

APRENDER, EMPRENDER, PROSPERAR

NOVENO GRADO

9



susaeta



Realización: Equipo Didáctico-Técnico de
Susaeta Ediciones, S.A.

Autora:

Lic. Delia Sandoval Prado

Coordinación general:

Lic. Róger Gutiérrez Callejas

Directora de ediciones:

Dra. Mabel Guevara Urbina

Diseño de portada:

Luz Stephany Hernández Avilez

Diseño y diagramación:

Luz Stephany Hernández Avilez
Miguel Angel Lazo López

Fotografías:

Luz Stephany Hernández Avilez
Archivos de Susaeta Ediciones
Shutterstock

Ilustraciones:

Luz Stephany Hernández Avilez
Miguel Angel Lazo López
Archivos de Susaeta Ediciones
Shutterstock

© **Susaeta Ediciones, S.A.** Reservados todos los derechos conforme a la Ley de derecho de autor. Ninguna parte de esta obra puede ser reproducida o transmitida, mediante ningún sistema o método, electrónico o mecánico (se incluye fotocopia, la grabación o cualquier sistema de reproducción y almacenamiento de información), sin el consentimiento escrito del editor.

© **Susaeta Ediciones, S.A.**

Lomas de Guadalupe, Portón Este de la UCA (Universidad Centroamericana)
50 metros al Este.
Managua, Nicaragua.
Teléfonos: 2270-6028 / 2278-7127
info@susaetanicaragua.com.ni
www.susaetanicaragua.com.ni

ISBN: 978-99964-59-03-0

PRESENTACIÓN

Estimado(a) estudiante:

Susaeta Ediciones, pone a la disposición de la comunidad educativa, la nueva asignatura de Aprender, Emprender, Prosperar, este libro ha sido diseñado con el propósito de facilitar el aprendizaje del estudiante. Se ha tomado en cuenta el nuevo currículo vigente 2018, del Ministerio de Educación de Nicaragua.

Esta asignatura ayudará a los estudiantes a desarrollar sus habilidades y destrezas emprendedoras para que las lleven a la práctica con mayor seguridad y autodeterminación, apoyados con el conocimiento científico que les brinda el texto.

Los recursos educativos utilizados en el aprendizaje como condición fundamental para la construcción y adquisición del nuevo conocimiento, radica en apropiarse de cada planteamiento teórico que estos ofrecen, de manera que se hace necesario interactuar con cada recurso didáctico, ya que por sí solo no actúan, sino que usted como estudiante le de vida junto con el apoyo del docente, el libro es un instrumento que le facilitará adquirir y poner en práctica sus habilidades y espíritu emprendedor.

Este libro está estructurado en cuatro unidades didácticas donde se estudian la orientación vocacional y laboral y la búsqueda y aplicación de la idea emprendedora de manera exitosa.

Esperamos que aproveche cada tema desarrollado en cada unidad y que cumplan el propósito por el cual fue creado este libro, así mismo deseamos que sea un emprendedor potencial en un futuro cercano.



ÍNDICE

UNIDAD 1 POTENCIANDO MIS ACTITUDES Y HABILIDADES EMPRENDEDORAS

IMPORTANCIA DEL PROGRAMA DE APRENDER, EMPRENDER, PROSPERAR.	8
• En lo personal.	8
• En lo familiar	9
• En lo escolar.	9
• Logros y lecciones aprendidas del Programa Aprender, Emprender, Prosperar . .	10
HABILIDADES EMPRENDEDORAS	11
• Autoconocimiento y autoconfianza	11
• Perseverancia	12
• Toma de riesgos	12
• Aprender de los errores	13
• Soñador.	13
• Dispuesto a aprender.	14
• Autonomía	14
• Visión de organización	14
• Voluntad de gestión	15
LOS VALORES QUE DEBE DE POSEER UN LÍDER	16
• Visionario.	16
• Compromiso	17
• Conciliador	17
• Carisma	17
• Justicia social	18
EXPERIENCIA DE LÍDERES COMUNITARIOS EXITOSOS	19
EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN TIC EN SU IDEA EMPRENDEDORA	22

UNIDAD 2 AHORRANDO GARANTIZO MI FUTURO

EL HÁBITO DEL AHORRO COMO PARTE DE LA SOSTENIBILIDAD DE SU IDEA EMPRENDEDORA	24
• Invierto mis ahorros en la idea emprendedora	24
• Ahorro e inversión, clave para el desarrollo de su idea emprendedora	24
• Tips de ahorro que todo emprendedor debe saber	25
• El valor de la austeridad en el desarrollo de su idea emprendedora	25
• La cotización como medida para ahorrar	25



EL AHORRO COMO HÁBITO IMPORTANTE PARA ALCANZAR LAS METAS EN LA VIDA 27

- Actitudes para desarrollar el hábito del ahorro. 27
- Disciplina 27
- Madurez 28
- Austeridad 28
- Planificación 28
- Organización 29
- Puntualidad 29

CARRERAS TÉCNICAS. 30

- Perfiles y perspectivas de las carreras técnicas en su comunidad. 30



UNIDAD 3 CONSTRUYENDO MI IDEA EMPRENDEDORA

GENERACIÓN DE IDEAS EMPRENDEDORAS 32

- Oportunidades y problemas identificados en la comunidad 32

PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES QUE PUEDE APROVECHAR PARA SU IDEA EMPRENDEDORA 35

- Macro filtro 36
- Matriz de selección de la mejor idea. 38

ANÁLISIS FODA. 40

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO 42

- Normas para trabajar en equipo. 43
- Comunicación asertiva. 43
- Distribución de roles entre los miembros del equipo 44
- Compromisos de trabajo 45
- Normas de comportamiento de trabajo 46

MI IDEA EMPRENDEDORA 47

- Formulación de la idea emprendedora 47

OBJETIVOS DE LA IDEA EMPRENDEDORA 49

- Definición de misión, visión, objetivos. 49

INVERSIÓN REQUERIDA PARA IMPLEMENTAR LA IDEA 51

- Concepto de costo 51
- Inversiones iniciales 52
- Capital de trabajo. 52
- Costo de producción de un bien o servicio 53
- Fuentes de capital 54



PRECIO DE VENTA	56
• Costo fijo y costo variable	56
ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ACTIVIDADES	58
• Actividades	58
• Organización del tiempo	58
• Responsables	59
• Recursos con que cuenta	59
BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN ACERCA DE SU IDEA EMPRENDEDORA	62
• Técnicas y estrategias para la búsqueda y recopilación de información.	62
• Temas relacionados a su idea emprendedora.	63
• Uso de los recursos tecnológicos	64
ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA SOBRE EL TEMA DE SU IDEA EMPRENDEDORA	65
• Socialización de las ideas	66
• Toma de decisiones para la solución del problema	66
ELABORACIÓN DE LA IDEA EMPRENDEDORA	67
• Ejecución de su idea emprendedora	67
• Presentación de las diferentes ideas emprendedoras	67
LECCIONES APRENDIDAS AL EJECUTAR SU IDEA EMPRENDEDORA	69



UNIDAD 4

ASPECTOS DE MERCADO DE LA IDEA EMPRENDEDORA

CONOCIENDO EL MERCADO Y AL CLIENTE	71
CONOCIENDO A MIS COMPETIDORES	73
VENTAJA COMPETITIVA	75
CONOCIENDO EL TAMAÑO DEL MERCADO	76
ESTRATEGIA DE MERCADO	77
• Estrategia del producto	77
ESTRATEGIA DE PRECIO	80
ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN O PLAZA	82
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	84
PLAN DE LA IDEA EMPRENDEDORA	87
GLOSARIO	89
PROGRAMACIÓN	92
BIBLIOGRAFÍA	96

UNIDAD 1



Potenciando mis actitudes y habilidades emprendedoras

TEMA 1

IMPORTANCIA DEL PROGRAMA DE APRENDER, EMPRENDER, PROSPERAR DESDE LO PERSONAL, FAMILIAR, ESCOLAR

- ¿Por qué es importante aprender a emprender?
- ¿Conoces a un emprendedor en tu familia o en tu escuela?



El emprendimiento es el mejor camino para crecer económicamente, para ser independientes y para tener una calidad de vida acorde a nuestras expectativas.

Ser un emprendedor tiene ventajas porque contribuye a la creación de empleos, a tener confianza en sí mismo, porque si emprendió un nuevo rumbo, nuevas ideas, superó obstáculos, y se lanzó al mundo empresarial, le permitirá saber que si se lanzó es porque está seguro de sí mismo para emprender, para caer, aprender y levantarse.

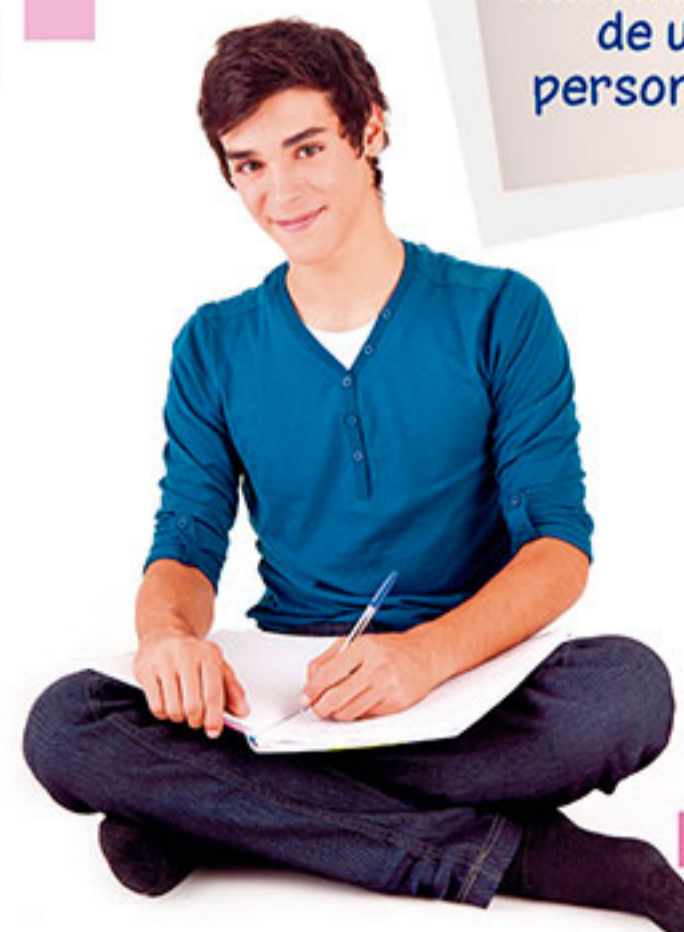
Ser emprendedor no solo es importante para una empresa, también lo es para la familia, amigos y personas que te rodean debido al hecho de tener un espíritu emprendedor, conlleva a ser un líder y hace que las demás personas te tomen como ejemplo para poder alcanzar sus metas y sueños.

En lo personal

Emprender, no es fácil y está claro que es para valientes, para quienes corren el riesgo de perder quizás una y otra vez hasta lograr alcanzar su meta, significa lanzarse a un mundo de críticas, de desafíos, de aventuras que te hacen ser fuerte, seguro de ti mismo y con ganas de atrapar el mundo; ser emprendedor también te exige tener pasión y disciplina.



El emprendimiento significa realizar algo nuevo, desde un dibujo hasta la organización de un proyecto personal económico.



En lo familiar

Para comenzar, debemos definir ¿Qué entendemos por emprendimiento familiar? Un emprendimiento familiar nace cuando un sistema-familia y un sistema-negocio se unen para conformar una empresa familiar. En ese momento se genera una sociedad distinta de una empresa cualquiera, pues en ella están involucrados dos ámbitos que suelen moverse: la familia y los negocios. El emprendimiento familiar es sumamente importante por la sencilla razón que la familia y el emprendimiento sostienen al mundo.



Negocio familiar

En lo escolar

El emprendimiento escolar es una clave esencial para que los estudiantes asuman riesgos, sean independientes y tengan confianza en su futuro laboral.

Fomentar el emprendimiento en niños y jóvenes es importante para promover su autonomía y superación ante la vida, los beneficios de esta práctica son múltiples: se desarrolla la creatividad, la asertividad, la confianza y el pensamiento positivo; por otro lado, también mejora la capacidad para resolver conflictos y la toma de decisiones acertadas.

Si bien hay personas que nacen con cualidades idóneas para ser unos grandes emprendedores, gran parte de las cualidades son adquiridas. Es por ello que poner en práctica el emprendimiento en la educación es la clave para que los futuros emprendedores sean capaces de innovar, crear y adaptarse a los cambios.

Una de las actitudes más importantes de una persona emprendedora es la iniciativa, sabías que Steve Jobs no acabó la carrera, pero, sin embargo, fue capaz de sacar a flote su propia empresa. La iniciativa consiste en lanzarse a la piscina y transformar las ideas en acciones.



Idea para emprender





Logros y lecciones aprendidas del Programa Aprender, Emprender, Prosperar

El estudio de esta asignatura te ayudará a fortalecer tus capacidades, habilidades e ideas emprendedoras, ya no serás el mismo, sino que te convertirás en el protagonista de tu propio cambio, de tu crecimiento como emprendedor.

Aprenderás a superar tus propios obstáculos, a ser disciplinado en tus tareas, a saber, escuchar las críticas de los demás, para superar tus debilidades, para convertirlas en fortalezas y sobre todo a trabajar con pasión y vocación emprendedora todo lo que te propongas para ello tienes que:



- ❖ Ser responsable de tu propio aprendizaje.
- ❖ Ser participativo, comunicativo, productivo y responsable.
- ❖ Trabajar de manera colaborativa con tus compañeros.
- ❖ Construir y contribuir en los trabajos realizados en equipo.
- ❖ Sistematizar la información.
- ❖ Definir tus propias tareas y trabajar en ellas independientemente del tiempo que requieran.
- ❖ Utilizar la tecnología para enriquecer tus aprendizajes siempre de manera responsable.
- ❖ Tener siempre presente la meta a lograr, así como del reto en el que debes trabajar.
- ❖ Utilizar tus habilidades para alcanzar tus propósitos, por ejemplo, administrar el tiempo, ejercitar la responsabilidad, mantener activo el equipo entre otras.
- ❖ Ser crítico, autónomo y capaz de aprender a buscar información, procesarla, seleccionar y evaluar.



APLICO lo aprendido



1. Basado en la importancia de Aprender, Emprender y Prosperar, elabora una lista de los tipos de negocios que puedes emprender tomando en cuenta tus habilidades desde lo personal, familiar y escolar. Comparte tu trabajo con tus compañeras y compañeros de clases.

TEMA 2

HABILIDADES EMPRENDEDORAS

- ¿Qué es una habilidad?
- ¿Qué es ser un emprendedor?



Tú puedes demostrar la capacidad que tienes para realizar una idea emprendedora.

Habilidad es la capacidad, destreza, talento, aptitud innata, competencia, inteligencia que una persona tiene para ejercer determinada actividad, trabajo u oficio.

Además de tener las habilidades técnicas, un emprendedor debe poseer ciertas cualidades personales, estas son más difíciles de desarrollar, porque suelen ser innatas en cada persona. Sin embargo, hay algunas que son necesarias como la perseverancia y la habilidad de aceptar y aprender de los fracasos. Las habilidades de un emprendedor describen su grado de competencia para cumplir objetivos y metas la necesidad de conseguir las propias metas se traduce en una gran capacidad de trabajo y en la tenacidad y perseverancia necesarias para mantener el rumbo.

Autoconocimiento y autoconfianza

En la autoconfianza se esconde un poder que todos tenemos, que es, creer en nosotros mismos. A lo largo de nuestro desarrollo personal vamos puliendo nuestros defectos y nuestras virtudes. Con base a nuestra experiencia y aprendizajes vamos moldeando el ser único que somos.

¿Cómo se construye entonces una buena autoconfianza?

Si nos centramos en primer lugar en nuestro autoconocimiento, te facilita una visión única acerca de ti. Donde puedes comprobar que no eres una persona más, eres tú, un ser único, gozas de una personalidad, de unos talentos y unas experiencias que nadie más tiene. Si eres capaz de valorar ese tesoro que eres, podrás entonces, comenzar a sacarle el mayor provecho, pulirte y desarrollarte.

“Si crees que puedes, como si crees que no puedes, en ambos, casos tienes razón” Henry Ford.





Esta conocida frase refleja muy bien la importancia que tiene en el éxito o fracaso. La autoconfianza se pone a prueba sobre todo en momentos de crisis. Debes tener claro qué es lo que quieres conseguir y cómo lo vas a hacer. Y estar consciente de que el camino se hace al andar porque muchas cosas no saldrán como habías previsto. Si tienes confianza, superarás el miedo al futuro.

Perseverancia

El término perseverancia proviene del latín *perseverantia*. La perseverancia es sinónimo de constancia, persistencia, firmeza, dedicación y tesón. En este sentido, se aplica tanto en las ideas, como en las actitudes, en la realización de algo y en la ejecución de propósitos.

El término perseverancia, puede ser empleado en cualquier circunstancia de la vida. Para ser perseverante se debe tener un objetivo claro o una meta que justifique el esfuerzo o dedicación en un período de tiempo generalmente extenso. Es por ello que se dice que la perseverancia es la clave del éxito en muchas situaciones, lo importante es saber cuándo perseverar y cuándo no.

El emprendedor tiene que aceptar los problemas y tomar decisiones para solucionarlos con eficacia. El emprendedor debe anticiparse a las dificultades, y estar en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo con ayuda de todos.

Los emprendedores deben ser capaces de lidiar con obstáculos. Un negocio no se construye de la noche a la mañana, toma tiempo. Debes acostumbrarte a que la gente te diga que no. Lo que hace que un emprendedor sea grandioso es la perseverancia para crecer a pesar de la cantidad de veces que los rechazaron.

Toma de riesgos

El riesgo es inherente al emprendimiento. Es extraño que podamos conocer todas las posibles consecuencias de nuestras decisiones, esto por si solo conlleva mucho riesgo.

El riesgo, por otra parte, es subjetivo. Lo que uno puede ver como mucho riesgo otro lo puede ver como una oportunidad.

¿Tienen los emprendedores mayor tendencia al riesgo? esto no es exactamente así. Sencillamente es una percepción diferente del riesgo.

Las decisiones estratégicas que los emprendedores toman, tienen riesgo, pero las ignoran porque ellos ven una perspectiva más optimista para los objetivos que persiguen, para favorecer el resultado que mejor les conviene.

Si ya tienes la idea muy clara, lucha por conseguir aquello que te propones.



Firmeza



Confianza

¿Cómo se debe entonces enfrentar un emprendedor a sus riesgos?

En el caso de un emprendedor hay que hacerse preguntas analizando las posibles consecuencias y de los posibles perjuicios económicos.

Por ejemplo:

- ❖ ¿Cuánto me costaría volver a hacer lo que estoy haciendo?
- ❖ ¿Perdería o ganaría mi experiencia si salgo a emprender y vuelvo a trabajar si fracaso?
- ❖ ¿Qué debo hacer entonces para tomar mejores decisiones?

Aprender de los errores

Los errores no son exactamente lo mismo que un fracaso, aunque los dos sirven como aprendizaje para el futuro. La diferencia está básicamente en que el fracaso se puede deber a problemas ajenos, mientras que los errores siempre son responsabilidad nuestra. Por eso, asumir la responsabilidad que tenemos en ellos es el primer paso para evitarlos.

Otra diferencia importante es que no siempre el error conduce al fracaso. El error, detectado a tiempo, se puede rectificar antes de que sea demasiado tarde. Hay que aceptar que la posibilidad de equivocarse es parte del trabajo. Lo importante no es evitar equivocarse, sino saber cuánto tiempo vamos a permanecer en el error. Quien asume que puede cometer errores puede aprender a identificar por qué los comete y puede identificar las dificultades que le llevan a cometerlos, para adelantar una respuesta antes de cometerlos.



