

Con el apoyo de:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Cooperación Suiza en Bolivia

Formación técnica profesional



Guía Para la Elaboración de Planes de Negocio



Centros de Educación Técnica
Tecnológica y Productiva

La Guía es un documento para elaborar Planes de Negocio – Parte 1: Mercado, con tres unidades y la Parte 2: Costos, con tres unidades. Este documento es una adaptación del manual “La Caja de herramientas para los pequeños negocios de la calle y la comunidad” de Street Kids International, versión adaptada por el Centro de Desarrollo de Educación Alternativa, para el Programa Formación Técnica Profesional – Comisión Episcopal de Educación.

Esta publicación se realizó con el apoyo de la Cooperación Suiza en Bolivia.

Cooperación Suiza en Bolivia
Formación técnica profesional
La Paz - Bolivia
2016

Proyecto Formación técnica profesional
Av. Mariscal Santa Cruz N° 2150
Edificio Esperanza. Piso 10. Of. 5
Tel. (591-2) 2358400
Fax: (591-2) 2312868
www.formaciontecnicabolivia.org

COMISIÓN EPISCOPAL DE EDUCACIÓN:

DIRECCIÓN CEE – Formación técnica profesional
Limbart Ayarde Velasco

COORDINACIÓN CEE – Formación técnica profesional
David Simón Coaquira Siñani

Autores Caja de Herramientas
Sherri Fraser, Mary Morgan, Deepak Naker
Dirección técnica investigación y adaptación
Nelson Bricher
Iván Unzueta
Mirna Estrada

Lecturas complementarias
Javier Mamani

Revisión:
Patricia Espinoza Blanco, Iván Mirko Unzueta Lafuente, Jaime Tapia Portugal y Valeria Rivera

Edición:
Carlos Arce Moreira

Fotografías:
Proyecto Formación técnica profesional de la CEE, Iván Unzueta y Patricia Espinoza.

Se autoriza la reproducción total o parcial de este documento, siempre y cuando se cite la fuente.

Impreso en La Paz – Bolivia
2016

Con el apoyo de:



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Cooperación Suiza en Bolivia

Formación técnica profesional



Comisión Episcopal de Educación

Guía Para la Elaboración de Planes de Negocio



Centros de Educación Técnica
Tecnológica y Productiva

Índice

Índice	2
Presentación	3
Antecedentes	4
Introducción.....	5
Parte 1	
Mercado.....	11
UNIDAD 1 PLANIFICANDO MIS METAS.....	13
ACTIVIDAD 1.1 PRESENTACIÓN Y EXPECTATIVAS	14
ACTIVIDAD 1.2 PLANEANDO CON ANTICIPACIÓN	16
ACTIVIDAD 1.3 METAS PERSONALES LECTURAS COMPLEMENTARIAS	22
UNIDAD 2 MI NEGOCIO Y HABILIDADES NECESARIAS PARA MANEJARLO	24
ACTIVIDAD 2.1 DEFINIENDO MI IDEA DE NEGOCIO	25
ACTIVIDAD 2.2 INTERACCIÓN ENTRE LOS NEGOCIOS	32
ACTIVIDAD 2.3 MIS HABILIDADES PARA MANEJAR UN NEGOCIO.....	34
UNIDAD 3 CONOCIENDO EL MERCADO Y A MIS CLIENTES	39
ACTIVIDAD 3.1 OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA	40
ACTIVIDAD 3.2 BUSCANDO MERCADO PARA MI PRODUCTO O SERVICIO	45
ACTIVIDAD 3.3 SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y PROYECCIÓN DE VENTAS	51
ACTIVIDAD 3.4 UBICACIÓN DE MI NEGOCIO	55
ACTIVIDAD 3.5 ATRAYENDO A CLIENTES Y CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO	60
Parte 2	
Costos	67
UNIDAD 4 MIS VENTAS Y LOS COSTOS PARA INICIAR MI NEGOCIO	69
ACTIVIDAD 4.1 NECESIDADES Y DESEOS.....	70
ACTIVIDAD 4.2 COSTOS DE CAPITAL Y OPERATIVOS.....	76
ACTIVIDAD 4.3 MIS COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO	83
ACTIVIDAD 4.4 MIS GANANCIAS.....	87
ACTIVIDAD 4.5 DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS	92
Parte 3	
Plan de Negocios	99
UNIDAD 5 ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIOS	101
ACTIVIDAD 5.1 MIS METAS DE NEGOCIO	102
ACTIVIDAD 5.2 ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIO	105
UNIDAD 6 ADMINISTRANDO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS, MIS CUENTAS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS.....	114
ACTIVIDAD 6.1 REGISTRANDO MIS INGRESOS Y GASTOS.....	115
ACTIVIDAD 6.2 SOLUCIONANDO PROBLEMAS EN LOS NEGOCIOS.....	120

Presentación

La Comisión Episcopal de Educación (CEE), como el órgano del Área de Promoción Humana de la Conferencia Episcopal de Bolivia (CEB), a través del proyecto Formación técnica profesional, financiado por la Cooperación Suiza en Bolivia, tiene la finalidad de contribuir a mejorar de manera sostenible las condiciones de vida de las personas, familias y comunidades de las áreas rurales y urbanas de Bolivia, incrementando sus oportunidades de acceso al mundo laboral, mejorando el acceso, pertinencia y calidad de la formación integral y capacitación técnica productiva, especialmente de la población de jóvenes y adultos del área rural.

Esta intencionalidad comprende el fortalecimiento de los centros de capacitación técnica mediante el desarrollo de ofertas de formación pertinentes y de calidad, y, fundamentalmente, coherentes con las necesidades de las personas, las comunidades y el entorno social y productivo. Con este propósito y el de facilitar los procesos de aprendizaje, se ha diseñado la presente Guía Para la Elaboración de Planes de Negocio como un aporte que busca fortalecer el trabajo docente.

La presente publicación de la serie “Educación Emprendedora”, que cuenta con cinco materiales: Guía de actividades para la motivación del espíritu emprendedor; Guía de elaboración de planes de negocio; Guía de actividades de educación financiera; Guía de actividades de gestión empresarial; y Guía de actividades sobre proyecto ocupacional, contribuye con el cumplimiento de los objetivos de mejorar el acceso, pertinencia y calidad de la formación técnica profesional y de capacitación para el trabajo y la producción.

Las guías de ésta serie, validadas por facilitadores del proyecto, aportan a los docentes alternativas didácticas, marcadas por una metodología lúdica y participativa que permite una interacción entre el docente y los participantes del proceso de enseñanza aprendizaje, a partir de retos, simulaciones y tareas prácticas. Además, estas guías pueden ser aplicadas en cualquier área de formación técnica, considerando las respectivas adecuaciones en función al contexto y las necesidades que el docente vea conveniente.

Se pretende ofrecer también, temáticas y contenidos relevantes, conceptos claros y necesarios para la integración de los conocimientos que favorezcan el desarrollo de un “Espíritu Emprendedor”, posible para todas las edades, especialmente jóvenes y adultos que se forman para integrarse en mejores condiciones al mundo del trabajo.

En este texto el lector y la lectora encontrarán elementos muy valiosos que orientan a la persona hacia el aprendizaje del Espíritu Emprendedor, desde diversas miradas y experiencias; con explicaciones sencillas, lúdicas y didácticas que ayudan a comprender la complejidad de los temas al momento de iniciar emprendimientos productivos.

Confiamos que este material educativo será un aporte útil para alcanzar ese trascendental objetivo: facilitar la generación y desarrollo de emprendimientos productivos. Quedan invitadas e invitados a ser parte de esta maravillosa experiencia educativa.

David Coaquira Siñani
Coordinador proyecto Formación técnica profesional
Comisión Episcopal de Educación

Antecedentes

La tendencia económica de país en este siglo XXI es principalmente de servicio, seguido de la pequeña y mediana industria y el sector primario.

El conocimiento y manejo de esta información permite identificar las etapas por las que puede pasar una persona emprendedora al poner en marcha una iniciativa económica y las posibilidades de mantenerse en el mercado más allá de las tendencias estadísticas.

La persona emprendedora al iniciar su proyecto y/o iniciativa económica cuenta por lo general con poco conocimiento sobre la puesta en marcha de un proyecto, en muchos casos solo apoyo familiar, lo que implica que tendrá que hacer frente a todas las áreas de elaboración del producto y/o prestación de un servicio, venta y captación de clientes, relación con los proveedores, administración y gestión; estar al tanto del entorno y de las condiciones que pueden o no favorecer su desempeño y crecimiento de su iniciativa económica.

Pero también debe considerar el dedicar tiempo a desarrollar estrategias de innovación de su producto y/o servicio y evaluar la competencia existente para permitirse ganar un espacio estable dentro de lo diverso del mercado.

Por estas razones, existe la necesidad de desarrollar competencias técnico/profesionales, de reconocer y potenciar las habilidades y capacidades personales de modo tal que este conjunto de elementos se convertirán en su herramienta principal para hacer frente a los retos que implica la opción de poner en marcha un proyecto de emprendimiento y/o iniciativa económica, y de este modo forjar como una actividad profesional para su propia satisfacción, desarrollo personal y generación de riquezas. Por lo tanto es importante la permanente y constante actualización a nivel de conocimientos técnicos respecto a su iniciativa económica, así como de su persona.

La experiencia en centros CETHAs y CEAs da cuenta que las condiciones propias de la población y/o comunidad entre edad, sexo, grupos étnicos y su tendencia a la participación en el empleo y la educación formal tiene dificultades en cuanto al acceso. La mayoría de la población entre el rango de edad de 15-25 y en otros casos hasta los 29 años acceden al empleo sin mano de obra calificada, lo que implica insertarse a la explotación laboral, bajos salarios y nula protección social.

Se percibe también que si bien las mujeres en los últimos años han incrementado su participación en la fuerza laboral, la misma varía de acuerdo al rango de edad analizado y que persisten en su mayoría las brechas salariales. Es decir, menor salario para las mujeres por el mismo trabajo, y un alto porcentaje de mujeres se inserta en actividades de menor valor agregado, además de considerar el rol de cuidadora del hogar y otras actividades que se desprenden de ello.

Introducción

Ante el crecimiento del desempleo en estas últimas décadas y la escasez de empresas que generen empleo asalariado, el autoempleo se convierte en el motor de desarrollo y medio de subsistencia para gran parte de la población. Por ello, uno de los objetivos centrales del proyecto Formación Técnica Profesional es generar mano de obra calificada, empleo digno, fomentar el emprendedurismo y la consolidación de asociaciones como microempresas, ya que éstas constituyen al tejido empresarial en las zonas rurales de Bolivia,

Para poner en marcha un proyecto empresarial es de vital importancia que el emprendedor o emprendedora se capacite para desarrollar su idea de negocio, elaborar su plan de negocios, estudiar su viabilidad, conocer los pasos para ponerla en marcha y gestionarla. Esta guía trata de proporcionar dicha información a los potenciales emprendedores o emprendedoras y pequeños empresarios o empresarias que desarrollen, o pretendan desarrollar, una actividad económica.

Se espera que este documento pueda ser de utilidad para quienes quieran desarrollar su idea de negocio.

METODOLOGÍA

La metodología que se describe es un resumen de los criterios e intencionalidades que Street Kids International- Canadá aplica en sus diferentes materiales de capacitación. Ya sea para la adaptación, como es el caso, y/o la creación de nuevos materiales. Esta metodología sigue así:

1.- PRINCIPIOS O CRITERIOS DE LA METODOLOGÍA

- a) **Los y las participantes como eje central del proceso.**- Los y las “participantes”, son el corazón del taller, son ellos y ellas junto a los y las facilitadores/as quienes desarrollan y construyen el curso. Para ello, sus aportes son importantes, respetando la diversidad de experiencias, tratando siempre de lograr aceptación y fortaleciendo las experiencias. Logrando de algún modo la seguridad y confianza de ambas partes.
- b) **La participación como motor que conduce a la construcción del aprendizaje.**- Promover la participación para fomentar la reflexión y conducir a la discusión colectiva en un ambiente permanente de construcción. Es necesario que cada uno una de los y las participantes haga parte activa del proceso, mediante el aporte de sus experiencias y vivencias a partir de su cotidianidad, expresadas y facilitadas por el juego, dinámicas o técnicas,
- c) **Promotores de crecimiento individual y grupal.**- Cada acción y cada momento, debe estar orientado al crecimiento individual y grupal, ya que en este compartir experiencias y al cumplir los pasos que tocamos antes, estamos buscando hacer un aporte o contribución que se irá construyendo desde el principio del proceso. Entonces,

estar orientados al crecimiento debe ser algo constante. Claro que también tenemos que tomar en cuenta otros aspectos durante los momentos como ser: la tolerancia, la exigencia y la paciencia.

La base de esta metodología está relacionada a la corriente “constructivista”, que postula la necesidad de entregar a él o la participante herramientas (generar andamiajes) que le permitan crear sus propios procedimientos para resolver una situación problemática, lo cual implica que sus ideas se modifiquen y siga aprendiendo. El constructivismo educativo propone un paradigma en donde el proceso de enseñanza se percibe y se lleva a cabo como proceso dinámico, participativo e interactivo del sujeto, de modo que el conocimiento sea una auténtica construcción operada por la persona que aprende (por el “sujeto cognoscente”). El constructivismo en pedagogía se aplica como concepto didáctico en la Enseñanza orientada a la acción.

Se considera poseedor de conocimientos a los y las participantes, con base a los cuales habrá de construir nuevos saberes. No pone la base genética y hereditaria en una posición superior o por encima de los saberes. Es decir, a partir de los conocimientos previos de las y los educandos, el o la docente guía para que los y las estudiantes logren construir conocimientos nuevos y significativos, siendo ellos y ellas los actores principales de su propio aprendizaje.

LA DIFERENCIA CON EL MÉTODO TRADICIONAL

La concepción tradicional del aprendizaje se caracteriza por ofrecer resistencia a los cambios y sitúa al docente como centro del proceso de enseñanza, como agente especial, transmisor de información, es el que piensa y transmite de forma acabada los conocimientos con poca oportunidad para que los escolares trabajen mentalmente.

Entonces el sistema educativo debe fomentar la formación emprendedora desde una perspectiva amplia, es decir, no sólo enfocar los esfuerzos para generar más y mejores empresarios o empresarias, sino para dar otras opciones en las que podamos contar con emprendedores o emprendedoras en las artes, las ciencias, los deportes, que nuestros sistemas educativos puedan promover el desarrollo de valores para la verdadera formación integral de sus ciudadanos y ciudadanas.

La formación emprendedora muestra las siguientes características a diferencia de la Educación tradicional

EDUCACIÓN TRADICIONAL	EDUCACIÓN EMPRENDEDORA
Lo importante es la TEORÍA.	Lo importante es la PRÁCTICA.
El/la docente da las respuestas que deben repetir.	El/la docente promueve la generación de una mente crítica.
El/la docente se convierte en el PROTAGONISTA CENTRAL del proceso.	El/la participante es el PROTAGONISTA CENTRAL y el/la docente DINAMIZADOR del proceso de aprendizaje.
Participante es receptor de conocimientos, solo interesan los resultados.	Participantes son constructores del aprendizaje.
Toma el error como motivo de castigo.	Toma el error como fuente de aprendizajes.
Genera dependencia.	Genera independencia.
Los contenidos del aprendizaje son impuestos y son generales.	Los contenidos del aprendizaje son negociados en base a las necesidades y aspiraciones.
Se motiva la memorización, no muestra una actitud investigadora ni reflexiva.	Se forma un análisis crítico y de fomento a la investigación.

Fuente: Dossier Fomento de la cultura emprendedora en el sistema educativo.

2.- OBJETIVOS DE LA METODOLOGÍA

Los objetivos que tiene esta metodología son los siguientes:

- a) **Compartir:** Nuestras experiencias y puntos de vista que se viertan sobre la temática del espíritu emprendedor y compartir con todos los y las involucrados e involucradas en el proceso.
- b) **Explorar:** Partiendo de la exploración del tema propuesto y la experiencia de los y las participantes en cuanto al conocimiento del tema, para ir generando el desarrollo del proceso y aportando en el contenido del mismo.
- c) **Practicar:** En el proceso de forma interactiva, con las actividades que se desarrollarán en el mismo, impulsando el dialogo, análisis y discusión. Esta práctica tanto a nivel individual como colectivo.
- d) **Integrar:** Todos los aportes y experiencias que generan un intercambio, impulsando el diálogo entre las y los actores involucrados.
- e) **Contribuir:** Este proceso de formación permite aportar de manera significativa en las experiencias de cada uno de los y las participantes, jóvenes, adultos y educadores/as.

ACOMPañAMIENTO

Esta guía fue diseñada de forma que sea interesante, divertida y accesible para los y las participantes. Al mismo tiempo, desafía a pensar de manera diferente y trabajar con mucho detalle. Una parte esencial del curso es brindar un apoyo personal a los y las participantes al final de cada sesión, así como darle seguimiento a las actividades. Este

apoyo individual se conoce como “acompañamiento”, ya que se concentra en motivar apoyar a los y las jóvenes en la realización de sus esfuerzos.

PREPARATIVOS

El prepararse para una actividad es tan importante como la actividad en sí. A través de las pruebas, se comprobó que los preparativos con anticipación eran críticos para poder presentar cada sesión de una manera efectiva y brindar suficiente asesoría a los y las participantes, todas las preparaciones de los juegos, dinámicas y demás materiales deben completarse con anticipación.

4. LOS RECURSOS DIDÁCTICOS

La guía incluye un conjunto de recursos didácticos para facilitadores, facilitadoras y/o docentes. Estos son utilizados específicamente para implementar el curso interactivo sobre cómo pueden los y las participantes cultivar una actitud positiva y motivar su espíritu emprendedor. Sin embargo, éstos no son todos los recursos didácticos y/o herramientas que se necesitan para abordar el tema del “emprededurismo”.

Los recursos didácticos de la “Guía para la elaboración de planes de negocio” son:

- **Guía para la elaboración de planes de negocio:** Es un recurso de fácil manejo que esquematiza como llevar adelante el curso paso a paso, de manera autodidacta, el cual incluye instrucciones y guías prácticas para cada actividad.
- **Juegos y juguetes:** Tanto para adultos como para jóvenes, los juegos han demostrado ser una excelente herramienta para crear el sentido de grupo, introducir nuevos temas al curso, hacer florecer la energía en los y las participantes y aumentar su concentración. Por estas razones han sido regularmente incorporados a lo largo del curso.

Por otra parte los juegos, que de hecho son divertidos permiten reforzar las habilidades y conceptos discutidos durante el curso.
- **Tarjetas y/o fichas de juego:** Algunos juegos planteados en la presente guía, están acompañados de tarjetas y fichas de juego, que permite manejar los juegos de manera clara y simple para ser aplicadas y jugar. Esto implica tener listo de manera anticipada cada uno de estos materiales.
- **Cuestionarios:** Esta guía contiene cuestionarios y fichas con preguntas abiertas, para que los y las participantes puedan responder de manera individual, permitiendo en ellos y ellas un afianzamiento de los conceptos e ideas construidas en el curso.
- **Historias:** Se ha descubierto a través de la experiencia con guías de estas características, los poderosos resultados que se obtienen al compartir historias con los y las participantes. Se ha comprobado que las historias son altamente efectivas como puntos de referencia para iniciar discusiones y como escenarios para el aprendizaje. En ese sentido la presente guía, hace uso de historias como es el caso de la “Historia de Ana y Juan el veloz” que nos permite provocar y reflexionar sobre diferentes temas aplicables a nuestra realidad.
- **Un lugar apropiado y confortable:** Las actividades y discusiones se llevan mejor en un lugar grande con suficiente espacio para que los y las participantes se puedan mover,

actuar y trabajar en pequeños grupos. En el mejor de los casos se recomienda tener un patio grande para los juegos. Se debe incluir además sillas y algunas masas para escribir.

- **Los y las participantes.** El presente curso, fue diseñado para grupos – meta de diferentes edades. Sin embargo, tiene un mayor impacto cuando es utilizado con jóvenes y adultos que calzan en la siguiente descripción:
 - De 15 años adelante.
 - De ambos sexos.
 - Que tengan una relación previa con las y los educadores.
 - Que estén interesados, interesadas o no en iniciar o mejorar sus propios negocios.
 - Que puedan comprometerse y participar en el curso durante toda su extensión.

Todas las actividades diseñadas en el curso se basan en grupos de 15 a 20 participantes. El tamaño permite buenas discusiones grupales, a la vez posibilita dedicar tiempo personal a cada participante para dar consejos o guía si fuera necesario.

Todos estos componentes fueron diseñados para el uso de las organizaciones que trabajan con la juventud y sus educadores. Han sido probadas y validadas en diferentes contextos para asegurar su utilidad y aplicación.

BIENVENIDA Y CONSIDERACIONES PARA LA FACILITACIÓN DE LOS TALLERES

Al tener la presente guía en sus manos le invitamos a apoyar a la diversidad de participantes en el desarrollo de habilidades y conocimientos sobre, manejo de costos y planes de negocios, de tal manera que las y los participantes puedan encontrar consejos prácticos y viables sobre cómo llevar adelante un emprendimiento económico.

