

Guía:

## Módulo de Consolidación del Emprendimiento Nivel II





**Guía**

# **Módulo de Consolidación del Emprendimiento (Nivel II)**

**Noviembre, 2025**

## **MÓDULO DE CONSOLIDACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO NIVEL II**

### **Editor:**

Aldeas Infantiles SOS Perú

### **Dirección Legal:**

Calle Ricardo Angulo N° 744, Urb. Corpac  
San Isidro – Lima - Perú

### **ELABORACIÓN DE CONTENIDOS:**

Antonio Ricardo Herrera Cabanillas  
Rafael Quispe Gutierrez

### **REVISADO POR:**

Natalí Cárdenas Gavilán  
Diana Lucero Matta Figueroa  
Juan Adrian Arturo Medina Mallma  
Janela Milagros Nuñez Vilcamichi  
Deshanira Aylinn Robles Matos

### **APROBADO POR:**

Nancy Martínez Pacheco  
Jhony Noa Baldeón

### **DISEÑO, DIAGRAMACIÓN E ILUSTRACIONES:**

Roger Román De la Cruz

### **REVISIÓN DE ESTILO:**

Diego Carbajal Alarcón

### **IDIOMA ORIGINAL:**

Español

### **Primera edición, noviembre 2025**

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N. ° 202515325

---

La publicación de este material ha sido posible gracias al financiamiento de Cummins y Scotiabank, en el marco de los proyectos "YouthCan!: BUILDING UP AND ACHIEVING EMPLOYABILITY" y "Familias con futuro: Empleabilidad y emprendimiento para el fortalecimiento familiar".

Esta publicación no puede ser reproducida totalmente ni en parte, por ningún medio sea electrónico, digital, mecánico, fotocopiado, microfilmación, por registro u otros métodos, sin autorización expresa de los responsables de la edición.

---

# CONTENIDO

<b>FASE 1.</b> <b>SECCIONES INTRODUCTORIAS Y MARCO GENERAL</b> .....	6
<b>FASE 2.</b> <b>ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: PROPUESTA DE MEJORA</b> .....	18
<b>FASE 3.</b> <b>GUÍA METODOLÓGICA</b> .....	22
<b>SESIÓN:</b> <b>FORMALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO</b> .....	23
<b>SESIÓN:</b> <b>ACCESO A FINANCIAMIENTO</b> .....	36
<b>SESIÓN:</b> <b>FINANZAS PARA EMPRENDEDORES</b> .....	46
<b>SESIÓN:</b> <b>MARKETING PARA EMPRENDEDORES</b> .....	52
<b>SESIÓN:</b> <b>VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES</b> .....	62
<b>SESIÓN:</b> <b>CONSTRUCCIÓN DE MARCA</b> .....	73
<b>Anexos</b> .....	82



# FASE 1.

## SECCIONES INTRODUCTORIAS Y MARCO GENERAL

# 1. 1. Bienvenida a la persona facilitadora y propósito de esta guía

¡Hola, facilitador y facilitadora de ALDEAS INFANTILES SOS PERÚ!





Te damos una cálida bienvenida al Módulo de Consolidación del Emprendimiento (Nivel II). Tu rol es fundamental para acompañar a los emprendedores y emprendedoras de nuestros programas a dar un gran paso: hacer que sus negocios ya iniciados crezcan, se fortalezcan y sean sostenibles en el tiempo.

Sabemos que quizá no seas un experto en todos los temas de emprendimiento, ¡y está bien! Precisamente, esta guía ha sido diseñada pensando en ti, para que te sientas seguro y preparado en la guía de cada sesión. Aquí encontrarás explicaciones claras, pasos sencillos y consejos prácticos para que tu labor sea un éxito.

7

## ¿Cómo usar esta guía?

Esta guía es tu mapa de ruta. Está organizada para que encuentres fácilmente lo que necesitas:

	<b>Nuestra filosofía de trabajo (principios que nos guían):</b> te recordará los valores importantes de Aldeas Infantiles SOS Perú que deben estar presentes en cada taller (Derechos, Género, Interculturalidad y Educación popular).
	<b>Nuestra forma de enseñar y aprender juntos:</b> te dará ideas sobre cómo trabajaremos con los adultos, fomentando su participación y experiencia.
	<b>Entendiendo a nuestros emprendedores:</b> un breve recordatorio sobre quiénes son las personas que apoyarás.
	<b>Consejos clave para una facilitación exitosa:</b> pequeños "secretos" para que tus talleres sean dinámicos y efectivos.



**Estructura del programa:** un vistazo general a todas las sesiones y lo que se espera que logren.



**Guía detallada por sesión:** ¡esta es la parte más importante para tu día a día! Aquí encontrarás el paso a paso para llevar a cabo cada actividad, saber qué decir, qué materiales usar y cómo manejar el tiempo.



**Un módulo flexible para necesidades reales:** a diferencia de un curso tradicional, este módulo está diseñado para ser flexible. Es probable que no impartas todas las sesiones en orden. La idea es que converses con los emprendedores, identifiques sus necesidades más urgentes y priorices las sesiones que más les ayudarán en ese momento (puede ser una, dos o la cantidad de sesiones que se requieran). Por eso, cada sesión está diseñada para funcionar de manera independiente.



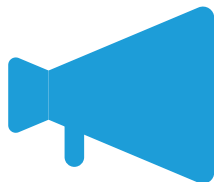
**Anexos:** materiales de apoyo y ejemplos.



**Cuaderno de trabajo del participante:** es el material donde las y los emprendedores realizarán sus ejercicios y anotarán sus ideas. Esta guía te indicará cuándo y cómo usarlo.



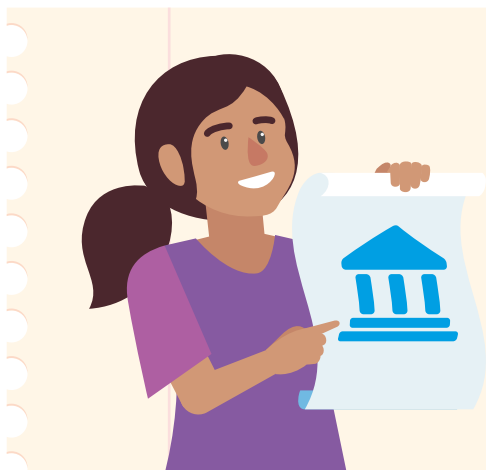
**Presentaciones PowerPoint (PPT):** son un apoyo visual para tus sesiones. Esta guía te dirá qué diapositivas corresponden a cada momento.



*¡Estamos seguros de que,  
con esta guía y tu dedicación,  
harás un trabajo increíble!*

## 1. 2. Nuestra filosofía de trabajo: principios que nos guían

En Aldeas Infantiles SOS Perú, nuestro trabajo se basa en valores fundamentales que también queremos reflejar en este módulo de emprendimiento. Como persona facilitadora, te invitamos a tenerlos siempre presentes:



**A. Enfoque de Derechos**

**Qué significa:**

Todos los participantes tienen derecho a aprender en un ambiente de respeto, igualdad y justicia, donde sus voces sean escuchadas y valoradas.

9

### Principios clave:



**Acceso igualitario:**  
todos pueden participar y beneficiarse, sin importar nada.



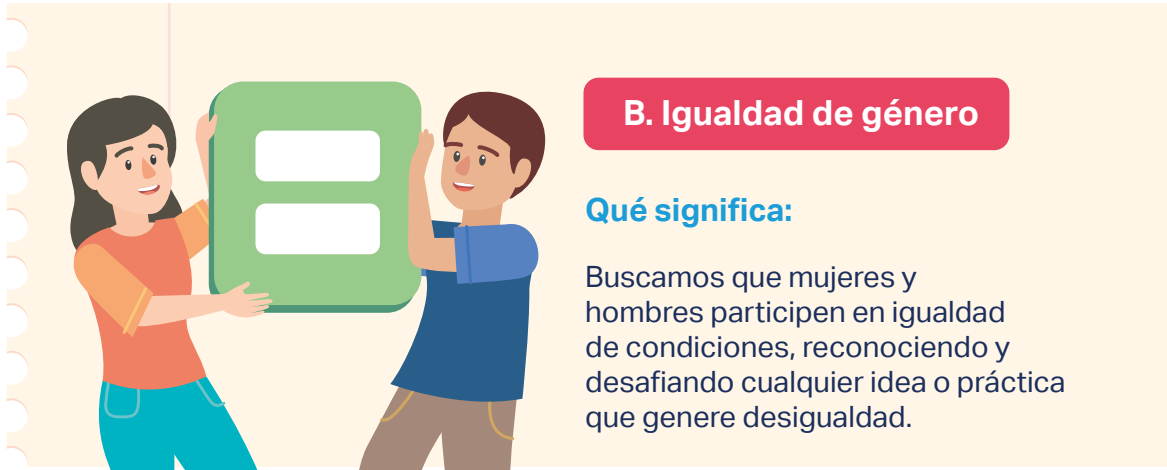
**Respeto y dignidad:**  
cada persona es valiosa, con sus experiencias y conocimientos.



**Participación activa:**  
todos pueden opinar y decidir sobre su aprendizaje.

### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- **Crea un ambiente seguro:** asegúrate de que todos se sientan cómodos para hablar y compartir sin temor a ser juzgados.
- **Escucha activa:** presta atención genuina a las preguntas y comentarios de cada participante.
- **Promueve la participación:** anima a los participantes más tímidos a dar su opinión. Usa preguntas abiertas como "¿qué piensas sobre esto?" o "¿tienes otra idea que dar?"
- **Adapta ejemplos:** si un ejemplo no es claro para alguien, busca otra forma de explicarlo pensando en su realidad.



## B. Igualdad de género

### Qué significa:

Buscamos que mujeres y hombres participen en igualdad de condiciones, reconociendo y desafiando cualquier idea o práctica que genere desigualdad.

### Principios clave:



#### **Equidad en la participación:**

todas las voces, tanto de hombres como de mujeres, son igual de importantes.



#### **Sensibilización:**

reflexionar sobre cómo los roles de género pueden influir en los negocios.



#### **Empoderamiento:**

desarrollar la confianza y capacidades de todos y todas, sin importar su género.

### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- **Lenguaje inclusivo:** usa un lenguaje que incluya a todos y todas (ej.: "emprendedores y emprendedoras", "las y los participantes").
- **Participación equitativa:** asegúrate de dar la palabra por igual a hombres y mujeres. Si notas que un grupo participa menos, anímalo específicamente.
- **Desafía estereotipos:** si surge algún comentario basado en estereotipos de género (ej.: "las mujeres son mejores para este tipo de negocio"), invita al grupo a reflexionar sobre ello con preguntas como "¿siempre es así?", "¿conocemos ejemplos diferentes?"
- **Visibiliza logros:** destaca ejemplos de éxito de emprendedoras y emprendedores por igual.



### Principios clave:



**Respeto a la diversidad:**  
todas las culturas son valiosas.



**Aprendizaje mutuo:**  
todos pueden aprender de las experiencias culturales de los demás.



**Inclusión:**  
todas las perspectivas culturales son bienvenidas y respetadas.

### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- **Reconoce la diversidad:** si sabes que hay participantes de diferentes regiones o con costumbres distintas, menciónalo positivamente.
- **Invita a compartir:** en algunos temas (ej.: ideas de negocio, atención al cliente) puedes preguntar: "¿cómo se hace esto en su comunidad o región?", "¿hay alguna costumbre particular relacionada con los negocios?"
- **Evita generalizaciones:** no asumas que todos piensan o actúan igual.
- **Adapta materiales:** si un ejemplo es "muy limeño" y tienes participantes de la sierra o selva, busca un equivalente que les sea más familiar.

## D. Educación Popular



### Qué significa:

Creemos que los participantes son los protagonistas de su aprendizaje. El conocimiento se construye, entre todos y todas, a partir de la experiencia. Y esto se aplica a la realidad para transformarla.

### Principios clave:



**Participación protagónica:** las y los participantes no solo aprenden, sino que aportan con sus saberes.



**Aprendizaje colectivo:** se aprende trabajando en equipo e intercambiando ideas.



**Transformación social:** lo aprendido sirve para mejorar los negocios y la comunidad.

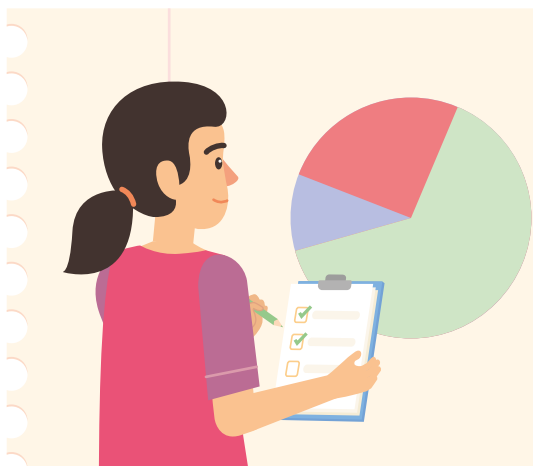
### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- **Valora la experiencia:** comienza los temas preguntando qué saben o qué han vivido los participantes al respecto.
- **Fomenta el diálogo:** más que dar una clase magistral, promueve la conversación y el debate constructivo.
- **Conecta con la realidad:** ayuda a los participantes a ver cómo cada concepto se aplica directamente a sus propios emprendimientos.
- **Aprender haciendo:** prioriza las actividades prácticas donde puedan aplicar lo que están aprendiendo. Tu rol es más de guía que de "experto que lo sabe todo".

## 1. 3. Nuestra forma de enseñar y aprender juntos

Para que este módulo sea realmente útil, usamos algunas ideas clave sobre cómo aprendemos mejor los adultos y cómo podemos trabajar en equipo:

### A. Enfoque Andragógico: fomentamos el "aprender haciendo" para adultos



**Qué es:**

Los adultos aprendemos mejor cuando estamos activamente involucrados, cuando lo que aprendemos nos sirve para la vida real y podemos usarlo de inmediato.

13

#### Principios clave:



**Participación activa y reflexiva:** el emprendedor no solo escucha, ¡hace! Piensa en su experiencia, discute ideas y las pone en práctica.



**Aprendizaje basado en la experiencia:** partimos de lo que el emprendedor ya sabe y ha vivido.



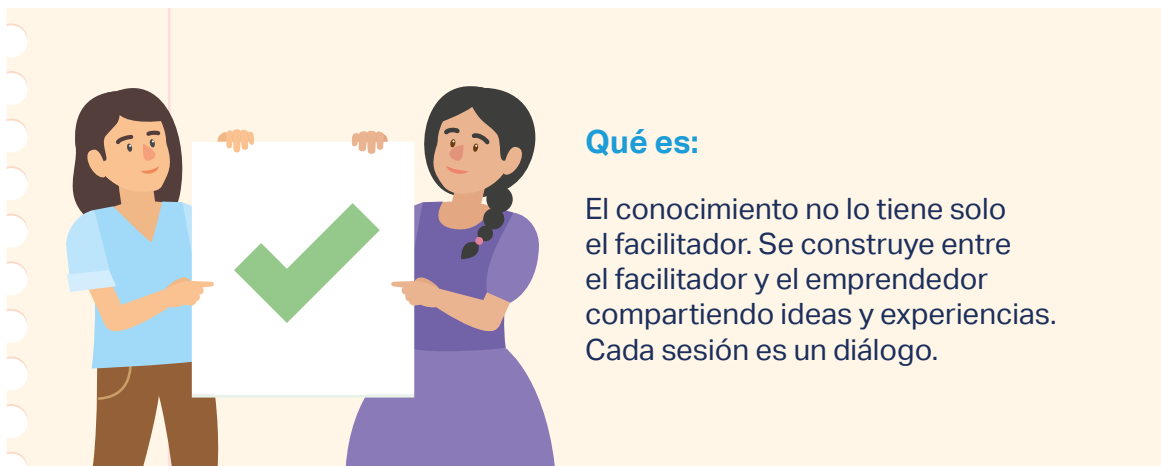
**Resolución de problemas:** nos enfocamos en cómo lo aprendido ayuda a solucionar los desafíos reales de sus negocios.

#### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- 1. Prioriza la práctica:** dedica tiempo a los ejercicios del Cuaderno de trabajo y a las discusiones grupales, antes que las largas explicaciones teóricas.
- 2. Pregunta y escucha:** antes de explicar un concepto, pregunta: "¿qué entiendes por 'marketing'?" o "¿qué problemas has tenido al tratar de conseguir un préstamo?"
- 3. Ejemplos relevantes:** usa ejemplos que los participantes puedan entender y relacionar con sus propios negocios.
- 4. Aplicación inmediata:** al final de cada tema, busca que planifiquen una acción concreta.

## B. Metodología participativa: cocreación del conocimiento. ¡Todos aportamos!

14



### Qué es:

El conocimiento no lo tiene solo el facilitador. Se construye entre el facilitador y el emprendedor compartiendo ideas y experiencias. Cada sesión es un diálogo.

### Principios clave:



**Diálogo horizontal:** persona facilitadora y participante están en un plano de igualdad. Tú guías, pero todos aportan.

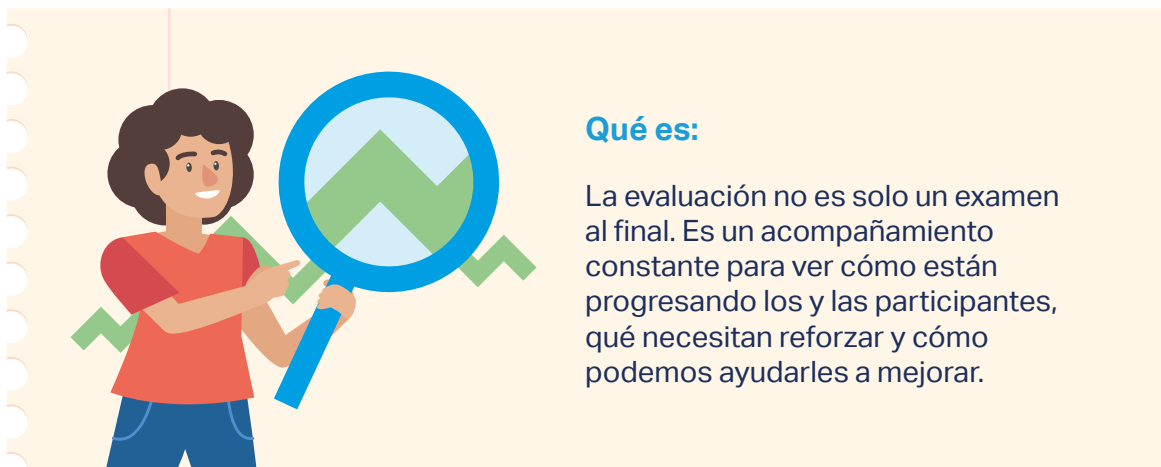


**Reflexión crítica:** animamos a los y las participantes a pensar sobre sus propias prácticas y cómo mejorarlas.

### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- 1. Fomenta el intercambio:** crea espacios para que el participante comparta sus ideas.
- 2. Haz preguntas que hagan pensar:** en lugar de dar todas las respuestas, pregunta: "¿qué otras opciones se te ocurren?" o "¿qué pasaría si...?"
- 3. Valora todas las opiniones:** agradece cada participación, incluso si es diferente a lo que esperabas oír.
- 4. Cocrea soluciones:** cuando un participante plantee un problema, invítalo a que ambos piensen juntos en posibles soluciones.

## C. Evaluación continua y formativa para seguir mejorando



### Qué es:

La evaluación no es solo un examen al final. Es un acompañamiento constante para ver cómo están progresando los y las participantes, qué necesitan reforzar y cómo podemos ayudarles a mejorar.

15

### Principios clave:



**Evaluación como herramienta de aprendizaje:** sirve para aprender, no para castigar.



**Autoevaluación y reflexión:** los propios participantes reflexionan sobre su avance.



**Retroalimentación constructiva:** das comentarios útiles para que puedan mejorar.

### ¿Cómo lo aplicas como persona facilitadora?:

- 1. Observa y escucha:** durante las actividades, fíjate si los y las participantes están comprendiendo y aplicando los conceptos.
- 2. Revisa los cuadernos de trabajo (si es posible):** ofrece comentarios positivos y sugerencias en los ejercicios que realicen.
- 3. Preguntas de cierre:** al final de una actividad, pregunta: "¿qué fue lo más útil que aprendiste el día de hoy?" o "¿qué te llevas para aplicar en tus negocios?"
- 4. Retroalimentación enfocada en el crecimiento:** si alguien comete un error, ayúdale a entenderlo como una oportunidad para aprender. En lugar de decir "eso está mal", prueba con "entiendo tu idea, ¿has considerado también este otro punto?"

