

Guía y asesoría técnica para la formación de capacidades en emprendimientos y servicios financieros

Con el apoyo de:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Cooperación Suiza en Bolivia

Ejecutado por



PROCOSI



Centro de Multiservicios Educativos

Formación técnica profesional

www.cemse.edu.bo
www.procosi.org.bo

www.formaciontecnicabolivia.org
facebook: Formación Técnica Profesional Bolivia

ABC del Emprendimiento

Guía para docentes y facilitadores



Guía y asesoría técnica para la formación de capacidades en emprendimientos y servicios financieros

ABC del Emprendimiento

GUÍA PARA DOCENTES Y FACILITADORES



Guía y asesoría técnica para la formación de capacidades
en emprendimientos y servicios financieros

Guía "ABC del emprendimiento" dirigida a docentes y facilitadores de los Institutos Técnicos y Tecnológicos Superiores que forman parte del proyecto Fortalecimiento de centros de formación técnica en áreas urbanas, ejecutado por el consorcio PROCOSI - CEMSE, con el apoyo de la Cooperación Suiza en Bolivia.

CRÉDITOS

Federico Escobar Loza

Director Nacional del CEMSE

Claudia Arandía Schmiedl

Coordinadora del Consorcio PROCOSI CEMSE

Ana Dibbie Sanjines Choque

Geovana Carla Mercado Ramos (Consutoría)

Elaboración del contenido

Ana Dibbie Sanjines Choque

Revisión técnica del documento

Inés Mariela Fernández Ortiz

Validación del documento

Teleioo Srl.

Diseño, ilustración e impresión

4-1-834-17

Depósito Legal

Agradecimientos:

Al personal Docente y Administrativo de los 20 Institutos Técnicos y Tecnológicos que forman parte del proyecto "Fortalecimiento de centros de formación técnica en áreas urbanas", a los responsables regionales Cfar y al equipo Nacional del Consorcio PROCOSI – CEMSE.

Presentación	5
Introducción	7
Bases conceptuales	13
Emprendimientos micro y pequeña empresa	16
Emprendimientos escalables.....	17
Emprendimientos de las grandes empresas.....	17
Emprendimientos Sociales	18
Habilidades que permiten alcanzar los logros.....	20
Habilidades relacionadas a la capacidad de planificación	20
Habilidades relacionadas a su empoderamiento.....	21
Habilidades personales.....	21
Habilidades sociales.....	22
Uso de la guía ABC del emprendimiento	25
Inspiración	27
Reflexión.....	29
Práctica.....	29
Conclusión y Cierre	30
Planes de implementación de la guía ABC del emprendimiento	31
Unidad A: ¡ATRÉVESE A SOÑAR!	34
Perfil.....	35
Ideas fuerza	35
Contenidos analíticos	35
Sesión uno: ¡Atrévete a Soñar!.....	38
El emprendimiento y el desarrollo económico	38
Emprendimiento y cultura emprendedora.....	38
¿Qué tipo de emprendimientos hay?	40
Actividad:.....	41



Sesión dos: Activa tu creatividad	46
Creatividad y Cultura Emprendedora	46
Actividad:.....	48

Unidad B: BUSCA LOS MEJORES CAMINOS **51**

Perfil.....	52
Ideas fuerza	52
Contenidos analíticos	52
Sesión uno: ¡Hay Que Estar Siempre Atentos!!!	56
Producto.....	56
Precio.....	57
Plaza.....	57
Promoción.....	58
Actividad:.....	59
Sesión dos: ¡Hay Que Echar Siempre Pa 'Lante!	62
Mejora continua de mi emprendimiento	62
Diferenciación.....	63
La Fidelidad de los Clientes	64
Sesión tres: ¡Hay Que Ser Ordenadas y Ordenados!!	68
El plan de negocio.....	68
Actividad:.....	70

UNIDAD C: CONSÍGUETE COLCHONES **71**

Perfil.....	72
Ideas fuerza	72
Contenidos analíticos	72
Sesión uno: ¡Existen Servicios Disponibles!!	76
Afrontar los Riesgos: la Importancia de un Colchón	76
Servicios Financieros.....	77
Actividad:.....	80
Servicios no Financieros	81
Actividad para la casa:.....	82
Sesión dos: Construiré y fortaleceré mi red	86
Redes de Apoyo y Soporte	86
Actividad:.....	87

Bibliografía **89**

Fotocopiables **90**

Dinámicas **105**



Presentación

Con el objetivo de fortalecer los centros urbanos de formación técnica en el país, el Programa de Coordinación en Salud Integral (PROCOSI) en alianza con el Centro de Multiservicios Educativos (CEMSE) se suman, como socios, al proyecto de **Formación técnica profesional** de la Cooperación Suiza en Bolivia para las gestiones 2015 a 2017.

En referencia a PROCOSI esta es una Red de organizaciones de la sociedad civil que trabaja en salud integral y desarrollo. Con 25 miembros (nacionales e internacionales) despliega acciones a nivel local, con alcance nacional abarcando los nueve departamentos del país. PROCOSI tiene por misión construir sinergias y alianzas colaborativas entre los miembros de la Red y otros actores públicos y privados que contribuyan al mejoramiento de la salud y sus determinantes en Bolivia.

En el caso del CEMSE, ésta es una obra social de la Compañía de Jesús (Jesuitas), que apoya desde hace 30 años, a una educación de calidad e inclusiva para niños, niñas, jóvenes y adultos de ciudades como: El Alto, La Paz, Sucre y Cochabamba. Implementa programas que abarcan la gestión educativa (administrativa, curricular y comunitaria) para que la oferta educativa sea de calidad y garantice procesos educativos pertinentes al desarrollo local y nacional. A través del modelo del CEMSE se han construido más de 20 Centros de Multiservicios en todo el país, ofreciendo distintos servicios de educación, salud y desarrollo local a través de la dinamización de economías.

Este consorcio PROCOSI – CEMSE, es el ejecutor del proyecto en su fase IV **“Centros de Formación Técnica en Áreas Urbanas”**, trabajando



de la mano con Institutos Técnico Tecnológicos en distintos municipios del país, que se enfoca en una población joven de entre 15 a 30 años de edad y personas en situación de vulnerabilidad, con limitadas oportunidades para desarrollar capacidades, que permitan mejorar su acceso al empleo y auto-empleo, sobre todo en personas que carecen de oportunidades de desarrollar competencias para la vida y el trabajo.

Se trabaja con veinte **Institutos Técnicos y Tecnológicos Superiores**, 14 Institutos Técnicos, Tecnológicos públicos y/o de convenio y 6 Institutos privados de La Paz, Oruro, Potosí, Cochabamba, Chuquisaca y Tarija **quienes recibieron aproximadamente 750 mil bolivianos**, monto destinado a mejorar la infraestructura y equipamiento de los Institutos además de brindar asistencia técnica y capacitaciones a los participantes y docentes.

La Red PROCOSI y el Centro de Multiservicios Educativos, son instituciones con un amplio recorrido que trabajan en favor al desarrollo social, sin ánimo de lucro, con la finalidad de promover la igualdad de oportunidades en educación, en especial en poblaciones excluidas o en desventaja social.





Introducción

1. Acerca de esta guía

2. Objetivos específicos

3. Perfil del capacitador(a)

4. Población meta

En Bolivia, la falta de empleo, precariedad laboral y la inserción en actividades productivas informales se constituyen en una realidad a la que se enfrenta la población joven y adulta del país al momento de búsqueda de oportunidades laborales. Sin embargo, Bolivia forma parte de los países con mayor Tasa de Actividad Emprendedora (TAE). Según estudios realizados por el Monitor Global de Emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor- GEM, por sus siglas en inglés) en el 2014 Bolivia alcanzó una TAE del 27,4% para la población entre 18-64 años de edad. A nivel regional (América Latina y el Caribe) Bolivia se encuentra en el tercer lugar, por debajo de Ecuador y Perú (GEM, 2014). Pese a esto, el mismo estudio refiere que la mayor parte de emprendedores en etapa inicial (71%) proyectan una débil expansión futura, con expectativas de crear pocos empleos (5 o menos) en los próximos cinco años. Solamente el 14.1% de los emprendedores tienen la expectativa de crear de 6-19 empleos y el 6.3% más de 20 empleos, además los dueños de negocios ya establecidos reflejan la misma tendencia (GEM, 2014). Debido a esto el potencial de las actividades emprendedoras para ofrecer fuentes de empleo y contribuir al crecimiento económico del país es en la actualidad muy reducido.



Para superar estas limitaciones es necesario fomentar un ambiente institucional propicio para los emprendimientos, a través de políticas públicas y acciones que promuevan y apoyen a los emprendedores desde los estadios iniciales del emprendimiento hasta llegar a la consolidación de sus empresas. Una de las iniciativas que se vienen desarrollando en diferentes contextos es la creación de programas de fortalecimiento a emprendedores jóvenes y adultos. Estos programas persiguen el fin de empoderar a emprendedores desde el inicio de sus emprendimientos y promover estrategias para la superación de desafíos, así como la innovación con miras a la mayor generación de oportunidades y empleos. Así mismo los espacios de enseñanza y formación de emprendedores promueven la identificación de capacidades, transferencia de tecnología específica y el aprovechamiento y fortalecimiento de redes y servicios de soporte.

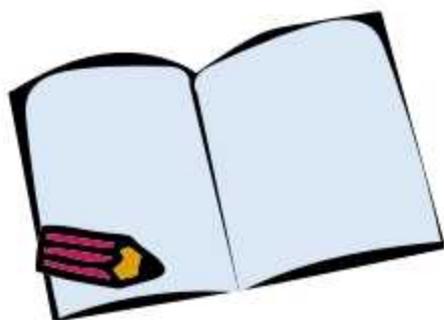


La educación para el emprendimiento debe generar conciencia acerca de la importancia de la creación de empresas para el desarrollo económico de su comunidad y el país. Así mismo, debe promover la identificación de posibilidades, recursos y factores de éxito en los emprendedores proveyendo tanto a nuevos emprendedores como emprendedores consolidados de herramientas para la planificación, ejecución, evaluación, mejora y crecimiento de sus empresas.

El ambiente de motivación y transmisión de conocimientos hacia emprendedores debe ser dinámico y favorecer el desarrollo de capacidades y conocimientos privilegiando el auto conocimiento, la creatividad, innovación y flexibilidad de forma activa y participativa. Los docentes y facilitadores (as) juegan un rol esencial en la ejecución exitosa de programas de promoción y fortalecimiento a emprendedores, debiendo su trabajo estar orientado en torno a generar trabajo en equipo, favorecer la autonomía e iniciativa y permitir que el alumno integre los conocimientos necesarios a su experiencia real, basada en sus intereses, expectativas y conocimientos previos.

Acercas de esta guía

La presente guía ha sido diseñada, para docentes o facilitadores (as) en emprendimiento, con el objetivo principal de orientarles en el desarrollo de procesos de motivación, capacitación y seguimiento a estudiantes jóvenes y adultos, en temas de emprendimientos actuales y futuros. La guía presenta orientación detallada para facilitar el uso del documento: "ABC del Emprendimiento" diseñado específicamente para los estudiantes. Ambas guías están diseñadas de manera que puedan ser utilizadas tanto durante una clase o taller, o de forma individual a través de conversaciones persona a persona. El presente documento está dividido en dos secciones:



Bases conceptuales, que presenta los principales conceptos y definiciones relacionadas a emprendimiento.

Uso de la guía ABC del Emprendimiento, que presenta los procesos metodológicos y momentos educativos recomendados para el uso de la guía con los estudiantes.

Objetivos específicos

Para el cumplimiento del objetivo principal se plantean los siguientes objetivos específicos:

- 
 Contribuir al conocimiento y aplicación de las herramientas conceptuales y los procesos metodológicos para la capacitación a jóvenes y adultos en emprendimiento.
- 
 Contribuir al desarrollo de capacidades del docente y facilitador (a) en el manejo correcto de contenidos teóricos, que permitan abordar los temas a tratar con seguridad, claridad y amplitud suficiente.

Perfil del capacitador (a)

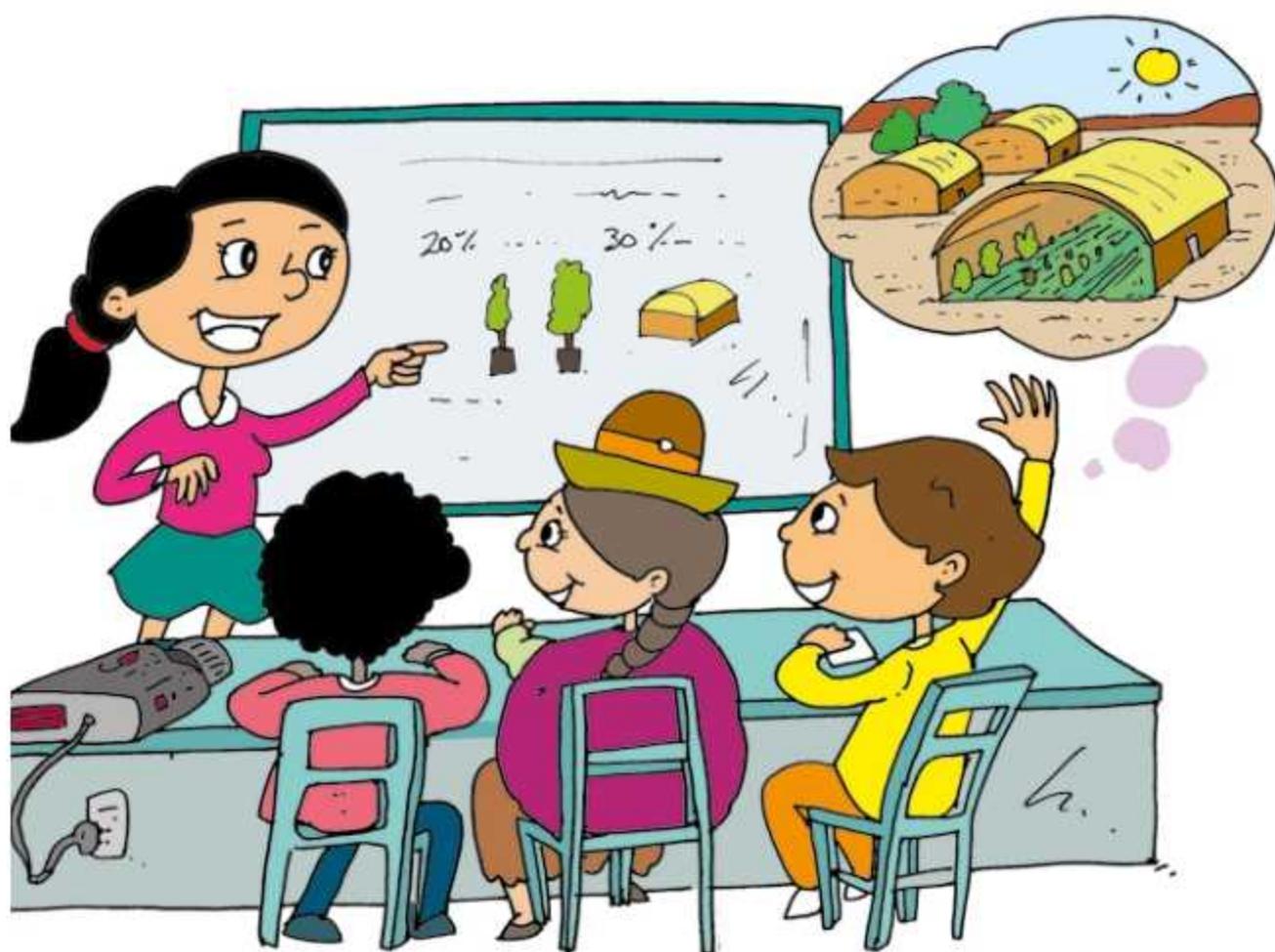
Es favorable que los docentes y facilitadores (as) potencien o cuenten con el siguiente perfil:

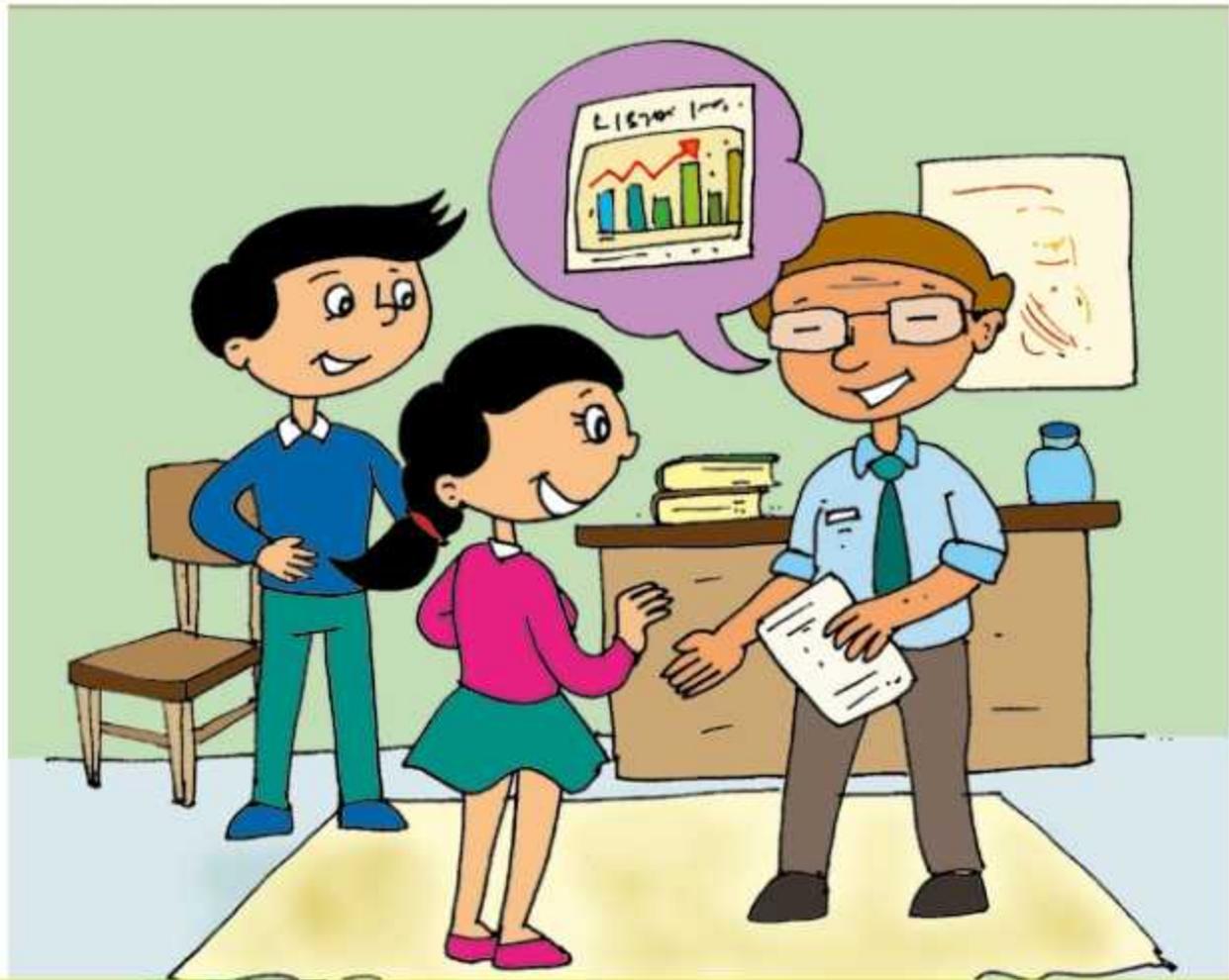
- 
 Ser motivador(a) dinámico(a) y flexible.
- 
 Saber escuchar y respetar la idiosincrasia de la población.
- 
 Ser responsable y comprometido (a) con su trabajo.
- 
 Conocer los contenidos y manejo de técnicas participativas.
- 
 Favorecer la igualdad de oportunidades de participación a hombres y mujeres.