Para tener éxito en el uso de esta guía se ha tomado algunas sugerencias muy útiles para el trabajo con las personas, compartimos con usted a continuación:

Desarrollar en las y los participantes el sentido positivo de sí mismos: Se ha encontrado que las y los participantes son generalmente tímidos al comienzo de una actividad de grupo, sin que ello signifique que no tienen ganas de aprender algo nuevo y de relacionarse con otras u otros participantes.

En general ellas o ellos buscan el reconocimiento y la retroalimentación de las o los facilitadores del grupo. Para ello existen muchas maneras de apoyar a las y los participantes que van desde el contacto visual, el uso de los nombres de las y los participantes, agradecer por compartir sus ideas y respuestas. Es importante que no “juzgue como malas” las acciones o respuesta de los participantes, por el contrario invite a realizar tareas o actividades motivadoras y que suponga un reto para ellas y ellos, como una manera de invitarles a probar cosas nuevas. Evite reírse de sus respuestas o interrumpir cuando están compartiendo sus ideas.

Crear el espacio para el intercambio: Las y los participantes quieren escuchar a los demás y compartir sus experiencias e ideas, para que esto sea posible prepare el ambiente de manera amigable. La forma circular puede ser la más adecuada por las ventajas que nos ofrece en el uso del espacio y la energía que ayuda a crear en el mismo, si es necesario también puede invitar a sentarse en el suelo a las y los participantes incluido la o el facilitador para crear un solo nivel de atención. La facilitadora o facilitador también puede apoyarse en la respuesta de uno de las o los participantes para invitar a los demás a compartir sus ideas, esto puede ser posible utilizando la pregunta: ¿Alguien más tiene otra idea?, permitiendo con ello generar una lluvia de ideas donde se expresan y ayudan unos a otros.

Crear un espacio seguro para el diálogo: Para que sea posible un intercambio de ideas y experiencias por parte de las y los participantes es necesario propiciar un espacio abierto a ello motivando en las y los participantes el respeto a todas las opiniones, valorando la validez de cada una de ellas.

Manejo de diferentes destrezas y habilidades: Es importante saber que usted encontrará diferentes niveles de formación y atención en las y los participantes a nivel de escritura, lectura, comprensión de los temas, para ello es importante que usted pueda identificar los mismos y dedicar mayor apoyo a las y los participantes que lo requieran, sin descuidar a los demás miembros del grupo, es decir será importante que pueda equilibrar el nivel de abordaje en el taller.



Parte 1



Mercado

UNIDAD 1

PLANIFICANDO MIS METAS

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
PLANIFICANDO MIS METAS	1.1 PRESENTACIÓN Y EXPECTATIVAS	Crear un ambiente de confianza entre las y los participantes. Explorar las expectativas sobre el taller.	Caminando por el salón.	Tarjetas de color o papeles de color de 10x15 Cm.	30 Minutos
	1.2 PLANEANDO CON ANTICIPACIÓN	Comprender que la planificación es una actividad principal en la vida de las personas.	Carrera de plataformas	Papelógrafos Marcadores Maskin Plataformas de cartón, cartulina o papelógrafo de 35 x35 cm. Cada una.(puede usar periódico)	45 Minutos
	1.3 METAS PERSONALES	Plantear logro de metas personales.	Video "La Opción de Juan el veloz"	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Cinta adhesiva o Maskin Tablas de: Mis metas personales	30 Minutos
RESULTADOS	Las y los participantes manifiestan sus expectativas y ven la importancia de planificar con anticipación para el logro de metas personales.				

ACTIVIDAD 1.1

PRESENTACIÓN Y EXPECTATIVAS

RESUMEN

A través de esta actividad se podrá desarrollar las condiciones para la implementación del desarrollo del taller, desde el momento de acondicionar el espacio de trabajo hasta romper el hielo y conocerse entre las y los participantes que serán parte del proceso, como también sus expectativas.

OBJETIVO:

Establecer un ambiente de confianza, a partir de una dinámica de presentación y explorar las expectativas de los participantes.

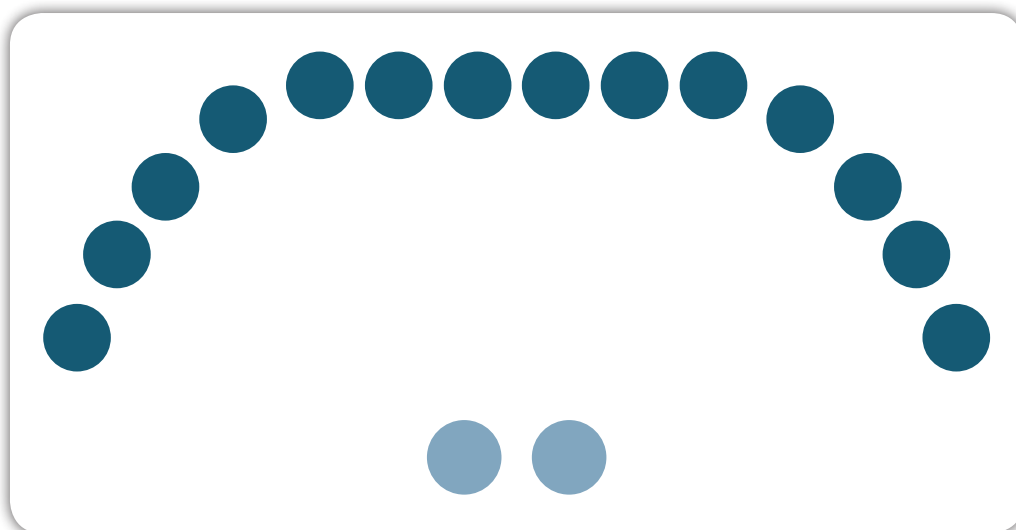
TIEMPO: 30 minutos

MATERIALES:

- Tarjetas de color 10 x 15 o papeles de color

PROCEDIMIENTO

1. **Crear las condiciones:** Se da la bienvenida a las y los participantes, previamente se prepara el ambiente para el desarrollo del taller, por lo general serán sillas, las cuales deben ubicarse de manera circular, de tal forma que las y los participantes estén lado a lado como lo muestra el gráfico (semicírculo):



Esta posición permitirá mayor movimiento para las y los participantes, puesto que todo el proceso será una mezcla entre dinamismo y reflexión. Por otro lado denotará en la práctica la relación horizontal del aprendizaje.

2. Para la presentación de las y los participantes se pide que se despojen de sus mochilas, bolsos y cualquier objeto adicional, se pide que se pongan cómodos, pues empezarán una actividad en la cual deberán respetar las consignas del facilitador/a.
 - a) Se pide que las y los participantes caminen por el salón llenando espacios, pide que se vayan encontrando con las miradas, que traten de encontrar a todos sus compañeros con la mirada mientras caminan, sin hablar absolutamente nada.
 - b) Después pide que las y los participantes se hagan el saludo con la cabeza “una venia” con las y los que se vayan encontrando paralelamente a la caminata.
 - c) También pide que a medida que vayan encontrándose se saluden con la mano, como cuando encuentran a un amigo o amiga en la calle, paralelamente a la caminata.
 - d) Finalmente se pide que el saludo deba hacerse como si fuera a encontrar a un amigo o amiga de años, generalmente se dan abrazos, la facilitadora o el facilitador motiva para que hayan varios encuentros, después de un lapso de tiempo la facilitadora o el facilitador detiene la actividad y pide que con la última pareja que se encontraron conversen durante tres minutos e intenten responder a las siguientes preguntas.
 - Nombre
 - De qué lugar y centro educativo vienen
 - Expectativas sobre el taller
 - Y los datos que quieran compartir

Se les entrega cartulinas u hojas de color para que anoten solo las expectativas.

3. Después de la etapa de trabajo en parejas se pide que se reúnan en media luna las y los participantes por parejas y que se presenten, pero con la característica que una o un participante presentará al otro.

RESULTADOS

- Se cuenta con condiciones de trabajo a nivel de las y los participantes y el espacio de trabajo, como también una exploración sobre las expectativas de cada uno de ellas y ellos ante el proceso. Se debe conformar un espacio cómodo para el desarrollo del taller.

ACTIVIDAD 1.2

PLANEANDO CON ANTICIPACIÓN

RESUMEN

Para realizar acciones con éxito necesitamos incorporar un elemento clave que se denomina planeación, el mismo permitirá anticipar posibles obstáculos y prever acciones en diferentes casos, además de contar con un plan de acción de una idea o proyecto. Esto lo analizaremos con las y los participantes a través de una actividad que para reflexionar sobre el mismo.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Plataformas de cartón, cartulina o papelógrafo de 35 x35 cm. cada una.

PROCEDIMIENTO

1. Explique a las y los participantes: "Si bien un emprendedor o emprendedora va realizando diferentes acciones, debemos tener en cuenta que existen algunos elementos que tenemos que tomar en cuenta para minimizar los riesgos y ampliar el margen de éxito, eso lo veremos de a poco"
2. Divida al grupo en dos subgrupos, trate que tengan el mismo número de participantes para que el juego este en igualdad de condiciones.
3. Entregue a cada grupo un conjunto de plataformas de cartulina o cartón, las mismas deben ser menor al número de participantes, por ejemplo si el grupo tiene 10 integrantes puede entregarles seis plataformas.
4. Ubique a cada grupo en un extremo del salón y explíqueles lo siguiente: "Ahora realizaremos una carrera de plataformas y ganará el grupo que dé una vuelta completa por el salón y regrese a su mismo lugar. Para la carrera utilizarán las plataformas que les entregamos de manera que solo pueden pisar esas plataformas y no así el piso: Si alguien del grupo pisa fuera de la plataforma hará que el grupo pierda otra plataforma, así que ustedes deben conversar en el grupo sobre cómo lo realizarán. Otra condición es que siempre deben rotar dentro del grupo, es decir, que quien avance con la siguiente plataforma debe ser el o la que está al final de cada grupo de esa manera el último del grupo pasara al inicio y así sucesivamente".

6. Una vez ubicados los grupos dé la voz de inicio para que comience el juego.
7. Vaya controlando con algún apoyo que los grupos vayan cumpliendo con las condiciones del juego y si alguien del grupo pisa fuera de la plataforma quíteles una plataforma.
8. Una vez concluido el juego felicite a los grupos y en especial al grupo ganador y pídeles que tomen asiento.
9. En plenaria realice las siguientes preguntas:
 - a. ¿Cómo se sintieron?
 - b. ¿Qué estrategia tuvieron para avanzar más rápido con las plataformas?
 - c. ¿Cómo se organizaron?
 - d. ¿Planificaron las acciones que debían realizar? ¿Cómo lo hicieron?
 - e. ¿Será importante planificar nuestras acciones? ¿Por qué?
 - f. ¿Qué ventajas tiene la planificación con anticipación?
10. Tome nota de las respuestas y resalte la importancia de planear siempre las acciones que realizamos con anticipación, de modo que podamos minimizar los riesgos y contratiempos y tener mayor oportunidad de éxito.
11. Resalte la importancia de poder trabajar estos elementos con las y los participantes de nuestras especialidades de manera que se pueda convertir en un hábito para ellas y ellos y minimicen el improvisar sus acciones. Discuta esto con las y los participantes y su rol de educadores.
12. Cierre la actividad recordando que la planificación no es simplemente el orden de cómo lo hacemos sino es un análisis de la situación que queremos lograr, los recursos con los que contamos y las acciones que necesitamos realizar.

RESULTADO

Las y los participantes identifican la importancia de planificar acciones y ventajas de una planificación con anticipación, pues permite prever posibles obstáculos.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

¿QUÉ ES PLANIFICAR?

Muchas veces no se comprende el significado de planificar antes de llevar a cabo las clases, porque se tiende a asumir esta tarea como una suerte de trámite con el que hay que cumplir frente a la Dirección o a la Unidad Técnico Pedagógica. Desde este enfoque, la planificación se transforma en una actividad más bien mecánica, que no coincide del todo con el desarrollo de las clases en la práctica.

Sin embargo, planificar es una labor fundamental en el quehacer docente, pues permite unir una teoría pedagógica determinada con la práctica. Es lo que posibilita pensar de manera coherente la secuencia de aprendizajes que se quiere lograr con los estudiantes. De lo contrario, si no se piensa previamente lo que se quiere hacer, es posible que las y los participantes perciban una serie de experiencias aisladas, destinadas a evaluar la acumulación de aprendizajes más que la consecución de un proceso.

La clave está en comprender la planificación como un “modelo previo”, en lugar de entenderla como una imposición. La planificación es lo que se quiere hacer en teoría, aunque el resultado en la práctica sea muchas veces diferente. Sin embargo, no obtener el resultado deseado no significa que la planificación sea poco adecuada, sino que hay que modificar aspectos en ella según el contexto en el cual se trabaja. (EducaChile, portal de la educación)

LA PLANEACIÓN

La planeación, también conocida como planificación o planeamiento, consiste en el proceso a través del cual se analiza la situación actual (dónde estamos), se establecen objetivos (dónde queremos llegar), y se definen las estrategias y cursos de acción (cómo vamos a llegar) necesarios para alcanzar dichos objetivos.

Sea cual sea el proyecto que queremos realizar, la planeación es fundamental para el éxito del mismo, ya que sirve como base para las acciones que debemos tomar en cuenta durante la etapa de implementación del mismo, esto permite reducir la incertidumbre y minimizar los riesgos.

PASOS PARA REALIZAR UNA PLANIFICACIÓN

1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

En primer lugar debemos hacer un análisis externo, que nos permita conocer la situación del entorno y detectar oportunidades y amenazas, y un análisis interno, que nos permita conocer el estado o capacidad sea de la persona, grupo o de la empresa y detectar fortalezas y debilidades.

2. ESTABLECER OBJETIVOS

Una vez realizado el análisis de la situación, pasamos a establecer los objetivos que perseguimos que sean la guía de las acciones y la orientación de la planificación.

3. FORMULAR ESTRATEGIAS Y PLANES DE ACCIÓN

Una vez que hemos establecido los objetivos, pasamos a determinar las estrategias o las acciones que vamos a tomar, necesarias para alcanzar dichos objetivos.

Una vez determinadas las estrategias y las acciones que vamos a tomar, pasamos a desarrollar un plan de acción que consiste en uno o varios documentos en donde se especifica cómo se van a alcanzar los objetivos propuestos. Es decir, cómo se va a implementar o ejecutar las estrategias o acciones formuladas y descritas paso a paso, los responsables, tiempos, fechas, cronograma y presupuesto.

4. DETERMINAR CÓMO SE EVALUARÁN O MEDIRÁN LOS AVANCES

Una vez que tengamos construidas nuestras planificaciones debemos determinar cómo mediremos los avances del mismo, para que nos permita determinar en cualquier momento dónde estamos y que nos está faltando o en que estamos fallando.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://www.educarchile.cl>, obtenido el 10 de Mayo 2013.

De la web: <http://elregionaldigital.com/tu-vida/salud/1880-ipor-que-planear-con-anticipacion.html>, obtenido el 10 de Mayo 2013.

De la web: Prof. Richard Carrillo Oporto Carrera de Sociología Universidad de la Frontera, <http://www.slideshare.net/jcfdezmestra/que-es-planificar>, obtenido el 10 de Mayo 2013.

ACTIVIDAD 1.3

METAS PERSONALES

RESUMEN:

Desde el inicio del curso, las y los docentes necesitan comprender las razones por las que las y los participantes quieren iniciar su propio negocio. Las y los docentes también necesitan ganarse la confianza de las y los participantes para que éstos compartan sus ideas con el grupo. Esta actividad motiva a las y los participantes a compartir sus metas personales y cómo estas metas relacionan con un negocio y con ganar dinero.

TIEMPO: 30 min.

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Historia de Ana

PROCEDIMIENTO:

1ra. PARTE: ANALIZANDO A LOS PERSONAJES DE LA OPCIÓN DE JUAN EL VELOZ

1. Projete el video. Invite a las y los participantes a ver el video de “Juan el veloz”, para ello debe tener listo el Data Show y el video listo para proyectar.
2. Luego de ver el video de “Juan el veloz”, entregue a cada grupo un papelógrafo y marcadores de color.
3. Divida el grupo en cinco sub-grupos pequeños y pida a cada grupo elegir un personaje y puedan analizar en 10 minutos el ¿Por qué este personaje decidió comenzar un negocio? O ¿Por qué quería ganar dinero?
4. Mientras los grupos van trabajando, vaya guiando algunas dudas que puedan surgir y permitir que las y los integrantes de cada grupo participen y expresen sus ideas.
5. Luego de haber terminado el trabajo, pida que puedan ubicarse en sus propios lugares y que puedan elegir una o un representante del grupo para poder explicar en plenaria para todos. De este modo explicar el ¿Por qué los personajes del video querían ganar dinero?
6. Luego de haber terminado la presentación de todos los grupos, ponga los papelógrafos trabajados en las paredes.

2DA. PARTE: MI META PERSONAL

7. Distribuya la tabla "Mi meta personal", pida a las y los participantes que puedan pensar sobre ¿Por qué o para qué quiero comenzar un negocio que me ayude a ganar dinero?
8. Pida a las y los participantes que puedan llenar la tabla, pensando siempre en lo personal y familiar, para ello pueden tomarse cinco minutos para poder llenar la tabla.
9. Luego de haber terminado pida tres voluntarios que puedan compartir las metas personales que escribieron.
10. Termine reflexionando sobre las respuestas que compartieron las y los participantes.

RESULTADOS:

Las y los participantes, ven la importancia de ganar dinero para poder cumplir con las metas personales planteadas.

Ven también que las metas son muy importantes para lograr éxitos a nivel personal y familiar, a los mismos que se busca dar cierta comodidad.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

METAS PERSONALES

La meta es el objetivo final de un sueño hecho realidad o que queramos se haga realidad. Todos tenemos sueños de lograr muchas cosas en la vida.

Muchos de esos sueños por lo general se quedan en eso, en simples sueños. Pero hay algunos que sí logran convertirse en metas y objetivos logrados con éxito.

Cuando deseamos lograr alguna meta, siempre hacemos todo el esfuerzo posible por conseguirlo. Por ello se entiende por metas:

1. Se entiende por meta el fin al que se dirigen las acciones o deseos de una persona, lo que ésta pretende conseguir.
2. **La clarificación de metas personales es importante por lo siguiente:**
 - a) Cuanto más claras y precisas tenga mis metas personales, más eficazmente pondré los medios para conseguir las, y a la inversa.
 - b) Unas metas claras y alcanzables generan una fuerza motivadora importante en la persona.
 - c) La clarificación de metas combate la apatía, la indecisión, la baja autoestima, dando lugar a una mejora del rendimiento académico.
 - d) Las metas -un fin determinado- son las que nos mueven a actuar, sin ellas no existiría conducta inteligente, sino conducta instintiva o refleja.
 - e) Lo importante es tener claro en la cabeza lo que quiero, pues esa claridad aparecerá también en la conducta diaria.
3. **Las características propias de las metas son:**
 - Que sean verificables, es decir que se pueda constatar objetivamente que se han conseguido o no.
 - Que estén temporalizadas, es decir que cuenten con tiempo determinado para conseguirla. Por ello, se puede hablar de meta/s a corto plazo, que abarca semanas o algunos meses, el límite estaría en un curso escolar. Meta/s a largo plazo, que abarca varios años. (Web: Metas)

Las metas personales son aquellas que vamos a cumplir si o si en esta vida. Son aquellas que dan sentido a nuestra existencia y que le otorgan valor. Si alguien que tuviera el conocimiento del todo viniera y pudieras preguntarle algo probablemente le preguntarías cual es el sentido de tu vida, si él te respondiera: "ninguno, simplemente vivir".

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://blogspot.com/2011/06/que-es-una-meta-personal.html>, Obtenido el 20 de abril 2013.

De la web: <http://www.autosuperacion.org/definicion-metas/>, obtenido el 20 de Abril 2013.

**TABLA N° 1
HOJA DE TRABAJO
MIS METAS PERSONALES**

IDENTIFICANDO MIS METAS	
METAS A LARGO PLAZO	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
METAS A MEDIANO PLAZO	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
METAS A CORTO PLAZO	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

UNIDAD 2

MI NEGOCIO Y HABILIDADES NECESARIAS PARA MANEJARLO

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
MI NEGOCIO Y HABILIDADES NECESARIAS PARA MANEJARLO	2.1 DEFINIENDO MI IDEA DE NEGOCIO	Definir varias ideas de negocio considerando elementos claves de análisis para la elección de ideas de negocios más viables.	Historia de Ana (leer)	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Historia de Ana • Copia de tablas 	30 Minutos
	2.2 INTERACCIÓN ENTRE NEGOCIOS	Analizar la importancia de cómo interactúan los negocios en el mercado	La telaraña	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Ovillo de lana • Copia de tablas 	30 Minutos
	2.3 MIS HABILIDADES	Distinguir entre habilidades comunes y específicos de los negocios.	Cuidando el globo y reventando el globo con los pies.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copias de la tabla para todos los participantes • Globos participantes • Lana • Tabla de Mis Habilidades 	45 Minutos
RESULTADOS	Las y los participantes definen una idea de negocio más viable, ven la importancia de interactuar entre los negocios y comprenden la importancia de tener habilidades para manejar un negocio frente a la competencia.				