Soñador

Un emprendedor es una persona que pone en marcha y con determinación un sueño, es decir que es capaz de concretizarlo y hacerlo realidad. El primer paso para lograr tus sueños es crear un plan con ellos. Un emprendedor toma sus sueños y los convierten en objetivos y metas para luego elaborar un plan que les permita lograr todo lo que se propongan.

A diferencia de un soñador, el emprendedor es aquel que ajusta su idea a la realidad siendo consciente del proceso que existe detrás de un plan de acción. El soñador sueña, pero el emprendedor busca los medios para materializar esa idea.





Dispuesto a aprender

La formación es indispensable para todo emprendedor, para destacarse en cualquier área; implica un gran dominio técnico, conocimiento de metodologías, finanzas, liderazgo y habilidades sociales y psicológicas.

El emprendedor tiene que evaluar los problemas que se le presenten y tomar decisiones para solucionarlos con eficacia anticipándose a las dificultades, y en la capacidad de identificar cuando algo está mal para corregirlo con ayuda de todos.

Hay cosas que solo se pueden aprender en la práctica y por mucho que se lean en los libros, mientras no se hayan vivido, no se tiene la suficiente autoridad para tomar decisiones acertadas.

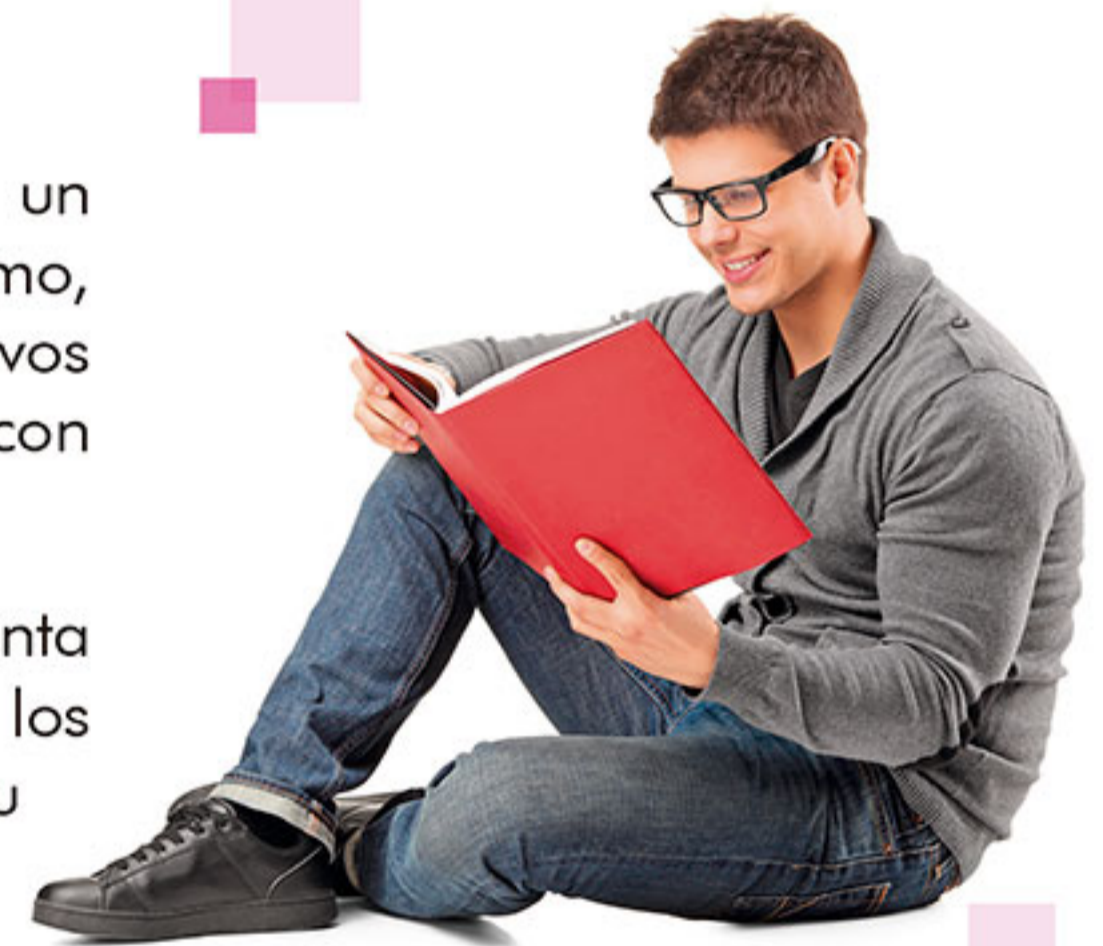


Conocimiento

Autonomía

La autonomía se describe como la capacidad que tiene un individuo de sentir, pensar y tomar decisiones por sí mismo, y es una característica del emprendedor. Apostar a nuevos proyectos con autonomía, capacidad de asumir los riesgos con responsabilidad.

Un emprendedor desarrolla la capacidad de pensar por cuenta propia, asumiendo las consecuencias de sus decisiones y los resultados que esto conlleva, esto los impulsa a desarrollar su iniciativa empresarial y a crecer de emprendedor a empresario.



Visión de organización

La base de todo emprendimiento debe ser la organización y el pilar de esta organización, es la elaboración de un plan de negocios. El plan de negocios está intrínsecamente relacionado con la anticipación de la toma de decisiones y la forma de llevar a cabo nuestro proyecto emprendedor.

Básicamente consiste en fijar objetivos y establecer la forma de alcanzarlos.

Muchas veces, aunque creamos tener muy en claro que es lo queremos y cómo lograrlo, no es suficiente si no documentamos (establecer por escrito) aquello que tenemos en mente.

La organización te ayudará a establecer todas las tareas que se deben realizar en la empresa y encontrar las personas idóneas para que las realicen. Del mismo modo, habrá un uso más eficiente de los recursos de la empresa y permite plantear los objetivos que se tienen a corto, mediano y largo plazo.

Un emprendedor tiene la capacidad de organizar un equipo de trabajo.



Las diferentes tareas a desarrollar en el seno de la empresa requieren de una correcta organización. Se deberán asignar las personas a los puestos de trabajo y a las actividades concretas en función de las necesidades globales de la empresa y de las aptitudes individuales de cada persona trabajadora.

Ten en cuenta que la organización de la empresa es muy útil, sin importar el tamaño que esta tenga.

Voluntad de gestión

El emprendedor es la persona que realiza la gestión directiva de los diferentes recursos que se ponen en juego para crear su negocio.

La capacidad directiva o de gestión del propietario y del trabajador, tienden a unirse en una sola persona, como gestor debe captar los recursos necesarios, transformarlos en productos y servicios, respetuosos con el medio ambiente que ofrece a los clientes dando respuesta a sus expectativas y demandas, generar satisfacción entre los empleados, conseguir una contrapartida económica que consiga cubrir todos los costos directos y gastos generales de la empresa, que le permita obtener un margen de beneficio suficiente para poderlo reinvertir y desarrollar el negocio y así contribuir al crecimiento económico y bienestar social.

Además, deberá tener conocimientos de dos tipos:

Formación profesional

Su formación como gestor estará dirigida a la empresa en su conjunto. Es un "hombre orquesta", capaz de elaborar un proyecto de empresa y ponerlo en marcha. No es necesario que sea un gran experto en todas las áreas de la empresa, pero sí con criterios para tomar decisiones. Esta formación conviene que la adquiera antes de iniciar la actividad y después se preocupe de estar actualizado.

Oficio del sector

El conocimiento del sector o del "oficio" es necesario para entrar en un sector específico. Lo ideal es que tenga experiencia profesional en él, pero si no es así deberá aprenderlo o conseguir la colaboración de un especialista, como socio o profesional.



APLICO
lo aprendido



1. En equipos de cuatro estudiantes, elaboren un cuadro sinóptico sobre el desarrollo de la cultura del emprendimiento en el sector productivo, (maquila y agricultura) y aplicando las habilidades emprendedoras. Compartan su trabajo con sus compañeras y compañeros de clase.

TEMA 3

LOS VALORES QUE DEBE DE POSEER UN LÍDER

- *¿Qué valores especiales debe de poseer un emprendedor?*
- *¿Reconoces algunos de esos valores en ti?*



Despierta a ese líder que está dentro, para desarrollar tus propios proyectos.

Los valores son los principios que rigen los comportamientos humanos y/o sociales, permiten que sus integrantes interactúen de manera armónica. Influyen en su formación y desarrollo como personas, y facilitan alcanzar objetivos que no serían posibles de manera individual.

Un líder es una persona capaz de tomar todo tipo de decisiones y un modelo a imitar para sus seguidores. Pero no todos tienen las dotes para conseguir alcanzar el liderazgo que muchos poseen. ¿Es algo innato? Por supuesto que no. La educación que reciben y los valores que adoptan suelen ser los factores que los hacen especiales. Estos son los principios que van de la mano del liderazgo.

Visionario

El liderazgo visionario es el que va más allá del simple liderazgo, del carisma, es aquel capaz de anticiparse a los hechos y que cuenta con la capacidad de crear y dar lugar a una visión realista e interesante del futuro.

Este estilo de liderazgo es muy útil cuando se busca establecer y cumplir una meta compartida a largo plazo, ya que el líder puede motivar al equipo al cumplimiento de la misma, convirtiéndose fácilmente en un modelo a seguir para el equipo.



Líder



Metas

Este tipo de liderazgo tiene una visión a largo plazo que le permite anticiparse no sólo a los acontecimientos sino que se pueden anticipar problemas y de esta manera poder luchar contra ellos o combatirlos antes de que existan, detectar oportunidades antes que los demás de esta manera ganan ventaja competitiva.

Un ejemplo de líderes visionarios son las personas que encabezan los movimientos sociales y algunos psicólogos consideran que Steve Jobs es un buen ejemplo de este estilo de liderazgo.

Compromiso

Un líder comprometido es aquel que inspira y contagia su entusiasmo y pasión haciendo que sus subordinados sientan como suyos todos y cada uno de los logros conseguidos.

El liderazgo, que realmente está necesitando la organización, y el equipo de trabajo, es precisamente el líder que tiene vocación por lo que hace y pasión por las funciones que se le han otorgado ejecutar dentro de la organización, este tipo de líder manifiesta en sus decisiones, el compromiso que tiene para con su equipo de trabajo.

No se dan por vencidos y trabajan duro para mantener su éxito. Se nota que disfrutan con lo que hacen y no pierden la ilusión por seguir cosechando triunfos. Todo parece poco cuando se trata de crecer profesionalmente.

Conciliador

Los líderes conciliadores cuentan con la habilidad de crear relaciones de forma instintiva. Es un estilo de liderazgo muy útil.

El líder se caracteriza por propiciar la comunicación cuando hay problemas o dificultades, actuando de manera imparcial y tratando de conciliar entre las partes, no impone soluciones sino llevar a quienes tienen diferencias a encontrar la solución.

Carisma

Saben lo importante que es mantener una buena relación tanto con sus empleados como con sus clientes y desarrollan dotes para conseguirlo. Se interesan por conocer los intereses de las personas y cautivarles con los suyos. El desarrollo del espíritu del equipo es la base de su trabajo.





En los momentos difíciles la acción de un líder es fundamental. Poseen la cualidad de saber manejar diferentes situaciones con naturalidad y ser todo un ejemplo para sus empleados.

Justicia social

Se relaciona directamente con la acción de contribuir a acelerar el proceso de mejora de la humanidad, la realización de un emprendimiento social comienza como iniciativa de un individuo, quien al identificar un problema de orden social, económico o ambiental, desarrolla un proyecto para contribuir a su solución.

El líder diseña un plan para dar respuesta a un problema, a partir de esto desarrolla una teoría de cambio e intentan modificar la realidad a largo y corto plazo.

Crea un plan de trabajo para ser mejor líder con tu equipo.



Planeación de equipo

APLICO lo aprendido

1. Organizados en equipo de trabajo, identifiquen a un emprendedor local o internacional y hagan un listado de los valores y cualidades emprendedoras de esta persona, menciona las que según tu criterio le harían falta.

Four horizontal blue lines for writing the answer to question 1.

2. Elabora con tu equipo en un papelógrafo, el decálogo de los valores del emprendedor y diseña un mural con toda la información obtenida en la investigación sobre las características y desempeño del emprendedor seleccionado.

TEMA 4

EXPERIENCIA DE LÍDERES COMUNITARIOS EXITOSOS

- ¿Conoces un líder exitoso en tu comunidad?
- ¿Cuáles habilidades y valores de los que hemos estudiado reconoces en él o ella?



Lee las siguientes experiencias de emprendedores.

Hace 22 años Doña Ruth Ortiz, emprendió en el mundo de la confección, sólo tenía mil córdobas, una máquina de coser, pero sobre todo con profundas ganas de querer salir adelante.

Las limitaciones nunca fueron impedimento para lograr emprender con el negocio ya que su principal respaldo fue su familia. “Cuando inició decidió hacerlo con su familia, no tenían inventario, solo mil córdobas y el crédito era difícil de conseguir, pero gracias a Dios iniciaron bien y multiplicaron el capital. Hoy en día sus proveedores son muchos y actualmente suplen a los pequeños negocios de costura de Granada.

La tienda ofrece todo en telas y la confección de cualquier tipo de traje como vestidos de niña, de comunión, confirmación, de 15 años, de boda, uniformes empresariales y escolares.

Continúan avanzando en lo que es la línea, siempre textil vestuario, buscan mercado nacional e internacional, porque tienen muchos clientes internacionales que recomiendan su producto fuera del país, esta iniciativa ha generado más de 15 empleos, logrando transformar las ideas en confecciones y bordados únicos.





Nicaragua Tilapia, S.A. actualmente es una moderna planta procesadora ubicada en el km. 34 ½ carretera nueva a León en el municipio de Nagarote. Comienza sus operaciones en 1998 como una iniciativa familiar, decidieron invertir en una planta procesadora de mariscos, cuyo principal producto fuera la crianza de Tilapia.

A consecuencia de la catástrofe del huracán Mitch en 1998, las inversiones realizadas en estanques para la crianza de la Tilapia (*Tilapia Mosambica*) fueron destruidos. Este hecho obligó a los socios a buscar alternativas para seguir en el rubro de procesadores de este tipo de productos. A partir de 1999 la lógica de operación fue el acopio de productos del mar a diferentes proveedores de la zona de Bluefields, San Francisco libre, entre otros. Con quienes se les apoyaba con capital de trabajo para la captura de los productos. La planta inició a procesar langosta y variedad de escamas (peces) como el pargo.

Desde sus inicios la visión de esta empresa era convertirse en exportadores hacia mercados extranjeros en la búsqueda de precios más competitivos. Es por eso que durante estos años se ha venido realizando mejoras en la infraestructura de la planta, de modo que se cumpla con lo establecido en el sistema de calidad.

Como parte de la responsabilidad social actualmente Nicalapia emplea a más de 100 cabezas de familias procedentes del municipio de Nagarote, impactando la economía local, mejorando la calidad de vida de los colaboradores y el de sus familias.

Nicalapia provee al consumidor una gran variedad de productos del mar, tanto en forma natural como con valor agregado. En cuanto a su forma natural: peces, camarón, langosta, pulpo, calamar. El valor agregado se refiere a: filete de pescado, tortas de pescado, seafood mix, mariscadas.



Mariscos



Tilapia



APLICO
lo aprendido

1. Después de haber leído las experiencias de los emprendedores, contesta las preguntas y realiza un debate en el plenario de la clase.

- ¿Qué aprendiste?

- ¿Cuáles fueron los principales logros obtenidos?

- ¿Cuáles fueron las dificultades enfrentadas?

- ¿Cuáles fueron sus metas?

- ¿Se observa el trabajo en equipo en ambas experiencias?

2. Organizados en parejas identifiquen las características de los emprendedores. Escríbelas sobre las rayas y compartan su trabajo con sus compañeras y compañeros de clase.

TEMA 5

EL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) EN SU IDEA EMPRENDEDORA

- ¿Qué son las TIC?
- ¿Qué tipo de tecnología usas regularmente?
- ¿Cómo la aplicas a tus actividades diarias?

Las TIC sirven de apoyo para la toma de decisiones, de una manera mucho más rápida y acertada dentro de un negocio o empresa. Las TIC pueden ser utilizadas en cada etapa de generación de un negocio, desde la atención al cliente hasta los procesos más complicados de transformación.

Al considerar las TIC como ayuda para la empresa, también es necesario considerar que existen empresas basadas en las TIC, estas se conocen como empresas digitales, que son concebidas como aquellas empresas en las que sus productos y servicios, así como su modelo organizativo están basados en tecnologías interactivas y de redes.

La mayor parte de sus negocios los realiza a través de internet; es decir es su base operativa. El internet no solo es útil para las empresas digitales, sino también para los emprendimientos comunes, y sirve como una herramienta de negocios debido a que es un espacio virtual en donde se realizan miles de transacciones comerciales de manera casi inmediata. Está habilitado todos los días del año, y todo el día.

El utilizar las TIC en el negocio ayuda a:

- ❖ Reducir riesgos de ser obsoleto.
- ❖ Mejorar su eficiencia y productividad.
- ❖ Ahorrar costos.
- ❖ Generar beneficios por nuevos negocios.
- ❖ Mejorar la productividad.

Las TIC pueden ser: telefonía fija, telefonía móvil, Internet, radio, televisión pagada, correos postales, energía, robótica, dinero electrónico, entre otros.



Las TIC son un aliado del emprendimiento, tanto del nuevo concepto como del tradicional.



APLICO lo aprendido

1. Con tu equipo de trabajo, investiga el uso de las TIC en el turismo, la música y la educación en los niños, elabora un mural ilustrado y expóngalo en clase.

UNIDAD 2



**Ahorrando garantizo
mi futuro**

TEMA 6

EL HÁBITO DEL AHORRO COMO PARTE DE LA SOSTENIBILIDAD DE SU IDEA EMPRENDEDORA

- *¿Qué significa ahorrar?*
- *¿Por qué es importante ahorrar?*



Invierto mis ahorros en la idea emprendedora

Hay dos cosas que se pueden hacer con los ingresos, o consumirlo o ahorrarlo. Sin embargo, si ahorras en vez de gastar, guardamos y reservamos para el futuro.

La Inversión se define como los gastos por parte de las empresas en maquinaria e instalaciones (bienes de capital) que se espera produzcan un ingreso futuro. A esto se ha denominado inversión fija. Además, puede ser inversión en inventarios, materia prima que se necesita en la producción.



Ahorro e inversión: clave para el desarrollo de su idea emprendedora

Por lo general, las personas que apartan fondos no suelen tener un capital para las inversiones. De hecho, quien tiene la disciplina del ahorro, por lo general lo destina a cosas específicas como: comprar carro, vacaciones, comprar casa, computadora, etc.

Sin embargo, uno de los puntos que da mayor relevancia a los ahorros son las inversiones. Esto porque cuando ahorras para invertir, estás pensando en el futuro. Imagina que ahorras para comprar tu carro en unos seis meses, pero te das cuenta que puedes hacer una inversión que tomará tres años y te dará una mayor rentabilidad con la posibilidad de tener un mejor vehículo; si tomas la decisión de invertir y postergar la compra del carro.



No pretendemos dar la idea de que dejes todo lo que quieres ahora para invertir, y que postergues eso que deseas. No, todo lo contrario. Lo importante al ahorrar para invertir, de esta manera estás tomando una estrategia a largo plazo con tu dinero. Y para eso tienes que apartar una parte de tu dinero para hacerlo producir.

Tips de ahorro que todo emprendedor debe saber

A la hora de emprender y querer formar un negocio propio se necesita un capital inicial para comenzar. Esa primera fase de búsqueda de dinero no suele ser tan complicada porque nace de los propios ahorros, de la inversión de los socios del proyecto o de la familia o amigos que quieren apoyar.