Población meta

El Proyecto de Fortalecimiento a Centros en áreas urbanas se implementa en seis departamentos: La Paz, Oruro, Potosí, Chuquisaca, Cochabamba y Tarija llegando a un total de 20 Institutos Técnicos Tecnológicos Superiores (14 públicos y/o de convenio y 6 privados). Además, el Proyecto se enfoca en una población joven de entre 15 a 30 años de edad, como usuarios finales de los servicios de capacitación. Siendo esta población compuesta por personas en situación de vulnerabilidad, con limitadas oportunidades para desarrollar sus capacidades, tanto, para la vida diaria y su formación para conseguir una fuente de trabajo.





Bases conceptuales



1. Definición de emprendimiento

2. Tipos de emprendimiento

3. Emprendedor o propietario?

4. Cultura y personalidad emprendedora

5. Habilidades del emprendedor (a)

6. El emprendedor y su ambiente

En esta sección se presentan los principales conceptos y definiciones relacionadas a emprendimiento. También se brinda información acerca del contexto emprendedor boliviano.

Definición de emprendimiento



La definición más generalizada de emprendimiento es:

“El proceso de identificar, desarrollar y dar vida a una visión (sueño), que puede ser una idea novedosa, una mejor manera de hacer las cosas, o simplemente una oportunidad cuyo resultado final es la creación de una empresa bajo condiciones de riesgo y considerable incertidumbre”. Bowen y Hisrich (1986).

También Venkataraman (1997), define el emprendimiento como el descubrimiento, evaluación y aprovechamiento de futuros bienes y servicios, los emprendedores identifican nuevas oportunidades y las persiguen sin importar los recursos que tengan disponibles (Stevenson, 1983)

Todas estas definiciones resaltan las palabras *oportunidad*, *innovación* y *riesgo*, características asociadas al desarrollo de emprendimientos; así mismo se resalta el proceso creativo característico de la cultura emprendedora. El emprendimiento no es una tarea fácil, iniciar y administrar un negocio propio requiere entre otras cosas tenacidad y la disposición a arriesgarse a diferentes grados de incertidumbre.



Debido a esto la pregunta acerca de que si un emprendedor (a) “nace” o “se hace” continúa siendo causa de un debate central en la investigación acerca del comportamiento emprendedor.

Diferentes estudios apuestan por ambos orígenes del comportamiento emprendedor: nacen, pues ciertas características personales del carácter pueden aportar al comportamiento emprendedor más que otras y se hacen, pues estas mismas características también pueden ser formadas por su historia y experiencias de vida, además del ambiente social en el cual se encuentran, como por ser familia, cultura, ocupación, educación y otros. Por ejemplo, algunas culturas promueven el comportamiento emprendedor, mientras que otras lo desalientan. Además también existe un factor circunstancial que puede provocar o detonar el comportamiento emprendedor tal como la pérdida de un empleo que podría empujar a una persona a iniciar un emprendimiento.

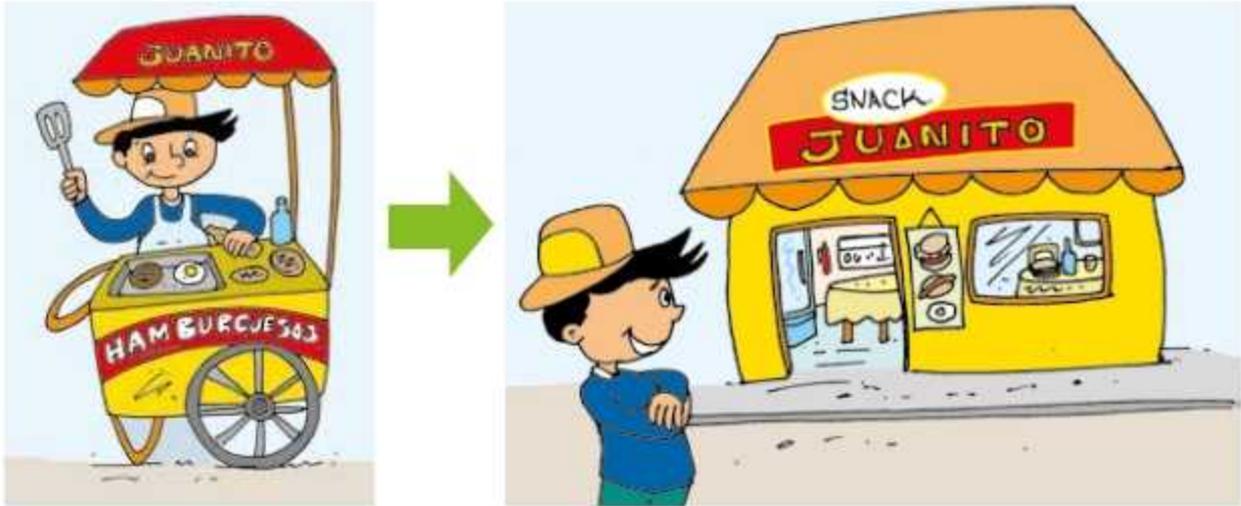
Tipos de emprendimiento

Emprendimientos micro y pequeña empresa

Las micro y pequeñas empresas son tiendas de abarrotes, peluquerías, oficinas de consultores, agencias de viajes, tiendas de comercio en internet, carpinterías, plomeros, electricistas, etc, usualmente el propietario dirige su propio negocio y genera empleos para familiares o pobladores locales. Estos emprendimientos no requieren de mucho capital o alta tecnología y su riesgo es moderado.

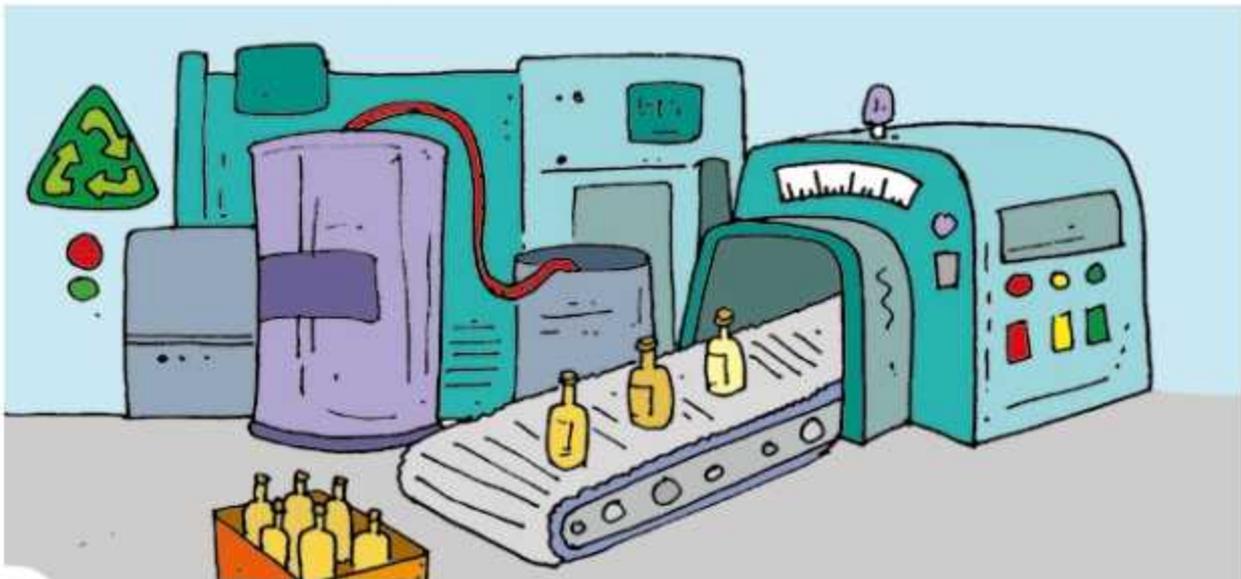


Emprendimientos escalables



Estos emprendimientos comienzan con una perspectiva de escalar o generar un amplio crecimiento. Se concentran en buscar un modelo de negocio repetible y escalable. Si el escalamiento se produce, podrían llegar a generar muchos empleos e incluso proyectarse a nivel internacional. Generalmente necesitan de tecnología apropiada, grandes inversiones y atraer a socios financieros que puedan arriesgarse.

Emprendimientos de las grandes empresas



Estos son los emprendimientos que realizan las empresas para innovar y ofrecer nuevos productos para satisfacer a sus clientes o adaptarse a cambios en el comportamiento de los mismos.

Emprendimientos Sociales



Los empresarios sociales son innovadores que se centran en la creación de productos y servicios que resuelven las necesidades y problemas sociales. Pero a diferencia de los emprendimientos escalables su objetivo es hacer del mundo un lugar mejor, no tomar cuota de mercado o crear riqueza para los fundadores. Pueden ser sin fines de lucro, con fines de lucro o ambos.

¿Emprendedor o propietario?

Muchas veces se asume que cualquier persona que inicia un negocio es una persona emprendedora, sin embargo existen algunas características específicas del carácter emprendedor, que hacen que se diferencie de los propietarios o administradores de algún negocio. Si bien estos últimos tienen algunos aspectos comunes con los emprendedores, la mayor parte de los propietarios no poseen ciertas cualidades específicas de los emprendedores.



En la siguiente tabla vemos algunas diferencias entre emprendedor y propietario:

RASGOS DE CARÁCTER	GERENTES – DUEÑOS	EMPRENDEDORES
Necesidad de Independencia	√	√
Necesidad de logro	√	√
Sensación de control interno	√	√
Habilidad para vivir en la Incertidumbre y tomar riesgos	< (menor)	>(mayor)
Sensible a la oportunidad	-	√
Innovadores	-	√
Confianza en sí mismos	-	√
Proactivos y decididos con alta energía	-	√
Auto motivados	-	√
Visión y estilo peculiar	-	√

Fuente: Burns, Paul, 2010

Cultura y personalidad emprendedora

Tratar de caracterizar la cultura o personalidad emprendedora conlleva algunos riesgos, por lo cual se debe tomar este tema con cautela para evitar sesgarnos hacia los estudiantes y promover solo a algunos de ellos. Es decir los docentes y facilitadores (as) deberán evitar escoger entre los estudiantes a aquellos que parezcan más cercanos a estas características. En vez de ello se deberá promover la autoreflexión y el auto conocimiento por parte de los estudiantes. Además se debe tomar en cuenta que muchos de los aspectos de la cultura emprendedora pueden ser motivados a desarrollarse en los estudiantes a través de diferentes estrategias de enseñanza y aprendizaje, y no necesariamente se constituyen en dones innatos de los y las emprendedoras.

La cultura emprendedora está estrechamente ligada a la iniciativa y a la acción, a la capacidad de innovar y de probar cosas nuevas o de desarrollar capacidades de cambio, experimentar con las propias ideas y reaccionar con mayor apertura y flexibilidad a las ideas de otros. La responsabilidad, el compromiso, el esfuerzo, la dedicación, la perseverancia y el espíritu de trabajo son también parte de la cultura emprendedora.



Habilidades del emprendedor (a)

Se han observado tres tipos de habilidades que caracterizan a los y las emprendedoras:

Habilidades que permiten alcanzar los logros



- Busca constantemente nuevas oportunidades, es sensible a las oportunidades, las aprovecha.
- Cumple sus compromisos, optimiza el uso de su tiempo es una persona organizada y responsable.
- Es persistente y no se rinde ante el primer obstáculo, combina la paciencia y la constancia.
- Exige eficiencia y calidad.
- Evalúa los riesgos, analiza las opciones y compara las diferencias entre beneficios y costos.

Habilidades relacionadas a la capacidad de planificación

- Planificación sistemática: Estudia anticipadamente sus objetivos y acciones.
- Define de manera realista las metas así como los plazos para conseguirlas.
- Busca información que le permita lograr sus objetivos y metas.
- Se fija metas y retos que lo inspiran y lo impulsan.



Habilidades relacionadas a su empoderamiento

- Capacidad para persuadir y generar redes de apoyo.
- Sustentan sus posiciones de forma segura y objetiva para hacer prevalecer sus puntos de vista.
- Autoconfianza: tiene seguridad para realizar lo que se propone cumplir con una tarea y dar lo mejor de sí.



Habilidades personales

Otros autores también mencionan:



- **Creatividad:** capacidad de analizar, investigar e imaginar ideas y proyectos nuevos, proponer soluciones originales.
- **Autonomía:** capacidad de elegir y tomar decisiones, de llevar a cabo tareas sin necesidad de supervisión constante.
- **Confianza en sí mismo:** confiar en sus aptitudes y capacidades, percibirse de forma positiva.
- **Tenacidad:** ser constante y paciente, perseverar en los emprendimientos.
- **Sentido de la responsabilidad:** cumplir con las obligaciones y compromisos personales.
- **Poca aversión al riesgo:** actuar decididamente frente a situaciones difíciles y de riesgo.



Habilidades sociales



- **Liderazgo:** Involucrar a otras personas en la conclusión de una meta o proyecto, influenciar a los otros.
- **Espíritu de equipo:** capacidad de colaborar con otros compartiendo objetivos y métodos de acción.
- **Solidaridad:** Aceptar y sentirse responsable de las elecciones del grupo u organización.

El emprendedor y su ambiente

El ambiente del emprendedor está conformado no solamente por las instituciones que están directamente relacionadas a su emprendimiento, sino también por aquellas instituciones que forman parte de su vida diaria. Las instituciones representan las normas y obligaciones formales o informales, como por ejemplo leyes, normas de comportamiento, y códigos de conducta. Las instituciones reducen las incertidumbres propias de la interacción humana, al proveer marcos de interpretación comunes acerca de las expectativas de comportamiento correcto ante las diferentes situaciones. Scott (2008), considera que el ambiente institucional puede estar conformado por elementos regulativos explícitos, los cuales se refieren a las leyes y reglamentos; elementos normativos relacionados con las concepciones compartidas acerca de lo que es bueno o aceptable, ético o moral en una sociedad; y por ultimo también existirían elementos culturales-cognitivos los cuales operan de manera implícita a través de patrones de comportamiento esperados, ritos, tradiciones y expresiones simbólicas de la cultura de una población. Debido a esto el ambiente institucional llega a ser determinante para desarrollar el potencial emprendedor en una determinada sociedad.