## 1. 4. Entendiendo a nuestros emprendedores

Las personas que participan en este Módulo de Consolidación del Emprendimiento (Nivel II) son jóvenes y adultos valientes que ya han dado el primer paso: ¡tienen un negocio en marcha! Esto implica que, generalmente:

- Han participado en programas previos de Aldeas Infantiles SOS Perú (como el Módulo de emprendimiento Nivel I).
- Sus emprendimientos están en una fase temprana, buscando crecer y ser más estables.
- En su mayoría, los y las participantes han alcanzado el nivel secundario.
- Proviene de contextos donde pueden enfrentar diversas situaciones de vulnerabilidad.
- Tienen muchas ganas de aprender y mejorar su calidad de vida y la de sus familias.
- Pueden tener diferentes niveles de acceso o comodidad con herramientas digitales.

### ¿Por qué es importante recordar esto?



**Empatía:** te ayudará a conectar mejor con ellos, entendiendo sus desafíos y motivaciones.



**Lenguaje:** necesitas usar un lenguaje claro, sencillo y evitar tecnicismos.



**Ejemplos:** los ejemplos deben ser cercanos a su realidad y a los tipos de negocios que suelen tener (venta de comida, servicios básicos, pequeñas tiendas, artesanías, entre otros).



#### Recuerda:

- Tu rol implica guiar con cercanía y comprensión, brindando herramientas prácticas que les anime a seguir adelante.

## 1. 5. Consejos clave para una facilitación exitosa

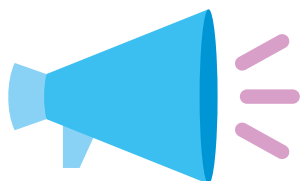
Aquí tienes algunos tips para que tus talleres sean un éxito y los y las participantes aprendan al máximo:



**1. ¡Prepárate bien!**: antes de cada sesión, lee con calma la guía, revisa las diapositivas (PPT) y asegúrate de entender bien los ejercicios del Cuaderno de trabajo. Piensa en ejemplos propios que puedas usar.



**2. Crea un ambiente de confianza:** desde el inicio, muestra una actitud abierta, sonriente y respetuosa. Haz que todas y todos se sientan bienvenidos y cómodos para participar.



**3. ¡Haz que participen!**: incentívalos a exponer sus ideas y aplicar los ejemplos y contenido del módulo a su emprendimiento.



**4. Conecta con su realidad:** Usa ejemplos de negocios que ellos conozcan o puedan tener. Pregúntales cómo aplicarían lo aprendido en sus propios emprendimientos.



**5. Usa los materiales de apoyo:** apóyate en las diapositivas (PPT) para los puntos clave y guía a los participantes para que usen su Cuaderno de trabajo. Son herramientas para ayudarte.



## FASE 2.

### ESTRUCTURA DEL PROGRAMA: PROPUESTA DE MEJORA

## 2. 1. Estructura de nuestro programa "Consolidación del emprendimiento"

¡Bienvenidas y bienvenidos a la hoja de ruta de nuestro módulo! Aquí presentaremos un panorama general de los temas que abordaremos, su importancia y los logros que esperamos que obtengan los emprendedores.

### A. Temario general del módulo

Este módulo está diseñado para ayudar a los emprendedores a fortalecer y hacer crecer sus negocios. Se divide en seis sesiones principales con diversas actividades prácticas en cada una:

	<p><b>Sesión: Formalización del emprendimiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— <b>Actividad 1:</b> Importancia y pasos para formalizar mi emprendimiento.</li><li>— <b>Actividad 2:</b> Procedimientos y documentos necesarios para formalizar mi emprendimiento.</li></ul>
	<p><b>Sesión: Acceso a financiamiento</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— <b>Actividad 1:</b> Opciones de financiamiento para emprendedores.</li><li>— <b>Actividad 2:</b> Elaboración de un plan de financiamiento.</li></ul>
	<p><b>Sesión: Finanzas para emprendedores</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— <b>Actividad 1:</b> Gestión financiera básica (registro de ingresos, gastos y presupuestos).</li></ul>
	<p><b>Sesión: Marketing para emprendedores</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>— <b>Actividad 1:</b> Estrategias de marketing digital.</li><li>— <b>Actividad 2:</b> Herramientas de marketing tradicional.</li></ul>



### Sesión: Ventas y fidelización de clientes

- **Actividad 1:** Estrategias de venta.
- **Actividad 2:** Técnicas de fidelización de clientes.
- **Actividad 3:** Desarrollo de base de datos.



### Sesión: Construcción de marca

- **Actividad 1:** Identidad de marca.
- **Actividad 2:** Estrategia de posicionamiento de marca.

Recordemos que cada sesión atiende una necesidad específica del negocio, veamos a continuación la relevancia de cada sesión para el emprendedor y el rol que cumplirías al asumir alguna de las 6 sesiones:



### Formalización del emprendimiento:

- **Para el emprendedor:** es el primer gran paso para que los negocios sean legales, identificables y puedan acceder a más oportunidades (como préstamos o relaciones con clientes más grandes). Esto les brinda una base sólida.
- **Tu rol como persona facilitadora:** ayudarles a entender, de manera sencilla y sin complicaciones, qué significa ser formal, qué opciones tienen para lograrlo y qué trámites necesitan.



### Acceso a financiamiento:

- **Para el emprendedor:** una vez formales, muchos necesitan dinero para invertir y crecer. Esta sesión muestra dónde y cómo pueden obtener este recurso.
- **Tu rol como persona facilitadora:** presentarles las diferentes fuentes de financiamiento de forma clara, ayudándoles a pensar cuál se adapta mejor a sus necesidades y cómo preparar un plan básico para solicitarlo.



### Finanzas para emprendedores:

- **Para el emprendedor:** tener dinero no es suficiente, ¡hay que saber administrarlo! Aquí aprenderán a llevar un control de sus ingresos y gastos para tomar buenas decisiones y asegurar que el negocio sea rentable.
- **Tu rol como persona facilitadora:** enseñarles herramientas sencillas para registrar sus finanzas y hacer presupuestos básicos, demostrando que no necesitan ser contadores expertos para tener sus cuentas en orden.



### Marketing para emprendedores:

- **Para el emprendedor:** los emprendedores descubrirán cómo dar a conocer sus productos o servicios.
- **Tu rol como persona facilitadora:** mostrar ideas prácticas de marketing (digital y tradicional) que puedan aplicar con pocos recursos, enfocándose en llegar a su público objetivo.



### Ventas y fidelización de clientes:

- **Para el emprendedor:** atraer clientes es importante, pero ¡convertirlos en ventas y hacer que regresen es clave! Aquí aprenderán técnicas para vender mejor y mantener a sus clientes contentos.
- **Tu rol como persona facilitadora:** compartir estrategias sencillas para mejorar sus habilidades de venta y construir relaciones duraderas con sus clientes.



### Construcción de marca:

- **Para el emprendedor:** es el toque final para que su negocio se destaque y sea recordado. Crear una buena marca les ayudará a diferenciarse de la competencia.
- **Tu rol como persona facilitadora:** guiarles en la creación de una identidad de marca básica (nombre, logo, mensaje) y en cómo posicionarse para que los clientes los elijan.



## FASE 3. GUÍA METODOLÓGICA

A continuación, encontrarás el paso a paso para facilitar cada actividad del módulo. Recuerda usar tu entusiasmo y los “Consejos clave para una facilitación exitosa” que vimos anteriormente.


## SESIÓN: FORMALIZACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO



23

### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

En esta sesión, ayudaremos a las y los emprendedores a entender por qué es tan importante que sus negocios sean formales y cuáles son los primeros grandes pasos para lograrlo en Perú. Muchos pueden ver la formalización como algo complicado, ¡nuestro trabajo es hacerlo ver como algo necesario y alcanzable!



**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Explicar con sus propias palabras por qué es beneficioso formalizar su emprendimiento.
- ✓ Identificar los tipos de empresa más comunes y cuáles podrían adaptarse mejor a su negocio (las figuras de "persona natural" y otras opciones jurídicas básicas).
- ✓ Describir los principales trámites para la formalización en Perú (RUC, Registros Públicos, Licencia Municipal, EsSalud y ONP).
- ✓ Conocer cómo aplicar lo aprendido cuando el emprendedor desee formalizarse.



### ACTIVIDAD 1:

¿Por qué ser formal? Importancia y pasos para formalizar mi emprendimiento



**Duración estimada:**  
30 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Comprender los beneficios de tener un negocio formalizado.
- Conocer los pasos generales para la formalización y su importancia.



#### 2. Preparación previa para la persona facilitadora:

- **Presentación PowerPoint:** revisa las diapositivas correspondientes a la Sesión 1, Actividad 1.
- **Video SUNAT:** Verifica que el enlace al video de SUNAT sobre beneficios de la formalización funcione (<https://www.youtube.com/watch?v=VCJmwojg2tE>). Ten un plan B por si falla el internet (p. ej.: resumir los puntos clave del video).

**Ejemplos adicionales:** piensa en algún ejemplo local de un negocio que se haya beneficiado de la formalización. Por ejemplo: el negocio de la señora Grimanesa que vendía anticuchos en la calle y ahora, con el tiempo, vende en un local con su familia.



#### 3. Materiales necesarios:

- Presentación PowerPoint (PPT) de la Sesión 1, Actividad 1.
- Video de la SUNAT.



#### 4. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL

 10 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y conexión (2 minutos)

- **Qué hacer:** recibe al emprendedor y emprendedora con un saludo cálido y entusiasta.
- **Guion sugerido:**

“¡Muy buenos días! Qué bueno encontrarte y poder trabajar juntos de la mano para aprender sobre la importancia de ser formal en nuestro país. Para comenzar, ¿sabes cómo los emprendimientos se vuelven formales o se formalizan en nuestro país?”



**Recomendación:** escucha atentamente algunas expectativas para retomarlas luego si es oportuno. Mantén un tono cercano y motivador.

## PASO 2: Introducción al tema y video (3 minutos)

- **Qué hacer:** explica brevemente que en esta actividad se enfocarán en los pasos generales de la formalización y su importancia. Introduce el video de SUNAT.

- **Guion sugerido:**

"Excelente. Como ves, hay mucho interés en este tema. Formalizar un negocio puede sonar un poco serio, ¡pero es como ponerle cimientos fuertes a una casa! Nos abre puertas y nos da tranquilidad. Para entender mejor por qué es tan bueno ser formal, vamos a ver un video corto de la SUNAT que nos explica algunos beneficios. Pon atención a qué ventajas mencionan".

- **Acción:** Proyecta el video de SUNAT.

## PASO 3: Reflexión postvideo (5 minutos)

- **Qué hacer:** Abre una conversación sobre el video.

- **Guion sugerido con preguntas clave:**

"¿Qué te pareció el video? ¿Qué ideas te llamaron más la atención?"

"Según el video y lo que tú piensas, ¿qué aspectos o beneficios crees que son los más importantes al formalizar un negocio?"

"Pensando en tu emprendimiento, ¿cómo crees que la formalización podría ayudarte a crecer o resolver algún problema que tengas ahora?"



**Recomendación:** anima la participación. Si es necesario, da un ejemplo: "Yo conozco a un emprendedor que, al formalizarse, pudo venderle a una empresa más grande, ¡imagínense!"

## MOMENTO: PROCESAMIENTO

 5 MINUTOS

- Esta parte conecta con la reflexión postvideo en la guía original, pero la separamos para mayor claridad en la acción de la persona facilitadora.

## PASO 4: Registro de ideas y discusión dirigida

- **Qué hacer:** pide a las y los participantes que anoten sus respuestas y reflexiones en su Cuaderno de trabajo. Luego, comenta brevemente algunas respuestas, destacando la conexión entre formalización, crecimiento y estabilidad.

- **Guion sugerido:**

"Muy buenas ideas. Ahora, te voy a pedir que, en tu Cuaderno de trabajo, en el Ejercicio 1 (Reflexión final), respondas las siguientes preguntas:

1. Si formalizas tu negocio, ¿qué ventaja o beneficio crees que te ayudará más a crecer?

2. ¿Cómo crees que la formalización puede mejorar la relación de confianza entre tú y tus clientes?

- **Después de que escriba, comentas:**

“Veo que mencionan el acceso a préstamos, venderle a empresas, o simplemente trabajar más tranquilo. Todo eso es clave y la formalización es el camino para lograrlo”. Y si no lo menciona, igual debes comentarlo.



**Recomendación:** deja 1 o 2 minutos para que escriban. Asegúrate de que hayan comprendido la pregunta y la importancia de los beneficios.

---

## MOMENTO: GENERALIZACIÓN

 10 MINUTOS

---

- Aquí se presentan los conceptos de forma estructurada, donde uno ordena y presenta el tema en cuestión.

### PASO 5: Explicando los pasos clave de la formalización

- **Qué hacer:** explica de forma general y sencilla los pasos clave para formalizar un emprendimiento en Perú, orientando sobre qué son, para qué sirven y su importancia. Utiliza las diapositivas de la PPT correspondientes.
- **Guion sugerido (transición):**

“Ahora que sabemos por qué es bueno ser formal, vamos a conocer cuáles son esos grandes pasos o trámites que necesitamos. No te preocupes por todos los detalles ahora, solo quiero que tengas una idea general. En la siguiente actividad veremos los papeles específicos”.

- **Contenido a cubrir (usando la PPT y simplificando):**

#### 1. Elegir el tipo de empresa:

- “Lo primero es decidir cómo funcionará nuestro negocio legalmente. Las opciones más comunes para empezar son: ser persona natural con negocio (es como decir, ‘yo mismo soy el negocio con mi RUC’) o constituirte como persona jurídica si te asocias o quieres más protección (puedes establecerte como una E.I.R.L. si eres solo tú, o como S.R.L. o una S.A.C. si son varios socios)”.
- Explica brevemente las ventajas y desventajas de ser una persona natural vs. persona jurídica (ver Anexo 1).
- Menciona los tipos de empresas más comunes en el Perú y Regímenes Tributarios básicos (NRUS, RER). Adecúa el tipo de información de acuerdo a lo que requiera el emprendedor. Aquí se menciona: “luego, eliges un régimen de impuestos. Para negocios pequeños, están el NRUS (pagas un monto fijo al mes, más simple) o el RER (pagas un porcentaje de tus ventas y te permite tener facturas)”. (Ver Anexo 2).

## Ahora, vamos a aterrizar estos conceptos de una forma más didáctica:

Imagina que quieres iniciar un negocio como una tienda de abarrotes o cualquier otra cosa. Lo primero que debes decidir es cómo te presentas ante la SUNAT (la entidad que recauda impuestos en Perú) y cómo vas a operar legalmente.

Para ello vamos a desglosar cada concepto:

### PASO 1: ¿Quién eres tú ante el negocio? Persona natural vs. persona jurídica

— Esta es la primera gran decisión. Define la "identidad legal" para tu negocio.

#### 1. 1. Persona natural con negocio:

- **¿Quién es?:** eres tú mismo como individuo, pero ejerciendo una actividad económica. Tus finanzas personales y las de tu negocio están entrelazadas.

**Ejemplo:** Juan Pérez abre una bodega y, legalmente, la bodega es "Juan Pérez". Pero si la bodega tiene deudas, Juan Pérez (la persona) debe responder con sus bienes personales (su casa, su auto).

- **Características:**

- **Identificación:** tu DNI es tu número de identificación tributaria (aunque la SUNAT te asignará un RUC para tu negocio).
- **Responsabilidad ilimitada:** esto significa que, si tu negocio tiene deudas o problemas legales, tus bienes personales pueden ser utilizados para cubrirlos. Es decir: tus bienes personales no están separados de los bienes del negocio.
- **Formalización:** Es la forma más sencilla y económica para empezar.

#### 1. 2. Persona jurídica:

- **¿Quién es?:** es una entidad o empresa independiente de sus dueños (socios o accionistas). Se crea con un nombre propio, un capital y una finalidad específica.

**Ejemplo:** Juan Pérez y María García deciden formar "Abarrotes Felicidad S.A.C". Esta empresa es una entidad legalmente distinta de Juan y María.

- **Características:**

- **Identificación:** Tiene su propio RUC, diferente al RUC de sus dueños.
- **Responsabilidad limitada:** las deudas o problemas legales del negocio solo afectan al patrimonio de la empresa. Los bienes personales de los dueños están protegidos (a menos que haya dolo o mala gestión).
- **Formalización:** más compleja y costosa de constituir (se necesita ir a Registros Públicos, elaborar una minuta, etc.).
- **Tipos más comunes en Perú:** E.I.R.L. (Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, que es para una sola persona), S.A.C. (Sociedad Anónima Cerrada), S.R.L. (Sociedad Comercial de Responsabilidad Limitada), entre otras.



### Resumen del paso 1:

- **Persona natural con negocio:** eres tú con responsabilidad ilimitada. Fácil de empezar.
- **Persona jurídica:** es una empresa formada como una entidad separada de ti, con responsabilidad limitada. Más compleja de crear.

### PASO 2: ¿Qué tipo de ingresos genera tu negocio?: las categorías de renta

- Una vez que sabes si eres persona natural o jurídica, la SUNAT clasifica tus ingresos (o rentas) según de dónde provienen. Para los negocios, la más importante es la renta de tercera categoría.
  - **Clasificación de rentas en Perú (esto es solo para que conozcas el panorama completo, pero concéntrate en la tercera categoría para negocios):**
    - **Primera categoría:** ingresos por el alquiler o arrendamiento de bienes (casas, locales, autos).
    - **Segunda categoría:** ganancias de capital (por ejemplo, por la venta de acciones, regalías, intereses de préstamos).
    - **Tercera categoría (¡esta es para los y las emprendedoras que van a poner un negocio!):** son las ganancias que provienen de actividades comerciales, industriales, de servicios, agrícolas, mineras, etc. Se generan por la combinación de capital y trabajo. Por ejemplo: una tienda de abarrotes genera rentas de tercera categoría.
    - **Cuarta categoría:** son ingresos por trabajo independiente, sin relación de dependencia (p. ej.: cuando un consultor independiente que trabaja solo emite recibos por honorarios).
    - **Quinta Categoría:** ingresos por trabajo dependiente (ejemplo: tu sueldo si trabajas para una empresa en planilla).



### Resumen del paso 2:

- Si tu negocio vende productos o servicios, tus ganancias son **renta de tercera categoría**.

### PASO 3: ¿Cómo vas a pagar tus impuestos?: los regímenes tributarios

Aquí es donde entra la "clasificación de renta". Los regímenes tributarios son las reglas establecidas por la SUNAT que determinan cómo tu negocio (ya sea como persona natural o jurídica) va a calcular y pagar el impuesto a la renta de tercera categoría u otros impuestos (como el IGV).

La elección del régimen depende principalmente de tus ingresos esperados, el tipo de actividad y tus necesidades (por ejemplo, si necesitas emitir facturas).

Vamos a revisarlos nuevamente, pero ahora con el contexto de persona natural y jurídica:

### 3. 1. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS):

- **¿Quién puede estar aquí?:** solo personas naturales con negocio.
- **Ejemplo:** tu pequeña bodega, un puesto de jugos, una peluquería unipersonal.
- **Ventajas:** la más simple: pagas una cuota fija mensual baja (S/ 20 o S/ 50) y no llevas libros contables.
- **Desventajas:** solo puedes emitir boletas y no facturas. Hay límites de ingresos y compras muy bajos.
- **Ideal para:** negocios muy pequeños con ventas al consumidor final.

### 3. 2. Régimen Especial de Renta (RER):

- **¿Quién puede estar aquí?:** personas naturales con negocio y personas jurídicas (pero con ciertas restricciones).
- **Ejemplo:** una bodega un poco más grande, una pequeña tienda de ropa, un pequeño restaurante.
- **Ventajas:** puedes emitir facturas y pagar un porcentaje fijo de tus ventas (1.5 % del ingreso neto mensual como IR). La contabilidad es sencilla (registro de compras y ventas).
- **Desventajas:** hay límites de ingresos (hasta S/ 525 000 anuales) y de personal. Ciertas actividades no pueden estar en el RER.
- **Ideal para:** pequeños negocios que necesitan facturar y tienen un crecimiento moderado.