Sin embargo, para poder mantener ese capital se necesita ser muy cuidadoso y tomar decisiones acertadas al momento de la inversión. Por eso si eres un emprendedor que busca generar ingresos e impacto y seguir adelante, te recomendamos lo siguiente:

- ❖ Maximiza tus ingresos.
- ❖ Controla los gastos.
- ❖ Optimiza tu capital de trabajo.
- ❖ Invierte lo mínimo.
- ❖ Ten cuidado con endeudarte.
- ❖ Analiza estrategias de crecimiento.


El valor de la austeridad en el desarrollo de su idea emprendedora

Lo opuesto de austeridad es despilfarro, es por ello, que la austeridad es una virtud, que permite controlar al individuo en sus gastos.

La cotización como medida para ahorrar

Cotizar es investigar los precios en el mercado, para un determinado producto, pero en esa indagación también incluir la calidad que buscamos, los tiempos de entrega del producto, descuentos ofrecidos. Generalmente la calidad está asociada a una marca.

El emprendedor debe describir y conocer las características de su producto o materia prima que se requiere, tendrá además una idea de los costos que les va a permitir obtener ganancias.



Que bueno es tener un plan de ahorro para invertirlo en un proyecto.





APLICO lo aprendido

1. Con tu equipo elige tres productos y realiza una investigación en el mercado, recopilando cotizaciones en diferentes establecimientos.

2. Con los precios por cada producto investigado, elabora un cuadro de análisis comparativo de precio y calidad tomando en cuenta la disponibilidad, tiempos de entrega, descuentos ofrecidos de cada establecimiento.

Productos	Precio	Calidad	Tiempo de entrega	Descuentos	Local
Producto 1					
Producto 2					
Producto 3					

TEMA 7

EL AHORRO COMO HÁBITO IMPORTANTE PARA ALCANZAR LAS METAS EN LA VIDA

- ¿Qué metas tienes en las cuales necesitas invertir?
- ¿Crees que el hábito del ahorro te lleve a alcanzar esa meta propuesta?



Actitudes para desarrollar el hábito del ahorro

No es algo que se le facilite a todo el mundo y, aquellos que sí lo logran, parecen tener un secreto o unas “prácticas ocultas” que los llevan a cumplir sus metas financieras. ¿Cómo lo hacen?

Cuando te propones reducir gastos, aumentar sus ingresos y buscar acumular una cantidad de dinero ya sea para viajar, comprar algo específico o salir de deudas, tienes que pensar en una forma particular de hacerlo.

Tus padres te inculcaron el hábito del ahorro con el chanchito que venden en los mercados, pero hoy ya siendo grande, puede que esa estrategia no te resulte muy útil.

Es por eso que no hay una forma específica de ahorro para todos, pues se trata de un hábito que depende del estilo de vida, de la personalidad y de los objetivos de cada persona y quizá por eso es que las estrategias de algunos familiares o amigos tuyos no han sido exitosas.

Hay hábitos exitosos que suelen desarrollarse a lo largo de la vida, lo que ha permitido a muchas personas tener un ahorro, entre ellos tenemos:

Disciplina

Cuando un emprendedor ve una oferta, debe meditar previamente si le interesa o si existe otra alternativa antes de aceptarla. Es necesario estudiar o investigar el mercado antes de aceptar cualquier oferta, hay que aprender a decir “no”, para desembolsar lo justo y que no afecte las finanzas.

Guardar dinero para el futuro, reservar parte del gasto ordinario.





Madurez

El emprendedor debe de ser realista y aprender a distinguir entre necesidades y deseos. De esta forma se evitan compras innecesarias. Al momento de establecer un ahorro hay que analizar las prioridades y darle relevancia a lo que realmente merece una inversión; debes hacer un presupuesto real de ingresos y egresos.

Se deben tomar en cuenta los ingresos mensuales que se destinan para los gastos y la inversión que están pensando realizar.

Austeridad

La austeridad consiste en reducir los gastos, por lo que se debe tomar una decisión y preguntarnos: ¿Para qué quiero ahorrar? Es importante mantener esa meta, lo que le servirá de motivación y no permitirá que se desvíe.

Si el problema es que todavía no logra destinar una parte de su ingreso al ahorro, es posible que necesite revisar sus "gastos hormiga". Se le conoce así a esos pequeños gastos que poco a poco consumen sus ingresos. Piense cuánto gastó esta semana en tazas de café, taxis, comida rápida, zapatos que no necesita. Por un momento podrían parecer gastos insignificantes, sin embargo, la suma de ellos es lo que se aleja de los objetivos. El primer paso es recortar estos gastos y priorizar.

Planificación

El emprendedor ha de establecer metas claras, para el ahorro, una vez se tiene claro lo que quiere alcanzar, llega el momento de definir cómo va a ahorrar lo que necesita.

El hábito del ahorro es un ejercicio clave para una buena economía familiar que, idealmente, se debe enseñar desde muy temprana edad, la tecnología cambió las reglas de juego y ahora las cuentas de ahorro desde edades escolares son el mejor instrumento para inculcar la cultura del ahorro en casa". Lo importante es que tenga claro sus ingresos, sus gastos y el porcentaje que está dispuesta(o) a destinar a sus objetivos de ahorro".

Por eso hay que investigar sobre los servicios financieros que ofrecen los bancos, en las opciones que le generen mayor confianza y las que más se acomoden a sus necesidades y a sus posibilidades económicas.



Puedes aplicar la austeridad haciendo los gastos mínimos para ahorrar.



Ingresos



Planificar

Organización

La organización es ubicar cada cosa en su lugar, asignando responsabilidades y seleccionando al personal que cumpla con las habilidades y conocimientos que se necesita.

En el tema del ahorro implica que se tenga una idea clara sobre lo que pretende lograr, describir los productos o materias primas que se necesita, investigar los precios de venta en el mercado, saber con qué recursos cuentas, investiguen los costos, analizarlos, reunirse y tomar decisiones.

No debes ir a la deriva, reflexiona, anota tus ideas, investiga, asigna responsabilidades, haz tus cuentas, revisa tus costos y recursos; para que sepas hasta donde te permitirás adquirir un producto o materia prima.



Puntualidad

La puntualidad, en principio, es una cualidad adquirida que es considerada como la virtud de cumplir con la entrega de una tarea o cumplir con una obligación, dentro del tiempo estipulado y totalmente comprometido a la realización de ésta.

La puntualidad es algo fundamental si se quiere conseguir un trabajo, una cuenta o un cliente. No obstante, la puntualidad también es clave en nuestro día a día. La puntualidad es una conducta humana que hace que lleguemos puntuales a los lugares, en el horario exacto pactado con anterioridad.



1. Si tienes como propósito reducir gastos y aumentar tus ingresos, escribe lo que harás para conseguirlo.
2. De acuerdo con lo estudiado, escribe una meta en la que deberás aplicar las seis actitudes para desarrollar el hábito del ahorro y argumenta la importancia de cada una.

TEMA 8

CARRERAS TÉCNICAS

- ¿Qué sabes de la educación técnica?
- ¿Qué carrera técnica te gustaría estudiar?



Perfiles y perspectivas de las carreras técnicas en su comunidad

Las carreras técnicas son estudios que se cursan de manera análoga a las profesionales, caracterizándose por ser más cortas y accesibles. Le permiten al estudiante, una vez terminados sus estudios, poder conseguir trabajos en la especialidad que eligió, esto le ayuda a adquirir más experiencia debido a que están más adaptadas al mercado laboral.

Las carreras técnicas demandan menos tiempo que las carreras universitarias, su duración oscila entre dos a tres años.

Otro de sus beneficios es que mejoran el estatus socioeconómico del estudiante, porque le permite trabajar mientras estudia una carrera universitaria.

La oferta es variada y tiene la opción de escoger entre una amplia gama de carreras técnicas ofrecidas por el INATEC, en sus diversos centros de atención en todo el país.



APLICO lo aprendido

1. Investiga las carreras técnicas que se ofertan en el INATEC, u otras Instituciones, elabora una lista, analízalas y escoge la que más te llame la atención; describe en qué consiste su perfil laboral. Comparte tu trabajo con tus compañeras y compañeros de clase.

UNIDAD 3



Construyendo mi idea emprendedora

TEMA 9

GENERACIÓN DE IDEAS EMPREENDEDORAS

- *¿Qué significa para ti idea emprendedora?*
- *¿Cómo crees que se conciben las ideas emprendedoras?*
- *¿Para qué sirve una idea emprendedora?*



Construir una idea emprendedora, es un proceso metódico, disciplinado e investigativo, es una guía paso a paso en el que vas descubriendo las posibilidades de iniciar un negocio, pero también de conocer tus capacidades.

Las mejores ideas no son producto de un momento de iluminación, sino consecuencia de una tarea metódica y ordenada. No hay que entusiasmarse con una idea, por más interesante que parezca. Pero es lo que en general ocurre, porque sentimos la urgencia de progresar tan rápidamente como sea posible. Tenemos un enorme temor de que haya otros a quienes se les ocurra la misma idea, se nos adelanten y nos ganen. ¿Qué hacer entonces?

Lo ideal es actuar sobre un proceso que nos lleve paso a paso en la generación de la idea, partiendo incluso de una idea preliminar, indagando las oportunidades, carencias, cosas que nos gustan, problemas que encontramos en nuestro entorno, comprobando la existencia real de necesidades insatisfechas, que después son oportunidades para explotar.



Oportunidades y problemas identificados en la comunidad

Podemos entender por problema una carencia, siendo la insuficiencia a la hora de cubrir una necesidad; además de la falta de algo. A veces, la carencia es la existencia de una necesidad; siendo situaciones en las que el ser humano siente la falta o privación de algo. Cuando el nivel de carencia es muy intenso, se transforma en necesidad.

Tienes que ser muy observador para identificar un problema y cubrir esa necesidad.

En cuanto a la necesidad se entiende como un componente básico del ser humano que afecta su comportamiento, porque siente la falta de algo para poder sobrevivir o sencillamente para estar mejor.

El emprendedor debe saber que, aun teniendo una idea, los negocios son el resultado de la observación de los problemas, cambios que suceden en el entorno o también nuevas necesidades, que se producen en la sociedad. Entonces, el proceso de generar ideas exitosas es observar con mucha atención el desenvolvimiento de la sociedad, reconocer los problemas o carencias que se presenta, para aprovechar estas situaciones y generar ideas de negocio.

Esos vacíos desatendidos o mal atendidos del mercado pueden ser cubiertos por empresas nuevas o ya existentes, que introducen o mejoran un bien o servicio. La idea de negocio puede estar en cualquier lugar, pero debe corresponder a lo que los clientes quieren y están dispuestos a pagar.

Es posible que, en las exploraciones a tu localidad, observes que: se carece de establecimientos dedicados a la recreación, con un ambiente que fomente los valores familiares, donde se pueda gozar de un momento ameno y también a una comida sana, con juegos para niños.

En tu recorrido preguntas a las personas y te dicen qué buscan un artículo en particular y artesanías, pero la dificultad es que no hay donde comprarlos; si quieren conectarse y enviar un correo, es imposible pues tampoco localizan un lugar donde se pueda tener servicio de internet, impresión y encolchado. Tampoco se observan ventas de abarrotes, reparación de electrodoméstico, barbería, gimnasio, reparación y mantenimiento de computadoras.

Posiblemente no se encuentren estos productos y servicios, porque no ha surgido una idea y ten presente que sin una idea de negocio no hay empresa. Sin embargo, la idea no constituye el punto final, sino el comienzo, es el punto de partida de un largo proceso de desarrollo y que deberá superar difíciles retos.

Ahora bien, el emprendedor tendrá muy presente que para estructurar la idea de negocio que va a llevar a cabo, será necesario saber a qué tipo de actividad económica pertenece la idea que hasta el momento se ha concebido.





Los negocios se clasifican en:

Negocios de producción o industriales: transforman materia prima para producir bienes. Por ejemplo: fabricantes de ladrillos, muebles, ropa, etc.

Negocios de comercio: se dedican a la transacción de bienes. Son los negocios que compran y venden mercadería, pueden ser mayoristas o minoristas.

Negocios de servicios: proveen asesoría o mano de obra especializada. Por ejemplo: un taller de mecánica, electricistas, servicios de limpieza, servicios de turismo, de restaurantes, etc.

Existen negocios de servicios que también comercializan bienes. Por ejemplo: un taller de mecánica además de ofrecer el servicio de reparación de autos, venden accesorios automotrices, lo que significa que también es un negocio minorista.



Zona franca



Venta de frutas



Clínica dental

APLICO lo aprendido

1. Elabora una lista de cinco problemas o necesidades que observaste y te parece que son urgentes de resolver.
2. Toma uno de los problemas y redáctalo en el siguiente formato.

Preguntas para reflexionar	Respuestas
¿Cuál es la necesidad o problema observado?	
¿Qué producto o servicio puede ayudarle?	
¿Quién es el cliente potencial?	
¿Cómo o de qué manera se obtendría el producto a ofrecer?, ¿Qué recursos se van a necesitar?	

TEMA 10

PROBLEMAS Y OPORTUNIDADES QUE PUEDE APROVECHAR PARA SU IDEA EMPRENDEDORA

- *¿De qué manera crees que se encuentran o hallan las ideas emprendedoras?*
- *¿Qué haces para seleccionar la mejor idea de negocio, de todas las ideas que han encontrado en tus investigaciones?*



Normalmente ocurre que lo primero que tienes en mente es la Idea de negocio, o lo que puede llegar a ser negocio. Por esta razón, lo conveniente es que logres precisar si efectivamente se trata de una “oportunidad real” para desarrollar un negocio, en tanto pueda ser aprovechada, según sus capacidades y posibilidades actuales.

Es posible que estés contemplando una idea de negocio, ésta la debes ver a la luz de las siguientes interrogantes:

1. ¿Qué carencia o necesidad, tienen tus posibles clientes?

Esto implica la identificación de las necesidades de tu entorno, así como la posibilidad que tengas para atender con tus propios recursos.

2. Anteriormente te preguntaste por la necesidad de tus clientes, ahora debes reflexionar en el producto, o servicio que venderás en tu negocio, para satisfacer la necesidad o carencia detectada.

Tu futuro negocio estará basado en productos o servicios que conozcas bien. Además, la gente ha de estar dispuesta a pagar y preferirá comprarte a ti y no a las empresas de la competencia.

Al descubrir una idea tienes que analizarla, para saber si se puede elaborar o descartar.



Productos



Servicios





Es sumamente importante el conocimiento técnico que tengas, para la elaboración y comercialización del producto. No producirás ni venderás, un bien o servicios, que desconoces en cuanto a su utilidad para el cliente, porque no le podrás decir como tu producto lo beneficia. Pregúntate:

- ❖ ¿Qué ventajas tiene tu cliente al comprarte el producto?
- ❖ ¿Cómo le ayudará?

3. Otra pregunta importante, es la siguiente ¿A quién le venderás en tu negocio? ¿Cómo son las personas que tienen esa necesidad que identificaste y quieres atender?

Es importante describir quiénes serán los clientes que atenderás, cuáles son sus gustos y preferencias, su edad, sexo, nivel de ingresos, condición laboral.

Pasos para identificar ideas de negocio

Habiendo consensuado una lista de carencias en el equipo de trabajo, ahora continuas con el análisis de estas. Este análisis se hará en varias fases:

1. Identificación de las mejores ideas de negocio, utilizando la técnica del macro filtro.
2. Matriz de selección de la mejor idea.

La lista de carencias única del equipo de trabajo será utilizada en la reflexión para seleccionar la mejor idea. En este análisis, te preguntas: ¿Cuál de estas ideas desarrollarás?, ¿Cuál piensas que es la mejor idea de negocio? Tendrás presente que elegirás aquellas ideas que a tu juicio responden a las necesidades de tus posibles clientes.

Habiendo consensuado las ideas, ahora las debes trasladar al Macro Filtro.

Macro Filtro

Esta herramienta consiste en trabajar en el cuadro abajo descrito, donde respondes con un SI o No a las preguntas orientadoras que se indican. Las respuestas te ayudarán sobre lo exitosa que puede ser tu idea de negocio.



Interrogantes



Arreglo



En la tabla del macro filtro, las tres primeras preguntas orientadoras, se refieren a “identificar la necesidad de la población”. En el macro filtro nos pide respuestas SI o NO, no obstante, debes sustentar cada una de tus respuestas. De esta manera la primera pregunta: ¿Existe una necesidad que satisfacer en tu localidad?, se está refiriendo a ¿Cuál es esa necesidad para satisfacer? Debes conocer la respuesta y no únicamente responder SI o NO.

En el caso de la pregunta. ¿Existe un mercado para este producto o servicio?, está referida a conocer cuántos clientes son, donde están esos clientes; qué características tienen: ¿Son hombres, mujeres, niños?, ¿Mayores de 30 años o menores de 15?, ¿Pertenece al barrio o la cuadra en que vives?

La última pregunta, ¿Hay personas que necesitan comprar este producto o servicio? Trata de identificar si existe una parte de la población que no está conforme con los productos o servicios que actualmente le ofrece el mercado y que puede cambiar de proveedor.



Preguntas Orientadoras	Idea 1		Idea 2		Idea 3		Idea 4	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
¿Existe alguna necesidad para satisfacer en tu localidad?								
¿Existe un mercado para el producto o servicio que ofreces?								
¿Hay personas que quisieran comprar tu producto o servicio?								
¿Quieres de verdad realizar este proyecto?								
¿Es posible producir el producto en tu barrio o comunidad?								
¿Este proyecto permite tener ganancias?								
Total, de ideas con SI								



Matriz de selección de la mejor idea

De la evaluación anterior, el equipo de trabajo seleccionó tres o cuatro ideas. Estas serán nuevamente evaluadas, con el fin de seleccionar la mejor idea de negocio.

Con la herramienta “matriz de selección de la mejor idea”, estarás seleccionando cuál es la idea de negocio que vas a desarrollar. Utilizando esta técnica, estarás en condiciones de “priorizar” aquella idea para la cual te encuentres mejor preparado.

El análisis consiste en obtener una calificación de las ideas preseleccionada, según se indica en la tabla de calificación del cuadro abajo descrito. Priorizarás la idea que tiene un mayor puntaje. Así lograrás obtener la IDEA DE NEGOCIO más atractiva.



Acuerdo de ideas

IDEAS	CRITERIOS				TOTAL
	MATERIA PRIMA DISPONIBLE	EXISTENCIA DE DEMANDA INSATISFECHA	DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA CALIFICADA Y DE BAJO COSTO	HABILIDADES PARA IMPLEMENTAR LA IDEA	
PUNTAJE TOTAL					

TABLA DE CALIFICACIONES

- 5. Muy Bueno
- 4. Bueno
- 3. Regular
- 2. Malo
- 1. Muy Malo

Por tanto, aquella idea que tenga el mejor puntaje será la que selecciones como la más atractiva, ya que reúne las mayores calificaciones. Las otras ideas, tanto la del segundo como del tercer lugar, no significa que sean malas, sino que presentan algunas debilidades o existen amenazas que obstaculizarán la realización e impedirán obtener el éxito buscado.

Alternativamente, puedes utilizar es la siguiente:

Preguntas orientadoras	Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4	Idea 5
¿Tengo el conocimiento para producir el producto/servicio?					
¿Cuento con el local y el equipo para producir el producto/servicio?					
¿Cuento con el apoyo de otras personas para poder producir el producto/servicio?					
¿He definido a quiénes venderé el producto/servicio?					
¿Conozco en dónde comercializaré el producto/servicio?					
¿Se cómo organizar el negocio (áreas y personas) según el producto/servicio a comercializar?					
¿Tengo los conocimientos en la administración del negocio?					
¿Tengo los recursos o la manera de obtener el financiamiento para este tipo de negocio?					
¿Cuento con el financiamiento básico para iniciar este negocio?					
PUNTAJE TOTAL					

TABLA DE CALIFICACIONES

- 5. Muy Bueno
- 4. Bueno
- 3. Regular
- 2. Malo
- 1. Muy Malo



1. Discutan en grupo la selección de la mejor idea.
2. Expongan el resultado de los análisis, justificando la selección de la idea de negocio.