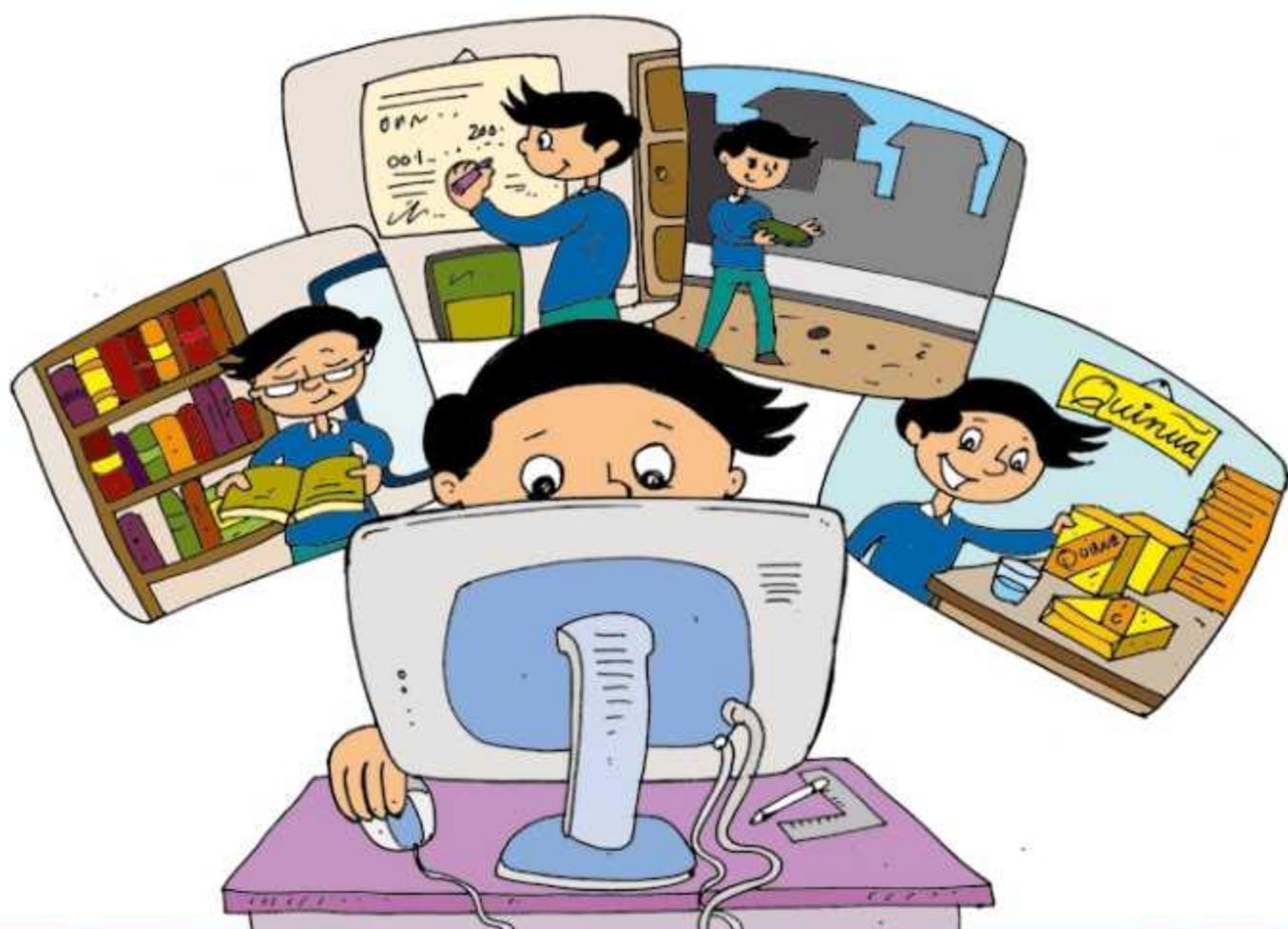
Por lo tanto un ambiente habilitador para los emprendimientos debería tener por lo menos algunas de estas características:



- ➔ Apoyo y fomento a los emprendimientos a través de políticas públicas y programas de acompañamiento en los estadios iniciales hasta la consolidación.
- ➔ Facilidad en la instalación o formalización de un emprendimiento, otorgando ventajas a los mismos en las fases iniciales y que tiendan a eliminar obstáculos al emprendimiento.
- ➔ Garantías jurídicas a los emprendimientos y sistemas de conciliación e intermediación en casos de conflicto.
- ➔ Facilidades para el acceso a crédito y servicios de desarrollo empresarial.
- ➔ Ambiente tecnológico adecuado que facilite el acceso a información.



- ➔ Valoración positiva del autoempleo y de la categoría profesional de emprendedor en la sociedad.
- ➔ Poca aversión al riesgo, se impulsa a los jóvenes a tomar riesgos, se valora y fomenta la independencia, la autonomía y la creatividad desde la niñez.



Uso de la guía ABC del emprendimiento

1. Metodología

2. Otras consideraciones

Esta sección está diseñada para ser utilizada por los docentes o facilitadores (as) durante sesiones educativas, sean estas grupales o individuales. Presenta instrucciones sencillas y paso a paso, acerca de cómo dirigir cada actividad; así como listas de materiales requeridos. También se presentan preguntas para guiar la reflexión.

Metodología

Por las características de la población meta se plantea un proceso de educación de adultos a través del método vivencial, definido como el proceso a través del cual los individuos construyen su propio conocimiento, adquieren habilidades y realzan sus valores, directamente desde su experiencia. La aplicación del método vivencial a través de los documentos guía está relacionada con la propuesta metodológica de John Dewey¹ (1859-1952), la cual consta de 3 fases:



Observación directa de un fenómeno en la experiencia reciente.



Extracción de significados y conocimientos a partir de dicha observación.



Juicio de valor referido a posibles utilidades de lo descubierto para el futuro.

Estas fases se han adaptado a través de la propuesta de cuatro momentos educativos: *inspiración*, *reflexión*, *práctica* y *cierre*, los cuales pueden ser utilizados tanto en el aula como de forma individual en sesiones de consejería y apoyo a emprendedores.

En relación a la estructura pedagógica, cada sesión incluye los cuatro momentos; cada uno tiene distintos objetivos y estrategias de implementación por lo que exigen grados distintos de protagonismo de los actores involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Inspiración

Es el momento en que el docente o facilitador (a) atrae la atención de los participantes y comienza a conectar sus necesidades particulares con los temas que se trabajarán.

¹ Filósofo, psicólogo y pedagogo estadounidense



Los facilitadores deben presentar y dar la bienvenida a los participantes en la capacitación.

Se debe brindar una visión general de la unidad, dejando en claro los temas a ser abordados y su importancia.

Seguidamente se presenta una experiencia o historia que ayude a los participantes a relacionar los conceptos con hechos de la vida real, antes de presentar los conceptos en sí.

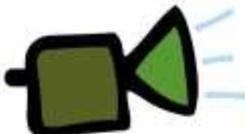
Se puede empezar a narrar por ejemplo con las siguientes frases:

➔ Ahora les voy a contar la experiencia de un (a) emprendedor (a)...

➔ Ahora veremos una experiencia muy interesante...

➔ Les comento la siguiente experiencia...

➔ Conocen la historia de... "xyz"? pues ahora se las contare...



Al narrar la experiencia el docente o facilitador (a) debe ser dinámico y capaz de captar la atención de los participantes, se sugiere utilizar medios visuales como ser presentaciones en power point, videos, fotografías y otros. Por último también es una buena idea invitar a un emprendedor a narrar su experiencia, sin embargo se deben acordar los puntos específicos que guíen la presentación de sus vivencias, los cuales deben estar relacionados a la unidad que se está tratando. La fase de inspiración no debe durar más de diez minutos pues representa algo así como un calentamiento previo para abrir la mente a nuevos conceptos.



Si se invita a alguien esta persona deberá también tener un esquema de los puntos principales de su exposición, por ejemplo si es que la persona hablara de sus emprendimientos podría hacer énfasis en especial en:

➔ Las razones que motivaron el emprendimiento.

➔ Qué tipo de emprendimiento y por qué lo escogió.

- Qué pasos siguió para hacer de su emprendimiento una realidad.
- Qué factor clave le ayudo a superar obstáculos.

Reflexión

La reflexión facilita el uso de la propia experiencia y aprendizajes previos de los participantes. Por lo tanto esta fase debe propiciar un diálogo entre el facilitador y los participantes, durante la cual no hay respuestas erróneas sino más bien opiniones y sugerencias que pueden provenir tanto desde el facilitador como de los participantes.

Todos los conceptos nuevos deben ser acompañados de ejemplos que faciliten la comprensión, se recomienda que estos ejemplos sean derivados de la experiencia inspiradora presentada en el momento previo. Así mismo el facilitador debe propiciar que los participantes aporten con ejemplos y experiencias propias, compartiendo en grupos o trabajando en pares. La fase de reflexión no debería durar más de 30 minutos, incluso contando con el tiempo necesario para organizar el trabajo grupal o en pares.

Práctica

Es necesario que de la fase de reflexión se pase inmediatamente a la práctica, por lo que la configuración en grupos o pares deberá mantenerse como esta. En esta fase los principales objetivos son motivar a la creatividad y al trabajo en equipo a la vez que se facilita la construcción de nuevos aprendizajes. La fase práctica debe por sobre todo tratar de simular las condiciones de la vida real. Por ejemplo si se les pidiera realizar un estudio rápido de mercado, se debe tener la posibilidad de que los participantes puedan salir del aula y hacer un relevamiento en algún lugar cercano, y proveer el tiempo necesario para que vuelvan y narren su experiencia. También hay que tomar en cuenta que en muchas de las actividades prácticas, los estudiantes trabajarán en el diseño, ejecución y gestión de sus propios proyectos de emprendimiento. Terminado el trabajo, los participantes deberán exponer sus resultados o impresiones. Esta fase será la de mayor duración, asignado un espacio de 40 a 50 minutos para la realización de las actividades prácticas.



Conclusión y Cierre

En este momento el facilitador, realiza un breve resumen de lo aprendido, tomando en cuenta las conclusiones que los participantes hayan podido aportar luego de la práctica, vinculándolos a los conceptos y temas que se abordaron. Este un momento breve, de máximo 10 minutos, donde los conceptos que han sido trabajados serán reforzados. En total, las sesiones de formación en emprendimiento no deberían tomar más de dos horas, sin embargo este tiempo puede ser ajustado de acuerdo a las necesidades específicas del contexto donde se vayan a desarrollar las actividades.

Otras consideraciones

Los docentes y facilitadores (as) para desarrollar este tipo de enfoque metodológico deberán crear condiciones favorables para que los participantes adquieran los conocimientos y experiencias necesarias para el desarrollo de una cultura emprendedora para integrar el aprendizaje adquirido en las diferentes sesiones.

Los docentes y facilitadores (as) deberán poner especial cuidado en lo siguiente:

Facilitar la autonomía de las y los participantes:

- ① Explicar la funcionalidad de las tareas.
- ① Ampliar las posibilidades de elección.
- ① Facilitar el conocimiento de las motivaciones propias.
- ① Establecer un clima de relación basado en la confianza, la seguridad y la aceptación.
- ① Adaptar la intervención del capacitador a las propuestas de los participantes.

Favorecer la seguridad del participante:

- ① Permitir que intervenga.
- ① Escuchar receptivamente.
- ① Hacer eco de sus intervenciones.
- ① Profundizar en sus respuestas.
- ① Posibilitar la participación de todos las y los participantes en todas las actividades y tareas.
- ① Fomentar la cooperación entre los participantes.



Planes de implementación de la guía ABC del emprendimiento

UNIDAD A: ¡ATREVETE A SOÑAR!

UNIDAD B: BUSCA LOS MEJORES CAMINOS

UNIDAD C: CONSÍGUETE COLCHONES



El documento Guía "ABC del Emprendimiento" está diseñado para ser utilizado por los y las estudiantes. El objetivo de este documento es constituirse en una guía de referencia, información e inspiración para quienes tengan la intención de iniciar o continuar sus emprendimientos. Para facilitar el uso, la guía está dividida en tres unidades, que siguen el orden alfabético del nombre de la guía (A, B, C), y que a su vez presentan los pasos en secuencia ordenada para iniciar, planificar y mantener un emprendimiento. La información presentada en la Guía "ABC del Emprendimiento" se redacta de forma clara y en lenguaje sencillo para facilitar la comprensión de los conceptos y su importancia.

CONTENIDOS DE LA GUÍA

La guía "ABC DEL EMPRENDIMIENTO" está organizada en las siguientes unidades y sesiones:

Unidad	Sesión	Habilidades a trabajar
ATRÉVETE A SOÑAR!	SESIÓN 1: ¡Atrévete a soñar!	Autoconocimiento
	SESIÓN 2: ¡Activa tu creatividad!	Generación de ideas Creatividad
BUSCA LOS MEJORES CAMINOS	SESIÓN 1: ¡Hay que estar siempre atentos!	Atención Observación Sensibilidad a necesidades
	SESIÓN 2: ¡Hay que echar siempre pa 'lante!	Creatividad Innovación Mejora continua
	SESIÓN 3: ¡Hay que ser ordenadas y ordenados!!!	Planificación Cálculo Orden y responsabilidad
CONSÍGUETE COLCHONES	SESIÓN 1: Minimizar los riesgos	Planificación Cálculo Creatividad
	SESIÓN 2: Redes de apoyo y soporte	Valoración y construcción de redes Persuasión Planificación

Unidad A: ¡ATRÉVETE A SOÑAR!



CONTENIDO

1. ¡Atrévete a soñar!

- 1.1 El Emprendimiento y El Desarrollo Económico
- 1.2 Emprendimiento y Cultura Emprendedora
- 1.3 ¿Qué Tipo de Emprendimientos Hay?

2. Activa tu creatividad

1. Creatividad y Cultura emprendedora
2. Generación de ideas emprendedoras

Bienvenidas y bienvenidos!!

Al terminar esta sección serás capaz de:

- ▶ Analizar temas relacionados a emprendimiento y emprendimientos.
- ▶ Conocer cuan emprendedora es tu personalidad.
- ▶ Generar tus propias ideas emprendedoras.

Perfil

La unidad A: "Atrévete a Soñar" es la primera de tres unidades destinadas a la motivación y orientación para el emprendimiento. La Unidad A, tiene el objetivo principal de introducir y motivar a los y las estudiantes al emprendimiento. Para lo cual se plantean los siguientes objetivos específicos:

- ▶ Introducir el tema de emprendimiento.
- ▶ Introducir conceptos relacionados a emprendimiento.
- ▶ Promover el auto análisis acerca de la propia personalidad.
- ▶ Facilitar métodos para la generación de ideas emprendedoras.

Ideas fuerza

Las ideas fuerza de esta Unidad se constituyen en el mensaje que los participantes se llevaran a casa después de la sesión:

- ▶ Es positivo ser emprendedor (a) (Sesión 1).
- ▶ Tengo lo que se requiere para ser emprendedor (Sesión 1).
- ▶ Soy un(a) emprendedor(a) (Sesión 1).
- ▶ La creatividad es parte de la cultura emprendedora (Sesión 2).
- ▶ Se puede activar/inhibir la creatividad (Sesión 2).
- ▶ Es importante ordenar mis ideas para ponerlas en marcha (Sesión 2).

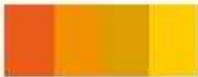
Contenidos analíticos

SESIÓN 1: ¡Atrévete a soñar!

1. Introducción. El emprendimiento y el desarrollo económico.
2. Definición de emprendimiento. ¿Qué es el emprendimiento? ¿Quiénes son emprendedores? ¿Qué tipo de emprendimientos hay?
3. Características de la personalidad emprendedora. ¿Cómo es una persona emprendedora?

SESIÓN 2: ¡Activa tu creatividad!

1. Creatividad y cultura emprendedora. Atributos de la creatividad. Factores que inhiben la creatividad.
2. Generación de ideas emprendedoras. Pasos para la generación de ideas.

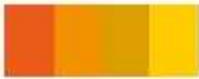


SESIÓN: UNO

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Es positivo ser emprendedor (a)	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none"> • Introducir el tema. • Describir su utilidad. • Presentar una experiencia o lectura. 	Introducción	El emprendimiento, nuestros ingresos y el desarrollo económico. La historia de un emprendedor (a)
Tengo lo que se requiere para ser emprendedor. Soy un(a) emprendedor(a)	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.	Definición de emprendimiento	¿Qué es el emprendimiento? ¿Quiénes son emprendedores? ¿Para qué sirven los emprendimientos? ¿Qué tipo de emprendimientos hay?
		Características de la personalidad emprendedora	¿Quiénes pueden ser emprendedores? ¿Cómo es una persona emprendedora?
Es importante ordenar mis ideas para ponerlas en marcha		Test de emprendimiento	¿Te gustaría explorar tu personalidad? ¿Te animas a hacerte un test?
Esto es lo que aprendí hoy...	3. Cierre Conversar y sistematizar.	Resumen	¿Se puede aprender a ser emprendedores?

¡ATREVETE A SOÑAR!

Metodología	Material necesario
<p>Exposición: Presentación del tema su utilidad y su importancia. Presentación de la experiencia emprendedor/a exitoso/a.</p>	<p>Pizarrón o papelografo, marcadores. Fotos o imágenes de diferentes tipos de emprendimientos.</p>
<p>Exposición: Presentar los conceptos: Emprendimiento. Emprendedor/a. Tipos de emprendimientos.</p> <p>Ejercicios propuestos: Clasificar diferentes tipos de emprendimientos (fotos).</p>	
<p>Conversación Hablar sobre las habilidades emprendedoras, preguntando y permitiendo la reflexión acerca de cuáles los participantes poseen.</p>	
<p>ACTIVIDAD: ¿Te gustaría explorar tu personalidad? ¿Te animas a hacerte un test?</p>	
<p>Conversación en grupos y conclusiones. ¿Qué aprendimos hoy? ¿Qué veremos la próxima sesión?</p>	



Sesión uno: ¡Atrévete a Soñar!

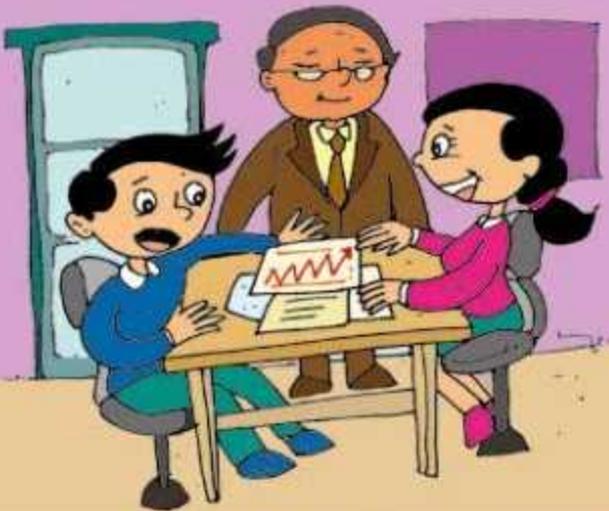
El Emprendimiento y el desarrollo económico

El emprendimiento es clave para el desarrollo económico de un país. Los emprendimientos generan innovaciones y valor, tanto para el individuo como para su entorno. Los y las emprendedoras transforman ideas en acciones concretas, descubren mercados, crean valor en las oportunidades y generan empleos con responsabilidad.