ACTIVIDAD 2.1

DEFINIENDO MI IDEA DE NEGOCIO

RESUMEN:

A partir de la historia de Ana, las y los participantes identifican varias opciones de ideas de negocio, los cuales escogen una de ellas a partir de un análisis por medio de un *test*, donde se mencionan los elementos más importantes que una persona debe considerar al momento de escoger una idea de negocio que sea viable y reúna las condiciones en relación a las habilidades y recursos que tiene el participante.

Finalmente las y los participantes practican con sus propias ideas de negocios el manejo de la herramienta o *test*. Logrando definir con cierta propiedad y análisis su idea de negocio que podría ser más viable.

TIEMPO: 30 Min.

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Historia de Ana
- Copia de tablas

PROCEDIMIENTO:

1. Indique a las y los participantes que ahora leeremos una historia, para ello deberán prestar mucha atención.
2. Lea la historia en voz alta para que las y los participantes la vayan siguiendo. Esta historia habla sobre los diferentes negocios que realizó Ana, antes de decidir que vender tarjetas era lo más adecuado para ella.
3. Cuando haya terminado de leer la historia, pregunte a los participantes:
“¿Qué hizo a Ana, decidirse por vender tarjetas, en vez de recolectar desechos?” Escriba sus respuestas en el papelógrafo.

4. Discuta con el grupo las cosas en que Ana tuvo que pensar para seleccionar su negocio. Explique que ellas y ellos tendrán que pensar en cosas similares cuando estén seleccionando sus negocios.
5. **Pregunte al grupo:** ¿Por qué es buena idea pensar en el negocio antes de iniciarlo? Escriba las respuestas en un papelógrafo. Brinde la ayuda necesaria. Las ideas de las y los participantes podrían incluir las siguientes:
 - Para ver si ellas y ellos van a lograr hacer suficiente dinero.
 - Para decidir si tienen las habilidades necesarias para este negocio.
 - Para considerar si ellas y ellos disfrutarían manejando este negocio.
6. Pida a las y los participantes que piensen en los negocios que ellas y ellos están estudiando o tienen en marcha, los cuales serán ahora los negocios con los que trabajarán en el transcurso del taller.
7. Presente el dibujo de la Tabla 2 “Explorando ideas para emprender un negocio”. Pida a las y los participantes colaboración para llenar la tabla a partir de la historia de Ana y sus diferentes opciones para emprender un negocio.

No.	Ideas de Negocio	Me es costosa en esfuerzo	Es fácil hacerlo	Me gusta el Negocio	Conozco del Negocio	Tengo dinero para Hacerlo	Tengo Apoyo para Hacerlo	Conozco proveedores o compradores	Total puntaje
		0. No se 5. Un poco 4. Más o menos 2. Muy costosa	0. No se 1. Difícil 2. No tan fácil 3. Fácil	1. Nada 2. Un poco 3. Mucho	1. Nada 2. Un poco 3. Suficiente 4. Muy Bien	1. No 2. Muy Poco 4. Poco 6. Suficiente	1. Ninguno 2. Algún Apoyo 3. Suficiente	1. No 2. Sí, pero no lo suficiente 3. Si, muy bien	
1	Tarjetas	2	2	2	2	1	1	2	12

8. Cuide que las y los participantes al valorar cada idea de negocio consensuen entre todos. Puede seguir el siguiente ejemplo de llenado:
9. Para la elección de la mejor idea de negocio, pida a las y los participantes sumar el total de puntajes para cada idea, el que tenga el mayor valor será la “Idea de negocio #1” que se la debe registrar en la parte inferior y correspondiente de la tabla, y el segundo puntaje más alto será la “Idea de negocios #2” que de igual forma debe registrarse.
10. Terminado este ejercicio distribuya la Tabla “Explorando ideas para emprender un negocio” a cada participante para que realicen el mismo ejercicio pero personal y tengan identificado sus dos ideas de negocio más factibles.
11. Es importante aclarar que las y los participantes pueden identificar la actividad económica que están “estudiando” y definir algunas alternativas de pequeños emprendimientos y entre ellas y ellos escoger el más adecuado, según los resultados del test para identificar “Ideas de negocio”. Por ejemplo: Si una o un participante está estudiando metalmecánica, éste podría desarrollar diferentes pequeños emprendimientos, tales como producción de portarretratos, porta maceteros, construcción de rejas o puertas, etc. De modo que

la idea de negocio que escoja pueda ser mejor manejada en términos de costos y de tiempos para su producción.

13. En caso de que las y los participantes tengan ideas de negocios definidos, podrán trabajar con ellas y ellos sin necesidad de realizar el ejercicio.
14. Acérquese a las y los participantes mientras están completando sus tablas. Asegúrese que sus elecciones hayan sido valorados adecuadamente. Motíuelos para que empiecen con algo pequeño, en vez de negocios grandes. Eso les facilitará alcanzar sus metas.
15. Diga al grupo que en el resto del curso estarán explorando la Idea de negocios #1. Sin embargo, si en algún punto del curso ellas y ellos descubren que la Idea de negocios #1 no parece práctica, pueden cambiar a la Idea de negocios #2.
16. Repase la actividad pidiéndole a las y los participantes que compartan sus dos ideas de negocios con el grupo. Asegúrese de que no se traten de influenciar unos a otros para cambiar de ideas.

RESULTADOS

- Las y los participantes identifican con criterios validos una idea de negocio viable que les permita trabajar en el mercado.
- Las y los participantes ven la importancia de pensar con detenimiento varias opciones de ideas de negocios para ponerlos en a prueba y definir cuál de todas es la más adecuada según sus capacidades y habilidades, etc.

HISTORIA DE ANA LA VENDEDORA DE TARJETAS

Ana, es una joven alta y brillante, a la que le encanta conocer gente. Ella siente curiosidad por lo que pasa a su alrededor y le gusta moverse de un lugar a otro, más que quedarse quieta en un lugar.

Un día, mientras caminaba, encontró a un joven llevando botellas de plástico a una tienda que compra desechos para reciclar. Cuando el joven salió de la tienda, Ana, se presentó y comenzó a hablar con él. Él le habló acerca de recoger y vender desechos. "Es una buena manera de hacer dinero," dijo él, "porque la tienda compra todo lo que uno les traiga".

Ana, pensó, "Yo podría hacer eso". Encontró una bolsa para recoger desechos. Pero todos los demás jóvenes que recogían desechos eran más rápidos que ella. Además, no sabía si las cosas que estaba recogiendo eran las que más pagaban. Al final del día, llevó los desechos que había recogido a la tienda. Cuando el dueño de la tienda le dio su dinero, ella se sorprendió. "¿Eso es todo?" preguntó. Apenas era suficiente para comprar un poquito de comida.

Mientras comía, se preguntaba cómo iba a hacer para ganar más dinero. Hasta que se tropezó con un viejo vendedor de tarjetas llamado Salvador. Él le dio las tarjetas que le habían sobrado de su día de ventas.

Eso le dio una idea a Ana, Ella pensó que ya que era alta, podía caminar a través del mercado, sosteniendo las tarjetas arriba en el aire, de manera que la gente la viera. Tal vez podría ayudarle a Salvador a vender el resto de las tarjetas.

Ella y Salvador acordaron que ella le pagaría a él la mitad de lo que ganara. Ana, comenzó a vender tarjetas al día siguiente. Ella disfrutaba tanto el caminar por las calles del pueblo, conocer y hablar con las personas, que continuó intentándolo.

Como Ana era curiosa, comenzó a notar ciertas cosas acerca de las personas que le compraban tarjetas. Por ejemplo, notó que mucha más gente le compraba tarjetas si la vendía cerca a las paradas de buses. Ahora Ana vende casi todas las tarjetas que Salvador le entrega.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

UNA IDEA DE NEGOCIO ES:

- La idea de negocio es una descripción breve y clara de las operaciones básicas del negocio que se desea poner en marcha.
- Un buen negocio empieza con una buena idea

Todo proyecto de empresa se desarrolla en torno a una idea que ha de ser objeto del proyecto, sobre la cual se debe trabajar y que surge como consecuencia de las circunstancias particulares de cada emprendedor.

La idea de negocio se define como la posibilidad de producir y vender un producto o servicio. El objetivo del emprendedor es desarrollar su idea de negocio para lo cual debe utilizar sus recursos y capacidades personales. (Zaragoza, noviembre de 2011)

Una idea de negocio es la forma inicial que adquieren las primeras nociones de la empresa que se desea crear, presentando como características esenciales la identificación de una necesidad, una manera de satisfacerla a través de un producto (sea este bien o servicio), a cambio de lo cual se espera obtener un beneficio.

Una idea de negocio amerita definir:

¿Cuál es el producto que se está pensando ofrecer?

¿Para quién está pensado?

¿Para qué en términos de necesidad y utilidad?

¿Cómo producir o generar?

¿Por qué los clientes lo preferirán? (que sugiera de forma general la diferencia respecto a lo ya existente).

ATRIBUTOS DE UNA IDEA DE NEGOCIO

Para que alguna idea sea considerada como idea de negocio, Según Rodríguez y Moreno deben cumplirse los siguientes atributos:

- Debe estar asociada a una noción de producto, sea este un bien o un servicio.
- Debe haber clientes que tengan la necesidad del producto y valoren su satisfacción.
- Debe ser posible aprovecharla oportunamente.
- Debe generar los ingresos que necesitamos o aspiramos.

- Debe entusiasrnarnos.
- Debe representarnos algo hacia lo que podamos comprometernos.
- Debe ser ética y legamente permitida.

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez, Moreno, "Identificación de oportunidades de Negocio"

Organización Internacional del Trabajo, pág. 8, Primera Edición, 2010 – Perú

Gobierno de España, "Creación y gestión empresarial del empresario rural", Zaragoza, noviembre de 2011, pág. 17

Tabla 2
HOJA DE TRABAJO
EXPLORANDO IDEAS PARA EMPRENDER UN NEGOCIO

No.	Ideas de Negocio	Me es costosa en esfuerzo	Es fácil hacerlo	Me gusta el Negocio	Conozco del Negocio	Tengo dinero para Hacerlo	Tengo Apoyo para Hacerlo	Conozco proveedores o compradores	Total puntaje
		0. No sé 1. Un poco 2. Más o menos 3. Muy costosa	0. No sé 1. Difícil 2. No tan fácil 3. Fácil	1. Nada 2. Un poco 3. Mucho	1. Nada 2. Un poco 3. Suficiente 4. Muy Bien	1. No 2. Muy Poco 3. Poco 5. Suficiente	1. Ninguno 2. Algún Apoyo 3. Suficiente	1. No 2. Sí, pero no lo suficiente 3. Si, muy bien	
1									
2									
3									
Idea de negocio #1									
POR QUÉ ES UNA BUENA IDEA									
Idea de negocio #2									
POR QUÉ ES UNA BUENA IDEA									

ACTIVIDAD 2.2

INTERACCIÓN ENTRE LOS NEGOCIOS

RESUMEN

Esta actividad recurre a un trabajo colectivo para construir un mercado imaginario en el taller, un objetivo es resaltar las interacciones existentes entre los negocios en un mercado.

Para ello las y los participantes realizan algunas observaciones en el mercado imaginario, pueden examinar detalles y discutir las interacciones que se dan entre los negocios y la comunidad. Todavía más importante, pueden empezar a pensar en sus propias ideas de negocios, y en cómo pueden calzar éstas dentro de la comunidad en la cual trabajarían.

Este ejercicio ayuda a aterrizar de mejor manera la ubicación, oportunidades de la idea de negocio que se quiere desarrollar.

MATERIALES

- Papelógrafos
- Marcadores
- Cinta adhesiva o maskin
- Todas las herramientas de La Caja del Emprendedor: Pelota o Koosh, pollo y mapa con el recorrido tapado
- Un ovillo de cuerda.

TIEMPO

20 -30 minutos

PASOS

PRIMERA PARTE: Explique a los participantes: "Ahora vamos a jugar un juego"

1. Pida que las y los participantes se sienten en un círculo.
2. Muestre a las y los participantes el ovillo de cuerda. Explique que usted sostendrá un extremo de la cuerda y luego lanzará el ovillo a alguien del grupo.
3. Explique que la persona que atrape el ovillo de cuerda debe nombrar un negocio que haya observado durante la caminata por la comunidad. Entonces, esta persona toma la parte de la cuerda que esté más cercana a sí misma y vuelve a lanzar el ovillo a alguien más.

Nota: Si usted no tiene un ovillo de cuerda, pida permiso para dibujar en el piso con tiza o marque el piso haciendo rodar una pelota mojada.

4. Explique a las y los participantes que no pueden pasarle el ovillo o la bola a la persona que está a su lado. Así mismo, las y los participantes no pueden repetir los negocios nombrados.
5. Continúe esta actividad hasta que el ovillo de cuerda se haya desenrollado completamente o hasta que todos hayan nombrado un negocio. El resultado es que se forma una red o telaraña entre los participantes.
6. Durante un par de minutos ponga a las y los participantes a observar la red que se ha creado. Explique al grupo que cada participante representa un negocio y que todos los negocios están conectados unos con otros por la cuerda.
7. Pregunte al grupo: “¿cómo creen que los negocios están conectados unos con otros en la comunidad?”
8. Discuta y explore sus respuestas. Use las siguientes preguntas para sacar algunas ideas:
 - ¿A quiénes le venden los negocios?
 - ¿A quiénes le compran los negocios?
 - ¿Qué pasa con los negocios en una comunidad si otro negocio cierra?
 - ¿Qué pasa si existen muchos negocios del mismo tipo en la comunidad?
9. Termine esta breve discusión enfatizando que los negocios están conectados unos con otros de muchas formas. Ellos a menudo influyen la supervivencia y el éxito unos de otros.
10. Pregunte a los participantes: “¿Cree usted que el negocio que desea iniciar calzaría en la comunidad en la que quiere trabajar?”
11. Discuta sus respuestas. Pídales que le den razones por las que piensan que sus ideas de negocios calzarían o no con su comunidad. Sus respuestas podrían incluir:
12. Existen muchos (o muy pocos) negocios como el que yo quiero empezar.
 - Yo ofrecería un servicio que actualmente no existe en mi comunidad.
 - La gente puede (o no puede) pagar para usar lo que yo ofrecería.
 - El material que yo necesito está disponible en grandes cantidades en mi comunidad.
13. Pregunte a las y los participantes: “Ya que el éxito del negocio está influenciado por su comunidad, ¿qué puede hacer usted durante las sesiones del curso para aprender más acerca de su comunidad?”
14. Termine la actividad repasando las diferentes ideas que han aportado las y los participantes.
15. Dé consejo a aquellos participantes que sienten que necesitan cambiar sus ideas de negocios.

RESULTADOS

- Las y los participantes observan y reconocen que las ideas de negocios que seleccionaron para explorar se ven influenciadas por lo que sucede en la comunidad a su alrededor.

ACTIVIDAD 2.3

MIS HABILIDADES PARA MANEJAR UN NEGOCIO

RESUMEN

A partir de una actividad lúdica y motivadora, las y los participantes observan y analizan qué hace la gente para manejar sus negocios. En esta actividad, las y los participantes identifican qué actividades necesitarían hacer *ellos* para manejar *sus propios* negocios. Si no tienen las habilidades necesarias para una idea de negocios, podrían decidir sobre cómo adquirir o mejorar esas habilidades.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes
- Globos según la cantidad de participantes
- Lana
- Tabla de Mis Habilidades

PROCEDIMIENTO:

1. Entregue a cada persona un globo y pídale que lo amarre a su pie derecho
2. Todos deben estar ubicados a lo largo de todo el salón.
3. Explíqueles que el juego consiste en que tienen que reventar la mayor cantidad de globos pero al mismo tiempo deben cuidar su propio globo, pues si le revientan su globo sale del juego.
4. Una vez concluido el juego realice la siguientes preguntas:
 - ¿Cómo se sintieron?
 - ¿Fue fácil o difícil el juego?
 - ¿Qué tuvieron que hacer para mantenerse en el juego?
 - ¿Qué habilidades se requieren para poder jugar con éxito este juego?
 - ¿Será que en los negocios requerimos tener habilidades? ¿Cuáles?
5. Vaya anotando su respuesta en un papelógrafo y a partir de ello explique a las y los participantes que existen dos tipos de habilidades que son las habilidades generales y las habilidades específicas. Diferenciándolas de la siguiente manera:

- **Habilidades generales:** son todas las habilidades que debemos tener para manejar un negocio cualquiera.
 - **Habilidades específicas:** Son las habilidades que se deben tener para realizar específicamente un negocio.
6. Coloque la tabla Mis Habilidades y vaya anotando en base a la lluvia de ideas anterior las habilidades generales y complete las habilidades específicas con el ejemplo de las tarjetas.
 7. Entregue a cada participante una copia de la tabla mis habilidades de negocios y pídale que lo completen, vaya guiando este proceso.
 8. Comparta con el grupo alguno de los trabajos realizados.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

HABILIDADES EN LOS NEGOCIOS

Al hablar de habilidades en los negocios nos referimos a todas las cosas que uno debe saber hacer para el manejo de negocios, esto ayuda a que el negocio funcione de manera adecuada, en ese sentido contar con habilidades necesarias para el negocio es algo fundamental.

Estas habilidades son de dos tipos:

Habilidades generales, que se refieren a las habilidades que son para manejar cualquier negocio, por ejemplo el saber convencer, saber ofrecer, ser ordenado, saber administrar, etc.

Habilidades específicas, que se refieren a las habilidades que son propias del emprendimiento que uno realiza por ejemplo para manejar un negocio de peinados una habilidad específica sería el saber cortar el cabello, conocer los tipos de cortes, conocer las herramientas para los cortes de cabellos, conocer los tipos de cabellos, etc.

En 1993 la División de Salud Mental de la Organización Mundial de la Salud (OMS) lanzó la *Iniciativa Internacional para la Educación en Habilidades para la Vida en las Escuelas* (Life Skills Education in Schools). El propósito de esta actuación era difundir mundialmente la enseñanza de un grupo genérico de diez destrezas psicosociales, consideradas relevantes en la promoción de la competencia psicosocial de niñas, niños y jóvenes.

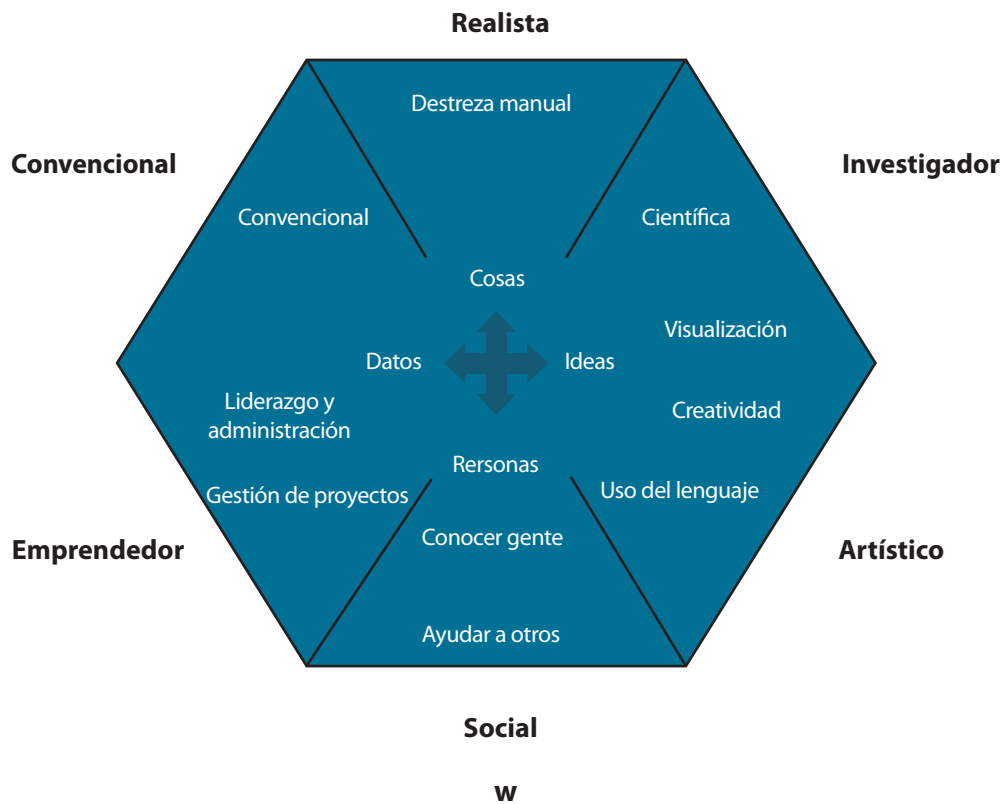
1. Autoconocimiento	6. Solución de problemas y conflictos
2. Empatía	7. Pensamiento creativo
3. Comunicación asertiva	8. Pensamiento crítico
4. Relaciones interpersonales	9. Manejo de emociones y sentimientos
5. Toma de decisiones	10. Manejo de tensiones y estrés

Estas diez habilidades psicosociales no son materia nueva. En cierta forma son tan antiguas como la propia humanidad, porque todas tienen que ver con la manera en que manejamos las relaciones con nosotros mismos, con las demás personas y con el entorno social.