TEMA 11

ANÁLISIS FODA (FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y AMENAZAS)

- ¿Puedes describir tus fortalezas y oportunidades?
- ¿Puedes identificar tus debilidades y amenazas?



Vamos a trabajar realizando una mirada a nuestro entorno, local y también a lo interno. Buscamos identificar todas las fuerzas que afectan positiva o negativamente la idea de negocio que se ha seleccionado y te propones desarrollar.

Analizaremos cómo los factores externos pueden afectar la implementación de la idea de negocio. Específicamente, la tecnología, factores económicos, sociales y regulaciones. Para cada uno de los aspectos debes identificar si constituye para el negocio una amenaza o una oportunidad.

Oportunidad

Consideramos que existe una oportunidad, cuando encontramos una situación externa que favorece la idea de negocio.

Amenaza

Es un factor o situación que representa o puede representar en el momento actual, riesgos o fuerzas negativas para la implementación, supervivencia y crecimiento de la idea de negocio.

Fortalezas

Son los puntos fuertes que están bajo tu control, ocurren actualmente y pueden ser utilizados para la puesta en marcha del negocio. Es "con lo que cuentas para iniciar tu actividad".

Debilidades

Son las carencias o los puntos flacos del negocio y que están dentro del control del emprendedor, que ocurren actualmente y deben superarse.



APLICO lo aprendido 

1. Realiza las siguientes actividades.

- Escribe la idea emprendedora seleccionada. Analízala considerando cada uno de los aspectos del cuadro.
- Marca con una "x", si consideras que es una oportunidad, amenaza, fortaleza o debilidad.

Idea de Negocio		
Aspectos	Oportunidad	Amenaza
Conocimientos técnicos.		
Local accesible.		
Relación con los proveedores.		
Contacto con el mercado de destino.		
Demanda.		
Competencia.		
Materia prima (disponibilidad).		
Capacidad adquisitiva del cliente.		
Tecnología.		
Mano de obra disponible.		
Aspectos	Fortaleza	Debilidad
Tecnología.		
Conocimiento técnico.		
Diseño del producto.		
Local disponible.		
Disponibilidad de recursos financieros.		
Personas dispuestas a trabajar, con conocimientos y habilidades.		

- Redacta tres actividades, en el siguiente orden:

1. Aprovechar las oportunidades; _____

2. Evadir las amenazas; _____

3. Superar las debilidades; _____

TEMA 12

ORGANIZACIÓN DEL EQUIPO DE TRABAJO

- ¿Qué entiendes por organización?
- ¿Por qué crees que la organización es importante?
- ¿Qué crees que pasa cuando no se organiza un evento?
- ¿Qué pasa cuando les asignas responsabilidades a las personas?



Grupos y equipos de trabajo

Cuando hablamos de grupos y equipos, nos referimos a dos modelos que sirven para distintos proyectos organizacionales. No es que uno sea mejor que el otro. Cada forma sirve para determinados propósitos y según determinados recursos que posea una organización.

Un grupo de trabajo son dos o más individuos que trabajan en forma independiente para alcanzar un objetivo global y pueden o no trabajar uno al lado del otro en el mismo departamento. La forma de trabajar, responsabilidad y liderazgo en un grupo son muy diferentes a los de un **equipo**.

Un equipo de trabajo es un pequeño grupo de personas con habilidades complementarias que están comprometidos con un objetivo en común y una forma de trabajo que sostiene la responsabilidad de cada uno. La mejor medida de un equipo es entre 5 a 7 individuos. Los equipos de más personas requieren de mayor estructura y soporte, los equipos más pequeños a menudo tienen dificultades cuando alguno de sus miembros se ausenta.



Equipo de trabajo

Normas para trabajar en equipo

Algunas normas generales importantes, del equipo de trabajo son:

1. **Identidad:** el equipo debe definir una serie de valores que lo distingan de los demás y lo hagan único, los que deben ser conocidos por todos los miembros.
2. **Equipamiento:** todo equipo debe contar con los elementos mínimos indispensables para llevar a cabo sus tareas.
3. **Respeto:** todo equipo debe manifestar un profundo respeto por su líder y por la dignidad de cada uno de sus miembros.
4. **Comunicación en las tres direcciones:** ascendente, descendente y lateral. Todo equipo debe establecer los canales que permitan un rápido flujo de información y faciliten la toma de decisiones.
5. **Sincronización:** todo equipo debe tener un método dinámico de trabajo, con base en las características de los recursos con los que cuenta.
6. **Solidaridad:** todo equipo debe responder por cada uno de sus miembros, particularmente por los más débiles.
7. **Bien común:** el equipo debe comprender que este es más importante que el bien particular.

Comunicación asertiva

Comunicación asertiva es aquella mediante la cual logramos manifestar a los otros de forma simple, clara y oportuna, lo que sentimos, queremos o pensamos.

En este tipo de comunicación no es necesario recurrir a la agresividad para comunicar nuestras ideas, pero tampoco implica que nos retraigamos o nos encerremos en una actitud pasiva o dócil que nos impida comunicar lo que sentimos.

Una buena comunicación no implica solo el envío de muchos correos, mensajes de texto o conversaciones muy largas que generen poco o ningún resultado una comunicación efectiva se da cuando las partes que intervienen llegan a acuerdos de forma simple y clara, es muy importante que el mensaje que se quiere transmitir sea claro, preciso y breve. Es decir, de fácil comprensión, que exprese objetivamente lo que se quiere decir y que diga únicamente lo intencionado, de esta manera se logra mejorar el flujo del trabajo y la productividad del equipo.





Tips para la comunicación asertiva

- 1. Confronte:** esto no implica discutir, se trata de hacerle frente a las situaciones, no hagas actividades por compromiso, no dejes pasar situaciones molestas. Siempre existe el momento y la forma de decirles a las personas lo que piensas.
- 2. Asegúrese de tener la atención de su interlocutor:** si usted quiere realmente que una persona lo escuche, no hable mientras esta tiene su atención en otra parte, como por ejemplo en el teléfono o en el computador. Permite que la otra persona termine de hacer lo que está haciendo antes de hablar.
- 3. No se extienda:** hable concretamente, no extienda su comunicación más allá de lo necesario, pues esto puede generar pérdida de tiempo tanto para usted como para su interlocutor; además de dar cabida a que el mensaje no quede claro.
- 4. Trate a todos igual:** la comunicación debe llegar a todos los niveles. No debemos excluir a nadie, pues la comunicación supone la participación de cada uno de los actores del proceso, que tienen sus propias habilidades y aptitudes.
- 5. Plántate un objetivo definido:** a menudo, cuando alguien decide ser más asertivo, comete el error de empezar a decir "no" a cualquier tipo de petición porque cree que así parece más duro. Otros se lanzan a defender sus derechos sin saber qué quieren decir.
- 6. Usa la comunicación subjetiva:** cuando expreses tus opiniones o necesidades es recomendable que utilices la comunicación en primera persona para hacer saber a tu interlocutor que lo que estás diciendo es una expresión de tus pensamientos.
- 7. No disminuyas la importancia de tu mensaje:** uno de los peores errores que puedes tener en tu comunicación asertiva para expresar tus argumentos es la de devaluar tu propio mensaje reduciendo la importancia de lo que estás diciendo.

Distribución de roles entre los miembros del equipo de trabajo

Cada equipo de trabajo es un universo en sí mismo: en ellos se establecen relaciones, vínculos y lazos que sólo allí podrían tener cabida; en ellos entran en juego habilidades, conocimientos e intereses; se asumen papeles en función de cada miembro y de éste en relación con los demás integrantes.

Este proceso es característico de las primeras etapas de la conformación de los grupos, cuando los integrantes han convivido un tiempo determinado (no mucho) que les ha permitido conocer las habilidades y fortalezas de cada uno. La idea es tratar de ver en qué rol se desempeña mejor cada integrante.



Roles típicos que no pueden faltar a la hora de conformar un grupo de trabajo exitoso:

1. **El coordinador:** es el que define los objetivos del grupo y se encarga de la toma de decisiones. También llamado líder o responsable, se ocupa además de dar un buen manejo a los elementos de diversa índole que intervienen en el proyecto. Sus actos deben transmitir seguridad, confianza y provocar la cooperación necesaria para que el grupo no se disuelva.
2. **El investigador:** las fuentes son su principal fortaleza: estudios, análisis, reportes, etc. Parte de su labor es extraer lo mejor de cada una de ellas y aplicarlas al proceso actual. Suele ser un buen comunicador y un excelente analista de las situaciones.
3. **El creativo:** se caracteriza por ser una persona llena de ideas y que es capaz de aportar sugerencias y opiniones originales. De ahí que una de sus principales funciones sea la resolución de problemas y situaciones de crisis. Es imaginativo, innovador, curioso.
4. **El cohesionador:** en ocasiones suele ser el propio líder o responsable; en otros momentos, esta tarea es asumida por un tercer miembro. Se caracteriza por la diplomacia, la ponderación y un alto sentido de la justicia. Es empático hacia el resto de sus compañeros y, por ello, en sus manos recae la función de evitar eventuales enfrentamientos.
5. **El especialista:** se caracteriza por poseer conocimientos específicos y que pueden ayudar al resto del equipo de manera puntual. Es disciplinado, atento y tiene la virtud de centrarse en una sola cosa a la vez. En el resto de los asuntos, maneja un bajo perfil.
6. **El impulsor:** se trata de un individuo dinámico, proactivo y que está en permanente búsqueda de nuevos recursos. No es un especialista en el mismo sentido del teórico o investigador; sin embargo, su actitud enérgica contagia al resto de integrantes y puede ser bueno en las situaciones de estancamiento o de crisis.

Compromisos de trabajo

El compromiso en el trabajo es aquel vínculo de lealtad por el cual una persona desea permanecer en la empresa debido a la motivación por un proyecto, el reconocimiento y la felicidad en el trabajo. El trabajador muestra entusiasmo y trabaja para el éxito de la empresa.

Las personas continúan en la organización porque así lo quieren, sin ningún tipo de presión. Se identifican con los valores, se esfuerzan por hacer crecer la empresa y siente los problemas como propios.

En la mayoría de los casos, los empleados comprometidos:

1. Conocen lo que se espera de ellos.
2. Sienten que pueden lograr las metas y un impacto en la empresa.
3. Confían en sus compañeros y se sienten reconocidos.





En los equipos de trabajo, también suceden estos tipos de comportamientos, por lo que la lealtad de los integrantes se manifiesta en las siguientes actitudes:

1. Coordinar el equipo.
2. Mantener el grupo concentrado en sus tareas.
3. Mantener al conjunto concentrado para trabajar unidos como equipo.
4. Facilitar las reuniones del grupo.
5. Apoyarse mutuamente.
6. Alcanzar el consenso.
7. Comunicación entre los miembros del grupo y con agentes externos.
8. Contribuir y participar en los esfuerzos del equipo.
9. Cumplir con las tareas y los compromisos.

Normas de comportamiento de trabajo

Las habilidades sociales deficientes están presentes en todos los equipos y minan la efectividad del grupo si no se llegan a equilibrar.

1. Comportamientos esperados que fomentan la cohesión del equipo.
 - a. Mostrar comprensión y aceptación hacia los otros.
 - b. Incluir a todos los miembros del equipo en las discusiones.
 - c. Escuchar y responder a los demás.
 - d. Tomar con tranquilidad los puntos de vista y las opiniones opuestas.
 - e. Preguntar a todos los miembros del equipo, qué piensan.
 - f. Asistir a las juntas.
 - g. Asumir voluntariamente tareas del equipo y ayudar a otros.
2. Comportamientos que contribuyen a ser productivos.
 - a. Sugerir alternativas creativas, poniéndolas a prueba del consenso.
 - b. Sugerir procesos que ayuden a que el equipo complete sus tareas.
 - c. Pedir las opiniones e ideas de los demás, mostrando paciencia.
 - d. Ofrecer información y datos.
 - e. Mantener la discusión centrada en el tema.
3. Comportamientos que deben evitarse porque debilitan o bloquean.
 - a. Estar en desacuerdo y no ofrecer sugerencias.
 - b. Rehusarse a escuchar a los otros miembros.
 - c. Criticar las ideas o procesos de los demás, interrumpiendo.
 - d. Dominar en la discusión o tratar de imponerse en la decisión.
 - e. Retirarse.
 - f. No cooperar.
 - g. Hacerse el gracioso en exceso o luchar para atraer la atención.
 - h. Mostrar actitud que nada funcionará bien aquí.

APLICO

lo aprendido



1. Organizados en equipos elaboren un resumen sobre las normas generales para trabajar en equipo. A cada miembro del equipo se le debe asignar sus responsabilidades y aclararles los compromisos que asumen.

TEMA 13

MI IDEA EMPRENDEDORA

- *¿Qué significa para ti la palabra idea?*
- *¿Puedes escribir en qué consiste la idea emprendedora que anteriormente seleccionaste?*



Es necesario que el emprendedor esté claro, que la idea de negocio debe estar basada en una oportunidad de negocio. Para emprender no basta con tener una idea, ya que puede que no represente o no está sustentada en una oportunidad, siendo únicamente una ilusión, que no se concretará jamás y de realizarse, muy seguramente fracasará.

Formulación de su idea emprendedora

En esta fase, después de que has evaluado muy detenidamente las distintas ideas de negocio y has seleccionado aquella que te parece la más atractiva, ahora toca definir la idea o emprendimiento que presente los mayores beneficios para ti y tu localidad. Definir el negocio debe comprender la caracterización de los clientes que piensan atender y el tipo de bienes y servicios que les ofrecerán.

Es importante tener siempre en mente que ningún negocio sobrevivirá si no satisface las necesidades de los clientes. Cuando tienes una idea de negocio bien concebida, han logrado dar un gran avance.

Tener la idea es un gran avance, este es apenas el primer paso de una competencia (el emprendimiento es una competencia, no una carrera de velocidad). Faltan muchos pasos, entre ellos el Plan, la creación de la empresa y mucho más. Pero antes de llegar a esto es necesario darle un aspecto elegante y concreto a nuestra idea de negocio y esto se logra escribiéndola.

En este punto es importante anotar que la idea de negocio será el punto de partida para que más adelante escriban el plan; por esto es esencial que la idea de negocio quede bien escrita ya que es un documento que tendrá validez por mucho tiempo.

Haz encuestas, sesiones de grupo, etc. Para conocer el comportamiento de los consumidores e identificar sus necesidades.



Investiga



La idea de negocio es un pequeño resumen de lo que quiere que sea la empresa. En comparación con el plan, la idea apenas es una breve mirada de lo que será el plan completo.

La metodología que puedes utilizar para abordar la Idea de negocio, la definimos a continuación:

Concepto de Negocio: una descripción general de lo que es su negocio.

- ❖ ¿Qué va a hacer?
- ❖ ¿Qué va a vender?
- ❖ ¿Cómo lo va a lograr?

¿Quién es el Cliente? Revisa con cuidado las características del cliente al cual piensan llegar, conoce sus condiciones económicas, el número de personas a las que les puede interesar el producto, y tienen interés en comprar.

Ejemplo: un Club de diversiones juveniles, definió que sus clientes serían: varones y mujeres cuya edad oscila entre los 10 y 35 años.

1. ¿Qué necesidades de los clientes podrá satisfacer tu negocio? Define las necesidades de tu cliente y si tu negocio puede atenderlas.
2. ¿Cómo satisface el negocio las necesidades personales de los clientes? Ten claro cómo es que vas a atender las necesidades en las que te enfocarás con tu cliente, es fundamental para que definas si lo haces mediante un producto o un servicio.

El nombre que elijas representa la razón social y/o comercial de la empresa. Esto es muy importante ya que con este nombre tu negocio será reconocido legal y comercialmente. Recuerda que la idea es vender un concepto, por lo que el nombre del negocio debe estar asociado a lo que vendes.

Razón social: es el nombre con el que se inscribió el negocio.

Razón comercial: es el nombre con el que todos los clientes reconocen el producto (marca).



RAZON SOCIAL	RAZON COMERCIAL
COMERCIAL TEXTIL S.A.	TEJIDOS TRICOLOR
RESTAURANTES AMERICANOS	RESTAURANTE FLOR DE SACUANJOCHE

APLICO lo aprendido

1. Redacten la idea de negocio que han seleccionado, considerando los conceptos estudiados en los párrafos anteriores. Sean lo más conciso y claro que puedan.
2. Compartan su trabajo en plenario para ver si logran entender en que consiste la idea de negocio e incorporas sugerencias para mejorar.

TEMA 14

OBJETIVO DE SU IDEA EMPREENDEDORA

- ¿Qué significa para ti la palabra objetivo?
- ¿Por qué crees que son importante los objetivos?
- ¿Sabes cómo redactar un objetivo?



Una vez que has descrito con mucha claridad la idea emprendedora, el siguiente paso es mejorarla, pensando en tu sueño y lo que pretendes alcanzar.

Definición de visión, misión y objetivo

La misión es la razón de ser de una organización, una empresa privada o una institución pública. Es la actividad que justifica lo que el equipo de trabajo o el individuo está haciendo en un momento dado.

La misión, depende del entorno en el que se encuentra y de los recursos de los que dispone.

La visión, es una representación de cómo cree usted que deba ser el futuro para su idea o empresa, ante los ojos de los clientes, empleados, propietarios, entidades públicas, etc.

La visión es breve, fácil de captar y recordar, inspira y plantea retos para su logro, deben formularse conjuntamente, ser coherentes entre sí, y que prevean las situaciones que pueden ocurrir dentro del plazo propuesto.

El objetivo es el fin al que se desea llegar, aquello que se pretende lograr. Es lo que impulsa a una organización o emprendedor a tomar decisiones o a perseguir sus aspiraciones.

Cada uno de los objetivos formulados, contribuye a la consecución de la declaración de la misión y la visión. Los objetivos son más detallados sobre los resultados, que se pretenden.

Los objetivos generales tienen como propósito marcar y delimitar el camino global que debe seguir la empresa o proyecto.





- ❖ Un objetivo debe empezar con un verbo en infinitivo que sea de acción o de logro.
- ❖ Un objetivo debe especificar un solo resultado medible a lograr.
- ❖ El objetivo especifica una fecha de cumplimiento o un tiempo para completarlos.

Para redactar objetivos debes de tomar en cuenta las siguientes sugerencias.

- ❖ Debe ser concreto: iniciar con un verbo una acción que represente lo que se pretende lograr.
 - “¿Qué quieres lograr?”.
 - “¿Cuál será el resultado de mis acciones?”.
- ❖ Ser claros: especifica con un “mediante que” se persigue lograr los resultados esperados.
- ❖ El objetivo debe estar ubicado en el tiempo: Se define el “cuándo y en cuánto tiempo se pueden alcanzar”.
 - ¿Para cuándo habré logrado el resultado que me propongo alcanzar?
- ❖ Ser medible: la unidad de medida seleccionada ayudará a verificar si lo propuesto se cumple o hasta qué punto se logra.
 - ¿Qué me va a indicar que he logrado el resultado que me propongo?
 - ¿Qué evidenciará que lo logré o que estoy avanzando hacia el objetivo?

APLICO lo aprendido

1. En grupo escriban la misión, visión y objetivos de la idea y la presentan a la clase, para que puedan identificar los aspectos que hayan omitido al redactarla.
2. Para realizar el trabajo pueden apoyarse en las preguntas siguientes:
 - ¿Hacia dónde te diriges?
 - ¿Cómo imaginas tu negocio en tres años?
 - ¿Hasta dónde quieres llegar con el negocio o empresa?
3. Para redactar la Misión, apóyense de las siguientes preguntas:
 - ¿A qué se dedicará mi negocio?
 - ¿Qué hago?
 - ¿Cómo lo hago?
 - ¿Para quién lo hago?
4. Después de redactar la visión y misión, procedan a escribir los objetivos.

