

UNIDAD 3

PLANES DE NEGOCIO

TEMA 13

METAS PERSONALES Y EMPRENDIMIENTO

Resumen

Una Meta es un destino al cual pretendemos llegar, por ello es importante que como docentes conozcamos y comprendamos las razones por las que las y los participantes quieren iniciar su propio negocio. En esencia el objetivo de realizar un negocio es contar con recursos que nos ayuden a cumplir algunas de nuestras metas personales y en este sentido, el pensar en nuestras metas nos da la posibilidad de planificar como lograr eso en el futuro.

Además de poder encontrar el sentido real de tener un negocio y no reducirlo al simple hecho de tener dinero por tenerlo, sino ganar dinero para ayudarnos a mejorar.

Objetivo:

Analizar la importancia de contar con metas personales como base para el inicio de negocios siendo el mismo un elemento de motivación.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tabla 1 dibujada previamente en un papelógrafo o en la pizarra
- Cartillas del participante – Tabla 1 del Plan de negocios

Tiempo:

40 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Lluvia de ideas

1. Para comenzar la actividad, explique a las participantes “A lo largo de este módulo ya hemos visto lo que significa el espíritu emprendedor y cómo desarrollar los emprendimientos productivos, pero para desarrollar es necesario tomar varios aspectos que tienen que ver con la planificación inicial, por ello iremos descubriendo elementos claves para desarrollar los negocios, sin embargo no solo se trata de aprender a realizar negocios, sino también de crecer como personas, pero de ello iremos hablando **más adelante**”.
2. Escriba en un papelógrafo la palabra META PERSONAL y pida al grupo que puedan dar sus ideas sobre esa palabra.
3. Vaya anotando sus respuestas en el papelógrafo y pregunte al grupo ¿Sera importante tener un meta personal?, ¿Para qué nos sirve?
4. A partir de sus respuestas resalte la idea que la Meta personal es algo que queremos lograr en el futuro y que nos impulsa a realizar acciones para lograrlo.
5. Pregunte al grupo si conocen personas que se van planteando metas y las han ido cumpliendo.
6. Analice con el grupo como el negocio puede ayudar a cumplir ciertas metas personales.

Momento 2 – Teoría

7. Para reforzar la información obtenida en el primer momento, pida un voluntario/a que pueda leer de la cartilla la información de lo que es una Meta Personal, relacione esta información con las opiniones que dieron los y las participantes.
8. A continuación, pida que otro voluntario/a lea la información correspondiente a los beneficios de tener metas personales y del mismo modo vaya relacionando con las opiniones que se dieron en el primer momento.

Momento 3 – Valoración

9. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - a. ¿Por qué es importante que mi negocio me ayude a cumplir mi meta o metas personales?
 - b. ¿Qué pasa si realizaría un negocio sin tener metas personales?
10. A partir de sus respuestas vaya reforzando la idea de que un negocio es un apoyo para lograr nuestras metas personales, por ejemplo, si yo quiero tener una casa propia para vivir con mi familia, el negocio me puede permitir financiar un crédito para comprar un terreno o una casa o permitir ahorrar para lograr ese objetivo.

Momento 4 – Producción

11. Muestre al grupo la Tabla 1 previamente dibujada y llene un ejemplo con alguno de los participantes.
12. Pida al grupo que saquen sus cartillas y que respondan la Tabla 1 “Mi meta personal” para ello puede darles 3 minutos.
13. Comparta en plenaria algunos trabajos realizados y valore el trabajo de la jornada.
14. Para finalizar la actividad mencione que una meta es lo suficientemente fuerte cuando la visualizamos y nos sentimos motivados por cumplirlo y ese es un ejercicio que lo debemos realizar de manera constante.

Lecturas para el Docente

¿QUÉ SON LAS METAS PERSONALES?

Las metas personales son objetivos individuales que una persona se propone alcanzar para mejorar algún aspecto de su vida. Estas metas pueden abarcar diversas áreas, como el desarrollo profesional, la educación, la salud, las finanzas, las relaciones personales y el crecimiento personal.

Establecer metas personales ayuda a proporcionar dirección, motivación y un sentido de propósito, permitiendo a las personas enfocarse en lo que realmente es importante para ellas y medir su progreso a lo largo del tiempo.

En ese sentido las metas personales son objetivos específicos que una persona se propone alcanzar en su vida. A diferencia de los sueños o deseos vagos, las metas personales son concretas, medibles y tienen un plazo definido. Tener metas claras en la vida es fundamental para aprovechar al máximo nuestro potencial y vivir una vida plena y satisfactoria.

PASOS PARA ESTABLECER METAS PERSONALES

Recursos adicionales

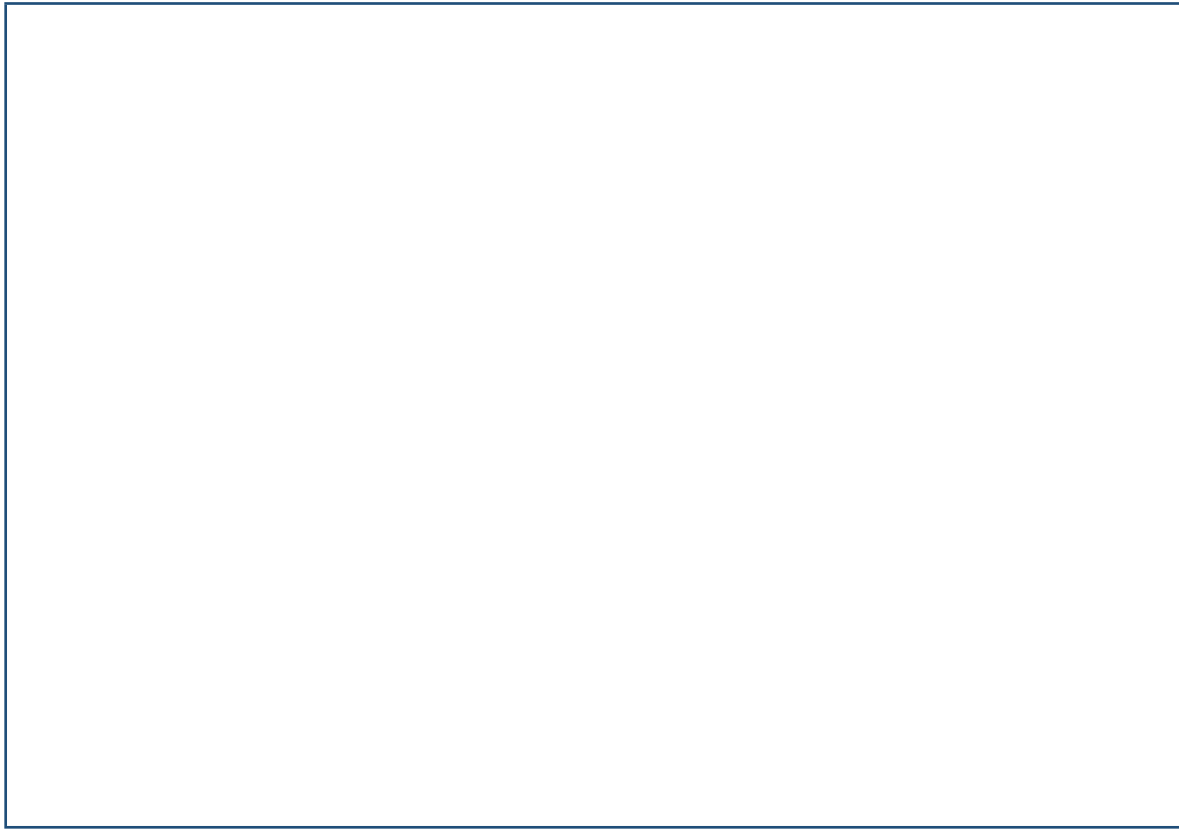
Video: Cómo hacer un plan de acción para cumplir tus metas

<https://www.youtube.com/watch?v=kesilePYCcE>

TABLA 1

MI META PERSONAL

¿CUÁL ES MI META PERSONAL?
¿CÓMO AYUDARÁ EL TENER UN NEGOCIO A MI META PERSONAL?



TEMA 14

GENERANDO IDEAS DE NEGOCIO

Resumen

A menudo las y los participantes ya han desarrollado o desarrollan actividades económicas, antes de iniciar este curso. Esta actividad utiliza la historia de Juana María, para demostrar cómo seleccionan las jóvenes una idea de negocios.

El propósito de esta actividad es poner a los participantes a decidir cuáles son las dos ideas de negocios en las que están más interesados. Durante esta unidad, las y los participantes examinarán y trabajarán con su primera idea. Sin embargo, si esa idea no parece viable en algún momento durante el curso, entonces las y los participantes pueden trabajar con su segunda idea.

Objetivo:

Identificar con las y los participantes, los elementos claves a tomar en cuenta para seleccionar una idea de negocio, permitiendo ello establecer las ideas de negocios que estén interesados/as en desarrollar.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tabla 2 dibujada previamente en un papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante – Tabla 2 Idea de negocio

Tiempo:

45 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Conociendo la “historia de Juana María”

1. Para comenzar explique a las y los participantes: “El primer paso en el planeamiento de un negocio es precisamente desarrollar la idea del negocio que queremos desarrollar, por ello ahora compartiremos con ustedes La historia que cuenta cómo “Juana María”, seleccionó su idea de negocios.
2. Use la historia “Por qué Juana María, eligió iniciar “un negocio de cafetería”. Lea la historia en voz alta para que las y los participantes la vayan siguiendo. Esta historia habla sobre los diferentes negocios que Juana María, consideró antes de decidir cuál era el más adecuado.
3. Cuando haya terminado de leer la historia, pregunte a las y los participantes: “¿si les gusto la historia? Y dinamice la participación para que a turno algunos participantes compartan sus impresiones.
4. Inmediatamente, pregunte a los participantes: “¿Porque Juana María, se decidió a abrir una pequeña cafetería en vez de vender frutas?” Escriba sus respuestas en la pizarra o papelógrafo.
5. Discuta con el grupo las cosas en que Juana María, tuvo que pensar para seleccionar su negocio.
6. Vaya anotando las ideas principales en la pizarra y explique que ellos y ellas tendrán que pensar en cosas similares cuando estén seleccionando sus ideas de negocios.

