si la respuesta es sí, entonces te estas refiriendo a un costo fijo.

## ¿QUÉ ES EL REGISTRO DE COSTOS?

Es un formato que te ayudará a tener el control de los costos, es decir del dinero que sale de tu negocio para la compra de materiales o insumos necesarios para la fabricación de tus productos. Al igual que el registro de ventas, los formatos pueden ir desde los más sencillos hasta los más complejos, y es importante que puedas adaptar tu propio formato.

COSTOS - FECHA	
Concepto	Monto
	S/
	S/
	S/
<b>Total de costos del... Fecha</b>	

Para efectos del caso presentado inicialmente, Ana ha organizado sus costos de la siguiente forma, para una producción de aprox. 800 productos:

Costo total de producción (materiales, mano de obra, luz)	S/ 150
Costo de ventas (distribución, transporte)	S/ 10
Costo de administración	S/ 70
<b>Costo total</b>	<b>S/ 230</b>

Es muy importante que se tenga claridad al clasificar los costos en fijos y variables, pues ello será de mucha utilidad para poder luego realizar otros análisis en las siguientes sesiones.

# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**

 **TIEMPO: 20** minutos

## ACTIVIDADES

## MATERIALES



### Saludo inicial y presentación del programa

- El facilitador saluda y les da la bienvenida a cada uno de las participantes de manera cálida y acogedora. Es importante que el facilitador llame a cada uno por su nombre, a medida que van ingresando les va entregando el solapero con su nombre mientras que les va preguntando cómo han estado, cómo les ha ido, de tal forma que se va rompiendo el hielo y se va creando un ambiente de confraternidad.
- El facilitador indica que antes de iniciar la sesión del programa les quiere preguntar cómo les ha ido con el compromiso de la sesión anterior y saca la lámina de los compromisos. El facilitador anima a los participantes a compartir si lo han puesto en práctica o no y por qué no si fuera el caso.
- El facilitador les pide que compartan a todo el grupo la actividad solicitada la sesión anterior (Actividad "Aplica lo aprendido") la intención es que se haga la retroalimentación de esa actividad y que sirva para reforzar la necesidad de aplicar lo aprendido en sus negocios.
- El facilitador inicia la sesión, para ello retoma la lámina con el esquema de todas las sesiones, menciona fuertemente el nombre y el objetivo.

Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.

Solapero con el nombre de cada participante y del facilitador con el título soy emprendedor.

Esquema con el nombre de todas las sesiones.

Papelógrafos, plumones, limpiatipo



### Identificación de conocimientos previos

- El facilitador indaga conocimientos previos sobre la sesión, para ello realiza las siguientes preguntas, y pide algunos voluntarios para que puedan compartir sus respuestas:
  - ¿Cómo llevan sus cuentas?

Papelógrafo

→ ¿Quiénes registran o anotan de alguna forma los gastos que realizan en su negocio o en su familia?

## ETAPA: DESARROLLO

🕒 TIEMPO: 55 minutos

### ACTIVIDADES

### MATERIALES



## Caso motivador

→ Con el apoyo de las imágenes de la continuación del caso, el facilitador sigue narrando el caso presentado en la sesión anterior.

Imágenes del caso

→ Además de las imágenes se cuenta con el texto del caso, ello se utilizará dependiendo de los participantes. Se pueden pedir voluntarios para leer el texto.

CASO:

## Ana tenía sus finanzas mezcladas

Con esta platita  
compraré mis  
materiales...

Pensé que tenía  
más dinero... qué  
extraño?

Ahora que me  
sobra platita,  
compraré un  
poco de frutas y  
verduras

Y unos  
zapatitos para  
mi hijo...



Luego de presentar la continuación del caso, es importante que el facilitador realice preguntas de comprensión a fin de asegurar que haya sido entendido por todos, para lo cual puede realizar las siguientes preguntas:

- ¿De quién se trata el caso?
- ¿Qué está haciendo Ana ahora?



## Profundiza

### ACTIVIDADES

El facilitador les dice a los participantes que va a realizar algunas preguntas y que irá lanzando la pelotita a algunos participantes para que compartan sus opiniones y éstos podrán lanzarlas a su vez a otros participantes:

1. ¿Te parece que Ana llevaba sus finanzas de forma ordenada?
2. ¿Qué inconvenientes podría tener Ana? (Hacer referencia a las finanzas)
3. ¿Cómo organizas las finanzas de tu negocio y de tu casa? ¿Cómo las diferencias?

Es importante que el facilitador haga que todo el grupo participe al menos en una de las preguntas planteadas.

A modo de conclusión les pide que revisen las recomendaciones del cuaderno de trabajo y se comprometan a ponerlas en práctica.

### MATERIALES

Pelotita/ cajita forrada

El facilitador les pide a los participantes que cada uno escriba en la pizarra todos los gastos que tienen cuando desarrollan su negocio.

Luego, el facilitador les pide que traten de agrupar los gastos considerando sus propios criterios, no es necesario que los participantes trabajen en un papelógrafo, la organización o criterio puede ser personal y expresado oralmente.

A partir de esta lista el facilitador les explica la diferencia entre gasto y costo, es importante aprovechar este espacio para aclarar dudas.

Luego de esta actividad, el facilitador les presenta el formato registro de costos en un papelógrafo.

Pizarra o papelógrafo

Plumones

Cuaderno de trabajo

Papelógrafo con el formato de registro de costos

Papelógrafo con el formato de registro de ventas

Se les pide que se agrupen con tres o cuatro participantes y elaboren el registro de costos del negocio de alguno de los integrantes. El cual se presentará a todo el grupo y será insumo para validar y aclarar dudas entre lo que es un gasto o costo.

Luego, el facilitador presentará el registro de ventas y muestra cómo se completa.

Para tener información sobre los productos con mayor venta.

Para controlar el ingreso de dinero por ventas.



## Actividades de refuerzo (10 min)

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.

Pelotita/ cajita forrada

Luego, el facilitador debe invitar a que algunos participantes compartan lo que han escrito y así validar los aprendizajes.



## Aplica lo aprendido (Para ser realizado en casa)

Finalmente, se les pide que para la siguiente sesión completen las preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo:

Cuaderno de trabajo

- Identifica todos los costos asociados a la elaboración de tus productos y haz el cálculo en tu formato de registro de costos.
- De los costos identificados, cuáles podrías optimizar, es decir reducir sin perder la calidad de tu productos.
- Define tu formato de registro de costos y ventas y utilízalos en tu negocio a partir de ahora en adelante.

ETAPA: **CIERRE**

 **TIEMPO: 15** minutos

### ACTIVIDADES

### MATERIALES



## Reflexión sobre lo aprendido (10 min)

El facilitador pregunta: **¿Qué hemos aprendido hoy?** El facilitador debe ayudar a generar la participación para ello puede retomar el nombre de la sesión y el objetivo.

Lámina con el nombre de todas las sesiones

Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide que los participantes lo repitan.