### 3. 3. Régimen MYPE tributario (RMT):

- **¿Quién puede estar aquí?:** personas naturales con negocio y personas jurídicas.
- **Ejemplo:** una mediana tienda de abarrotes, una pequeña empresa de consultoría, un taller mecánico, un pequeño comercio electrónico.
- **Ventajas:** tasas de impuesto a la renta progresivas más bajas para utilidades pequeñas (10 % hasta 15 UIT de utilidad). Permite ingresos mucho más altos (hasta 1 700 UIT). La contabilidad es simplificada.
- **Desventajas:** hay que presentar declaración anual de impuesto a la renta.
- **Ideal para:** micro y pequeñas empresas que están creciendo o tienen ingresos superiores a los del RER, o que buscan aprovechar las ventajas de las tasas progresivas.

### 3. 4. Régimen General (RG):

- **¿Quién puede estar aquí?:** personas naturales con negocio y personas jurídicas.
  - **Ejemplo:** cadenas de supermercados, grandes empresas, fábricas, empresas de consultoría con muchos clientes y empleados.
- **Ventajas:** no tiene límites de ingreso. Puedes deducir todos tus gastos y hasta pérdidas de años anteriores. Mayor prestigio en el mercado.

- **Desventajas:** la más compleja: la tasa de Impuesto a la Renta es la más alta (29.5 % sobre la utilidad neta anual). Esto exige llevar contabilidad completa y formal.
- **Ideal para:** grandes empresas o empresas que tienen una proyección de crecimiento muy alta y necesitan la flexibilidad y los beneficios tributarios que ofrece este régimen (como la deducción de gastos).



### 5. Puntos clave de esta actividad

(resumen para el facilitador):

- La formalización brinda beneficios clave: acceso a financiamiento, clientes más grandes, tranquilidad legal.
- Los principales pasos generales son: elegir el tipo de empresa o régimen, RUC, registros públicos (si es que aplica).
- El RUC es fundamental, es como "el DNI del negocio".
- Para microempresas, las figuras de persona natural y regímenes como NRUS o RER suelen ser las más adecuadas para empezar.

## Resumen de Términos Clave

Término	¿Qué es? Pero "en fácil"	¿Para qué sirve?	¿Quiénes lo usan o necesitan?	¿Un ejemplo práctico!
<b>RUC</b>	El <b>DNI de tu negocio</b> : un número único que te identifica como alguien que hace actividades económicas	Te permite ser formal, emitir documentos de venta (boletas o facturas) y pagar tus impuestos	Cualquier persona o empresa que quiera iniciar un negocio formalmente	Quieres poner un salón de belleza, una tienda comercial o un restaurante: necesitas tu RUC
<b>NRUS</b>	El <b>régimen más simple y barato</b> para negocios muy pequeños	Pagar una cuota fija mensual de impuestos y no complicarte con contabilidad compleja	Personas naturales con negocios muy pequeños y ventas y compras limitadas (ej.: menos de S/ 8 000 al mes)	Vendes postres caseros, arreglas bicicletas a domicilio o tienes un pequeño puesto en la feria y tus ingresos no son altos
<b>RER</b>	Un <b>paso intermedio</b> para negocios que ya venden un poco más, pero aún son pequeños	Emitir <b>facturas</b> (¡importante para vender a empresas!) y pagar un porcentaje de tus ventas como impuesto	Pequeñas empresas (personas naturales o jurídicas) con ventas anuales un poco más altas que el NRUS (ej.: hasta S/ 525 000 al año)	Tienes una pequeña agencia de marketing digital, un minimarket o una librería y necesitas emitir facturas a tus clientes
<b>ONP</b>	El <b>sistema público de pensiones</b> . Un ahorro para cuando te jubiles	Asegurar una pensión mensual cuando llegues a la edad de retiro (jubilación)	Trabajadores dependientes (en planilla) y trabajadores independientes que decidan aportar para su jubilación futura	Trabajas en una colegio particular y parte de tu sueldo va a la ONP para asegurar tu futuro



## ACTIVIDAD 2: Procedimientos y documentos para formalizar mi emprendimiento



**Duración estimada:**  
30 minutos



### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Identificar los procedimientos específicos y documentos necesarios para cada trámite clave de formalización en Perú (RUC, registros públicos, licencia municipal, EsSalud, ONP).
- Comprender la importancia de estar bien preparado con la documentación para evitar retrasos.
- Completar un cuadro resumen con los trámites y documentos relevantes para su emprendimiento.



### 2. Preparación previa para la persona facilitadora:

- **Presentación PowerPoint:** revisa las diapositivas correspondientes a la Sesión 1, actividad 2.



### 3. Materiales necesarios:

- Presentación PowerPoint (PPT) de la Sesión 1, Actividad 2.
- Cuaderno de trabajo del participante.



### 4. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

**MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL**

**5 MINUTOS**

#### PASO 1: Conectando con la actividad anterior y motivando (2 minutos)

- **Qué hacer:** recuerda brevemente lo aprendido en la actividad 1 y explica el enfoque práctico de esta nueva actividad.
- **Guion sugerido:**

“¡Muy bien! En la actividad anterior vimos por qué es importante ser formales. Ahora, en esta segunda parte, vamos a ponernos más prácticos: vamos a ver qué papeles y qué caminos seguir para cada uno de esos trámites. Estar bien preparados con los documentos nos ahorra tiempo y dolores de cabeza, ¿verdad?”



**Recomendación:** mantén un tono cercano y motivador. Hazle sentir que ha realizado un paso más hacia la consolidación de sus negocios.

**PASO 2:** Compartiendo experiencias (opcional) y reflexión (3 minutos)

- **Qué hacer:** invita al participante a compartir brevemente si ha tenido alguna experiencia (personal o de alguien que conozca) con la realización de trámites para un negocio. Motiva la reflexión sobre la importancia de estar bien preparado.
- **Guion sugerido:**

"Antes de entrar a los detalles, ¿alguna vez intentaste hacer algún trámite para un negocio antes? ¿O conoces a alguien que lo haya hecho? ¿Cómo fue esa experiencia? (Escucha 1 o 2 respuestas breves). A veces, si no sabemos bien qué llevar o a dónde ir, podemos perder tiempo, ¿cierto? Por eso es tan importante estar bien informados y organizados".



**Recomendación:** fomenta la participación, pero controla el tiempo para no extenderte demasiado en las anécdotas. El objetivo es resaltar la utilidad de lo que van a aprender.

**MOMENTO: PROCESAMIENTO**
 **5 MINUTOS**
**PASO 3:** Indagando conocimientos previos (preguntas clave)

- **Qué hacer:** pregunta al participante qué documentos cree que son necesarios para iniciar el proceso de formalización.
- **Guion sugerido:**

"Antes de que yo te comente, me gustaría saber: si hoy mismo quisieras empezar a formalizar tu negocio, ¿qué documentos crees que necesitarías tener a la mano? ¿Qué se te viene a la mente?"

- **Guion sugerido (comentario):**

"¡Muy buenas ideas! Veo que ya tienes una noción. Ahora vamos a ver en detalle qué se necesita para cada paso importante".



**Recomendación:** valora todas las respuestas.

**MOMENTO: GENERALIZACIÓN**
 **10 MINUTOS**

— Presentación detallada de procedimientos y documentos.

**PASO 4:** Explicando procedimientos y documentos por trámite

- **Qué hacer:** explica detalladamente los procedimientos y documentos necesarios para cada trámite principal.
- **Guion sugerido (transición):**

"Ahora sí, vamos a ver el 'mapa del tesoro' para cada trámite. Usaremos la presentación como guía".

## A continuación, profundizamos en los siguientes pasos:

- Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes):
  - “El RUC es como el DNI de tu negocio. ¡Es indispensable! Con él, la SUNAT te identifica y permite la emisión de boletas o facturas”.
  - Destaca su importancia para el reconocimiento formal y acceso a financiamiento.
  - Puedes buscar más detalle en Consulta RUC para familiarizarte con el tema. Ahí puedes ver si un RUC está activo o no. Se recomienda hacer un ejemplo con un RUC válido para que se aprecie el proceso.
- Inscripción en registros públicos (SUNARP):
  - “Esto es más que nada si eliges ser persona jurídica. Es como inscribir el ‘nacimiento’ de tu empresa. Si eres persona natural, a veces inscribes tu nombre comercial para protegerlo”.
- Licencia municipal de funcionamiento:
  - “Si tienes un local (una tienda, un taller o un restaurante) necesitas permiso de la municipalidad para funcionar allí. Es como la licencia de conducir, ¡pero para tu negocio!”

## A continuación, se muestran los requisitos para tramitar la licencia en la Municipalidad de Lima:

- Requisitos generales en la Municipalidad de Lima:
  - **Formulario de solicitud:** se trata de una declaración jurada que debe ser completada con la información del solicitante (RUC, DNI, etc.).
  - **Documento de identidad:** copia del DNI si eres persona natural o copia de la ficha RUC y DNI del representante legal si eres persona jurídica.
  - **Certificado de vigencia de poder:** si se trata de una persona jurídica, es necesario presentar este certificado que acredite la representación legal.
  - **Carta poder o declaración jurada:** si la solicitud es realizada por un representante, se debe adjuntar una carta poder simple firmada por el apoderado (con su DNI) o una declaración jurada si es una persona jurídica.
  - **Comprobante de pago:** por derecho de trámite.
  - **Autorización sectorial:** para algunas actividades puede ser necesaria una autorización sectorial específica emitida por el ministerio correspondiente.



### Recomendación:

- Sé claro y conciso: usa analogías simples (“DNI del negocio”, “licencia de conducir”).
- Anima al participante a tomar notas y hacer preguntas si algo no queda claro. P. ej.: “¿alguna pregunta hasta aquí sobre estos grandes pasos?”
- Orienta siempre hacia la realidad de las microempresas.

## PASO 5: Conectando con la realidad del emprendedor y puente a la siguiente actividad

- **Qué hacer:** pide al emprendedor que piense brevemente en su propio negocio y cuál de estos pasos le parece más urgente o importante en su situación actual.

- **Guion sugerido:**

“Muy bien. Estos son los grandes pasos. Ahora quiero que pienses un momento en tu propio negocio: ¿Cuál de estos trámites sientes que es el más importante para ti en este momento? ¿El RUC? ¿La licencia? Solo piénsalo”.

- (Realiza una breve pausa).

---

### MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

35

#### — 5. Puntos clave de esta actividad (resumen para el facilitador):

- Cada trámite de formalización (RUC, SUNARP, licencia, EsSalud u ONP) tiene procedimientos y documentos específicos.
- Los portales web de las entidades (SUNAT, SUNARP, etc.) son la fuente oficial de información.

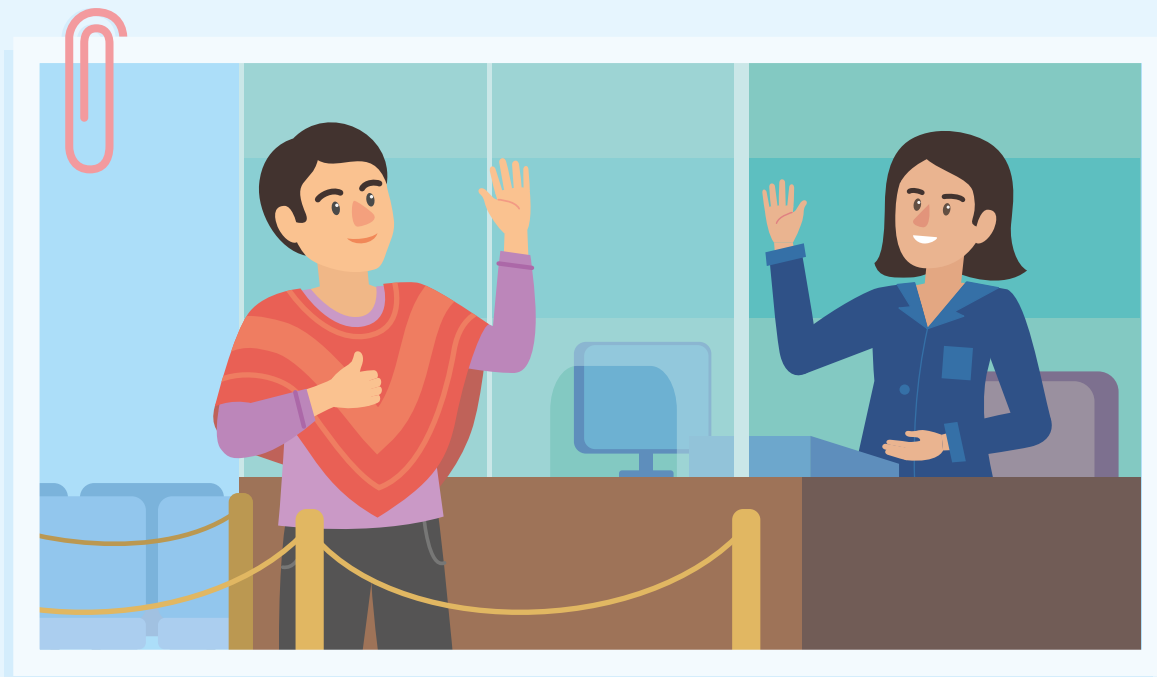
- **Responder en el ejercicio 2 en el Cuaderno de trabajo (Reflexión final):**

1. ¿Cómo te beneficia conocer cada paso de la formalización en la planeación de tu negocio?

2. ¿De qué manera el cumplimiento de estas obligaciones, como la declaración de impuestos, puede afectar la estabilidad de tu negocio?

## SESIÓN: ACCESO A FINANCIAMIENTO

36



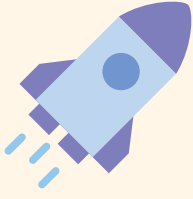
### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

En esta sesión, nos enfocaremos en un tema crucial para todo emprendedor y emprendedora que busca crecer: el financiamiento. Aquí exploraremos las distintas formas de conseguir ese dinero.

**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Identificar diferentes opciones de financiamiento disponibles para emprendedores y emprendedoras en Perú (bancos, microfinancieras, fondos gubernamentales y otras alternativas).
- ✓ Evaluar las ventajas y desventajas de cada opción de financiamiento.
- ✓ Seleccionar la opción de financiamiento que podría ser más adecuada para su proyecto específico.
- ✓ Elaborar un plan básico para gestionar el financiamiento obtenido.



### ACTIVIDAD 1:

Buscando el Impulso: Opciones de financiamiento para emprendedores y emprendedoras



**Duración estimada:**  
30 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Conocer las principales fuentes de financiamiento formales e informales para emprendedores y emprendedoras.
- Comprender los requisitos básicos, ventajas y desventajas de cada opción.
- Reflexionar sobre qué opción podría ser más viable para su propio emprendimiento.



#### 2. Preparación previa para la persona facilitadora:

- **Presentación PowerPoint:** revisa las diapositivas correspondientes a la Sesión 2, Actividad 1.
- **Video (importancia del acceso al crédito):** mostrar el siguiente video para comprender la importancia de acceso al crédito: <https://www.youtube.com/watch?v=ihDV2E29x-o>.

**Ejemplos locales:** piensa en entidades financieras locales (bancos, cajas municipales, cooperativas) que los participantes puedan conocer.



#### 3. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL



5 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y conexión personal (2 minutos)

- **Qué hacer:** saluda al emprendedor y emprendedora y conecta el tema del financiamiento con experiencias cotidianas de ahorro o necesidad de dinero.
- **Guion sugerido:**

“Hoy vamos a hablar de algo que seguro te interesa mucho: el dinero para nuestros negocios. Pero antes de hablar de préstamos y bancos, te pregunto: ¿alguna vez has tenido que ahorrar mucho para comprar algo que querías, como un celular nuevo, un electrodoméstico, o quizás para un viaje? ¿Cómo lo hiciste?” Escucha 1 o 2 respuestas breves.



**Recomendación:** busca generar un ambiente relajado. La idea es mostrar que planificar para obtener dinero es algo que ya hacen en otros ámbitos.

**PASO 2:** Introducción al tema y video (3 minutos)

- **Qué hacer:** explica que, así como ahorramos para metas personales, los negocios también necesitan "combustible" (dinero) para empezar o crecer. Introduce el video.

- **Guion sugerido:**

"Así como ahorramos para obtener nuevas cosas o experiencias, los negocios también necesitan dinero para crecer. No obstante, ese monto que necesitamos a veces es más de lo que tenemos ahorrado. A esa búsqueda y ejecución se le llama financiamiento. Para entender un poco más por qué es importante tener acceso a este 'combustible', vamos a ver un video corto. Presta atención a cómo el crédito puede ayudar".

- **Acción:** proyecta el video sobre la importancia del acceso al crédito.

**MOMENTO: PROCESAMIENTO**
 **5 MINUTOS**
**PASO 3:** Reflexión postvideo y preguntas clave

- **Qué hacer:** genera una breve discusión sobre el video y la percepción del participante sobre el financiamiento.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

"¿Qué te pareció el video? ¿Qué idea te queda sobre la importancia de conseguir financiamiento para un negocio?"

"¿Crees que es difícil obtener un préstamo o crédito? ¿Por qué sí o por qué no?"

"Además de los bancos, ¿qué otras formas conoces o has escuchado para conseguir dinero para un negocio?"

- **Guion sugerido (comentario):**

"Es interesante lo que mencionas. A veces pensamos solo en bancos, pero hay más caminos. Y sí, puede parecer difícil, pero si nos preparamos bien, ¡es posible! Hoy vamos a conocer varias opciones".



**Recomendación:** anima a que comparta sus temores o dudas sobre el financiamiento. Es importante crear un espacio de confianza.

**MOMENTO: GENERALIZACIÓN**
 **10 MINUTOS**

- Presentación de las opciones de financiamiento.

**PASO 4:** Explorando las opciones de financiamiento

- **Guion sugerido (transición):**

"Ahora sí, vamos a explorar ese 'menú' de opciones que tenemos para financiar nuestros sueños emprendedores. ¡Hay para todos los gustos y necesidades!"

- **Contenido a cubrir (opción por opción de forma resumida y amigable):**

### 1. Préstamos bancarios:

- **Qué son:** dinero que presta un banco y se devuelve en cuotas con intereses.
- **Cómo funcionan:** solicitud, evaluación, plazos, cuotas.
- **Requisitos básicos:** negocio formal, buen historial, garantías (a veces).
- **Ventajas:** montos grandes, plazos largos.
- **Desventajas:** muchos requisitos, proceso largo.

| **Ejemplo simple:** "serviría para comprar una máquina nueva y cara para la panadería".

### 2. Microcréditos:

- **Qué son:** préstamos más pequeños. Proviene de cajas municipales, cooperativas, etc.
- **Cómo funcionan:** similar a bancos, pero con menos requisitos.
- **Ventajas:** acceso rápido, menos papeles. Aplica para negocios pequeños.
- **Desventajas:** intereses a veces un poco más altos, plazos más cortos.

| **Ejemplo simple:** para comprar más mercadería para la tienda del mercado.

### 3. Fondos gubernamentales:

- **Qué son:** dinero que da el gobierno a través de concursos o programas (Reactiva Perú, Procompite, etc.).
- **Requisitos generales que suelen pedir diferentes fuentes de financiamiento gubernamental en Perú:** en nuestro país existen distintos fondos de apoyo para el emprendedor por parte del Estado. Estos fondos, si bien tienen características específicas de acuerdo a los objetivos de cada programa, comparten **requisitos generales que son comunes**. Asimismo, estas exigencias son muy consideradas por parte del Estado para poder obtener dichos fondos. Para apreciar esto con detenimiento, ver el **Anexo 3**.
- **Cómo acceder:** participar en convocatorias y presentar un buen plan.
- **Ventajas:** intereses bajos o nulos a veces con capacitación.
- **Desventajas:** muy competitivos y poseen requisitos específicos. También compites con otros emprendedores por un fondo de dinero.

| **Ejemplo simple:** un grupo de artesanas que gana un **concurso** para mejorar su taller.

### 4. Fuentes alternativas de financiamiento: las 'otras' formas

- **Qué son:** juntas de ahorro y préstamos de familiares o amigos.
- **Ventajas:** rápido, pocos requisitos formales, a veces sin intereses.
- **Desventajas:** riesgos por informalidad y montos pequeños.
- **Ejemplo simple:** "pedirle un préstamo a un tío para comprar los primeros insumos".



#### Recomendación:

- Usa la PPT como guía visual.

- Para cada opción, resalta: **qué es, para quién es bueno, el aspecto bueno, lo no tan bueno, entre otros.**
- Menciona ejemplos de entidades locales si conoces algún caso.
- Pregunta clave al final de cada opción: "¿Este tipo de financiamiento crees que podría servir para tu negocio? ¿En qué situación?"

## MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

40

### PASO 5: completando el cuadro comparativo y reflexión personal

- **Qué hacer:** pide al emprendedor que termine de completar la tabla comparativa en su Cuaderno de trabajo con los puntos clave de cada opción de financiamiento. Luego, deben reflexionar sobre cuál opción sería más adecuada para su emprendimiento específico.
- **Guion sugerido:**

"¡Muy bien! Hemos visto varias opciones. Ahora, en el **Ejercicio 3 del Cuaderno de trabajo**, vamos a resumir lo más importante de cada una: **cómo funciona, requisitos, ventajas y desventajas**. Tienes unos minutos para completarla con lo que hemos conversado".

- (Brinda unos 5 o 7 minutos para que trabajen en la tabla).
- **Guion sugerido para la reflexión personal:**

"Una vez que tengas tu tabla lista, quiero que pienses en TU PROPIO NEGOCIO. De todas estas opciones, ¿cuál crees que se adaptaría mejor a lo que necesitas AHORA MISMO y por qué? Responde las preguntas en la sección de Reflexión final".



#### Recomendación:

- Ayuda con las dudas. Asegúrate de que estén entendiendo los conceptos para llenar la tabla.
- Anímales a ser realistas al pensar en su propio negocio.

### PASO 6: Compartir ideas y cierre de la actividad (10 minutos)

- **Qué hacer:** invita al emprendedor a compartir qué opción eligió para su negocio y por qué.
- **Guion sugerido:**

"¿Te animas a compartir qué opción de financiamiento te pareció más interesante para tu negocio y por qué?" "¡Excelentes reflexiones! Como ves, no hay una opción 'mágica' para todos y todas. Depende de cada negocio y cada momento".

- **Cierre y enlace:**

“Conocer estas opciones es el primer paso. En nuestra siguiente actividad vamos a aprender cómo hacer un PLAN para ese financiamiento. Esto para que el dinero realmente nos ayude a crecer de forma organizada”.



**Recomendación:** valora la diversidad de respuestas y resalta que la elección depende del contexto.



### 5. Puntos clave de esta actividad

(resumen para el facilitador):

- Existen diversas fuentes de financiamiento: bancos, microfinancieras, gobierno y alternativas informales.
- Cada opción tiene sus propios requisitos, ventajas y desventajas.
- Es crucial que el emprendedor analice cuál se ajusta mejor a las necesidades y capacidades de su negocio.



**ACTIVIDAD 2:**  
Trazando el camino del  
dinero: elaboración de un  
Plan de financiamiento



**Duración estimada:**  
30 minutos

42



### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Comprender los componentes básicos de un Plan de financiamiento (necesidades de capital, fuentes de ingresos, cronograma de pagos).
- Identificar las necesidades de capital específicas para su emprendimiento.
- Evaluar posibles fuentes de ingreso para cubrir el financiamiento.
- Elaborar un cronograma básico de pagos para un financiamiento hipotético.
- Reflexionar sobre la importancia de planificar el uso y la devolución del dinero.



### 2. Materiales necesarios:

- Presentación PowerPoint (PPT) de la Sesión 2, Actividad 2.



### 3. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

## MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL

 5 MINUTOS

### PASO 1: Recordando y conectando (2 minutos)

- **Qué hacer:** inicia recordando la actividad anterior sobre las opciones de financiamiento y enlaza con la necesidad de planificar.
- **Guion sugerido:**

“¡Seguimos adelante! En la actividad pasada vimos que hay varios caminos para conseguir ese ‘empujoncito’ económico que nuestros negocios necesitan. Pero, una vez que tenemos una idea de dónde podríamos conseguir el dinero, ¿qué sigue? ¿Simplemente lo pedimos y ya? ¿O será mejor tener un plan?”

### PASO 2: La importancia de un plan: experiencias personales (3 minutos)

- **Qué hacer:** relaciona la importancia de un plan financiero con experiencias personales de planificación de gastos.
- **Guion sugerido:**

“Pensemos en nuestra vida diaria. Si vamos a hacer una compra grande como los útiles escolares de los hijos o un arreglo importante en casa, ¿qué solemos hacer?” (Escucha 1 o 2 respuestas: ‘hacemos una lista’, ‘vemos cuánto tenemos’, ‘calculamos si nos alcanza’).”

“**¡Exacto!** hacemos un pequeño plan. Con el dinero para el negocio es igual de importante, ¡o incluso más! Hoy aprenderemos a hacer un ‘Plan de financiamiento’ sencillo para nuestro emprendimiento”.



**Recomendación:** busca que el participante vea la planificación financiera como algo cercano y no intimidante.

---

## MOMENTO: PROCESAMIENTO

5 MINUTOS

### PASO 3: Explorando las primeras ideas sobre planificación

- **Qué hacer:** pregunta al participante qué cree que debería incluir en un plan para manejar el dinero de un negocio.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

“Si fueras a pedir un préstamo o usar tus ahorros para tu negocio, ¿qué cosas necesitarías saber o calcular ANTES para usar bien ese dinero?”

“¿En qué gastarías ese dinero?”

“Si es un préstamo, ¿cómo te asegurarías de devolver el monto?”

- **Guion sugerido (comentario):**

“¡Muy buenas ideas! Estás mencionando cosas como ‘saber en qué lo voy a usar’, ‘calcular cuánto necesito exactamente’, ‘ver si mis ventas me alcanzarán para pagar’. Todo esto es parte de un Plan de financiamiento”.



**Recomendación:** anota algunas ideas clave.

---

## MOMENTO: GENERALIZACIÓN

10 MINUTOS

— Presentación de los componentes del Plan de financiamiento.

### PASO 4: Desglosando el Plan de financiamiento

- **Guion sugerido (transición):**

“Ahora vamos a ponerle nombre y orden a esas buenas ideas que tuviste. Un Plan de financiamiento básico nos ayuda a responder tres preguntas clave sobre el dinero que necesitamos”.

- **Contenido a cubrir (componente por componente usando ejemplos simples):**

#### 1. Identificación de necesidades de capital:

“¿cuánto dinero necesito y para qué?”

— **Qué es:** calcular cuánto dinero se requiere para iniciar, operar o expandir el negocio.

- **Cómo hacerlo:** listar gastos iniciales (equipos, alquiler, materiales) y gastos operativos (sueldos, servicios, marketing). Sumar todo.
- **Importancia:** evita sorpresas y permite planificar de forma realista.

**Ejemplo:** para nuestro puesto de jugos, necesitamos S/ X para la licuadora, S/ Y para la mesa, S/ Z para las primeras frutas y vasos.

## 2. Fuentes de ingresos (o financiamiento): "¿de dónde vendrá el dinero?"

- **Qué es:** identificar de dónde se obtendrá el capital necesario.
- **Cómo hacerlo:** evaluar opciones (ahorros, préstamos bancarios, microcréditos, familiares, fondos gubernamentales).
- **Importancia:** escoger la fuente más viable y sostenible.

**Ejemplo:** "para el puesto de jugos, S/ A vendrán de un microcrédito, S/ B de un préstamo familiar".

## 3. Cronograma de pagos: "¿cómo y cuándo devolveré el dinero (si es prestado)?"

- **Qué es:** planificar la devolución del financiamiento, organizando fechas y montos.
- **Cómo hacerlo:** establecer fechas de pago, montos de cuota y duración del préstamo, considerando los ingresos proyectados del negocio.
- **Importancia:** evita problemas de liquidez y endeudamiento excesivo.

**Ejemplo:** "el microcrédito se pagará en 3 cuotas mensuales de S/ C cada una".

### MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

#### PASO 5: "¡A planificar!": elaborando tu propio Plan de financiamiento

- **Qué hacer:** guía al participante para que complete **el Ejercicio 4** en su **Cuaderno de trabajo**, las tablas de "Identificación de necesidades de capital", "fuentes de ingresos" y "cronograma de pagos" para un financiamiento hipotético o real que necesiten para su emprendimiento.
- En el **Anexo 4** vas a encontrar ejemplos de estos **tres tipos de tablas** para que puedas guiar al emprendedor.
- **Guion sugerido:**

"¡Ahora te toca a ti! Vamos a usar las tablas de las páginas de tu Cuaderno de trabajo. Piensa en una necesidad real de dinero que tenga su negocio AHORA o que podría tener pronto (comprar algo, pagar un servicio, etc.)".

"Primero, en la tabla de '**Necesidades de capital**', has una lista para ver en qué usarías ese dinero y cuánto costaría cada cosa".

"Luego, en '**Fuentes de ingresos**', piensen de dónde podrían sacar ese dinero (una de las opciones que vimos o ahorros) y por qué elegirían esa fuente".

“Finalmente, si es un préstamo, haz un pequeño **‘Cronograma de pagos’**, calculando cuotas aproximadas”.



**Recomendación:**

- Este es el corazón de la actividad. Dale tiempo suficiente.
- Ofrece tu ayuda. Es posible que necesiten apoyo con los cálculos simples.

**PASO 6:** Compartiendo planes y cierre de la actividad y sesión (10 minutos)

- **Qué hacer:** invita al emprendedor a compartir un aspecto de su plan (ej.: su principal necesidad de capital o cómo planeo sus pagos). Realiza un cierre motivador de la sesión.

- **Guion sugerido:**

“¿Te animas a contarnos brevemente para qué necesitaría financiamiento tu negocio y cómo pensaste en conseguirlo o pagarlo? (Escucha 1 o 2 minutos). ¡Muy buenos planes! Es increíble cómo poner las ideas en papel nos da más claridad, ¿verdad?”

- **Cierre de sesión:**

“¡Felicidades! Hoy hemos aprendido no solo de dónde conseguir dinero, sino también cómo hacer un plan para usarlo sabiamente. Tener un plan de financiamiento es como tener un mapa para que nuestro dinero trabaje para nosotros y no al revés”.

- Ahora para terminar, anima al emprendedor o emprendedora a responder el **Ejercicio 5** del **Cuaderno de trabajo** (Reflexión final):

— “¿Cómo crees que este Plan de financiamiento ayudará a tu emprendimiento?”

— “¿Cómo te sientes al planificar cómo vas a obtener y manejar el dinero para tu emprendimiento?”

— “¿Qué pasos adicionales crees que podrías tomar para asegurarte de que puedas cumplir con los pagos y mantener tu negocio en crecimiento?”

## SESIÓN: FINANZAS PARA EMPRENDEDORES

46



### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

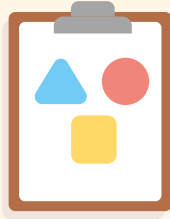
Llegamos a un tema vital para la salud de cualquier negocio: ¡las finanzas! En esta sesión, vamos a aprender cómo llevar un control claro del dinero que entra y sale de nuestros emprendimientos. No se trata de ser expertos contables, sino de adquirir herramientas sencillas pero poderosas para tomar buenas decisiones financieras y asegurar que nuestros negocios sean rentables y sostenibles.



**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Comprender los conceptos básicos y la importancia de la gestión financiera para un emprendimiento.
- ✓ Registrar sus ingresos y gastos de manera organizada.
- ✓ Elaborar un presupuesto básico mensual para su negocio.
- ✓ Utilizar la información financiera para tomar decisiones informadas.



### ACTIVIDAD 1: El "ABC" del dinero en mi negocio: gestión financiera básica



**Duración estimada:**  
60 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Entender la importancia de registrar ingresos y gastos.
- Aprender a crear y utilizar un presupuesto mensual simple.
- Identificar herramientas y consejos prácticos para una buena gestión financiera.



#### 2. Preparación previa para la persona facilitadora:

- **Ejemplos claros:** revisar el negocio del participante que se asesorará para poder amoldar o adaptar los ejemplos y herramientas a los rubros de negocios de los emprendedores.



#### 3. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

### MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL

10 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y conexión con la vida diaria (3 minutos)

- **Qué hacer:** saluda al participante y relaciona la gestión financiera del negocio con la administración del dinero en el hogar.
- **Guion sugerido:**

"Hoy vamos a hablar del 'corazón' del negocio: el dinero. Así como en casa llevamos cuentas de lo que ganamos y gastamos para que nos alcance, ¡en el negocio es igual de importante! ¿Llevas un control de tus gastos personales o familiares? ¿Cómo lo haces?" (Escucha 1 o 2 respuestas breves).



**Recomendación:** hazle ver que ya cuenta con habilidades de gestión financiera que provienen de su vida cotidiana.

#### PASO 2: La importancia de saber dónde está el dinero (4 minutos)

- **Qué hacer:** motiva la reflexión sobre por qué es crucial tener un registro claro de ingresos y gastos en el emprendimiento.
- **Guion sugerido:**

"Exacto, muchos ya llevamos un control en casa. Ahora, pensemos en nuestros negocios: ¿por qué crees que es importante saber exactamente cuánto dinero entra

y cuánto dinero sale cada día o cada mes? ¿Qué pasaría si no llevamos ese control?" (Escucha algunas ideas: "para saber si gano o pierdo", "para no gastar más de la cuenta", "para poder ahorrar"). ¡Todas esas son razones muy válidas!"

 **Recomendación:** anota las ideas.

### PASO 3: Introducción a la gestión financiera básica (3 minutos)

- **Qué hacer:** explica brevemente que en esta sesión aprenderán herramientas sencillas para esa gestión.
- **Guion sugerido:**

"Precisamente, en esta sesión vamos a aprender formas sencillas de llevar ese control: cómo registrar nuestros ingresos y gastos, y cómo hacer un plan de dinero para el mes, llamado presupuesto. No necesitamos ser expertos, ¡solo ser ordenados y constantes!"

## MOMENTO: PROCESAMIENTO

 10 MINUTOS

### PASO 4: Indagando prácticas actuales y desafíos

- **Qué hacer:** pregunta al participante cómo maneja actualmente las finanzas de su emprendimiento y qué dificultades encuentra.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

— "¿Cómo estás llevando el control del dinero que entra y sale de tu negocio? ¿Usas alguna libreta, alguna aplicación, o solo lo llevas en la mente?"

— "¿Qué es lo más difícil para ti al momento de manejar el dinero de tu negocio?"

— "¿Alguna vez te has preguntado a fin de mes: '¿en qué se me fue el dinero?' o '¿realmente estoy ganando?'?"

 **Recomendación:** crea un ambiente de confianza para que compartan sus dificultades. Es normal tener estos desafíos al inicio.

## MOMENTO: GENERALIZACIÓN

 20 MINUTOS

- Explicación del registro de ingresos, gastos y presupuesto.

### PASO 5: el dúo dinámico: registro de ingresos y gastos

- **Qué hacer:** explica qué son los ingresos y gastos, por qué es importante registrarlos y cómo hacerlo de forma simple. Adicionalmente, se pueden usar palabras simples para repasar la diferencia entre los costos de un producto o servicio y los gastos de su negocio. Esto se vio al momento de hacer el plan de producción y el análisis financiero en el módulo 1.

- **Guion sugerido:**

“Para tener claridad necesitamos conocer a dos amigos inseparables de nuestras finanzas: los ingresos (el dinero que ENTRA a nuestro negocio) y los gastos (el dinero que SALE). ¡Vamos a conocerlos!”

- **Contenido a cubrir:**

- **Registro de ingresos:**

- **Qué es:** anotar cada venta o entrada de dinero.
- **Cómo hacerlo:** con una libreta física, hoja de cálculo (Excel o Google Sheets). Mencionar qué anotar: fecha, descripción (qué se vendió), cantidad, precio, monto total.
- **Importancia:** ver de dónde viene el dinero, cuánto se vende, qué productos o servicios son más populares.

- **Registro de gastos:**

- **Qué es:** anotar cada compra o salida de dinero.
- **Cómo hacerlo:** similar a ingresos. Anotar: fecha, descripción (qué se compró), cantidad, precio y total.
- **Importancia:** saber en qué se gasta, identificar gastos innecesarios y controlar costos.

## PASO 6: Planificando el futuro: elaboración de un presupuesto

- **Qué hacer:** explica qué es un presupuesto, por qué es útil y los pasos básicos para elaborarlo. Utiliza la PPT.
- **Guion sugerido:**

“Una vez que sabemos cuánto entra y sale, podemos dar un paso más: ¡planificar el futuro del dinero! Eso se hace con un presupuesto. Es como hacer un plan de viaje para nuestro dinero de cada mes”.

- **Contenido a cubrir:**

- **Qué es:** un plan financiero que organiza los ingresos y gastos futuros del negocio.
- **Cómo hacerlo (pasos simplificados):**
- **Estimar ingresos:** ¿cuánto espero vender o ganar el próximo mes? (Basado en registros pasados o metas).
- **No olvidar:** asignar el sueldo que se asigna el emprendedor dentro de su negocio.
- **Listar costos de producción y servicio:** gastos que cambian si vendo más o menos (costos variables: materia prima, insumos) y gastos que no cambian mucho (costos fijos: alquiler de puesto o máquina si aplicara).
- **Listar gastos operativos mensuales:** sueldos (si hay), servicios básicos, transporte, marketing, entre otros.
- **Calcular ganancia estimada:** Ingresos estimados - Costos totales estimados = Ganancia neta estimada.
- **Revisar y ajustar:** ¿el plan es realista? ¿Necesito ajustar gastos o metas de ingresos?

- **Importancia:** brinda control financiero, evita gastos innecesarios, establece metas realistas, favorece toma de decisiones informadas.



**Recomendación:** usa un ejemplo numérico muy sencillo en la pizarra para ilustrar el cálculo de la ganancia. Enfatiza que un presupuesto es una guía que se puede ajustar.

## MOMENTO: APLICACIÓN

20 MINUTOS

50

### PASO 7: ¡A registrar y presupuestar!: practica con sus negocios

- **Qué hacer:** guía a los participantes a que completen las tablas de “Registro de ingresos”, “Registro de gastos” y “Elaboración de un presupuesto mensual” en el **Ejercicio 6** del **Cuaderno de trabajo** con datos (reales si los tienen, o estimados) de sus propios emprendimientos.
- Utiliza los ejemplos del **Anexo 5** de registro de ingresos, gastos, presupuesto mensual, etc. para que te puedas guiar.
- **Guion sugerido:**

“Ahora viene la parte más emocionante: ¡aplicar esto a sus negocios! En su Cuaderno de trabajo tienen plantillas para registrar ingresos y gastos, y para hacer un presupuesto”.

— “Primero, si tienes datos de la última semana o mes, intenta llenar algunas filas en el ‘Registro de ingresos’ y ‘Registro de gastos’”.

— “Luego, vamos a intentar hacer un ‘Presupuesto estimado’ para el próximo mes. Piensa cuánto les gustaría ganar, qué gastos fijos tienen (como el alquiler del puesto que podrían estar pagando) y qué gastos variables contemplan (como los ingredientes que compran)”.



#### **Recomendación:**

- Este es el ejercicio central. Permite tiempo suficiente.
- La persona facilitadora brindará asesoría constante en este proceso de realización del plan financiero. Esto para ayudar a que los y las participantes concreten y aterrizen ideas que aseguren el logro de su plan.
- Asimismo, también se invita a dar recomendaciones y fomentar el entendimiento de lo que se está haciendo (preguntar si comprenden los elementos que están agregando y por qué).
- Si el tiempo es limitado, pueden enfocarse en completar solo una sección (ej.: solo el presupuesto o solo el registro de gastos de la última semana). Lo importante es que entiendan el proceso.

### PASO 8: Compartiendo aprendizajes y cierre de la sesión

- **Qué hacer:** invita al participante a compartir qué descubrió al hacer el ejercicio o qué le pareció más útil. Realiza un cierre motivador de la sesión.

- **Guion sugerido:**

“¿Cómo te fue con el ejercicio? ¿Quieres compartir algo que descubriste al poner tus números en papel, o alguna dificultad que encontraste? ¡Excelente trabajo! A veces da un poco de susto ver los números, pero es el primer paso para tomar el control”.

- **Cierre de sesión:**

“¡Hemos llegado al final de nuestra sesión de finanzas! Hoy aprendimos herramientas muy valiosas para saber dónde está nuestro dinero y cómo planificarlo mejor. Recuerda: llevar un registro y hacer un presupuesto ayudará a que tu negocio sea más fuerte y rentable.



**Recomendación:** termina con una nota positiva, reforzando que estas herramientas son para su beneficio. Y que el emprendedor responda el **Ejercicio 7** del **Cuaderno de trabajo**.