Momento 2 – Teoría

7. Comparta con el grupo el cuadro para la selección de ideas de negocios (Tabla 2) que lo tiene elaborado previamente y vaya explicando cada una de los aspectos a tomar en cuenta para calificar nuestras ideas de negocio de modo que nos ayude a determinar cuál es la más viable.
8. Llene la tabla con el ejemplo de Juana María con la participación del grupo de manera que se familiaricen con la tabla y comprendan el sentido de cada criterio.
9. Una vez que ha desarrollado el ejemplo, resalte la importancia de establecer esos criterios ya que son aspectos fundamentales al momento de iniciar un negocio.

Momento 3 – Valoración

10. Realice al grupo la siguiente: pregunta: ¿Por qué es buena idea pensar en la idea de negocio antes de iniciarlo?
11. Escriba las respuestas en la pizarra o en un papelógrafo. Refuerce las opiniones con algunas ideas clave:
 - Ver si ellos van a lograr hacer suficiente dinero con la idea

- Si tienen las habilidades necesarias para este negocio
- Si ellos cuentan con estrategias para conseguir apoyos

Momento 4 – Producción

12. Pida al grupo que saquen sus cartillas y que puedan llenar la Tabla 2 – Mis ideas de negocio y puedan llenarla con por lo menos dos ideas, lo óptimo es que sean tres ideas de modo que pueda tener más alternativas al momento de establecer los criterios. Para ello tendrán 5 minutos.
13. Indique que la idea con la mayor calificación será la que tendremos como la idea de negocio 1 y ahora deberán detallar en que consiste esta idea para que se comprenda de que se trata. De igual manera deberán explicar de modo general la segunda idea con el puntaje más alto, esta será idea de negocio 2.
14. Mencione al grupo qué en el resto del módulo, estarán explorando la Idea de negocios #1. Sin embargo, si en algún punto del curso ellos descubren que la Idea de negocios #1 no parece práctica, pueden cambiar a la Idea de negocios #2, ello supondrá que tendrán que adecuar la información a la nueva idea de negocio.
15. Una vez llenado las tablas, pida que manera puntual mencione cada participante su idea de negocio 1, eso para que tenga un panorama de lo que quieren realizar, esto le permitirá realizar un mejor acompañamiento a lo largo de esta unidad.

HISTORIA DE JUANA MARÍA Y SU CAFETERÍA

Juana María es una joven que vive sola en la ciudad ya que su familia está en el campo y ella vino a estudiar gastronomía y repostería, porque ella quiere ser una chef reconocida, su familia está pasando un mal momento económico, por lo cual está pensando en abrir un pequeño negocio. Para explorar se fue a caminar por diversos lugares para ver qué negocio podría realizar, Juana observó que había varios jóvenes vendiendo frutas ambulando por el mercado, ella pensó que sería una buena manera de ganar dinero ya que la gente compra a diario esos productos, fue al mercado y compró diferentes frutas como kiwi, lima, papaya y plátano, ella pensó que la gente podría comprar rápido esas frutas, empezó a ofrecer sus frutas pero no las vendió al precio que ella ofrecía por lo cual tuvo que bajar el precio además la gente prefería comprar más la papaya y los plátanos que el kiwi y la lima por lo cual ese día le sobro fruta, al final del día ella hizo sus cálculos y se dio cuenta que su ganancia era muy baja tomando en cuenta que algunas frutas se malograron y sería una pérdida, ella se sentía desmotivada porque en realidad sabía muy poco de ese negocio, Juana María se dio cuenta que debía seguir buscando otras opciones para ganar dinero y seguir estudiando, mientras caminaba por la calle en la tarde paso cerca de una universidad donde vio a muchos jóvenes en grupos buscando opciones para comer algo, ella se animó a preguntar a unas jóvenes que estaban por el lugar y le

dijeron que normalmente buscan alguna bebida caliente antes de ingresar a sus siguientes clases ya que a esa hora empieza a hacer frío y además es la hora del té, ella se dio cuenta que tener una pequeña cafetería por ese lugar sería una buena alternativa para que los universitarios compartan un momento agradable compartiendo un delicioso café, comenzó a buscar un lugar donde podría abrir una pequeña cafetería y mientras caminaba se encontró con una amiga de su pueblo llamada Adela, quién le dijo que tiempo atrás había trabajado en una cafetería y ella la podría ayudar dándole algunos consejos y mostrándole lugares donde puede comprar los insumos a buen precio. Juana María se sentía muy emocionada con ese negocio y cómo es muy observadora se dio cuenta que los universitarios buscan opciones de bebidas calientes por las tardes y noches así que podría distribuir su tiempo por las mañanas para seguir estudiando, ella se siente muy contenta porque ahora está comenzando a ganar dinero que le permite ayudar a su familia y además continuar con sus estudios.

TABLA 2

SELECCIONANDO MI IDEA DE NEGOCIO

Instrucción: Anote dos ideas de negocios que le llame la atención o de su preferencia y responda a las siguientes preguntas, anotando el valor que usted considere se acomode a su conocimiento y/o características del negocio planteado, donde: 1. no conoce nada, 2. un poco, 3. suficiente y 4. Mucho.

CRITERIOS A CONSIDERAR	Rango de Valoración	IDEAS DE NEGOCIO		
			IDEA 3	
Soluciona un problema o necesidad	Rango de valoración: 1.Nada 2.Un poco 3.Suficiente 4.Mucho			
Conozco ese negocio				
La inversión es accesible				
Tengo los recursos suficientes para hacerlo				
Es un negocio que puede crecer fácilmente				
Tengo las habilidades necesarias				
El producto o servicio se diferencia de otros				
Tengo apoyo para hacerlo				
Conozco proveedores para el negocio				
Es amigable con el medio ambiente				
TOTALES				
DESCRIBE DE FORMA BREVE EN QUÉ CONSISTE TU IDEA DE NEGOCIO 1				
DESCRIBE DE FORMA BREVE EN QUÉ CONSISTE TU IDEA DE NEGOCIO 2				

Lecturas para el Docente

¿QUÉ SON LAS IDEAS DE NEGOCIO?

Las ideas de negocio son conceptos o propuestas para crear productos, servicios o soluciones que satisfacen una necesidad o problema específico en el mercado. Estas ideas son la base sobre la cual se construyen y desarrollan nuevas empresas o emprendimientos. Una buena idea de negocio debe ser innovadora, viable y capaz de generar valor tanto para los clientes como para la empresa o emprendimiento.

¿CÓMO SE CREAN LAS IDEAS DE NEGOCIO?

Crear ideas de negocio efectivas implica un proceso de observación, análisis y creatividad. A continuación, se describen los pasos clave para generar ideas de negocio:

1. IDENTIFICAR NECESIDADES Y PROBLEMAS DEL MERCADO

- Observación y Análisis del Entorno: Analiza tu entorno y observa los problemas recurrentes que enfrentan las personas o las empresas. Presta atención a las quejas comunes, las ineficiencias y las brechas en el mercado.
- Investigación de Mercado: Realiza encuestas, entrevistas y estudios de mercado de manera casera para identificar las necesidades insatisfechas de los consumidores.

2. EXPLORAR TUS PASIONES Y HABILIDADES

- Autoevaluación: Reflexiona sobre tus intereses, habilidades y experiencias. A menudo, las mejores ideas de negocio provienen de áreas donde tienes pasión y conocimientos profundos, por ejemplo, si tienes habilidades técnicas las puedes aprovechar para convertirlo en ideas de negocio.
- Lluvia de ideas: Realiza una lluvia de ideas, esto lo puedes desarrollar solo o con un grupo con los cuales pretenden emprender, esto te permitirá tener varias opciones, generando una amplia gama de ideas sin juzgar su viabilidad inicial.

3. IDENTIFICA APOYOS Y POSIBILIDADES DE FINANCIAMIENTO

- Identifica posibles mentores o apoyos: Contar con personas que tengan experiencia en el manejo de negocios puede ayudarte a precisar varios aspectos claves del negocio más aún de un sector o rubro específico.
- Analiza posibilidades de búsqueda de financiamiento: En el caso de no contar con el capital suficiente, puedes ver diversas opciones de financiamiento, investiga sus requisitos y prepara los argumentos necesarios para convencer que la idea de negocio es viable.

4. MODELADO DE NEGOCIO

- Modelo de Negocio: Define claramente cómo tu idea generará ingresos. Puedes utilizar herramientas como el "Modelo de Negocios Canvas" para mapear los elementos clave de tu negocio.

TEMA 15

HABILIDADES DE NEGOCIOS

Resumen

Manejar un negocio requiere de habilidades por ello este aspecto es fundamental para desarrollar un plan de negocios, ya que el contar con habilidades de negocios y de la actividad que se está planteando realizar generan confianza y es fundamental para determinar la viabilidad de la idea de negocio.

A partir de una actividad con sociodramas: “¿Cómo funcionaría si...?”, las y los participantes observan y analizan qué hace la gente para manejar sus negocios de manera adecuada o inadecuada a partir de contar con ciertas habilidades o con la ausencia de ellas. En esta actividad, las y los participantes identifican cómo funciona un negocio donde el emprendedor tiene ciertas habilidades y cómo funcionaría si nos tuviese, a partir de ello analizan la importancia de contar con las habilidades generales y específicas para llevar con éxito un emprendimiento y se plantean acciones para desarrollar las habilidades necesarias para una idea de negocios.

Objetivo:

Identificar con los y las participantes las habilidades generales y específicas que deben cultivar para tener éxito en su negocio, estableciendo estrategias para desarrollarlas o fortalecerlas.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tarjetas con los tipos de habilidades que deben representar en los sociodramas
- Tabla 3 dibujada previamente en un papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante

Tiempo:

40 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Sociodramas “¿CÓMO FUNCIONARIA SI...?”