## Compromiso (5 min)

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: **voy a trabajar mi formato de costos e ingresos.**

Lámina que diga **Compromisos** y tenga líneas en la parte inferior



## LECTURAS COMPLEMENTARIAS

**Vídeo: ¿Cómo puedo separar el dinero de mi negocio y el de mi familia? No mates las gallinas**

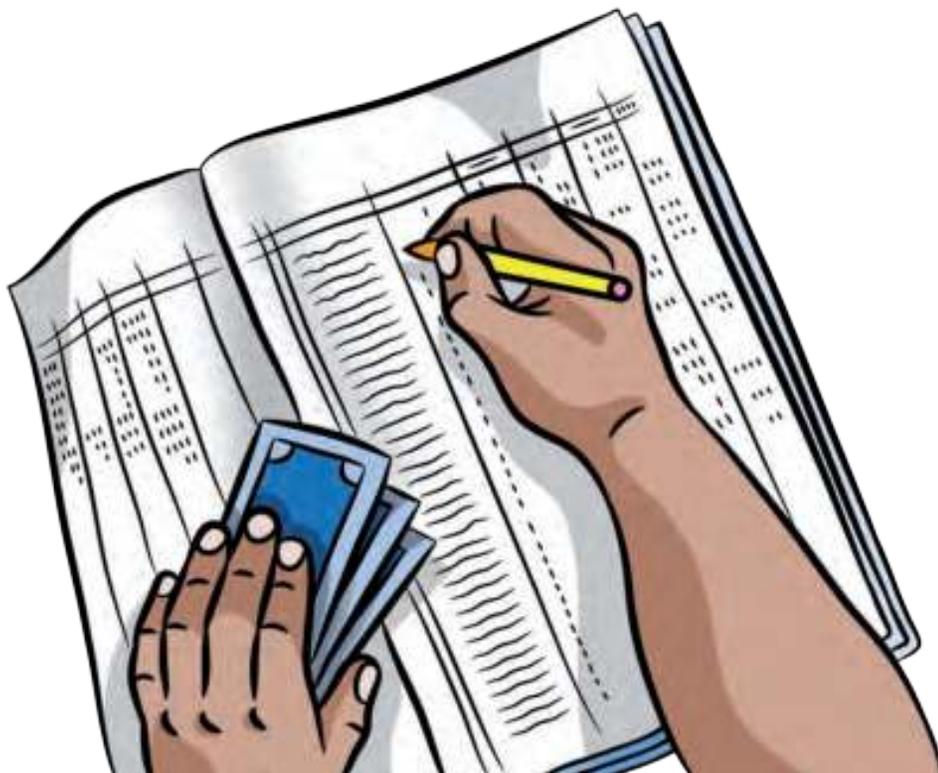
<https://www.lds.org/media-library/video/chapter-5-how-do-i-separate-my-business-and-family-money?lang=spa>

**Emprendedores: claves para separar las cuentas propias y las del negocio**

<http://www.presupuestofamiliar.com.ar/emprendedores-claves-para-separar-las-cuentas-propias-y-las-del-negocio/>

**El dinero de tu negocio no es tu dinero**

<http://plataconplatica.com/el-dinero-de-tu-negocio-no-es-tu-dinero/>



**RECUERDA:**



Un emprendedor ordenado tiene el dinero de la familia y el negocio bien separado

## Sesión 3

# PRODUZCO, VENDO Y YA NO PIERDO



DURACIÓN: 90 minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá identificar el punto de equilibrio de su negocio.

---



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Realiza el cálculo del punto de equilibrio
  - Toma decisiones a partir del cálculo del punto de equilibrio
- 



### TEMAS:

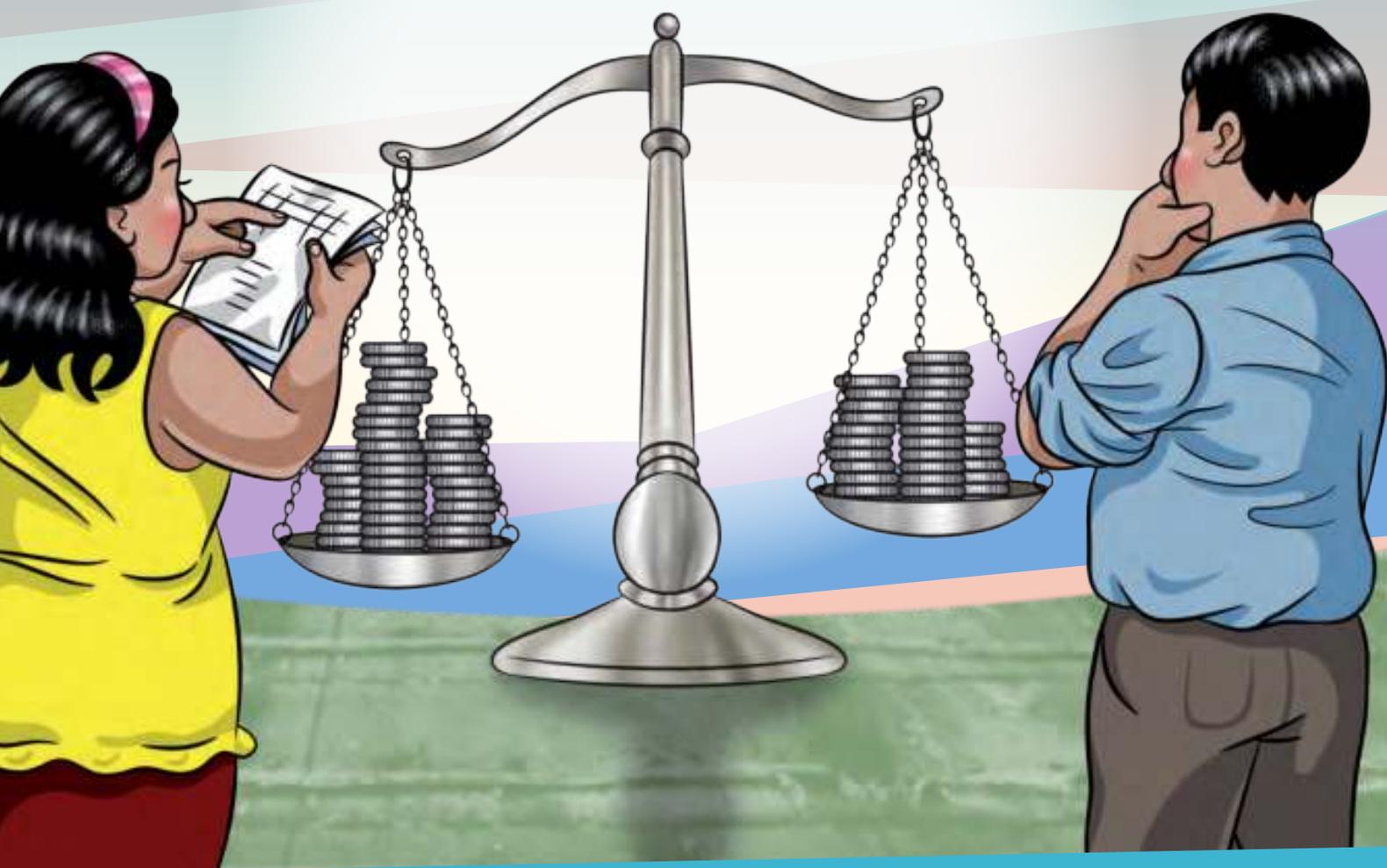
- Punto de equilibrio
  - Producto – oferta de valor
  - Mercado – cliente
- 



### MATERIALES:

- Papelógrafo con los pasos para calcular el punto de equilibrio
- Papelógrafo con el listado de las sesiones del programa
- Papelógrafo de compromisos





Todo emprendedor debe identificar claramente **cuál es su mercado**, las **preferencias de sus clientes** y cuál es la **propuesta de valor de su producto**.