## SESIÓN: MARKETING PARA EMPRENDEDORES

52



### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

En esta sesión nos sumergiremos en el mundo del marketing. Aquí aprenderemos cómo dar a conocer nuestros productos o servicios para atraer a más clientes y aumentar nuestras ventas. Asimismo, exploraremos tanto las herramientas digitales –que hoy son tan importantes–, como las estrategias tradicionales que siguen siendo muy efectivas en nuestras comunidades.

  
**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Comprender qué es el marketing digital y su importancia para los emprendimientos.
- ✓ Conocer diferentes estrategias de marketing digital (redes sociales, WhatsApp Business) y cómo aplicarlas a su negocio.
- ✓ Comprender qué es el marketing tradicional y su relevancia, especialmente a nivel local.
- ✓ Conocer diferentes herramientas de marketing tradicional (carteles, volantes, "boca a boca", eventos) y cómo usarlas.
- ✓ Aplicar herramientas de marketing (digital y tradicional) para promocionar su propio emprendimiento.



### ACTIVIDAD 1: ¡Mi negocio en línea!: estrategias de marketing digital



**Duración estimada:**  
60 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Entender qué es el marketing digital y por qué es importante hoy en día.
- Identificar las principales plataformas de redes sociales y WhatsApp Business como herramientas de marketing.
- Aprender a definir objetivos, contenido y frecuencia para una estrategia básica en redes sociales y WhatsApp Business.
- Desarrollar un plan de marketing digital inicial para su emprendimiento.



#### 2. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL

10 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y explorando el mundo digital (3 minutos)

- **Qué hacer:** saluda a las y los participantes y comienza preguntando sobre su uso de internet y redes sociales.
- **Guion sugerido:**

“¡Hola! Hoy vamos a hablar de cómo hacer que más gente conozca nuestro negocio usando herramientas que muchos ya usamos todos los días: el internet y las redes sociales tales como Facebook, Instagram, TikTok y WhatsApp”.



**Recomendación:** hazlo interactivo y visual. Esto te da una idea rápida del nivel de familiaridad del grupo.

#### PASO 2: Anuncios en línea y su impacto (4 minutos)

- **Qué hacer:** pregunta sobre sus experiencias con anuncios o promociones que hayan visto en internet.
- **Guion sugerido:**

“Ahora, piensa en esos momentos en los que estas navegando en Facebook o viendo videos en YouTube. ¿Alguna vez te ha salido un anuncio de algún producto o servicio? ¿Alguno te llamó la atención? ¿Llegaste a comprar algo o a interesarte más por un negocio gracias a un anuncio que viste en línea?” (Escucha 1 o 2 experiencias).



**Recomendación:** el objetivo es que vean que el marketing digital ya influye en sus vidas como consumidores.

**PASO 3:** Introducción al marketing digital (3 minutos)

- **Qué hacer:** define de forma simple qué es el marketing digital y por qué es una gran oportunidad para sus negocios.
- **Guion sugerido:**

“¡Exacto! Así como nosotros vemos anuncios, ¡nuestros negocios también pueden estar ahí! Eso es el marketing digital: usar el internet, las redes sociales, WhatsApp y más para que más personas conozcan lo que ofrecemos y se conviertan en nuestros clientes. ¡Es como tener un parlante gigante que llega a mucha gente, a veces con muy poca inversión!”

**MOMENTO: PROCESAMIENTO**
 **10 MINUTOS**
**PASO 4:** ¿Cómo podría usar internet para mi negocio?

- **Qué hacer:** pide al participante que piense y comparta ideas sobre cómo podría usar internet para promocionar su emprendimiento actual.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

“Pensando en tu negocio (la bodega, el puesto de comida, las artesanías que hacen, los servicios que ofrecen), ¿qué ideas se te ocurren para usar Facebook, Instagram o WhatsApp para que más gente lo conozca?”

“¿Qué tipo de cosas podrías mostrar o decir en línea sobre tus productos o servicios?”

**MOMENTO: GENERALIZACIÓN**
 **20 MINUTOS**

## — Explicación de redes sociales y WhatsApp Business

**PASO 5:** Las redes sociales como aliadas de mi negocio

- **Qué hacer:** explica qué son las redes sociales más populares (Facebook, Instagram, TikTok) y cómo pueden usarse para el marketing.
- **Guion sugerido:**

“¡Muy buenas ideas! Ahora vamos a organizar un poco esas herramientas. Empecemos con las redes sociales, ¡nuestras grandes vitrinas para que la gente nos conozca!”

- **Contenido a cubrir:**
  - **Qué son:** plataformas para compartir fotos, videos, historias, conectar con gente (menciona brevemente Facebook, Instagram, TikTok y para qué tipo de contenido es mejor cada una de forma simple).
  - **Importancia para el negocio:** aumentar visibilidad, mostrar productos o servicios de forma atractiva, interactuar con clientes, crear una comunidad.

### — Cómo hacerlo (básico):

- Crear un perfil o página para el negocio (no utilizar el personal).
- **Publicar contenido interesante:** fotos de buena calidad de los productos, videos cortos mostrando cómo se usa o se hace algo, historias del día a día del negocio, testimonios de clientes contentos (con permiso).
- Responder comentarios y mensajes.
- Usar *hashtags* (#) relevantes. Estos son importantes, ya que ayudan a que tu publicación se viralice.
- **Opcional, muy breve:** mencionar que existen anuncios pagados para llegar a más gente.

**Ejemplo:** "Una repostera puede subir fotos de sus tortas decoradas a Instagram, o un video corto de cómo decora una en TikTok".



**Recomendación:** muestra ejemplos visuales en la PPT. Enfócate en acciones gratuitas y sencillas que pueden empezar a hacer.

## PASO 6: WhatsApp Business: comunicación directa y profesional

- **Qué hacer:** explica qué es WhatsApp Business, sus diferencias con el WhatsApp personal y sus ventajas para un negocio.
- **Guion sugerido:**

"WhatsApp es una herramienta súper poderosa y que seguro muchos ya usan para hablar con clientes. Pero, ¿sabías que hay una versión especial para negocios llamada WhatsApp Business? ¡Es gratis y tiene funciones geniales!"

- **Contenido a cubrir:**

- **Qué es:** una app gratuita diseñada para pequeñas empresas.
- **Importancia:** comunicación rápida y personal, perfil de negocio profesional, herramientas para organizar chats y mostrar productos.
- **Funciones clave (explicadas de forma simple):**
  - **Perfil de empresa:** poner nombre del negocio, dirección, horario, descripción.
  - **Catálogo de productos o servicios:** como una pequeña tienda virtual dentro de WhatsApp donde pueden poner fotos y precios.
  - **Mensajes automáticos:** respuestas rápidas para cuando no pueden contestar al instante (saludos, mensajes de ausencia).
  - **Etiquetas para organizar chats:** para saber quién es cliente nuevo, quién hizo un pedido, etc.

**Ejemplo:** "Una cocinera de pasteles puede usar WhatsApp Business para que los clientes vean sus productos y le escriban directamente. Con esta aplicación, además, se pueden enviar mensajes automáticos si están ocupados en un trabajo".



**Recomendación:** si es posible, muestra capturas de pantalla de un perfil de WhatsApp Business y un catálogo en la PPT. Destaca que es una herramienta muy accesible.

### PASO 7: Creando mi primer plan de marketing digital

- **Qué hacer:** guía al participante para que complete el **Ejercicio 8** del Cuaderno de trabajo en las tablas de "Estrategia en redes sociales" y "WhatsApp Business", definiendo plataformas, objetivos, tipo de contenido y frecuencia.
- Utiliza los ejemplos del **Anexo 6** de redes sociales, WhatsApp Business, etc. para que puedas guiarte.
- **Guion sugerido:**

"¡Manos a la obra! Ahora van a empezar a diseñar su propio plan de marketing digital. En el **Ejercicio 8** de su Cuaderno de trabajo tienen dos tablas".

— "Para 'redes sociales', elige 1 o 2 plataformas que crees que te servirían más. Luego, piensa: '¿Qué tipo de cosas publicarían (fotos, videos, ofertas)? ¿Cada cuánto tiempo lo harían (una vez al día, tres veces por semana)?"

— "Para 'WhatsApp Business', piensen: '¿Cuál sería el principal objetivo de usarlo (promocionar, atender rápido, informar)? ¿Qué tipo de mensajes enviaría? ¿Cada cuánto?"



#### Recomendación:

- Anímalo a empezar con algo simple y realista. "Mejor hacer poco pero bien, que mucho y a medias".
- Ofrece ayuda: muchos pueden necesitar ideas sobre qué tipo de contenido crear.

### PASO 8: Compartiendo estrategias

- **Qué hacer:** invita a las y los participantes a compartir una idea de su plan de marketing digital. Cierra la actividad enlazando con el marketing tradicional.
- **Guion sugerido:**

"Ahora, comparte una idea que publicarías en tus redes o comenta cómo usarías WhatsApp Business (escucha 2 o 3 ideas). ¡Estupendas ideas! ¿Ves qué fácil es empezar a pensar como un 'marketero' o 'marketera' digital?"

### PASO 9: Cierre y enlace (aproximadamente 10 minutos)

- En esta parte consolidamos el cierre. Como para que, además de compartir lo aprendido, las y los participantes puedan brindar algunas conclusiones.
- **Cierre y Enlace:**

"El marketing digital es muy poderoso, pero no es la única forma de llegar a nuestros clientes. En la siguiente actividad, vamos a ver cómo las herramientas más tradicionales, como los volantes o el boca a boca, ¡siguen siendo súper importantes, especialmente en nuestras comunidades!"



**Recomendación:** felicita la creatividad y el esfuerzo.

- Invita a desarrollar el **Ejercicio 9** del Cuaderno de trabajo.



**ACTIVIDAD 2:**  
¡Llegando a mi comunidad!:  
herramientas de  
marketing tradicional



**Duración estimada:**  
60 minutos



**1. Objetivos de esta actividad para el participante:**

- Comprender qué es el marketing tradicional y su importancia, especialmente a nivel local.
- Identificar herramientas de marketing tradicional (carteles, volantes, boca a boca, eventos locales).
- Aprender a diseñar y utilizar estas herramientas de manera efectiva para su emprendimiento.
- Desarrollar un plan de marketing tradicional inicial para su negocio.



**2. Preparación previa para la persona facilitadora:**

- **Ejemplos físicos (ideal):** si es posible, lleva ejemplos reales de volantes o carteles de pequeños negocios locales (bien y mal diseñados, si encuentras, para generar discusión).



**3. Desarrollo de la actividad  
paso a paso (estrategia):**

**MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL**

**10 MINUTOS**

**PASO 1:** Recordando lo digital y abriendo paso a lo tradicional (3 minutos)

- **Qué hacer:** breve recordatorio de la actividad anterior (marketing digital) y presenta el marketing tradicional como un complemento valioso.
- **Guion sugerido:**

“¡Muy bien! En la actividad anterior exploramos cómo usar las redes sociales y WhatsApp para llegar a más clientes. ¡Son herramientas geniales! Pero, ¿qué pasa con las personas que no usan mucho internet, o con nuestros vecinos más cercanos? ¿Cómo llegamos a ellos? Hoy vamos a hablar del marketing tradicional: ¡esas estrategias que se han usado siempre y que siguen funcionando muy bien, especialmente en nuestro entorno (comunidad)!”

**PASO 2:** Experiencias con marketing “de la calle” (4 min)

- **Qué hacer:** pide al emprendedor que brinde ejemplos de marketing tradicional que hayan visto o que les haya llamado la atención en su barrio o mercado.

- **Guion sugerido:**

“Piensa en tu día a día: cuando caminas por tu barrio y vas al mercado o a la tienda. ¿Qué tipo de anuncios o promociones ves que NO sean en internet? Quizás un cartel llamativo, un volante que te dieron, alguien que te recomendó un producto... ¿Qué has visto que te haya gustado o te haya hecho comprar algo?” (Escucha 2 o 3 ejemplos).

### PASO 3: Introducción al marketing tradicional (3 minutos)

- **Qué hacer:** define de forma simple qué es el marketing tradicional y por qué sigue siendo importante.
- **Guion sugerido:**

“¡Exacto! Todo eso que mencionas: los carteles, los volantes, que un amigo te recomiende algo, participar en una feria... ¡Eso es marketing tradicional! Son todas las formas de dar a conocer nuestro negocio sin usar internet. Y es súper importante porque nos ayuda a conectar directamente con la gente de nuestra comunidad: ¡a generar confianza cara a cara!”

### MOMENTO: PROCESAMIENTO

 10 MINUTOS

### PASO 4: ¿Cómo promociono mi negocio en mi barrio?

- **Qué hacer:** pide a las y los participantes que piensen y compartan ideas sobre cómo podrían usar herramientas tradicionales para promocionar sus emprendimientos en su entorno local.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

“Ahora, pensando en tu negocio y en tu comunidad, ¿qué ideas has utilizado para usar estas herramientas tradicionales? ¿Dónde pondrías un cartel? ¿A quiénes les darías un volante? ¿Cómo harías para que la gente hable bien de tus productos o servicios?”



**Recomendación:** fomenta la creatividad y la adaptación al contexto local (“lo que funciona en un mercado grande quizá no funciona igual que en una tienda o una callecita”).

### MOMENTO: GENERALIZACIÓN

 20 MINUTOS

- Explicación de carteles y volantes, boca a boca, eventos.

### PASO 5: Herramientas impresas: carteles y volantes

- **Qué hacer:** explica qué son, su importancia y cómo diseñar carteles y volantes efectivos. Utiliza la PPT y, si tienes, ejemplos físicos.
- **Guion sugerido:**

“¡Muy buenas ideas! Vamos a ver algunas de estas herramientas con más detalle. Empecemos por algo que podemos tocar: ¡los carteles y volantes!”

- **Contenido a cubrir:**

- **Qué son:** material impreso para anunciar el negocio en lugares estratégicos.
  - **Importancia:** herramientas accesibles y efectivas para llegar a un público local.
  - **Cómo hacerlos atractivos:**
  - **Mensaje claro:** breve y directo. ¿Qué ofreces? ¿Por qué tu producto o servicio es especial?
  - **Colores y tipografía:** llamativos, con letras grandes y fáciles de leer a distancia.
  - **Imágenes atractivas:** fotos o dibujos relacionados con el producto o servicio.
  - **Datos de contacto:** que no falten el teléfono, la dirección o las redes sociales (si las tuviesen).
- **Ubicación y distribución:** ubícalos en zonas donde exista alto tránsito y en donde tú crees que puedas tener clientes o puedan aparecerse.

**Ejemplo:** “Un puesto de jugos puede tener un cartel colorido con fotos de los jugos y una frase como ‘¡Refresca tu día!’ y distribuir volantes con una oferta especial en el mercado de la zona”.



**Recomendación:** muestra ejemplos en la PPT o los volantes o carteles físicos que llevaste. Pide opiniones (p. ej.: “¿Cuál de estos volantes les llama más la atención y por qué?”).

## PASO 6: El poder del boca a boca (recomendaciones)

- **Qué hacer:** explica qué es el marketing boca a boca y cómo fomentarlo.
- **Guion sugerido:**

“Ahora, una herramienta que no cuesta dinero, ¡pero es súper poderosa!, es el famoso ‘boca a boca’. ¿Qué crees que es?” (Escucha ideas). “¡Exacto! Es cuando nuestros clientes contentos le cuentan a sus amigos y familiares sobre nuestro negocio”.

- **Contenido a cubrir:**

- **Qué es:** fomentar que los clientes hablen bien del emprendimiento.
- **Importancia:** es una de las formas más antiguas y efectivas. La gente confía en las recomendaciones de conocidos.
- **Cómo hacerlo:**
  - **Excelente servicio al cliente:** ¡La base de todo! Si el cliente está feliz, hablará bien.
  - **Incentivos por referidos:** “Si traes a un amigo, ambos tienen descuento”.
  - **Pedir testimonios o reseñas (con cuidado y permiso):** “Si le gustó, ¿podría dejarnos un comentario?”
  - **Frases clave memorables:** una frase pegajosa que los clientes puedan repetir.



**Recomendación:** enfatiza que la calidad del producto o servicio es el mejor marketing boca a boca.

## PASO 7: Participando en eventos locales

- **Qué hacer:** explica cómo la participación en ferias y eventos comunitarios puede aumentar la visibilidad.

- **Guion sugerido:**

"Finalmente, ¡vamos a sacar el negocio a la calle! Participar en eventos locales como ferias, festivales del barrio, o eventos escolares es una gran oportunidad".

- **Contenido a cubrir:**

- **Qué es:** mostrar y vender productos o servicios en eventos comunitarios.
- **Importancia:** interactuar directamente con clientes, obtener retroalimentación y aumentar visibilidad.
- **Cómo hacerlo**
  - **Preparar un stand atractivo:** decoración, muestras de productos.
  - **Ofrecer muestras gratis o promociones especiales del evento.**
  - **Interactuar con los asistentes:** conversar, explicar, recolectar opiniones y contactos (si es posible, para futuras promociones).

**Ejemplo:** "Una artesana puede poner un stand en la feria de su distrito, mostrar cómo hace sus productos y ofrecer un pequeño descuento por feria".



**Recomendación:** anima a que investiguen qué eventos se realizan en sus comunidades y a que participen de ferias en las municipalidades de su zona.

### MOMENTO: APLICACIÓN

 20 MINUTOS

## PASO 8: Diseñando mi estrategia de marketing tradicional

- **Guion sugerido:**

"¡Ahora a planificar cómo vas a usar estas herramientas! En el **Ejercicio 10** de tu **Cuaderno de trabajo**, tienes espacios para pensar en:"

— **Carteles y volantes:** "¿Dónde los pondrían? ¿Qué mensaje e imagen principal tendrían?"

— **Boca a boca:** "¿Qué frase clave podrían usar? ¿Cómo motivarían a sus clientes a recomendarlos?"

— **Eventos locales:** "¿En qué tipo de evento podrían participar? ¿Qué harían en su stand para atraer gente?"

- Utiliza los ejemplos de **carteles y volantes, boca a boca y eventos locales** del **Anexo 7** de la guía, para que puedas ayudarte como ejemplo.



**Recomendación:**

- Recuérdales que piensen siempre en su público y su comunidad.
- Anímalos a dibujar un boceto rápido de su volante o cartel si se sienten inspirados.
- Ofrece ideas y retroalimentación.

**PASO 9:** Compartiendo planes y cierre de sesión (10 minutos)

- **Qué hacer:** invita a compartir una idea de su plan de marketing tradicional y cierra la sesión.
- **Guion sugerido:**

“¿Podrías compartir una idea para un volante, o cómo harías para que la gente hable más de tu negocio? (Escucha 2 o 3 ideas). ¡Fantástico! Veo que tienes mucha creatividad para llegar a tu comunidad”.

- **Cierre de sesión:**

“¡Excelente trabajo hoy! Hemos explorado el mundo del marketing, tanto digital, como tradicional. Recuerda que no se trata de usar **todas** las herramientas, sino de elegir las que mejor se adapten a tu negocio y a tus clientes. Y, sobre todo, ¡ser constantes!”



**Recomendación:** resalta la importancia de la combinación de estrategias (digital y tradicional) si aplica.

- Invita a desarrollar las preguntas del **Ejercicio 11** del **Cuaderno de trabajo** (Reflexión final).

## SESIÓN: VENTAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

62



### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

Ya hemos aprendido cómo hacer que nuestro negocio sea formal, cómo conseguir financiamiento, cómo llevar nuestras cuentas y cómo atraer la atención de los clientes con el marketing. Ahora llega un momento crucial: ¡convertir ese interés en **ventas**! Y no solo eso, sino lograr que esos clientes se sientan tan contentos que quieran volver una y otra vez y nos compren siempre. ¡Eso es fidelizar!

  
**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Identificar y aplicar diversas estrategias de ventas adecuadas para su emprendimiento.
- ✓ Comprender la importancia de la fidelización de clientes para la sostenibilidad del negocio.
- ✓ Identificar y aplicar diversas técnicas de fidelización de clientes para su emprendimiento.
- ✓ Desarrollar un plan básico de ventas y fidelización para su negocio.



### ACTIVIDAD 1:

¡Cerrando el trato!: estrategias de ventas para aumentar tus ingresos



**Duración estimada:**  
30 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Conocer diferentes tipos de estrategias de ventas (promociones, ventas cruzadas, demostraciones).
- Comprender la importancia y los beneficios de cada estrategia.
- Identificar qué estrategias de ventas podrían ser más efectivas para su propio negocio.
- Elaborar un plan básico para implementar una estrategia de ventas.