1. Para iniciar mencione a los y las participantes que iremos desarrollando varios elementos que son sumamente importantes para el desarrollo de un plan de negocio y en sí mismo para llevar adelante un negocio o emprendimiento, como vimos en la anterior actividad para seleccionar y calificar una idea de negocios, es necesario considerar varios criterios, por ello a continuación abordaremos uno de ellos y analizaremos con ustedes la importancia del mismo dentro de los negocios.
2. Forme 4 grupos de igual número de participantes e indíqueles que vamos a realizar unos sociodramas para una serie que se llama “¿CÓMO FUNCIONARIA SI...?”.
3. Explique que cada grupo deberá preparar una actuación de 2 a 3 minutos máximo acerca de cómo funcionaría un negocio SI la persona que lo lleva adelante tuviese ciertas habilidades y por otro lado, otro grupo mostrara cómo funcionaría el mismo negocio si no tuviese esas habilidades. Para preparar los sociodramas tendrán 7 minutos, recuérdelos que debe ser muy corto, pero donde se identifique con claridad la existencia o la falta de ciertas habilidades.
4. Entregue a cada grupo una de las tarjetas con los negocios y habilidades existentes o faltantes que deben representar y pida que puedan organizarse para la actuación.
5. Una vez que se cumplido el tiempo, realice la presentación en el siguiente orden y al comenzar realice la presentación con la siguiente premisa “Buenas noches, estimado público me complace presentar el ciclo de presentaciones acerca de negocios llamado “¿CÓMO FUNCIONARIA SI..?” donde veremos contenidos muy importante acerca de las habilidades en los negocios”

	Negocio Salón de Belleza	Que no tiene habilidades generales
	Negocio Salón de Belleza	Que tiene habilidades generales
	Negocio Restaurante	Que no tiene habilidades específicas
	Negocio Restaurante	Que tiene habilidades específicas

NOTA: Usted puede adecuar estos ejemplos a partir de negocios que se pueden realizar desde la especialidad que están cursando.

6. Una vez que todos los grupos se han presentado pida que puedan tomar asiento para analizar la actividad.
7. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - ¿Qué paso en la primera presentación?, ¿Qué cosas les llamo la atención?
 - ¿Qué paso en la segunda presentación?, ¿En qué era diferente al primer momento?
 - ¿Qué paso en la tercera situación?, ¿Qué les llamo la atención en este negocio?

- ¿Qué paso en la cuarta situación?, ¿Cómo se diferenciaba en relación a la primera situación?
8. Divida un papelógrafo o la pizarra en cuatro partes como en el ejemplo y vaya anotando las respuestas según el orden que corresponda, esto será de mucha utilidad durante el segundo y tercer momento.

Situación 1: Negocio sin HABILIDADES GENERALES	Situación 3: Negocio sin HABILIDADES ESPECÍFICAS
Situación 2: Negocio con HABILIDADES GENERALES	Situación 4: Negocio con HABILIDADES ESPECÍFICAS

9. Resalte la importancia que tienen las habilidades para el éxito en los negocios e invíteles a conocer más al respecto.

Momento 2 – Teoría

10. Pregunte al grupo si conocen ¿qué son las habilidades generales y habilidades específicas?
11. Anote las opiniones y para reforzar sus ideas comparta con el grupo la siguiente información:

Habilidades generales:

que se refieren a las habilidades que son para manejar cualquier negocio, por ejemplo, el saber convencer, saber vender, ser ordenado, saber administrar, Saber tomar decisiones, saber administrar el tiempo, etc.

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

12. Aproveche las opiniones e ideas que anotó en el cuadro de análisis y vaya relacionando las habilidades que mostraron en las presentaciones, identifique como influyen ambos tipos de habilidades en el funcionamiento de un negocio y la importancia de tener ambos tipos de habilidades.

Momento 3 – Valoración

13. Ubique la atención del grupo nuevamente en el cuadro de análisis, reflexione con el grupo acerca de contar o no con habilidades en los negocios, para ello realice las siguientes preguntas:
 - a. ¿Cómo creen que influyen en el funcionamiento de un negocio las habilidades generales?
 - b. ¿Cómo influyen en el funcionamiento de un negocio las habilidades específicas?
 - c. ¿Que podríamos hacer si no tenemos desarrollas estas habilidades?
14. Vaya anotando las respuestas y resalte las ideas clave que le ayuda a sacar una conclusión general acerca de la importancia de cultivar nuestras habilidades para los negocios y cómo este criterio es importante para apoyar en el éxito y viabilidad de un negocio.

Momento 4 – Producción

15. Presente al grupo la Tabla 3 – “Mis habilidades de negocio” y en base a una lluvia de ideas, haga una lista detallada, sobre todo de las habilidades generales que todos tienen que tener para manejar un negocio, no importando el tipo de negocio que sea, una vez realizada la lista de HABILIDADES GENERALES pida a algunos participantes al azar calificar el estado de habilidad entre los 3 criterios para cada una de las habilidades, explique que las casillas denominadas “Mas o menos” o “Debo aprender” requiere tomar acciones para desarrollarlas.
16. Ahora ubique a las y los participantes en la segunda parte de la tabla y realice un ejemplo con alguna de las ideas de negocio, haciendo el mismo procedimiento anterior, resalte la importancia de desarrollar las habilidades técnicas que serían las específicas, para el éxito de un negocio.
17. Pida que los y las participantes que saquen sus cartillas y puedan llenar la Tabla 3, para ello

primero deberán copiar la parte correspondiente a las HABILIDADES GENERALES y de manera particular con sus ideas de negocio la parte correspondiente a las HABILIDADES ESPECÍFICAS, para este trabajo puede darles 5 minutos.

18. Una vez concluido el tiempo comparta algunos trabajos y aclare los mismos si hubiera dudas o confusión en el llenado de las mismas.
19. Finalice la actividad resaltando la importancia de realizar una mirada sincera de nuestras habilidades para tomar acción y poder desarrollar las que no estén desarrolladas.

INDICACIONES PARA LA ACTIVIDAD DE LA SIGUIENTE SESIÓN "ESTUDIO DE MERCADO"

1. Pida que todos las y los participantes saquen sus cartillas y ubiquen la tabla 4 – “Haciendo un Estudio de Mercado Básico para mi Negocio”, explique que para la siguiente sesión debemos realizar una caminata por el mercado o lugar comercial cercano al lugar donde pretendemos ubicar nuestro negocio e ir observando los aspectos indicados en la tabla y posteriormente esa información la vaciaremos en casa después de realizar la caminata.
2. Explique que esta salida es importante para tener información que nos ayude a tomar decisiones y que eso lo estaremos viendo en la siguiente sesión.

Lecturas para el Docente

HABILIDADES EN LOS NEGOCIOS

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

Estas habilidades son de dos tipos:

Habilidades generales: que se refieren a las habilidades que son para manejar cualquier negocio, por ejemplo, el saber convencer, saber vender, ser ordenado, saber administrar, Saber tomar decisiones, saber administrar el tiempo, etc.

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

MIS HABILIDADES DE NEGOCIO

ESPIRITU EMP
ENDEADOR Y PLANES DE
DCIO

--	--	--	--

TEMA 16

ESTUDIO DE MERCADO

Resumen

Cómo vimos en la anterior actividad las habilidades son un factor importante para el éxito y viabilidad de un negocio, ahora nos toca conocer otro aspecto fundamental para el éxito de cualquier negocio sea grande o pequeño, nos referimos a la realización de un estudio de mercado, ya que esto nos permite comprender de mejor manera como está funcionando nuestro mercado objetivo, así mismo nos permite evaluar la competencia y la demanda, y pudiendo en base a esta información tomar decisiones en base a información y no solo a criterio nuestro que puede ser muy subjetivo.

Para conocer los pasos necesarios para desarrollar un estudio de mercado realizaremos una actividad de salida al mercado o lugar comercial cercano al lugar que pretendemos ubicar nuestro negocio, esta caminata los y las participantes deberán realizar antes de esta sesión, tal como se les pidió al finalizar la anterior actividad.

Objetivo:

Dotar a los y las participantes de herramientas y conocimientos necesarios para tomar decisiones informadas y estratégicas, que aumenten sus probabilidades de éxito en el mercado a través de la realización de un estudio de mercado básico.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Cartillas de los participantes con la tabla 4

Tiempo:

40 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Analizando la salida y caminata por el mercado “ESTUDIO DE MERCADO BÁSICO”

1. Para comenzar la actividad realice a los y las participantes la siguiente pregunta:
 - a. ¿Qué impresiones tuvieron en su caminata por el mercado?
 - b. ¿Cómo se sintieron frente a lo que observaron?
2. Vaya anotando sus respuestas y resaltando las ideas clave que nos ayude a comprender la importancia y utilidad de realizar un estudio de mercado.
3. Pida que los y participantes saquen sus cartillas con la información de la Tabla 4, vaya revisando los diferentes aspectos a partir de las siguientes preguntas:
 - a. ¿Qué características tiene el mercado visitado?
 - b. ¿Cómo es la competencia identificada en ese mercado?
 - c. ¿Qué características tienen los clientes de ese mercado?
 - d. ¿Cómo se podrían diferenciar de la competencia?
 - e. ¿Su producto o servicio puede satisfacer las necesidades de los clientes e ese mercado?
 - f. ¿El precio que pueden pagar los clientes por sus productos o servicios está dentro de sus expectativas?
4. Vaya escuchando las respuestas y vaya apoyando a aterrizar la información generada.

Momento 2 – Teoría

5. Comparta con el grupo las ventajas y beneficios de realizar un estudio de mercado para ello puede utilizar un proyector y mostrar el siguiente cuadro colocado o lo puede copiar en un papelógrafo en la pizarra.

Ventajas de un estudio de mercado	Beneficios de un estudio de mercado
-----------------------------------	-------------------------------------

1. Costo Efectivo	1. Mejora de Productos y
2. Flexibilidad y Control:	2. Validación de Conceptos
3. Rapidez en la Ejecución	3. Toma de Decisiones Informadas
4. Profundidad en la Investigación	4. Competitividad en el Mercado
	5. Optimización de Recursos
	6. Desarrollo de Capacidades Internas

6. Aproveche las opiniones e ideas que obtuvo en la primera parte y resalte la importancia de realizar el estudio básico de mercado pues nos permite tomar decisiones informadas.