1. _____

2. _____

TEMA 15

INVERSIÓN REQUERIDA PARA IMPLEMENTAR LA IDEA

- ¿Qué entiendes por inversión?
- ¿Qué significa para ti la palabra capital de trabajo?
- ¿Has oído hablar de fuente de financiamiento?



Ahora que has escrito de qué se trata la idea de negocio y su objetivo, tienes que saber cuánto vale esta idea y si vas a lograr las ganancias necesarias, para sostener el negocio.

Conceptos del costo

Todo negocio tiene sus costos. Estos son los montos de dinero que se utiliza para producir y vender los productos y/o servicios. Saber el costo de los productos y/o servicios ayuda a:

1. Fijar precios.
2. Reducir y controlar los costos.
3. Tomar mejores decisiones en el manejo del negocio.
4. Planificar.

Los costos se calculan dependiendo del tipo de negocio que se va a implementar, pero en general pueden ser agrupados en:

1. Costos de inversión: se realizan antes que se inicie el negocio.
2. Costos de producción: personal, materias primas e insumos.
3. Costos de administración y ventas: personal, alquiler, gastos de oficina, etc.
4. Costo de capital.

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o de un servicio. Al fijar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público.



Cuentas



Si reflejamos en el tiempo, estos serían:

Antes de iniciar el proyecto



❖ Costo de inversión.

Después de iniciar el proyecto



❖ Costo de producción.
❖ Costo de administración y ventas.
❖ Costo de capital y depreciación.

Todos estos costos también pueden ser clasificados en:

1. Costos fijos.
2. Costos variables.

Inversiones iniciales

Las inversiones iniciales, llamadas también pagos pre-operativos, son los montos que tienes que pagar antes que el negocio pueda iniciar sus actividades.

Estos desembolsos incluyen: materias primas e insumos para los primeros meses; pago por local, licencias de funcionamiento, trámites de inscripción, pagos por conexión eléctrica, servicios de teléfono. El mobiliario, maquinaria, equipo de transporte, equipo de cómputo, construcción, terreno; son elementos de la inversión fija.



Capital de trabajo: pagos operativos iniciales

El capital de trabajo es lo que requieres para que el negocio empiece a operar en los primeros meses. Deben tener suficiente dinero para cubrir estos gastos hasta que puedan pagarlos con los ingresos por ventas.

La cantidad de capital de trabajo depende del tipo de negocio. Un comerciante minorista con un inventario limitado no necesita mucho capital de trabajo. Un industrial, en general, necesita mucho más capital porque los costos de producción tienen que cubrirse por varios meses antes de que ingrese dinero por las ventas.



El capital de trabajo puede estar conformado por los siguientes elementos:

1. Inventario.
2. Gastos de organización, tales como: salarios, alquiler del local, pago de luz y teléfono, seguro, etc.

Costo de producción de un bien o servicio

Los costos de producción son aquellos costos directamente vinculados a la producción de un bien o un servicio y están conformados de la siguiente manera:

La materia prima, se refiere a todos los costos que son necesarios para producir un bien o servicio. Si vas a iniciar un negocio de comercio minorista o mayorista, se debe considerar como parte de los costos, todos los artículos que vas a vender, si el negocio es de servicios, los costos incluyen todos los insumos necesarios.

Si el negocio es de producción, deberás considerar todas las materias primas, por ejemplo: madera, varas de metal, lana, tela, cueros, plásticos, tornillos, tuercas, pernos, repuestos, pegamento, electrodos de soldadura, gas para soldar.

La mano de obra o el personal necesario a contratar, implica determinar cuántas personas van a trabajar en el negocio, si estarán a tiempo completo o tiempo parcial, y determinar cuál será la modalidad de pago.

Entonces, para calcular los costos de producción debes tener en cuenta lo siguiente:



Los costos de administración son aquellos que se dan por administrar el negocio, aquí se incluye los sueldos de propietarios, administradores y gastos de oficina en general (luz, agua, teléfono, útiles de oficina), así como alquileres. Los gastos de comercialización, promoción, publicidad y la remuneración de los vendedores.

El precio que se cobre por el producto tendrá que ser mayor al costo de producción.

Por ejemplo, si el costo unitario de producción es de C\$20 córdobas y queremos obtener un 20% de ganancia, el producto tendría que venderse en C\$24 córdobas.





Fuente de capital inicial

Si ya tienes información sobre el capital necesario para el negocio, el siguiente paso es decidir cómo obtener este capital.

El capital deberá cubrir:

1. Los pagos que se deben hacer antes de iniciar actividades.
2. Dinero para operar el negocio hasta que los ingresos cubran los gastos.

Para financiar el negocio puedes:

1. Utilizar dinero propio. A este tipo de financiamiento se le denomina fondos propios.
2. Puedes solicitar un préstamo a amigos y/o familiares.
3. Solicitar el préstamo a una entidad financiera.
4. Donaciones. Podrías presentar tu plan de negocio a un concurso y lograr financiamiento a través del premio.

Fondos propios: tus ahorros.

Para determinar cuánto dinero puedes destinar a tu negocio, primero necesitas hacer algunos cálculos de los ingresos, egresos y lo que destinarán al ahorro para la idea de negocio.

En el siguiente cuadro, se ejemplifica los cálculos a realizar.

			Ejemplo
A	Dinero actual disponible		C\$3 000.00
B	Dinero en próximos 5 meses	+	C\$6 000.00
C	Dinero total disponible (A+B)	=	C\$9 000.00
D	Egresos durante los próximos 5 meses	-	C\$6 000.00
E	Dinero para invertir en el negocio (C-D)	=	C\$3 000.00

Tus recursos personales son una fuente importante para iniciar un emprendimiento, esto te permitirá negociar con otras personas o instituciones. Al invertir tus ahorros en el negocio demuestras que estás comprometido y crees en el éxito futuro de tu empresa.

Al iniciar un negocio tendrás que hacer un esfuerzo y buscar diferentes fuentes de financiamiento, antes de encontrar el capital inicial necesario. Algunas veces tendrás que combinar el financiamiento con diversas fuentes.



Los fondos propios son una parte del llamado patrimonio neto de una empresa.



APLICO lo aprendido 

- Organizados en equipo realicen los cálculos de la inversión inicial y el capital de trabajo que necesitarán, utilizando el siguiente formato.

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Total
Maquinaria y/o equipo.			
Computadoras.			
Muebles.			
Terreno.			
Equipo de transporte.			
Construcción/remodelación.			
Total, inversiones (pre operativos)			
Inventario.			
Gastos de administración.			
Gastos de venta.			
Total, capital de trabajo			

- Trasladen del cuadro anterior, el total de la inversión inicial y del capital de trabajo, realizando los cálculos de las diferentes fuentes de financiamiento. La inversión total debe ser igual al total de la fuente de financiamiento.

Inversión	Monto C\$
Inversión inicial (pre operativo).	
Capital de trabajo.	
Total, inversión	
Fuente de financiamiento	Monto C\$
Ahorro personal.	
Apoyo familiar.	
Préstamo.	
Total, fuente de financiamiento.	

TEMA 16

PRECIO DE VENTA

- ¿Qué entiendes por precio de venta?
- ¿Comparas precios cuando vas de compras con tu familia?



La fijación del precio de venta es importante porque influye en la decisión de compra de los clientes.

Para determinar el precio debemos de tomar en cuenta:

- ❖ El costo del producto.
- ❖ Porcentaje esperado de ganancia.
- ❖ Los precios de la competencia.

Si una empresa tiene un costo total unitario de C\$0.50 y el propietario desea un 20 por ciento de ganancia, el cálculo para obtener el precio es el siguiente:

$$\text{C}\$0.50 \times 20\% = \text{C}\$0.10 \text{ Ganancia}$$

$$\text{Precio} = \text{Costo unitario total} + \text{Ganancia}$$

$$\text{C}\$0.60 = 0.50. + 0.10$$

Después que se ha determinado el precio de venta, debes de comparar con los precios existentes en el mercado. Si el precio es más alto que el de la competencia, debe revisarse el costo.

El precio no puede ser mayor al del mercado, puesto que los clientes no lo comprarían.

Costos fijos y variables

Los costos representan la inversión necesaria para producir y vender un producto o un servicio.

Hay diferentes tipos de costos que se pueden clasificar en dos grandes grupos:

Valor monetario que se le asigna a algo. Expresa en dinero y señala la cantidad que debe tener el comprador o cliente para hacerse con un producto o servicio.

Materia Prima
C\$ 1 000



Mano de Obra
C\$ 890



Producto Final
C\$ 2 100



Costos fijos: se tiene que pagar siempre, inclusive cuando no hay producción. Por ejemplo: sueldos, luz, agua, teléfono, etc.

Costos variables: son aquellos costos que varían según la cantidad de producción o ventas de tu negocio.

Considerando estos dos tipos de costos podrás determinar el precio para vender tus productos o servicios.

Costo Total = Costo Fijo + Costo Variable

Costo fijo unitario	
1	Calcula el costo fijo total (CF) C\$11 660.00
2	Unidades de pan anual, producidas 306 000
3	Aplica la fórmula 11 660.00/306 000
	CF = CF/Unidades C\$0.038 es el costo fijo unitario o CFU
Costo variable unitario	
4	Calcula el costo variable (CV) C\$3 800.00
5	Unidades de pan anual, producidos 306 000
6	Aplica la fórmula 3 800.00/306 000
	CVU = CV/unid C\$0.012, es el costo variable unitario o CVU
	Costo total
	Costo Total Unitario=CFU + CVU
	CTU = 0.038 + 0.012
	CTU = 0.050

Si en este caso consideramos que todos los competidores venden el producto en C\$0.14, no le quedará más que igualar el precio. Su ganancia sería: **C\$0.14 – C\$0.050 = C\$0.09**



1. Calcula el costo total: si los costos fijos son C\$ 100 000 córdobas y los costos variables son de 2 500.
2. Aplícale al costo total, el porcentaje de ganancia esperado.
3. Súmale al costo total la ganancia esperada, para obtener el precio de venta.
4. Compara el precio calculado, con la competencia.
5. Decide si dejarás el precio, aunque sea por encima del precio de la competencia.

TEMA 17

ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ACTIVIDADES

- *¿Qué significa para ti un plan de actividades?*
- *¿Para qué crees que sirve un plan de actividades?*
- *¿Cómo crees que se elabora un plan de actividades?*



Con la idea de negocio ya definida, los objetivos y la inversión requerida, ahora debe planificarse tentativamente como realizar la idea emprendedora.

Actividades

Actividad es toda acción o suceso que se planea efectuar, con la finalidad de hacer realidad el objetivo de la idea emprendedora previamente definida. En la planificación de las actividades, auxíliate de la siguiente pregunta:

¿Qué actividades o sucesos, contribuyen al logro de este objetivo?

Definiendo las actividades, se hace necesario ordenarlas, considerando la secuencia, pensando en: ¿Cuál actividad es primero y cuales le siguen? Este análisis es clave, ya que, en la programación, debes saber que una actividad inicia, cuando termina la que le precede.

No obstante, de la secuencialidad, en algunos casos las actividades se ejecutan de manera paralela, teniendo la misma fecha de inicio, pero no necesariamente la misma fecha de culminación, extendiéndose más allá en el tiempo. Aunque a veces, puede tener la misma fecha de inicio y finalización.

Organización del tiempo

Definidas las actividades, el paso siguiente es programarlas; asignar el tiempo que consumirá cada actividad, estableciendo la fecha de inicio y la fecha final.



Responsable

Al programar las actividades, se asigna la responsabilidad a una persona en particular, siendo esta la encargada inmediata de su logro y por ende contribuye al logro del objetivo.

Recursos con que cuenta

Se refiere al personal, el dinero, los equipos, materia prima; que tiene para realizar cada actividad.

Plan de Acción Preliminar (PAP)

Este plan de actividades es preliminar, pendiente investigar otros aspectos que consolidarán la idea que estas previendo implementar.

El PAP al que nos referimos, no es más que un resumen de la idea que implementarás. Este resumen lo escribirás en unas tres páginas.

El contenido del PAP, es el siguiente:

I. Antecedentes:

- Nombre del Proyecto: (En qué consiste)
- ¿Cuál es la carencia o necesidad que satisface este proyecto?

II. Justificación:

- ¿Por qué debemos satisfacer esta necesidad?
- ¿Habrá personas interesadas en la solución que ofrezcamos?
- ¿Estarán dispuestas estas personas a comprar nuestro bien o servicio?
- ¿Resolverá nuestro producto la carencia o necesidad del cliente?

III. Misión, visión y objetivo

- Visión: ¿Cómo imaginas tu negocio de aquí a tres años?
- ¿Hasta dónde quieres llegar?
- Misión: ¿A qué se dedicará? ver definición de visión, misión y objetivos.
- Objetivo: ¿Qué es lo que quiero alcanzar con este proyecto?
- ¿Qué resultado espero lograr?



Responsabilidad



Planificación





IV. Inversión requerida

- Usando el siguiente cuadro, calcula la inversión requerida de tu idea emprendedora.

Inversión	Monto C\$
Inversión inicial (pre operativo)	
Capital de trabajo	
Total	
Fuente de financiamiento	Monto C\$
Ahorro personal	
Apoyo familiar	
Préstamo	
Total	



- Al PAP le adjuntarás la programación por cada objetivo definido. Utilizarás el siguiente cuadro.

Objetivo						
Pasos de la Acción	Primario		Fecha		Duración	Dinero
	Inmediato	Apoyo	Inicio	Final		



1. El equipo de trabajo se reunirá con el propósito de elaborar su Plan de Acción Preliminar (PAP), utilizando la información de los ejercicios anteriormente elaborados.
2. Harán uso del contenido del PAP, detallando cada uno de los ejercicios que has ido construyendo desde la generación de la idea, la formulación de la idea y sus objetivos.

3. Elaboren los cálculos de la inversión requerida para implementar la idea de negocio.

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Total
Maquinaria y/o equipo			
Computadoras			
Muebles			
Terreno			
Equipo de transporte			
Construcción/remodelación			
Total, inversiones (pre operativos)			
Inventario			
Gastos de administración			
Gastos de venta			
Total, capital de trabajo			
$C = A + B$ Total inversión			

4. Utilicen el siguiente cuadro para calcular cuánto necesitan de financiamiento, después de restar a la inversión total, la cantidad de recursos que tienen a mano. En el mismo cuadro planifiquen como van a conseguir el dinero que necesitan, ya sea en apoyo familiar o un préstamo.

Inversión	Monto C\$
Inversión inicial (pre operativo)	
Capital de trabajo	
Total, inversión	
Ahorro personal	
$C = A - B$ Requerimiento	
Apoyo familiar	
Préstamo	
Total	

5. Planifiquen cómo conseguirán el dinero restante para completar la inversión, especificando las fuentes de financiamiento ya sea con familiares o préstamos a una institución financiera.

TEMA 18

BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN ACERCA DE MI IDEA EMPRENDEDORA

- *¿Por qué es importante tener información para nuestra idea?*
- *¿Qué conoces de la idea emprendedora?*
- *¿Cómo crees que puedas conseguir más información relacionada con la idea emprendedora?*



La búsqueda de más información alrededor de la idea emprendedora está directamente en relación con el Plan de Acción Preliminar (PAP), de modo que todos los datos adicionales que obtengas, serán utilizados para mejorar el proyecto que estás formulando.

Dado que la vida es una realidad cambiante, en evolución, los planes no están escritos en piedra y por supuesto que sufren modificaciones, precisamente por el impacto de fenómenos que nos rodean y nos hacen realizar ajustes, obligándonos a adaptarnos a esas nuevas realidades del entorno. Hacer caso omiso de los cambios, nos pone en riesgo del fracaso. Consecuentemente el PAP, perfila lo que se está planificando construir alrededor de la idea emprendedora que has analizado y calculado sus inversiones y posibles ganancias; habiendo valorado el entorno.

Técnicas y estrategias para la búsqueda y recopilación de información sobre mi idea emprendedora

Con la facilidad de la tecnología, muchas son las fuentes de información a las que se puede acceder, recopilando datos secundarios o primarios, que te ayudan a obtener una mejor comprensión del ambiente en que te mueves.

Sin embargo, el emprendedor debe ser muy selectivo en la recopilación de esta información, discriminando aquella que no es útil para la valoración de la idea. El análisis a posteriori de la idea emprendedora, lo hará reflexionando en como la información investigada, afecta la realización del negocio que se está previendo realizar.

Publicaciones. Algunos materiales son de importancia para nutrir tu información y ayudarte en la consolidación de la idea. Entre estos podemos citar: libros relacionados con



la idea emprendedora, u otros planes de emprendedores, catálogos donde se describa el producto, revistas comerciales con información estadística, experiencias de emprendedores, procedimientos para la comercialización. Puedes hacer uso de hemerotecas, buscando periódicos de meses o años anteriores para revisar la aceptación del producto u otros datos de interés. Verifica las páginas amarillas, donde están los anuncios y constata si hay empresas que ofertan el producto, toma sus datos y de ser posible visítalos. Finalmente puedes indagar los avisos clasificados y otra información que puedas recopilar, siempre relacionada con tu idea de negocio.

Ferias de Exposición. Investiga dónde se están realizando ferias, en las que se oferten productos similares u otros tipos de productos que sean sustitutos o complementarios. Estos eventos te ayudan a ponerte en contacto con posibles competidores, clientes potenciales, proveedores, conocer la manera que los participantes ofertan el producto, la atención, las opiniones de los consumidores, sus expectativas, sus gustos, la demanda, precio, ubicación de los competidores, posibles fortalezas o debilidades que puedas apreciar, etc.



Recopilación de Fuentes Secundarias. Fuente de investigación secundaria es todo aquel origen de información (estadísticas, revistas, libros, informes o estudios) que es ajeno al estudio o investigación concreta que puedas estar realizando.

Estas fuentes secundarias, generalmente son elaboradas en relación a una investigación de mercado concreta o con un fin distinto al objeto del estudio que estás realizando; sin embargo, te pueden ser útiles para la obtención de información, válida para la investigación del producto o servicio que se está pensando implementar.



Búsqueda

Este tipo de información no está libre de inconvenientes. El principal de ellos es que son rígidas. Dado que no han sido elaboradas pensando en el problema que estás tratando de resolver, no siempre se puede contar con una fuente secundaria que recoja exactamente la información que se requiere para la investigación de mercado o ésta se refiere a un momento pasado y, por tanto, se ha quedado desactualizada.



Temas relacionados a su idea emprendedora

En la indagación sobre tu idea emprendedora y el medio ambiente, que hemos venido discutiendo, algo que no puedes dejar de hacer es preparar una serie de preguntas, sobre aspectos del producto, clientes, mercado, precios, proveedores, competidores; que necesitas conocer más a fondo. Esta información la podrás comparar con la que ya tienes, complementándola o sustituyéndola; lo que te será de mucha utilidad para mejorar tú proyecto, y por supuesto incorporarlo en tu plan.



En las visitas que realizas a las ferias, tu investigación de las páginas de Internet, la indagación de fuentes secundarias, las entrevistas que hagas a los posibles clientes, proveedores, competidores; todo lo que indagues debe estar relacionado con la idea emprendedora que estas construyendo, y pretendiendo llevarla a la realidad.

Uso de los recursos tecnológicos

La tecnología es un recurso valioso para la investigación, proveyéndonos de datos importantes para el proyecto. Es un aliado clave para la realización de las tareas asignadas o de temas que desees profundizar.