En Bolivia nuestros jóvenes son emprendedores, según estudios realizados por el Monitor Global de Emprendimiento (Global Entrepreneurship Monitor- GEM, por sus siglas en inglés), en el 2014 Bolivia alcanzó Tasa de Actividad Emprendedora (TAE) del 27,4% ocupando a nivel regional el tercer lugar, después de Ecuador y Perú (GEM, 2014).

Emprendimiento y cultura emprendedora

¿Quiénes son emprendedores?



El emprendedor es una persona que tiene habilidades y capacidades para descubrir oportunidades de negocios y desarrollar las actividades necesarias para ponerlas en funcionamiento.

La cultura emprendedora es la capacidad que poseen las personas para generar cambios, para innovar, para probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente, para ser creativas y flexibles, para persistir, para generar redes de apoyo y buscar la calidad, entre otras.

¿Cómo es una persona emprendedora?

Se han observado tres tipos de habilidades que caracterizan a los y las emprendedoras:

Habilidades que permiten alcanzar los logros

- ▶ Busca constantemente nuevas oportunidades, es sensible a las oportunidades, las aprovecha.
- ▶ Cumple sus compromisos, optimiza el uso de su tiempo es organizada y responsable.
- ▶ Es persistente y no se rinde ante el primer obstáculo, combina la paciencia y la constancia.
- ▶ Exige eficiencia y calidad.
- ▶ Evalúa los riesgos, analiza las opciones y compara las diferencias entre beneficios y costos.



Habilidades relacionadas a la capacidad de planificación



- ▶ Planificación sistemática: Estudia anticipadamente sus objetivos y acciones.
- ▶ Define de manera realista las metas así como los plazos para conseguirlas.
- ▶ Busca información que le permita lograr sus objetivos y metas.
- ▶ Se fija metas y retos que lo inspiran y lo impulsan.

Habilidades relacionadas a su empoderamiento

- ▶ Capacidad para persuadir y generar redes de apoyo.
- ▶ Sustentan sus posiciones de forma segura y objetiva para hacer prevalecer sus puntos de vista.
- ▶ Autoconfianza: tiene seguridad y confianza para realizar lo que se propone, cumplir con una tarea, y dar lo mejor de sí.





¿Qué tipo de emprendimientos hay?

Se puede encontrar emprendedores en todos los ámbitos, en el colegio, en la universidad, en la política, en las empresas, en la docencia. En esta ocasión nos referiremos específicamente a los emprendedores que descubren, crean o innovan específicamente en ideas de negocio.

Existen diferentes tipos de emprendimientos:

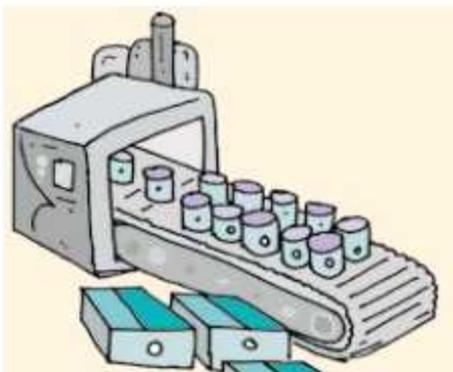


Emprendimientos micro y pequeña empresa

Las micro y pequeñas empresas son tiendas de abarrotes, peluquerías, oficinas de consultores, agencias de viajes, tiendas de comercio en internet, carpinterías, plomeros, electricistas, etc, usualmente el propietario dirige su propio negocio y genera empleos para familiares o pobladores locales. Estos emprendimientos no requieren de mucho capital o alta tecnología y su riesgo es moderado.

Emprendimientos escalables

Estos emprendimientos comienzan con una perspectiva de escalar o generar un amplio crecimiento. Se concentran en buscar un modelo de negocio repetible y escalable. Si el escalamiento se produce podrían llegar a generar muchos empleos e incluso proyectarse a nivel internacional. Generalmente necesitan de tecnología apropiada, grandes inversiones y atraer a socios financieros que puedan arriesgarse.



Emprendimientos de las grandes empresas

Estos son los emprendimientos que realizan las empresas para innovar y ofrecer nuevos productos para satisfacer a sus clientes o adaptarse a cambios en el comportamiento de los mismos.

Emprendimientos Sociales

Los empresarios sociales son innovadores que se centran en la creación de productos y servicios que resuelven las necesidades y problemas sociales. Pero a diferencia de los emprendimientos escalables su objetivo es hacer del mundo un lugar mejor, no tomar cuota de mercado o crear riqueza para los fundadores. Pueden ser sin fines de lucro, con fines de lucro o ambos.



Actividad:

¡ES IMPORTANTE AUTOCONOCERNOS!!

¿Te animas a hacerte un test?

El test tiene el objetivo de que conozcas y analices tus habilidades identificando tus fortalezas y las áreas en las cuales aún puedes mejorar.

Test de emprendimiento

Lee las siguientes afirmaciones y elige las siguientes opciones de acuerdo a lo que piensas de ti misma (o)

A = SÍ / TOTALMENTE DE ACUERDO

C = ALGO / ALGUNA VEZ

B = BASTANTE / A MENUDO

D = NO / EN LO ABSOLUTO

Nro	PREGUNTAS	A	B	C	D
1	¿Te consideras una persona adaptable a los cambios?				
2	¿Tienes confianza en tus posibilidades y capacidades?				
3	¿Es importante para ti disponer de autonomía en el trabajo?				
4	¿Tienes facilidad de comunicación?				

Continúa



Nro	PREGUNTAS	A	B	C	D
5	¿Te consideras creativo?				
6	¿Afrontas los problemas con optimismo?				
7	¿Tomas la iniciativa ante situaciones complejas nuevas?				
8	¿Tienes predisposición para asumir riesgos?				
9	¿Tomas notas escritas sobre tus proyectos?				
10	¿Arriesgarías recursos propios si pusieras en marcha un proyecto empresarial?				
11	¿Te resultaría fácil asignar tareas a los demás?				
12	¿Sabes trabajar en equipo?				
13	¿Sabes administrar tus recursos económicos?				
14	¿Tienes facilidad para negociar con éxito?				
15	¿Planificas de forma rigurosa acciones concretas para el desarrollo de un trabajo o un proyecto?				
16	¿Te planteas los temas con visión de futuro?				
17	¿Cumplés los plazos que te fijas para realizar un trabajo?				
18	¿Sientes motivación por conseguir objetivos?				
19	¿Te consideras profesionalmente bueno en aquello que sabes hacer?				
20	¿Sacrificarías tu tiempo libre si el trabajo lo demanda?				
TOTAL					

Evalúa tus resultados

Cuenta el número de respuesta en cada columna A, B, C, D y anótalas en la fila "total".

Multiplica ese número por el valor de cada letra: A = 4 B = 3 C = 2 D= 1 y suma los resultados para obtener el puntaje final.

Por ejemplo, si marcaste tres veces en la columna A, 10 en la B, 4 en la C y 3 en la D multiplicaras de la siguiente forma:

$$3 \times 4 + 10 \times 3 + 4 \times 2 + 3 \times 1 = 53$$

Una vez obtenido tu puntaje consulta la tabla de resultados.

Tabla de resultados

60 o más puntos	<ul style="list-style-type: none"> • Sin duda dispones de un gran potencial y tu perfil es el de un (a) emprendedor (a). • Esto no quiere decir que ya tengas asegurado el éxito pero tienes una buena base a nivel personal. • Sigue adelante.
De 30 a 59 puntos	<ul style="list-style-type: none"> • Reúnes bastantes características adecuadas para ser un buen emprendedor. • Sin embargo hay ciertos puntos en los que te alejas un poco de la cultura emprendedora. • Es necesario analizar tus puntos débiles y marcarte una serie de acciones concretas para mejorarlos.
Menos de 30 puntos	<ul style="list-style-type: none"> • Aunque en tu perfil hay alguno de los caracteres de un emprendedor, en la mayoría de aspectos o te asalta la duda o te sientes inseguro. • Intenta analizar las razones de todo eso y procura adquirir hábitos emprendedores si realmente lo que quieres es llevar adelante tu propia empresa.

También puedes tomar el test en línea en la siguiente dirección: http://documentos.060.es/060_empresas/Test_emprendedor.html

Si obtuviste menos de 30 puntos no te desanimes!!! Siempre es posible cultivar fortalecer y mejorar tus habilidades emprendedoras!!



RESUMIENDO...

- ▶ El emprendimiento es clave para el desarrollo económico de un país porque genera empresas, empleo y valor.
- ▶ El emprendedor tiene habilidades para descubrir oportunidades y llevar a cabo sus ideas.
- ▶ La cultura emprendedora es la capacidad de generar cambios, redes de apoyo, innovar, crear, persistir y buscar la calidad.
- ▶ Los emprendedores tienen o desarrollan:
 - Habilidades que permiten alcanzar los logros
 - Habilidades relacionadas a la capacidad de planificación
 - Habilidades relacionadas al empoderamiento.



SESIÓN: DOS

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
La creatividad es parte de la cultura emprendedora	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none"> • Introducir el tema. • Describir su utilidad. • Presentar una experiencia o lectura. 	Introducción	Creatividad y cultura emprendedora.
Tengo lo que se requiere para ser emprendedor.	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.	Definición de creatividad en relación a la cultura emprendedora.	Creatividad y cultura emprendedora. Atributos de la creatividad.
Soy un(a) emprendedor(a). Se puede activar/inhibir la creatividad.		Factores y frases que inhiben la creatividad.	Factores que inhiben la creatividad. Frases inhibitorias de la creatividad.
Es importante ordenar mis ideas para ponerlas en marcha	3. Práctica Motivar a la creatividad. Brindar suficiente espacio. Promover la flexibilidad e improvisación.	Generación de ideas emprendedoras.	Cómo generar ideas emprendedoras.
Esto es lo que aprendí hoy...	3. Cierre Conversar y sistematizar.	Resumen	¿Se puede aprender a ser emprendedor?

ACTIVA TU CREATIVIDAD

Metodología	Material necesario
<p>Exposición: Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p> <p>Pedir a los participantes que indiquen que entienden por creatividad, conversar acerca de la importancia de la creatividad para los emprendimientos.</p>	<p>Pizarrón o papelógrafo, marcadores.</p> <p>Materiales útiles para reciclar como ser botellas pet, envases de plástico, ganchitos, para realizar la lluvia de ideas, y aplicar el método SCAMPER.</p>
<p>Exposición: Presentar los conceptos: Creatividad y cultura emprendedora, se realiza una charla con preguntas tales como: ¿Qué tiene que ver el entorno con nuestra capacidad de ser creativos?</p>	
<p>Conversación Hablar sobre los factores y las frases que inhiben la creatividad, preguntar a los participantes si se han encontrado en una situación "inhibidora" alguna vez, preguntando y permitiendo la reflexión.</p>	
<p>Conversación ¿Se puede forzar la creatividad? Explicar a los participantes que si bien lo más positivo es desarrollar la creatividad desde la infancia, existen métodos que ayudan a promover y fortalecer nuestra creatividad.</p> <p>ACTIVIDAD: En grupos generaran ideas a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lluvia de ideas emprendedoras. • Método SCAMPER (Ver pág. 49). <p>Se explicará cada método y se darán instrucciones claras. Se usara el material de reciclaje para presentar sus ideas. Presentarán sus resultados a la clase. Compararán ambos métodos.</p>	
<p>Conversación en grupos y conclusiones. ¿Qué aprendimos hoy? ¿Qué método les pareció mejor? ¿Cómo se sintieron al aplicar estos métodos? ¿Qué veremos la próxima sesión?</p>	



Sesión dos: **Activa tu creatividad**

Creatividad y Cultura Emprendedora



La creatividad es la capacidad para dar origen a una idea, producto o servicio novedoso con características propias, que lo hacen diferente de los demás.

La creatividad, la innovación y la resolución de problemas implican:



En psicología, se atribuyen los siguientes atributos a la creatividad.

- ▶ Originalidad (considerar las cosas o relaciones bajo un nuevo ángulo).
- ▶ Flexibilidad (utilizar de forma inusual pero razonable los objetos).
- ▶ Sensibilidad (detectar problemas o relaciones hasta entonces ignoradas).
- ▶ Fluidez (apartarse de los esquemas mentales rígidos).
- ▶ Inconformismo (desarrollar ideas razonables en contra de la corriente social).



¡CUIDADO! FACTORES QUE INHIBEN LA CREATIVIDAD



- ▶ Posponer la puesta en marcha de la idea.
- ▶ No seguir la idea por falta de preparación en el tema.
- ▶ Flojera o pereza mental.
- ▶ Inseguridad, desconfianza, falta de fe en la idea o en uno mismo.
- ▶ Apresuramiento, impaciencia.
- ▶ Carencias (de tiempo, entusiasmo, dinero, tecnología, apoyos).
- ▶ Experiencias amargas, anteriores iniciativas frustradas.
- ▶ Prejuicios.
- ▶ Miedo a la competencia.



Frases inhibidoras de la creatividad

Para favorecer nuestra cultura emprendedora, debemos evitar a toda costa usar estas frases al referirnos a emprendimientos e ideas nuestras y de los demás:

Ni lo sueñes.	El costo es muy alto.	No van a aceptarlo.
No sueñes.	No va a funcionar.	No se ha hecho nunca.
No tenemos tiempo.	Deja de volar por las nubes y baja a la tierra.	Se reirán de nosotros.
No es problema suyo.	Es demasiado radical.	Es demasiado trabajo.
Buena idea pero no es factible.	No fue presupuestado.	Están acostumbrados a otra cosa.
¿De dónde sacaste semejante idea?	Se adelanta a su tiempo.	Por el momento, dejemos esa idea de lado.
Exigirá un esfuerzo muy grande.	Siempre lo hemos hecho así.	Hasta ahora nos ha ido bien sin eso.

Ahora pondremos a prueba nuestra creatividad a través de estos ejercicios:



Actividad:

Generación de ideas emprendedoras



ACTIVIDAD 1: Lluvia de ideas

1. Identificaremos necesidades de cambio o mejora de servicios o productos. En grupos de cuatro personas nos concentraremos en realizar una lista de lo siguiente:
 - ▶ Actividades que no me gusta hacer.
 - ▶ Objetos que no me gusta utilizar.
 - ▶ Servicios que me disgustan.

2. De la lista, elegiremos una actividad, un objeto, y un servicio sobre los cuales realizaremos una lluvia de ideas para generar soluciones o alternativas creativas.
3. Cada participante genera soluciones que se anotan.
4. Se repite el proceso hasta que se hayan agotado las ideas.
5. Se escoge la mejor solución que como equipo puedan atacar con sus propios medios creando una nueva empresa.



ACTIVIDAD 2: Método SCAMPER

Se aplicará a las 3 necesidades identificadas en el anterior ejercicio

El método SCAMPER consiste en:

- S:** SUBSTITUIR- ¿Qué puede ser sustituido en el producto para mejorarlo?
- C:** COMBINAR -¿Qué otro producto/servicio/proceso puede ser combinado con el nuestro para crear algo diferente y novedoso para el mercado?
- A:** ADAPTAR- ¿Qué puede ser adaptado de otro producto/servicio/entorno?
- M:** MODIFICAR-¿Qué elementos del producto pueden ser modificados?
- P:** PROPONER OTROS USOS-¿Nuestro producto, puede ser utilizado en otro contexto diferente a aquel para el que fue creado?
- E:** ELIMINAR ¿Existe alguna función que pueda ser eliminada o reducida al mínimo? ¿Hay algún dispositivo que dificulte el uso de nuestro producto?
- R:** REORDENAR-¿Se puede reordenar la secuencia de instrucciones de manejo de nuestro producto de tal forma que facilite su uso? ¿Es apropiado el orden de lo establecido para la utilización de nuestro producto?



RESUMIENDO...

- ▶ La creatividad es la capacidad para dar origen a una idea, producto o servicio novedoso.
- ▶ Existen métodos que nos permiten usar y potenciar nuestra creatividad.
- ▶ También factores y frases que inhiben la creatividad y que debemos evitar.

Unidad B: BUSCA LOS MEJORES CAMINOS



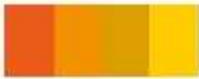
CONTENIDO

1. ¡Hay que estar siempre atentos!
 - 1.1. Las cuatro "P": Producto, Plaza, Precio y Promoción
 - 1.2. Sondeo rápido de mercado
2. ¡Hay que echar siempre pa 'lante!
 - 2.1. Mejora continua
 - 2.2. Diferenciación
 - 2.3. La fidelidad de los clientes
3. ¡Hay que ser ordenadas y ordenados!!!
 - 3.1. El plan de negocio

¡Bienvenida o bienvenido!!

Al terminar esta sección serás capaz de:

- ▶ Utilizar diferentes conceptos y herramientas relacionados a mercado y marketing.
- ▶ Utilizar diferentes conceptos relacionados a la mejora continua de tus emprendimientos.
- ▶ Aplicar métodos y herramientas para la planificación de tus emprendimientos.



Perfil

La Unidad B: “Busca los mejores caminos” es la segunda de las tres unidades destinadas a la motivación y orientación para el emprendimiento. La Unidad B, tiene el objetivo principal proveer herramientas prácticas y rápidas a los y las estudiantes, las cuales ayuden a reflexionar acerca de la mejor manera de poner en marcha sus emprendimientos. Para esto se plantean los siguientes objetivos específicos:

- ▶ Introducir conceptos relacionados a mercado y marketing.
- ▶ Introducir conceptos relacionados a la mejora continua del emprendimiento.
- ▶ Facilitar métodos y herramientas para la planificación de los emprendimientos.

Ideas fuerza

Es importante prestar atención al entorno, al producto y sus detalles (Sesión 1)

- ▶ Los emprendedores siempre están buscando formas de avanzar, mejorar y crear (Sesión 2).
- ▶ Parte de la cultura emprendedora es buscar la calidad total, en los productos y servicios que se ofrecen (Sesión 2).
- ▶ Los emprendedores planifican muy bien sus emprendimientos (Sesión 3).