Momento 3 – Valoración

7. Realice al grupo la siguiente pregunta:
- d. ¿Cómo influye el hacer un estudio de mercado casero?
 - e. ¿En qué les podrían ayudar?
 - f. Desde su experiencia en el mercado, ¿creen que la información obtenida les ayudara a tomar decisiones en los negocios?
8. Vaya anotando las respuestas resaltando las ideas claves para reforzar la necesidad del estudio de mercado como apoyo en la toma de decisiones

Momento 4 – Producción

9. Pida al grupo que puedan realizar una salida adicional para mejorar o complementar la información obtenido.
10. Los resultados los deben anotar en sus cartillas y se socializaran en la siguiente sesión.

TABLA 4

REALIZANDO MI ESTUDIO DE MERCADO BÁSICO

Mi idea de Negocio			
OBSERVANDO LA DEMANDA			
Cuál es el comportamiento de los clientes en este mercado, en cuanto a:	PRODUCTOS/ SERVICIOS	CALIDAD	PREFERENCIAS
OBSERVANDO LA COMPETENCIA			
Cuál es el comportamiento de la competencia en este mercado, en cuanto a:	PRODUCTOS/ SERVICIOS	CALIDAD	ATENCIÓN
Que es lo que puedo resaltar de la competencia en este mercado			
Que aspectos son negativos en la competencia de este mercado			

CONCLUSIONES	
En base a la observación por el mercado, responde las siguientes preguntas:	
¿Existe demanda para mi producto o servicio como para crecer y escalar con mi negocio?	SI / NO ¿Por qué?
¿Puedo diferenciarme de la competencia con mi producto o servicio?	SI / NO ¿Por qué?

Lecturas para el Docente

Ventajas de un estudio de mercado	Beneficios de un estudio de mercado
-----------------------------------	-------------------------------------

Costo Efectivo No requiere contratar empresas de investigación de mercado costosas: lo cual es ideal para emprendedores con presupuesto limitado. Uso de Herramientas digitales gratuitas: Se pueden utilizar herramientas gratuitas o de bajo costo para realizar encuestas y análisis de datos, como Google Forms y Survey Monkey Flexibilidad y Control: Adaptabilidad: Permite ajustar rápidamente el enfoque y las preguntas en función de las respuestas obtenidas inicialmente. Control Directo: Ofrece control total sobre el proceso de investigación, desde la recopilación de datos hasta el análisis e interpretación de los mismos. Rapidez en la Ejecución Implementación Inmediata: Los estudios caseros pueden ser planeados y ejecutados rápidamente sin la burocracia que a veces implica trabajar con terceros. Resultados Rápidos: La recolección y análisis de datos pueden realizarse en tiempo real, facilitando la toma de decisiones rápidas. Profundidad en la Investigación Conocimiento Local: Los emprendedores tienen un conocimiento más profundo y detallado de su propio mercado local, lo cual puede conducir a nuevas ideas más relevantes y accionables. Interacción Directa con el Cliente: Posibilidad de interactuar directamente con los clientes y obtener retroalimentación cualitativo valioso.	Mejora de Productos y Servicios Identificación de Necesidades: Ayuda a identificar las necesidades y deseos específicos de los clientes, permitiendo mejorar los productos o servicios ofrecidos. Validación de Conceptos: Permite probar y validar nuevas ideas antes de su lanzamiento, reduciendo el riesgo de fracaso. Toma de Decisiones Informadas Datos Reales: Proporciona datos precisos y relevantes que apoyan la toma de decisiones estratégicas en el negocio. Reducción de Incertidumbre: Minimiza la incertidumbre y los riesgos asociados con la introducción de nuevos productos o servicios. Competitividad en el Mercado Análisis de la Competencia: Facilita el análisis de la competencia y la identificación de oportunidades para diferenciarse. Identificación de Tendencias: Ayuda a identificar tendencias emergentes en el mercado, permitiendo al negocio adaptarse y adelantarse a la competencia. Optimización de Recursos Eficiencia: Permite una asignación más eficiente de los recursos al identificar las áreas que más necesitan atención y mejora. Enfoque en el Cliente: Fomenta un enfoque centrado en el cliente, lo cual puede incrementar la satisfacción y lealtad del cliente. Desarrollo de Capacidades Internas Habilidades de Investigación: Desarrolla las habilidades de investigación y análisis dentro del equipo emprendedor, aumentando su capacidad para realizar estudios futuros de manera independiente. Cultura de Innovación: Fomenta una cultura de innovación y mejora continua basada en datos y retroalimentación real del mercado .
---	---

TEMA 17

DIFERENCIÁNDONOS DE LA COMPETENCIA

Resumen

Cuando un negocio nuevo ingresa al mercado es normal que se encuentre con varios negocios iguales o similares, a eso se denomina “competencia”, esto no es malo ya que la competencia puede ser oportunidad para mejorar nuestro negocio y durante la etapa de planificación inicial nos ayuda a darle un enfoque orientado a diferenciarnos y de esta manera entrar a competir en mejores condiciones, cuando nos referimos a la diferenciación no necesariamente tiene que ver con mayor inversión o menores precios, se refiere a incorporar aspectos que los clientes valoren como la buena atención, productos de calidad a precio justo, orden y limpieza como carta de presentación, etc. Esto dependerá del estudio de mercado básico que realizamos y que nos da un panorama general de cómo está nuestra competencia.

Esto lo analizaremos mediante un trabajo de grupo con un estudio de caso denominado “Juana María tiene competencia”, a través del mismo los y las participantes podrán dar soluciones creativas para que el negocio de Juana María mejore y tenga mejores oportunidades de crecer en ese mercado.

Objetivo:

Analizar los elementos claves de la competencia en los negocios para diseñar ideas y estrategias creativas e innovadoras que les permita diferenciarse y mejorar con respecto a otros negocios iguales o similares.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Historia “Juana María, tiene competencia”
- Cartilla de los participantes – Tabla 5

Tiempo:

60 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Trabajo de Grupos: “LA CAFETERIA DE JUANA MARÍA TIENE COMPETENCIA”

1. Para comenzar la actividad mencione a las y los participantes lo siguiente “Hoy estaremos explorando un elemento muy importante para el éxito en los negocios y por ello será importante considerarlo al diseñar nuestro plan de negocios”
2. Comente a las y los participantes que cuando hablamos de mercado existen elementos que tenemos que identificarlos con claridad. Para esto contaremos el caso denominado “La Cafetería de Juana María tienen Competencia”, para ello les pedimos que presten mucha atención a esta historia.

LA CAFETERIA DE JUANA MARÍA TIENE COMPETENCIA

Juana María finalmente logró abrir su cafetería y la llamo “LA CAFETERÍA DE JUANA MARÍA”, su pequeña cafetería está ubicada cerca de una Universidad y de un colegio, como es la única que vende delicioso café y chocolate beniano con empanadas, los universitarios y estudiantes se aglomeran en grandes cantidades para consumir un delicioso café o chocolate y algunas veces le falta manos para vender.

Los primeros meses Juana María vendía más de lo que había planificado, incluso tuvo que pedir ayuda a una amiga para lograr cubrir la DEMANDA de tantos estudiantes, sin embargo, una tarde cuando abrió su cafetería como todos los días, se sorprendió al ver a otra vendedora de chocolate y café yungueño que le estaba haciendo COMPETENCIA, Juana María se preocupó mucho al ver que varios de sus clientes habituales estaban consumiendo en la otra cafetería, e incluso se dio cuentas que sus ganancias estaban disminuyendo.

Juana María, que no es una joven que se queda quieta, empezó a investigar que podía hacer, es así que caminó por las calles de la ciudad para ver que estaban haciendo y que estaban diciendo otras vendedoras de café o como estaban ofreciendo otras cafeterías similares al que ella tiene. Juana María se admiró al ver el puesto de café de doña Bárbara que, aunque estaba en un puesto del mercado de la zona, estaba siempre lleno a pesar de que en el lugar había mucha competencia, y los precios eran similares a las otras vendedoras, entonces Juana María se armó de valor y fue a hablar con Doña Bárbara para pedirle consejos

y tener éxito como ella. Doña Bárbara era una señora muy tranquila y alegre, después de escucharla a Juana María atentamente, se dio cuenta que se trataba de una joven emprendedora, entonces la tomó del hombro y sólo le dijo que dependerá mucho de la manera que ofrezca sus productos y que la atención también es muy importante para que los clientes regresen, puedes también mejorar tus productos, siempre debes estar haciendo algo para mejorar - le dijo. Juana María se quedó muy intrigada y pensó qué podría hacer para mejorar sus ofertas y ser innovadora.

¿Podríamos ayudarle a Juana María a mejorar su cafetería pensando en diferentes maneras creativas e innovadoras de diferenciar su negocio de la competencia?

3. Forme 4 grupos y pida que en cada grupo desarrollen al menos 3 estrategias para que la cafetería de Juana María pueda mejorar y diferenciarse de su competencia de una manera creativa. Para ello tendrán 7 minutos.
4. Vaya motivando a los grupos para realizar los trabajos de manera creativa y mencione que las ideas no deben ser genéricas, por ejemplo: “Que Tenga un buen trato con el cliente” o “que tenga más variedad de productos”, estas respuestas pueden ser muy generales pero poco operativas, por ello deben decir cómo será tener un buen trato con el cliente, por ejemplo: “Al ingresar un cliente mostrar siempre una sonrisa, saludar y dar un mensaje que genere confianza, desearle un buen día al despedirse, etc., Es decir deben tratar de ser específicos en las ideas sugeridas.
5. Una vez concluido el tiempo, pida que cada grupo pueda compartir sus ideas realizadas y vaya analizando junto al grupo la viabilidad de las mismas, aproveche los ejemplos para que comprendan la importancia de ser lo más específicos posibles y de esta manera les será más fácil poner en práctica sus ideas creativas, eso es lo que realmente les diferenciará de otros negocios.

Momento 2 – Teoría

6. Aprovechando los trabajos realizados, refuerce el concepto de COMPETENCIA y menciónelos algunos consejos que les puede ayudar para diferenciar su negocio de otros similares o iguales, esto lo puede realizar a través de una presentación de diapositivas o pidiendo voluntarios para que los puedan leer desde las cartillas, pero es importante que pueda explicar cada una de las sugerencias que se están compartiendo.

Momento 3 – Valoración

7. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - g. ¿Por qué se dice que la competencia ayuda a mejorar las ofertas de un

determinado lugar (mercado)?