Todas las personas de todas las edades las usan a diario .Y entonces, ¿en qué consiste lo novedoso? Sobre todo, en que cada vez se reconoce más la importancia de incluirlas como parte de diversos programas educativos dirigidos a niños, niñas y adolescentes. Tanto en la escuela como en otros escenarios de trabajo.

Aunque hay otras formas de clasificar las Habilidades para la Vida, la propuesta de la OMS ha logrado un reconocimiento amplio porque es bastante flexible y tiene aplicabilidad universal.

INTERESES Y HABILIDADES



BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://www.habilidadesparalavida.net>, **obtenido el 10 Mayo 2013.**

De la web: <http://www.aulafacil.com/emprendedores-guia-facil/curso/Lecc-6.htm>, **obtenido el 10 de Mayo 2013.**

UNIDAD 3

CONOCIENDO EL MERCADO Y A MIS CLIENTES

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
CONOCIENDO EL MERCADO Y A MIS CLIENTES	3.1 OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA	Conocer la dinámica de funcionamiento del mercado sobre oferta, demanda y competencia.	Historia contada "Juan el Transportista".	Papelógrafos Maskin Marcadores Hojas de color Historia Copia de tablas para llenar	45 Minutos
	3.2 BUSCANDO MERCADO PARA MI PRODUCTO O SERVICIO	Conocer la importancia de hacer un estudio de mercado para el producto o servicio que se ofrecerá.	El juego de la rayuela.	Tarjetas de momentos de rayuela Tiza Dibujo de rayuela Fichas que acompañan al juego de la rayuela Premios (Dulces) Copia de Tablas	90 Minutos
	3.3 SEGMENTACIÓN DE MERRCADO Y PROYECCIÓN DE VENTAS	Entender que la segmentación de clientes es muy importante para la demanda del producto o servicio. Proyectar mis ventas	Exploración: de su negocio, clientes y cuánto venderán.	Papelógrafos Marcadores Maskin Copias de la tabla para todos los participantes	45 Minutos
	3.4 UBICACIÓN DE MI NEGOCIO	Explorar espacios y lugares estratégicos en el mercado para la ubicación de negocios.			30 Minutos
	3.5 ATRAYENDO A CLIENTES Y CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO	Comprender la importancia de planificar estrategias de ventas para mi producto o servicio.	Recreación de una Feria.	Billetes de alasitas Bolígrafos Papelógrafos Maskin Marcadores Hojas de color Tijeras Colores	90 Minutos
RESULTADOS	Las y los participantes analizan el mercado bajo conceptos de oferta, demanda y competencia, ven también importante buscar el mercado adecuado para su producto servicio haciendo una segmentación de potenciales clientes, para ello también ven importante armar una estrategia de cómo atraer clientes y considerando erando una buena ubicación del negocio.				

ACTIVIDAD 3.1

OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA

RESUMEN

A través de una historia denominada “Juan el transportista” de manera procesual se trabajan los términos de oferta, demanda y competencia, recreando cada uno de estos elementos; donde la oferta surge como una respuesta a las necesidades de alguna población en específico, con características y necesidades particulares de quienes forman parte de la demanda de algún producto o servicio. Una vez trabajados esos elementos se incorpora el tema de la competencia, como mecanismo de ofertar con mejores condiciones similar producto o servicio. Las y los participantes identifican estos elementos como claves dentro el mercado.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Maskín
- Marcadores
- Hojas de color
- Historia
- Copias de tabla

PROCEDIMIENTO:

1. La o el facilitador comenta con las y los participantes que cuando hablamos de mercado existen elementos que tenemos que identificarlos con claridad. Para esto contaremos la historia de “Juan el transportista”.
2. A medida que vaya contando la historia, la o el facilitador va graficando con la participación del plenario.

“Juan el transportista”

En un pueblo llamado “El desarrollo” donde albergaba a 120 familias quienes para movilizarse a la ciudad debían caminar alrededor de 3 horas para ir y la misma cantidad de horas para volver. Un día el comunario llamado Juan compró un auto en el cual transportaba a la gente dos veces por semana hacia la ciudad y retornaba al “Desarrollo”.

Existía mucha gente que requería de sus servicios, tanto que tenían que hacer fila y no alcanzaba para que todos se trasladen.

Juan cobraba la suma de 10 Bs ida y 10Bs vuelta, el costo de pasaje por persona.

Pregunte a las y los participantes lo siguiente:

- ¿Qué pasaba con la gente y el servicio que ofrecía Juan?
- ¿Qué se llama cuando mucha gente requiere algo o necesita? (demanda)

Puede indagar sobre sus reflexiones hasta identificar la definición de Demanda

Continúe con la historia:

Pasado un tiempo aparece Don Activo, quien ve cómo Juan tiene tanta clientela que no puede satisfacer, entonces decide comprarse un auto más grande y hacer el mismo servicio.

Don Activo además rebaja el pasaje a 9 Bs.

Pregunte a las y los participantes lo siguiente:

- ¿Qué pasa ahora con Juan?
- ¿Qué se llama cuando existen más personas que ofrecen lo mismo que tú negocio? (competencia).
- ¿Don Activo se convierte en una competencia buena o mala, por qué?

Incorpore en la discusión más preguntas que ayuden en la reflexión. Profundice e indague sobre sus reflexiones hasta identificar la definición de Competencia.

Continúe con la historia:

Sin embargo seguía existiendo suficiente gente que requería viajar a la ciudad para llevar sus productos y realizar sus trámites.

Entonces aparece Don Comedido, que se compra un micro grande y rebaja el precio aún más, a 8 Bs, además que sus asientos eran más cómodos y el micro era más veloz. Y ofrecía el servicio 3 veces por semana.

Pregunte a las y los participantes:

- ¿Qué creen que ha provocado don Comedido en el servicio de transporte? (que rebajen los precios de Juan y don Activo)
 - ¿Qué se llama cuando se suma más servicios y/o productos de mejor calidad? (oferta)
 - ¿Qué pasa con los pasajeros?
3. Reflexione con las y los participantes con más detalle la ley de la oferta y demanda.
 4. Profundice e indague sus reflexiones hasta identificar la definición de oferta.
 5. Promueva que las y los participantes den a conocer algunos ejemplos sobre dónde nos encontramos con estos elementos OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA.
 6. Para finalizar proponemos que planteé las siguientes preguntas.
 - ¿Qué pasa cuando hay mucha oferta? (rebajan los precios)
 - ¿Qué pasa cuando hay mucha demanda? (Suben los precios)
 - ¿Qué se puede hacer cuando hay competencia?

Identificar que estos elementos son constantes en el mercado.

7. Reparta a las y los participantes la tabla de oferta, demanda y competencia, y llene con las y los participantes dicha tabla a partir de un ejemplo con la actividad económica de una o uno de las o los participantes. Después pídale que llenen de manera individual con sus propios ejemplos.

RESULTADO

- Las y los participantes identifican con claridad la diferencia entre oferta, demanda y competencia.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

OFERTA DEMANDA Y COMPETENCIA

OFERTA

Una oferta (término que deriva del latín *offerre*) es una propuesta que se realiza con la promesa de ejecutar o dar algo. La persona que anuncia una oferta está informando sus intenciones de entregar un objeto o de concretar una acción, en general a cambio de algo o al menos con el propósito de que el otro lo acepte.

DEMANDA

La noción de demanda hace referencia a una solicitud, petición, súplica o pedido. Aquel que demanda solicita que se le entregue algo.

COMPETENCIA

El significado de la palabra competencia (del latín *competentia*) tiene dos grandes vertientes: por un lado, hace referencia a la disputa o contienda entre dos o más personas sobre algo. En el mismo sentido, se refiere a la oposición o rivalidad entre dos o más que aspiran a obtener la misma cosa, a la situación de empresas que rivalizan en un mercado al ofrecer o demandar un mismo producto o servicio, a la persona o grupo rival.

BIBLIOGRAFÍA

Lidia Alexandra Sánchez Santana, "Teoría del Mercado: oferta, demanda y precio", Págs. 2-25.

De la web: <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia>, obtenido el 10 Mayo 2013.

Tabla 4
HOJA DE TRABAJO
OFERTA, DEMANDA Y COMPETENCIA

Idea de Negocio: _____

¿Existe mercado o compradores para mi producto o servicio?

SI NO

¿Dónde? (mencionar los lugares)

¿Dónde existe mayor cantidad de oferta para mi producto o servicio?

¿Puedo identificar las características de mi competencia?

--	--

ACTIVIDAD 3.2

BUSCANDO MERCADO PARA MI PRODUCTO O SERVICIO

RESUMEN

El juego de la rayuela, muy conocida en nuestro medio, es el ejercicio, por el cual las y los participantes van descubriendo paso a paso los elementos claves para realizar un estudio de mercado de manera casera, simple y con recursos que los participantes pueden manejar.

Para ello se plantea un juego de equipos donde la o el ganador es el primero que descubre los pasos importantes de un estudio de mercado.

Las y los participantes tienen la oportunidad de ejercitar cómo podría ser su estudio de mercado gracias a un instrumento denominado, "Claves para realizar un estudio de mercado".

Conociendo las respuestas a estas preguntas que se plantea en el instrumento, no solamente ayudarán para que su producto o servicio sea requerido, sino que le ayudará a encontrar las mejores maneras para alcanzar a sus clientes, precio de sus productos o servicios y lo más importante... le ayudará a realizar más ventas.

TIEMPO: 60 minutos

MATERIALES:

- Tarjetas de los momentos de la rayuela
- Tiza
- Dibujo de la rayuela
- Fichas que acompañan al juego de la rayuela
- Premios (Dulces)
- Copia de tablas

PROCEDIMIENTO

1. Organice tres grupos grandes entre las y los participantes y entregue a cada grupo el primer mensaje, que dice lo siguiente.

De hecho, muchos dueños de microempresas no entienden el proceso o se quejan de que el realizar un análisis de mercado es demasiado complicado o demasiado caro y se sorprenderían de que esto no sea necesariamente cierto. (Yadira Barbosa)

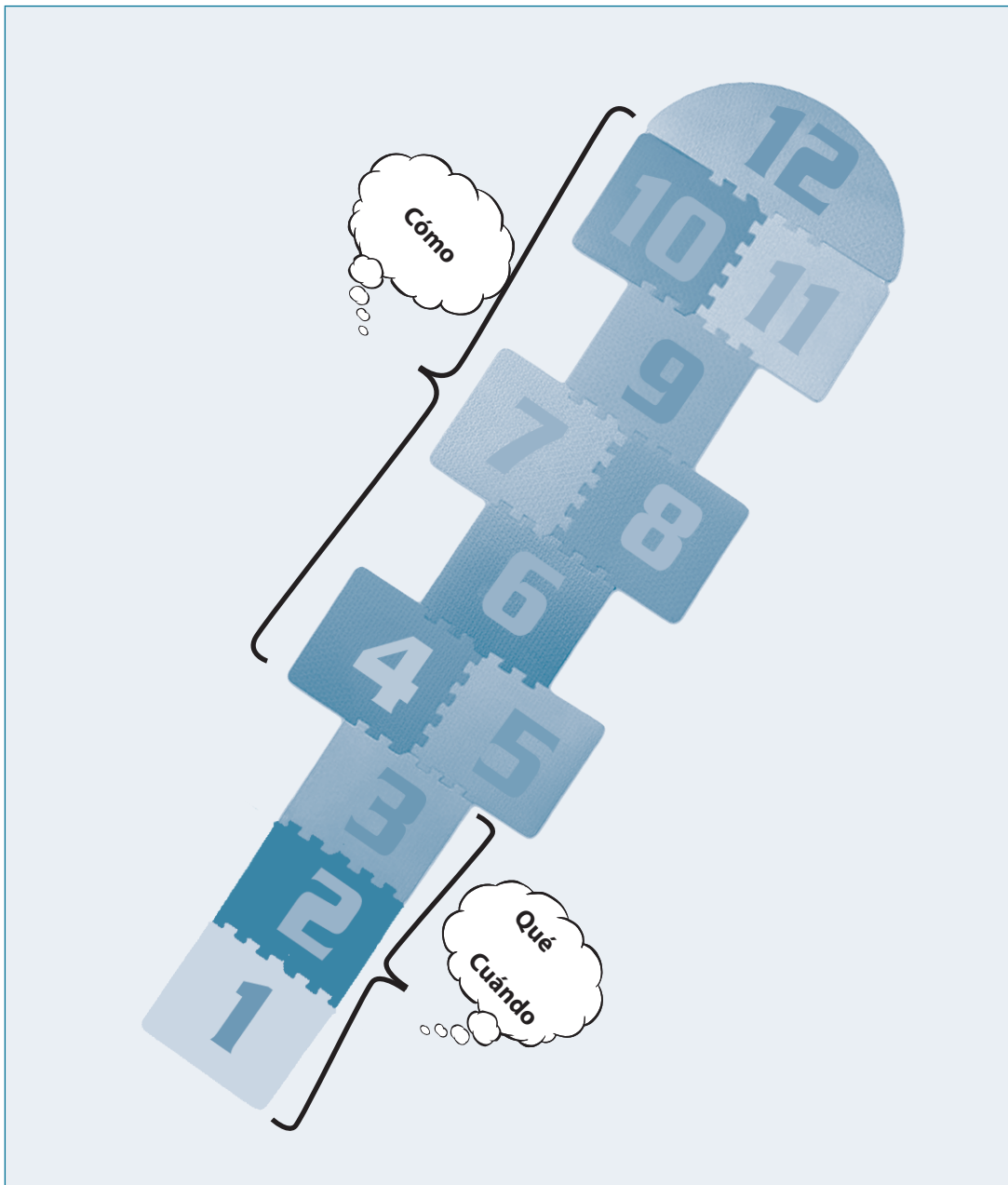
Si quieren conocer algunos secretos de cómo buscar mercado para tu producto o servicio, tendrás que jugar a la "Rayuela"

2. Dibuje en el piso con tiza una rayuela grande para que jueguen las y los participantes e invite a reunirse alrededor de la misma.
3. Mencione que las reglas de juego son las siguientes:
 - El objetivo de del juego es obtener la corona del éxito
 - Cada grupo deberá escoger la "ILLA" u objeto para arrojar. Existe la posibilidad de cambiar la ILLA en la casilla 6.
 - El juego consiste en lanzar la ILLA de manera exacta a cada una de las casillas por turnos. Por ejemplo si el grupo 1 lanza y acierta, se le entregara una ficha donde está escrito alguna clave para hacer un análisis de mercado, así sucesivamente cada grupo tendrá la misma oportunidad para lanzar a la primera casilla.
 - Si uno de los grupos no acierta en lanzar adecuadamente su ILLA se retrasa hasta conseguirlo.
 - Se destapará las tarjetas con los mensajes cuando llegue la primera ILLA al cuadro correspondiente, de ese modo se podrán leer todos los mensajes.
 - Las y los participantes solo arrojaran las ILLA y no saltaran para recogerlos, para ahorrar tiempo en el juego. Solo el grupo que fue coronado saltará la rayuela al final del juego.
 - El grupo ganador deberá pensar en una penitencia para los otros dos grupos que no lograron completar el recorrido.
 - Se sorteara quien iniciará la partida ya que es muy importante quien empiece, puesto que tendrá una ligera ventaja en relación a los otros grupos.
4. Inicie el juego una vez explicado las reglas y en su momento lea en voz alta las tarjetas donde mencionan los consejos para el análisis de mercado.
5. Las tarjetas deberán ser lo suficientemente grandes para que todos los participantes puedan leerlo en la pizarra. Coloque las tarjetas en el mismo orden que está en la rayuela.
6. Puede motivar a las y los participantes y hacer más interesante el juego, si entrega algunos premios cuando el grupo llegue a las casillas 6, 9 y 12. Podrían ser pastillas.
7. Para terminar la actividad, pida a las y los participantes que vuelvan a sus asientos y lea nuevamente los consejos en voz alta y realice las siguientes preguntas.
 - ¿Qué les pareció el juego?
 - ¿Será posible realizar estos pasos de manera casera con pequeños negocios?
 - ¿Tienen observaciones a alguno de los consejos?
8. Entregue a las y los participantes una tabla para que puedan trabajar en sus casas.

RESULTADOS:

- Las y los participantes identifican la importancia de hacer un estudio de mercado el cual no requiere de grandes inversiones, más que una aguda observación del funcionamiento del mercado.
- Las y los participantes aprenden a identificar diferentes opciones para alcanzar a sus clientes.
- Las y los participantes identifican con criterios adecuados a su competencia, y proponen precios a sus productos y servicios en función a los resultados de su estudio de mercado.

MODELOS DE LA RAYUELA



<p>1.- ¿Qué es un análisis de mercado? Es un estudio de: Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.</p>	<p>2.- ¿Cuándo se debe realizar un análisis de mercado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuando se está iniciando un negocio • Cuando se está entrando a un mercado nuevo • Cuando este usted considerando agregar un producto nuevo o servicio 	<p>3.- ¿Por qué se debe realizar un análisis de mercado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para minimizar el riesgo de su negocio • Para entender los problemas y las oportunidades • Para identificar las oportunidades de ventas • Para planificar su mercadotecnia/o mensaje de venta
<p>4.- ¿Cuál es el mercado que quiero alcanzar?</p>	<p>5.- ¿Quiénes son mis competidores en este mercado?</p>	<p>6.- ¿Existe capacidad para crecer en ese mercado?</p>
<p>7.- ¿Cuál es el tamaño de ese mercado?</p>	<p>8.- ¿En qué se diferencia mi producto o servicio al de la competencia?</p>	<p>9.- ¿Cuáles son los modelos de negocios de mis competidores en este mercado?</p>
<p>10.- ¿Qué es lo que los clientes esperan de este tipo de producto o servicio?</p>	<p>11.- ¿Cuál es su ventaja competitiva en este mercado?</p>	<p>12.- Conociendo las respuestas a estas preguntas, no solamente lo ayudarán a si su producto o servicio es requerido, sino que le ayudará a encontrar las mejores maneras para alcanzar a sus clientes, conocer los precios de sus productos o servicios y por último a realizar más ventas.</p>

HOJA DE TRABAJO CLAVES PARA REALIZAR UN ESTUDIO DE MERCADO

<p>1.- ¿Qué es un análisis de mercado?</p> <p>Es un estudio de: Ideas para el mercadeo de un producto en particular o un servicio que satisfaga las necesidades de un mercado objetivo.</p>	<p>2.- ¿Cuándo se debe realizar un análisis de mercado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuándo se está iniciando un negocio • Cuándo se está entrando a un mercado nuevo • Cuándo este usted considerando agregar un producto nuevo o servicio 	<p>3.- ¿Por qué se debe realizar un análisis de mercado?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para minimizar el riesgo de su negocio • Para entender los problemas y las oportunidades • Para identificar las oportunidades de ventas • Para planificar su mercadotecnia/o mensaje de venta
---	---	--

PREGUNTAS GUIA DE UN ESTUDIO DE MERCADO

4.- ¿Cuál es el mercado que quiero alcanzar?	5.- ¿Quiénes son mis competidores en este mercado?
6.- ¿Existe capacidad para crecer en ese mercado?	7.- ¿Cuál es el tamaño de ese mercado?
8.- ¿En qué se diferencia mi producto o servicio al de la competencia?	
9.- ¿Cómo son los negocios de mis competidores en este mercado?	
10.- ¿Qué es lo que los clientes esperan de este tipo de producto o servicio?	11.- ¿Cuál sería la ventaja competitiva en este mercado?

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

PRODUCTO Y SERVICIO

La identificación del mercado es la que realizamos por medio de instrumentos y técnicas de investigación, que permite recopilar, tabular y analizar información para conocer la competencia, sus precios, sus productos y sus estrategias, a esto es lo que conocemos como INVESTIGACIÓN DE MERCADO.

Para la búsqueda de mercado debemos organizar actividades para la obtención de la información relacionada con la satisfacción de las necesidades de los consumidores y el análisis de la competencia.

Las labores de comercialización son el cierre de un ciclo que parte desde la planificación de la producción en la que ya sabemos para quien o quienes producimos, con anticipación saber dónde llegarán nuestros productos o sea a quien o a quienes se los vamos a ofrecer y vender, las condiciones de entrega y los precios de los mismos.

¿QUIÉN ME ELABORA LA BÚSQUEDA DE MERCADO PARA MIS PRODUCTOS?

Se tiene la creencia de que las exploraciones de mercados es difícil y complicada, pero no hay tal cosa tratándose de sus microempresas, de sus negocios. Usted mismo puede hacerla. Necesita un poco de tiempo y una libreta de apuntes.