Contenidos analíticos

SESIÓN 1: ¡Hay que estar siempre atentos!

- 1.1** Las cuatro “P”: Producto, Plaza, Precio y Promoción. Definición de producto. Tipos de productos. Definición de Plaza. Importancia. Determinación del precio. Promoción. Importancia. Estrategias de promoción.
- 1.2** Sondeo rápido de mercado.

SESIÓN 2: ¡Hay que echar siempre pa 'lante!

- 1.3** Mejora continua. Ciclo de mejora continua.
- 1.4** Diferenciación. Tipos de diferenciación.
- 1.5** La fidelidad de los clientes. Concepto de fidelización. Estrategias para mantener la fidelidad de los clientes.

SESIÓN 3: ¡Hay que ser ordenadas y ordenados!!!

- 3.1** El plan de negocios. Su Importancia.
- 3.2** Componentes del plan de negocios.
- 3.3** Elaborando nuestro plan.





SESIÓN: UNO

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Es importante prestar atención al producto, el entorno y sus detalles	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none"> • Introducir el tema. • Describir su utilidad. • Presentar una experiencia o lectura. 	Introducción	Las cuatro "P": Producto, Plaza, Precio y Promoción.
Tengo lo que se requiere para ser emprendedor.	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.	Producto y precio	Definición de producto. Tipos de productos. Definición de precio. Consideraciones para la determinación del precio.
		Plaza y promoción	Definición de plaza Importancia. Promoción. Estrategias de promoción.
	3. Práctica <ul style="list-style-type: none"> • Motivar a la creatividad. • Brindar suficiente espacio. • Promover la flexibilidad e improvisación. 	Estudiar el mercado	Estudiar el mercado. Sondeo rápido de mercado.
Esto es lo que aprendí hoy...	4. Cierre Conversar y sistematizar.	Resumen	Hay que prestar siempre atención.

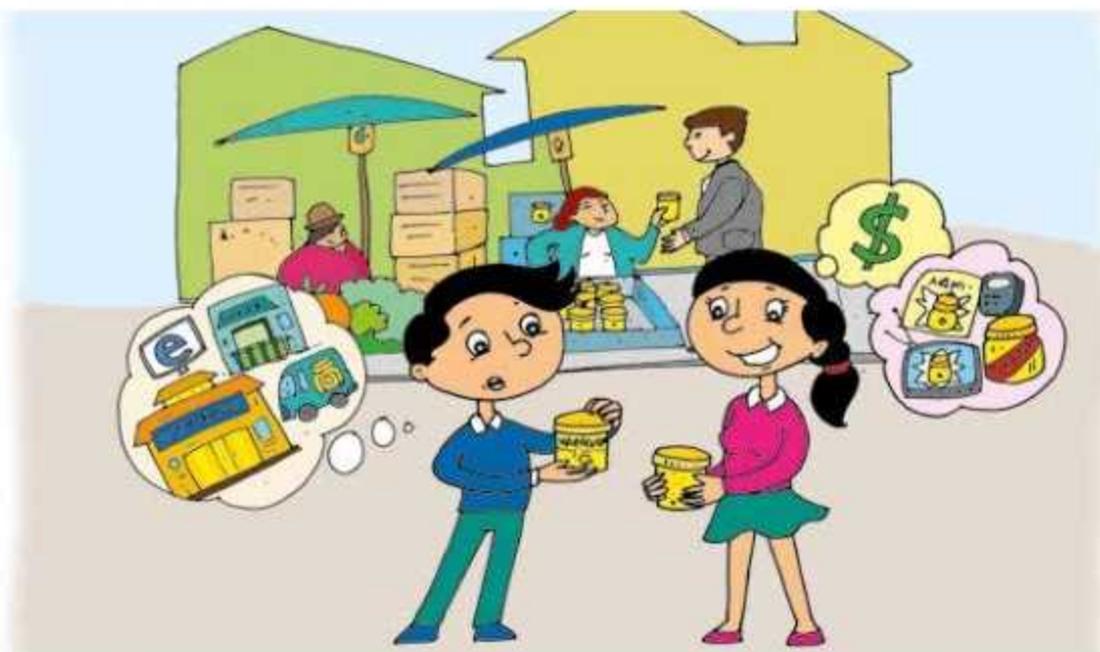
HAY QUE ESTAR SIEMPRE ATENTOS

Metodología	Material necesario
<p>Exposición: Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p> <p>El facilitador dibujará una mesa de 4 patas, cada pata representa una P, luego preguntará a los participantes cuál de estas es la más importante.</p> <p>Después de una discusión breve presentará ejemplos que muestren como la falta de cualquiera de las 4 Ps afecta a los emprendimientos.</p>	<p>Pizarrón o papelógrafo, marcadores.</p>
<p>Exposición: Presentar los conceptos: Producto y precio.</p> <p>Ejercicios propuestos: Hacer la siguiente pregunta.</p> <p>¿Qué nos puede decir el precio acerca de las cualidades de un producto?</p> <p>Anotar las respuestas en el pizarrón y conversar.</p>	
<p>Conversación Presentar los conceptos: Plaza y promoción.</p> <p>Ejercicios propuestos: Hacer la siguiente pregunta.</p> <p>¿Qué determina la "plaza" o lugar donde se vende un producto?</p> <p>Anotar las respuestas en el pizarrón y conversar.</p>	
<p>Conversación: El Mercado, los estudios de mercado.</p> <p>Ejercicio: En pares, los participantes dirigen a un puesto de venta cercano y eligen un producto para determinar las 4 Ps del producto elegido.</p> <p>Retoman y presentan sus resultados.</p>	<p>Para esta actividad necesitaras una fotocopia del formulario 1 de la sección "Fotocopiables".</p>
<p>Conversación en plenaria acerca de las 4 ps escogidas. ¿Qué veremos la próxima sesión?</p>	



Sesión uno: ¡Hay Que Estar Siempre Atentos!!!

Conoces las cuatro "P"



Las cuatro "P" son aspectos claves para la comercialización de cualquier producto o servicio:

Producto

Definir claramente el producto o servicio que vas a vender es muy importante, y debes tratar de ser lo más detallado(a) posible. El producto puede ser cualquier bien o servicio que se ofrezca para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad. Algunas preguntas como estas te ayudaran a definir con claridad cuál es el producto que ofreces:

Descripción en relación a las cualidades del producto	Descripción del producto en relación al cliente o comprador potencial	Descripción del producto en relación a la competencia
¿Qué artículo o servicio quiero vender?	¿Quiénes son los clientes o consumidores potenciales?	¿Quiénes ofrecen el mismo producto?
¿Cuáles son las características de mi producto/servicio?	¿Qué esperan los clientes del producto?	¿Cómo se diferencia mi producto de sus competidores?
¿Cómo se llama? ¿Tiene un buen nombre?	¿Cómo, cuándo y dónde lo usará el cliente?	
¿Cómo se ve? ¿Qué tamaño (s), color (es), presentación (es)?	¿Qué necesidades satisface mi producto?	

Precio

El precio del producto es básicamente la cantidad que un cliente paga para obtenerlo.

El precio del producto se debe definir en relación a diferentes factores:

- ▶ Las cualidades del producto.
- ▶ Los costos de producción.
- ▶ El valor del producto en el mercado.
- ▶ Los precios de los competidores.

Algunas preguntas que te serán útiles para determinar los precios son:

¿Cuánto costó producir el producto?

¿Cuál es el valor del producto percibido por los clientes?

¿Será que si bajo un poco el precio, aumentarán mis ventas?

¿Cómo está el precio de mi producto en relación con los precios de la competencia?

**Plaza**

Se refiere al lugar o puntos de venta y/o canales de distribución del producto.

Estos pueden ser muy diversos como por ejemplo:

- ▶ Un puesto en una feria.
- ▶ Una tienda.
- ▶ Un espacio en un supermercado.
- ▶ Un local de ventas.
- ▶ Ventas a domicilio.
- ▶ Ventas en oficinas.
- ▶ Ventas por internet.

Los espacios de venta o estrategias de distribución del producto están ligados a las características y preferencias de los clientes. Por lo que el lugar donde se ubicará nuestro producto debe ser accesible a los compradores potenciales.



A la hora de elegir el mejor lugar para vender o comercializar también se deben considerar:

- ▶ Costos de transporte del producto, o de su distribución.
- ▶ Seguridad del lugar.
- ▶ Condiciones de higiene (en caso de alimentos).

Estas son algunas de las preguntas que pueden ayudarte a desarrollar tu estrategia de distribución:



¿Dónde van mis clientes cuando buscan mi producto o servicio?

¿A qué tipo de tiendas se dirigen mis clientes potenciales? (centro comercial, tienda regular, supermercado, vía internet)

¿Cómo se llega a los diferentes canales de distribución que pienso utilizar?

¿En qué se diferencia mi ubicación/estrategia de distribución, de la de mis competidores?

Promoción

La promoción impulsa el reconocimiento del producto, y su fin es dar a conocer sus cualidades, posicionarlo en el mercado y elevar las ventas.

Existen muchas maneras de promocionar un producto como por ejemplo:

- ▶ Promoción desde un mostrador, tienda o stand, que puede incluir la decoración del espacio físico, el trato al cliente, degustaciones obsequios, ofertas y descuentos.
- ▶ Promoción por medios escritos como carteles y folletos.
- ▶ Publicidad en radios, periódicos, televisión y medios audiovisuales o a través de internet.
- ▶ Promoción boca a boca, que consiste en la comunicación informal entre clientes satisfechos acerca de los beneficios del producto.

Estas preguntas pueden ser útiles para crear una estrategia eficaz de promoción de productos:

¿Cuáles son los mejores medios para la promoción de mi producto?

¿Cuándo es el mejor momento para promocionar mi producto?

¿Cuál es la estrategia de promoción de mis competidores?

La forma en que se realiza la promoción dependerá en gran medida de:

- ▶ El mensaje que se desee comunicar.
- ▶ El mercado objetivo (clientes potenciales).
- ▶ El presupuesto con que contamos.



Actividad:

Sondeo rápido de mercado

Ahora que sabemos sobre las cuatro Ps vamos a practicar.

Realizaremos un sondeo rápido de mercado en base a las cuatro Ps.

Los sondeos de mercado son herramientas muy útiles para determinar:

- ▶ ¿Cómo están posicionados los otros productores que se venden en el mismo mercado?
- ▶ ¿Cuáles son los gustos y preferencias de los potenciales clientes?

Para realizar el sondeo rápido de mercado nos dirigiremos a un puesto de venta cercano, un centro comercial, un mercado o supermercado y elegiremos un producto simulando que es el nuestro. Trabajaremos en pares, tratando de determinar las 4 Ps del producto elegido.

Para esta actividad necesitarás una fotocopia del formulario 1 en la sección "Fotocopiables".



RESUMIENDO:

Pensar en las cuatro Ps nos ayudará a diseñar un plan que equilibre: la satisfacción de nuestros clientes, la promoción de nuestro producto, su disponibilidad en el mercado y los beneficios que obtendremos.



SESIÓN: DOS

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Los emprendedores siempre están buscando formas de avanzar, mejorar y crear	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none">• Introducir el tema.• Describir su utilidad.• Presentar una experiencia o lectura.	Introducción	Mejora continua. Ciclos de mejora continua.
Parte de la cultura emprendedora es buscar la calidad total, en los productos y servicios que se ofrecen.	2. Reflexión <p>Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.</p>	Diferenciación	Diferenciación. Tipos de diferenciación.
	3. Práctica <p>Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.</p>	Fidelización	La fidelidad de los clientes. Concepto de fidelización. Estrategias para mantener la fidelidad de los clientes.
Esto es lo que aprendí hoy...	4. Cierre <p>Conversar y sistematizar.</p>	Resumen	Hay que echar siempre pa'lante!

¿HAY QUE ECHAR SIEMPRE PA'LANTE?

Metodología	Materiales
<p>Exposición: Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p>	<p>Pizarrón o papelografo, marcadores.</p>
<p>Exposición: Presentar los conceptos: diferenciación y tipos de diferenciación.</p> <p>Práctica: Diferenciación por mejora y perfeccionamiento de productos ya existentes en el mercado.</p> <p>-Comparar un producto antiguo con uno actual, describiendo sus características principales.</p> <p>-Discutir acerca de:</p> <p>¿Qué características antiguas podrían volverse a usar en el nuevo modelo?</p> <p>¿Qué características nuevas se podrían añadir al modelo antiguo?</p> <p>¿Qué características del modelo nuevo lo hacen más preferido por los clientes y por qué?</p>	<p>Teléfonos antiguos, celulares o fijos, teléfono celular moderno.</p> <p>También se puede referir a los participantes a la página web:</p> <p>http://techlosofy.com/la-historia-de-nokia-paso-a-paso-fotografias-y-videos/ para una historia de los avances, innovación y mejora continua de NOKIA.</p> <p>En la sección Fotocopiables nro 11 se encuentran imágenes relacionadas a NOKIA como material suplementario.</p>
<p>Conversación</p> <p>¿Cómo la diferenciación puede incrementar la fidelidad de los clientes?</p>	
<p>¿Conversación en plenaria acerca de la mejora continua, diferenciación y fidelización</p> <p>¿Qué aprendimos hoy?</p> <p>¿Qué veremos la próxima sesión?</p>	



Sesión dos: ¡Hay Que Echar Siempre Pa 'Lante!

Mejora continua de mi emprendimiento

Todo emprendimiento debe buscar mejorar, crecer y multiplicarse, para esto es necesario aplicar una filosofía de mejora continua a nuestro emprendimiento.

Como emprendedores y emprendedoras somos inquietos y siempre estamos buscando ideas novedosas y mayores retos.

Una forma de canalizar toda esta energía creativa y utilizarla para mejorar nuestro emprendimiento es aplicar el ciclo de mejora continua como lo indica la siguiente figura:



- ▶ Planificar -análisis y decisión acerca de lo que debe ser mejorado o cambiado.
- ▶ Aplicar - implementación de los cambios que se hayan decidido en el Plan.
- ▶ Verificar - Control y/o medición de que los procesos y productos estén de acuerdo con los cambios esperados.
- ▶ Actuar: se adoptan los cambios y/o se continua con el ciclo de mejora.

Diferenciación

El objetivo de la diferenciación es crear algo que sea percibido en el mercado como único.

Algunas formas de diferenciar son a través de:

- ▶ Diseño de producto.
- ▶ Imagen de marca.
- ▶ Avance tecnológico.
- ▶ Apariencia exterior.
- ▶ Servicio después de la venta.
- ▶ Formas de distribución.



ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

Innovación= Diferenciarse en base a la introducción de nuevos productos o servicios.

Podría ser:

- ▶ Desarrollar y comercializar productos o servicios totalmente nuevos (innovación total).
- ▶ Mejora y perfeccionamiento de productos ya existentes en el mercado (innovación incremental).

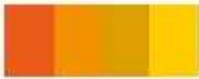
Diferenciación en Base a la Calidad

“Calidad es cuando el cliente regresa y no el producto”

Es decir: El producto o servicio cumplió cabalmente con las expectativas del cliente

La calidad está relacionada con:

- ▶ El diseño del producto.
- ▶ Sus características técnicas.
- ▶ Servicios postventa, (garantía, información, servicio de reparaciones).



- ▶ El cumplimiento de los plazos de entrega, el servicio técnico y el asesoramiento.

Para asegurar la calidad de nuestros productos o servicios y mantener a nuestros clientes satisfechos, es necesario pensar siempre en la mejora continua.

La fidelidad de los clientes

Para mantener nuestro emprendimiento avanzando debemos prestar mucha atención a lograr la fidelidad de nuestros clientes. Esto es importante porque:

- ▶ Un cliente fiel contribuye a que los ingresos sean estables y crecientes.
- ▶ Los analistas calculan que vender a un cliente nuevo cuesta, de cinco a 17 veces más que vender a un cliente actual.
- ▶ Los clientes contentos tienden a comprar más con el paso del tiempo.
- ▶ Los clientes leales conocen mejor el producto y requieren menor ayuda en el proceso de compra.
- ▶ Los clientes leales (y contentos) traen (gratis) a otros clientes a la empresa.
- ▶ Los clientes fieles tienden a aceptar más fácilmente que los precios de nuestro producto pueden cambiar

... ¿Pero cómo mantener la fidelidad de nuestros clientes actuales?

¡ES IMPORTANTE SER PROACTIVOS!!

Proactividad

- ▶ Cuando una persona asume el **pleno control de su conducta** de modo activo.
- ▶ Implica la **toma de iniciativa** en el desarrollo de acciones creativas y audaces.
- ▶ Haciendo prevalecer la **libertad** de elección sobre las circunstancias de la vida.



Entonces siendo proactivas y proactivos nos adelantaremos y consideraremos las necesidades de atención de nuestros clientes, antes de que estas surjan. Para esto es recomendable seguir los siguientes pasos:

- ▶ Conocer a tus clientes: sus preferencias, sus inquietudes, sus necesidades y expectativas, siempre se puede preguntar si el cliente necesita algo más o si está satisfecho con el producto/servicio.
- ▶ Personalizar la entrega de información: hacer una lista de los clientes que más frecuentan, demandan o consumen nuestros servicios, obtener sus datos y comunicarnos con ellos de forma directa, vía email, teléfono, u otros medios como whatsapp, viber etc. para comunicarnos directamente y crear un sentido de familiaridad y confianza en el cliente.
- ▶ Dar información de gran utilidad: avisar de promociones, descuentos precios especiales y otros beneficios. Avisar acerca de interrupciones en el servicio o cualquier contingencia que pueda llegar a ocurrir, por ejemplo si una tienda va a cerrar por tres días será necesario avisar al cliente para que no venga en vano.



Recuerda:

Cliente feliz= **expectativas satisfechas**= recibió el producto.

Cliente fiel= **expectativas superadas** = recibió el producto + atención cordial + privilegios especiales: ofertas, rebajas, etc.