- h. ¿Cómo debemos asumir la competencia en los negocios?
 - i. ¿Por qué es importante ir innovando e incorporando nuevas ideas en un negocio?
8. Vaya anotando y resaltando sus ideas conectando las mismas con la importancia de realizar acciones “estrategias prácticas” para diferenciarnos de la competencia y hacer que nuestro negocio crezca de manera constante, recuérdelos que las ideas sin acción no sirven pues no generan ningún cambio a menos que las llevemos a la práctica.

Momento 4 – Producción

- 9. Comparta con el grupo la Tabla 5 dibujada en un papelógrafo o en la pizarra y en base al ejemplo de la Cafetería de Juana María vaya llenando la misma.
- 10. Pida al grupo que saquen sus cartillas y pensando en sus ideas de negocios, puedan llenar la Tabla 5. A manera de ejercicio, pida que imaginen y analicen quienes serían su competencia para su idea de negocio, que harían para mejorar lo que hace su competencia y finalmente puedan plantearse ideas innovadoras para su negocio, para ello tendrán 7 minutos.
- 11. Terminado el tiempo, comparta algunos trabajos desarrollados por los y las participantes, valore siempre el trabajo realizado y vaya aclarando las dudas que pudiese haber o si hay alguna confusión al momento de llenar las tablas.
- 12. Para finalizar la actividad, sugiera a los y las participantes que visiten lugares en el mercado y las calles de sus zonas donde vendan los mismos productos o servicios que su idea de negocio de una manera más específica vean que están haciendo estos negocios para mantenerse en el mercado y como se diferencian unos de otros, de esta manera podremos saber qué hacer y qué no hacer en nuestro negocio.

TABLA 5

DIFERENCIÁNDOME DE LA COMPETENCIA

Mi idea de Negocio:	
ACCIONES PARA DIFERENCIARME DE LA COMPETENCIA	
¿Cuántos negocios similares o iguales al tuyo existen cerca a tu ubicación?	
¿A partir de tu estudio de mercado, qué harías diferente a tu competencia?	
¿Qué aspectos de tu negocio te diferenciarán de la competencia?	
¿Qué actividades innovadoras puedes plantear que te diferencia de tu competencia?	

Lecturas para el Docente

QUE ES LA COMPETENCIA

La competencia en los negocios se refiere a la rivalidad entre negocios que operan en el mismo mercado o industria, ofreciendo productos o servicios similares. Esta competencia puede manifestarse en diversas formas y se centra en captar y retener clientes, aumentar las ventas y mejorar la participación en el mercado.

La competencia es fundamental para el crecimiento y la innovación en los mercados, ya que incentiva a las empresas o negocios a mejorar continuamente y a ser más eficientes. Sin embargo, también puede ser intensa y desafiante, requiriendo que los negocios desarrollen estrategias sólidas y se adapten rápidamente a los cambios del mercado.

Algunas estrategias para lograr diferenciarte pueden ser:

1. ENFOQUE EN LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE:

- Personalización: Ofrecer un servicio personalizado y atender las necesidades específicas de cada cliente puede crear una experiencia única y memorable. Conocer los nombres de los clientes habituales, recordar sus preferencias y ofrecer recomendaciones personalizadas puede marcar una gran diferencia.

- Atención rápida y eficaz: Responder rápidamente a consultas y resolver problemas de manera eficiente muestra a los clientes que son valorados y que su satisfacción es una prioridad.

2. PRODUCTOS O SERVICIOS ÚNICOS:

- Especialización: Enfocarse en un nicho de mercado y ofrecer productos o servicios especializados que no se encuentran fácilmente en otros lugares. Esto puede incluir productos artesanales, servicios personalizados o soluciones específicas para un grupo demográfico particular.

- Innovación: Introducir productos o servicios innovadores que resuelvan problemas de manera novedosa o mejorada. Mantenerse actualizado con las tendencias y necesidades del mercado puede ayudar a identificar oportunidades para innovar.

3. ESTRATEGIAS DE MARKETING CREATIVO:

- Construir una marca sólida: Crear una marca distintiva con una historia convincente, un logotipo memorable y una propuesta de valor clara. Un branding (marca) efectivo ayuda a crear una conexión emocional con los clientes.

- Marketing Digital: Utilizar las redes sociales, blogs y marketing de contenidos para construir una comunidad en línea. Publicar contenido valioso y relevante que resuene con la audiencia y fomente la

interacción puede aumentar la visibilidad y la lealtad de los clientes.

4. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL:

- Prácticas Sostenibles: Implementar prácticas ecológicas y sostenibles en las operaciones del negocio, como el uso de materiales reciclables, reducción de residuos y eficiencia energética. Comunicar estas prácticas a los clientes puede atraer a aquellos que valoran la sostenibilidad.

- Compromiso Social: Participar en iniciativas comunitarias o donar parte de las ganancias a causas locales puede mejorar la imagen del negocio y generar buena voluntad entre los clientes.

5. OFERTAS Y PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN:

- Promociones y descuentos exclusivos: Ofrecer promociones especiales, descuentos y ofertas exclusivas a clientes leales puede incentivar la repetición de compras y atraer nuevos clientes.

- Programas de Fidelización: Implementar un programa de fidelización que recompense a los clientes por sus compras frecuentes. Esto puede incluir puntos acumulables, descuentos exclusivos, acceso anticipado a nuevos productos o eventos especiales.

Estas estrategias pueden ayudar a un pequeño negocio a destacar en un mercado competitivo, construyendo una base de clientes leales y atrayendo a nuevos clientes a través de una propuesta de valor única y atractiva.

TEMA 18

ESTABLECIENDO LA PROPUESTA DE VALOR DEL NEGOCIO

Resumen

Como vimos en la anterior actividad es importante diferenciarnos de la competencia para tener éxito en los negocios, por ello es necesario que desarrolle una propuesta de valor que le permita tener una ventaja competitiva respecto a otros negocios similares o iguales. La propuesta de valor se refiere a los elementos únicos del modelo de negocio que permiten a una empresa sobresalir en el mercado.

A través de un Reto Creativo denominado “Asesorando Negocios”, nos permitirá analizar los elementos claves que debemos tomar en cuenta al momento de establecer cuál será nuestra PROPUESTA DE VALOR que nos diferenciará como negocio ante el mercado.

Objetivo:

Desarrollar habilidades en los y las participantes para desarrollar una propuesta de valor que les permitan diferenciarse en el mercado, aumentar sus ingresos y fortalecer su posición competitiva a largo plazo.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tarjetas de Negocios
- Copia de la tabla 6 en papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante para el llenado de la tabla 6

Tiempo:

60 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Reto Creativo “ASESORANDO NEGOCIOS”

1. Para comenzar la actividad pregunte a los y las participantes ¿Por qué es importante diferenciarnos de otros negocios?
2. A partir de sus respuestas reflexione acerca de la importancia de diferenciar nuestro negocio para tener mejores oportunidades de éxito, y mencione que ahora estaremos conociendo un elemento muy importante en los negocios que nos permitirá marcar una diferencia con respecto a otros negocios.
3. Organice 4 grupos de igual número de participantes y entregue a cada grupo 2 tarjetas, una de ellas será el negocio que deben asesorar y la otra tarjeta es un ejemplo de una empresa con propuesta de valor.
4. Explique a las y los participantes que en sus grupos deben analizar La relación de la tarjeta 1 es decir La definición de ese negocio con respecto a un negocio que tiene una propuesta de valor clara, entonces en grupo deberán hacer un análisis de cuáles son las diferencias entre los dos negocios y deberán generar una propuesta de valor en base a la información contenida en la tarjeta 1. Por ello, el trabajo de los grupos estará dividido en 2 partes:

Análisis del estado inicial del Negocio y sus diferencias con la definición del Negocio 2:

Propuesta de Valor del Negocio:

5. Para este trabajo otórgueles 15 minutos y mientras trabajan, vaya visitando los grupos para responder las dudas que puedan existir, es importante motivar el trabajo de los grupos en el tiempo estimado.
6. Una vez concluido el tiempo, pida que cada grupo pueda compartir sus trabajos en plenaria, enfocándose en el Negocio que están asesorando.
7. Cada que los grupos presenten sus trabajos vaya pidiendo opiniones acerca de la propuesta de valor que proponen.
8. Una vez terminen los grupos con la presentación de los trabajos, reflexione acerca de la importancia de establecer LA PROPUESTA DE VALOR y que para ello compartiremos una información importante que nos dará mayores luces para comprender y saber cómo determinar

la propuesta de valor de un negocio.

Momento 2 – Teoría

9. Pida al grupo tomar atención y sentarse lo más cómodos posible. Comparta con el grupo la siguiente información:

QUE ES LA UNA PROPUESTA DE VALOR

La Propuesta de valor, es una declaración que describe de manera clara y concisa los beneficios únicos que un producto o servicio proporciona a los clientes y cómo resuelve sus problemas o satisface sus necesidades. Es una promesa de valor que comunica a los clientes por qué deberían elegir ese producto o servicio en lugar de otros disponibles en el mercado.

CÓMO REDACTAR UNA PROPUESTA DE VALOR EN BASE A UN EJEMPLO

Redactar una propuesta de valor efectiva requiere seguir un proceso estructurado.

Paso 1: Identifica a tu Público Objetivo

Descripción: Define claramente quiénes son tus clientes ideales. Esto incluye sus características demográficas, necesidades y preferencias.

Para el ejemplo de Café Sereno: Público objetivo: Profesionales urbanos de 25-45 años, estudiantes universitarios, amantes del café y personas que valoran productos orgánicos y sostenibles.

Paso 2: Define el Problema o Necesidad

Descripción: Identifica los problemas o necesidades que enfrenta tu público objetivo y que tu negocio puede resolver.

Ejemplo de Café Sereno: Problema: Falta de opciones de cafeterías que ofrezcan café orgánico y un ambiente relajante donde desconectar del estrés de la ciudad.

Paso 3: Ofrece una Solución

Descripción: Explica cómo tu producto o servicio resuelve el problema o satisface la necesidad de tus clientes.

Ejemplo de Café Sereno: Solución: Ofrecemos café orgánico de alta calidad, en un entorno diseñado para relajarse y desconectar, con una oferta complementaria de productos caseros.