Lo primero que debe hacer es preguntarse:

¿Para qué necesito realizar una exploración de mercado? La respuesta a la pregunta anterior la tiene usted mismo. Puede ser sobre la:

- Calidad,
- Cantidad,
- Precio,
- Forma,
- Sistema de ventas, etc.

En conclusión, podemos afirmar que los sondeos de mercado, ayudan a evitar riesgos en el negocio, detecta los problemas actuales y futuros de la microempresa, se identifican y aprovechan las oportunidades de venta, y se obtiene información básica sobre sus mercados.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://www.misrespuestas.com/que-son-los-productos-y-los-servicios.html>, obtenido el 11 de Mayo 2013

De la web: <http://www.marketing-xxi.com/productos-versus-servicios-12.htm>, obtenido el 11 de Mayo 2013

ACTIVIDAD 3.3

SEGMENTACIÓN DE MERCADO Y PROYECCIÓN DE VENTAS

RESUMEN

En esta actividad, las y los participantes tienen la oportunidad de desarrollar una descripción detallada de sus posibles clientes para su idea de negocios. Al mismo tiempo realizan una estimación de sus ventas para un determinado tiempo, esto nos servirá posteriormente a determinar las ganancias del negocio.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes

PROCEDIMIENTO:

1. **Explique a las y los participantes:** “Entender a las y los clientes es algo muy importante para el éxito de un negocio, por ello ahora exploremos qué cosas son importantes de entender sobre nuestros clientes y al mismo tiempo el determinar las ventas de un negocio”
2. Divida al grupo en tres o cuatro grupos pequeños según el número de participantes.
3. Entregue a cada grupo una de las tarjetas con los siguientes criterios:
 - ¿Cuál será su público meta? – ¿Quiénes serán sus clientes?
 - ¿Por qué les comprarían sus tarjetas?
 - Pensando en que trabajaran 6 días a la semana ¿Cuántas tarjetas pueden producir en una semana?
 - ¿A cuánto venderán cada tarjeta?
 - ¿Qué cantidad piensan que pueden vender en una semana?

Nota: Usted puede cambiar el ejemplo de las tarjetas por el producto o servicio que está impartiendo al grupo.

4. Pida que cada grupo pueda responder las preguntas que tienen en el cuestionario.

5. Comparta en plenaria los trabajos realizados, vaya cuestionando los trabajos en caso de ser necesario, sobre todo observe si tomaron en cuenta el tiempo de producción y el de venta, es decir de los seis días que trabajaran cuantos días producirán las tarjetas y cuántos venderán, si no tomaron en cuenta este detalle entonces pídale que puedan corregir los datos.
6. Coloque en la pared la tabla denominada "Determinando mis clientes y estimaciones de ventas" dibujada en un papelógrafo y vaya llenándolo con alguno de los ejemplos de los grupos, vaya trabajando parte por parte dándole la importancia necesaria a cada aspecto de la tabla.
7. Entregue a cada participante una copia de la tabla y pida que lo vayan completando en base a su idea de negocio, vaya guiando este proceso.
8. Comparta algunos de los trabajos realizados.
9. Para cerrar la actividad reflexione con las y los participantes sobre la importancia de determinar las y los clientes a los que llegaremos y al mismo tiempo estimar las ventas tomando en cuenta los tiempos de producción y venta.

RESULTADO

- Las y los participantes pueden describir a los distintos clientes que comprarían sus productos o servicios.

CRITERIOS PARA EL TRABAJO DEL GRUPO DE EMPRENDEDORES

1. ¿Cuál será su público meta? – ¿Quiénes serán sus clientes?

2. ¿Por qué les comprarían sus tarjetas?

3. Pensando en que trabajaran 6 días a la semana ¿Cuántas tarjetas pueden producir en una semana?

4. ¿A cuánto venderán cada tarjeta?

5. ¿Qué cantidad piensan que pueden vender en una semana?

Tabla 5
HOJA DE TRABAJO
DETERMINANDO MIS CLIENTES Y ESTIMACIONES DE VENTAS

Idea de Emprendimiento:.....

Tiempo:.....

PARTE -A			
¿Quiénes serán mis Clientes?		¿Porque escogerían mi producto o servicio?	
PARTE -B			
Producto o servicio que ofreceré	Precio unitario	Cantidad que puedo vender	Total
Total Ventas			

ACTIVIDAD 3.4

UBICACIÓN DE MI NEGOCIO

RESUMEN

Un negocio puede estar ubicado en un solo lugar, pero también puede moverse de lugar. Una forma de atraer clientes es contar con una buena ubicación. Las o los dueños de negocios pueden desempeñarse mejor que la competencia y mejorar sus ventas si seleccionan una buena ubicación, que calce con las necesidades de sus clientes.

TIEMPO: 30 minutos

MATERIALES:

- Copia de Tabla Ubicación de mi negocio.
- Papel sábana
- Marcadores de color

PROCEDIMIENTO:

- Dibuje la tabla de ubicación de mi negocio
- Explique a las y los participantes que una vez que usted sabe quiénes serán sus clientes, puede seleccionar la mejor ubicación para su negocio. Veamos a partir de la recreación del mercado que se realizó.
- Analiza en grupo cómo las y los participantes que tuvieron que vender un producto o servicio, fueron buscando buenas ubicaciones.
- Analiza también en grupo cómo los participantes clientes compraron a partir de la ubicación de sus negocios.
- Luego pregunte a las y los participantes: ¿Qué es lo bueno de tener una buena ubicación? ¿Qué hicieron las y los que vendieron un producto o servicio para seleccionar una buena ubicación? ¿Qué deben considerar ustedes cuando estén tratando de seleccionar una ubicación?
- Al poner en discusión sus respuestas, ayude a las y los participantes a comprender lo que sería una buena ubicación para su idea de negocio: de fácil acceso para las y los clientes, lejos de la competencia, cerca de un lugar seguro para guardar y almacenar el dinero y los bienes, donde exista la necesidad por el producto o servicio que estará ofreciendo.
- Coloque la tabla a la pared para que todos puedan ver y comience a llenar con las y los participantes.

- Luego distribuya la tabla de ubicación de mi negocio y pida que llenen de manera personal de acuerdo a sus negocios.
- Complete la actividad pidiendo a las y los participantes que compartan con el grupo las ubicaciones que seleccionaron para sus negocios y porqué lo hicieron.

RESULTADOS

- Las y los participantes pueden determinar buenas ubicaciones para sus negocios.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

UBICACIÓN DE UN NEGOCIO: UNA DECISIÓN ESTRATÉGICA

La selección de la ubicación de una tienda o sucursal no es una tarea fácil y tiene un efecto directo sobre el futuro éxito o fracaso del negocio. La combinación de variables como la calidad del producto, el diseño del mismo y el servicio al cliente, son importantes para lograr las metas de ventas; sin embargo, si la ubicación del establecimiento no es planeada estratégicamente, no podrá optimizarse el desempeño de las ventas.

No existe un esquema ideal o estándar para el dilema de la localización de un negocio. Esto se debe a que las variables que involucran a cada tipo de empresa según sus características, giro, propuesta, entre muchas otras, crean una diferencia entre sus necesidades y por tanto en la manera en que aproxima el problema. Por ejemplo, la ubicación que para una tienda de artículos de primera necesidad llega a considerarse buena, puede no serlo para una tienda de alguna marca lujosa de ropa. Es decir, es más probable que un cliente esté dispuesto a destinar una mayor cantidad de tiempo a comprar una pieza de ropa de lujo que cumpla con las especificaciones que requiere; a que pretenda destinar este mismo tiempo a buscar una barra de pan o un galón de leche. Es por esto que aunque sería apropiado para una tienda de conveniencia establecerse donde exista tráfico en sectores habitacionales, no sería igual para una tienda de ropa la cual incluso puede llegar a generar por sí misma ese tráfico de clientes que necesita.

Actualmente, la localización de los establecimientos comerciales puede ser muy diversa. Desde dentro de un supermercado o centro comercial, hasta establecimientos independientes en zonas turísticas o en el centro de la ciudad, entre otros sitios. En cualquiera de los casos es posible encontrar ventajas y desventajas relevantes para su caso específico.

LA IMPORTANCIA DE LA BUENA LOCALIZACIÓN DE UN NEGOCIO

La ubicación de un negocio determina en gran medida su clientela, su duración y, en resumen, su éxito: hay que considerar que si bien es cierto que una apropiada localización ayuda a paliar algunas deficiencias administrativas que existan, una ubicación inadecuada afectaría gravemente a la gestión, incluso del comerciante más hábil. Así pues, una de las primeras tareas del emprendedor será conocer cuál será el lugar idóneo para llevar a buen puerto su negocio. Hay que elegir la mejor localización para tu negocio.

Ray Kroc, legendario promotor de McDonald's, decía "Los tres elementos esenciales para alcanzar el éxito en un negocio son: ubicación, ubicación y ubicación". Si bien esta frase podría ser apócrifa como casi todas las sentencias que se le adjudican, es perfectamente ilustrativa de la importancia de elegir el emplazamiento adecuado para

llevar a cabo un proyecto empresarial. Una consideración que no siempre ha merecido un análisis ponderado, pero en el que la mayoría de las cadenas de franquicia hacen especial hincapié.

Ahora bien, ¿qué es un buen local? En líneas generales, puede decirse que un buen local es aquel que maximiza la capacidad de un negocio para atraer clientes. Los puntos básicos a considerar al momento de buscar uno los podrás encontrar en las claves para elegir un local adecuado.

BIBLIOGRAFÍA

Clarkson, R. M., Clarke-Hill, C. M., & Robinson, T. (1996). UK supermarket location assessment.

Star, J., & Estes, J. (1990). Geographic information systems: An introduction. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.

Wheeler, A. K. (1997). Competitive Facility Location Strategies for Retail Firms. University of Georgia.

Copyright Emprende Pyme 2008 - 2013

Tabla 6
HOJA DE TRABAJO
LA UBICACIÓN DE MI NEGOCIO

Idea de negocio:tiempo:

La ubicación de mi negocio	¿Quedaría bien la ubicación de mi negocio con las necesidades de mis clientes? ¿Por qué?

CROQUIS DE LA UBICACIÓN DE MI NEGOCIO

ACTIVIDAD 3.5

ATRAYENDO A CLIENTES Y CALIDAD DEL PRODUCTO O SERVICIO

RESUMEN

Al momento de iniciar un negocio es importante contar con algunas cualidades, entre las cuales destacamos la relación interpersonal, en el caso de un emprendimiento esa relación se da con clientes y el cómo a través de la comunicación es posible atraer para que adquieran el producto o servicio. Para esto se propone una actividad donde se realiza una simulación de feria, donde habrá compradores, vendedores, productos y/o servicios. Todos se pondrán en situación recrearán la feria, al finalizar se reflexionará sobre los vendedores y sus cualidades en práctica para atraer clientes. Pero también la demostración de calidad del producto o servicio que ofertaban.

TIEMPO: 90 minutos

MATERIALES:

- Billetes de alasitas
- Bolígrafos
- Papelógrafos
- Maskín
- Marcadores
- Hojas de color
- Tijeras
- Colores o crayones

PROCEDIMIENTO:

1. La o el facilitador dirá a las y los participantes que se armará una simulación de una pequeña feria por el día del estudiante que en nuestro país se celebra cada 21 de septiembre.
2. Para dicha actividad se elegirán a 5 compradores quienes deberán salir del salón para recibir su consigna y un monto de dinero en (Bs.100 a cada participantes) para que realicen sus compras.
3. Por otro lado se dividirán al grupo de vendedoras y vendedores con la distribución del siguiente cuadro donde para elaborar sus productos solo podrán contar con tres hojas y un bolígrafo de papel blanco por participante que el municipio les está obsequiando por única vez:

Vendedores	Compradores
Se armarán cuatro puestos de vendedores de tarjetas: tres puestos fijos un ambulante	Deberán comprar pero teniendo claro el por qué están comprando el producto ¿Lo que más les llamó la atención?
Se armarán cuatro puestos de vendedores de flores de papel: tres puestos fijos uno ambulante	
También se invitarán a dos vendedores para que vendan lo que se les ocurra.	

PRIMERA RONDA

- Una vez listas y listos todos, la o el facilitador inicia el simulacro de feria por el día del estudiante durante 5 minutos, observando atentamente el comportamiento de cada uno de las y los participantes y básicamente la relación entre ellas y ellos es decir; compradores, compradoras y vendedoras, vendedores.
- Pasado el tiempo para el juego, se pide que nuevamente las y los compradores salgan del salón y se dirige a las y los vendedores para ofrecerles papel de color, maskin, marcadores. Bajo los siguientes precios:

• Cada hoja blanca comprarán a	Bs 5
• Cada hoja de color comprarán a	Bs. 10
• El marcador a	Bs. 30
• El maskin a	Bs. 30

Se les otorga unos minutos para que se preparen si gustan. Después del tiempo asignado se inicia la segunda ronda.

SEGUNDA RONDA

- Después del tiempo asignado se inicia la segunda ronda donde las y los compradores vuelven a visitar la feria por el día del estudiante, nuevamente la o el facilitador observa atentamente las acciones de cada uno de las y los participantes.
- Después de 5 a 10 minutos, en función de cómo se desarrolle la actividad se concluye la misma, invitando a las y los participantes al medio-círculo de reflexión.

8. Para esta etapa se pide a las y los participantes que nos compartan lo siguiente:
 - ¿Cómo se sintieron?
 - ¿Qué pasó en la actividad?
 - ¿Cómo se desarrolló la simulación de feria por el día del estudiante?
 - ¿Qué relación existió entre los participantes?
 - ¿Qué fue lo novedoso?
 - ¿Qué les llamó la atención a las y los compradores?
 - ¿Existió formas de atraer a las y los compradores, cómo fue?
 - ¿Qué diferencia detectan entre la primera y segunda ronda?
9. A través de las reflexiones de las y los participantes se debe enfocar el tema de la importancia de atraer a clientes, desglosando en un papelógrafo las características detectadas por las y los participantes.
10. Por otro lado que detecten en qué momento y de qué manera se dio el tema de calidad en la venta de los productos, también anotar sus características.

RESULTADOS:

Las y los participantes identifican la utilidad de elaborar productos de calidad y/o brindar servicios de calidad. Por otro lado de manera práctica ejercitan y reflexionan sobre la importancia de atraer a clientes hacia su producto y/o servicio.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

ATRAER CLIENTES

La primera pregunta obligada que debes hacerte es: ¿Quién es mi cliente? Describe a tu cliente y crea un perfil que te permita identificarlo para luego saber dónde buscarlo. Una vez determinado el perfil de tu cliente potencial sigue los siguientes pasos para atraer clientes a tu negocio:

TARJETA PERSONAL

Las tarjetas personales son la mejor manera de promocionarte y las más económicas. Es básico contar con una tarjeta personal y hacer que llegue a tantas manos como sea posible. Habla con viejos amigos, clientes, vendedores a los cuales les compras artículos, déjales tu tarjeta y pregúntales si conocen a alguien que necesite tus servicios y en caso contrario, si pueden tenerte presente por si llegase a surgir una oportunidad.

TU REPUTACIÓN ES TU MARCA REGISTRADA

¿Quién mejor para venderte que tú mismo? No hace falta que seas un gran orador para vender tus cualidades como emprendedor. Escribe tu Elevator Pitch (o conversación del ascensor, en español). El Elevator Pitch es un concepto norteamericano para emprendedores. Se basa en estar preparado para contar tu idea de negocio a un inversor que te podrías encontrar en un ascensor, lo cual implica que debe ser rápida. Normalmente a los emprendedores se les dice que tienen que tener: un resumen ejecutivo de 1-2 páginas, el plan de negocios de 20-30 páginas, la presentación corporativa (el power point) de 10-15 páginas y el Elevator Pitch de 30"-1'.

CONSIGUE CLIENTES A TRAVÉS DE TUS CLIENTES

Premia a tus clientes fieles por referirte a otros con características similares. Una excelente forma de conseguir más clientes de calidad es pidiendo a quienes ya son tus clientes que te refieran a otros conocidos con necesidades similares y a cambio de ello puedes ofrecerle algún beneficio adicional como descuentos, producto extra o algún obsequio atractivo que les motive a darte nombres. Esta estrategia funciona a la perfección siempre que tu cliente esté totalmente satisfecho con tu producto o servicio, pues te recomendará con todo gusto no sólo a uno sino a muchos. Cuando un cliente te estrecha la mano terminado el trabajo y está realmente satisfecho con la atención recibida, se nota y la voz se corre rápidamente.

SACA PROVECHO DEL CORREO ELECTRÓNICO

Comienza por incorporar a tus clientes en una lista de correo donde sepas el cumpleaños de cada uno y envía un email automático y personalizado para la llegada ocasión. Siempre es bueno enviar mensajes personalizados a nuestros clientes para recordarles, que los recordamos. Recibir por ejemplo, una felicitación por el nuevo año de parte

de tu negocio, puede alegrar el día de tu cliente y tal vez comente lo sucedido a algún colega que pueda estar interesado en tus servicios.

LA PÁGINA WEB QUE DE A CONOCER TUS PRODUCTOS O SERVICIOS

En esta época la web ha tomado un lugar importante para atraer clientes. Muchos buscamos en la red las empresas a donde queremos llegar mucho antes de siquiera hacer una llamada. Si tu empresa o negocio aún no tiene presencia virtual en internet, seguramente estás dejando de ser una opción para muchas personas. Y ello sin mencionar las estrategias más sofisticadas de la web para llegar a cientos de miles de clientes no solo locales sino internacionales.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://negocios.about.com/od/Marketing-y-ventas/tp/6-Ideas-Simples-Para-Atraer-Clientes.htm>, obtenido el 12 Mayo 2013.

De la web: <http://www.soyentrepreneur.com/como-atraer-mas-clientes-en-solo-3-pasos.html>, obtenido el 12 de Mayo 2013.

Tabla 7
HOJA DE TRABAJO
CÓMO ATRAERÉ A MIS CLIENTES

Idea de negocio:..... **Tiempo:**.....

¿Qué cosas haría para atraer a mis clientes?	¿Qué cosas me diferenciara de la competencia?

Parte 2



Costos

UNIDAD 4

MIS VENTAS Y LOS COSTOS PARA INICIAR MI NEGOCIO

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
MIS COSTOS PARA OBTENER GANANCIAS	4.1 NECESIDADES Y DESEOS	Identificar necesidades de primer y segundo orden en la vida de las personas.	Lluvia de ideas.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Cinta adhesiva o Maskín • Tablas de necesidades y deseos. 	60 Minutos
	4.2 COSTOS DE CAPITAL Y OPERATIVOS	Distinguir entre los costos de capital y operativos a la hora de hacer costos para su negocio.	Construcción de tarjetas imaginarias.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas. 	45 minutos
	4.3 MIS COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO	Calcular el costo total de lo que implica iniciar un negocio.	Lluvia de ideas sobre los costos de capital y operativos.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas. 	35 minutos
	4.4 MIS GANANCIAS	Determinar que todos los ingresos por ventas de producto o servicio no representa la ganancia.	Historia de un personaje	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas 	60 minutos
	4.5 DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS	Aprender a distribuir de manera ordenada en todos los gastos que implica el presupuesto.	Escenarios de Ganancia de María.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas. 	60 minutos
RESULTADOS	Las y los participantes aprenden a calcular muy bien sus costos que le permiten seguir viviendo y que los deseos tienen el carácter de ser esperados. Además aprenden calcular costos de inicio de negocio, para luego determinar sus ganancias y distribuir sus ganancias.				

ACTIVIDAD 4.1

NECESIDADES Y DESEOS

RESUMEN

Planear una idea de un negocio no puede ser algo aislado. Debemos considerar nuestras vidas personales y las cosas para las cuales necesitamos el dinero. En esta actividad, las y los participantes comienzan a distinguir entre las cosas que *necesitan* para estar seguras, seguros y saludables, y las cosas que *desean*, la cuales no son tan esenciales.