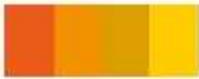


SESIÓN: TRES

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Los emprendedores planifican muy bien sus emprendimientos	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none">• Introducir el tema.• Describir su utilidad.• Presentar una experiencia o lectura.	Introducción	El plan de negocios. Su Importancia.
	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar	Plan de negocio	Componentes del Plan de negocios.
	3. Práctica Motivar a la creatividad. Brindar suficiente espacio. Promover la flexibilidad e improvisación.	Estudiar el mercado	Elaborando nuestro Plan.
Esto es lo que aprendí hoy...	4. Cierre Conversar y sistematizar	Resumen	

HAY QUE SER ORDENADAS/OS

Metodología	Materiales
<p>Exposición: Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p> <p>La introducción hará énfasis en las habilidades relacionadas a la capacidad de planificación El facilitador explicara que es un mito que los emprendedores "hacen las cosas sin pensar" sino más bien todo lo contrario: los emprendedores piensan y maduran una idea, la visualizan, reflexionan, reordenan y planifican muy bien los pasos a seguir para llevarla a cabo.</p>	<p>Pizarrón o papelografo, marcadores.</p>
<p>Exposición: Presentar los componentes de un plan de negocios y sus definiciones. Conversar y ejemplificar.</p>	
<p>Conversación Se elegirá una idea emprendedora en grupos de tres personas</p> <p>El grupo conversara acerca de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • formas de implementación • ubicación • recursos necesarios • clientes potenciales, • precios y competencia • riesgos • cronograma de acciones <p>Elaborarán el plan de negocio, usando el formato simplificado.</p> <p>Elegirán a una persona para que exponga el plan frente a la clase.</p>	<p>Para esta actividad necesitaras una fotocopia del formulario 2 de la sección "Fotocopiables".</p>
<p>Conversación en plenaria acerca del plan de negocios.</p> <p>¿Cuál es su importancia?</p> <p>¿Qué les resulto más difícil?</p> <p>¿Qué fue lo más fácil?</p>	



Sesión tres:

¡Hay Que Ser Ordenadas y Ordenados!!



El plan de negocio

Una vez identificadas las 4 Ps debemos comenzar con una planificación cuidadosa de las actividades y tareas que realizaremos para la puesta en marcha de nuestro emprendimiento. Esta planificación debe tomar en cuenta todos los detalles y en el ámbito empresarial es conocida como "Plan de negocio".

El plan de negocio es un documento en el cual registramos de forma ordenada la mayor cantidad de información posible acerca de nuestro emprendimiento.

El plan de negocio nos ayuda a ordenar y planificar en detalle las actividades costos y proyecciones relacionadas a nuestro emprendimiento.

Existen diferentes formas de hacer un plan de negocio, y para realizarlo debemos tomar en cuenta cual es el objetivo principal de esta planificación, por ejemplo:

- Tal vez queremos hacer un plan que nos ayude a visualizar los pasos y procesos a seguir para el éxito de nuestro negocio, en este caso podemos realizar un plan sencillo que registre la información básica de los objetivos y mercado de nuestro emprendimiento: ¿qué insumos o materiales necesitaremos?, ¿qué cantidad de dinero o financiamiento?, ¿qué acciones tomaremos? y ¿quienes las realizaran?.

- ▶ Tal vez tenemos una idea de negocio y queremos conseguir financiamiento o un préstamo bancario para ejecutarla, en ese caso el plan de negocio será un poco más detallado y además deberá ajustarse a las exigencias de los posibles financiadores.

Sea cual fuera la razón para la formulación de un plan de negocio, éste debe cumplir cuatro requisitos:

Claro	• Redacción clara, concisa y veraz.
Actualizado	• Contiene información y datos recientes.
Completo	• Debe incluir información acerca de todas las áreas y procesos de la empresa.
Comprensible	• Entendible para todos los que lo lean.

COMPONENTES PRINCIPALES DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Como habíamos visto, existen diferentes formas de realizar un plan de negocios, y estas varían en función de a quién va dirigido el plan y con qué objetivo los realizamos.

A continuación elaboraremos un plan de negocio simplificado² que es útil para organizar nuestras ideas y ponerlas en marcha, estos serán sus componentes principales:

Componentes de un plan de negocio simplificado	
Nombre del negocio	
Productos o Servicios	
Localización	
Recursos Humanos	
Análisis del Mercado	
Competencia	
Estrategia de Mercadeo	
Inversión Inicial Estimada	
Fuentes de Financiamiento	
Proyecciones de Ingresos y Gastos	
Posibles riesgos	
Cronograma	

² En la sección de fotocopiables 3 y 4 te presentamos un modelo de plan simplificado y un modelo estándar para presentación a un financiador o posible inversionista



Actividad:

¡Ahora te toca llenar a ti!

1. En grupos de 3 personas elijan una idea emprendedora
2. Conversen acerca de:
 - ▶ Las formas de implementación.
 - ▶ La ubicación.
 - ▶ Qué recursos necesitarían: físicos, financieros y humanos.
 - ▶ Quiénes son los clientes potenciales.
 - ▶ Qué precios y que competencia podrían tener.
 - ▶ Qué riesgos podría enfrentar la empresa.
 - ▶Cuál sería el cronograma de acciones.
3. Pónganse de acuerdo para elaborar el plan de negocio, usando el formato simplificado.

Elijan a una persona para que exponga el plan frente a la clase, o pueden hacerlo juntos turnándose o repartiendo las secciones del plan.



RESUMIENDO...

- ▶ Los emprendedores y emprendedoras son ordenadas y planifican bien sus emprendimientos.
- ▶ El plan de negocio es un documento en el cual registramos de forma ordenada la mayor cantidad de información posible acerca de nuestro emprendimiento.
- ▶ El plan de negocio nos ayuda a ordenar y planificar en detalle las actividades costos y proyecciones relacionadas a nuestro emprendimiento.

UNIDAD 6: CONSÍGUETE COLCHONES



CONTENIDO

1. Existen servicios disponibles

1.1 Afrontar los riesgos

1.2 Servicios financieros

1.3 Servicios no financieros

2. Construiré y fortaleceré mi red

2.1 Redes de apoyo y soporte

2.2 Graficando mi red de apoyo

¡Bienvenidos y bienvenidas!!

Al terminar esta sección serás capaz de:

- ▶ Identificar los riesgos relacionados a las actividades emprendedoras.
- ▶ Identificar diferentes estrategias para minimizar el riesgo.
- ▶ Identificar servicios financieros y no financieros disponibles.
- ▶ Identificar tus redes de apoyo.



Perfil

La unidad C: "Consiguete colchones" es la última de las tres unidades destinadas a la motivación y orientación para el emprendimiento. Tiene el objetivo principal de motivar a los y las estudiantes a buscar estrategias para minimizar el riesgo inherente a la ejecución de un emprendimiento. Para lo cual se plantean los siguientes objetivos específicos:

- ▶ Introducir el tema de riesgo relacionado a las actividades emprendedoras.
- ▶ Introducir estrategias para minimizar el riesgo.
- ▶ Identificar redes de apoyo y servicios financieros y no financieros disponibles.

Ideas fuerza

- ▶ Los emprendedores no le temen al riesgo, pero lo prevén.
- ▶ Cuento con una red que debo valorar y desarrollar.
- ▶ Existen servicios financieros y no financieros disponibles para mi emprendimiento.

Contenidos analíticos

Sesión 1: Existen Servicios Disponibles

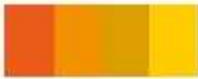
- 1.1** Afrontar los riesgos: Emprendimiento y riesgo. La importancia de un colchón. Estrategias para minimizar el riesgo.
- 1.2** Servicios financieros. Definición e importancia. Tipos de servicios financieros.
- 1.3** Servicios no financieros. Definición e importancia. Tipos de servicios financieros. Identificando servicios financieros y no financieros en mi zona.

Sesión 2: Construiré y fortaleceré mi red

2.1 Redes de apoyo y soporte. Definición e importancia. La Familia. Los amigos. Los grupos empresariales.

2.2 Graficando mi red de apoyo.





SESIÓN: UNO

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Existen servicios financieros y no financieros disponibles para apoyar a mi emprendimiento	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none"> • Introducir el tema. • Describir su utilidad. • Presentar una experiencia o lectura. 	Introducción	Importancia de anticipar los riesgos para el emprendimiento.
	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.	Servicios financieros y no financieros	Servicios financieros. Definición y tipos. Como acceder a servicios financieros. Servicios no financieros, definición y tipos.
	3. Práctica Motivar a la creatividad. Brindar suficiente espacio. Promover la flexibilidad e improvisación.		Identificando servicios financieros y no financieros en mi zona.
Esto es lo que aprendí hoy...	4. Cierre Conversar y sistematizar	Resumen	

EXISTEN SERVICIOS DISPONIBLES

Metodología	Materiales
<p>Exposición:</p> <p>Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p> <p>Reflexionar acerca de los riesgos a los que se puede enfrentar un emprendimiento. Hacer que los estudiantes llenen la ficha donde se describen los posibles riesgos de su emprendimiento y sugieran medidas para afrontarlos.</p>	<p>Pizarrón o papelógrafo, marcadores.</p>
<p>Servicios financieros</p> <p>Introducir el tema de servicios financieros preguntando: ¿Alguna vez se han prestado dinero? ¿Cuánto, cómo, de quién? Explicar que a veces es necesario un préstamo para salir adelante, pero que se debe ser cuidados al elegir de quien nos prestaremos. Presentar una comparación entre los prestamistas: altas tasas de interés, no regulados, dineros ilícitos: cobranza riesgosa y las entidades financieras: reguladas, con interés accesibles, dinero lícito y formas civilizadas de cobranza y resolución de deudas.</p> <p>Explicar que algunas transacciones, por ejemplo: pagos de grandes sumas y transferencias de dinero son más seguras si se las realiza a través de una entidad financiera. Explicar en qué consisten los servicios financieros y que tipo de instituciones los brindan. Explicar que es lo que una persona necesita para acceder a un crédito en términos generales comenzando con la pregunta ¿Qué buscan los bancos?</p> <p>Guiar a que los participantes determinen su capacidad de pago de forma individual. Pida a uno o dos voluntarios (as) que compartan su información y cómo piensan incrementar su capacidad de pago.</p> <p>Servicios no financieros</p> <p>Introduzca el tema de servicios no financieros, explicando que además de los servicios anteriormente mencionados las entidades financieras también ofrecen servicios no relacionados a transacciones ni a manejo de dinero.</p>	
<p>Conversación</p> <p>Determinar las características actuales que pueden favorecernos a obtener un crédito. Los participantes llenaran la ficha con su información individual.</p> <p>Anotarán luego como pueden mejorar su perfil crediticio.</p> <p>Se pedirá a 2 voluntarios (as) que compartan su información e ideas.</p>	
<p>Se les asignará la tarea de realizar una búsqueda de información de las instituciones financieras cercanas a su domicilio. La tarea será compartida la siguiente sesión.</p>	



Sesión uno:

Existen servicios disponibles

Afrontar los riesgos: La importancia de un colchón

Toda acción en la vida conlleva un cierto riesgo, sin embargo al empezar un emprendimiento nos embarcamos en una acción novedosa y si bien ya casi tenemos todo planeado, también debemos pensar en los posibles riesgos y cómo afrontarlos.

Existen diferentes formas de afrontar los riesgos, las más comunes son cuatro:



1. Evitar el riesgo tomando las medidas necesarias por ejemplo usar guantes o protección para evitar el riesgo de quemaduras en la cocina, usar salvavidas si no se sabe nadar, etc.

2. Reducir el riesgo de que algo ocurra o de cuanto nos vaya a impactar por ejemplo, realizar instalaciones de gas seguras, comprar alarmas antirrobo, tener un extintor de incendios, contar con instrucciones básicas en caso de emergencias y otros.

3. Transferir los riesgos que no podemos evitar. Lo más común es contratar una empresa de seguros que se compromete a pagar todos los daños a cambio de una cuota periódica.

4. Absorber el riesgo, realizando un ahorro mensual, para cubrir cualquier tipo de emergencia.

Entonces es importante considerar los riesgos posibles relacionados a tu emprendimiento así como cuáles serían las mejores formas de afrontarlos.

En la siguiente tabla escribe 7 tipos de riesgos que podría tener tu emprendimiento. Registra los riesgos de menor a mayor importancia y describe las posibles medidas para afrontarlos.

Riesgos de mi emprendimiento	Medidas para afrontarlo	Tipo de medida

Servicios Financieros

Los servicios financieros son los servicios proporcionados por la industria financiera. Estos abarcan un amplio rango de organismos que gestionan los fondos tales como:

- ▶ Bancos.
- ▶ Cooperativas de crédito.
- ▶ Compañías de tarjetas de crédito.
- ▶ Compañías de seguros.
- ▶ Compañías de financiación al consumo.
- ▶ Fondos de inversión y otros.



Algunas características más comunes de los servicios financieros son:



Bancos y otros proveedores de servicios financieros

- ▶ Aceptar depósitos y fondos reembolsables y efectuar préstamos.
- ▶ Administrar sistemas de pago como ser transferencias de fondos, transacciones en efectivo y mediante tarjetas de crédito y débito, giros bancarios, cheques, y transferencias electrónicas de fondos.
- ▶ Negociar: Ayudan a las empresas a comprar y vender valores, divisas y derivados.
- ▶ Emitir valores: Ayudan a los prestatarios a captar fondos vendiendo acciones de empresas o emitiendo bonos.
- ▶ Gestionar activos: Ofrecen asesoramiento o invierten en nombre de los clientes, que pagan por sus conocimientos especializados.

Servicios de seguros y otros servicios conexos

- ▶ Los aseguradores directos agrupan los pagos (primas) de los clientes que tratan de cubrir riesgos y realizan pagos a quienes les acontece un evento que se encuentre cubierto por el seguro, por ejemplo un incendio o robo.

NECESITO FINANCIAMIENTO PARA MI EMPRENDIMIENTO

El financiamiento implica recaudar fondos para un proyecto de negocio o para un emprendimiento social.

1. Determinar cuánto y cuando se necesitará.
2. Buscar diversa formas de financiamiento.
3. Analizar sus ventajas y desventajas.

Las formas más comunes de financiamiento son las siguientes:



Tipo de financiamiento	Descripción	Ventajas	Desventajas
Financiamiento de capital	Compartir la propiedad del negocio con otras personas, quienes compran acciones para poder disfrutar de las ganancias y tomar algunas decisiones relativas al negocio.	Financiar el emprendimiento sin tener que endeudarse.	Se tiene que compartir, parte de las ganancias y del control del propio negocio.
A través de una deuda	Solicitando un préstamo, a cierto plazo, a una organización o persona.	No es necesario compartir la propiedad del proyecto con nadie.	Se debe restituir el dinero del préstamo o se pierden las garantías. Se deben pagar intereses.
Autofinanciamiento	Implica empezar un negocio sin ayuda financiera, utilizando los propios recursos provenientes de ahorros.	Al no haber un préstamo, no hay deuda que pagar ni tampoco la necesidad de compartir la propiedad del propio negocio.	Es fundamental mantener los ahorros para contingencias.

OBTENIENDO UN PRÉSTAMO BANCARIO

Aunque muchas veces parece complicado, en la actualidad los bancos e instituciones financieras han simplificado los procesos para obtener un crédito. Sin embargo existen características a las cuales les prestan más atención, a la hora de financiar emprendimientos como por ejemplo:

Características del emprendedor

- Experiencia previa
- Reputación frente a los bancos

Capital, propio o de terceros

- Bienes o activos con que ya cuenta el emprendimiento
- Muchos bancos ofrecen solo una parte de lo requerido para empezar

Capacidad de pago

- Ingresos del negocio o emprendimiento
- Frecuencia con que se generan los ingresos
- Otros ingresos aparte del negocio

Garantías y respaldos

- Bienes de la empresa o negocio
- Bienes personales del dueño
- Garantías personales de terceros

Condiciones del entorno

- Posibles riesgos que el negocio enfrentará
- El entorno de negocios de cada emprendimiento



Actividad:

Evalúa tu actual capacidad de pago

Capacidad de Pago= Factor clave para determinar tus posibilidades para cubrir sus deudas a corto plazo.

$$CP=(IN-Gt/IN)*100$$

Por lo general menor al 10% indica que no se tiene buena capacidad de pago y si supera el 30% indica que tiene una alta capacidad de pago.

Ítem	Descripción	Abreviación	Explicación
Ingreso Bruto	Ingreso antes de impuestos (sueldos, comisiones y otras entradas comprobadas)	IB	A veces erróneamente se coloca este ingreso en la fórmula de capacidad de pago
Ingreso Neto	Ingreso bruto menos impuestos y cualquier otro descuento al que este sujeto.	IN= (IB- Impuestos y descuentos)	Este ingreso es el líquido que tenemos para disponer
Gasto total	Suma de gastos fijos y Gastos Variables	Gt= (gf + gv)	
Gasto fijo	Gastos que se realizan todos los meses ejemplo: Alquileres, Alimentación, Vestido, transporte, diversión, ahorro.	Gf	
Gasto Variable	Gastos que son eventuales, ejemplo: Vacaciones, Regalos, Entretenimiento u otros.	Gv	

¿Qué otras características tienes que te ayuden a obtener un préstamo?

Características del emprendedor	
Experiencia previa	Reputación frente a los bancos

Capacidad de pago		
Ingresos del negocio o emprendimiento	Frecuencia con que se generan los ingresos	Otros ingresos aparte del negocio

Capital, propio o de terceros
Bienes o activos con que ya cuenta tu emprendimiento

Garantías y respaldos		
Bienes de tu empresa o negocio	Bienes personales del dueño	Garantías personales de terceros

Condiciones del entorno	
Posibles riesgos que el negocio enfrentará	El entorno de negocios de cada emprendimiento

Servicios no Financieros

Los servicios no financieros, como su nombre lo indica son servicios que no implican actividades financieras y pueden ser: asistencia técnica, gestión empresarial, servicios de apoyo en salud, educación y otros relacionados a fines sociales.