Paso 4: Resalta los Beneficios

Descripción: Enfatiza los beneficios específicos y únicos que obtendrán los clientes al elegir tu negocio.

Ejemplo de Café Sereno: Beneficios: Experiencia de café superior, ambiente acogedor, productos saludables y sostenibles, desconexión del estrés diario.

Paso 5: Diferénciate de la Competencia

Descripción: Define lo que te hace único y mejor que tus competidores. Esto puede ser en términos de calidad, precio, servicio al cliente, etc.

Ejemplo de Café Sereno: Diferenciador: Énfasis en café orgánico y sostenible, ambiente diseñado para relajarse, productos caseros.

Paso 6: Redacta la Propuesta de Valor

Descripción: Combina todos los elementos anteriores en una declaración clara y concisa que comunique tu propuesta de valor de manera efectiva.

Propuesta de Valor Final para Café Sereno:

“En Café Sereno, ofrecemos una experiencia única de café artesano en un ambiente acogedor y relajante. Nos especializamos en café orgánico de alta calidad, obtenido de manera ética y sostenible, acompañados de una variedad de pasteles y bocadillos caseros. Nuestro compromiso es brindar a nuestros clientes no solo una taza de café excepcional, sino también un lugar donde puedan desconectar del estrés diario y disfrutar de momentos de serenidad.”

10. Una vez compartida la información, pida a los y las participantes que lo vayan relacionando con los trabajos desarrollados para mejorar y corregir los mismos si fuera necesario.

Momento 3 – Valoración

11. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - a. ¿Cómo se sintieron durante el reto?
 - b. ¿En que podrá ayudar el tener un Propuesta de valor al planificar nuestros negocios?
 - c. ¿Cómo nos puede ayudar a diferenciarnos de otros negocios una propuesta de valor?
12. Vaya anotando sus respuestas y resaltando las ideas claves que ayuden a reforzar la importancia y utilidad de establecer una propuesta de valor para sus ideas de negocios.

Momento 4 – Producción

13. Coloque o muestre la Tabla 6 copiado en papelógrafo o en la pizarra y en base al ejemplo desarrollado para “Café Sereno” vaya pasando la información a la tabla con la ayuda del grupo y asegúrese que todos comprendan el sentido de cada paso para construir la redacción final que es la PROPUESTA DE VALOR.
14. Pida al grupo que saquen sus cartillas y revisen la tabla 6, explique que deberán realizarlo en base a un análisis y reflexión, esta tarea la estarán presentando en la siguiente sesión.
15. Para finalizar la actividad, agradezca a todos y todas por el trabajo realizado en esta sesión.

TABLA 6

ESTABLECIENDO LA PROPUESTA DE VALOR DE MI NEGOCIO

Idea de Negocio:	
ESTABLECIENDO MI PROPUESTA DE VALOR	
Paso 1: IDENTIFICA TU PÚBLICO OBJETIVO	
Paso 2: DEFINE EL PROBLEMA O NECESIDAD	
Paso 3: OFRECE UNA SOLUCIÓN	
Paso 4: RESALTA LOS BENEFICIOS	
Paso 5: DIFERÉNCIATE DE LA COMPETENCIA	
Paso 6: En base a los 5 puntos anteriores: REDACTA TU PROPUESTA DE VALOR	

Lecturas para el Docente

QUE ES LA UNA PROPUESTA DE VALOR

La Propuesta de valor, es una declaración que describe de manera clara y concisa los beneficios únicos que un producto o servicio proporciona a los clientes y cómo resuelve sus problemas o satisface sus necesidades. Es una promesa de valor que comunica a los clientes por qué deberían elegir ese producto o servicio en lugar de otros disponibles en el mercado.

CARACTERÍSTICAS DE UNA PROPUESTA DE VALOR

1. Claridad: Debe ser fácil de entender. Los clientes deben comprender rápidamente qué es lo que ofrece el producto o servicio y cómo les beneficia.
2. Relevancia: Debe estar orientada a las necesidades y deseos específicos del cliente objetivo. Tiene que abordar problemas reales que los clientes enfrentan y ofrecer soluciones pertinentes.
3. Diferenciación: Debe destacar lo que hace único al producto o servicio frente a la competencia. Esto puede incluir características exclusivas, beneficios adicionales o una mejor relación calidad-precio.
4. Beneficios concretos: Debe enfocarse en los resultados tangibles que los clientes obtendrán al utilizar el producto o servicio, como ahorro de tiempo, reducción de costos, aumento de eficiencia, etc.
5. Valor percibido: Debe comunicar claramente el valor que los clientes percibirán. Esto puede incluir aspectos emocionales y funcionales, mostrando cómo el producto o servicio mejorará su vida o resolverá sus problemas.
6. Credibilidad: Debe ser creíble y respaldada por evidencia, como testimonios de clientes, estudios de caso, datos de desempeño o garantías.
7. Enfoque en el cliente: Debe estar centrada en el cliente, utilizando un lenguaje que resuene con él y que refleje su perspectiva y necesidades.

CÓMO REDACTAR UNA PROPUESTA DE VALOR EN BASE A UN EJEMPLO

Redactar una propuesta de valor efectiva requiere seguir un proceso estructurado. Aquí tienes los pasos:

Paso 1: Identifica a tu Público Objetivo

Descripción: Define claramente quiénes son tus clientes ideales. Esto incluye sus características demográficas, necesidades y preferencias.

En el ejemplo para Café Sereno sería: Público objetivo: Profesionales urbanos de 25-45 años, estudiantes universitarios, amantes del café y personas que valoran productos orgánicos y sostenibles.

Paso 2: Define el Problema o Necesidad

Descripción: Identifica los problemas o necesidades que enfrenta tu público objetivo y que tu negocio puede resolver.

En el ejemplo para Café Sereno sería: Problema: Falta de opciones de cafeterías que ofrezcan café orgánico y un ambiente relajante donde desconectar del estrés de la ciudad.

Paso 3: Ofrece una Solución

Descripción: Explica cómo tu producto o servicio resuelve el problema o satisface la necesidad de tus clientes.

En el ejemplo para Café Sereno sería: Solución: Ofrecemos café orgánico de alta calidad, en un entorno diseñado para relajarse y desconectar, con una oferta complementaria de productos caseros.

Paso 4: Resalta los Beneficios

Descripción: Enfatiza los beneficios específicos y únicos que obtendrán los clientes al elegir tu negocio.

En el ejemplo para Café Sereno sería: Beneficios: Experiencia de café superior, ambiente acogedor, productos saludables y sostenibles, desconexión del estrés diario.

Paso 5: Diferénciate de la Competencia

Descripción: Define lo que te hace único y mejor que tus competidores. Esto puede ser en términos de calidad, precio, servicio al cliente, etc.

En el ejemplo para Café Sereno sería: Diferenciador: Énfasis en café orgánico y sostenible, ambiente diseñado para relajarse, productos caseros.

Paso 6: Redacta la Propuesta de Valor

Descripción: Combina todos los elementos anteriores en una declaración clara y concisa que comunique tu propuesta de valor de manera efectiva.

Propuesta de Valor Final para Café Sereno:

"En Café Sereno, ofrecemos una experiencia única de café artesano en un ambiente acogedor y relajante. Nos especializamos en café orgánico de alta calidad, obtenido de manera ética y sostenible, acompañados de una variedad de pasteles y bocadillos caseros. Nuestro compromiso es brindar a nuestros clientes no solo una taza de café excepcional, sino también un lugar donde puedan desconectar del estrés diario y disfrutar de momentos de serenidad."

TEMA 19

DEFINICIÓN DE CLIENTES Y ESTIMACIÓN DE VENTAS

Resumen

La definición de clientes o segmentación de mercado es un concepto relacionado con el marketing y con el público objetivo de un negocio, es decir a quienes nos vamos a dirigir para comunicar sobre nuestros productos o servicios. Todos aquellos negocios que quieran diferenciarse en un entorno tan competitivo deben conocer perfectamente su nicho de mercado.

En esta actividad, se trabaja en grupos para realizar una simulación de venta de tarjetas, los cuales deberán estar elaborados en relación a un segmento de mercado que los/as participantes definen en el ejercicio, por otra parte, los/as participantes tienen la oportunidad de desarrollar una descripción detallada de su segmentación de mercado y/o posibles clientes para sus ideas de negocios.

Objetivo:

Conocen los elementos claves para realizar una segmentación de mercados, identificando sus clientes objetivo, además de realizar sus estimaciones de ventas en base a los criterios establecidos.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Juegos de tarjetas de negocios e identificación de clientes
- Copia de la tabla 7 en papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante para el llenado de la tabla 7

Tiempo:

90 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Trabajo de Grupos “Identificando a los clientes para los Negocios”

1. Para comenzar la actividad mencione a las y los participantes que en esta sesión estaremos desarrollando un elemento vital para que un negocio funcione, por ello les pedimos que puedan estar muy atentos a los aprendizajes que vayan surgiendo.
2. Forme 4 grupos de igual número de participantes y ubíquelos en distintos lugares del salón de manera que tengan espacio para trabajar en grupo, entregue a cada grupo las tarjetas con los negocios identificados y clientes objetivo, el trabajo consistirá en diseñar productos o servicios en base a las tarjetas de clientes objetivo, deberán fundamentar muy bien por qué cada producto o servicio satisface las necesidades del cliente identificado. Para este trabajo tendrán 10 minutos, y según la necesidad podría extenderlo a 15 minutos.
3. Una vez transcurrido el tiempo pida que los grupos puedan presentar sus trabajos en plenaria y vaya analizando con todas y todos los participantes si el diseño del producto o servicio se acomoda al cliente identificado, en esta parte es muy importante que pueda ir orientando la información acerca de la relación de los productos o servicios con los productos o servicios que tiene una empresa.
4. Una vez que todos los grupos han compartido sus trabajos, reflexione con el grupo sobre la importancia de segmentar nuestro mercado en base a la identificación de los clientes a los cuales estará dirigido nuestros productos o servicios y cómo ello influirá en el diseño, precio, presentación y promoción.