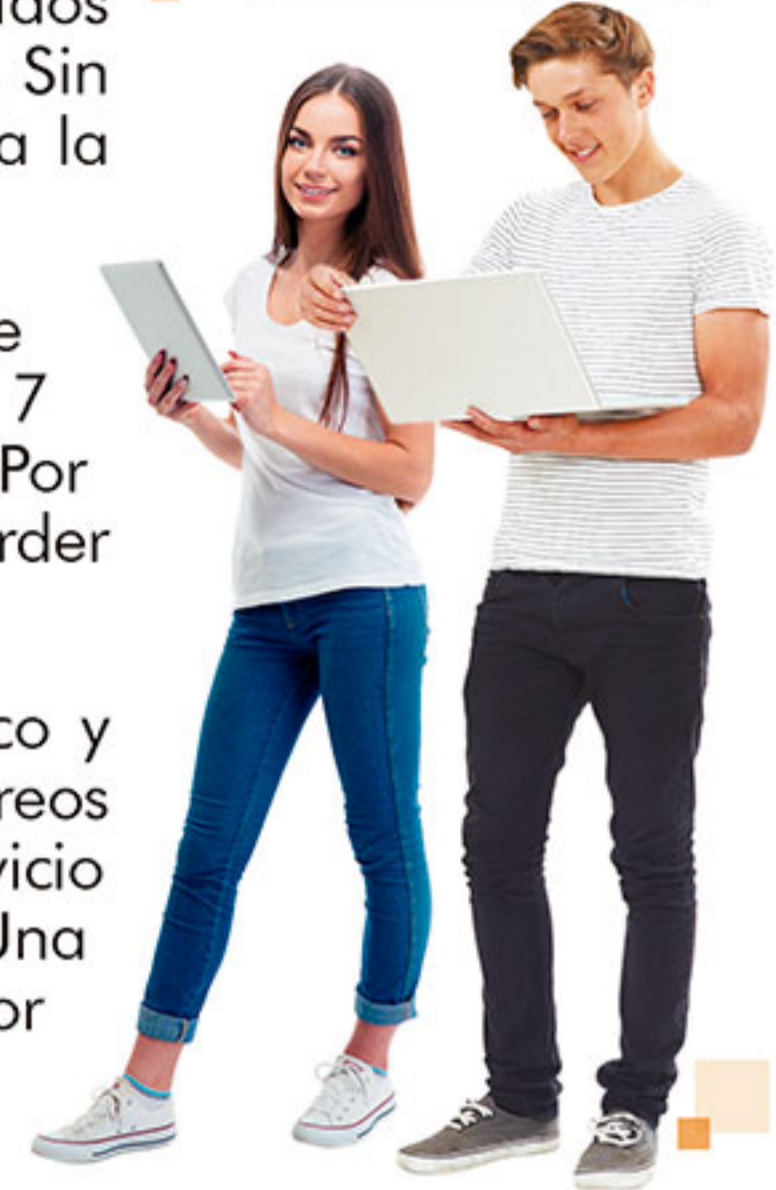
Búsqueda de Información en Internet. Uno de los usos más extendidos de Internet es la búsqueda de información útil para el/la usuario/a. Sin embargo, su localización no resulta siempre una tarea fácil debido a la gran cantidad de datos existentes en la red.

Se calcula que en la actualidad existen más de 3 000 millones de páginas web con información y su ritmo de crecimiento diario es de 7 millones de páginas, según información de la empresa consultora IDC. Por ello debemos conocer maneras de optimizar nuestra búsqueda y no perder tiempo en la investigación.

Un portal es el sistema formado por un buscador, un índice temático y una serie de servicios añadidos como noticias, compra electrónica, correos electrónicos gratuitos, foros, etc. Se trata de un sistema que basa su servicio en ofrecer el mayor número de información desde una misma página. Una característica clara es que son sitios web que viven de la publicidad, por lo que en todas sus páginas los/as usuarios/as encontrarán muchos anuncios.

Por tanto, al consultar información mediante diversos sitios en internet, buscando datos sobre tu idea de negocio, debes ser bien selectivo y precisar bien el tema de la búsqueda.

Las páginas que puedes utilizar para indagar del Ministerio de Fomento Industria y Comercio MIFIC, en la que conoces sobre leyes, estadísticas, exportaciones, información sobre el fomento de las empresas, estudios y documentos técnicos relacionados con la mediana y pequeña empresa; información importante para el emprendedor en el Instituto Nicaragüense de Desarrollo (INDE); programas de crédito en las micro financieras, así como capacitaciones y asistencia técnica.



Información

APLICO
lo aprendido

1. Después de haber recopilado información de diferentes fuentes, organícela y compártanla, discutiéndola en grupo, verificando su correspondencia con la idea emprendedora.

TEMA 19

ANÁLISIS Y SÍNTESIS DE LA INFORMACIÓN RECOPIADA SOBRE EL TEMA DE SU IDEA EMPRENDEDORA

- *¿Qué significa para ti la palabra análisis?*
- *¿Cómo elaboras un análisis y una síntesis?*



Los conceptos de análisis y síntesis se refieren a dos procesos mentales o actividades que son complementarias entre sí, nos sirven para el estudio de problemas o realidades complejas.

El análisis consiste en la separación de las partes de esos problemas o realidades hasta llegar a conocer los elementos fundamentales que los conforman y las relaciones que existen entre ellos. La síntesis por su parte se refiere a la composición de un todo por reunión de sus partes o elementos, que se puede realizar uniendo las partes, fusionándolas u organizándolas de diversas maneras.

Análisis y síntesis son opuestos entre sí. El final del análisis marca el inicio de la síntesis. Los dos procesos se encuentran reunidos en el estudio de realidades o problemas complejos. La capacidad de análisis y síntesis nos permite conocer mejor las realidades a las que nos enfrentamos, describirlas de una mejor forma, descubrir relaciones entre sus componentes, construir nuevos conocimientos a partir de otros que ya poseíamos.

El producto del análisis debe ser transcrito en un lenguaje sencillo, directo, sin ambigüedades y con un orden lógico que resista cualquier crítica o duda.

De la recopilación de información, tanto en las ferias, entrevistas, fuentes secundarias, internet, ya cuentas con datos complementarios y amplios para consolidar el estudio de tu idea emprendedora.

La información analizada y sintetizada te servirá de ayuda en la obtención de una perspectiva más amplia del mercado y su comportamiento, lo que te permitirá volver a tu plan de acción y mejorar el perfil, de manera que tengas un documento más sólido, que incluso pueda ser utilizado para convencer a posibles nuevos socios.

En este caso, estás poniendo a prueba tu información y las probabilidades que tiene tu idea de negocio. No es para desanimarse, sino para buscar donde mejorar y/o fortalecer tu idea.

Reúne todo los elementos dispersos o separados de tu idea emprendedora, organízalos y relaciónalos.





Socialización de las ideas

La información que has analizado en función de tu idea de negocio será expuesta a todo el equipo de trabajo, para los fines de deliberar sobre las ventajas y desventajas de tu plan, considerando todo aquello que impacta la visión del negocio, así como las condiciones y/o restricción que el entorno te impone, y las oportunidades que se te abren.

Por tanto, el grupo de trabajo debe reunirse para comprender los nuevos datos, pensando en cómo los afecta de manera positiva o negativa. Si la información pone en el tapete obstáculos que encontrarás a la hora de implementar la idea, u oportunidades que van a contribuir al éxito, abriendo algunas buenas posibilidades que no habías contemplado en un primer momento de tus indagaciones.



Soluciones

Toma de decisiones para la solución del problema

El plan de acción preliminar y toda la información analizada y sintetizada, será reevaluada, reflexionando en qué posibles cambios pueden hacerse al perfil del producto o servicio que ofrecerás, teniendo muy en cuenta la capacidad de reacción de la competencia; así como los factores claves de éxito determinados en tu análisis y que son elementos importantes para sostenerse en el mercado.

Entonces debes comenzar reconociendo que podrás enfrentar algunas dificultades al momento de realizar la idea de negocio. En la discusión con el equipo, descubrirán cada uno de los efectos y consecuencias de los aspectos positivos y negativos, tanto síntomas abstractos como los concretos, y ventilar todos los puntos de vista acerca de la situación.

Con el objetivo de poner sobre la mesa todas las cosas, durante las discusiones podrán ver lo que puede parecer problemas en la venta del producto, locales, equipos, publicidad, recursos financieros, factores humanos.



1. En el siguiente cuadro describe el producto y la solución a las 3 necesidades observadas en tu comunidad.

Necesidades	Producto	Solución

TEMA 20

ELABORACIÓN DE LA IDEA EMPREENDEDORA

- ¿Conoces cómo elaborar una idea emprendedora?
- ¿En qué consiste la idea emprendedora que seleccionaste?
- ¿Por qué escogiste esta idea?



Ejecución de la idea emprendedora

Habiendo tomado la decisión final, el equipo de trabajo procede a elaborar la idea. Es decir, definir y buscar los ingredientes, materia prima y todo lo necesario para darle forma a la idea de negocio.

El equipo de trabajo estará realizando la presentación del plan de acción preliminar en el evento orientado, el que se refiere al producto que decidieron trabajar como la idea de negocio seleccionada y que recientemente tomaron la decisión de implementar. El evento le servirá para medir el grado de aceptación de los clientes, en relación con el precio, presentación del producto, empaque, sabor y otras características; con lo que obtendrás nueva información contundente para tu proyecto, mejorando nuevamente tu idea de proyecto.



Presentación de la idea emprendedora

Después de haber elaborado el producto o servicio y presentado, pueden preparar una feria en el centro de estudio con la finalidad de compartir y motivar al resto de estudiantes.



Presentación



APLICO lo aprendido

1. Retoma la información del plan de acción preliminares escribe.

a. Nombre del proyecto.

b. ¿En qué consiste?

c. Objetivo.

d. Información recopilada sobre la idea emprendedora.

e. Busca información acerca de PYMES que trabajen con productos similares.

f. Describe las diferencias que tiene el producto con respecto al de la competencia.

g. Detalla los materiales que se necesita para elaborar el producto e investiga los precios y cálculo del costo.

TEMA 21

LECCIONES APRENDIDAS AL EJECUTAR SU IDEA EMPRENDEDORA

- ¿Qué entiendes cuando escuchas la frase “lecciones aprendidas”?



Las lecciones aprendidas pueden definirse como el conocimiento adquirido en base a las experiencias que se dan durante la realización de uno o varios procesos durante la generación, formulación y ejecución de la idea. Durante la realización de actividades a lo largo de cada fase y desde la reflexión y el análisis sobre los factores que pueden haber afectado positiva o negativamente se pueden extraer las lecciones aprendidas que pueden generar una, posible o real, amenaza o una oportunidad.

Al momento de revisar la experiencia de todo lo realizado, no solo hay que centrarse en los errores que se cometieron, sino que los aspectos positivos y reseñables también deben ser recogidos, ya que de lo contrario las decisiones que contribuyeron a mejorar la idea, podrán perderse y los efectos de este olvido serían tan negativos como no tratar de aprender de los errores que se cometieron. Por eso, podría resumirse que, entre las lecciones aprendidas, hay que describir:

1. Los errores cometidos.
2. Los riesgos a que la idea está expuesta.
3. Las decisiones que mejor funcionaron.

Por ello, el mejor lugar y momento de capturar las lecciones aprendidas es cuando se producen, a medida que se va investigando y construyendo la idea. La forma de hacerlo es documentándolas justo después que hayan ocurrido o cuando acaban de producirse.



APLICO lo aprendido

1. Elabora una lista de los errores que cometiste y aciertos en el proceso de investigación y formulación de tu idea emprendedora.
2. Discutan los aspectos positivos y negativos, incorporando los primeros y eliminando los errores observados.

UNIDAD 4



Aspectos de mercado de la idea emprendedora

TEMA 22

CONOCIENDO EL MERCADO Y AL CLIENTE

- ¿Qué entiendes por mercado?
- ¿Qué significa la palabra cliente?



El intercambio de bienes y servicios nos conduce al concepto del mercado.

“Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a tener la capacidad para realizar un intercambio, para satisfacer esa necesidad o deseo.”

Originalmente el término mercado se refería al lugar donde compradores y vendedores se reunían para intercambiar sus mercancías, que podía ser la plaza de una ciudad. Otros entendidos en la materia usan el término “mercado” para referirse al conjunto de compradores y vendedores que realizan transacciones sobre un producto específico o una clase de producto; de ahí el mercado habitacional, el mercado de granos, y demás.

Los vendedores envían al mercado bienes, servicios y comunicaciones; a cambio reciben dinero e información. Los hombres de negocio usan el término mercados para designar a varios grupos de clientes. Hablan de los mercados de productos (como el mercado del calzado); mercados geográficos (como mercado de Masaya). También amplían el concepto para cubrir otros grupos, como mercado de votantes, mercado de trabajo y mercados de donantes.

Los fabricantes acuden a los mercados de recursos (mercado de materias primas, de fuerza de trabajo, de dinero), compran recursos, los convierten en bienes y servicios y los venden a los intermediarios, quienes a

Las necesidades del cliente deben ser parte de la investigación del mercado.



Conocimiento



su vez los venden a los consumidores. Los consumidores venden su fuerza de trabajo, por la cual reciben un ingreso en dinero para pagar los bienes y servicios que adquieren.

Los clientes son las personas más importantes en un negocio. Gran parte de tus esfuerzos deben estar orientados a satisfacer sus necesidades, intereses y deseos del cliente. Por ello tienes que ofrecer la mejor calidad del producto o servicio que desean, conocer los precios que están dispuestos a pagar y darles un buen trato.

Esto asegura tener clientes satisfechos que regresarán y compran más en tu negocio, que a la competencia y preferirán el producto que ofreces. Tener clientes satisfechos asegura mayores ventas y ganancias.

Los clientes compran productos y/o servicios para satisfacer diferentes necesidades y deseos. Por ejemplo:

1. Bicicletas, porque necesitan transporte.
2. Ropa, porque requieren vestido.
3. Celulares, porque desean comunicación y entretenimiento.
4. Cortes de cabello, porque quieren verse atractivos.
5. Granos básicos, porque necesitan alimentarse.



APLICO lo aprendido

1. En equipo prepararen una lista de productos o servicios y escriban quiénes son los clientes, pueden clasificarlos en: hombres, mujeres, niños.

2. Definan las características más importantes acerca de cada producto: el tamaño, color, calidad o precio.

3. Indaguen que precios están dispuestos a pagar por cada producto o servicio.

TEMA 23

CONOCIENDO A MIS COMPETIDORES

- ¿Qué entiendes por competidor?
- ¿Cómo analizas a los competidores?
- ¿Por qué crees que es importante conocer al competidor?



Los competidores son los otros negocios existentes en el mercado que proveen productos y/o servicios iguales o similares a los tuyos. También está constituida por quienes producen bienes sustitutos (los bienes sustitutos son aquellos que representan una alternativa a tu producto o servicio).

Productos sustitutos: son aquellos que satisfacen las mismas necesidades.



PRODUCTO	SUSTITUTO	NECESIDAD QUE SATISFACE
Gaseosa	Refrescos Naturales	Sed
Pan	Galletas	Hambre



Productos complementarios: aquellos productos que necesitan de otros para satisfacer la necesidad de sus consumidores.

PRODUCTO	COMPLEMENTARIO	NECESIDAD QUE SATISFACE
Café	Azúcar	Hambre
Camisa	Pantalón	Vestirse





El conocimiento de los competidores es crucial para una planificación efectiva. El emprendedor debe comparar sus productos, precios, canales de distribución y promoción con los de sus competidores más cercanos en forma constante. De esta manera, puede identificar áreas de ventajas y desventajas.

En lugar de mirar a las empresas que fabrican el mismo producto, podemos considerar aquellas que satisfacen la misma necesidad del cliente o sirven al mismo grupo de clientes. Hay que entender el punto de vista del cliente, lo que en realidad desea y necesita, esto nos ayudará a identificar mejor a la competencia y por supuesto al cliente.

En consecuencia, antes de analizar a tu posible competencia, es indispensable saber con quién estás compitiendo y con quiénes no. Conocerlos te permitirá estar en mejores condiciones al momento de enfrentarlos.



Competencia

APLICO lo aprendido

1. Identifica tres o más empresas existentes en el mercado, las que reconoces como competidores de tu negocio.
2. Visita las empresas y por cada uno de los competidores describe en el siguiente cuadro, las características que están mencionada en la primera columna.

Características del competidor	Competidor 1	Competidor 2	Competidor 3
Nombre			
Clase de producto o servicio			
Precios			
Calidad			
Equipo que utiliza			
Ubicación			
Promoción/publicidad			
Servicio al cliente (bueno, regular, malo)			

TEMA 24

VENTAJA COMPETITIVA

- ¿Has escuchado la frase ventaja competitiva?
- ¿Cuándo crees que una empresa es superior a otra?



La ventaja competitiva son las características o atributos del producto, que le da una cierta superioridad sobre sus competidores inmediatos. Estas características pueden ser de naturaleza variada y referirse al mismo producto, a los servicios necesarios o añadidos que acompañan la venta.

Esta superioridad es relativa, establecida en referencia al competidor mejor situado en el mercado. Se habla entonces del competidor más peligroso, o también del competidor prioritario.

Una ventaja competitiva es externa, cuando se apoya en cualidades distintivas del producto que constituyen un valor para el cliente, bien sea disminuyendo sus costos, bien mejorando el rendimiento, una mejor calidad.

La ventaja competitiva es interna, cuando se apoya en una superioridad en el dominio de los costos para fabricar, costos de administración, dándose un costo unitario menor al del competidor prioritario.



APLICO lo aprendido



1. Define la ventaja que presenta tu idea de negocio o proyecto, como una característica que supera a las otras empresas.

TEMA 25

CONOCIENDO EL TAMAÑO DEL MERCADO

- ¿Qué entiendes por tamaño del mercado?
- ¿Cuántos posibles clientes existen en tu localidad?
- ¿Cuánto de esos clientes que existen en el mercado, crees que te comprarán?



Cuando conozcas los productos o servicios, cualidades y precios que desean tus clientes, entonces necesitarás pensar en el área geográfica que cubrirás. Tendrás que definir a cuántos clientes atenderá tu negocio.

Cuando hayas decidido qué área geográfica cubrirá tu negocio, podrás averiguar cuántos clientes potenciales existen en esa zona.

Por ejemplo:

Si tu negocio va a vender productos como comida o ropa para satisfacer necesidades básicas, entonces todas las personas dentro del área geográfica de proyección serán clientes potenciales.

Si vas a vender o producir artículos de lujo, entonces sólo un pequeño número de personas podrán pagar los productos o servicios, y estarán dentro del grupo de clientes potenciales.

Cuando empiezas con un nuevo negocio, al inicio sólo tendrás una pequeña porción del mercado, por lo que deberás calcular cuántos productos o servicios puedes vender realmente y cuánto dinero obtendrás como ganancia durante los primeros meses.

Con esta investigación obtendrás la información adecuada para comprender el potencial que puede llegar a tener tu proyecto.



APLICO lo aprendido



1. Investiga cuántas personas viven en el área donde piensas instalar el negocio.
2. Determina cuántas personas comprarán tu producto.
3. Calcula cuántos productos podrás vender.
4. Pon un precio promedio y calcula, el monto que representan esos productos a vender.

TEMA 26

ESTRATEGIA DE MERCADO

- ¿Qué significa para ti “estrategia de mercado”?
- ¿Por qué crees que es importante contar con una estrategia de mercado?



La estrategia de mercado define la manera de alcanzar los objetivos que persigue la idea de negocios que ya has definido. Responde a la pregunta, ¿Qué acciones realizaré para lograr mi objetivo?, o ¿Cómo haré para que los clientes que identifiqué me compren el producto?

Las estrategias de mercado pueden definirse como aquellas actividades que se planifican en relación con el: precio, producto, plaza y promoción. Esta previsión tiene por finalidad enrumbar la idea de negocio hacia el éxito.

Las estrategias que usualmente utilizan las empresas son:

1. Estrategia de producto o servicio.
2. Estrategia de distribución.
3. Estrategia de promoción.
4. Estrategia de precios.