#### 2. Preparación previa para la persona facilitadora:

##### — Ejemplos concretos:

- Piensa en ejemplos claros y sencillos de promociones ("2x1", descuentos por volumen), ventas cruzadas ("¿desea papas y gaseosa con su hamburguesa?") y demostraciones (probar un perfume, hacer una degustación de comida) que las y los participantes puedan reconocer.
- Se recomienda a la persona facilitadora conocer el estado del negocio las y los participantes para poder sugerir estrategias de venta con su respectivo costeo, así como estrategias gratuitas que requieran poco costo.



#### 3. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL



5 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y la emoción de vender (2 minutos)

- **Qué hacer:** saluda y conecta con la experiencia de vender, ya sea formal o informalmente.
- **Guion sugerido:**

"¡Hola, emprendedores y emprendedoras! Hoy vamos a hablar de algo que nos da mucha alegría cuando sucede: ¡VENDER! Cuando un cliente elige nuestro producto o servicio, ¡es una gran satisfacción! ¿Quién no ha sentido esa emoción de cerrar una venta, por pequeña que sea? ¿Cómo te sentiste?" (Escucha 1 o 2 respuestas breves).



**Recomendación:** empieza con energía positiva, reconociendo su esfuerzo.

**PASO 2:** Estrategias que hemos visto o usado (3 minutos)

- **Qué hacer:** pregunta sobre estrategias de ventas que el emprendedor ha visto en otros negocios o que él mismo haya intentado usar.
- **Guion sugerido:**

“Cuando vamos a comprar, a veces los negocios usan ‘truquitos’ o estrategias para animarnos a comprar más o a decidirnos por algo. ¿Qué estrategias has visto en tiendas, mercados o incluso en negocios online que te hayan llamado la atención o te hayan hecho comprar? ¿O quizás tú mismo has intentado alguna táctica para vender más?” (Escucha ejemplos: ‘me ofrecieron un 2x1’, ‘me dieron a probar un poquito’, ‘me ofrecieron algo más cuando ya iba a pagar o me comentaron si quería algo más’).

**MOMENTO: PROCESAMIENTO**
 5 MINUTOS
**PASO 3:** ¿Qué es lo más importante para vender más?

- **Qué hacer:** pide al participante que reflexione sobre qué considera clave para aumentar las ventas en su negocio.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

— “Pensando en tu propio emprendimiento, ¿qué crees que es lo más importante o lo que más te ayudaría para poder vender más?”

— “¿Qué desafíos encuentras al momento de intentar que un cliente te compre o te vuelva a comprar?”

**MOMENTO: GENERALIZACIÓN**
 10 MINUTOS

— Presentación de las estrategias de ventas.

**PASO 4:** Conociendo las estrategias de ventas

- **Guion sugerido (transición):**

“¡Muy buenas reflexiones! Muchas de esas ideas que tienen son, en realidad, ¡estrategias de ventas! Ahora vamos a ponerles nombre y a ver cómo podemos usarlas de forma planificada”.

- **Contenido a cubrir (estrategia por estrategia):**

**1. Promociones y descuentos:**

- **Qué son:** ofertas especiales para reducir el precio temporalmente o dar algo extra. (Ej.: “2x1”, descuento por porcentaje, “compra 3 y lleva 1 gratis”).

- **Importancia:** atraer nuevos clientes, mover inventario rápido, incentivar compras. Esto se da generalmente, cuando tienes un producto que no se vende mucho o en temporadas en las que no se vende bastante.

**Ejemplo:**

“Un emprendedor de limonada ofrece un descuento del 10 % por cada tres vasos comprados”.

“Una vendedora de útiles escolares de una librería vende artículos con descuento en abril, cuando ya terminó la campaña escolar en marzo”.

## 2. Ventas Cruzadas (Cross-selling):

- **Qué son:** se ofrecen productos complementarios al producto que el cliente va a comprar (“¿desea agregar papas fritas a su pedido?”).
- **Importancia:** aumentar el valor promedio de cada venta, mejorar la satisfacción del cliente al ofrecerle algo extra que necesite.

**Ejemplo:**

“Un emprendedor de limonada también ofrece galletas o snacks junto con la bebida”.

“Una emprendedora de útiles escolares ofrece cuadernos con forrado Vinifan en su tienda”

## 3. Demostraciones y pruebas gratuitas:

- **Qué son:** permitir que los clientes prueben el producto sin costo antes de comprar (p. ej.: degustaciones, muestras gratis, pruebas de software).
- **Importancia:** generar confianza, permitir que el cliente experimente la calidad, convertir interesados en compradores.

**Ejemplo:**

“Un emprendedor de limonada ofrece muestras gratuitas de nuevos sabores”.



**Recomendación:**

- Se recomienda agregar estrategias complementarias, según el tipo de negocio que esté asesorando la persona facilitadora.
- Para cada estrategia, explica **qué es, para qué sirve y brinda un ejemplo claro.**

### MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

#### PASO 5: ¡A vender!: planificando mi estrategia de ventas

- **Qué hacer:** guía a los y las participantes para que completen adecuadamente las tablas de sus Cuadernos de trabajo, eligiendo 1 o 2 estrategias de ventas para su negocio, describiendo cómo la implementarían y qué metas se propondrían.
- **Guion sugerido:**

“¡Ahora te toca ser estrategia de ventas para tu propio negocio! En el **Ejercicio 12** de tu **Cuaderno de trabajo** tienes tres tablas.”

— **Tabla 1 (estrategia de ventas):** "Elige 1 o 2 de estas estrategias (promociones, ventas cruzadas, demostraciones) que creas que funcionarían bien para tu negocio. Luego, describe brevemente cómo la implementarían (ej.: 'haré una promoción "2x1" los sábados')".

— **Tabla 2 (implementación de la estrategia):** "Piensa en los pasos que necesitarías para llevar a cabo esa estrategia (ej.: '1. Diseñar un cartelito. 2. Anunciarlo a mis clientes. 3. Tener suficientes productos')".

— **Tabla 3 (metas de la estrategia):** "¿Qué esperas lograr con esa estrategia? (ej.: 'aumentar mis ventas de limonada un 10 % el fin de semana', 'conseguir 5 clientes nuevos con las muestras')".

- Utilizar los ejemplos de las secciones "**Tablas de estrategias de ventas**", "**Implementación de la estrategia**" y "**Metas de la estrategia**" del **Anexo 8**, para que te sirva de apoyo.
- Adicionalmente, se debería dar la opción de **proponer estrategias propias**, ya que algunos negocios podrían tener estrategias más particulares. La persona facilitadora debe acompañar y complementar la estrategia para que pueda ser lo más completa posible para el emprendedor y emprendedora. Además, **promueve que costeen siempre** cada estrategia que propongan.



**Recomendación:**

- Anímalos a ser específicos y realistas.

**PASO 6:** compartiendo ideas y cierre de actividad

- **Qué hacer:** invita a compartir la estrategia de ventas que eligió y cómo la implementaría. Cierra la actividad, enlazando con la fidelización.
- **Guion sugerido:**

"Cuéntame, ¿qué estrategia de ventas te pareció más interesante para tu negocio y cómo piensas ponerla en práctica? (Escucha 2 o 3 participaciones). ¡Excelentes planes! Se nota que estás pensando en cómo hacer crecer tus ingresos".

- **Cierre y enlace:**

"Conseguir una venta es un gran logro. Pero, ¿cómo hacemos para que ese cliente no solo nos compre una vez, sino que se vuelva nuestro casero y nos recomiende? De eso vamos a hablar en la siguiente actividad: ¡cómo enamorar a nuestros clientes para que vuelvan!"



**Recomendación:** celebra las ideas y refuerza que la planificación es clave para que las estrategias funcionen.

- Invita a responder las preguntas del **Ejercicio 13** del **Cuaderno de trabajo**



## ACTIVIDAD 2:

¡Clientes para siempre!: técnicas de fidelización de clientes



**Duración estimada:**  
30 minutos



### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Comprender la importancia de la fidelización de clientes para la sostenibilidad y crecimiento del negocio.
- Conocer diferentes técnicas de fidelización (servicio al cliente excepcional, programas de fidelización, atención postventa).
- Identificar qué técnicas de fidelización podrían ser más efectivas para su propio negocio.
- Elaborar un plan básico para implementar una técnica de fidelización.



### 2. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

**MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL**



**5 MINUTOS**

#### **PASO 1:** Recordando la venta y mirando más allá (2 minutos)

- **Qué hacer:** conecta con la actividad anterior (estrategias de venta) e introduce la idea de que la relación con el cliente no termina con la compra.
- **Guion sugerido:**

“Ya vimos algunas ideas geniales para conseguir que los clientes nos compren. ¡Eso es un gran paso! Pero, ¿qué pasa después de que nos compran? ¿Ahí termina todo? ¿O queremos que ese cliente vuelva muchas veces más?”



**Recomendación:** genera intriga y conecta con la idea de relaciones a largo plazo.

#### **PASO 2:** ¿Por qué volvemos a un lugar? (3 minutos)

- **Qué hacer:** pide al participante que piense en lugares (tiendas, restaurantes, puestos) a los que vuelve a comprar una y otra vez y por qué.
- **Guion sugerido:**

“Piensa en ti como un cliente. ¿Hay algún lugar, alguna tienda, algún puesto en el mercado, algún restaurante donde siempre vuelves a comprar o comer? ¿Qué tiene ese lugar que te hace regresar? ¿Es solo el producto, o hay algo más?” (Escucha algunas respuestas: ‘me atienden bien’, ‘se acuerdan de mi nombre’, ‘me dan yapa’, ‘tienen ofertas para clientes frecuentes’).

**PASO 3:** ¿Cómo hago para que mis clientes vuelvan?

- **Qué hacer:** pide a las y los participantes que reflexionen sobre qué podrían hacer en su propio negocio para que sus clientes quieran regresar.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

— “Ahora, pensando en tu emprendimiento, ¿qué cosas podrías hacer tú para que un cliente que ya te compró una vez, quiera volver a comprarte?”

— “¿Cómo podrías hacer sentir especial a un cliente para que se vuelva tu ‘caserito’?”



**Recomendación:** enfócalo en acciones concretas y en la experiencia del cliente.

— Presentación de las técnicas de fidelización.

**PASO 4:** Conociendo las técnicas para “enamorar” al cliente

- **Guion sugerido (transición):**

“¡Excelentes ideas! Muchas de esas cosas que mencionaron son técnicas para ‘fidelizar’ a nuestros clientes. Es decir: para que nos sean leales y siempre nos prefieran. Vamos a conocer algunas de las más importantes”.

- **Contenido a cubrir (técnica por técnica):**

**1. Servicio al cliente excepcional:**

- **Qué es:** brindar una atención amable, rápida, personalizada y efectiva. Hacer que el cliente se sienta bienvenido y valorado.
- **Importancia:** es la base de la lealtad. Un cliente bien atendido vuelve y recomienda.

**2. Programas de fidelización:**

- **Qué son:** estrategias que premian a los clientes por compras repetidas. (Ej.: tarjeta de “compra 5, lleva 1 gratis”, descuentos especiales para clientes frecuentes, puntos acumulables).
- **Importancia:** motivan compras continuas, aumentan la frecuencia y el valor de vida del cliente.

**Ejemplo del Cuaderno de trabajo:** ofrecer un “compra 5, lleva 1 gratis” para motivar a los clientes a acumular compras. Un ejemplo sería regalar una limonada después de cinco compras.

### 3. Atención postventa:

- **Qué es:** el seguimiento y apoyo que se brinda al cliente después de realizada una compra. (Ej.: llamar al cliente para preguntar si el producto funciona bien, enviar un mensaje de agradecimiento, ofrecer ayuda si necesita algo más).
- **Importancia:** demuestra interés genuino, aumenta la confianza, permite detectar problemas a tiempo y promueve la fidelización a largo plazo.

#### MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

#### PASO 5: ¡Creando lealtad!: planificando mi técnica de fidelización

- **Qué hacer:** guía al emprendedor para que complete las tablas en su Cuaderno de trabajo, eligiendo 1 o 2 técnicas de fidelización para su negocio, describiendo cómo la implementaría y qué metas se propondría.

- **Guion sugerido:**

“¡Ahora es tu turno de pensar cómo vas a hacer para que tus clientes te quieran mucho! En el **Ejercicio 14** de su **Cuaderno de trabajo** tienen tres tablas:”

- **Tabla 1 (técnica de fidelización):** “Elige 1 o 2 de estas técnicas (buen servicio, programa de fidelización o atención postventa) que crees que podrías aplicar en tu negocio. Luego, describe **cómo** la implementarías (ej.: ‘Voy a crear una tarjeta de cliente frecuente: por cada 5 menús, el sexto es gratis’).”

- **Tabla 2 (implementación de la técnica):** “Piensa en los **pasos** para llevarla a cabo (ej.: 1. Diseñar la tarjeta. 2. Explicarles a los clientes. 3. Llevar un control de las compras)”.

- **Tabla 3 (metas de la técnica):** “¿Qué esperan lograr con esa técnica? (ej.: ‘que el 20 % de mis clientes vuelvan al menos dos veces al mes’, ‘recibir 5 recomendaciones positivas por semana’, entre otros)”.

- Para que puedas apoyarte, utiliza los ejemplos de **técnica de fidelización, implementación de la técnica y metas de la técnica** del **Anexo 9** que se encuentran en la guía.



#### Recomendación:

- Anímalos a empezar con algo simple pero significativo para el cliente.
- Recuérdales que el buen trato no cuesta dinero y es la base de todo.
- Se recomienda hacer una lluvia de ideas de estrategias y actividades de fidelización para promover la creatividad y la elaboración de sus propias estrategias. Esto de forma sencilla y amena.

## PASO 6: Compartiendo estrategias de lealtad y cierre de sesión

- **Qué hacer:** invita a compartir la técnica de fidelización que eligió y cómo la implementaría. Realiza un cierre motivador de la sesión.

- **Guion sugerido:**

"¿Qué se te ocurrió para que tus clientes se vuelvan tus fans número uno? (Escucha 2 o 3 participaciones). ¡Maravillosas ideas! Tratar bien a nuestros clientes y hacerlos sentir especiales es una inversión que siempre da buenos frutos".

- **Cierre de sesión:**

"¡Hemos llegado al final de una sesión muy productiva sobre ventas y fidelización! Recuerda que vender es importante, pero construir **relaciones duraderas con nuestros clientes lo es aún más**. Un cliente feliz no solo vuelve, ¡sino que trae más clientes!"



**Recomendación:** refuerza el mensaje de que retener clientes es más económico que conseguir nuevos constantemente.

- Invita a responder las preguntas del **Ejercicio 15** del **Cuaderno de trabajo** en la sección Reflexión final.



### ACTIVIDAD 3: Desarrollo de una base de clientes



**Duración estimada:**  
15 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Aprender la importancia de desarrollar una base de clientes para fidelizarlos.
- Trabajar con la base de clientes e involucrarlos en el negocio del emprendedor o emprendedora.
- Comprender la importancia del método de Pareto para el emprendimiento.



#### 2. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

**MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL**

 **5 MINUTOS**

#### **PASO 1:** Introducción de generación de base de datos de clientes y Pareto (2 minutos)

- **Qué hacer:** comentar acerca de la importancia de fidelizar a los clientes más habituales del negocio. Los que realmente van a dar el éxito financiero al emprendimiento.
- **Guion sugerido:**

“¡Hola! En esta oportunidad voy a comentarte de la creación de una base de datos y el método de Pareto. La importancia de la base de datos es que permite: tener mapeado a tus clientes, el producto que ellos consumen, las cosas que compran, lo que van a desear más adelante, entre otros”.

#### **PASO 2:** Preguntar a los emprendedores si conocen sobre la generación de base de datos de clientes (2 minutos)

- **Momento de procesamiento:**

— **Guion:**

“¿Alguna vez has desarrollado una base de datos de clientes o has escuchado que un emprendedor lo hiciera antes? ¿Por qué crees que es importante tener mapeados a tus clientes? ¿Es importante conocerlos?”

**PASO 3:** Aterrizar las ideas sobre la importancia de la base de datos (2 minutos)

- **Momento de generalización:**

“Te explico: hay un método llamado Pareto, que explica que el 80 % de las ventas, depende del 20 % de tus clientes. Eso quiere decir que, si tienes 10 clientes, quienes realmente harán crecer tu negocio son 2 de ellos”.

**Ejemplo:** Pepe vende en su tienda productos como leche, fideos, cerveza, etc. Él se da cuenta que, de la gran cantidad de clientes que tiene (aproximadamente son 100), solo 20 de ellos son los que realmente le compran bastante. Estos 20 clientes le reportan casi el 80 % de las ventas de los productos en su tienda.

**PASO 4:** Implementar el desarrollo de la base de datos (2 minutos)

- **Momento de implementación:** ¿Cómo logramos este desarrollo de la base de datos?:
  - Tener mapeado en cuaderno, Excel u otro esquema, a los clientes más habituales (los que te compran más).
  - A estos clientes, darles descuentos en los productos que ya sabes que generalmente te compran. Sobre todo, en épocas en las que dichos productos no se venden tanto. Por ejemplo: descuentos en útiles escolares cuando ya pasó la campaña escolar.
  - Tratarlos siempre muy bien y mantener una comunicación fluida. Para este fin, debes valerte del Whatsapp para llegar a ellos o conversar en el mismo lugar del negocio. Mantener siempre el contacto es vital. El objetivo es tratarlos siempre muy bien.
  - Darle prioridad absoluta en tu negocio a ese 20 % de clientes que te aporta la mayor cantidad de ingresos o ventas. Funciona para venta de productos o en servicios. Por ejemplo, si cuentas con productos de una barbería, coméntales que tienes productos en stock con un descuento incluido.
  - Invita al emprendedor o emprendedora a desarrollar el **Ejercicio 16** del **Cuaderno de trabajo**.
- El objetivo aquí es tratar de satisfacer las necesidades siempre de ese 20 % que genera el 80 % de tus ventas como emprendedor. No olvidar ello.
- Ver en el **Anexo 10** el ejemplo de **Base de datos de clientes**.

## SESIÓN: CONSTRUCCIÓN DE MARCA



73

### ¡Bienvenidos y bienvenidas!

Hoy vamos a trabajar en algo muy emocionante: ¡darles una personalidad única y memorable a nuestros negocios! Esto se llama construir una marca. Una buena marca hace que los clientes nos reconozcan, nos recuerden y nos prefieran entre la competencia. Para ello, aprenderemos a crear una identidad que refleje lo que somos y a comunicar por qué nuestro emprendimiento es especial.



**Objetivos de aprendizaje de esta sesión para las y los participantes**

Al finalizar esta sesión, el emprendedor podrá:

- ✓ Comprender la importancia de una identidad de marca sólida para un emprendimiento.
- ✓ Identificar y crear elementos clave de la identidad de marca para su propio emprendimiento (nombre, logo, colores, eslogan).
- ✓ Comprender la importancia del posicionamiento de marca en el mercado.
- ✓ Desarrollar una estrategia de: propuesta de valor, segmentación y diferenciación para su propio emprendimiento.



### ACTIVIDAD 1:

El sello de mi negocio: creando mi identidad de marca



**Duración estimada:**  
30 minutos



#### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Entender qué es la identidad de marca y por qué es crucial para un negocio.
- Identificar los componentes básicos de una identidad de marca (nombre, logo, colores, eslogan).
- Comenzar a diseñar o mejorar los elementos de la identidad de marca para su propio emprendimiento.



#### 2. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

#### MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL



5 MINUTOS

#### PASO 1: Bienvenida y marcas que recordamos (2 minutos)

- **Qué hacer:** saluda al emprendedor y comienza preguntando por marcas que reconoce o recuerde fácilmente.
- **Guion sugerido:**

“¡Bienvenidos y bienvenidas! Hoy vamos a ponerle el ‘sello personal’ a nuestro negocio. Para empezar, piensa en alguna marca de gaseosa, de zapatillas, de galletas, o incluso de alguna tienda conocida que te sea familiar. ¿Cuál es la primera marca que se te viene a la mente? ¿Por qué la recuerdas? ¿Es por su nombre, su ‘dibujito’ (logo), sus colores?” (Escucha algunas respuestas).



**Recomendación:** El objetivo es que note que las marcas exitosas tienen elementos que las hacen fáciles de recordar.

#### PASO 2: ¿Cómo me reconocen mis clientes? (3 minutos)

- **Qué hacer:** pide al emprendedor que piense si actualmente sus clientes los reconocen por algún elemento distintivo.
- **Guion sugerido:**

“Ahora, pensando en tu propio negocio, ¿crees que tus clientes te reconocen fácilmente? ¿Tienes algún nombre especial, algún letrero, usas siempre los mismos colores en tu puesto o en tus productos? Si alguien quisiera recomendarte, ¿cómo diría: ‘anda donde... (nombre de su negocio o su nombre)’?”