Momento 2 – Teoría

5. Para reforzar el trabajo realizado, comparta con el grupo los conceptos de segmentación de mercado y también la estimación de ventas, para ello le sugerimos que presente la información de las lecturas para el docente 1 y 2, de una manera creativa por ejemplo mapas mentales, diapositivas, presentación por tarjetas, etc.
6. Aproveche este espacio para despejar las dudas acerca de la información compartida, para una

mejor comprensión vaya relacionando lo ocurrido en el trabajo de grupos con la información socializada, por ejemplo, ver cómo ha influido la información que tenían de tipos de clientes para diseñar productos o servicios.

7. Presente la tabla 7 y explique cómo está estructurado y cuál es su utilidad, para esta primera parte enfoque al grupo en la primera columna “identificación de clientes” y “Productos o servicios ofertados”, llene esta primera parte de la tabla con alguno de los trabajos realizados. Otra opción es llenar esta tabla en base al caso de la Cafetería de Juana María, esto le servirá más adelante cuando se trabaje costos del negocio y ganancias. Para ello puede utilizar la historia que se utiliza en la actividad 21 costos del negocio, donde explica quiénes son sus clientes, los productos que ofrece y las ventas que tiene.
8. En cualquiera de los casos asegure que los y las participantes hayan comprendido los conceptos desarrollados.

Momento 3 – Valoración

9. Para reforzar el análisis, realice al grupo las siguientes preguntas:
 - a. ¿Por qué es importante conocer quiénes serán nuestros clientes?
 - b. ¿Por qué será importante segmentar nuestro mercado?
 - c. ¿Para qué nos servirá el poder tener clientes específicos?
 - d. ¿En qué nos ayudaría el realizar las estimaciones de nuestras ventas?
10. Vaya anotando las respuestas resaltando las ideas claves que le ayuden a reforzar el aprendizaje desarrollado en cuanto a la importancia de identificar a nuestros clientes y realizar nuestras estimaciones de ventas.

Momento 4 – Producción

11. Con la participación de todo el grupo y tomando en cuenta uno de los negocios presentados, llene los cuadros restantes de la Tabla N° 7. Por ejemplo, en el cuadro de Productos o Servicios, anote los productos que el negocio ofrece, qué cantidad venderá semanalmente, cuánto costará cada producto y calcule el total de ventas de cada producto, finalmente sume cuanto serán sus ventas semanales.

12. Invite a los y las participantes a pensar en lo desarrollado en la sesión y ahora será hora de pensar en sus propias ideas de negocio.
13. Pida al grupo que saquen sus cartillas y que ubiquen la tabla N° 7 y que tal como se realizó en la sesión lo puedan desarrollar con sus propias ideas de negocios, esto será fundamental para realizar los costos del negocio y también para posibilitar el análisis de ganancias, por ello es importante que lo realicen de la mejor manera posible. Para ello puede otorgar 10 minutos.
14. A manera de ejercicio puede calcular sus ventas mensuales, multiplicando el total de sus ventas semanales por 4, el resultado será su venta mensual.
15. Comparta en plenaria algunos trabajos, pero es importante que desde esta parte ya entrando a los costos del negocio pueda revisar sus trabajos de manera personal para asegurar que la información tenga sentido ya que ello influirá para analizar la viabilidad de los negocios.
16. Para cerrar la actividad reflexione sobre la importancia de hacer estimaciones de ventas en los negocios.

TABLA 7

DETERMINANDO MIS CLIENTES Y ESTIMACIÓN DE VENTAS

Idea de Negocio:					
Tiempo de estimación de las ventas:					
PARTE –A					
Quiénes serán mis Clientes	¿Por qué escogerían mi producto o servicio?				
PARTE –B					
Productos o servicios que ofreceré	Precio unitario	x	Cantidad que puedo vender	=	Total
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
Total Ventas					

Lecturas para el Docente 1

QUE ES LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO

Es el proceso de dividir clientes en grupos basados en características comunes para que los negocios puedan mercadear cada grupo efectiva y apropiadamente.

La segmentación de clientes se enfoca en la clasificación de los clientes que un negocio ya tiene de manera natural.

En el marketing, los negocios a menudo segmentan los clientes de acuerdo a características demográficas que incluyen:

- Edad
- Género
- Estado civil
- Ubicación (Urbana, peri-urbana, rural)
- Etapa de vida (Soltero, casado, divorciado, retirado, etc.)

¿Por qué segmentar a los clientes?

La segmentación permite a los dueños de negocios ajustar mejor sus esfuerzos de marketing a varios subconjuntos de clientes. Esos esfuerzos se pueden relacionar tanto con comunicación como con desarrollo de producto. Específicamente, la segmentación ayuda al negocio a:

- Crear y comunicar mensajes que resonarán en grupos o clientes específicos, que recibirán mensajes ajustados a sus necesidades e intereses.
- Seleccionar los mejores canales de comunicación para cada segmento, que puede ser correo, redes sociales, cuñas de radio, u otro, dependiendo de los clientes.
- Identificar maneras de mejorar productos o productos nuevos u oportunidades de servicio.
- Establecer una mejor relación con los consumidores.
- Probar opciones de precio.

- Enfocarse en los clientes más rentables.
- Mejorar el servicio al cliente
- Hacer la mayor venta y venta cruzada de productos y servicios.

Lecturas para el Docente 2

QUE ES LA ESTIMACIÓN DE VENTAS

“¿Cuánto se va a vender el mes o la semana que viene? “, ¿Qué ingresos podemos esperar durante el próximo año?”. Los emprendedores necesitan información. Si bien no se puede tener certeza sobre la demanda de un producto o servicio, sí es posible realizar proyecciones que faciliten la toma de decisiones de compras, producción, recursos humanos e inversiones

Algunos puntos centrales para tener en cuenta en el momento de sentarte a proyectar las ventas:

- **Planilla de cálculo.** La herramienta básica para realizar proyecciones es una planilla de cálculo, que te permita analizar las variables de tus costos, relacionar datos y realizar gráficos para visualizar mejor la información. En la presente guía te presentamos una hoja de trabajo para realizar estos cálculos.
- **¿Cuál es el plan?** Las ventas no vienen solas, sino que son en gran parte el resultado de tus acciones de marketing, enmarcadas en tu plan de negocios. Debes tener en cuenta de qué forma las decisiones que estás tomando en otros frentes impactan sobre tus ventas: nuevos productos lanzados, publicidad, ampliación de locales, cambios de personal, etc.
- **Análisis del contexto.** Son muchas las variables externas que pueden modificar el comportamiento de tus ventas. En el contexto más cercano, considera a tus competidores, proveedores y productos sustitutos (o competidores indirectos, como un restaurant y las comideras de la calle). En el entorno más amplio evalúa el desarrollo de la economía, los cambios demográficos y los aspectos legales que pueden impactar en tu negocio.
- **Estima la demanda.** Aunque ya tengas datos previos, el momento de la planificación es una oportunidad para realizar un cálculo base cero. Estima la demanda potencial (el universo de personas que podría comprar tus productos), la demanda objetivo (a cuántos de ellos quieres llegar) y la demanda efectiva (qué porcentaje de la demanda objetivo crees que podrás convertir en clientes).

- Capacidad máxima. Mira hacia dentro y analiza cuál es la cantidad máxima que podrías llegar a vender, si los clientes aparecen. Te ayudará a conocer hasta dónde puede llegar tu negocio con la infraestructura actual. Para crecer más allá de ese punto, será necesario invertir en ampliar tu capacidad o asociarte con terceros.

Considera la estacionalidad. Pocos negocios venden en forma constante a lo largo de todo el año. Analiza tu mercado para identificar altas, bajas y medias temporadas, y tenlo en cuenta en las proyecciones.

Recursos adicionales

Video: Segmentación de mercados y mercado meta

<https://www.youtube.com/watch?v=8oJU73a5o>

TEMA 20

ESTRATEGIAS

PARA LA ATRACCIÓN DE CLIENTES

Resumen

El identificar a nuestros clientes y estimar nuestras ventas nos marcan un punto de partida para comenzar a pensar en cómo lograremos llegar a los clientes de una forma creativa y de esta manera lograr las ventas esperadas, por ello será importante pensar en estrategias para la atracción de clientes y de esta manera comunicar lo que es el negocio y productos o servicios ofrece.

Para ello realizaremos un juego de mercado donde se venderá un solo producto, pero los grupos diseñaran formas creativas para atraer a los clientes y diferenciarse de la competencia. Durante esta actividad podremos analizar con los y las participantes la importancia de contar con diversas estrategias de atracción de clientes y la relación con la competencia, entendiendo que los clientes son el motor del negocio y que para conservar e incrementar los mismos se deben poner en marcha diversas estrategias que posibiliten tener una buena salud financiera del negocio.

Objetivo:

Desarrollar habilidades para la generación de estrategias creativas de atracción de clientes y promoción del negocio, en base a la identificación de clientes y la propuesta de valor identificada.

Materiales:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Cinta maskín
- Papel bond de colores
- Dulces
- Billetes de juego de 1, 2, 5 y 10 bolivianos, tomando en cuenta la cantidad de participantes que harán de clientes y calculando a 30 bs. Por cliente.
- Copia de la tabla 8 en papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante para el llenado de la tabla 8

Tiempo:

60 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Juego de Mercado “Venta de Dulces”

17. Como punto de partida, mencione a las y los participantes que en esta sesión seguiremos explorando elementos claves para que un negocio tenga éxito y sea viable, por ello les invitamos a prestar atención a lo que viene y participar de manera activa.
1. Forme 5 grupos de 2 personas y pida que el resto del grupo, espere fuera del salón por el lapso de 10 minutos, para apoyo con el grupo que sale del salón puede nombrar 2 personas de apoyo.
2. Explique a los grupos que se quedaron en el salón que se armara un mercado de dulces y que para ello cada grupo deberá realizar sus propias estrategias para atraer a los clientes de esa manera podrán vender una mayor cantidad de dulces.
3. Entregue a cada grupo 15 dulces para que los puedan vender, el precio al que usted entregara cada dulce es de 5 bolivianos y ellos lo pueden vender al precio que determinen, este precio deberá ser superior al que usted les entregó como proveedor.