Es el estudio y creación de tareas tácticas, para alcanzar el objetivo de incrementar las ventas.



Estrategia del producto

¿Cómo defines el producto de la idea emprendedora?
¿Qué entiendes por estrategia de producto?
¿Cómo elaboras una estrategia de producto?

El producto es el bien físico que se ofrece a un cliente, ya sea que se compre para intermediarlo o se fabrique. El servicio, es intangible, pero se concreta con un resultado. Por ejemplo: los estilistas arreglan el cabello y las uñas, ofertando un servicio.





¿Cuál es el producto o servicio que vas a vender a tus clientes? Decide qué clase de producto o servicio ofrecerás, identificando las bondades para el consumidor y las características que lo hacen competitivo e innovador. Describe detalladamente las características del producto o servicio que ofrecerás, entre estas pueden mencionarse:

1. Color, tamaño, peso, etc.
2. Cantidad, disponibilidad y variedades del producto.
3. Los atributos de empaque y envase.
4. Servicios adicionales que ofrecerá: pre-venta, post-venta.
5. Garantías sobre mantenimiento y repuestos que ofrecerá.

En la descripción debe incluirse, cualquier otra característica que diferencie los productos o servicios de la competencia.



Etiqueta

Se trata de una señal, marca, rótulo que se adhiere a un objeto, para su identificación, clasificación o valoración.

La etiqueta debe contener lo siguiente:

- ✓ Marca (identificadores gráficos, eslogan)
- ✓ Contenido o ingredientes.
- ✓ Fecha de elaboración.
- ✓ Fecha de caducidad o vencimiento.
- ✓ Sellos de garantía (verde, producto no probado en animales, no daña capa de ozono, etc.)
- ✓ Registro sanitario.
- ✓ Empresa que produce y lugar de procedencia.
- ✓ Datos de identificación y ubicación de la empresa.
- ✓ Datos de la imprenta que elaboró la etiqueta.
- ✓ Semáforo nutricional.



Empaque

Es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto, permite que llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta. Puede ser la envoltura del bien. Sirve para que no se deteriore durante el transporte, almacenamiento y entrega al consumidor, pero también, es muy útil para promocionar y diferenciar el producto o marca, comunicar la información de la etiqueta y brindarle un plus al cliente.



Calidad

Es el conjunto de cualidades, características y componentes de un producto que hacen que el consumidor lo prefiera. Entre más beneficios aporte un producto, el consumidor pensará que tiene mayor calidad.

La calidad se ha convertido cada día en el factor más preponderante en las decisiones de compra de un producto. La especialización en el consumo por parte de los clientes exige a los fabricantes incrementar nuevos sistemas, normas y métodos de calidad.

Se dice con mucha frecuencia; "A mayor satisfacción, mayor calidad, y por tanto precio". La calidad es percibida por los clientes.

Cuando un producto no funciona bien o de la manera esperada, genera insatisfacción; por tanto, el funcionamiento de un producto debe exceder las expectativas para que surja una sensación de satisfacción y agrado.



Compra

APLICO lo aprendido

- Describe en el cuadro, las características de cada producto o servicios de la idea emprendedora.

Características	Producto 1	Producto 2
Descripción general		
Calidad		
Color		
Talla, tamaño, peso		
Empaque y envase		
Sabor		
Durabilidad		

TEMA 27

ESTRATEGIA DE PRECIO

- ¿Cómo haces para calcular el precio de tu producto?
- ¿El precio de tu producto, se debe comparar con la competencia?, ¿Por qué?



Estrategia de precio significa cuánto vas a cobrar a los clientes por tus productos o servicios. También incluye los descuentos y los plazos de crédito que otorgarás.

Para fijar los precios debes:

1. Conocer tus costos.
2. Conocer cuánto están dispuestos a pagar los clientes.
3. Conocer los precios de tus competidores.

El cálculo de costos se realizó en el tema sobre los costos de la inversión, en esta etapa averigua cuánto están dispuestos a pagar tus clientes, así como la lista de precios de los competidores; con esta información decide un precio aproximado.

Ejemplo:

Marilú está iniciando un negocio de venta de camisas polos deportivos. Ella venderá a los minoristas de la ciudad de Matagalpa donde será la única distribuidora de la marca "Sigma". Comprará los polos deportivos del fabricante por C\$100.00 cada uno, lo que, junto con los otros costos de promoción y administración, dará un costo unitario de C\$150.00 para su distribución.

La competencia es fuerte en el negocio de ropa deportiva y un precio bajo es importante para el cliente. En su estudio de mercado encontró que los minoristas permanentemente están buscando proveedores que ofrezcan los precios más bajos.



Cuenta



Los principales competidores venden la ropa deportiva con similares características a las que vende Marilú, entre C\$ 200.00 y C\$ 225.00 y ofrecen descuentos por compras mayores a cuatro docenas. Como Marilú es nueva en el negocio, es importante para ella establecer buenas relaciones con los minoristas. Por esta razón, al principio, ella no piensa ofrecer descuentos por pedidos grandes, sino cobrar un precio bajo, inclusive en los pedidos pequeños.

Ejercicio:

Lee el siguiente caso y marca con un rango de precio que seleccionarías para los productos.

1. Eres dueño de una librería con muchos competidores cercanos. La tienda se encuentra ubicada frente a una universidad. La calidad de los productos que vendes es buena y los precios son altos. Algunos clientes han demandado lapiceros de mejor calidad, así que vas a empezar a vender una marca de lapiceros con punta redonda y con gel, que es mejor que los lapiceros de la competencia. Los competidores cobran entre C\$ 2.50 y C\$ 2.00 por sus lapiceros. El costo del lapicero que venderás es de C\$ 1.80 ¿Qué precio seleccionarás para tus lapiceros de alta calidad?

 C\$1.95

 C\$2.00

 C\$2.75

APLICO lo aprendido



1. Usa el siguiente cuadro para describir los precios de los productos o servicios que ofrecerás en tu empresa.
2. Anota en la parte superior del cuadro todos los productos, servicios o serie de productos que venderás. Si tienes más de cuatro productos, servicios o serie de productos, agrega más páginas.
3. Describe los detalles que son aplicables a cada producto o servicio o clase de producto.

Detalle	Producto 1	Producto 2	Producto 3
Costo estimado por artículo/servicio			
Precio de competidores:			
Mas alto			
Promedio			
Más bajo			
Precio que vas a cobrar			
Razón para el precio establecido			
Descuento que ofrecerás			
Ofertas especiales (rebajas)			

TEMA 28

ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN O PLAZA

- ¿Qué entiendes por distribuir un producto?
- ¿Cómo hacen las empresas de bebidas gaseosas para llevar el producto a sus clientes?



Se refiere al lugar donde estará ubicado tu negocio. Si vas a colocar un negocio comercial (mayorista o minorista) o de servicios, la ubicación del local debe establecerse cerca de los clientes.

Para un productor, el estar cerca de los clientes no es generalmente el aspecto más importante. En ese caso, una buena ubicación prioriza otros aspectos como el acceso fácil a la materia prima, el costo del alquiler, satisfacción del cliente; así como las licencias que permitan operar al negocio.

Por ejemplo:

Dos socios están empezando con una tienda de venta de discos compactos (CD). Ellos saben que la ubicación es muy importante, porque los mismos discos se venden en muchas tiendas.

La gente puede adquirir 1 o 2 discos cuando hacen otras compras y a menudo compran según el impulso del momento. Entonces la tienda debe ser atractiva para los clientes y estar bien ubicada. Los locales en las áreas principales de los centros comerciales son caros, pero los socios saben que el éxito del negocio depende de una buena ubicación, de manera que ellos alquilarán una tienda en una esquina de un área central.

Canales de distribución

La ubicación de la plaza o lugar está referida al método de distribución que escogen los productores o comerciantes, para hacer llegar sus productos a los consumidores finales.

Por tal razón debes analizar cuáles serán los canales de distribución que utilizarás, por lo que deberás estar claro si venderás directamente, utilizarás representantes de ventas, distribuidores; en fin ¿Cómo llegarás a tus clientes principales?



Ubicación



CD

Los canales de distribución varían dependiendo del tipo de producto o servicio a brindar, y pueden ser de dos tipos:

Canales de distribución directos: venden directamente a los clientes. Por ejemplo, la panadería Buen Sabor produce panes que son vendidos directamente a las familias.



Panadería

Canales de distribución indirectos: venden a través de intermediarios. Por ejemplo, la panadería Trigo y Miel produce queques y pasteles que son vendidos a las misceláneas de barrio.



Miscelánea

Sea cual fuera el canal que decidas utilizar, no se debe olvidar determinar los costos que implica. Recordar que a veces los intermediarios tienen un alto poder de negociación y batallan por precios bajos. Para lograr una buena negociación debemos de tener claro cuál es tu precio máximo y mínimo para que no pierdas en esta transacción.

APLICO lo aprendido

1. Visita las empresas de la competencia y analiza su ubicación y métodos de distribución.
2. Habla con tus clientes potenciales y los proveedores de la competencia.
3. Obtén información sobre los costos de compra o alquiler de locales.
4. Decide la ubicación o método de distribución que será apropiado para tu negocio, elaborando un resumen con las siguientes características:
 - La empresa estará ubicada:
 - Las razones para escoger esta ubicación son:
 - Método de distribución que se va a utilizar para llegar a los clientes será _____ lo que va a tener relación con la idea de negocio.
 - Las razones para escoger esta forma de distribución.

TEMA 29

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

- ¿Qué harás para que el cliente compre tu producto?
- ¿Cómo se enterarán los clientes que estas ofreciendo un producto que satisface sus necesidades?



Promocionar significa informar para atraer clientes que compren los productos o servicios.

Algunas formas de hacer promoción son:

1. Publicidad comercial: tv, afiches, folletos, volantes, Internet, periódicos locales, revistas, etc.
2. Promoción de ventas: ofertas, demostraciones, rifas, canjes, reducción temporal de precios, exhibiciones especiales, entrega gratuita de muestras o campaña publicitaria.

Promocionar un producto o servicio tiene un costo, por ello se define qué estrategias se va a utilizar y costear dentro del plan. Averiguar qué tipo de promoción usa la competencia y con toda esta información, se escoge la forma de promoción que más se ajuste al negocio.

Vender significa convencer a los clientes para que compren un producto o servicio. Para ello se debe demostrar que el producto es bueno. Además, se debe usar otros medios de ventas como:

1. Venta por teléfono o venta por catálogo.
2. Llamar y visitar directamente al cliente.
3. A través de una tienda.
4. Participando en ferias locales, nacionales o internacionales.
5. Delivery.
6. Internet.



Por ejemplo:

Enrique terminó su curso de “Confección de calzado” y ha decidido emprender un pequeño negocio de producción de calzado. Él trabajará solo y espera vender sus productos en dos o tres tiendas, que visitará para promocionar sus productos y entregará en cada tienda un folleto con la información de los modelos de zapatos, precios y su dirección. También ha contactado a un medio de circulación nacional que tiene un suplemento especializado en Pymes y ha solicitado una entrevista, la misma que será publicada el siguiente domingo.

El término publicidad suele asociarse a la divulgación de anuncios de carácter comercial, para atraer a posibles compradores, usuarios o espectadores. En este sentido, los avisos publicitarios intentan informar las bondades de un producto o servicio a la sociedad con el objetivo de motivar su consumo.

Publicitar implica realizar una serie de actividades necesarias, para hacer llegar un mensaje al mercado meta, con el objetivo de crear un impacto directo sobre el cliente, para que compre el producto. Para lograrlo, debe hacer énfasis en:

- ✓ Animar a los posibles compradores a buscar el producto que se les ofrece.
- ✓ Ganar la preferencia del consumidor.

Se utilizan algunos medios, como:

- ✓ Periódicos.
- ✓ Radios.
- ✓ Volantes.

**Spot publicitario**

Es aquel espacio que aparece en cine o televisión. Puede clasificarse en el grupo de avisos audiovisuales que integran audio e imagen. El fin primordial del spot es dar a conocer un producto o un servicio; persuadir al receptor, o sea, estará orientado a que el consumidor potencial compre tal producto, en el caso de un producto o servicio.

El ámbito en el cual se difunde el spot es en los medios audiovisuales indicados: T.V. y cine; suelen disponer de una breve duración, en tanto, el mismo puede consistir solamente de imágenes acompañadas por música, de imágenes solamente o de sonidos también en solitario.

**Marca/Eslogan**

Es la parte identificable del producto por parte de los consumidores, se compone del nombre, un signo, símbolo o palabras que sirven para diferenciar el producto de los demás de su especie o de la competencia.

**JUST DO IT.**



El eslogan significa grito de batalla, debe ser corto. Un eslogan resume en forma corta y precisa en su tema los beneficios de un producto, con el propósito de presentar un mensaje en unas cuantas palabras, fáciles de recordar. Su característica principal, es que debe ser repetido o recordado palabra por palabra.

- ❖ Es breve y corto, como máximo cinco palabras.
- ❖ Es fácil recordarlo.
- ❖ Debe ser repetido palabra por palabra.
- ❖ Su propósito es quedar marcado en la mente del consumidor.

Características

- ✓ La marca tiene un nombre, que define la actividad.
- ✓ El nombre puede ser un referente histórico.
- ✓ Define el origen de la ciudad, departamento o municipio.
- ✓ También puede elaborarse por contracciones, cuando utilizamos siglas o iniciales de la actividad que genera y/o sus propietarios.
- ✓ Puede tener un gráfico o un dibujo.

Ejercicio:

Sugiere dos formas de promoción para cada uno de los siguientes negocios, e indica las razones de tu propuesta.

Negocios	Promoción	Razones
Electricista		
Ferretería		
Lavandería		



1. Visita a tus competidores y entérate de los planes de promoción que ellos utilizan.
2. Averigua los costos de los diferentes tipos de publicidad tales como: publicidad en periódicos, letreros, posters, lista de precios, tarjetas de presentación, folletos, banner, páginas web.
3. Llena el formato de abajo, enumerando los tipos de promoción que serán beneficiosos para tu negocio y que estás dispuesto a enfrentar.

Tipo de publicidad	Describe como la usarás	Costo

TEMA 30

PLAN DE LA IDEA EMPRENDEDORA

- ¿Qué entiendes por plan?
- ¿Ya haz pensado en el plan de tu idea emprendedora?



El plan que vas a elaborar es un resumen donde defines el plan de acción para realizar tu idea emprendedora.

Primero elaboren su presentación.

1. Nombre del Proyecto.
2. Datos de los participantes.
3. Datos del docente.
4. Fecha de elaborado.

I. ANTECEDENTES.

- ❖ Nombre del Proyecto: (En qué consiste).
- ❖ Nombre del Producto o Servicio:
 - ✓ Descripción del producto.
 - ✓ Nombre de los Participantes.
- ❖ Justificación.

II. VISION, MISION Y OBJETIVO.

- ❖ Visión.
- ❖ Misión.
- ❖ Objetivo.



Plan de acción



Identidad corporativa



III. DETALLA LA INVERSIÓN REQUERIDA:

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Total
Maquinaria y/o equipo			
Computadoras			
Muebles			
Terreno			
Equipo de transporte			
Construcción/remodelación			
Total, inversiones (pre operativos)			
Inventario			
Gastos de administración			
Gastos de venta			
Total, capital de trabajo			
Total, inversión			

- a. Define a sus clientes.
- b. Describe el producto.
- c. Establece el Precio.
- d. Elabora su publicidad.
- e. Enumera las ventajas Competitivas que tendrá su producto o negocio.
- f. Planifica las actividades.
 - ✓ Tiempo.
 - ✓ Responsables.
 - ✓ fecha inicio y final.
 - ✓ Recursos.



Activo: representan todos los recursos económicos que se necesitan para realizar las operaciones, ya sea bienes (maquinarias, muebles, computadoras), dinero. En otras palabras, un activo se considera un bien material, ya sea dinero, una propiedad, etc.

Ahorro: es la cantidad de dinero que no gastas de tus ingresos y los utilizas en otro momento, para comprarte algo que necesitas o invertir en la idea de negocio.

Autoempleo: es la capacidad que tiene una persona para generar sus propios ingresos, mediante la realización de actividades económicas, relacionadas con sus habilidades.

Calidad: es una característica fundamental de los productos y de los negocios determinada por ciertos criterios que dan la seguridad que lo que se está adquiriendo y vendiendo es un buen producto. La materia prima que se compra para producir debe ser de buena calidad; igual la mano de obra debe ser bien calificada. Esto garantiza que el producto final que se venda sea de buena calidad.

Capital: total de recursos materiales (terrenos, bienes, equipos), financieros (dinero) y humanos (personal) que posee una empresa.

Capital de Trabajo: es la cantidad de dinero que requiere una empresa para poner en marcha sus operaciones. El capital de trabajo suele cubrir las compras de materia prima, pago de mano de obra, alquiler del local, publicidad, servicio de luz, servicio de agua, teléfono y todos aquellos gastos en los que una empresa tenga que incurrir para producir el bien o servicio que debe vender. No incluye inversiones en maquinaria o equipos.

Capacidades: se refiere al conocimiento y la disposición de la persona para hacer bien una tarea.

Carencia: necesidades observadas en el sector, barrio o lugares aledaños a donde se desenvuelve el emprendedor. Se puede entender como productos y servicios que no se ofrecen o que las cantidades ofrecidas por los lugares de ventas son insuficientes; generando una necesidad que no está cubierta.

Cliente Potencial: se refiere al Cliente que conociendo o no el producto o servicios de una empresa, probablemente consume el producto o servicio si lo conoce.

Competencia: es el conjunto de empresas que producen o elaboran productos o servicios similares, sustitutos a los que desarrolla una determinada empresa. Se denomina competidor directo a aquel que produce el mismo producto o servicio para el mismo mercado objetivo, satisfaciendo la misma necesidad del cliente.

Competitividad: es la capacidad de atraer, generar y/o desarrollar las capacidades y talentos necesarios en una empresa, para lograr altos niveles de producción que permitan generar ventajas frente a la competencia.

Costo: es el monto en el que se incurre para la elaboración de un bien o prestación de un servicio.

Costos Fijos: se denomina así a aquellos costos que permanecen constantes o casi fijos y que no varían con el volumen de producción o niveles de ventas. Los principales costos fijos son: Sueldos de personal administrativo, alquiler de locales, depreciación, luz, agua, teléfono, seguros, patentes, licencias informáticas, gastos de comunicación, gastos municipales, pagos de membrecías, papelería y útiles de oficina, etc.

Costos Variables: son aquellos costos que tienden a variar conforme cambia el volumen total de la producción, o la venta de productos o servicios. Los principales costos variables son: Materia Prima directa, mano de obra directa, bonificaciones a la producción, comisiones sobre ventas, gastos de transportes, gastos de distribución, etc.

Costo Variable Unitario: se calcula dividiendo el total de costos variables de un determinado periodo, entre la producción de dicho periodo. Indica la variación en el costo total por cada unidad producida.

Costos Totales: se calculan sumando los costos fijos a los costos variables.

Costo Promedio: se calcula dividiendo el costo total de la producción, entre el número de unidades producidas, e indica el costo promedio de cada unidad producida.

Costo de Producción: lo que cuesta elaborar un producto.

Demanda: es la cantidad de productos y/o Servicios que los consumidores desean y están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades. La demanda no es fija, puede variar de un momento a otro. Depende del precio, de la calidad, de los gustos y preferencias, de los precios de los productos sustitutos. Influye también los precios tope y los subsidios.

Diferenciación de Producto: estrategia de Marketing que se basa en la creación de un producto o servicio (o añadir valor agregado a un producto o servicio ya existente) que sea percibido por los consumidores como algo único o diferente. Algunos teóricos mencionan en su formulación de políticas, que ser diferente es ser mejor y que esto influye muchísimo en la decisión de compra.