Entre estos destacan:

→ Educación financiera

Es el proceso mediante el cual, tanto los consumidores como los inversionistas financieros logran un mejor conocimiento de los diferentes productos financieros, sus riesgos, beneficios y mediante la información o instrucción, desarrollan habilidades que les permiten una mejor toma de decisiones, lo que deriva en un mayor bienestar económico (OECD, 2005).

En nuestro país las instituciones financieras están obligadas por la Ley 393 a brindar este servicio.

→ Servicios de desarrollo

Comprenden una variedad ilimitada de servicios, los cuales son determinados por la Institución Financiera en base a diagnósticos de las necesidades de sus usuarios o clientes. Los más convenientes para emprendedores son:



 **Asistencia técnica** para el fortalecimiento, gestión y desarrollo de la actividad emprendedora.

 **Capacitación técnica** especializada en áreas específicas: Técnica-productiva, administrativa-contable, comercial y articulación a mercados, en base a metodologías e instrumentos de gestión diseñados.

Si bien no es obligatorio brindar este tipo de servicios, en nuestro país, existen muchas instituciones financieras que ofrecen y también se encuentran contemplados en la Ley 393.



Actividad para la casa:

Servicios cercanos disponibles

Ahora identificaremos los servicios financieros y no financieros que están disponibles cerca de nosotros.

Para esto nos tomaremos el tiempo de visitar a las instituciones financieras cercanas a nuestro domicilio o a la ubicación de nuestro emprendimiento.

Cuando se visita una institución financiera se debe tener en mente las preguntas necesarias, para esto nos ayudaremos con esta sencilla lista:

- ▶ ¿Qué tipo de créditos para emprendedores ofrecen?
- ▶ ¿Cuáles son las características de estos créditos?
 - Monto máximo, plazos, garantías necesarias.
- ▶ ¿Cuáles son los intereses y como se calculan?
- ▶ ¿Cuál es la forma de pago del crédito?
- ▶ Frecuencia: semanal, mensual trimestral.
 - Cuota fija: El monto a pagar es el mismo durante todo el plazo del crédito
 - Cuota variable: La cuota va disminuyendo conforme se va pagando la deuda
- ▶ ¿Existe algún programa especial que beneficie a emprendimientos en las primeras etapas?
- ▶ ¿Tiene otros servicios para sus clientes? (Por ejemplo seguros).
- ▶ ¿Brindan también servicios no financieros? ¿Cuáles?

Ahora que ya conocemos las preguntas, ordenaremos las respuestas en la siguiente ficha, para tener los datos siempre a mano:

Servicios financieros								
Institución	Tipo de crédito	Características			Interés	Forma de pago		Otros servicios
		Máximo	Plazo	Garantía		Frecuencia	Cuota	

Servicios no financieros		
Institución	Servicio	Cómo acceder



RESUMIENDO...

- ▶ Todos los emprendimientos conllevan riesgos pero los emprendedores y emprendedoras se preparan anticipadamente para afrontarlos.
- ▶ Existen diferentes formas de afrontar los riesgos: Evitar, reducir, transferir, absorber.
- ▶ Los servicios financieros son aquellos proporcionados por bancos, cooperativas, compañías de seguros, fondos de inversión y otros.
- ▶ De acuerdo a las características de nuestro emprendimiento podemos acceder a diferentes servicios financieros.
- ▶ Para acceder a los servicios financieros es importante evaluar nuestra capacidad de pago.
- ▶ Los servicios no financieros son servicios adicionales que prestan las entidades financieras, los cuales pueden ser muy útiles para el desarrollo y mejora de nuestro emprendimiento.
- ▶ Conocer los servicios financieros y no financieros disponibles en nuestro entorno nos ayudará a escoger las mejores opciones para nuestro emprendimiento.



SESIÓN: DOS

Ideas fuerza	Momentos educativos	Contenidos	Contenido analítico
Los emprendedores no le temen al riesgo, pero lo prevén	1. Inspiración <ul style="list-style-type: none">• Introducir el tema.• Describir su utilidad.• Presentar una experiencia o lectura.	Introducción	Minimizar los riesgos: Emprendimiento y riesgo. La importancia de un colchón. Estrategias para minimizar el riesgo.
Cuento con una red que debo valorar y desarrollar	2. Reflexión Introducir los conceptos. Relacionar y ejemplificar.	Redes de apoyo	Redes de apoyo y soporte. Definición e importancia. La Familia. Los amigos. Los grupos empresariales. Graficando mi red de apoyo.
	3. Práctica Motivar a la creatividad. Brindar suficiente espacio. Promover la flexibilidad e improvisación.	Estudiar el mercado	Elaborando nuestro plan.
Esto es lo que aprendí hoy...	4. Cierre Conversar y sistematizar.	Resumen	

CONSTRUIRÉ Y FORTALEGERÉ MI RED

Metodología	Materiales
<p>Exposición:</p> <p>Presentación del tema su utilidad y su importancia.</p> <p>La introducción hará énfasis en la capacidad de los emprendedores de asumir riesgos. El facilitador explicará que es un mito que los emprendedores “se arriesgan sin calcular” o “no miden los riesgos” sino más bien todo lo contrario: los emprendedores consideran y calculan los riesgos, son conscientes de ellos pero no les temen, más bien prevén la forma de afrontarlos.</p> <p>Se introducen las formas para afrontar los riesgos.</p>	<p>Pizarrón o papelógrafo, marcadores.</p> <p>Fotografías de artículos de periódico acerca de riesgos y seguros de los emprendedores.</p>
<p>Actividad:</p> <p>Preguntar a los participantes si han considerado los posibles riesgos de su emprendimiento y cómo afrontarlos. Pedirles que de manera individual completen la tabla con 7 tipos de riesgos relacionados al emprendimiento de menor a mayor importancia y describan las posibles medidas para afrontarlos.</p> <p>Conversación:</p> <p>Después de la actividad el expositor hará la siguiente pregunta:</p> <p>¿Cuántos de estos riesgos podemos afrontar con la ayuda de nuestra familia y amigos?</p> <p>Se conversará entonces sobre el rol de la familia y amigos como soporte, haciendo énfasis en la importancia de comunicárselos, nuestro emprendimiento, y ganarlos como aliados a quienes acudir en momentos difíciles.</p> <p>Así mismo se introduce el rol de las organizaciones de apoyo y los pares emprendedores y su importancia para captar recursos y protegerse contra riesgos comunes.</p>	<p>Se incluye en Fotocopiables (nro 10), pero se pueden traer materiales propios.</p> <p>Pegamento o cinta adhesiva para los gráficos de red.</p>
<p>Se cerrará la actividad graficando la Red y anotando sus características en el formulario provisto. Cada participante pasará al frente y mostrará su red explicando quienes la componen y que puede hacer para fortalecerla y expandirla, si son muchos participantes se organizará una exposición de redes, pegando las redes graficadas en las paredes o el pizarrón y permitiendo a los participantes pasear por la exposición, el participante también debe escribir las medidas para fortalecer y expandir su red.</p>	
<p>Cierre del programa: conversación en plenaria acerca de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prever y prevenir riesgos. • Importancia de las redes de apoyo. <p>Se explicará que desde ya los participantes forman parte de una red, se realizará una actividad de compartimiento.</p>	



Sesión dos:

Construiré y fortaleceré mi red

Redes de apoyo y soporte

Contar con fuentes de colaboración, apoyo y soporte es vital para el éxito de los emprendimientos.

La colaboración con otras personas sean familiares, amistades, socios u otros, es importante para alcanzar tus metas y objetivos.

Debido a esto es necesario que desde un inicio identifiques aquellas personas u organizaciones que forman o pueden formar parte de tu red de apoyo y soporte.

Así mismo debes ejercitar tu capacidad para persuadir y conseguir apoyo, aprendiendo a pedir ayuda cuando sea necesario y también a ser recíproco y ayudar a los demás.

Dentro de las redes de apoyo y soporte se consideran a:

- ▶ Familiares y amigos.
- ▶ Contactos de negocio.
- ▶ Proveedores.
- ▶ Clientes.
- ▶ Organizaciones del mismo rubro como ser asociaciones de productores, redes empresariales.
- ▶ Organizaciones de otros rubros como ser universidades, institutos educativos y otros.

Estas redes pueden facilitar el acceso a todo tipo de recursos: financieros, materiales, técnicos, administrativos, de información y otros.

Establecer redes de colaboración con personas que persiguen los mismos objetivos puede ayudar a beneficiarnos mutuamente. Para esto es necesario identificar quienes son estos actores y como establecer un contacto con ellos.

Además es necesario desarrollar la capacidad de pedir ayuda y aprovechar los contactos que ya tenemos para crecer nuestra red de apoyo. Los emprendedores no pueden quedarse de brazos cruzados, hay que ir y golpear puertas y aprovechar las oportunidades.

**Actividad:****Graficando mi red de apoyo**

BIBLIOGRAFÍA

Bilbao, Arantza, y Susana Pachano. "Rasgos y actitudes de los emprendedores." *Venezuela: Corporación Andina de Fomento* (2002).

Blank, Steve, and Bob Dorf. *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Grupo Planeta Spain, 2013.

Bowen, Donald D., and Robert D. Hisrich. "The female entrepreneur: A career development perspective." *Academy of management review* 11.2 (1986): 393-407.

Burns, Paul, 2010. *Entrepreneurship and Small Business: Start-up. Growth and Maturity*. Palgrave Macmillan, 2010.

Camargo, Luís Carlos Arraut, Jairo Duque Ramírez, and Paola Amar Sepúlveda. "Hacia un modelo de emprendimiento de innovación abierta socialmente responsable: Caso Universidad Tecnológica de Bolívar en Colombia." *TEC empresarial* 3.1 (2009): 33-44

Dewey, John. "THE RELATION OF THEORY TO PRACTICE IN EDUCATION» 1»." (1904).

Fundación Coca Cola,. "El Espíritu Emprendedor Motor de Futuro, guía el profesor." *Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Ministerio de Educación, Madrid* (2003).

Global Entrepreneurship Monitor GEM, "Reporte Nacional Bolivia 2014." Querejazu, Verónica, David Zavaleta, y Joel Mendizabal. - GEM (2014)

González, Rafael Muñoz. *Marketing en el siglo XXI*. Centro de Estudios Financieros, 2001.

Gómez, Miren Arantzazu Arruti. "El desarrollo del perfil del "teacherpreneur" o profesor-emprendedor en el currículum del grado de Educación Primaria: ¿ un concepto de moda o una realidad?." *Contextos educativos*:

Revista de educación 19 (2016): 177-194.

Educarchile, Carpeta didáctica "Emprende en Red" disponible en: <http://www.educarchile.cl/ech/pro/app/detalle?id=224378> (2014)

Malagón, F.A., and D. C. Colombia. "El espíritu emprendedor y la creación de empresa." *Fed Colombia* (2003).

Malagón, Félix Antonio. "¿Cómo orientar el espíritu emprendedor hacia la creación de empresas?." *Revista EAN* 48 (2013): 72-81.

Organización Internacional del Trabajo OIT. *Manual: Jóvenes emprendedores generan ideas de negocio*. Sistema de las Naciones Unidas en el Perú. 2009

Rodríguez, Rafael Alcaraz. *Emprendedor de éxito*. McGraw Hill Mexico, 2015.

Scott, W. Richard. *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities*. Sage Publications, 2008.

Stevenson, Howard H. *A perspective on entrepreneurship*. Vol. 13. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School, 1983.

Stevenson, Howard H., and J. Carlos Jarillo. "A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management." *Entrepreneurship*. Springer Berlin Heidelberg, 2007. 155-170.

Venkataraman, Sankaran. "The distinctive domain of entrepreneurship research." *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth* 3.1 (1997): 119-138.

1. SONDEO RÁPIDO DE MERCADO EN BASE A 4Ps

PRODUCTO	
¿Cuál es el producto?	
¿Cuáles son sus características?	
¿Cómo se llama? Tiene un buen nombre?	
¿Cómo se ve? ¿Qué tamaño (s), color (es), presentación (es)?	
¿Quiénes son los clientes o consumidores potenciales?	
¿Qué esperan los clientes del producto?	
¿Cómo, cuándo y dónde lo usará el cliente?	
¿Qué necesidades satisface el producto?	
¿Quiénes ofrecen el mismo producto?	
¿Cómo se diferencia el producto de sus competidores?	
PRECIO	
¿Cuánto costó producir el producto?	
¿Cuál es el valor del producto percibido por los clientes?	
¿Aumentarían las ventas si el precio baja?	
¿Cómo está el precio del producto en relación a la competencia?	
PLAZA	
¿Dónde van los clientes cuando buscan el producto o servicio?	
¿A qué tipo de tiendas se dirigen los clientes potenciales? (centro comercial, tienda regular, supermercado, vía internet)	
¿Cómo se llega a los diferentes canales de distribución que pienso utilizar?	
¿En qué se diferencia la ubicación/ estrategia de distribución de la de mis competidores?	
PROMOCIÓN	
¿Cuáles son los mejores medios para la promoción del producto?	
¿Cuándo es el mejor momento para promocionar este producto?	
¿Cuál es la estrategia de promoción de la competencia?	

2. PLAN DE NEGOCIO SIMPLIFICADO (PERSONAL)

Componentes de un plan de negocio simplificado	
Nombre del negocio	
Productos o Servicios	
Localización	
Recursos Humanos	
Análisis del Mercado	
Competencia	
Estrategia de Mercadeo	
Inversión Inicial Estimada	
Fuentes de Financiamiento	
Proyecciones de Ingresos y Gastos	
Posibles riesgos	
Cronograma	

3. MODELO DE PLAN DE NEGOCIO DETALLADO (Financiadores o Inversores)

NOMBRE DEL NEGOCIO O EMPRESA

RESUMEN EJECUTIVO

El resumen ejecutivo presenta una impresión general, clara y concisa que pueda leerse rápidamente y que aporte al lector todos los elementos relevantes del Plan de Negocio. Este siempre debe elaborarse una vez terminada la elaboración del Plan de Negocio.

DATOS PERSONALES Y DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Datos de la persona que presenta el proyecto

Nombres y apellidos, dirección ciudad, estudios experiencia.

Datos de la empresa

Tipo de empresa, localización, a qué se dedica, cómo se va a iniciar. Breve descripción del proyecto, por qué este tipo de proyecto:

JUSTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL

En esta sección se debe dar respuesta a las siguientes preguntas:

¿Qué problemas resuelve nuestra idea? ¿Qué necesidad satisface? ¿Qué tipo de producto o servicio queremos vender? ¿Qué es exactamente lo que ofrece? ¿Qué tiene de innovador el producto o servicio? ¿Es un producto o servicio único?

EL PRODUCTO Y/O EL SERVICIO

Se debe describir con precisión el producto o servicio que se ofertará, ¿Qué necesidad va a satisfacer? ¿A qué mercado se dirigirá? ¿Cómo es técnicamente? ¿Cómo se posicionará? ¿Qué lo diferencia de la competencia? ¿Cómo se fijará su precio en el mercado? ¿Qué normas, leyes o patentes le regulan?

ESTUDIO DE MERCADO

¿En qué sector se encuentra tu empresa? ¿En qué tipo de mercado vas a realizar tu actividad? ¿Podrías describir el tamaño y el volumen de tu mercado potencial? ¿Es un mercado estable durante todo el año o por el contrario es estacional? ¿Cuál es la previsión de crecimiento de dicho mercado? ¿Qué características socio-demográficas tiene tu clientela? ¿Cuáles son los hábitos de consumo y de compra

de tus clientes? ¿Quién es tu competencia directa? ¿Cómo motivarías a tus clientes para que te compren a ti y no a otro competidor?

PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING

¿Quiénes son nuestros clientes objetivo? ¿Cómo podemos llegar a ellos? ¿Cuál será la forma de distribución o venta? ¿Quiénes son nuestros competidores? ¿Cómo nos enfrentaremos a ellos? ¿Cuánto invertiremos en promoción y comunicación? ¿Cuáles serán nuestros precios? ¿Cómo controlaremos los resultados de nuestro Plan?

ASPECTOS TÉCNICOS

La descripción de los medios materiales y humanos requeridos, abarcando las siguientes cuestiones: ¿Dónde produciremos? ¿Cómo lo haremos? ¿Qué cantidad? ¿En cuánto tiempo?

Descripción del proceso productivo. Estrategias y modelos de producción. Procesos de control de calidad. Gestión de residuos. Estrategias de logística: abastecimiento y otros.

RECURSOS HUMANOS

¿Quiénes son los miembros del equipo de trabajo y en qué destacan? ¿Qué experiencia y habilidades posee el equipo de trabajo que servirán para poner en marcha el emprendimiento? ¿Cómo y con quién debería completarse el equipo? ¿Qué motiva a cada uno de sus miembros? Se debe incluir también un -Organigrama de la empresa o un Dibujo de la organización de las personas que integran la empresa-, mostrando las relaciones de mando.

PLAN ECONÓMICO – FINANCIERO

¿Cuánto capital necesita la empresa para arrancar? ¿Cuánto dinero en efectivo se necesitará en un escenario crítico? ¿De dónde procederá el capital? ¿Qué rendimiento pueden esperar los inversores? ¿Cómo generaremos beneficios?

IDENTIFICACIÓN DE RIESGOS

¿Qué riesgos podrían suponer una amenaza para el éxito de la empresa? ¿Cómo los afrontaremos y cómo reduciremos al mínimo su impacto? ¿Cuál es el efecto cuantitativo de cada uno de los riesgos (pronósticos)? ¿Cómo podría salir a flote la empresa en el caso de que se produjera la "situación pésima"?

ESTUDIO JURÍDICO FISCAL

Debe explicar qué tipo de empresa será, cuál será su figura legal, y a qué tipo de obligaciones fiscales estará sujeta.