### ¿QUÉ ES EL MERCADO?

El mercado es el escenario donde se realizan las transacciones entre un servicio o producto a cambio de dinero. El mercado puede clasificarse en:

Mercado real → los que consumen nuestros productos actualmente.

Mercado potencial → los que, no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

### ¿CLIENTES O CONSUMIDORES?

En ocasiones ambos términos son utilizados en forma indistinta sin embargo, es importante mencionar que no significan lo mismo, a continuación te presentamos algunas diferencias:

- El cliente es un consumidor ganado.
- El consumidor es cualquiera que pueda ser cliente de la marca.
- Se es consumidor en todo momento y de manera indistinta, de diversos productos y marcas.
- El consumidor dispersa el consumo y puede darse de manera continua o interrumpida.

En este sentido, lo que se quiere es que los consumidores pasen a ser clientes, para ello, debemos aplicar diversas estrategias de fidelización y así nuestro cliente preferirá nuestra marca sobre otras.

Es muy común que el emprendedor piense que conoce a su cliente, sin embargo, luego se da con la sorpresa de que realmente no conoce sus características ni preferencias de sus clientes reales, por ello es importante que cuente con estrategias o momentos que le permitan estar en contacto constante y así, tener de primera mano, recomendaciones de mejora o preferencias que pueda incorporar en sus productos.

Para caracterizar el tipo de cliente, se sugieren resolver las siguientes interrogantes:

- ¿Quiénes son mis clientes (reales y potenciales)?
- ¿Qué prefiere nuestro cliente?
- ¿A qué clientes aun no llegado nuestro negocio?

En forma general, en el negocio de la artesanía se identifican al menos dos tipos de clientes: aquellos que buscan arte decorativo y otros que buscan diseños utilitarios. Probablemente si indagamos más podemos identificar más tipos de clientes, los cuales pueden tener características de acuerdo a su edad, género, ocupación, procedencia, finalidad, etc. Es importante que como negociantes de artesanía podamos identificar los tipos de clientes que tenemos y que abordemos a cada uno de ellos en forma particular.

## LAS 4 PS

Producto, Precio, Punto de venta y Promoción, son los cuatro elementos clásicos con los que E. Jerome McCarthy definió el concepto de marketing, para dar respuesta a las preguntas que plantean esas 4 premisas.

Producto	¿Qué quiere el cliente de nuestro producto o servicio? ¿Qué necesita que el producto satisfaga? ¿Qué características tiene que tener para satisfacer sus necesidades?
Punto de venta	¿Dónde buscarán tus clientes ese producto? ¿Qué tipo de comercio o tienda? ¿Cómo acceder a los correctos canales de distribución?
Precio	¿Qué valor tiene el producto para el cliente? ¿Hay unos precios estándar ya establecidos para los productos de este área? ¿Si bajamos el precio del producto, lograremos aumentar una ventaja en el mercado?
Promoción	¿Dónde y cuándo comunicar los mensajes dirigidos a tu público objetivo? ¿Cuál es el mejor momento para promocionarlo? ¿Cómo promocionan sus productos las empresas de la competencia?

## ¿QUÉ DISTINGUE A MI PRODUCTO DEL RESTO?

Por lo general, en el mercado se puede encontrar productos similares a los que produces, por ello, es importante que consideres que en la medida de que tu producto no se diferencie del resto será difícil fidelizar a tus clientes, es decir que opten por tu producto en lugar del de otros. En ese sentido es muy recomendable que identifiques la propuesta de valor de tu producto, la cual debes comunicar a tus clientes y reforzar a través de tu marca. De esta forma, tendrás clientes que te busquen y prefieran sobre otros.

Ejemplo de propuesta de valor de una tienda de café

Los 3 factores fundamentales, de su propuesta de valor, que han sido los pilares de su estrategia empresarial y de marketing son:

- **El café:** Controlan la mayor parte de la cadena de suministro: cultivo, tostado y distribución.
- **El servicio:** Trato personalizado e intimidad con el cliente.
- **El ambiente:** Locales acogedores, ambiente informal, tranquilo, con música suave e Internet.

Por otro lado, además de considerar la importancia del mercado, de conocer a tus clientes y de la propuesta de valor de tus productos, es importante que el emprendedor identifique cual debe ser su nivel de producción y venta para recuperar su inversión y ganar, de tal forma que se evitan pérdidas. El punto de equilibrio es una excelente herramienta que brinda información del número de productos que debemos vender para no perder y así generar ganancias.

Conocer el punto de equilibrio de un negocio es de mucha utilidad para realizar ajuste en el precio de nuestros productos, estrategias de venta, promociones etc.

## ¿CÓMO REALIZO EL CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO?

### PASO 1: IDENTIFICAR LOS COSTOS TOTALES (COSTOS VARIABLES Y COSTOS FIJOS)

Antes de realizar el cálculo del punto de equilibrio es importante que identifiques los siguientes datos, considerando los costos por unidad:

- Costos fijos=
- Costos variables=
- Costos totales=

### PASO 2: IDENTIFICAR EL PRECIO DE VENTA POR PRODUCTO

Es importante considerar el precio real del producto. En ocasiones se sabe que el precio es de una cantidad determinada pero cuando se realiza la venta se tiende a realizar rebajas de tal forma que el precio indicado no es el real.

### PASO 3: REALIZAR EL CÁLCULO

Con los datos identificados se debe realizar el siguiente cálculo:

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad}}$$

(Número de unidades)

El resultado de la fórmula hace referencia a la cantidad de unidades que se deben vender para evitar pérdidas.



# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**

 **TIEMPO: 20** minutos

## ACTIVIDADES

## MATERIALES



### Saludo inicial y presentación del programa

- El facilitador saluda y les da la bienvenida a cada uno de las participantes de manera cálida y acogedora.
- El facilitador les pide que compartan a todo el grupo la actividad solicitada la sesión anterior (Actividad "Aplica lo aprendido") la intención es que se realice el seguimiento del uso de los formatos de registro de ventas y registro de costos.

Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.

Solapero con el nombre de cada participante.



### Identificación de conocimientos previos

- El facilitador indaga conocimientos previos sobre la sesión, para ello les pide a algunos participantes que describan quienes son sus clientes y cómo se diferencian sus productos.
- Luego, el facilitador pregunta si alguna vez han sentido que han perdido en lugar de ganar y qué expliquen cómo así sucedió.



ETAPA: **DESARROLLO**

 **TIEMPO: 55 minutos**

**ACTIVIDADES**

**MATERIALES**



**Caso motivador (10 minutos)**

→ El facilitador presenta una nueva situación de Ana y a partir de ello realiza el cálculo del punto de equilibrio con apoyo de los participantes.

Imágenes del caso

Ana siempre recuerda su primera venta. Ella estaba haciendo monederos de paja para regalar y unos amigos le dijeron que querían comprarlos. Como no tenía idea del precio, Ana los vendió cada uno a 5 soles y sintió que había hecho una buena venta.



**Analiza y responde (15 minutos)**

El facilitador pide a algunos voluntarios que respondan la siguiente pregunta y anota todas las ideas en un papelógrafo o pizarra.

**¿Cómo realizas el cálculo del precio de tus productos?**



**Profundiza (35 minutos)**

**ACTIVIDADES**

**MATERIALES**

El facilitador pide voluntarios para iniciar el cálculo del punto de equilibrio del negocio de Ana:

Pelotita/ cajita forrada

En la pizarra inicia colocando los pasos para hallar el punto de equilibrio y luego la fórmula que debe realizar. A continuación, inicia la revisión de la información sobre la estructura de costos de Ana, con el apoyo del cuaderno de trabajo.