Egresos: es la salida de recursos financieros, o el desembolso o salida de efectivo.

Emprendedor: es aquella persona que tiene una visión e iniciativa, para iniciar un negocio. Son personas optimistas, creativas que confían en sí mismo y están dispuestos a asumir riesgos.

Entorno de la Empresa: se refiere a los elementos externos a la empresa, pero que tiene relación con ella. Pueden ser otras empresas de la misma localidad, la población, los impuestos, tasa de interés, tipo de cambio, código de trabajo que regula las relaciones laborales, impuestos municipales, gustos y preferencias de los consumidores, salarios, INSS. Todo aquello que tiene que ver con las Oportunidades como aspectos positivos que pueden facilitar el logro de los objetivos de la empresa; o de aquellos aspectos negativos (AMENAZAS) que obstaculizan el desempeño de la empresa.

Habilidad: son las que tiene una persona para hacer cosas. Puede ser: Saber dibujar, diseñar, convencer a otros para venderle.

Idea de Negocio: es una posibilidad de negocio que se propone al inicio. Cuando se planifica y se lleva adelante deja de ser una idea y se convierte en negocio.

Ingresos: son todos aquellos recursos monetarios que obtienen las personas, empresas, instituciones, por el ejercicio de alguna actividad.

Insumo: son bienes que se obtienen de la naturaleza y que necesitan de procesarlos, o transformarlos para poder utilizarse. Ejemplo: el algodón es sometido a procesos de transformación, obteniéndose hilo, aceite, etc.

Logotipo: forma abreviada de logotipo. Es un conjunto de letras, imágenes o dibujos que sirve de símbolo o representación a una empresa. Esta representación se utiliza como una imagen de marca.

Lluvia de Ideas: técnica bastante común, utilizada cuando se trabaja en equipo.

Objetivo: se refiere a lo que se pretende lograr. Aquel resultado que se quiere alcanzar. Hay diferentes opiniones en su redacción. Generalmente no se define un indicador. Sirven para definir una dirección.

Margen Unitario: se determina estableciendo la diferencia entre el precio de venta y el costo variable unitario. En algunos casos se expresa como un porcentaje. Indica la utilidad antes de los gastos fijos.

Materia Prima: materiales, bienes o insumos que son procesados y transformados para dar origen a un producto. La materia prima puede ser un elemento de la naturaleza (ya sea de origen animal, vegetal o mineral) o un producto ya procesado. Por ejemplo, el algodón, del que se puede obtener hilo, producto que a su vez se convierte en materia prima para la elaboración de telas.

Medios de Promoción: son los mecanismos que las empresas utilizan para que los clientes sepan dónde encontrar sus productos.

Mensajes de Promoción: son los canales a través de los cuales se transmiten a los clientes, las bondades de los productos.



Mercado: conjunto de compradores reales y potenciales, que tienen una determinada necesidad, dinero para satisfacerla y voluntad para hacerlo (demanda), y vendedores que ofrecen productos o servicios que pueden satisfacer dichas necesidades (oferta).

Misión: es la razón de ser de la empresa, la finalidad para la que fue creada. Se suele definir como una síntesis de los objetivos fundamentales, las acciones que realizan, las personas a quienes se dirige y el cómo, dónde y porque se realizan las acciones.

Meta: cuantifica el objetivo, definiendo el resultado, indicador, fecha de cumplimiento.

Oferta: conjunto de productos y servicios disponibles para la venta.

Plan de Negocio: el plan de Negocios es un documento en el cual se describen las características que tendrá el negocio a futuro y en el que se detallan de manera ordenada los aspectos operacionales y financieros de una empresa. El plan de negocio es una herramienta a través de la cual se desarrollan estratégicas y planes de acción para alcanzar los objetivos de un negocio; además, sirve como medio informativo y de presentación para los miembros de la empresa, socios o posibles inversionistas.

Precio: es el valor monetario que se aplica a un producto o servicio. Es la cantidad o valor de intercambio que el consumidor está dispuesto a pagar para satisfacer una necesidad o deseo.

Producto: bien o Servicio que posee un conjunto de atributos tangibles (que pueden tocarse o medirse, como: empaque, color, precio, calidad, marca) e intangibles (que no pueden tocarse, como el prestigio de una marca o las percepciones y sensaciones que se obtienen a partir de la observación o el disfrute de un producto o servicio) que satisfacen las necesidades de un segmento de consumidores.

Producto Sustituto: es aquel producto o servicio que, siendo diferente, cubre la misma necesidad de otro producto o servicio. Esta alternativa puede ser un producto diferente o mejorado al que actualmente se ofrece en el mercado. Por ejemplo,

un producto sustituto del pan puede ser la galleta, pues siendo diferente, satisfacen la misma necesidad de alimentación que va acompañada de un café. Otro del pan puede ser la tortilla o el plátano.

Producto Complementario: son productos cuya demanda aumenta o disminuye en función a la demanda de otro producto. Por ejemplo, las impresoras y las tintas requeridas para su uso; el plan y la mantequilla, en el caso de los alimentos.

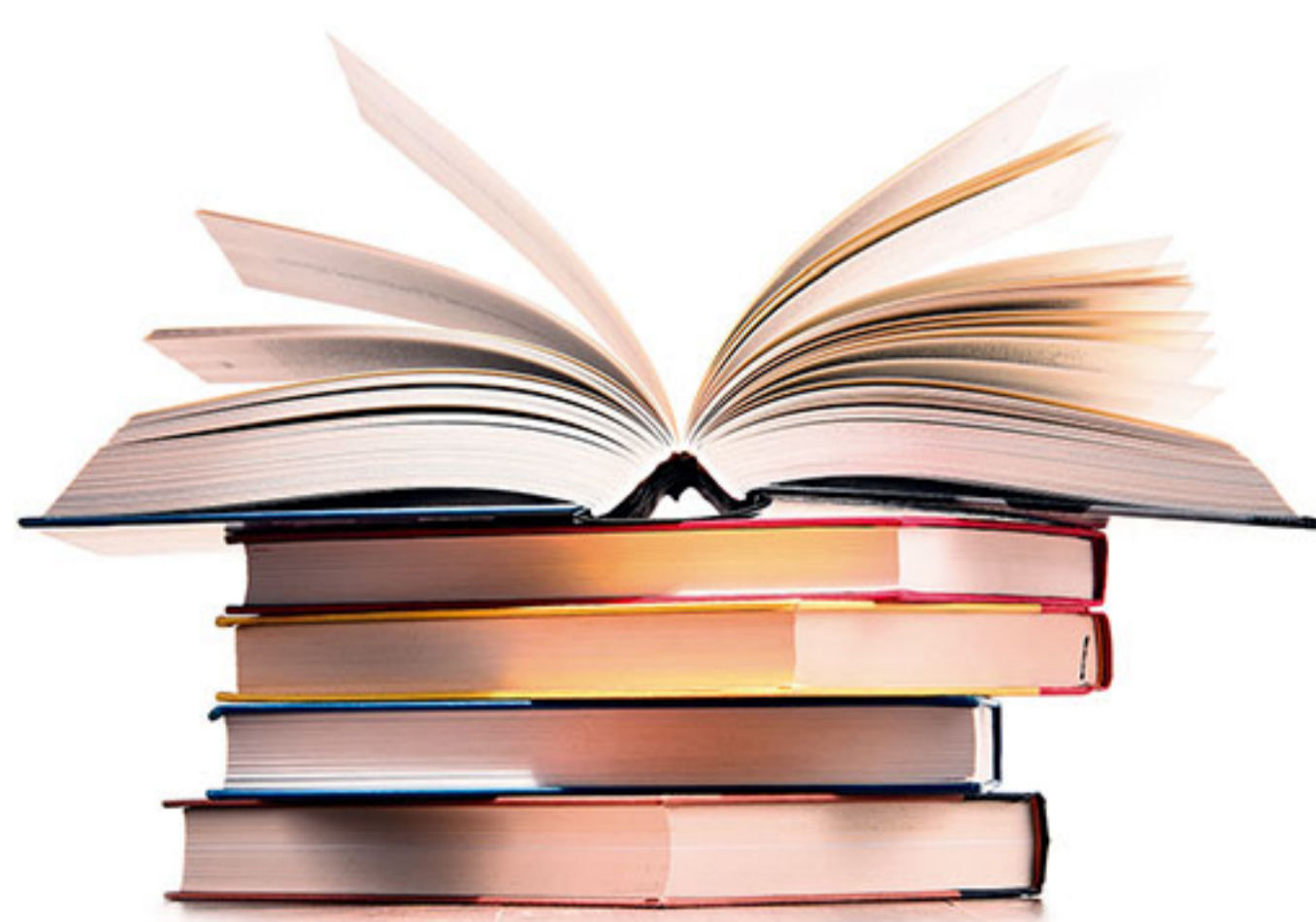
Proveedores: personas o empresas que abastecen de distinto tipo de recursos a los negocios. Personas naturales o jurídicas, que venden o proporcionan productos o servicios que luego serán transformados en nuevos productos.

Punto de Equilibrio: establece el mínimo de producción y de venta que, debe lograr la empresa para poder generar utilidades. Al comparar el punto de equilibrio con el nivel previsto en el plan de ventas, se tiene una idea del margen de seguridad y de riesgo de la empresa.

Reto: es todo aquello por lo que se lucha por alcanzar, superando las dificultades que supone y por el esfuerzo que requiere. Es un desafío, que implica vencer obstáculos.

Ventaja Competitiva: ventaja sobre los competidores, para ofrecer a los consumidores un mayor valor, ya sea a través de menores precios, mejor servicio o mayores beneficios.

Visión: es el sueño, aquello que se quiere llegar a ser. El deseo de forjar un mejor futuro. También es el cómo quiero que me vean mis clientes.





POTENCIANDO MIS ACTITUDES Y HABILIDADES EMPRENDEDORAS

Competencias	Indicador de logro	Contenido
<p>1. Fortalece sus valores y autoestima al participar en diferentes actividades emprendedoras que se desarrollan en la escuela y comunidad.</p> <p>2. Demuestra autoconfianza y seguridad en sí mismo al reconocer sus cualidades, capacidades y habilidades emprendedoras.</p> <p>3. Utiliza sus habilidades comunicativas al expresar sus ideas e historias de personas emprendedoras e innovadoras de su comunidad.</p>	<p>1. Analiza la importancia, logros y lecciones aprendidas de la asignatura Aprender, Emprender, Prosperar.</p>	<p>Importancia del Programa Aprender, Emprender, Prosperar, desde lo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personal. • Familiar. • Escolar. <p>Logros y lecciones aprendidas del Programa Aprender, Emprender, Prosperar.</p>
	<p>2. Práctica sus habilidades emprendedoras en las diferentes tareas que realiza.</p>	<p>Habilidades emprendedoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento y autoconfianza. • Perseverancia. • Toma riesgo. • Aprende de los errores. • Es soñador. • Dispuesto a aprender. • Autonomía. • Visión de organización. • Voluntad de gestión.
	<p>3. Demuestra sus valores como líder tomando una actitud de compromiso consigo mismo y con los demás.</p>	<p>Los valores que debe poseer un líder.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Visionario. • Compromiso. • Conciliador. • Carisma. • Justicia social.
	<p>4. Interpreta la conexión entre las acciones de líderes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Comunitarios y el desarrollo social. 	<p>Experiencia de líderes comunitarios exitosos.</p>
	<p>5. Maneja de forma apropiada las Tecnologías de la Información y Comunicación para enriquecer las diferentes.</p>	<p>El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación. (TIC) en su idea emprendedora.</p>



AHORRANDO GARANTIZO MI FUTURO

Competencias	Indicador de logro	Contenido
1. Practica el hábito del ahorro para alcanzar sus metas como persona emprendedora. 2. Asume y promueve actitudes y valores mediante acciones que le permitan desarrollar el hábito del ahorro para el emprendimiento personal y familiar. 3. Potencializa su autonomía al aprovechar las distintas oportunidades académicas y técnicas que se le presentan para su continuidad educativa, tomando en cuenta las necesidades de su entorno.	1. Practica el hábito del ahorro como parte de la sostenibilidad de su idea emprendedora.	El hábito del ahorro como parte de la sostenibilidad de su idea emprendedora. <ul style="list-style-type: none"> • Invierto mis ahorros en la idea emprendedora. • Ahorro e inversión: clave para el desarrollo de su idea emprendedora. • El valor de la austeridad en el desarrollo de su idea emprendedora. • La cotización como medida para ahorrar.
	2. Emplea el hábito del ahorro para alcanzar sus metas propuestas.	El ahorro como hábito importante para alcanzar las metas en la vida. Actitudes para desarrollar el hábito del ahorro: <ul style="list-style-type: none"> • Disciplina. • Madurez. • Austeridad. • Planificación. • Organización. • Puntualidad.
	3. Analiza las oportunidades de educación técnica que se brindan en su comunidad para su continuidad educativa.	Carreras Técnicas. <ul style="list-style-type: none"> • Perfiles y perspectivas de las carreras técnicas en su comunidad.



CONSTRUYENDO MI IDEA EMPRENDEDORA

Competencias	Indicador de logro	Contenido
1. Utiliza su aprendizaje y habilidades en el desarrollo de las diferentes ideas emprendedoras que contribuyan a mejorar su vida personal, familiar y comunitaria.	1. Emplea las habilidades comunicativas al expresar sus ideas acerca de la problemática de su localidad.	Generación de ideas emprendedoras. <ul style="list-style-type: none"> • Oportunidades y Problemas identificados en la comunidad. Problemas u oportunidades puede aprovechar para su idea emprendedora.

Competencias	Indicador de logro	Contenido
<p>2. Asume una actitud responsable, innovadora, creativa y colaborativa en la construcción de sus ideas emprendedoras.</p> <p>3. Aplica las Tecnologías de la Información y Comunicación en el diseño e implementación de sus ideas emprendedoras.</p>	<p>2. Practica el respeto y la tolerancia al cumplir las normas establecidas por el equipo de trabajo.</p>	<p>Organización de equipo de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normas para trabajar en equipo. • Comunicación asertiva. • Distribución de roles entre los miembros del equipo. • Compromisos de trabajo. • Normas de comportamiento de trabajo.
	<p>3. Expresa con naturalidad sus opiniones e ideas al formular su idea emprendedora.</p>	<p>Mi idea emprendedora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formulación de su idea emprendedora. • Objetivos de su idea emprendedora.
	<p>4. Formula y organiza de manera detallada y cronológica las actividades a desarrollar en su idea emprendedora.</p>	<p>Organización del plan de actividades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades. • Organización del tiempo. • Responsable. • Recursos con que cuenta.
	<p>5. Toma decisiones acertadas al discriminar y seleccionar información haciendo uso de las tecnologías de la Información y Comunicación.</p>	<p>Búsqueda de información acerca de sus ideas emprendedoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas y estrategias para la búsqueda y recopilación. • Temas relacionados a su idea emprendedora. • Uso de los recursos tecnológicos.
	<p>6. Usa de manera apropiada el conocimiento y la información para la solución del problema planteado.</p>	<p>Análisis y síntesis de la información recopilada sobre el tema de su idea emprendedora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Socialización de las ideas. • Toma de decisiones para la solución del problema.
	<p>7. Fortalece su autoestima, confianza y seguridad en sí mismo al desarrollar y ejecutar su idea emprendedora.</p>	<p>Elaboración de la idea emprendedora.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejecución de su idea emprendedora.

Competencias	Indicador de logro	Contenido
	8. Practica el autocontrol y la autoconfianza al exponer sus ideas emprendedoras.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación de la idea emprendedora. • Presentación de las diferentes ideas emprendedoras.
	9. Demuestra una actitud positiva al reconocer las lecciones aprendidas en la ejecución de su idea emprendedora.	Lecciones aprendidas al ejecutar su idea emprendedora.



ASPECTO DE MERCADO DE LA IDEA EMPRENDEDORA

Competencias	Indicador de logro	Contenido
<p>1. Construye su producto, generado en su idea emprendedora poniendo en práctica los aspectos de mercado estudiados.</p> <p>2. Diferencia su producto, al crear su propia marca, eslogan, etiqueta y empaque.</p>	1. Caracteriza las ventajas que tiene su producto que hacen que el consumidor lo prefiera con respecto a otros.	Conociendo el mercado y el cliente.
	2. Compara su producto con el de la competencia.	Conociendo a mis competidores.
	3. Contrasta las características y atributos de su producto, con el de los otros productos del mercado.	Ventaja competitiva.
	4. Evalúa el tamaño del mercado en el que va a comercializar su producto.	Conociendo el tamaño del mercado.
	5. Describe las características con las que se diferencia el producto como son el precio, calidad, durabilidad, etc.	<p>Estrategia de Mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de producto. <p>Estrategia de precio.</p> <p>Estrategia de distribución.</p> <p>Estrategia de promoción.</p>
	6. Planifica su idea emprendedora para ejecutarla.	Planificando la idea emprendedora.

BIBLIOGRAFÍA

-  **Documentos Curriculares del Ministerio de Educación de Nicaragua (Programa de estudio de Educación para Aprender, Emprender, Prosperar, noveno grado. 2018.**
-  **Planeación Estratégica. Fundamentos y Aplicación.**
Idalberto Chiavenato Arao Sapiro.
Tercera Edición McGraw Hill Inter Americana Editores, S.A., 2017. Pág. 66.
-  **Equipos de Trabajo.**
Rees Fran.
Prentice-Hall 1998, Paso tres: Establezca las Reglas Básicas, páginas 86 a la 95.
-  **Plan de negocios. Herramientas para evaluar la viabilidad de un negocio.**
Karen Weinberger Villaran.
Perú, Ministerio de la Producción. USAID/ PERU/MYPE Competitiva 2009.
Páginas 24, 25, 26, 27,28.
-  **Matemáticas Aplicadas a la Administración y la Economía.**
Lcndner W Roger/Arya C. Josue.
Editorial Prentice Hall Hispanoamericana, S.A, 2010, USA 2010.
Páginas 140 a la 163.
-  **Emprendimiento e Innovación. Diseña y planea tu negocio.**
Madariaga Hilarion E. Julia.
Cngage learning Editores. México 2017.
-  **Planeación de mercadotecnia, una guía paso a paso.**
Tylor W. James.
Prentice Hall Hispanoamericana, S. A. USA 2014.
-  **Deborah Mackin.**
Experta en Team Building "Difference between team and group". 2018
-  **Psicología y Comunicación. Consejos prácticos para lograr el asertividad en el trabajo. Este artículo es una colaboración de Paul Navarro, especialista en marketing y comunicación, sobre las consecuencias de la presencia o ausencia de asertividad en el entorno laboral, así como una recopilación de las estrategias más adecuadas para desarrollarla correctamente.**
-  **Universidad de Barcelona. El rol de los integrantes de un equipo de trabajo. Artículo de psicología empresarial, escrito por Ana Bask 2015.**
-  **Oficina de OIT para los Países Andinos.**
-  **Programa Conjunto "Promoción del Empleo, el Emprendimiento de Jóvenes y Gestión de la Migración Internacional Laboral Internacional Juvenil" 2011.**
-  **Pedagogías ágiles para el emprendimiento.**
Carmen Pillecer Iborra
María Batet Robirosa
Girona 30 junio 2017.
-  **Cuadernillo de Orientación Vocacional**
Área de Apoyo Educativo
Secretaría Académica
Escuela Industrial Superior
Universidad Nacional del Litoral
Escuela Industrial Superior
Secretaría Académica - Área de Apoyo Educativo-
Psp. Adriana Redolfi; Ps.
Lucila Sastre; Psp. Lilia Mai





Lomas de Guadalupe,
Portón Este de la UCA, 50mts. arriba.
Managua, Nicaragua, C.A.
Teléfonos: 22706028 / 22787127
www.susaetanicaragua.com.ni

ISBN 978-99964-59-03-0



9 789996 459030