TIEMPO: 60 minutos

MATERIALES

- Papelógrafos
- Marcadores
- Tablas de Necesidades y Deseos
- Cinta adhesiva o Maskín

PROCEDIMIENTO:

1. Explique a las y los participantes: "Todos sabemos que iniciar un negocio es una forma de ganar dinero. Pero es importante discutir primero, para qué utilizaremos ese dinero en nuestra vida personal."
2. Pregunte a las y los participantes: "¿Cuál es el monto mínimo de dinero que ustedes necesitan para cubrir sus Costos de vida durante una semana?". Es posible que no estén habituados a calcular los costos de vida semanalmente, entonces convendrá ayudar a aclarar este punto.
3. Probablemente las y los participantes sugerirán diferentes cantidades. Encuentre el promedio aproximado de las diferentes sugerencias.
4. Escriba esta cantidad mínima en la parte de arriba papelógrafo. Pregunte a las y los participantes: "Si ustedes tuvieran solamente esta cantidad para vivir durante una semana, ¿en qué gastarían el dinero?" Escriba las respuestas en el papelógrafo debajo de la cifra mínima.
5. En otro papelógrafo, escriba otra suma que sea un poco más alta. Pregunte a las y los participantes: "Ahora que pasaría si ustedes tuvieran esta cantidad para vivir durante una semana, ¿en qué la gastarían?" Escriba las respuestas en el papelógrafo debajo de esa cifra.
6. Despliegue las dos hojas una a la par de la otra. Pregunte a las y los participantes: "¿Son todas las cosas en las que gastamos dinero, esenciales para vivir? Use las respuestas de las y los participantes para introducir lo siguiente:

- Hay algunas cosas que compramos que son esenciales (ejemplo: alquiler, comida, alquiler, estudios, etc.). En este curso, a esas cosas se les llamará “necesidades” y los costos de esas necesidades la denominaremos “costos de vida”
 - Existen otras cosas que compramos o dinero que ahorramos, que no son tan esencial para vivir (ejemplo: radios, dulces, ahorros, etc.). Estos tienen diferentes niveles de importancia en nuestras vidas; pero pueden comprarse más tarde, pueden esperar. En este curso, a estas cosas se les llamarán “deseos.”
7. En forma grupal, lea cada papelógrafo. Luego, al lado de cada artículo, escriba necesidad o deseo. Durante esta parte de la actividad, recuerde lo siguiente:
 - Cuando las y los participantes están en desacuerdo sobre un artículo en particular, motívelos a discutir sus distintas opiniones. Si no llegan a un consenso, escriba tanto deseo como necesidad, a lado del artículo.
 - Lo que es un deseo para una persona, puede ser una necesidad para otra.
 - Ciertos artículos, como el alquiler de una habitación y la ropa son esenciales, y por lo tanto, son una necesidad. Sin embargo, podría ser que algunos o algunas participantes no puedan pagarlos.
 - Un deseo es algo que puede posponerse. No es tan esencial como una Necesidad.
 8. Discuta con las y los participantes las diferencias entre las distintas hojas. Usualmente, conforme aumenta el monto de dinero disponible, aumenta el número de deseos.
 9. Pregunte a las y los participantes: “¿Por qué creen ustedes que existe esa diferencia entre la cantidad de necesidades y deseos en cada hoja?” Ayude a que las y los participantes comprendan que, a veces, cuando tenemos dinero extra, es más fácil concentrarse menos en nuestras necesidades y pensar más en nuestros deseos.
 10. Reparta las fotocopias de la tabla “Mis costos de vida” y tabla “Mis deseos” a todos las y los participantes y pida que llenen la misma con información real de todos los gastos que realizan ordenando la información en la tabla “Mis costos de vida” y la tabla “Mis deseos”.
 11. Explique a cada una y uno de las y los participantes que por cada artículo, pueden hacer lo siguiente:
 12. En la columna titulada “Cuántos”, escribir el número de artículos que comprarían para una semana.
 13. En la columna titulada “Costo unitario”, escribir la cantidad que costaría comprar solo uno de esos artículos.
 14. En la columna etiquetada “Costo total,” escribir la cantidad total de dinero que necesitarían para ese artículo en una semana. Explique que tienen que multiplicar el número de la columna de “Cuántos” por el número en la columna “Costo unitario”. Escriba algunos ejemplos de estos cálculos en el papelógrafo para asegurarse de que todos entiendan.

15. Visite a las y los participantes y guíelos para que calculen cuánto gastarían en cada artículo por semana. Nota: Es posible que algunos participantes necesiten calcular el costo diario en vez del costo semanal total. Guíe a las y los participantes a lo largo del curso para asegurarse de que todos sus cálculos se realicen en forma consistente sobre una base diaria.
16. Cuando las y los participantes hayan completado esta parte de las tablas, guíelos para que sumen los números de la columna de costos totales, para que calculen sus costos de vida totales para la tabla "Mis costos de vida".
17. Explique que a partir de este punto del curso, siempre se referirán a estos cálculos como sus costos de vida totales. Como ellas y ellos adquirirán Deseos en distintos momentos, dependiendo de cuánto dinero tengan, no necesitan sumar los costos totales para los deseos. Pueden referirse de nuevo a la Tabla "Mis deseos" para recordar cuánto costaría cada Deseo en forma individual.
18. Las y los participantes requerirán de apoyo y de motivación para trabajar en estos cálculos. Durante o después de esta actividad, trabaje en forma individual con cada una y uno de las y los participantes. Repase las tablas. Asegúrese de que éstos reflejen la situación real de sus condiciones vida.
19. Para concluir esta actividad, pregunte a las y los participantes: "¿Qué aprendieron cuando estaban tratando de calcular sus costos de vida?"

RESULTADOS

- Las y los participantes comprenden la diferencia entre necesidades y deseos.
- Las y los participantes entienden como determinar sus costos de vida semanales.

LECTURAS COMPLEMENTARAS

NECESIDADES Y DESEOS

Considerando que la mercadotecnia es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales se identifican las **necesidades** y **deseos** de los consumidores y clientes para satisfacerlos de la mejor manera posible; resulta conveniente señalar, que los mercadólogos necesitan conocer y entender a profundidad en qué consisten las **necesidades** y **deseos** para estar mejor capacitados para proporcionar productos y servicios que satisfagan a sus clientes.

LAS NECESIDADES

Según Richard L. Sandhusen, las necesidades son estados de carencia física o mental. Dicho en otras palabras, las necesidades son aquellas situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo.

En un sentido amplio, las **necesidades** se dividen en funcionales o psicológicas. Así, la necesidad de alimentos, aire, agua, ropa y vivienda son consideradas necesidades funcionales, básicas o biológicas porque el cuerpo humano las necesita para sobrevivir. En cambio, la necesidad de seguridad, afecto, pertenencia, estima o autorrealización, son necesidades psicológicas porque tienen relación con las emociones o sentimientos de la persona (Stanton William: 2004).

Ahora, cuando una **necesidad** es excitada o estimulada se convierte en un motivo. De este modo, el motivo es una necesidad lo bastante estimulada como para impulsar a un individuo a buscar satisfacción (Sandhusen Richard:2002) Por ejemplo, El hambre impulsa al ser humano a buscar alimento, el frío a buscar abrigo, el temor a buscar seguridad, la soledad a buscar compañía y afecto, etc... Por tanto, si una persona necesita algo busca la manera de satisfacerla. Pero, ¿qué sucede cuando el ser humano (y esto se da en la gran mayoría de los casos) no puede satisfacer todas sus necesidades? El psicólogo Abraham Maslow, identificó una jerarquía de 5 niveles de necesidades, dispuestos en el orden en que las personas tratan de satisfacerlas (Stanton William: 2004). Estos cinco niveles (de abajo hacia arriba), son los siguientes:

BBLIOGRAFIA

Del libro: Mercadotecnia, de Sandhusen Richard, Compañía Editorial Continental, 2002, Pág. 3.

Del libro: Fundamentos de Marketing, de Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 119.

Fraser, Morgan, Naker; "Manual de Caja de Herramientas", Ed. 2003, Pag. 110 -121.

Tabla 8
HOJA DE TRABAJO MIS COSTOS DE VIDA

MIS NECESIDADES	CUÁNTOS	X	COSTO UNITARIO	=	TOTAL
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
TOTAL					

**Tabla 9
HOJA DE TRABAJO MIS DESEOS**

MIS DESEOS	CUANTOS	X	COSTO UNITARIO	=	TOTAL
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
TOTAL					

ACTIVIDAD 4.2

COSTOS DE CAPITAL Y OPERATIVOS

RESUMEN:

Los costos de capital y costos operativos pueden ser una complicación al momento de entender de manera práctica, en este caso las cosas se simplifican, gracias a la utilización del ejercicio de la construcción de tarjetas imaginarias, donde las y los participantes mencionan todas las cosas que se requieren para la construcción de dichas tarjetas. Por medio del ejercicio de las tarjetas la o el facilitador ayuda a las y los participantes a llenar dos tablas, los de costos de capital y costos operativos, los cuales resulta la manera más práctica para comprender los contenidos de los temas mencionados.

Finalmente las y los participantes realizan el ejercicio de llenar las tablas con sus propias ideas de negocios

TECNICA: Llenado de tablas

TIEMPO: 45 Min.

MATERIALES:

Papelógrafos
Marcadores
Maskín
Copia de tablas

PROCEDIMIENTO:

Mencione que en anteriores ejercicios construyeron y vendieron tarjetas, pero nunca se preguntaron cuanto de material utilizaron o mejor dicho botaron, y cuánto costaría realizar un producto como ese.

Pida a las y los participantes que le ayuden a realizar una lista de todos los materiales que utilizaron para construir las tarjetas en los anteriores ejercicios. Incluso podemos aumentar otros materiales más que nos puedan ayudar a mejorar nuestras tarjetas artesanales.

Debe anotar toda la lista en un papelógrafo de modo que todos puedan leer claramente.

Mencione que en la lista tenemos materiales que se requieren comprar una sola vez y materiales que se requieren comprar cada vez.

Con ayuda de las y los participantes marque con diferentes colores de marcador los materiales que se requieren comprar una sola vez, mencione que a esos materiales les llamaremos COSTOS DE CAPITAL, mientras que a los otros materiales que están marcados con diferente color y que debemos comprar cada vez, lo llamaremos COSTOS OPERATIVOS.

Muestre las tablas dibujadas previamente de costos de capital y operativos y péguelos en la pared para que todos puedan verlo.

MIS COSTOS DE CAPITAL

Idea de negocio: tiempo:

Una sola Vez	Cuántos	x	Costo por uno	=	Costo Total
		x		=	
		x		=	
		x		=	
TOTAL					

MIS COSTOS OPERATIVOS

Idea de negocio: tiempo:

Siempre	Cuántos	x	Costo por uno	=	Costo Total
		x		=	
		x		=	
		x		=	
TOTAL					

Mencione a las y los participantes que ahora trasladaremos todos los costos de capital a la tabla, pero pida que le ayuden a poner los precios de cada uno de los artículos según los costos de la región en la que se encuentran.

De la misma forma pida a las y los participantes que le ayuden a trasladar los costos operativos y poner los respectivos precios a cada uno de los materiales.

Es importante que el cálculo de la cantidad de materiales tenga que tener relación directa con las proyecciones de ventas realizadas anteriormente.

Una vez realizado el ejemplo entregue a cada uno de los participantes las dos tablas, de costos de capital y operativos para que llenen y trabajen con sus costos de idea de negocio que tiene cada participante.

Apoye a las y los participantes en el llenado de sus tablas acercándose a sus asientos y absolviendo sus dudas.

Es posible que en algunos casos no se tenga una información exacta de los precios de diferentes materiales, en ese caso, tendrán que manejar aproximaciones con el fin practicar, con el compromiso de que esas tablas deberán ser corregidas posteriormente, para que tenga relación con la realidad.

RESULTADOS:

- Las y los participantes reconocen adecuadamente los conceptos de costos operativos y costos de capital.
- Las y los participantes incorporan en sus ideas de negocios los dos conceptos de manera práctica.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

¿QUÉ SON LOS COSTOS?

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

El decir costos, son los desembolsos que tiene que realizar un emprendimiento para que sus actividades se desarrollen normalmente.

Los COSTOS se miden en cantidades de dinero.

De la definición anterior, se hace la diferencia entre costos operativos y costos de capital.

LOS COSTOS OPERATIVOS

En un emprendimiento, son todos los gastos que se hacen cada cierto tiempo ya sea en cubrir gastos en ambiente y/o servicios básicos y en la compra de insumos o materia prima que al producir un producto o servicio tiene la propiedad de acabarse, por lo tanto se debe renovar esos insumos, ejemplo en una fábrica de costura: hilo, tela, botones, luz, agua, alquiler, etc.

En consecuencia es la sumatoria de todos los gastos en que incurre el emprendimiento durante el proceso productivo, que además se debe comprar y pagar Cada Vez. (Fraser, Morgan, Naker: 2003).

LOS COSTOS DE CAPITAL

En un emprendimiento, son todas las cosas que se necesitan comprar y pagar antes de comenzar a producir y/o vender los productos o servicios.

Los costos de capital también llamados costos de equipamiento son las herramientas o equipos que se necesita para producir, que normalmente duran mucho tiempo y que se compra una sola vez, ejemplo en una fábrica de Costura: máquinas de coser, mesa, estante, etc. (Fraser, Morgan, Naker: 2003).

BIBLIOGRAFÍA

De la web: « <http://definicion.de/costo/#ixzz2PntGgpy8>», wordPress-2008, obtenido en fecha: 1 de Abril 2013.

Fraser, Morgan, Naker; "2003 Del Libro: Manual de Caja de Herramientas", Ed. 2003, Pag. 92-100.

Tabla 10
HOJA DE TRABAJO
MIS COSTOS DE CAPITAL

Idea de negocio: tiempo:

Una sola Vez	Cuántos	X	Costo por uno	=	Costo Total
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
TOTAL DE LO QUE NECESITARE UNA SOLA VEZ					

Tabla 11
HOJA DE TRABAJO
MIS COSTOS OPERATIVOS

Idea de negocio: tiempo:

Siempre	Cuántos	X	Costo por uno	=	Costo Total
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
TOTAL DE LO QUE NECESITARE SIEMPRE					

ACTIVIDAD 4.3

MIS COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

RESUMEN

En la anterior actividad las y los participantes calcularon sus costos de capital y sus costos operativos. Ahora están listas y listos para ver sus Costos de Inicio del Negocio. Luego considerarán si sus costos de inicio del negocio son muy altos y a partir de ello poder realizar ajustes al mismo.

TIEMPO: 35 minutos

MATERIAL:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes

PROCEDIMIENTO

Primera Parte - Introduciendo la Tabla Mis costos de inicio del negocio

1. Explique a las y los participantes: "Esta actividad les ayudará a determinar sus costos totales de inicio de sus negocios y qué hacer si éstos son muy altos."
2. Coloque en la pared el papelógrafo de la Tabla "Mis costos de inicio del negocio", de manera que todos las y los participantes puedan verla claramente.
3. Explique que con el fin de calcular los costos de inicio del negocio, usted debe sumar los costos de capital y los costos operativos.
4. Transfiera los totales para los costos de capital y los costos operativos a la Tabla "Mis costos de inicio del negocio", según se indica en el ejercicio anterior de manera que todos puedan ver la secuencia.
5. Complete los cálculos y asegúrese de que todos entiendan.
6. Explique a las y los participantes que el grupo acaba de trabajar en algunos conceptos de negocios muy importantes. Tome un tiempo para repasar los términos una vez más, y para responder cualquier pregunta que puedan tener.
7. Discuta los términos de abajo con las y los participantes en relación con el trabajo que ellos acaban de completar. Asegúrese de que las y los participantes se sientan familiarizados con estos términos antes de seguir adelante.

- Costos de capital: el costo total de los artículos que usted necesita comprar Una sola vez con el fin de iniciar su negocio
 - Costos operativos: el costo total de las cosas que usted necesita comprar Siempre (por ejemplo, cada semana) con el fin de continuar operando su negocio
8. Costos de inicio del negocio: la cantidad total de dinero que usted necesita para iniciar su negocio (es decir, costos de capital + costos operativos)
 9. Pregunte a las y los participantes: "¿Tienen ustedes el dinero que necesitan para iniciar su negocio?" Note que la mayoría de las y los participantes probablemente no tienen suficiente.
 10. Explique a las y los participantes "Muchas veces para iniciar un negocio, no tenemos el dinero suficiente para comenzar como quisiéramos, pero podemos realizar un ejercicio de analizar, que cosas de nuestra lista de Costos de Capital y de los Costos Operativos son realmente necesarios o podemos reducir esos costos si tenemos otras estrategias para conseguirlos"
 11. Explore con las y los participantes estas opciones, las mismas pueden ser: "prestarse alguno de los materiales de sus familiares" "reparar algunas cosas que parecen viejas" "no comprar lo que no es realmente necesario para iniciar" "comprar a medio uso", etc.
 12. Pida a las y los participantes que vuelvan a ver su trabajo. Y si fuera necesario, hágales que busquen alternativas para disminuir sus costos de inicio del negocio.
 13. Visite a las y los participantes para dar la asistencia requerida.
 14. Para repasar esta actividad, pregunte a las y los participantes: "¿Qué aprendieron cuando estaban calculando sus costos de inicio del negocio?"

RESULTADOS

- Las y los participantes pueden definir y entender lo que son costos de inicio del negocio.
- Las y los participantes determinan los costos para iniciar y operar sus negocios.
- Las y los participantes examinan cómo disminuir sus costos de inicio del negocio, en caso necesario.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

LOS COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

Consiste en el cálculo que se tiene que realizar, para saber exactamente cuánto se necesitará comprar las cosas que necesita una vez (costos de capital) y pagar sus costos operativos para la primera venta de su emprendimiento.

Para saber cuáles son los costos de inicio del emprendimiento se debe realizar la suma de los costos de capital y los costos operativos.

El costo de inicio nos permite saber cuánto dinero necesitamos exactamente para comenzar un emprendimiento económico y a partir de ello poder determinar las estrategias a seguir por ejemplo si vemos que los costos de capital son muy altos podemos ver diferentes estrategias para reducir esos costos ya que al planificar un nuevo emprendimiento se tiende a que queramos comprar todas las cosas nuevas y muchas veces no tan necesarias para iniciar y las mismas se pueden ir comprando luego, entonces se debe realizar un profundo análisis para determinar qué cosas podemos comprar a medio uso o tal vez solo reparar alguna que se tiene en casa o pedir prestado de algún familiar, etc.

De esta manera los costos de inicio no solo es la suma de los Costos de Capital y Costos Operativos sino es la fase donde se realiza un profundo análisis del mismo para determinar las siguientes estrategias. (Fraser, Morgan, Naker: 2003)

En otras palabras, para determinar cuánto dinero se necesita para comenzar su negocio, uno debe calcular los costos por lo menos para los primeros meses. Todos los negocios son diferentes y tienen necesidades de efectivo específicas en diferentes etapas de desarrollo, por lo que no hay un método universal para determinar los costos de iniciar un negocio. Algunos negocios pueden comenzar con un presupuesto reducido mientras otros requieren de una inversión considerable en inventario o equipo. Es de importancia vital saber que tiene el dinero suficiente para abrir su propio negocio.

Una formula simple sería:

COSTOS OPERATIVOS + COSTOS DE CAPITAL = COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

BIBLIOGRAFÍA

Fraser, Morgan, Naker; "2003 Del Libro: Manual de Caja de Herramientas", Ed. 2003, Pag. 101-109.

Tabla 12
HOJA DE TRABAJO
MIS COSTOS DE INICIO DEL NEGOCIO

Idea de negocio:.....**tiempo:**.....

COSTOS DE CAPITAL	
COSTOS OPERATIVOS	

ACTIVIDAD 4.4

MIS GANANCIAS

RESUMEN

Una vez que se tienen determinados los costos de vida, costos de capital, costos operativos y con cuanto iniciará el negocio es necesario identificar cuál será la ganancia. Para esto en la actividad se presenta diferentes escenarios para que las y los participantes ayuden a determinar las ganancias de un personaje de historia. Al finalizar, todos las y los participantes después de haber discutido y compartido argumentos sobre el mejor escenario, aplican este ejercicio con sus propias ideas de negocio.

TIEMPO: 60 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Maskín
- Marcadores

PROCEDIMIENTO

1. Para el desarrollo de esta actividad, primero se comparte a las y los participantes que al momento de determinar ganancias, debemos considerar la siguiente formula:

DETERMINANDO GANANCIAS	
VENTAS	
COSTOS OPERATIVOS	
GANANCIAS	

2. Explique al grupo que ahora verán algunos escenarios en los cuales las ganancias de Ana cambian.
3. Divida a las y los participantes en tres grupos. Entregue a cada grupo un escenario de ganancias distinto. Pida a cada grupo que revise su Escenario de Ganancias.
4. Ponga a los grupos a calcular las ganancias de Ana usando los escenarios que se les entregó. Asegúrese que las y los participantes entiendan lo que hay que hacer antes de seguir adelante.
5. Una vez que las y los participantes hayan completado sus trabajos, pida a todos los grupos que presenten sus escenarios de ganancias y cálculos en plenaria. Dirija una pequeña discusión luego de cada presentación. Algunas de las posibles preguntas para iniciar las discusiones son las siguientes:
 - **Escenario de Ganancias #2:** “¿Cómo cambiaron las ganancias de Ana cuando aumentaron sus Costos Operativos?”
 - **Escenario de Ganancias #3:** “¿Cómo cambiaron las ganancias de Ana cuando sus Ventas decrecieron?”
 - **Escenario de Ganancias #4:** “¿Cómo cambiaron las ganancias de Ana cuando ella aumentó el precio de venta?”
6. Pida a las y los participantes que revisen la tabla de costos operativos y la tabla de mis ventas y copien los resultados finales en las casillas que corresponden.
7. Ahora pida a las y los participantes que calculen sus ganancias restando los costos operativos de sus ventas. Dígales que utilicen los escenarios de ganancias de Ana como guía.
8. Comparta con el grupo alguno de los trabajos realizados y reflexione sobre la importancia de conocer esta regla de oro para hacer negocios y saber cuánto dinero puede disponer para gastarlo en gastos personales y cuánto dinero debe conservar para mantener el negocio.