El facilitador pregunta a los participantes si con toda la información con la que se cuenta se puede realizar el cálculo o consideran que necesitan alguna información adicional. Luego de ello se coloca la fórmula y se inicia el cálculo con el apoyo de todos los participantes:

### PRODUCCIÓN MENSUAL

PRODUCTO	CANTIDAD
Monederos	400
Llaveros	400
Total unidades	800

Los costos totales se distribuyen de la siguiente manera:

Costo total de producción (materiales, mano de obra, luz)	S/ 575
Costo de ventas (distribución, transporte)	S/ 150
Costo de administración	S/ 70
<b>Costo total</b>	<b>S/ 795</b>

Ana ha identificado sus costos de la siguiente forma:

#### COSTOS VARIABLES

Item	Cantidad	Costo
Lana	10	40
Tintes	5	55
Hilos	14	140
Aro de metal	4	40
	<b>TOTALES</b>	<b>S/. 275</b>

#### COSTOS FIJOS

Item	Cantidad	Costo
Salario	1	S/. 300.00
Administración	1	S/. 70.00
Distribución	1	S/. 150.00
	<b>TOTALES</b>	<b>S/. 520.00</b>

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{(\text{Precio de venta por unidad} - \text{Costo variable por unidad})}$$

(Número de unidades)

**Punto de equilibrio = 520/ (7-0.34)= 78**

#### INTERPRETACION DEL RESULTADO DEL CALCULO DE P.E.

#### ¿Qué podemos concluir a partir del resultado obtenido?

Si Ana solo vende 78 unidades de producto, no gana ni pierde. Ana empieza a ganar si vende más de 78 productos

Luego el facilitador continúa la historia de Ana, para lo cual pide algún voluntario para leer el caso o el facilitador lo cuenta en base a las imágenes:

CASO:

## ¿Cuánto cobrar?

Ana empezó a tener clientes que le ayudaban a promocionar su artesanía por la calidad de sus productos en diversos lugares, incluso en Lima. Ello le permitió ampliar su mercado, pues ya no solo vendía los productos que colocaba en lugares cercanos a su tienda, sino que ahora recibía pedidos de otras zonas. Luego de unos meses desde que Ana se empezó a dedicar a tiempo completo a su negocio, una mañana recibió una llamada.

Eran de una empresa de Lima que necesitaba renovar su merchandising y habían pensado en utilizar algunos de los productos que Ana elaboraba como monederos, a los que debería colocarles el logo de su empresa además de los diseños que son los que más le había llamado la atención a esta empresa.

Ana estaba muy contenta pero no estaba segura cuanto era lo que debería cobrar por ese pedido así que comenzó a realizar sus cálculos.



El facilitador inicia el análisis de esta parte del caso. Para ello, les pide a los participantes que se agrupen y discutan en base a las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes son los clientes de Ana?
- ¿Cómo se relacionan los términos Mercado, Cliente, Producto en el caso de Ana?
- ¿Cuál es la propuesta de valor de los productos de Ana?

Luego, el facilitador pide que cada grupo comparta brevemente sus respuestas.



### Actividades de refuerzo (10 min)

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.

Cuaderno de trabajo



## Aplica lo aprendido (Para ser realizado en casa)

Finalmente, se les pide que para la siguiente sesión completen las preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo:

- Identifica los costos fijos y variables de tus productos
- Identifica la oferta de valor de tus productos

Cuaderno de trabajo

### ETAPA: CIERRE

TIEMPO: 15 minutos

#### ACTIVIDADES

#### MATERIALES



### Reflexión sobre lo aprendido (15 min)

El facilitador pregunta: **¿Qué hemos aprendido hoy?**  
Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide que los participantes que lo repitan.

Lámina con el nombre de todas las sesiones



### Compromiso (5 min)

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: voy a realizar el cálculo del punto de equilibrio para la siguiente sesión.

Lámina que diga Compromisos y tenga líneas en la parte inferior

### RECUERDA:



El punto de equilibrio te permite identificar cuantos productos debes producir y vender para no perder.

## Sesión 4

# NI UNA PAJA SE ESCAPA EN MI FLUJO DE CAJA



DURACIÓN: **90** minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá realizar el cálculo del flujo de caja de su negocio durante un periodo de tiempo que podrá ser utilizado como formato.

---



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Identifica el procedimiento para hallar el flujo de caja de su negocio.
  - Valora la importancia de un flujo de caja.
- 



### TEMAS:

- Cálculo del flujo de caja: formato, frecuencia, etc
  - Análisis del flujo de caja
- 



### MATERIALES:

- Papelógrafo con el formato del flujo de caja
- Papelógrafo de compromisos
- Papelógrafo de compromisos



## ¿QUÉ ES UN FLUJO DE CAJA?

### Ingresos y egresos

El flujo de caja es una herramienta que nos permite tener un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado.

**Ejemplos de ingresos:** los ingresos por venta, el cobro de deudas, alquileres, el cobro de préstamos, intereses, etc.

**Ejemplos de egresos:** son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, préstamos, intereses, amortizaciones de deuda, servicios de agua o luz, etc.

La diferencia entre los ingresos y los egresos es el **saldo** o **flujo neto**.

## ¿QUÉ ES EL SALDO O FLUJO NETO?

Es un indicador de la liquidez de la empresa. Si el saldo es positivo significa que los ingresos del período fueron mayores a los egresos (o gastos); si es negativo significa que los egresos fueron mayores a los ingresos.

## ¿PARA QUÉ SIRVE EL FLUJO DE CAJA?

El flujo de caja es de mucha utilidad para tomar decisiones tales como:

- ¿Cuánto podemos comprar de mercadería?
- ¿Podemos comprar al contado o es necesario solicitar crédito?
- ¿Podemos pagar las deudas en su fecha de vencimiento o debemos pedir un refinanciamiento?
- ¿Podemos invertir el excedente de dinero en nuevas inversiones?

## ¿CÓMO SE ELABORA UN FLUJO DE CAJA?

**PASO 1:** Registrar tus ingresos periódicamente – diario, semanal, mensual, etc.

INGRESOS FIJOS	
Concepto	Monto
<b>Total al inicio del mes</b>	

VENTA DEL DÍA – FECHA	
Concepto	Monto
	S/
<b>Total al inicio del mes</b>	

**PASO 2:** Registrar tus costos periódicamente- diario, semanal, mensual.

COSTOS DEL DÍA - FECHA	
Concepto	Monto
	S/
<b>Total de gastos del _____</b>	

**PASO 3:** Ingresar estos ingresos diarios o semanales. Identifica el saldo diario o semanal

Concepto	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Ingresos				
Costos				
Saldo				
<b>Saldo acumulado</b>				

# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**

 **TIEMPO: 20** minutos

## ACTIVIDADES



### Saludo inicial y presentación del programa

- El facilitador saluda y les da la bienvenida a cada uno de las participantes de manera cálida y acogedora.
- El facilitador pregunta cómo les ha ido con el compromiso de la sesión anterior y saca la lámina de los compromisos.

## MATERIALES

- Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.
- Solapero con el nombre de cada participante.