**Recomendación:** esto le ayuda a ver la importancia de tener una identidad, por más simple que sea. Haz estas preguntas: “¿Por qué es importante tener una identidad?” “¿Como te favorece como negocio?”

**PASO 3:** ¿Qué hace único a mi negocio?

- **Qué hacer:** pide al emprendedora o emprendedor que reflexione sobre qué elementos visuales o verbales podrían hacer que sus negocios sean memorables y distinguibles de los demás.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

— “Si tuvieras que crear un ‘sello’ para tu negocio, ¿qué imagen o palabra usarías para que la gente sepa al instante que eres tú?”

— “¿Qué colores sientes que representan mejor lo que ofreces? (Ejemplo: frescura, calidez, seriedad, diversión) Sé creativo, en este momento no existe respuesta mala. Siéntete libre de proponer lo que mejor te parezca”.



**Recomendación:** anímales a pensar de forma creativa y personal.

— Presentación de los componentes de la identidad de marca:

**PASO 4:** Los ingredientes de una marca poderosa

- **Guion sugerido (transición):**

“¡Muy buenas ideas! Todos esos elementos que has pensado son parte de lo que llamamos la ‘identidad de marca’. Es como la cédula de identidad de nuestro negocio, ¡lo que lo hace único y reconocible! Vamos a ver cuáles son sus principales ingredientes”.

- **Contenido a cubrir (componente por componente):**

**1. Nombre del negocio:**

- **Qué es:** el nombre único que identifica al negocio.
- **Importancia:** ayuda a los clientes a recordar y reconocer. Debe ser fácil de pronunciar y, si es posible, estar relacionado con lo que se ofrece.
- | **Ejemplo:** “Limonadas Frescas” (describe el producto y es fácil de recordar).

**2. Logo:**

- **Qué es:** un símbolo gráfico o imagen que representa al negocio. Es la “cara” de la marca.
- **Importancia:** facilita el reconocimiento visual rápido. Debe ser simple y memorable.
- | **Ejemplo:** Un limón sonriente y un vaso de limonada para “Limonadas Frescas”.

### 3. Colores:

- **Qué son:** los colores que se usan consistentemente en todos los materiales del negocio (logo, empaques, letreros, etc.).
- **Importancia:** crean una apariencia uniforme y profesional. Los colores transmiten emociones y pueden reflejar la personalidad de la marca.

**Ejemplo:** colores brillantes como amarillo y verde (para 'Limonadas Frescas' transmiten frescura y alegría).

### 4. Eslogan (lema):

- **Qué es:** una frase corta y pegajosa que describa lo especial del negocio o su promesa principal.
- **Importancia:** ayuda a comunicar rápidamente qué hace único al negocio. Debe ser fácil de recordar y decir.

**Ejemplo:** "¡La limonada más refrescante de la ciudad!"



#### Recomendación:

- Para cada uno, explica de qué trata cada elemento, por qué es importante y brinda un ejemplo claro.

MOMENTO: APLICACIÓN

10 MINUTOS

#### PASO 5: ¡Diseñando mi sello!: creando los elementos de mi marca

- **Qué hacer:** guía al participante para desarrollar el **Ejercicio 17** del **Cuaderno de trabajo**. Ahí están los componentes de la identidad de marca para su propio negocio presentados en plantillas.
- **Guion sugerido:**

"¡Ahora es el momento de ser creativos y creativas y darle vida a la marca de tu negocio! En tu Cuaderno de trabajo tienes espacios y preguntas para pensar en:"

- **Nombre del negocio:** "Si ya tienes uno, ¿te gusta? ¿Es fácil de recordar? Si no, piensa en algunas opciones".
- **Logo:** "Haz un boceto simple. No tiene que ser perfecto, ¡solo parte de una idea!"
- **Colores:** "¿Qué dos o tres colores usarías?"
- **Eslogan:** "Intenta crear una frase corta que describa tu negocio". Utiliza los ejemplos de **nombre del negocio, logo, colores y eslogan** del **Anexo 11** para que puedas guiarte.



#### Recomendación:

- Anímalas a que no se presionen por la perfección. Es un primer borrador.
- Ofrece apoyo individual, especialmente para generar ideas de nombres o eslóganes.
- Si alguien ya tiene estos elementos, pueden pensar en cómo mejorarlos.

## PASO 6: Compartiendo identidades y cierre de actividad

- **Qué hacer:** invita al emprendedor a compartir alguno de los elementos de marca que ha creado o mejorado. Cierra la actividad enlazando con el posicionamiento.

- **Guion sugerido:**

“¿Me compartes el nombre que pensaste para tu negocio o la idea para tu logo o eslogan? (Escucha 2 a 3 participaciones). ¡Qué buenas ideas están surgiendo! Se nota que conoces bien tu negocio”.

- **Cierre y enlace:**

“Tener estos elementos (nombre, logo, colores, eslogan) es como tener nuestra tarjeta de presentación. Pero, ¿cómo hacemos para que esa tarjeta destaque entre todas las demás y los clientes nos elijan? De eso hablaremos en la siguiente actividad: ¡cómo posicionar nuestra marca en la mente de los clientes!”



**Recomendación:** Celebra la creatividad y el esfuerzo. Hazle sentir que está construyendo algo valioso.

- Invita al emprendedor a responder las preguntas del **Ejercicio 18** (Reflexión final) del **Cuaderno de trabajo**.



## ACTIVIDAD 2:

Dejando huella: estrategia de posicionamiento de marca



**Duración estimada:**  
30 minutos

78



### 1. Objetivos de esta actividad para el participante:

- Comprender qué es el posicionamiento de marca y por qué es vital para destacar en el mercado.
- Identificar los elementos clave para un buen posicionamiento: propuesta de valor, segmentación de mercado y diferenciación.
- Comenzar a definir una estrategia de posicionamiento para su propio emprendimiento.
- Entender la importancia del registro de marca como protección legal.



### 2. Desarrollo de la actividad paso a paso (estrategia):

MOMENTO: ENTRADA MOTIVACIONAL



5 MINUTOS

#### PASO 1: Recordando la identidad y el siguiente nivel (2 minutos)

- **Qué hacer:** conecta con la actividad anterior sobre identidad de marca e introduce la idea de cómo esa identidad se percibe en el mercado.
- **Guion sugerido:**

“¡Hola! En la actividad anterior creamos el ‘DNI’ de nuestro negocio: su nombre, logo, colores, eslogan. ¡Ya tenemos una identidad! Pero, ¿cómo hacemos para que esa identidad ocupe un lugar especial en la mente de nuestros clientes, para que cuando piensen en limonadas, un corte de cabello, un servicio de catering (el producto o servicio que ofrecen), piensen en nosotros primero?”

#### PASO 2: ¿Por qué elegimos una marca sobre otra? (3 minutos)

- **Qué hacer:** pide a las y los participantes que piensen en situaciones donde eligen una marca específica y pregúntales por qué lo hacen, más allá del producto en sí.
- **Guion sugerido:**

“Piensa en cuando vas a comprar, por ejemplo, un jabón, un café, o incluso ropa. A veces hay varias marcas parecidas. ¿Qué te hace elegir una en particular? ¿Es solo el precio? ¿O hay algo más que esa marca te transmita (confianza, calidad, que es ‘para gente como tú’)? ¿Qué ves de diferente en esa marca?” (Escucha algunas respuestas).



**Recomendación:** el objetivo es que identifique que las percepciones y los valores asociados a la marca influyen en la decisión de compra.

**PASO 3:** ¿Cómo quiero que vean mi negocio?

- **Qué hacer:** pide al emprendedor que reflexione sobre cómo le gustaría que los clientes vieran su negocio en comparación con otros.
- **Guion sugerido (preguntas clave):**

— “Si un cliente tuviera que describir tu negocio en una sola frase o idea, ¿qué te gustaría que dijera para que se entienda que tu negocio es especial o diferente a otros que venden lo mismo?”

— “¿Cómo te gustaría ser percibido por tus clientes como emprendedor?”



**Recomendación:** anímales a pensar en lo que les hace únicos.

— Presentación de los elementos del posicionamiento y registro de marca.

**PASO 4:** Conquistando la mente del cliente: posicionamiento de marca

- **Guion sugerido (transición):**

“¡Excelentes ideas! Lo que se busca es ‘posicionar’ tu marca. Es decir, lograr que tu negocio ocupe un lugar claro, único y positivo en la mente de tus clientes, ¡para que te elijan a ti! Vamos a ver cómo se logra esto”.

- **Contenido a cubrir (elemento por elemento):**

### 1. Propuesta de valor: ¿Cuál es el valor diferencial que entrega tu negocio?

- **Qué es:** es el valor diferencial que tiene tu negocio y que otros no tienen, y es por ello que te compran a ti y no a la competencia. Invítalos a que respondan: “¿Qué me entrega de valor tu negocio y no la competencia?”
- **Importancia:** define lo que hace a tu producto o servicio especial y atractivo.

**Ejemplo:** “‘Limonadas Frescas’ ofrece bebidas 100% naturales, con ingredientes orgánicos y sabores innovadores que revitalizan”.

### 2. Segmentación de mercado: ¿A quién le quiero vender principalmente?

- **Qué es:** identificar y enfocarse en un grupo específico de clientes con características y necesidades similares.
- **Importancia:** permite adaptar productos y mensajes para ser más efectivos con ese grupo.

**Ejemplo:** “‘Limonadas Frescas’ está dirigido a familias y deportistas que frecuentan parques locales y buscan una bebida refrescante y saludable”.

### 3. Diferenciación: ¿Qué me hace realmente único?

- **Qué es:** los atributos únicos que hacen que tu marca se destaque de la competencia y sea preferida.
- **Importancia:** facilita la atracción de clientes, mejora la retención y crea una ventaja competitiva (fortaleza) para tu negocio.

**Ejemplo:** “‘Limonadas Frescas’ utiliza ingredientes orgánicos, sin conservantes y ofrece sabores diferenciados como menta, jengibre y frutos exóticos que no están disponibles en otras bebidas locales”.



#### Recomendación:

- Para cada concepto, explica **de qué trata, por qué es importante y brinda un ejemplo claro.**

#### PASO 5: Protegiendo mi marca: el registro en Indecopi

- **Qué hacer:** explica brevemente qué es el registro de marca y por qué es importante.
- **Guion sugerido:**

“Una vez que tenemos una identidad y un posicionamiento claro, es muy importante proteger nuestra creación. ¿Te imaginas que alguien más use el mismo nombre o logo de tu negocio? Para eso existe el Registro de Marca en Indecopi”.

- **Contenido a cubrir (muy breve y simple):**
  - **Qué es:** un proceso legal para tener la propiedad exclusiva de tu nombre, logo, etc.
  - **Importancia:** evita que otros copien tu marca, protege tu reputación y brinda exclusividad.
  - **Proceso básico:**
  - Búsqueda de disponibilidad, presentar solicitud, pago de tasa, evaluación por Indecopi y obtención del certificado.
- Ver el **Anexo 12** para ver la información del **proceso para registrar la marca en Indecopi.**



**Recomendación:** no es para que se vuelvan expertos en el trámite, sino para que sepan que existe y es importante. Indicar que Indecopi es la entidad oficial que regula esto.

#### MOMENTO: APLICACIÓN

 10 MINUTOS

#### PASO 6: Definiendo mi lugar en el mercado

- **Qué hacer:** guía a los participantes para que completen el **Ejercicio 19** del **Cuaderno de trabajo** en la tabla “Desarrolla tu estrategia de posicionamiento”. Esto para definir su propuesta de valor, segmento de mercado y diferenciación.

- **Guion sugerido:**

“¡Ahora a definir cómo quieres que tu negocio sea visto! En tu Cuaderno de trabajo, tienes una tabla para trabajar en tu Estrategia de posicionamiento. Piensa en:”

— **Propuesta de valor:** “¿Cuál es el valor diferencial que tiene tu negocio respecto a tus competidores? ¿Qué le entrega tu negocio a sus clientes que tus competidores no tienen?”

— **Segmento de mercado:** “¿A qué grupo específico de clientes se dirigen principalmente?”

— **Diferenciación:** “¿Qué cosa única ofrecen que los hace diferentes y mejores que la competencia?”

- **Estrategia (si el participante no sabe qué responder):** la persona facilitadora deberá explicar los conceptos de forma muy sencilla.

— Revisa los ejemplos de **Propuesta de valor, segmento de mercado y diferenciación** del **Anexo 13** para que puedas guiarte.



**Recomendación:**

- Anímalos a ser concisos, pero claros.
- Recuérdale los ejemplos y las preguntas guía de su cuaderno.
- Ofrece apoyo, especialmente cuando articulen la propuesta de valor y la diferenciación.

## PASO 7: Compartiendo estrategias y cierre del módulo

- **Qué hacer:** invita al emprendedor o emprendedora a compartir un elemento de su estrategia de posicionamiento. Realiza un cierre motivador de la actividad y de todo el módulo.

- **Guion sugerido:**

“Comparte: ¿Cómo quieres que tu negocio sea recordado o por qué los clientes deberían elegirlo? (Escucha 2 o 3 participaciones) ¡Qué bien suena eso! Se nota que tienes claro lo valioso que ofreces”.

- **Cierre del módulo:**

“¡Y con esto terminamos, estimado emprendedor!”



**Recomendación:** termina con un mensaje muy positivo, de felicitación y motivación.

- Invita al participante a responder el **Ejercicio 20** del **Cuaderno de trabajo** (reflexión final).



## Anexos

## Anexo 1:

### Diferencias entre persona natural y persona jurídica

Aspecto	Persona natural	Persona jurídica
Definición	El negocio está registrado a nombre del emprendedor	Se crea una entidad independiente del propietario
Responsabilidad	Ilimitada: responde con sus bienes personales	Limitada: solo responde con el capital aportado
Trámite	Sencillo y rápido (inscripción RUC en SUNAT)	Más complejo (requiere inscripción en Registros Públicos)
Costo inicial	Bajo (principalmente RUC y licencia municipal)	Mayor (honorarios de notario, inscripción, etc.)
Ejemplo de negocios	Tienda de abarrotes, puesto de comida	Negocios con socios: S.R.L., S.A.C. o E.I.R.L.

## Tipos de empresas más comunes en Perú

### E.I.R.L.

(Empresa Individual de Responsabilidad Limitada)

- **Definición:** es una estructura legal donde una sola persona es propietaria y su responsabilidad está limitada al capital aportado.
- **Beneficios:**
  - **Control total:** ideal para emprendedores y emprendedoras que desean mantener el control absoluto de su negocio sin compartir la toma de decisiones.
  - **Responsabilidad limitada:** la responsabilidad del propietario se limita al monto del capital aportado, protegiendo sus bienes personales.

### S.R.L.

(Sociedad de Responsabilidad Limitada)

- **Definición:** es una empresa formada por dos o más personas (20), donde la responsabilidad de cada socio está limitada al capital aportado.
- **Beneficios:**
  - **Responsabilidad compartida:** adecuada para pequeños negocios de familiares o amigos que desean compartir la gestión y las responsabilidades.
  - **Flexibilidad en la gestión:** permite una administración más flexible y directa entre los socios.

### S.A.C.

(Sociedad de Responsabilidad Limitada)

- **Definición:** permite un número mayor de socios (hasta 20) con una estructura más formal y organizada.
- **Beneficios:**
  - **Atracción de capital:** ideal para negocios que buscan crecer y necesitan atraer más capital.
  - **Estructura robusta:** ofrece una estructura más formal y profesional, adecuada para empresas que planean una expansión significativa y buscan una gestión más organizada.

## Clasificación de renta

En Perú, los negocios deben considerar las categorías de renta al elegir su régimen tributario:

- **Primera categoría:** ingresos por alquiler de inmuebles.
- **Segunda categoría:** ingresos por venta de acciones o bienes muebles.
- **Tercera categoría:** negocios comerciales, industriales y de servicios. Ejemplo: tiendas, restaurantes, consultorías.
- **Cuarta categoría:** servicios independientes (trabajadores profesionales). Ejemplo: consultores, médicos, abogados.
- **Quinta categoría:** trabajadores dependientes (asalariados) que laboran formalmente en planilla. Por ejemplo: obrero de Saga Falabella.

85

## Regímenes tributarios en Perú:

### 1. Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS)

- Dirigido a pequeños negocios con ingresos anuales limitados.
- Caracterizado por pagos fijos mensuales y la no emisión de facturas, solo boletas de venta.

### 2. Régimen Especial de Renta (RER)

- Dirigido a negocios con ingresos brutos anuales de hasta S/ 525 000.
- Permite emitir facturas y boletas y aplica una tasa fija de impuestos (1.5 % sobre los ingresos netos mensuales).

### 3. Régimen MYPE Tributario (RMT)

- Orientado a micro y pequeñas empresas con ingresos netos anuales de hasta 1 700 UIT.
- Tasa progresiva de impuestos: 10 % hasta los primeros 15 UIT y 29.5 % para ingresos mayores.

### 4. Régimen General

- Para empresas sin límites de ingreso anual.
- Aplica una tasa de 29.5 % sobre la renta neta.
- Permite la deducción de costos y gastos relacionados al negocio.

## Sesión 1: Tabla que resume los requisitos comunes para acceder a fondos del Estado

Categoría de requisito	Requisito general	Descripción breve (importancia)	Programas donde aplica (ejemplos)
<b>Formalización y situación legal</b>	Constitución formal como persona jurídica o AEO	Demostrar existencia legal y capacidad operativa	Procompite, Innóvate Perú, AGROIDEAS
	RUC activo y habido	Indispensable para cualquier transacción con el Estado y cumplimiento tributario	AGROIDEAS, General MYPE
	Inscripción en Registros Públicos (SUNARP) o REMYPE	Acreditar formalidad y reconocimiento legal	AGROIDEAS, General MYPE
	Actividades económicas legales y declaradas	Asegurar la legitimidad y transparencia de las operaciones	Procompite, General MYPE
<b>Salud financiera y crediticia</b>	Clasificación crediticia favorable (SBS "Normal" o "CPP")	Indicador de buena gestión financiera y bajo riesgo crediticio.	FAE - Mype, Innóvate Perú
	Ausencia de deudas coactivas significativas con SUNAT	Demostrar cumplimiento de obligaciones tributarias	AGROIDEAS (para FA)
	No estar en insolvencia o procesos concursales	Garantizar la viabilidad y capacidad de ejecución del proyecto	FAE - Mype, Innóvate Perú
	Presentación de reportes de centrales de riesgo	Evaluación exhaustiva del historial crediticio de la empresa y sus miembros	Innóvate Perú
<b>Antigüedad y nivel de actividad económica</b>	Requisitos mínimos de antigüedad de la empresa	Demostrar experiencia y estabilidad operativa	Procompite, Innóvate Perú
	Requisitos mínimos de ventas anuales	Asegurar la escala y capacidad económica de la MYPE para el programa	Procompite, Innóvate Perú
<b>Propósito y viabilidad del proyecto</b>	Alineación del proyecto con los objetivos del programa	Asegurar que la propuesta contribuya a los fines específicos del fondo	Procompite, Innóvate Perú, AGROIDEAS
	Presentación de un plan de negocio viable o MVP	Demostrar la factibilidad, potencial y etapa de desarrollo del proyecto	Procompite, Innóvate Perú, AGROIDEAS

## Anexo 4:

### Sesión 2: Elaboración de un plan de financiamiento para tu emprendimiento

#### 1. Ejemplo de identificación de necesidades de capital

Descripción	Cantidad necesaria	Precio unitario (S/)	Total (S/)
Compra de licuadora pequeña	1 unidad	S/ 100	S/ 100
Compra de mesa para el puesto	1 unidad	S/ 150	S/ 150
Compra de toldo para sombra	1 unidad	S/ 80	S/ 80
Compra de vasos plásticos	100 vasos	S/ 0.50	S/ 50
Compra de limones	20 kg	S/ 2	S/ 40
<b>Total de capital necesario</b>			<b>S/ 420</b>

87

#### 2. Ejemplo de fuentes de ingresos

Fuente de ingreso	Monto solicitado o estimado (S/)	Plazo para pagar
Préstamo bancario	S/ 250	6 meses
Préstamo de un familiar	S/ 100	8 meses
Microcrédito	S/ 70	3 meses
<b>Total de ingresos</b>	<b>S/ 420</b>	