4. ELEMENTOS PLAN DE NEGOCIO SIMPLIFICADO

Componentes de un plan de negocio simplificado	
Nombre del negocio	Describe como se llamará tu producto, negocio o servicio.
Productos o Servicios Relacionada con P=PRODUCTO	Enumera los productos o servicios que ofrecerás, describiendo cada uno según sus características como ser tamaño, forma, envase y otras.
Localización	La dirección ubicación o lugar donde se realizarán las actividades principales, y dónde te pueden encontrar frecuentemente.
Recursos Humanos	Las personas, incluyéndote a ti que trabajan contigo y son parte del negocio o empresa. Aquí es bueno incluir también información sobre su experiencia.
Análisis del Mercado Relacionada con P=PLAZA	Las características del mercado en el cual piensas introducir o proveer los productos o servicios que genera tu negocio, por ejemplo cuantos clientes potenciales has identificado, quiénes son estos clientes y qué características tienen, sus edades, dónde se ubican y dónde van cuando necesitan el producto. ¿Cada cuánto se adquiere el producto y para qué fines? Y otras preguntas relacionadas.
Competencia Relacionada con P=PLAZA	¿Quiénes son los posibles competidores? ¿Existen otras empresas que ofrecen el mismo producto o servicio? ¿Cuáles son sus características?
Estrategia de Mercadeo Relacionada con P=PROMOCIÓN	¿Cómo llegarás a los clientes potenciales? ¿Cómo distribuirás tu producto?
Inversión Inicial Estimada Relacionada con P=PRECIO	El monto de dinero inicial que necesitarás para iniciar tu emprendimiento. Si ya cuentas con maquinaria o insumos es necesario que determines su precio y los incluyas como parte de tu inversión.
Fuentes de Financiamiento	¿Cómo financiaras las inversiones iniciales necesarias para tu negocio?
Proyecciones de Ingresos y Gastos Relacionada con P=PRECIO	Calcula los costos de producción y todos los gastos relacionados con mantener tu negocio en marcha, incluyendo impuestos. Estima los ingresos NETOS que obtendrás de tu negocio. Finalmente resta el total de los gastos que efectuaras de los ingresos NETOS. El resultado será tu utilidad o ganancia.
Posibles riesgos	Los riesgos que ya identificaste y cómo los afrontarás.
Cronograma	Los pasos a seguir ordenados de acuerdo al tiempo en el que realizaran las actividades.

5. LISTA DE PREGUNTAS PARA UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA

- ▶ ¿Qué tipo de créditos para emprendedores ofrecen?
- ▶ ¿Cuáles son la características de estos créditos?
 - Monto máximo, plazos, garantías necesarias
- ▶ ¿Cuáles son los intereses y como se calculan?
- ▶ ¿Cuál es la forma de pago del crédito?
 - Frecuencia: semanal, mensual trimestral
 - Cuota fija: El monto a pagar es el mismo durante todo el plazo del crédito
 - Cuota variable: La cuota va disminuyendo conforme se va pagando la deuda
- ▶ ¿Existe algún programa especial que beneficie a emprendimientos en las primeras etapas?
- ▶ ¿Tiene otros servicios para sus clientes? (Por ejemplo seguros)
- ▶ ¿Brindan también servicios no financieros?

6. RIESGOS DE MI EMPRENDIMIENTO

Riesgos de mi emprendimiento	Medidas para afrontarlo	Tipo de medida

7. GRAFICANDO MI RED DE APOYO



9. CARACTERÍSTICAS DESEABLES POR LAS ENTIDADES FINANCIERAS

Características del emprendedor		
Experiencia previa	Reputación frente a los bancos	
Capacidad de pago		
Ingresos del negocio o emprendimiento	Frecuencia con que se generan los ingresos	Otros ingresos aparte del negocio
Capital, propio o de terceros		
Bienes o activos con que ya cuenta tu emprendimiento		
Garantías y respaldos		
Bienes de tu empresa o negocio	Bienes personales del dueño	Garantías personales de terceros
Condiciones del entorno		
Posibles riesgos que el negocio enfrentará	El entorno de negocios de cada emprendimiento	

11. RIESGOS INHERENTES A LOS EMPRENDIMIENTOS

Con seguro

El Fidalga se incendia y tres personas saltan del 3er piso

Peligro. 80% de la estructura de la sucursal está comprometido.



Auxilio. Bomberos combaten el fuego, que tomó la segunda y tercera planta de la sucursal del supermercado en el barrio Equipetrol. Fotos: Iván Condori

La Razón / Iván Condori / Santa Cruz
02:52 / 20 de diciembre de 2011

Dos hombres y una mujer se lanzaron desde un tercer piso para escapar de las llamas. En dos horas el fuego destruyó toda la mercadería y hasta el 80% del edificio de tres plantas de la sucursal de la cadena de supermercados Fidalga, en el exclusivo barrio Equipetrol, de Santa Cruz.

Con la desesperación pintada en su rostro, Rosario Shamisseddin, propietaria de la cadena, vio cómo el incendio destruyó la mercadería y la infraestructura, que ocupaba todo un manzano en esta capital.

Especiales

Siniestro

Indemnizan a dueños del Fidalga por incendio

Vemas, 13 de Septiembre, 2013

Tras el siniestro sucedido en los predios del supermercado Fidalga en la avenida San Martín, el pasado diciembre de 2011, la empresa Latina Seguros Patrimoniales S.A., empresa del Grupo Nacional Vida, informó que procedió a la indemnización de este hecho a los afectados con un monto total de 4.485.000 dólares americanos.

Según se informó de este total, \$us 2.600.000 aproximadamente corresponden al pago de las obras civiles y \$us 1.900.000 al contenido que tenía el supermercado al momento de incendiarse, incluyendo muebles y enseres, maquinaria, equipos, existencias, dinero y otros.

El monto total indemnizado de \$us 4.485.000 corresponde al Límite de la Suma Asegurada de la póliza.

Me gusta 0

Twitter

G+ 0

imprimir A⁻ reducir

enviar A⁺ aumentar

compartir

Etiquetas

Incendio

Sin Seguro

Bomberos logra controlar el incendio en la Incachaca luego de ocho horas

Un depósito de mercadería en una edificación de cinco pisos ardió durante horas. Tres bomberos que trabajaron para sofocar el incendio fueron afectados por los gases tóxicos. El Gobierno está preocupado por las precarias instalaciones eléctricas que se encuentran en la zona y por la falta de sistemas de seguridad.



Imágenes del incendio en la calle Incachaca que se produjo desde esta madrugada. Foto: Wlra Vargas

La Razón Digital / Paulo Cuiza / La Paz

09:51 / 19 de agosto de 2016

Luego de aproximadamente ocho horas los bomberos consiguieron controlar el incendio que se produjo esta madrugada en un depósito de juguetes de la calle Incachaca, en La Paz, y que causó un elevado nivel de contaminación en la urbe.

Testigos que presenciaron el hecho informaron a la red PAT que la gran cantidad de elemento inflamable en el interior del inmueble hizo que el fuego sea muy intenso y difícil de apagar. La mayor parte de la mercadería existente en el depósito está compuesta por juguetes de plástico.

El depósito es de propiedad de 20 socios que constituyeron la juguetería Casa Azul y que ahora perdieron su mercadería sin posibilidad de recuperar su inversión, ya que el negocio no cuenta con seguro, explicó a La Razón el representante legal, Gonzalo Vино.

Gonzalo Ticona, subcalde de la zona Max Paredes, dijo que los vecinos de los inmuebles colindantes al punto del incendio fueron evacuados y que existía el temor de que se encuentre comprometida una edificación aledaña al depósito.

(19/08/2016)

Me gusta 0

Twitter

G+ 0

imprimir A⁻ reducir

enviar A⁺ aumentar

compartir

Etiquetas

Incendio, Huyustus, Incachaca, calle, Romero

12. ¡HAY QUE ECHAR SIEMPRE PA'LANTE!



1987



1994

**Cuanto han
cambiado los
celulares?**



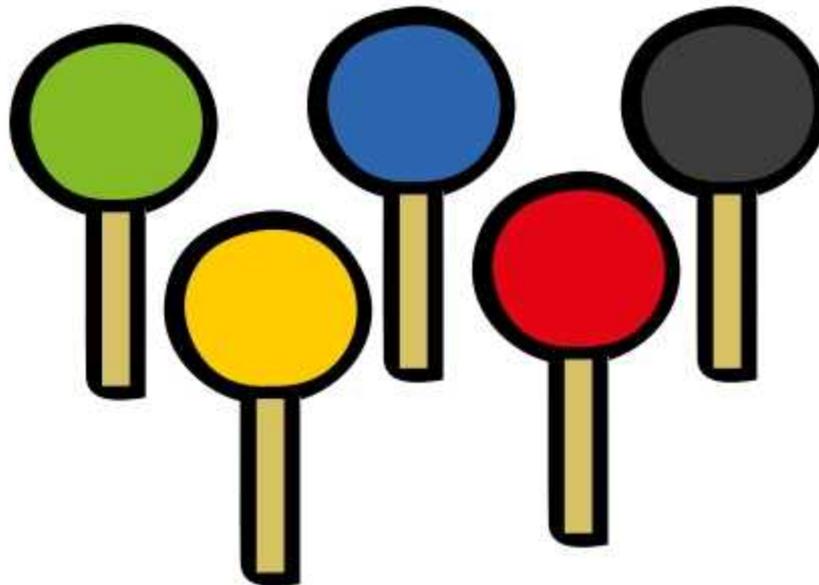
2005



Ahora

DINÁMICAS PARA DESARROLLAR LA CREATIVIDAD

1. LEER LOS COLORES

**Objetivo**

- Despertar habilidades relacionadas con la creatividad en el grupo, usar simultáneamente la parte izquierda y la parte derecha del cerebro y estimular la concentración³.

**Material**

- ▶ Marcadores de colores variados.
- ▶ tarjetas (círculos blancos sean de papel o cartulina) con los nombres de los colores.
- ▶ Pegamento.
- ▶ Paletas para armar las señales.

**Desarrollo**

1. Los participantes se dividen en dos grupos al azar, se reparte un juego de carteles a cada grupo y se explica la dinámica.

3 Extraído de: Candelo, C., Ortiz, A., Unger, B. "Hacer talleres", Cali, Colombia, 2003

2. Cada cartel tiene escrito el nombre de un color con otro color por ejemplo la palabra "rojo" está escrita en azul, la palabra "verde" está escrita en rojo y así sucesivamente, se puede fabricar tantos carteles como se desee. Mientras más variados sean los carteles más entretenida será la dinámica, puede fabricar paletas con tarjetas redondas y listones de madera ligera o sencillamente hacer pequeños carteles.
3. En cada equipo se encarga a una persona para que muestre los carteles a los integrantes del otro grupo. Por turnos alternados un integrante de cada grupo lee el cartel que le muestra el encargado del otro grupo hasta que todos los participantes hayan tenido un turno: se debe leer rápidamente el color -decir el color- en que está escrita la palabra, más no la palabra, por ejemplo si la palabra "rojo" está escrita en verde se debe decir verde si en cambio lee la palabra pierde.
4. Se anotan en un tablero los puntos buenos de cada grupo, al final gana el grupo que tenga más puntos favorables



Recomendación

El principio en el que se fundamenta este ejercicio y por el cual se estimula la creatividad de los participantes consiste en que la parte derecha del cerebro intenta decir el color al tiempo que la parte izquierda quiere decir la palabra, no es necesario escribir los puntos negativos, ya que el fin no es la competencia entre grupos.

2. ANIMALANDIA



Objetivo

- Potenciar la creatividad y la imaginación enseñando al mismo tiempo que todo es posible, y nada es inflexible⁴.



Material

- ▶ Figuras preferentemente a colores de diferentes y variados animales como gallina, elefante, pato, foca, gato, etc.
- ▶ Fichas pre elaboradas de una plana transcritas, para cada grupo, para llenado de datos de los animales creados con espacio (si es preciso en el anverso) para el coloreado y dibujo de animales nuevos.
- ▶ Marcadores, colores, lápices y bolígrafos.



Desarrollo

1. Los participantes se dividen en grupos al azar, se reparten a cada grupo al menos cuatro figuras de animales y se explica la dinámica.

⁴ Extraído de: Hernández Torrano, D., "Evaluación de la creatividad y respuesta educativa ante distintas tipologías de alta capacidad" Valladolid, España, 2013

2. Se les da la consigna: ¿Qué pasaría si uniéramos diferentes animales? Utilicen su imaginación e inventen animales, luego llenen los datos del nuevo animal en la ficha técnica y dibújenlo.
3. Los participantes se preguntan dónde viviría que comería el nuevo animal, si podría hacer algo único, etc.
4. A continuación un participante de cada grupo expone sus animales creados y al finalizar un representante de cada grupo reflexiona sobre el ejercicio.

Ficha técnica del animal	
Nombre:	_____
Especies de los papás:	_____ y _____
Características:	_____ _____
Dónde viviría:	_____
Cómo se movería:	_____
Qué comería:	_____
¿Podría hacer algo único, que no pueda hacer el resto de los animales?	_____ _____
Dibújalo:	<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>



Recomendación

Todo mezcla es válida, evitar juicios de valor.

3. ¿QUE SUPERPODERES TENDRÍAS?



Objetivo

- Reflexionar sobre la autoestima y los intereses personales, desarrollar la creatividad⁵.



Material

- ▶ Plastilina de colores.
- ▶ Bolígrafos.
- ▶ Hojas de papel.



Desarrollo

1. Formando grupos al azar de máximo 4 personas, se repartirán los materiales a cada grupo, explicando la dinámica, se les pedirá que piensen en sí mismos y sus habilidades, y luego piensen a que superhéroe o superheroína se parecen y por qué, que superpoderes tendrían ellos de acuerdo a sus propias habilidades, escribiendo y anotando libremente en papel sus ideas.

⁵ Extraído de: Martínez Guerola B. "Taller para desarrollar la creatividad", Valencia, España, 2015

2. Luego pueden pasar al modelado escogiendo los colores a ser usados, cada participante modelará su superhéroe o algún elemento relacionado al mismo, como pueda, no debe ser perfecto.
3. Posteriormente cada participante expondrá su criatura modelada o elemento y explicará por qué lo escogió, etc, por ejemplo, un participante podrá decir que escogió el escudo de capitán América por que se siente muy defensor de su país, o muy orgulloso y daría la vida por su país, etc. Tras la exposición individual opinarán conjuntamente sobre la figura modelada.



Recomendación

Se pueden formar hasta 4 grupos de 4 personas, la dinámica no es apropiada para más de 16 personas, todo comentario deberá expresarse de manera positiva.

4. SUEÑA TU FUTURO



Objetivo

- Potenciar el espíritu emprendedor y el seguir los sueños⁶.



Material

- ▶ Bolígrafos.
- ▶ Hojas de papel.



Desarrollo

1. Formando grupos al azar de máximo 4 personas, se repartirán los materiales a cada grupo, explicando la dinámica, se les pedirá que cierren sus ojos y se relajen y comiencen a soñar e imaginar la actividad o trabajo que más desean hacer en sus vidas, y a continuación cuando lo tengan en mente, comiencen a responder mentalmente cada uno a las siguientes preguntas:

⁶ Extraído de: "El espíritu emprendedor – motor de futuro", Secretaría general de educación, Madrid, España, 2003

¿Qué es lo que hago?

¿Cómo es mi lugar de trabajo o donde llevo a cabo la actividad?

¿Cómo me siento al llevar a cabo esta actividad?

¿Por cuántos años más quiero llevarla a cabo?

2. A continuación como despertando cada participante escribe en papel las sensaciones vividas en la actividad tomando en cuenta los siguientes puntos:

¿Cuáles son los sentimientos más fuertes e importantes experimentados?

¿Qué tipo de actividad o trabajo escogí realizar en el sueño y por qué?

¿Trabajaba para alguien o era el jefe?

¿Cómo me sentí al desarrollar esa actividad en el sueño?

¿Coincide el sueño con la realidad que vivo?

¿Puedo hacer realidad ese sueño?

3. Luego tiene lugar una reflexión general exponiendo cada uno las actividades soñadas.



Recomendación

La dinámica está hecha para llevarse a cabo entre participantes que ya cuenten con cierto grado de confianza entre ellos.



Objetivo

- Potenciar la creatividad, desarrollar operaciones mentales y buscar cualidades de las personas⁷.



Material

- ▶ Marcadores.
- ▶ Folios de papel.



Desarrollo

1. Formando grupos al azar y explicando la dinámica, iniciamos repartiendo a cada grupo una lista de 5 ó 6 palabras como ejemplo pueden ser algunas de las siguientes:

- | | | |
|--------------|--------------|----------------|
| 1. Paraguas | 8. Sombrero | 15. Raqueta |
| 2. Silla | 9. Percha | 16. Plato |
| 3. Cinturón | 10. Bombilla | 17. Manta |
| 4. Bolígrafo | 11. Maceta | 18. Televisión |
| 5. Llaves | 12. Tijera | 19. Balcón |
| 6. Semáforo | 13. Libro | 20. Linterna |
| 7. Pañuelo | 14. Cuerda | |

2. En cada grupo tendrán que elaborar funciones inusuales de dichos objetos los cuales son palabras para designar objetos específicos, por ejemplo: zapato, nuevas funciones: sirve como copa de champan, sirve como martillo, sirve como teléfono celular, etc.
3. Luego cada grupo expondrá ante el resto las utilidades inusuales que pueden tener algunos objetos.
4. Posteriormente se escogen al azar a unas 2 personas de cada grupo y se menciona los nombres de estos compañeros que por sus cualidades pudieran desempeñar las funciones de alguno de los objetos mencionados en la lista general en el Rotafolio, por ejemplo: Susana del grupo 2, se parece a una linterna por que trae luz y claridad cuando necesitamos resolver un problema, etc.



Recomendación

Solo podrán escogerse objetos que reflejen cualidades positivas de las personas.