## Identificación de conocimientos previos

- El facilitador inicia preguntando a los participantes: ¿Cómo saben cuál ha sido la ganancia de su negocio en el último mes? ¿Qué día venden más? ¿Con cuánto efectivo cuentan? Ahora que ya conocen el punto de equilibrio y que registran sus ventas y costos, pueden tener esa información?
- El facilitador les dice que en la sesión de hoy van a aprender a elaborar su flujo de caja que sirve para que cada una pueda realizar el seguimiento de las ventas y costos de su negocio y, a partir de ello, sacar conclusiones para mejorar la gestión de sus negocios

### ETAPA: DESARROLLO



TIEMPO: 55 minutos



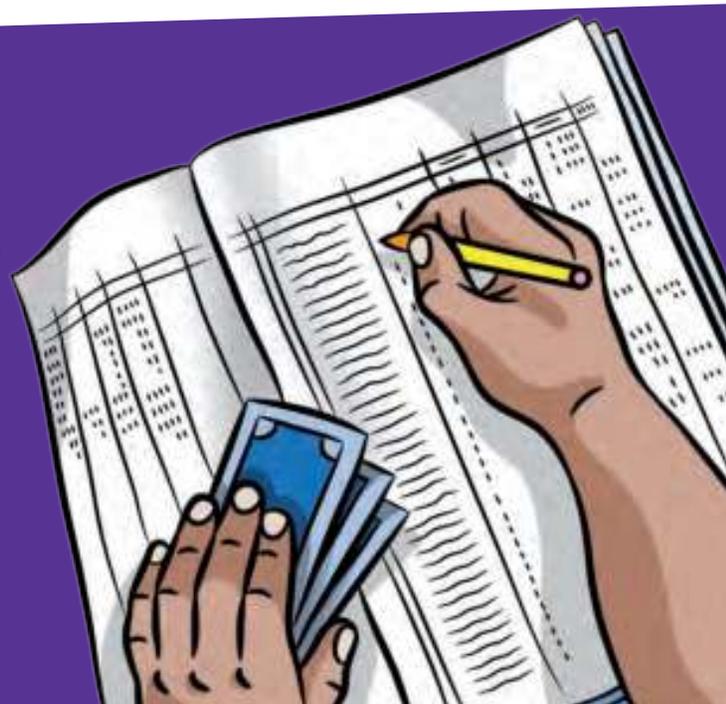
## Caso motivador (10 minutos)

- El facilitador pregunta a los participantes lo siguiente: ¿Alguna vez han recibido un pedido y no han tenido el dinero suficiente para poder cubrirlo?
- A partir de estas respuestas el facilitador les indica que efectivamente es algo muy común entre empresarios y por ello es importante tener claridad del dinero con el que se cuenta y así presenta el caso de Ana.

CASO:

## Ana elabora su flujo de caja

Ahora que Ana ya utiliza sus registros de costos y ventas tiene sus cuentas más ordenadas. Un día al cierre de la semana, Ana recibió una propuesta para realizar un pedido, sería el pedido más grande que ha recibido hasta el momento. Inició la planificación de la producción de ese pedido y se dio cuenta que necesitaba financiar su capital de trabajo, para ello requería saber con cuánto dinero contaba para comprar sus materiales. En ese momento, Ana empezó a buscar financiamientos, sin embargo, todos sus amigos le sugerían completar primero un flujo de caja.





## Analiza y responde (15 minutos)

El facilitador realiza las siguientes preguntas con la finalidad de aclarar el caso e iniciar el análisis:

- ¿Qué le sucedió a Ana?
- ¿Para qué le sirve el flujo de caja?
- ¿Qué haces tú cuando tienes pedidos grandes? ¿Qué hubieras hecho en lugar de Ana?



## Profundiza (35 minutos)

A continuación completa las siguientes tablas en base al caso de Ana:

### Ayuda a completar el flujo de caja de Ana

El mes pasado, Ana inició el mes elaborando 500 monederos de paja con diseños para varones, pues se acercaba el día del Padre y había ideado todo un plan para poder colocar todos sus productos.

Durante la primera semana Ana logró vender 50 monederos desde su casa. La segunda semana de junio, Ana buscó a algunas empresas y una empresa de noticias local, le compró 250 monederos para sus trabajadores, ella los entregó directamente y sólo gastó en movilidad 5 soles. Durante, la tercera semana, logró vender 20 monederos en el bazar de su cuadra y 50 en una tienda de artesanías en el aeropuerto, por un problema de stock tuvo que ir dos veces al aeropuerto gastando 14 soles en movilidad. El sábado previo al día del Padre, Ana participó en una feria local, donde logró vender 80 monederos más. Finalmente, el domingo se levantó muy temprano y se fue al mercado de su barrio con los últimos 50 monederos, ya no los vendía a 10 soles sino que bajó el precio a 7 soles, y así, antes del mediodía logró vender todos sus monederos. Ana llegó a casa muy contenta y luego de

celebrar el día del Padre con su familia, no pudo esperar hasta la mañana siguiente para elaborar su flujo de caja.

Ana se dio cuenta que necesitaba tener identificado todos los costos para la fabricación de sus monederos y, la mejor forma, era con los comprobantes de pago por cada compra realizada, Ana era muy ordenada así que sacó todas las boletas y empezó a realizar el cálculo. Ana compró lo siguiente:



Además, Ana ha realizado los pagos mensuales de administración, mano de obra y gestión.

**PASO 1:** Registra los ingresos de Ana del mes de Junio:

**VENTA DE LA SEMANA 1 DE JUNIO**

Concepto	Monto
	S/
<b>Total de ventas</b>	

**VENTA DE LA SEMANA 2 DE JUNIO**

Concepto	Monto
	S/
<b>Total de ventas</b>	

**VENTA DE LA SEMANA 3 DE JUNIO**

Concepto	Monto
	S/
<b>Total de ventas</b>	

**PASO 2:** Registra los costos realizados por Ana para la producción por el día del Padre.

**VENTA DE LA SEMANA 3 DE JUNIO**

Concepto	Monto
	S/
<b>Total de ventas</b>	

**PASO 3:** Ingresa estos ingresos diarios o semanales. Identifica el saldo diario o semanal

Concepto	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Ingresos				
Costos				
Saldo				
<b>Saldo acumulado</b>				



**Actividades de refuerzo (10 min)**

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.

**Cuaderno de trabajo**

Luego, el facilitador debe invitar a que algunos participantes compartan lo que han escrito y así validar los aprendizajes.



## Aplica lo aprendido (Para ser realizado en casa)

Finalmente, se les pide que para la siguiente sesión completen las preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo:

Cuaderno de trabajo

- Elabora tu propio formato de flujo de caja y empieza a utilizarlo.
- Identifica dos conclusiones a partir del análisis de tu flujo de caja.

### ETAPA: CIERRE



TIEMPO: 15 minutos

#### ACTIVIDADES

#### MATERIALES



### Reflexión sobre lo aprendido (10 min)

El facilitador pregunta: **¿Qué hemos aprendido hoy?** Y promueve una lluvia de ideas.

Lámina con el nombre de todas las sesiones

Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide que los participantes lo repitan.



### Compromiso (5 min)

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: voy a elaborar el flujo de caja del mes pasado.

Lámina que diga Compromisos y tenga líneas en la parte inferior

**RECUERDA:**



Con tu flujo de caja ni una paja se te escapa

## Sesión 5

# PARA LA VENTA DEBO ESTAR ATENTA



DURACIÓN: 90 minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá identificar las características de sus principales clientes y elaborar un protocolo para la venta directa.