### 3. Ejemplo de cronograma de pagos

#### Cálculo del pago mensual

- **Préstamo bancario:** S/ 250 / 6 meses = S/ 41.67 (aproximadamente S/ 42)
- **Préstamo de un familiar:** S/ 100 / 8 meses = S/ 12.50 (aproximadamente S/ 13)
- **Microcrédito:** S/ 70 / 3 meses = S/ 23.33 (aproximadamente S/ 23)

Fecha de pago	Pago Bancario (S/)	Pago familiar (S/)	Pago de microcrédito (S/)	Monto total a pagar (S/)	Balance restante (S/)
1er mes	S/ 42	S/ 13	S/ 23	S/ 78	S/ 342
2do mes	S/ 42	S/ 13	S/ 23	S/ 78	S/ 264
3er mes	S/ 42	S/ 13	S/ 23	S/ 78	S/ 186
4to mes	S/ 42	S/ 13	S/ 0	S/ 55	S/ 131
5to mes	S/ 42	S/ 13	S/ 0	S/ 55	S/ 76
6to mes	S/ 42	S/ 13	S/ 0	S/ 55	S/ 21
7mo mes	S/ 0	S/ 13	S/ 0	S/ 13	S/ 8
8vo mes	S/ 0	S/ 8	S/ 0	S/ 8	S/ 0

## Anexo 5:

### Sesión 3: Finanzas para emprendedores

#### 1. Ejemplo de registro de ingresos

Fecha	Producto vendido	Cantidad	Precio por unidad	Monto total
01/08/2024	Jarra de limonada (1 litro)	5	S/ 10	S/ 50
01/08/2024	Vaso de limonada (medio litro)	10	S/ 3	S/ 30
02/08/2024	Jarra de limonada (1 litro)	7	S/ 10	S/ 70

89

#### 2. Ejemplo de registro de gastos

Fecha	Producto Comprado	Cantidad	Precio por Unidad	Monto Total
01/08/2024	Limonas	20	S/ 1	S/ 20
01/08/2024	Azúcar	2 kg	S/ 5	S/ 10
02/08/2024	Vasos de plástico (paquete)	5	S/ 1.50	S/ 7.50

#### 3. Ejemplo de elaboración de un presupuesto mensual

##### Ejemplo de ingresos estimados

Descripción	Cantidad estimada	Precio unitario (S/)	Total (S/)
Venta de limonada (1 litro)	50 jarras	S/ 5	S/ 250
Venta de limonada (0.5 litros)	100 vasos	S/ 3	S/ 300
<b>Total de Ingresos</b>			<b>S/ 550</b>

### Ejemplo de gastos estimados

Descripción	Cantidad estimada	Precio unitario (S/)	Total (S/)
Compra de limones	50 kg	S/ 2	S/ 100
Compra de azúcar	20 kg	S/ 2	S/ 40
Compra de vasos	150 vasos	S/ 0.50	S/ 75
Publicidad (volantes, carteles)			S/ 30
<b>Total de gastos</b>			<b>S/ 245</b>

### Ejemplo de resumen financiero

Categoría	Monto (S/)
Total de Ingresos	S/ 550
Total de Gastos	S/ 245
Saldo Disponible	S/ 305

## Sesión 4: Marketing para emprendedores

### A) Marketing digital

#### 1. Ejemplo de redes sociales

Plataforma elegida	Tipo de contenido	Frecuencia de publicación
Facebook	Fotos de productos, promociones especiales	Tres veces por semana
Instagram	Videos cortos mostrando la preparación de la limonada	Publicación diaria

#### 2. Ejemplo de WhatsApp Business

Objetivo del mensaje	Tipo de contenido	Frecuencia de envío
Promocionar descuentos	Información sobre promociones 2x1 y nuevos sabores	Mensaje mensual
Informar sobre eventos o novedades del negocio	Detalles sobre eventos locales, nuevas ofertas o productos	Mensaje mensual

- **Comparación entre WhatsApp y WhatsApp Business**

Característica	WhatsApp	WhatsApp Business
<b>Descarga</b>	Disponible en Google Play y App Store	Disponible en Google Play y App Store (búsqueda: "WhatsApp Business")
<b>Registro</b>	Con un número de teléfono personal	Requiere un número de teléfono dedicado al negocio
<b>Perfil de usuario</b>	Solo permite una foto de perfil y un estado	Permite foto de perfil, nombre del negocio, descripción, dirección, correo y horario
<b>Portada</b>	No disponible	No disponible
<b>Catálogo de productos</b>	No disponible	Opción de crear un catálogo con fotos, precios y descripciones de productos o servicios
<b>Respuesta automática</b>	No disponible	Permite configurar mensajes automáticos de bienvenida y ausencia
<b>Etiquetas</b>	No disponible	Función para etiquetar y organizar chats (ej.: "Nuevo cliente", "Pedido pendiente")
<b>Estadísticas</b>	No disponible	Ofrece estadísticas básicas (mensajes enviados, leídos, entregados)
<b>Mensaje de bienvenida</b>	No disponible	Permite enviar mensajes de bienvenida automáticos a nuevos contactos
<b>Frecuencia de uso</b>	Uso personal e informal	Uso exclusivo para negocios, diseñado para facilitar la comunicación profesional



**Nota:**

- Ambas aplicaciones requieren permisos básicos (contactos, cámara y micrófono), pero WhatsApp Business agrega funciones especializadas para que las y los emprendedores puedan organizar su comunicación y promocionar sus productos de forma efectiva.

## Instrucciones de descarga y configuración:

- Dirígete a Google Play o App Store y busca "WhatsApp" para la versión personal o "WhatsApp Business" para la versión de negocio.
- Descarga la aplicación correspondiente y sigue los pasos de verificación con tu número de teléfono.
- **Configura el perfil:** en WhatsApp, añade una foto y un estado; en WhatsApp Business, añade el nombre del negocio, dirección, correo y un breve mensaje de bienvenida.
- Si estás en WhatsApp Business, utiliza la opción "Herramientas para la empresa" para explorar las funcionalidades del **catálogo**, las **respuestas automáticas** y las **etiquetas**.

## B) Marketing tradicional

### 1. Ejemplo de carteles y volantes

Lugar estratégico	Diseño y contenido del cartel o volante
Parque local	Cartel con colores brillantes y una imagen de limonada, con el texto "¡Prueba la limonada más refrescante!"
Tienda de barrio	Volante con una oferta especial de 2x1 en limonadas, con el logo del negocio y su eslogan

— Tips para diseñar carteles y volantes:

- **Mensaje claro:** incluye un mensaje breve y directo que comunique el objetivo del cartel o volante.
- **Colores y tipografía:** usa colores llamativos y letras grandes que faciliten la lectura a distancia.
- **Imágenes atractivas:** incorpora fotos o ilustraciones relacionadas con tu producto para captar la atención.
- **Datos de contacto:** asegúrate de incluir tu número de teléfono, redes sociales o dirección para que los clientes puedan contactarte.
- Ubicación y distribución:
  - Coloca los carteles en sitios estratégicos como tiendas locales, mercados y centros comunitarios.
  - Distribuye volantes en lugares de alta concurrencia o en eventos donde asista tu público objetivo.

### 2. Ejemplo de "boca a boca"

Estrategia boca a boca	Cómo la Implementarás
Ofrecer una bebida gratis por cada recomendación	Decir a los clientes que, si traen a un amigo, ambos recibirán una limonada gratis
Crear una frase fácil de recordar	Enseña a los clientes a decir "¡refresca tu día con nuestra limonada!" a sus amigos

— Ejemplos y tips para promover el boca a boca:

- **Incentivos para clientes:** ofrece descuentos o promociones para quienes recomienden tu negocio a sus amigos o familiares.
- **Testimonios y reseñas:** pide a tus clientes satisfechos que compartan sus experiencias en redes sociales o en sus círculos de amigos.
- **Frases clave:** crea frases memorables sobre tus productos o servicios que los clientes puedan compartir fácilmente.

### 3. Ejemplo de eventos locales

Evento local relevante	Estrategia para participar y promocionar
Feria escolar	Montaje de un stand con degustaciones gratis de limonada y venta con descuento especial por el evento
Mercado municipal	Participación con un pequeño carrito de limonada ofreciendo la promoción "compra una y llévate otra gratis"

95

— Tips para atraer clientes en eventos:

- **Decoración de stand:** usa elementos llamativos como carteles y manteles coloridos que representen la identidad de tu marca.
- **Ofrece muestras gratis:** atrae al público permitiéndoles probar o ver tus productos sin compromiso.
- **Promociones exclusivas:** ofrece descuentos especiales solo para los asistentes del evento.

## Sesión 5: Ventas y fidelización de clientes

### A) Estrategia de ventas

#### A. Ejemplos de estrategias de ventas

Estrategia de ventas	Cómo la implementarás
Promociones	Ofrecer una promoción "2x1 en limonadas" durante el fin de semana
Ventas cruzadas	Vender galletas junto con la limonada con un pequeño descuento en el combo
Demostraciones	Ofrecer pequeñas muestras de limonada gratis a los transeúntes para atraerlos a comprar

#### B. Ejemplos de implementación de la estrategia

Estrategia de ventas	Proceso de implementación
Promociones	Crear carteles para anunciar la promoción "2x1 en limonada" y colocarlos en lugares visibles del puesto. Informar a los clientes sobre la promoción al momento de la compra
Ventas cruzadas	Preparar combos de limonada y galletas antes de abrir el puesto y ofrecer el combo con un pequeño descuento
Demostraciones	Preparar pequeñas muestras de limonada y colocarlas en vasos pequeños para ofrecer a los clientes que pasan por el puesto

#### C. Ejemplos de metas de la estrategia

Estrategia de ventas	Meta específica
Promociones	Aumentar las ventas en un 20 % durante el fin de semana gracias a la promoción "2x1 en limonada"
Ventas cruzadas	Incrementar las ventas de galletas en un 15 % a través de la oferta de combos
Demostraciones	Atraer a 10 nuevos clientes por día gracias a las muestras gratuitas de limonada

## B) Estrategias de fidelización

### 1. Ejemplos de técnica de fidelización

Técnica de fidelización	Cómo la implementarás
Servicio al cliente excepcional	Capacitar a los empleados para que siempre saluden con una sonrisa, sean amables y resuelvan rápidamente cualquier problema
Programas de fidelización	Crear una tarjeta de cliente frecuente donde, después de cinco compras, el cliente reciba un producto gratis
Feedback y mejora continua	Colocar una caja de sugerencias en el local donde los clientes puedan dejar sus comentarios anónimos

### 2. Ejemplos de implementación de la técnica

Técnica de fidelización	Proceso de implementación
Servicio al cliente excepcional	Realizar capacitaciones semanales con el personal sobre atención al cliente y resolver dudas comunes
Programas de fidelización	Diseñar la tarjeta de cliente frecuente y distribuirla entre los clientes habituales
Feedback y mejora continua	Revisar semanalmente las sugerencias dejadas por los clientes y discutir posibles mejoras en las reuniones del equipo

### 3. Ejemplos de metas de la técnica

Técnica de fidelización	Meta específica
Servicio al cliente excepcional	Aumentar la satisfacción del cliente en un 30 % según encuestas realizadas al final de cada mes
Programas de fidelización	Incrementar el número de clientes recurrentes en un 25 % en los próximos tres meses
Feedback y mejora continua	Recibir al menos 10 sugerencias mensuales y aplicar dos mejoras concretas basadas en ese feedback

## Anexo 10:

### Ejemplos de base de datos de clientes (formato en Google Sheets o Excel)

Nombre del cliente	Nivel de importancia	DNI	Número de celular	Fecha de compra	Producto adquirido	Frecuencia de compra	Preferencias
Juan Pérez	ALTO	41887796	987654321	01/11/2024	Limonada	Mensual	Prefiere descuentos
Ana Martínez	MEDIO	45887421	912345678	10/10/2024	Combo de Galletas y Limonada	Semanal	Prefiere muestras gratis
Carlos López	BAJO	48745210	999876543	20/10/2024	Limonada Grande	Quincenal	Compra en la mañana

Es recomendable crear una base de datos de clientes para un seguimiento más personalizado, ya sea en formato virtual (como una hoja de cálculo en Google Sheets o Excel) o físico (en una libreta de registro). Incluye los siguientes campos:

- Número de celular
- Fecha de compra
- Producto adquirido
- Preferencias del cliente

Esta herramienta te permitirá ofrecer promociones personalizadas, enviar recordatorios y mejorar la satisfacción del cliente al mantener una comunicación continua y relevante.

## Sesión 6: Construcción de marca

### A) Identidad de marca

#### A. Ejemplos de nombre del negocio

Posibles nombres
Limonadas Frescas
Refrescos Naturales
Sabores de Verano

#### — Paso 1: Define tu propuesta de valor

Antes de decidir un nombre, pregúntate qué hace único a tu negocio. Piensa en el beneficio principal que ofreces y cómo quieres que los clientes te perciban.

**Ejemplo:** si vendes productos ecológicos, tu propuesta de valor podría girar en torno a la salud y sostenibilidad.

#### — Paso 2: Realiza una lluvia de ideas

Haz una lista de palabras clave relacionadas con tu negocio. Intenta mezclar palabras, jugar con rimas o crear combinaciones atractivas. Recomendación: elige palabras sencillas y de fácil pronunciación. Evita términos complejos que puedan ser difíciles de recordar.

#### — Paso 3: Verifica la disponibilidad

Antes de decidir, asegúrate de que el nombre no esté en uso y que esté disponible como dominio de sitio web, en redes sociales y para registro comercial (si lo necesitas).



#### Recomendaciones adicionales:

- Piensa en un nombre corto y directo.
- Pide opiniones a personas de confianza y observa cómo reaccionan al escuchar el nombre.

#### B. Ejemplo de diseño del logo

Descripción del logo	Boceto o idea
Un limón sonriente junto a un vaso de limonada refrescante	Dibujo

### — Paso 1: Identifica elementos representativos

Piensa en símbolos o imágenes que puedan representar visualmente la esencia de tu negocio. Estos deben ser simples y transmitir el mensaje que deseas. Ejemplo: si tu negocio es de café, una taza de café estilizada puede ser un ícono efectivo.

### — Paso 2: Elige un estilo

Decide si quieres un logo minimalista, divertido, clásico o moderno. Este estilo debe reflejar el tono de tu marca.



**Recomendación:** opta por líneas y formas claras que sean fáciles de recordar y reproducir en varios tamaños.

### — Paso 3: Haz un boceto

Haz un borrador de la idea principal para tu logo. No necesitas ser un experto en diseño. Basta con plasmar la idea y luego pulirla o pedir ayuda profesional.



#### Recomendaciones adicionales:

- Considera que un buen logo debe ser legible en diferentes tamaños y colores.
- Evita detalles excesivos para mantenerlo simple y efectivo.

## C. Ejemplo de selección de colores

Color principal		Color secundario	
	Amarillo limón (#FFF200)		Verde menta (#A4C639)

### — Paso 1: Define la personalidad de tu marca

¿Es amigable, profesional, divertida, moderna? La personalidad que elijas te ayudará a seleccionar los colores correctos.

**Ejemplo:** una marca juvenil puede beneficiarse de colores vibrantes y audaces, como el naranja y el fucsia.

### — Paso 2: Conoce el significado de los colores

Los colores transmiten emociones y cada tono puede influir en cómo los clientes perciben tu negocio.

- **Rojo:** energía, pasión y acción.
- **Azul:** confianza, serenidad y profesionalismo.
- **Verde:** naturaleza, frescura y salud.
- **Amarillo:** optimismo y felicidad.
- **Naranja:** creatividad y entusiasmo.

— **Paso 3:** Selecciona una combinación de colores

Es recomendable elegir un color principal que represente a la marca y un color secundario que lo complemente. Estos colores deben usarse de forma consistente en todos tus materiales.



**Recomendaciones adicionales:**

- Asegúrate de que los colores elegidos funcionen bien en todos los formatos (digital e impreso).
- Considera los contrastes y la legibilidad al seleccionar las combinaciones de colores.

## D. Ejemplos de creación del eslogan

Posibles eslóganes
"¡La limonada más refrescante de la ciudad!"
"Refrescando tus días con cada sorbo"

— **Paso 1:** Identifica el mensaje clave de tu negocio

Un buen eslogan resume la promesa o el valor principal de tu negocio en una frase corta. Pregúntate qué hace que tu producto sea especial para los clientes.

— **Paso 2:** Hazlo breve y memorable

Los mejores eslóganes son fáciles de recordar y tienen un ritmo o rima natural. Prueba diferentes frases hasta encontrar una que sea "pegajosa".

**Ejemplo:** Para un negocio de productos frescos, un eslogan como "Directo del campo a tu mesa" es claro y transmite confianza.

— **Paso 3:** Prueba varias opciones

Pide opiniones sobre tus posibles eslóganes y evalúa cuál resuena mejor. Si es posible, realiza una pequeña encuesta para saber cuál tiene mayor aceptación.



**Recomendaciones adicionales:**

- Usa palabras positivas y simples para que el mensaje sea claro.
- Haz pruebas en voz alta: si suena bien y es fácil de repetir, probablemente sea efectivo.

### Registro de la marca de producto o servicio de tu negocio en Indecopi

Si eres una persona natural o representas a una persona jurídica, ofreces un producto o servicio, y deseas protegerlo para que no sea copiado o imitado, puedes registrarlo en [Indecopi](#) de manera virtual o presencial.

Este signo distintivo te permite diferenciar o identificar un producto o servicio en el mercado peruano por un periodo renovable de 10 años.

#### Condiciones:

- Antes de registrar tu marca, debes [definir la clase de tu producto o servicio, y verificar si existen coincidencias con marcas registradas anteriormente](#).
- Si presentas un documento en otro idioma, debe tener una traducción simple al español.

#### Requisitos:

- 2 copias del [formulario de solicitud](#) llenadas y firmadas por ti.
- Copia de tu documento de identidad.
- Si eres representante del solicitante, agrega una carta poder simple (no legalizada).
- Si representas a una persona jurídica, presenta una copia simple de la [partida registral](#) y asiento.
- Si has realizado algún trámite en Indecopi en un periodo no mayor a 5 años, puedes señalar en tu solicitud el número del expediente donde se encuentra esta documentación.
- Si vas a registrar un signo gráfico, debes presentar 2 copias de la imagen o foto. De preferencia de 5 x 5 cm en blanco y negro.
- Si deseas proteger los colores, debes presentar la imagen o foto a colores.
- Si vas a realizar el trámite en línea, [necesitas un usuario y contraseña en la plataforma digital del Indecopi](#).

#### Antes de iniciar, debes saber:

Para realizar la solicitud, cancela S/ 534.99 usando el código de arancel **201000562** en Pagalo.pe con tu número de DNI. Si deseas registrar tu marca en más de una clase, debes pagar S/ 533.30 por cada clase adicional usando el código de arancel **201000599**.

Ingresa al sistema con tu usuario y contraseña, haz clic en **"Nueva solicitud"**, selecciona el tipo de solicitud y completa los datos. Una vez enviada, recibirás un número de expediente. Puedes hacer el seguimiento a tu solicitud ingresando al sistema y haciendo clic en **"Consulta de expedientes"**.

Una vez atendido por la Dirección de Signos Distintivos del Indecopi, la entidad publicará de manera automática tu solicitud en [La Gaceta Electrónica de Propiedad Industrial](#) por los 30 [días hábiles](#). De existir oposición, serás notificado para que presentes tus descargos.

Pasado el periodo de publicación (haya o no oposición), tu solicitud será evaluada y recibirás la resolución. Actualmente, los procedimientos de registro sin oposición se resuelven en un plazo de 45 [días hábiles](#).

Si el resultado es positivo, recibirás el certificado de registro. Si, por el contrario, tu solicitud fue rechazada, puedes interponer un recurso impugnativo en un plazo máximo de 15 [días hábiles](#) después de que la resolución fue comunicada.

## Anexo 13:

### Ejemplos de estrategia de posicionamiento

Componente	Descripción
Propuesta de valor	"Ofrecemos la limonada más fresca y natural del barrio, hecha con ingredientes orgánicos"
Segmento de mercado	"Nos dirigimos a familias jóvenes que buscan opciones saludables y refrescantes durante sus paseos por el parque"
Diferenciación	"Únicamente utilizamos limones orgánicos y ofrecemos sabores exclusivos como menta y jengibre"





[www.aldeasinfantiles.org.pe](http://www.aldeasinfantiles.org.pe)