RESULTADOS:

- Las y los participantes practican diferentes posibilidades y escenarios para determinar sus ganancias.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

GANANCIA

Ser capaz de determinar las ganancias es una herramienta extremadamente valiosa para cualquiera en ventas o en otras áreas de negocios. Esta función de contabilidad ayuda a decidir cómo evaluar los bienes y servicios para así poder alcanzar una cantidad apropiada de ganancias. Aprender cómo calcular las ganancias requiere tener acceso a los registros del negocio en cuanto a ventas, costo de los bienes vendidos y gastos de operaciones, los cuales se encuentran en el estado de ingresos de una compañía. (Web: Cálculo de ganancias)

El concepto de ganancia se usa en el contexto de la economía las finanzas públicas

1. Valor del producto vendido, descontando el costo de los insumos y la depreciación, pagos a los factores contratados, tales como salarios, intereses y arriendos. Por lo tanto, la ganancia es la retribución implícita a los factores aportados por los propietarios de la empresa.
2. Valor del producto neto vendido menos los pagos a todos los factores productivos, incluyendo el costo de oportunidad de los factores aportados por los mismos propietarios de la empresa. En este concepto, la ganancia es la compensación al propietario por su iniciativa y esfuerzo en asumir el riesgo.

La ganancia es el objetivo básico de toda empresa o emprendimiento económico, para obtener beneficios, como resultado de sus operaciones de venta de sus productos o servicios puestos al mercado.

La fórmula para obtener las ganancias, tiene que ver con la resta entre:

VENTAS TOTALES - COSTOS OPERATIVOS = GANANCIAS. (Fraser, Morgan, Naker: 2003)

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://es.wikihow.com/calcular-tus-ganancias>, obtenido el 1 de abril de 2013.

De la web: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/G/GANANCIA.htm>, obtenido el 1 de abril 2013

Fraser, Morgan, Naker; del Libro: "Manual de Caja de Herramientas", Ed. 2003, Pag. 110 -121.

Tabla 13
HOJA DE TRABAJO
DETERMINANDO MIS GANANCIAS

Idea de negocio: tiempo:

DETERMINANDO GANANCIAS	
VENTAS	
—	
COSTOS OPERATIVOS	
=	
GANANCIAS	

ESCENARIOS DE GANANCIAS

Escenario de Ganancias #1: Ana obtiene una ganancia

Ana está lista para hacer sus primeras 30 tarjetas. Ella compra los materiales y gasta_____.

Ella utiliza todos sus materiales para hacer las 30 tarjetas. Cuando quedan listos, ella comienza a venderlas en el mercado. Al final de la semana, ha vendido las 30 tarjetas a 20 Bs. cada uno.

¿Podría ayudarle a Ana a calcular sus ganancias para esa semana?

Escenario de Ganancias #2: Incremento en los costos operativos de Ana

Ana gasta _____ Bs. en sus insumos o materiales. También decide viajar al mercado en bus, lo que le cuesta 5 Bs.

Ella usa todos sus insumos para hacer 30 tarjetas. Al final de la semana, Ana ha vendido las 30 tarjetas a 20 Bs. cada uno.

¿Podría ayudarle a Ana a calcular sus ganancias para esa semana? ¿Cómo han cambiado?
¿Por qué?

Escenario de Ganancias #3: Las ventas de Ana disminuyen

María gasta _____ Bs. En sus insumos.

Ella usa todos sus insumos para hacer 30 tarjetas. Al final de la semana, Ana ha vendido solo 28 Tarjetas a 20 Bs. cada uno.

¿Podría ayudarle a Ana a calcular sus Ganancias para esta semana? ¿Cómo han cambiado?
¿Por qué?

Escenario de Ganancias #4: Las ganancias de Ana aumentan

María gasta _____ Bs. en sus insumos.

Ella usa todos los insumos para hacer 30 tarjetas. Esta vez, decide aumentar el precio. Al final de la semana, María ha vendido las 30 tarjetas a 25 Bs. cada uno.

¿Puede ayudarle a Ana a calcular sus ganancias para esa semana? ¿Cómo han cambiado?
¿Por qué?

ACTIVIDAD 4.5

DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS

RESUMEN

Las y los participantes ya han pensado en el dinero que pueden obtener como ganancia. Las diferentes decisiones que se vayan a tomar respecto al destino de las ganancias, son habilidades de cada persona y a eso se lo llama presupuestar.

Para ello se utilizara la historia de María y su escenario de ganancias y cómo va presupuestando.

El buen manejo de los recursos económicos debe convertirse en un propósito permanente en las familias. La clave está en edificar un presupuesto sincero y acorde a las entradas económicas y gastos del hogar. Mucha gente piensa que crear un presupuesto es hacer recortes o hacer mucho con poco dinero. Pero lo cierto es que al hablar de presupuesto, se están administrando los ingresos de tal forma que no haya un déficit al final del mes.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes
- Libro de ingresos y egresos

PROCEDIMIENTO:

1. Explique a las y los participantes que ahora q sabemos cómo calcular las ganancias, es importante ver las decisiones que tomamos cuando las vamos a gastar.
2. Lea la historia de María sobre sus ganancias que tiene de su negocio de venta de tambores.
3. Reflexione con las y los participantes sobre el primer escenario de ganancias de María y las prioridades que debe tomar para poder hacer un presupuesto. Pregunte ¿Por qué hace María de ese modo su presupuesto? ¿Para tener mayor ganancia, María qué debería hacer?
4. Reflexione con las y los participantes sobre las ganancias que tuvo María esta semana y cómo fue tomando la decisión de distribución de sus ganancias.
5. Pregunte a las y los participantes ¿Ahora que María tuvo mayor ganancia qué otras cosas aumentaron como necesidad? ¿Por qué es importante tener un ahorro?

6. Luego de hacer las reflexiones, distribuya la tabla de presupuestos para llenar a partir de su proyección de ventas y sus ganancias.
7. Reflexione con las y los participantes sobre sus presupuestos y cómo han priorizado sobre esa distribución.

RESULTADOS

Las y los participantes toman decisiones en la distribución de sus ganancias según la priorización de sus necesidades, así mismo consideran tener ahorros pensando en el futuro.

ESCENARIO: HISTORIA DE MARÍA Y SU PRESUPUESTO

María es una joven que se quedaron huérfanas ella y su hermana menor, María dejó a su pequeña hermana con su tío y ella tuvo que huir porque la explotaba en el trabajo su tío y no le daba dinero para sus gastos, María al huir no llevó ropa y por ello le urge conseguir ropa, alimentación y un lugar donde vivir.

María, al estar caminando muy triste por las calles, conoció a otros jóvenes con negocios quienes la motivaron a tener su propio negocio y poder ganar dinero para mantenerse económicamente a ella y a su hermana. María conoció a una amiga llamada Ana, quien vivía sola y decidió compartir la habitación con María y también a compartir los gastos de alquiler.

Escenario 1: Fue así que María inicio un negocio de venta de tambores, pero para ello tenía que fabricar ella misma. Pasado un tiempo María consiguió fabricar 20 tambores y vendió cada una a 15 Bs. cada una.

María al cabo de una semana consiguió vender todos los tambores teniendo como ingresos de ventas de 300 Bs. Pero de ellos ella destino 100 Bs. para seguir fabricando más tambores, también tomó los 200 Bs. que dijo que eran sus ganancias, los mismos tomó la decisión de distribuir en:

Alquiler 50 Bs.
Costos de Vida 60 Bs.
Pago a su tío por cuidar a su hermana 50 bs.
Ropa 40 Bs.

Escenario 2: María considera que debe ganar más dinero, porque el dinero que había ganado apenas había alcanzado para sobrevivir. Por ello consigue fabricar más tambores y subir un poco el precio de sus tambores porque se había esmerado mucho más en su fabricación, y así vender cada una a 20 Bs. cada uno. María al final de la semana consigue fabricar 30 tambores y vender todos y había visto que son los turistas quienes son sus comparadores en la mayoría de los tambores que había vendido en las distintas ferias de la ciudad. Fue así que tuvo un ingreso de 600 Bs. por el total de los tambores vendidos y decide reservar 150 Bs. para seguir fabricando sus tambores. Y decide que sus ganancias son 450 Bs. de la semana y los distribuye en:

Alquiler 50 Bs.
Costos de Vida 150 Bs.
Pago a su tío por cuidar a su hermana 50 Bs.
Ropa 70 Bs.
Ahorro 100 Bs.
Deseos 30 Bs.

María al hacer un presupuesto equilibrado piensa que es muy importante ahorrar para cualquier necesidad de emergencia, por ello decide seguir ahorrando cada vez.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

LA IMPORTANCIA DE HACER, TENER Y SEGUIR UN PRESUPUESTO PERSONAL

Cuando nosotros pensamos en la palabra “presupuesto” seguro pensamos que es algo innecesario porque si tienes el dinero no tienes que seguir ningún plan. Pero todos sabemos que la mayoría de las veces nosotros gastamos más de lo que hacemos en cuanto se habla de dinero porque no somos millonarios y mucho de nosotros no tenemos presupuestos personales para poder tener en cuenta nuestros gastos.

Es muy importante hacer, tener y seguir un plan de presupuesto y si no tiene uno pues ya es tiempo de hacer uno para poder controlar sus gastos y conservar un poco de dinero al final de la semana, el mes o el año. Si usted no tiene uno, siga este paso para poder controlar su dinero y gastar menos.

1. Hacer un presupuesto (lo más importante) – Hacer un presupuesto es como admitir que usted tiene un problema porque eso es el primer paso. La persona tiene que saber si está gastando más de los que se gana por mes y si sabe que gasta más de lo que se gana pues ya sabe que tiene un problema. Si tiene una familia es importante hacer un presupuesto porque con una familia se gasta mucho más. El presupuesto se empieza con usted sabiendo y escribiendo cuánto gasta en cosas como lo siguiente: utilidades de la casa o lugar de renta, pago de la hipoteca sobre la renta, seguros de coche(s) y médico, pago de teléfono, cable, Internet, impuestos, gasolina para el automóvil, comida, entretenimiento, préstamos y mucho más. Se sabe que cada mes hay cosas que pasan donde uno no planifica ese gasto, por ejemplo, si se daña el carro o hay que viajar de emergencia. Hay que planificar el presupuesto para los gastos que no fueron planificados también. Cuando usted sabe lo mínimo que tiene que tener para poder cubrir esos gastos, ya tiene una base de costos. La base la puede usar como su presupuesto del mes. El próximo paso sería de cómo planificar ese presupuesto para poder rebajar algunos de esos gastos si puede y también cómo poner dinero al lado de reserva, para su retiro, si quiere tomar esa vacación que nunca has podido porque siempre está corto de dinero.

2. Tener un presupuesto – Si ya sabes o tienes la base de tus gastos para el presupuesto, ahora tienes que ponerlo todo junto para ver cada categoría de esos gastos y estar pendiente de esos gastos. Hay muchas personas que saben lo mínimo que pueden gastar por mes pero ellos nunca lo ponen en forma escrita. Yo sé que algunas veces si yo no tengo algo escrito, a mí se me olvida y pasa lo mismo cuando uno tiene un presupuesto.

3. Seguir tu presupuesto – El último paso es el de seguir el presupuesto que has planificado. Si quieres lograr algunas cosas en la vida, tienes que planificar cómo hacerlo. Es como la resolución que hacen miles de personas cada año nuevo porque dicen que van a hacer algo, pero al final de día no lo hacen o no siguen ese plan.

Usted también puede hablar con sus familiares o amigos/amigas que lo ayuden con su plan para que cada vez que ellos sepan o vean que usted está haciendo algo afuera del plan le avise y le recuerde su meta.

Sabemos que tener un plan de presupuesto no es fácil para todos y si tiene una familia grande no es más fácil tampoco pero con dedicación y mucha cuenta con sus gastos usted puede controlar sus gastos. Haga su plan de presupuesto, póngalo en un lugar donde se pueda recordar o ver todos los días y siga ese plan para poder controlar más sus finanzas personales.

LA IMPORTANCIA DEL AHORRO

Se deben tener muchas cosas en cuenta a la hora de ahorrar para el futuro. Lo fundamental es empezar a ahorrar cuanto antes e incrementar el ahorro. Nadie puede controlar las tasas de interés, ni predecir con exactitud qué sucederá en el mercado bursátil. Sin embargo, la decisión de cuándo empezar a ahorrar y cuánto está en sus manos.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://elinformadormi.com>, obtenido el 12 de abril 2013

De la web: www.finanzasdigital.com, obtenido el 12 de abril 2013

De la web: <http://www.woodforest.com/es/Woodforest-U/Articles/The-Importance-of-Saving>, obtenido el 12 de abril 2013.

Tabla 14
HOJA DE TRABAJO
MI PRESUPUESTO / DISTRIBUYENDO MIS GANANCIAS

Idea de negocio:Tiempo:

Mi Presupuesto/Distribución de mis Ganancias (Tab. N°12)	
Mis Ganancias son: Y se gastan en:	_____ Bs.
+	_____ Bs.
+	_____ Bs.
+	_____ Bs.
+	_____ Bs.
Reinversión:	_____ Bs.
TOTAL:	_____ Bs.
Verificación:	<p style="text-align: center;">Mis Ganancias – Mi Presupuesto = 0</p> <p style="text-align: center;">_____ - _____ = 0</p>

Parte 3



Plan de Negocios

UNIDAD 5

ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIOS

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIOS	5.1 MIS METAS DE NEGOCIO	Fijar la fecha de comienzo del negocio con una ganancia determinada.	La estrategia del tigre para cazar.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas 	20 Minutos
	2.3 ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIOS	Concretar un plan de negocio a partir de lo aprendido	Recopilación de información de tablas anteriores.	<ul style="list-style-type: none"> • Papelógrafos • Marcadores • Maskín • Copia de tablas 	60 Minutos
RESULTADO	Aprender a elaborar el plan de negocios como producto final.				

ACTIVIDAD 5.1

MIS METAS DE NEGOCIO

RESUMEN

Uno de los pasos finales para desarrollar una idea de negocio es identificar lo que cada una y uno quiere alcanzar al manejar su negocio. A esto se lo llama meta de negocio. En esta actividad las y los participantes aprenden a identificar sus metas de negocios, los cuales les ayudan a sentirse motivados en sus negocios. De este modo poder también su progreso.

TIEMPO: 20 Minutos

MATERIALES

- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes
- Libro de ingresos y egresos

PROCEDIMIENTO

1. Con las y los participantes reflexione sobre sus metas personales, y para qué quieren ganar dinero. Esto les ayudara a conducir sobre ¿Cuándo quiero realmente empezar mi Negocio que he planificado?
2. Pregunte a las y los participantes ¿Cómo creen que podría este negocio ayudarlos a alcanzar sus metas personales?
3. Reflexione sobre cada una de las respuestas.
4. Distribuya a las y los participantes la Tabla de mi meta de negocio, y pida que lo llenen considerando cuándo quieren empezar el negocio, y con cuanto de ganancia quieren su negocio, así como el compromiso que deben de tener al Firmar al final de su tabla.
5. Pida a las y los participantes puedan compartir su Tabla de mi meta de negocio.
6. Cierre la sesión diciendo que es muy importante fijarse metas de inicio de negocio y que si no nos proponemos a iniciar algo, nunca podremos hacerlo.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

APRENDE A FIJAR METAS PARA TU NEGOCIO

Establecer objetivos es crucial para el éxito de cualquier empresa. Sigue estas recomendaciones y construye hoy mismo tu "ruta de acciones a seguir".

Establecer metas es crucial para el éxito de cualquier empresa. Sobre todo si eres un emprendedor hiperactivo que desea estar en todos los temas a la vez. Como dice el refrán: las metas son sueños con fecha. Entonces, comienza a planificar y definir los objetivos que harán que tu negocio tenga una "ruta de acciones a seguir".

Por ello, la manera de definir las metas será determinante para alcanzarlas. "La mayoría de la gente concuerda en que las metas son importantes, pero menos del 5% las escribe o tiene planes de acción para lograrlas", precisa la IFC. "Y el culpable suele ser el miedo. Las personas no escriben sus metas en papel porque tienen miedo de comprometerse con ellas".

No te agobies. Recuerda que puedes redefinir o cambiar tus metas en cualquier momento y que lo importante es impulsarte a crecer. Si aún no te decides, estos consejos pueden motivarte.

ESTABLECE METAS A CORTO Y A LARGO PLAZO

Quizá desees fijar metas mensuales, trimestrales, anuales y hasta metas a tres años o a cinco años. Una manera de generar metas a corto plazo es tener en cuenta las metas a largo plazo.

¿Deseas ganar alguna cantidad determinada o desea tener un número definido de clientes antes de un momento en particular? Una vez que hayas determinado metas a largo plazo, puedes trabajar hacia atrás.

Si tienes la meta de ganar US\$ 100.000,00 durante este año, debes hacer una lista con lo que debes hacer para ganar ese dinero. Cuando hayas terminado, organiza esos pasos en metas pequeñas.

TEN METAS ESPECÍFICAS QUE SE PUEDAN MEDIR CON UN PLAZO LÍMITE

"Aumentar las ventas" es una buena meta, pero es tan vago que no proporciona un medio para juzgar el éxito. Modifica las metas para que sean específicas. Todas deben ser específicas ("conseguir nuevos clientes") y cuantificables ("conseguir tres clientes") y deben tener un plazo ("conseguir tres clientes antes de noviembre").

BIBLIOGRAFÍA

De la web: <http://www.soyentrepreneur.com/aprende-a-fijar-metas-para-tu-negocio.html>, obtenido de abril 2013.

ACTIVIDAD 5.2

ELABORANDO MI PLAN DE NEGOCIO

RESUMEN

Conforme el curso se acerca al final, todos los temas se pueden ligar. Esto puede hacerse de tal manera que motive y guíe a las y los participantes hacia el logro de sus metas. En esta actividad, las y los participantes usan la información de las tablas para crear sus planes de negocios. Cada participante termina el curso con un plan de negocios que incluye todo el trabajo realizado en las sesiones. El plan de negocios determina si la idea de negocios del participante va a funcionar o no.

TIEMPO: 30 minutos

MATERIALES:

- Papelógrafos
- Maskín
- Marcadores
- Fotocopias de la tabla "Plan de negocio" para las y los participantes

PROCEDIMIENTO

1. **Explique a las y los participantes:** "Usted ha recogido ahora toda la información que necesita para elaborar su plan de negocios."
2. Trabaje con las y los participantes para organizar sus Tablas desarrolladas a lo largo de todo el proceso.
3. Coloque en la pared el papelógrafo de la Tabla "Mi plan de negocios" de manera que todos las y los participantes la puedan ver claramente.
4. Reparta fotocopias de la Tabla "Mi plan de negocios".
5. Comience con la Tabla "Mi idea de negocios". Luego, paso a paso, guíe a las y los participantes para que pasen la información de todas sus otras tablas a sus fotocopias de la tabla "Mi plan de negocios".
6. Pregunte a las y los participantes: "¿Creen ustedes que su negocio será exitoso?"

7. Use los comentarios de las y los participantes para iniciar una conversación sobre lo que haría que sus negocios tuvieran éxito. En forma grupal discuta los siguientes puntos, los cuales tienen una influencia directa en el éxito de un negocio:
 - Existe demanda para sus productos o servicios.
 - Ellos tienen las habilidades para satisfacer la demanda.
 - Ellas y ellos podrían mantenerse en el negocio incluso si otros negocios estuvieran vendiendo los mismos productos o servicios.
 - Ellas y ellos podrían producir suficiente ganancia para vivir y continuar con sus negocios.
8. Concluya la actividad felicitando a las y los participantes por su duro trabajo. Pregunte a las y los participantes: “¿Qué se siente haber completado su plan de negocios?”

RESULTADOS

- Las y los participantes repasan todo lo que han escrito acerca de su idea de negocios.
- Las y los participantes crean sus planes de negocios.
- Las y los participantes consideran si sus ideas de negocios son o no son factibles de tener éxito.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

¿QUÉ ES UN PLAN DE NEGOCIO?

Podemos definir al plan para elaborar un emprendimiento económico, es un documento escrito que define con claridad los objetivos de un emprendimiento y describe los métodos que se van a emplear para alcanzar los objetivos. Sirve como el mapa con el que se guía su compañía.

El plan para un emprendimiento es un documento único que reúne toda la información necesaria para evaluar un emprendimiento económico y los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente del emprendimiento.

Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de emprendimiento no debe limitarse sólo a cálculos económicos y números.

La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

¿Para qué sirve un plan de negocios?