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Identifica el proceso de una venta.
- Elaborar un protocolo de atención
- Valorar la atención al cliente



### TEMAS:

- Proceso de venta
- Requerimientos del mercado
- Estrategias de venta
- Servicio al cliente



### MATERIALES:

- Papelógrafo con el perfil del emprendedor
- Papelógrafo de compromisos





La venta es el proceso a través del cual se da el intercambio de un producto, en este caso, una artesanía, por dinero.

## EL PROCESO DE VENTA SE VE REFORZADO A TRAVÉS DEL MARKETING

El marketing tiene como finalidad la satisfacción del cliente de tal forma que se logre fidelizar al cliente, es decir su preferencia y, por lo tanto generar ventas sucesivas. El objetivo es lograr que nuestra marca tenga una calidad diferenciadora respecto a la competencia, para tener mayor posibilidad de éxito en el mercado, pero ¿cómo podemos lograrlo?

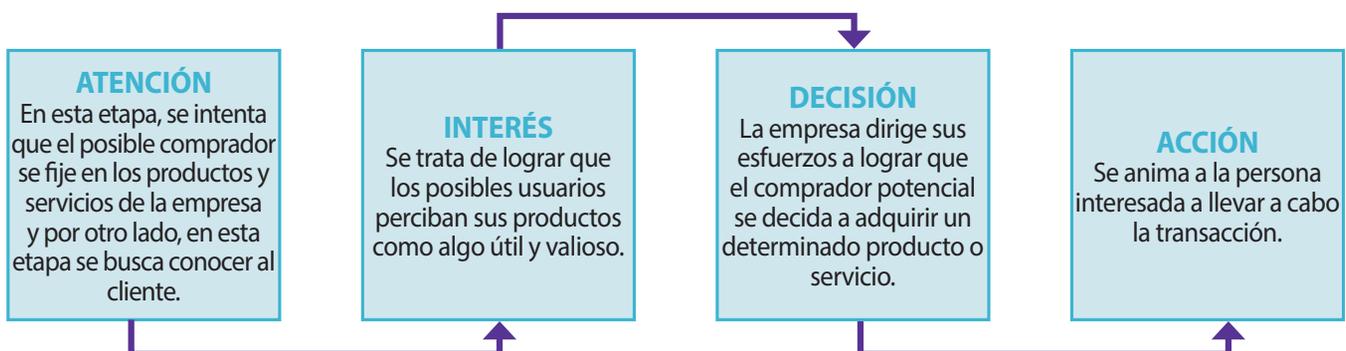
1. **DIFERENCIARNOS:** ¿Qué problema solucionan nuestros productos? ¿Cuál es el valor agregado?
2. **RECORDACIÓN:** Implantar esa idea en la mente de los clientes. De nada vale tener una idea diferenciadora excelente si los clientes no la conocen. Es ahí donde el marketing comienza a trabajar, a partir de estrategias que nos permiten llegar a nuestros consumidores potenciales.
3. **DEFINICIÓN** del precio, producto, distribución y publicidad (4 P's)

## ¿CÓMO CONOCEMOS EL MERCADO Y A NUESTROS CLIENTES?

El mercado está compuesto por los clientes y potenciales clientes de nuestros productos. Para poder ingresar al mercado es importante segmentarlo e identificar dónde nos queremos posicionar con nuestros productos.

En forma general, en el mercado de los artesanos existen dos tipos de consumidores, aquellos que buscan arte y aquellos que buscan bellos y originales productos utilitarios. Al momento de elaborar un producto, se debe tomar en cuenta lo que desean los consumidores de ese segmento de mercado.

Se recomienda que el artesano se posicione en cada segmento del mercado con estrategias adecuadas. Las técnicas de ventas son estrategias que permiten concretar una venta, y para ello es necesario que antes se realice una etapa de comunicación. Para poder concretar una venta se dan las siguientes etapas:



Durante el proceso de una venta es posible que el cliente presente diversas objeciones para declinar la venta por ello, la etapa inicial de atención es de suma importancia ya que en ella identificamos las características que nos permiten conocer al cliente y así poder manejar de la mejor forma las objeciones que nos presenta.

## ¿QUÉ SON LAS OBJECIONES?

Son todos los argumentos que nos da el cliente para no adquirir nuestro producto o servicio y pueden ser referidas a:

- **Precio:** cuando el cliente no reúne las exigencias de orden económico.
- **Producto:** cuando el cliente se resiste a cambiar el producto o la marca que usualmente compra, el producto no está dentro de sus prioridades de compra, o el cliente no encuentra razones suficientes para realizar la compra.
- **Empresa:** cuando el cliente no confía en el negocio o empresa al cual representamos.
- **Respaldo y soporte del producto:** cuando no está conforme con los servicios de post venta que le ofrecemos.
- **Vendedor:** cuando el cliente no confía en la persona que le ofrece el producto.

## ¿COMUNICAR ES SUFICIENTE PARA VENDER?

El servicio al cliente es la atención que una empresa o negocio brinda a sus clientes al momento de atender sus consultas, pedidos o reclamos, venderle un producto o entregarle el mismo.

Cuando un cliente encuentra el producto que buscaba, y además recibe un buen servicio al cliente, queda satisfecho y esa satisfacción hace que regrese y vuelva a comprarnos, y que muy probablemente nos recomiende con otros consumidores. Pero por otro lado, si un cliente, haya encontrado o no el producto que buscaba, recibe una mala atención, no solo dejará de visitarnos, sino que muy probablemente también hablará mal de nosotros y contará la experiencia negativa que tuvo a un promedio de entre 9 a 20 personas dependiendo de su grado de indignación, a esto se le llama "Marketing boca a boca"

## ¿CÓMO VENDES TUS PRODUCTOS EN UNA FERIA? (VENTA DIRECTA)

Es importante tener un protocolo de venta directa que es un paso a paso de cómo iniciar la venta, aquí las fases más generales:

### 1. Presentación y saludo

Es importante que el contacto con el cliente inicie con un saludo y presentación personal, por ejemplo: "Buenas tardes, mi nombre es Julia y estoy para ayudarle"

### 2. Conocimiento del cliente

En esta etapa es importante realizar preguntas al cliente para conocer sus gustos y además observarlo mucho, pues también se puede obtener información poniendo atención a su manera de vestir, de hablar, etc. Por ejemplo: ¿Cómo le puedo ayudar? Cuénteme sus preferencias... veo que le gustan los diseños con colores vivos, le gustaría que le muestre algunos similares?

### 3. Presentación de productos y diferenciación

En esta etapa se presentan los tipos de productos con los que se cuenta y se le explica al cliente la diferencia entre ellos, es importante incluso hacerle sugerencias al cliente de acuerdo al conocimiento que ya se tiene sobre él. Por ejemplo: Cuento con dos tipos de tejidos, el primer de ellos tiene diseños contemporáneos y el segundo de ellos tiene un estilo más tradicional, manteniendo las técnicas puras. Veo que a usted le agrada la técnica clásica, le voy a mostrar para que pueda ver la diferencia.

### 4. Ofrecimiento de producto

Esta etapa se da cuando el cliente muestra interés por alguno de los productos y se inicia el ofrecimiento del producto. Por ejemplo: este producto se entrega en 10 días y tiene un valor de X soles que incluye el envío y el impuesto.

### 5. Manejo de objeciones y cierre de la venta

Esta se da cuando el vendedor presenta alternativas para resolver las diversas objeciones que presenta el cliente hasta que finalmente se cierra la venta. Por ejemplo: Si usted me indica que requiere el producto antes del tiempo, podría enviárselo pero necesito un mínimo de productos.

# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**



**TIEMPO: 40** minutos

## ACTIVIDADES

## MATERIALES



### Saludo inicial y presentación del programa

→ El facilitador saluda y les da la bienvenida a cada uno de las participantes de manera cálida y acogedora. Luego, les pregunta cómo les ha ido con el compromiso de la sesión anterior y saca la lámina de los compromisos.

Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.

Solapero con el nombre de cada participante y del facilitador con el título soy emprendedor.



### Identificación de conocimientos previos

El facilitador elaborará dos tipos de tarjetas para todo el salón: tarjeta de clientes (4) y vendedores (12), pues todo el grupo participará.

Esquema con el nombre de todas las sesiones.

El facilitador explica al grupo que se va a realizar una dinámica llamada "Los vendedores" que consiste en los siguientes:

- El facilitador armará grupos de tres integrantes: tres vendedores y un cliente. Los cuales realizarán la dinámica delante de todo el grupo.
- El facilitador deberá entregarle a los tres vendedores los productos que van a venderle al cliente, y éstos podrán realizar todos los argumentos que requieran para concretar la venta en 7 minutos, cada vendedor tendrá 2 minutos y finalmente el cliente debe elegir la mejor opción, en el minuto restante.

El objetivo para los vendedores es que logren realizar la venta y la meta para el cliente es realizar la mejor elección.

Luego de que los cuatro grupos realizan la dinámica se inicia la reflexión de lo sucedido con algunas preguntas orientadoras:

- ¿Cómo se sintieron los vendedores? Pide algunas participaciones
- Y cómo te sentiste al no ser elegido/ o ser elegido
- ¿Cómo se sintieron los clientes? Pide algunas participaciones

## ETAPA: **DESARROLLO**



**TIEMPO: 25 minutos**



### **Profundiza (15 minutos)**

Ahora que ya hemos vivido la dinámica de la venta, podemos aclarar algunos términos importantes, para ello, el facilitador realiza algunas preguntas y las respuestas se van colocando en la pizarra a modo de lluvia de ideas. Es importante incentivar la participación, no hay respuestas malas ni buenas.

- ¿Qué es la venta?
- ¿Quiénes son los clientes actuales y clientes potenciales?
- ¿Qué es el marketing?
- ¿Qué son las objeciones?



### **Caso motivador (10 minutos)**

A continuación, el facilitador presenta la continuación del caso de Ana:

CASO:

## Ana se prepara para la feria local

El municipio de otro distrito ha organizado una feria de exposición y venta de productos artesanales. La feria será dentro de tres semanas y Ana empieza a prepararse: sus productos, los temas administrativos y estrategias de marketing y ventas.

Para la feria, llevará nuevos diseños de monederos de paja y modelos de pajaritos de la zona que ha visto que están teniendo bastante salida en las últimas semanas. Por otro lado, se ha dado cuenta que su RUC está activo por lo que puede entregar comprobantes de pago.

Finalmente, Ana sabe que es un poco tímida por ello, está preparando algunas líneas que le ayudarán a la venta con el público, además tiene sus tarjetas del negocio, con sus datos de contacto y página web.



### Analiza y responde (20 minutos)

Luego de revisar el caso presentado, el facilitador organiza a los participantes en grupos de 4 integrantes cada uno para que respondan a las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se prepara Ana para la venta?
- ¿Qué aspectos debes considerar para participar en una feria?
- Así como Ana, ¿cómo te preparas tú para la venta directa o participación en una feria? ¿En qué aspectos consideras que deberías prepararte?

Luego, cada grupo deberá comentar sus respuestas a todo el grupo.



### Actividades de refuerzo (10 min)

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.

Luego, el facilitador debe invitar a que algunos participantes compartan lo que han escrito y así validar los aprendizajes.



## Aplica lo aprendido

Finalmente, el facilitador pide que para la siguiente sesión completen las preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo:

¿Cómo podrías aplicar el servicio al cliente?

¿Qué gastos debes considerar para incorporar el marketing en tu negocio?

Prepara un protocolo de venta para una feria considerando las etapas revisadas

### ETAPA: CIERRE



TIEMPO: 15 minutos

#### ACTIVIDADES

#### MATERIALES



### Reflexión sobre lo aprendido (10 min)

El facilitador pregunta: ¿Qué hemos aprendido hoy? El facilitador debe ayudar a generar la participación para ello puede retomar el nombre de la sesión y el objetivo.

Lámina con el nombre de todas las sesiones

Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide que los participantes que lo repitan.



### Compromiso (5 min)

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: voy a poner en práctica mi protocolo de venta con al menos dos clientes para hacer los ajustes que requiera.

Lámina que diga Compromisos y tenga líneas en la parte inferior

**RECUERDA:**



Para la venta debemos estar alertas

## Sesión 6

# MIS PEDIDOS ATIENDO CON UN BUEN FINANCIAMIENTO



DURACIÓN: **90** minutos



### OBJETIVO:

Al finalizar esta sesión, el participante podrá identificar los productos que ofrecen las entidades financieras para los negocios y las responsabilidades del consumidor financiero responsable.



### APRENDIZAJES ESPERADOS:

- Identificar las características de los productos para pequeñas empresas que ofrecen las entidades financieras.
- Reconocer las situaciones que requieren el uso de productos financieros.
- Identificar las responsabilidades del cliente de una entidad financiera.



### TEMAS:

- Producto financieros
- Riesgo / Costo de oportunidad/ Capital de trabajo
- Ahorro - Inversión
- Compromisos de un consumidor financiero responsable



### MATERIALES:

- Papelógrafo con el perfil del emprendedor
- Papelógrafo de compromisos



Así como Ana, muchos emprendedores necesitan un capital para iniciar sus negocios o poder responder a determinados pedidos. Ante esta necesidad de dinero, los emprendedores deben evaluar bien si requieren de un préstamo para financiar sus proyectos y cuál sería la mejor alternativa. Una primera opción es recurrir a ahorros, sin embargo, ello implicaría cambiar el objetivo al que estaba destinado dicho ahorro y estar sujeto al monto que tenemos ahorrado, el cual puede ser insuficiente, por ello, otra opción es evaluar los productos que ofrecen las entidades financieras.

### ¿TIENES UN AHORRO? ¿CÓMO AHORRAS?

Es importante que te hayas propuesto una meta de ahorro, ello te ayudará a proyectarte y organizar mejor tus finanzas, recuerda que tus ahorros deben estar en un lugar seguro, por ello te sugerimos ahorrar en una entidad financiera, de tal forma que se minimizan los riesgos de pérdida o robo.

### ¿CUÁNDO DEBEMOS OPTAR POR UN CRÉDITO?

Un crédito nos permite acceder a un bien o servicio en forma rápida, aquí es importante evaluar el costo de oportunidad, de acuerdo a ello podremos identificar si conviene solicitar un crédito o es mejor esperar hasta ahorrar.

### ¿QUÉ ES EL CAPITAL DE TRABAJO?

Es el dinero que necesitas para producir y vender, incluso antes de que tus clientes te paguen y te sirve para financiar la producción, por ejemplo:

- Financiar la compra de materia prima.
- Pagar los sueldos de tus trabajadores.
- Otorgar crédito a algunos de tus clientes o en las primeras ventas.
- Pagar gastos administrativos y financieros como seguros, pago de deuda, impuestos, etc.

Las entidades financieras ofrecen diversos productos, entre ellos, el crédito que a su vez se clasifica en otras variantes con la finalidad de que se ajusten a las necesidades de sus clientes, por lo que tienen características y condiciones distintas. Los créditos para capital de trabajo son un tipo de producto muy común, aquí las entidades financieras evaluarán tu negocio así como el riesgo que asumen.