El plan de negocios es pues un documento único en donde se muestran todos los aspectos de un proyecto, con el fin de:

- Que los superiores de una empresa los aprueben.
- Para convencer un inversionista de que puede con toda tranquilidad, invertir en nuestro negocio.
- Para en caso de pedir un préstamo, respaldarlo con la efectividad del negocio mostrado en el Plan.
- Para presentar un oferta de compraventa.
- Para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía nacional o extranjera.
- Para despertar el interés de invertir en el negocio por un socio potencial.
- El plan de negocio sirve también para reevaluar su negocio, buscar alternativas, poner en práctica acciones y así reorientarlo.

ESTRUCTURA DE UN PLAN DE NEGOCIOS

Para elaborar un plan de negocios no existe una estructura definida, sino que uno puede adoptar la que crea conveniente de acuerdo a sus objetivos, pero siempre asegurándose de que ésta le otorgue orden al plan, y lo haga fácilmente entendible para cualquier que lo lea.

La siguiente es una estructura común, que cuenta con todas las partes con que debería contar un plan de negocios:

- 1. Resumen ejecutivo:** el resumen ejecutivo es un resumen de las demás partes del plan de negocios, éste suele incluir la descripción del negocio, las razones que justifican el proyecto, las características diferenciadoras, las ventajas competitivas, la inversión requerida y la rentabilidad del proyecto.
- 2. Definición del negocio:** en esta parte se describe el negocio y los productos o servicios que se van a ofrecer, los objetivos del negocio o proyecto, las principales estrategias que permitirán alcanzar dichos objetivos, y los datos básicos del negocio, tales como el nombre, el tipo de negocio y su ubicación.
- 3. Estudio de mercado:** en el estudio de mercado se describe las principales características del público objetivo, las principales características de los principales competidores, se determina el pronóstico de la demanda, y se desarrolla el plan de marketing.
- 4. Estudio técnico:** en el estudio técnico se señala los requerimientos físicos, se describe el proceso productivo, la infraestructura, el tamaño del negocio, la capacidad de producción y la disposición de planta.
- 5. Organización:** en la parte de la organización se detalla la estructura jurídica y orgánica del negocio, se señalan las áreas o departamentos, los cargos, las funciones, los sueldos y los sistemas de información.
- 6. Estudio de la inversión y financiamiento:** en esta parte se señala la inversión requerida (la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo), y el financiamiento externo requerido.
- 7. Estudio de los ingresos y egresos:** en esta parte se desarrollan las proyecciones o presupuestos, incluyendo el presupuesto de ventas, el presupuesto de efectivo o flujo de caja proyectado, y el presupuesto operativo o estado de ganancias y pérdidas proyectado.
- 8. Evaluación:** y, finalmente, en la parte de evaluación se desarrolla la evaluación del proyecto, se determina el periodo de recuperación, y los resultados de los indicadores de rentabilidad utilizados.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: http://www.trabajo.com.mx/que_es_un_plan_de_negocio_y_para_que_sirve.htm, obtenido el 5 de abril 2013.

De la web: <http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios/>, obtenido el 5 de abril 2013.

PROYECTO DE PLAN DE NEGOCIO

DATOS PERSONALES DEL/A EMPRENDEDOR/A:

Nombres: _____

Apellido paterno: _____

Apellido Materno: _____

Nº de CI.: _____ Emitido: _____

NºTel. /Cel.: Emprendedor/a: _____ Cel. Pariente: _____ Quién: _____

Dir. Domicilio: _____

Centro: _____

Dibujar Croquis:

Tec. Responsable: _____ Área: _____

Nº CI.: _____ Tel. /Cel.: _____

Firma

Mi Meta personal / para qué quiero ganar dinero?

1 _____

2 _____

3 _____

Mi Idea de negocio:

Productivo o servicio: _____

Ventajas:

Desventajas:

Mis habilidades de negocio:

¿Qué habilidades generales o conocimientos debo tener para manejar mí negocio?

¿Qué habilidades o conocimientos específicos necesito tener para manejar mí negocio?

Mis clientes/Segmentación de mercado:

1 _____

2 _____

3 _____

Mis ventas / Proyección de ventas:

Producto Semanal: _____ Bs. / Servicio Semanal: _____ Bs.

Producto Mensual: _____ Bs. / Servicio Mensual: _____ Bs.

Ubicación de mi negocio:

CROQUIS DE LA UBICACIÓN

Atrayendo a mi clientes/estrategias de ventas:

¿Qué cosas haría para atraer a mis clientes?

¿Qué cosas me diferenciará de la competencia?

Mis Costos:

Mis Costos de Capital

Mis Cotos Operativos

_____ Bs.

_____ Bs.

Mis Costos de inicio de negocio:

Costos de capital: _____ Bs.

+

Costos operativos: _____ Bs.

=

Costos total de inicio de negocio: _____ Bs.

Aporte propio: _____ Bs.

Préstamo: _____ Bs. COSTO TOTAL DE NEGOCIO: _____ Bs.

Determinando mis Ganancias:

Mis ventas (Tab. N°6): _____ Bs.

-

Mis costos operativos (Tab. N°9b): _____ Bs.

=

Mis ganancias: _____ Bs.

Mi Presupuesto/Distribución de mis ganancias (Tab. N°12)

MIS GANANCIAS SON: _____ Bs. Y LAS DISTRIBUYO EN:

Pago de préstamos: _____ Bs.

Ahorro (Vida útil de la máquina): _____ Bs.

Mis deseos: _____ Bs.

Reinversión: _____ Bs.

GANANCIAS – PRESUPUESTO = 0

_____ - _____ = 0

Mi meta de negocio

Es comenzar un negocio de: _____

Que tendrá una ganancia de: _____ Bs. Por semana/mes

y lo iniciaré: _____

FIRMA DEL/A EMPRENDEDOR/A

UNIDAD 6

ADMINISTRANDO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS, MIS CUENTAS Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

UNIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TÉCNICA	MATERIALES	TIEMPO
ADMINISTRANDO Y SOLUCIÓN DE PROBLEMAS	6.1 REGISTRANDO MIS INGRESOS Y EGRESOS	Considerar la importancia de registrar el buen manejo de dinero de un negocio.	Situaciones de ingresos y egresos.	<ul style="list-style-type: none"> • Coosh • Papelógrafos • Marcadores • Maskin • Copia de tablas 	45 Minutos
	6.2 SOLUCIONANDO PROBLEMAS EN LOS NEGOCIOS	Comprender la importancia de dar soluciones creativas a los problemas que surgen en los negocios.	Agarrar el coosh del medio del papelógrafo de 4 metros sin pisar.	<ul style="list-style-type: none"> • Coosh • Papelógrafos • Marcadores • Maskin • Copia de tablas 	30 Minutos
RESULTADOS	Las y los participantes ven la importancia de tener bien registrados sus cuentas tanto de ingresos así como de egresos. Analizan que es importante dar solución a los problemas que surgen en el manejo de negocio.				

ACTIVIDAD 6.1

REGISTRANDO MIS INGRESOS Y GASTOS

RESUMEN

En la presente actividad analizaremos con las y los participantes la importancia de registrar los movimientos económicos de un emprendimiento económico y con ello poder tener el control de las cuentas que es algo muy importante para que un emprendimiento funcione correctamente, para ello utilizaremos una herramienta muy sencilla y práctica.

TIEMPO: 45 minutos

MATERIALES:

- Coosh
- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín
- Copias de la tabla para todos los participantes
- Copia de tabla de ingresos y egresos
- Billetes de alasitas en distintos cortes

PROCEDIMIENTO:

1. Explique a las y los participantes "Tener las cuentas en orden es algo muy importante en un emprendimiento ya que eso nos ayuda a tener el control del mismo, ahora iremos explorando una herramienta que nos ayude con eso"
2. Forme tres grupos pequeños y pida que cada grupo nombre una persona encargada del dinero.
3. Indique al grupo que deben cumplir retos para ganar dinero y que para ello tendrán el siguiente orden:
 - Primer grupo gana 100 Bs.
 - Segundo grupo 70 Bs.
 - Tercer grupo 50 Bs.
4. La o el facilitador debe ir leyendo el primer reto y darles un minuto para que como grupo lo puedan pensar y escribir la respuesta en una hoja.
5. Luego la o el facilitador debe leer en voz alta las respuestas y elegir la mejor respuesta para ser el primero, segundo, tercero y cuarto y debe entregar el dinero ganado.

6. Una vez que los grupos han cumplido dos retos leales en voz alta uno de los gastos de la lista adjunta y la o el facilitador debe pedir que le entreguen esa cantidad de dinero.
7. Nuevamente vaya dándoles nuevos retos para ir ganando dinero durante dos vueltas y en la tercera vuelta deles nuevamente los gastos que tienen como grupo, pero también debe decirles que si las personas encargadas del dinero tienen todos los ingresos y gastos registrados ganaran 200 Bs. extras.
8. Ahora pregunte al grupo:
 - ¿Por qué es importante llevar las cuentas del negocio de manera organizada?
 - ¿Qué pasa si solo tenemos las cuentas en nuestra cabeza y no las anotamos regularmente?
9. A partir de sus respuestas presente al grupo el libro de ingresos y egresos y realice un ejercicio para indicar el llenado de las mismas.
10. Dé nuevamente el reto de pasar los ingresos y gastos obtenidos en el juego y pídale que cada grupo haga cuadrar el dinero sobrante con el registro.

RESULTADOS

- Las y los participantes comprenden la importancia de llevar adelante un registro de todos los movimientos económicos de un emprendimiento.
- Las y los participantes conocen el manejo del libro de ingresos y egresos.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

INGRESOS

Son las cantidades de dinero en efectivo que recibe una empresa por concepto de ventas de sus productos o servicios, llamados ingresos empresariales.

La empresa en el ejercicio de su actividad presta servicios y bienes al exterior. A cambio de ellos, percibe dinero o nacen derechos de cobro a su favor, que hará efectivos en las fechas estipuladas.

Se produce un ingreso cuando aumenta el patrimonio empresarial y este incremento no se debe a nuevas aportaciones de los socios.

Las aportaciones de los propietarios en ningún caso suponen un ingreso, aunque sí un incremento patrimonial. Los socios las realizan con la finalidad de cubrir pérdidas de ejercicios anteriores o de engrosar los recursos con los que cuenta la empresa con el objeto de financiar nuevas inversiones o expansionarse. (Amador, Romano: Gastos e Ingresos)

EGRESOS

Erogación o salida de recursos financieros, motivada por el compromiso de liquidación de algún bien o servicio recibido o por algún otro concepto. Desembolsos o salidas de dinero, aun cuando no constituyan gastos que afecten las pérdidas o ganancias. (Web: Definición de Egreso), un egreso siempre debe reflejar salidas relacionados a la operación productiva o servicio de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Del libro: Introducción a la Contabilidad PGC, CAPÍTULO 3. Gastos e ingresos. Determinación del resultado del ejercicio, 1990, Pag. 89.

De la web: <http://www.slideshare.net/nyolimar/ingreso-y-egresos-8341930>, Obtenido el 2 de abril 2013.

De la web: <http://www.definicion.org/egreso>, obtenido el 2 de abril 2013.

De la web: <http://fccea.unicauca.edu.co/old/fcf/fcfse39.html>, obtenido el 2 de abril 2013.

De la web: <http://educacion.jalisco.gob.mx>, obtenido el 2 de abril 2013.

SITUACIONES

01/07/11 Se Venden 30 tarjetas medianas a Bs. 10 cada una, 20 tarjetas pequeñas a Bs. 5 cada una y 7 tarjetas grandes a 25 Bs. cada una y se realiza una compra de cartón dúplex por Bs. 234.- ¿Cuánto queda de saldo?

02/07/11 Se realiza las siguientes compras papel cebolla por Bs. 70, brillo Bs. 34, pegamento Bs. 20, se realizó un pago por comisión de ventas de Bs. 60 al Sr. Quintín y se vendieron 15 tarjetas a 25 Bs. cada una. Además se canceló el pago de la factura de luz por Bs. 90.- ¿Cuánto saldo queda?

04/07/11 La Sra. Cosmos reporta las siguientes ventas y entrega el dinero a caja: 35 tarjetas medianas a 10 Bs. cada una, 70 tarjetas pequeñas a Bs. 5 cada una y 40 tarjetas grandes a Bs. 25 cada una. También se le cancelo por comisión de ventas un total de Bs. 119 Bs., también se realizaron las siguientes compras cintas por Bs. 89, cartón dúplex por Bs. 350 y tintes por Bs. 80, además se realizó un deposito a la cuenta bancaria del BTB de la empresa por Bs. 500.-

07/07/11 El sr. Quintín reportó la venta de 60 tarjetas grandes a Bs. 20 cada una, la Sra. Cosmos reporto la venta de 50 tarjetas medianas a Bs. 10 cada una, 45 tarjetas grandes a Bs. 25 cada una ambos depositaron el dinero en la cuenta bancaria del BTB por lo que ambos dejaron la boleta de depósito, se les cancelo por comisión de ventas bajo el siguiente detalle: Al Sr. Quintín se le cancelo la suma de Bs. 89.- y a la señora Cosmos la suma de 110 Bs.

ACTIVIDAD 6.2

SOLUCIONANDO PROBLEMAS EN LOS NEGOCIOS

RESUMEN

Las emociones afectan de la forma en que solucionamos nuestros problemas, los retos con frecuencia nos pueden hacer sentir alterados. Cuando estamos alterados a veces reaccionamos en forma rápida y sin pensar en la mejor manera de tratar la situación.

Esta actitud introduce a las y los participantes en las conexiones que existen entre las emociones y la solución de problemas.

TIEMPO: 30 minutos

MATERIALES

- Coosh
- Papelógrafos
- Marcadores
- Maskín

PROCEDIMIENTO

1. Divida a las y los participantes en dos grupos, explique las consignas de cómo por turnos cada grupo debe poner una solución a una situación. (Situación: se tiene un papelógrafo de 4 metros tendido en el piso, y en medio se pone el Coosh y cada grupo por turnos debe de levantar el Coosh sin pisar o tocar el papelógrafo extendido, así como no se puede rodear por los costados del papelógrafo para lograr el objetivo.)
2. Pida por grupos puedan organizarse y planear una solución creativa ante la situación o problema planteada, para ello puede dar 5 minutos
3. Cuando uno de los grupos esté listo puede dar inicio a dar la solución.
4. Haga que cada grupo pueda participar hasta por 3 ocasiones hasta ver si pueden acertar a la solución.
5. Mientras vayan participando vaya viendo si es la correcta o plantear esa solución o que no incurran con las instrucciones que se dieron.
6. Finalice realizando la solución en el caso que no hayan podido realizarlo.

7. Con las y los participantes reflexione que así como en la actividad realizada, también en los negocios y en la vida cotidiana existen muchos problemas que surgen y que muchas veces podemos y debemos dar soluciones creativas, pero a veces hay problemas que salen de nuestro control, pero aun así debemos tener la suficiente paciencia y fuerza para seguir adelante en nuestros negocios.
8. Cierre la sesión motivando a que llevar a delante un negocio es tener siempre buen humor y dar solución pronto y no dejar que los problemas nos hagan fracasar en nuestra meta de lograr y crecer a partir de nuestro negocio.

LECTURAS COMPLEMENTARIAS

RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Es ya clásica, y bien conocida, la formulación que hizo Polya (1945) de las cuatro etapas esenciales para la resolución de un problema, que constituyen el punto de arranque de todos los estudios posteriores:

1. COMPRENDER EL PROBLEMA.- Parece, a veces, innecesaria, sobre todo en contextos escolares; pero es de una importancia capital, sobre todo cuando los problemas a resolver no son de formulación estrictamente matemática. Es más, es la tarea más difícil, por ejemplo, cuando se ha de hacer un tratamiento informático: entender cuál es el problema que tenemos que abordar, dados los diferentes lenguajes que hablan el demandante y el informático.

- Se debe leer el enunciado despacio.
- ¿Cuáles son los datos? (lo que conocemos)
- ¿Cuáles son las incógnitas? (lo que buscamos)
- Hay que tratar de encontrar la relación entre los datos y las incógnitas.
- Si se puede, se debe hacer un esquema o dibujo de la situación.

2. TRAZAR UN PLAN PARA RESOLVERLO.- Hay que plantearla de una manera flexible y recursiva, alejada del mecanicismo.

- ¿Este problema es parecido a otros que ya conocemos?
- ¿Se puede plantear el problema de otra forma?
- Imaginar un problema parecido pero más sencillo.
- Suponer que el problema ya está resuelto; ¿cómo se relaciona la situación de llegada con la de partida?
- ¿Se utilizan todos los datos cuando se hace el plan?

3. PONER EN PRÁCTICA EL PLAN.- También hay que plantearla de una manera flexible y recursiva, alejada del mecanicismo. Y tener en cuenta que el pensamiento no es lineal, que hay saltos continuos entre el diseño del plan y su puesta en práctica.

- Al ejecutar el plan se debe comprobar cada uno de los pasos.
- ¿Se puede ver claramente que cada paso es correcto?
- Antes de hacer algo se debe pensar: ¿qué se consigue con esto?
- Se debe acompañar cada operación matemática de una explicación contando lo que se hace y para qué se hace.
- Cuando se tropieza con alguna dificultad que nos deja bloqueados, se debe volver al principio, reordenar las ideas y probar de nuevo.

4. COMPROBAR LOS RESULTADOS.- Es la más importante en la vida diaria, porque supone la confrontación con contexto del resultado obtenido por el modelo del problema que hemos realizado, y su contraste con la realidad que queríamos resolver.

Leer de nuevo el enunciado y comprobar que lo que se pedía es lo que se ha averiguado.

Debemos fijarnos en la solución. ¿Parece lógicamente posible?

¿Se puede comprobar la solución?

¿Hay algún otro modo de resolver el problema?

¿Se puede hallar alguna otra solución?

Se debe acompañar la solución de una explicación que indique claramente lo que se ha hallado.

Se debe utilizar el resultado obtenido y el proceso seguido para formular y plantear nuevos problemas.

Hay que pensar que no basta con conocer técnicas de resolución de problemas: se pueden conocer muchos métodos pero no cuál aplicar en un caso concreto. Por lo tanto hay que enseñar también a los alumnos a utilizar los instrumentos que conozca, con lo que nos encontramos en un nivel meta-cognitivo, que es donde parece que se sitúa la diferencia entre quienes resuelven bien problemas y los demás.

Para terminar sólo queremos hacer dos consideraciones. La primera hace referencia a que el contexto en el que se sitúen los problemas, que por parte de los profesores se tienden a considerar como irrelevante o, al menos como poco significativo, tiene una gran importancia, tanto para determinar el éxito o fracaso en la resolución de los mismos, como para incidir en el futuro de la relación entre las matemáticas y los alumnos. La segunda, que parece una perogrullada, es que la única manera de aprender a resolver problemas es resolviendo problemas; es muy bueno conocer técnicas y procedimientos, pero vistos en acción, no sólo a nivel teórico, porque si no, es un conocimiento vacío. Luego, hay que hacer cuantos esfuerzos sean precisos para que la resolución de problemas sea el núcleo central de la enseñanza matemática.

5. DESARROLLO DE ALGUNAS ESTRATEGIAS DE RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Si consideramos un problema como una situación que se presenta en la que se sabe más o menos, o con toda claridad, a dónde se quiere ir, pero no se sabe cómo; entonces resolver un problema es precisamente aclarar dicha situación y encontrar algún camino adecuado que lleve a la meta.

A veces no sabremos si la herramienta adecuada para la situación está entre la colección de técnicas que dominamos o ni siquiera si se ha creado una técnica que pueda ser suficientemente potente para resolver el problema. Esta es precisamente la circunstancia del investigador, en matemáticas y en cualquier otro campo, y, por otra parte, ésta es la situación en la que nos encontramos a veces en nuestra vida normal.

La destreza para resolver genuinos problemas es un verdadero arte que se aprende con paciencia y considerable esfuerzo, enfrentándose con tranquilidad, sin angustias, a multitud de problemas diversos, tratando de sacar el mejor partido posible de los muchos

seguros fracasos iniciales, observando los modos de proceder, comparándolos con los de los expertos y procurando ajustar adecuadamente los procesos de pensamiento a los de ellos. Es la misma forma de transmisión que la de cualquier otro arte, como el de la pintura, la música, etc.

Las estrategias que tendremos ocasión de aprender y ejercitar son:

- A. Comenzar resolviendo un problema semejante más fácil.
- B. Hacer experimentos, observar, busca pautas, regularidades Hacer conjeturas. Tratar de demostrarlas.
- C. Dibujar una figura, un esquema, un diagrama.
- D. Escoger un lenguaje adecuado, una notación apropiada.
- E. Inducción.
- F. Supongamos que no es así.
- G. Supongamos el problema resuelto.
- H. Si tenemos una receta y estamos seguros de que se ajusta al problema, apliquémosla.

BIBLIOGRAFÍA

De la web: http://platea.pntic.mec.es/jescuder/prob_int.htm, obtenido el 11 de abril 2013.



Guía Para la Elaboración de Planes de Negocio

Centros de Educación Técnica Tecnológica y Productiva

Aprender produciendo

Gracias por visitar:

www.formaciontecnicabolivia.org

Facebook: Formación técnica profesional Bolivia