### FORMALIDAD VS INFORMALIDAD

Una práctica muy común en algunas zonas es el servicio de prestamistas, personas que prestan dinero en efectivo a cambio de joyas, artefactos u otros bienes, dado que son personas las que realizan los préstamos, éstas no se encuen-

tran reguladas y por tanto tienen sus propias condiciones para los préstamos respecto a tasas de interés así como penalidades por morosidad, las cuales pueden ser terriblemente altas e interminables.

### COMPROMISOS DE UN CONSUMIDOR FINANCIERO RESPONSABLE

A continuación te presentamos algunas recomendaciones para que seas un consumidor financiero responsable:

1. **Evalúa** tu capacidad de pago antes de solicitar un préstamo.
2. **Identifica** tu costo de oportunidad antes de acceder a un préstamo.
3. **Compara** las tasas que te ofrecen las diversas entidades bancarias antes de confirmar un crédito.
4. **Paga** tus cuentas de servicios o préstamos a tiempo a fin de evitar moras o intereses
5. **Identifica** tus gastos e ingresos, es importante que tus gastos no sean mayores que tus ingresos.

# Secuencia de actividades

ETAPA: **INICIO**



**TIEMPO: 20** minutos

## ACTIVIDADES



### Saludo inicial y presentación del programa

→ El facilitador saluda y les da la bienvenida a cada uno de los participantes de manera cálida y acogedora.

→ El facilitador indica que antes de iniciar la sesión del programa les quiere preguntar cómo les ha ido con el compromiso de la sesión anterior y saca la lámina de los compromisos.

## MATERIALES

Ambiente limpio con las sillas dispuestas en círculo.

Solapero con el nombre de cada participante y del facilitador con el título soy emprendedor.

Esquema con el nombre de todas las sesiones.



## Identificación de conocimientos previos

El facilitador divide a los participantes en 4 grupos, cada uno de 4 integrantes aproximadamente y les entrega a cada uno una tarjeta con una situación para que puedan conversar en grupo y responder a algunas preguntas.

### SITUACIÓN 1:

Julia tiene un negocio de tejidos. Ha visto que una amiga suya está vendiendo muchos ponchos, por lo que decide hacer una buena cantidad para participar en una feria. Como no tiene mucho dinero quiere solicitar un préstamo y con ello probar suerte. ¿Qué le recomendarías? ¿Qué harías tú en su lugar?

### SITUACIÓN 2:

José es ceramista, uno de los más reconocidos por sus diseños. Ha recibido un pedido de 100 vasijas pero no está seguro de tener el suficiente capital para poder cumplir, por eso está evaluando solicitar un préstamo para poder comprar todos los insumos. ¿Qué le recomendarías? ¿Te ha sucedido algo similar alguna vez?

### SITUACIÓN 3:

Martha hace monederos, le va muy bien vendiendo a través de su página en Internet y también tiene un puestito en la feria de su zona. Martha quiere comprar un nuevo mostrador para exhibir mejor sus productos por lo que no sabe bien si pedir un préstamo para comprarlo o continuar ahorrando un par de meses más y pagarlo al contado. ¿Qué le recomendarías?

### SITUACIÓN 4:

Carlos es especialista haciendo correas de cuero. Con el apoyo de una máquina de un vecino hizo unos nuevos diseños que han gustado mucho, por lo que está evaluando comprar esa máquina ya que viene el día del padre y está seguro que vendería mucho. Carlos quiere ahorrar para comprar esa máquina pero le tomaría casi dos meses más. Hoy recibió la llamada de una financiera que le ofrece un préstamo para equipos de trabajo. Carlos no está seguro qué hacer, ¿qué le podrías sugerir?

El facilitador les da a los grupos unos 15 minutos para que en cada grupo compartan la situación y lleguen a un acuerdo de cómo abordarla. Luego, en plenaria, se compartirán los casos y los otros grupos podrán opinar también. A través de los casos, el facilitador va presentando algunos conceptos como valor del dinero en el tiempo, riesgo, ahorro y préstamo.

ETAPA: **DESARROLLO**

 **TIEMPO: 55** minutos

A continuación, el facilitador presenta la siguiente situación relacionada al caso de Ana:

## Un gran pedido

Luego de un año en el que Ana se comenzó a dedicar en forma exclusiva a su negocio, recibió en su correo electrónico un pedido de mil unidades de monederos de paja, con un diseño que le enviaba el mismo cliente. El diseño era un poco más complejo que los que había venido trabajando por lo que iba a necesitar apoyo. Cerca de su casa, Ana cuenta con vecinas que podrían ayudarla pero ello requerirá pagarles el día de trabajo además de la compra de insumos. Ana ha hecho el cálculo y necesita aproximadamente 2000 soles de inversión inicial para responder a este pedido y no cuenta con ese monto en este momento, qué podría hacer?



### Profundiza (20 minutos)

#### ACTIVIDADES

Luego de presentada la continuación del caso, es importante que el facilitador realice preguntas de comprensión a fin de asegurar que haya sido comprendido por todos, para lo cual puede realizar las siguientes preguntas:

- ¿Qué le ha sucedido a Ana ahora?
- ¿Qué alternativas podría tener Ana?
- En un caso similar, ¿qué harías?

#### MATERIALES

Pelotita/ cajita forrada

### ACTIVIDADES

El facilitador les pide a los participantes que piensen en alternativas de solución o recomendaciones para Ana.

¿Será necesario que solicite un préstamo? ¿Podría ahorrar?

El facilitador a modo de lluvia de ideas, con ayuda de los participantes hace un cuadro donde compare cuando se recomienda solicitar un crédito y cuando ahorrar.

Luego de ello, el facilitador pregunta: ¿alguna vez han asumido un riesgo en sus negocios como Ana?

### MATERIALES

Pizarra o papelógrafo

Plumones

Cuaderno de trabajo

Papelógrafo con el formato de registro de costos



### Actividades de refuerzo (10 min)

Aquí el facilitador les pide que rompan los grupos y que en forma individual realicen los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.

Luego, el facilitador debe invitar a que algunos participantes compartan lo que han escrito y así validar los aprendizajes.

Cuaderno de trabajo



### Aplica lo aprendido

Finalmente, se les pide que para la siguiente sesión completen las preguntas de esta sección en su cuaderno de trabajo:

- Identifica al menos dos productos que ofrecen las entidades financieras para los emprendedores



ETAPA: **CIERRE**

 **TIEMPO: 15** minutos

**ACTIVIDADES**

**MATERIALES**



**Reflexión sobre lo aprendido (10 min)**

El facilitador pregunta: ¿Qué hemos aprendido hoy? El facilitador debe ayudar a generar la participación para ello puede retomar el nombre de la sesión y el objetivo.

Lámina con el nombre de todas las sesiones

Se refuerza el nombre de la sesión y el facilitador pide a los participantes que lo repitan.



**Compromiso (5 min)**

El facilitador puede preguntar a los participantes, ¿a qué nos podemos comprometer?, solo debe ser un compromiso y que podamos ir monitoreando cada semana. Por ejemplo: voy a evaluar si realmente necesito obtener un préstamo.

Lámina que diga Compromisos y tenga líneas en la parte inferior

**RECUERDA:**



Un emprendedor debe ser responsable con sus compromisos financieros







PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo



**cefi**  
de ASBANC