4. Otorgue 8 minutos para que puedan crear sus estrategias de venta de la manera más creativa posible, para ello explique que tienen diversos materiales (papel bond de colores, papelógrafos, marcadores) que les ayudara a crear sus carteles, pero además deben crear discursos para captar la atención de los clientes, resaltar beneficios o características de su producto, etc.
5. Al grupo que esta fuera del salón explíqueles lo siguiente: “Ustedes ingresaran a un mercado de dulces y tendrán diversas opciones para comprar, vean que negocio les atrae y realicen la compra según su preferencia en particular, pero tomen en cuenta la compra no debe ser por amistad, sino por preferencia, para ello ustedes tendrán 30 bolivianos”. Entregue a cada participante los 30 bolivianos en billetes de 1, 2, 5 y 10 Bs.
6. Una vez cumplido el tiempo de preparación del mercado, invite a los clientes a ingresar el mercado y deje que interactúen por alrededor de 5 a 7 minutos.
7. Vaya observando todo lo que ocurre y la manera como los negocios ofrecen sus productos, esto será de mucha utilidad durante el análisis de la actividad.
8. Una vez concluido el tiempo, pida que todos y todas se sienten en sus lugares y que los negocios realicen un conteo de las ventas realizadas.
9. En plenaria realice las siguientes preguntas a los clientes:
 - ¿Qué pasó en el juego del mercado?
 - ¿Cómo les fue con sus ventas?, ¿Por qué?
 - ¿Cuáles eran las estrategias que utilizaban los diferentes negocios?
 - ¿Qué les llamó la atención de como atendían los negocios?
10. Vaya anotando las respuestas, resaltando las ideas claves para comprender el concepto de estrategias de promoción.

Momento 2 – Teoría

11. Para reforzar los aprendizajes desarrollados con el juego de mercado, profundice con el grupo sobre qué se entiende por Estrategias de promoción para la atracción de clientes para ello tiene la información sugerida ubicada al final de la actividad.
12. Así mismo relacione esta información con las estrategias desarrolladas en el juego de mercado y complemente con otras estrategias, enfatizando que las estrategias tienen son del tipo táctil, visual y auditivo. Es decir, un cartel es del tipo visual y es importante, pero, la forma como tratamos al cliente y, que le decimos, es una estrategia auditiva pues es lo que el cliente escucha, en cualquier

caso, será importante desarrollar estrategias que se puedan llevar a la práctica y no solo nominales.

Momento 3 – Valoración

13. Para profundizar en el análisis, realice a los clientes las siguientes preguntas:

- **¿Qué les llamo la atención en el juego de mercado?**
- **¿Qué estrategias se podrían haber realizado?**
- **¿Qué faltó a los negocios para mejorar la promoción?**

14. Vaya anotando sus respuestas y aproveche para resaltar la importancia de poner en práctica diversas estrategias de atracción de clientes pues son la manera que tenemos para comunicar que el negocio existe y es una opción para los clientes.

Momento 4 – Producción

15. Coloque la Tabla 8 en papelógrafo o en la pizarra y en base al ejemplo desarrollado para “Café Sereno” vaya pasando la información a la tabla con la ayuda del grupo y asegúrese que todos comprendan el sentido de cada paso para construir la redacción final que es la PROPUESTA DE VALOR.

16. Pida que los y las participantes saquen sus cartillas, ubicando la Tabla 8 y que lo puedan realizar de acuerdo a sus ideas de negocios, recuérdelos que las estrategias deben ser operables por ello lo deberán tratar de realizar lo más específico posible. Para este trabajo puede darles 7 minutos.

17. Vaya acompañando el llenado de tablas y una vez concluido el mismo, comparta con el grupo algunos de los trabajos realizados.

18. Cierre la actividad resaltando la importancia de pensar en varias estrategias para tener mejores opciones de incrementar nuestros clientes, pero se debe tener en cuenta que también se debe cuantificar el costo que supone cada estrategia que se quiere implementar pues ello repercutirá en los costos del negocio.

TABLA 8

ESTRATEGIAS PARA ATRAER CLIENTES Y POSICIONAR MI NEGOCIO

Idea de Negocio:		
QUÉ ACCIONES REALIZARÍA PARA PROMOCIONAR MI NEGOCIO	QUÉ ACCIONES REALIZARÍA PARA MANTENER Y FIDELIZAR A MIS CLIENTES	QUÉ CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO SON AMIGABLES CON EL MEDIO AMBIENTE Y DEBO COMUNICAR A LOS CLIENTES
¿Cómo utilizaría las redes sociales para promocionar mi negocio? Ej. (Facebook, WhatsApp, Tik Tok, LinkedIn, Twitter, Instagram, YouTube, Pinterest entre otros).		

Lecturas para el Docente

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN EN LOS NEGOCIOS

Una pregunta fundamental que uno debe hacerse en los negocios es ¿Quién es mi cliente?, una vez identificado nos ayudara a describir y crear un perfil del mismo, conociendo sus gustos, capacidad adquisitiva, ubicación, preferencias sobre el producto entre otros factores.

Una vez que hemos identificado al cliente base podemos implementar diversas estrategias que nos ayuden a atraer su atención hacia nuestro negocio, entre algunas estrategias están las siguientes:

AUMENTAR LA PUBLICIDAD

Aumentar la publicidad consiste en incrementar la exposición de nuestro mensaje publicitario, por ejemplo, podemos aumentar la frecuencia o las veces en que nuestro anuncio salga publicado, aumentar el tamaño o la duración de éste, aumentar el número de medios o canales publicitarios a utilizar, etc.

Para aumentar la publicidad, no es necesario que tengamos que realizar una gran inversión; además de las formas tradicionales, existen muchas otras formas de hacer publicidad a bajo costo como, por ejemplo, anunciar por Internet, hacer uso de boletines electrónicos, repartir volantes, colocar afiches, etc.

CAMBIAR LA PUBLICIDAD

Tal vez nuestro negocio cuente con bastante publicidad, pero ésta no tenga la efectividad debida; por ejemplo, tal vez no estemos utilizando los medios publicitarios correctos y el mensaje no esté llegando adecuadamente a nuestro público objetivo, o tal vez el mensaje no sea lo suficientemente atractivo.

Por lo que, en lo que respecta a la publicidad, no sólo debemos buscar cantidad, sino también calidad. Debemos saber elegir a los medios o canales publicitarios adecuados, de acuerdo a las preferencias, costumbres y hábitos de nuestro público objetivo, y saber diseñar un mensaje atractivo, llamativo, interesante y persuasivo para éste.

AUMENTAR LAS PROMOCIONES DE VENTAS

Consiste en aumentar las promociones de ventas, por ejemplo, brindar nuevas ofertas, ofrecer más cupones de descuento, realizar sorteos, otorgar pequeños regalos, etc.

Pero para aumentar las promociones de ventas, debemos asegurarnos de que los consumidores sepan de éstas; y la forma de lograr ello es aumentando la publicidad y resaltando la promoción de ventas en el mensaje publicitario; de nada sirve crear buenas promociones de ventas si pocas personas se enteran de ellas.

HACER QUE NOS RECOMIENDEN

Una de las formas más efectiva de atraer nuevos clientes a nuestro negocio, consiste en hacer que nuestros clientes habituales nos recomienden con otros consumidores.

Y la forma de lograr ello es procurar ofrecer un producto de muy buena calidad que satisfaga necesidades, gustos y preferencias, que sobrepase expectativas, y que esté acompañado de una excelente atención o servicio al cliente.

TEMA 21

COSTOS DEL NEGOCIO

Resumen

Para un plan de negocios, determinar sus costos es muy importante, ya que ello les permitirá saber cuánto dinero necesitan para implementar su negocio, también les permitirá evaluar la viabilidad del mismo.

Por ello es importante explicar que son los costos de capital y costos operativos, y para facilitar este proceso utilizaremos una historia acerca de la “cafetería de Juana María”, donde las y los participantes mencionan todas las cosas que se requieren en la situación propuesta. Por medio del ejercicio de la historia el ayudará a las y los participantes a llenar dos tablas, los de Costos de capital y Costos Operativos que facilitaran en gran medida la comprensión de los costos de un negocio, aunque en la parte teórica los estaremos relacionando también con lo tradicional que son los costos fijos y costos variables, pero solo como información ya que les resultara más práctico para su aplicación manejarlos de la manera en que presentamos en esta actividad.

De manera general podemos decir que los costos se refieren a la suma de todos los gastos e inversiones que tiene que realizar un emprendimiento para que sus actividades se desarrollen normalmente, en nuestro caso los ordenamos en dos tipos de costos: Costos de Capital que son los que se realizan una sola vez y durarán un buen tiempo y los costos operativos que son los que tendrán que comprar siempre para que el negocio funcione.

Objetivo:

Realizar los costos que tendrá el negocio y los ordenaran entre costos de capital y costos operativos, comprendiendo la diferencia entre ambos y su importancia para el funcionamiento de un negocio.

Materiales:

- Papelógrafos
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tablas dibujadas de los costos operativos y de capital en papelógrafos (esto lo requerirá para las siguientes actividades)

- Cartilla del participante para el llenado de las tablas 9A y 9B

Tiempo:

60 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Lectura de la historia “JUANA MARÍA CALCULA LOS COSTOS PARA SU IDEA DE NEGOCIO”

1. Para iniciar la actividad, recuerde a los y las participantes que en las anteriores actividades nos enfocamos en realizar las proyecciones de las ventas que tendríamos en nuestros negocios, ahora nos toca conocer cuánto dinero necesitaremos para que nuestras ideas de negocio se lleven a la práctica.
2. Explique al grupo que para esta parte nos ayudará una historia llamada “Juana María realiza sus costos para su idea de negocio” Pida al grupo que tome atención para escuchar la siguiente historia:

JUANA MARÍA REALIZA SUS COSTOS PARA SU IDEA DE NEGOCIO

Juana María se encuentra muy emocionada con la idea de abrir su cafetería cerca de la universidad pues esto le permitirá ser independiente y apoyar a su familia, por ello se puso a investigar acerca de las cosas que necesitaría para abrir su negocio y además saber cuánto dinero le costaría todo lo requerido para iniciar su negocio, ella buscó el apoyo de una amiga llamada Raquel que tenía experiencia en la atención y administración de una cafetería y le pidió que la ayudara a tener una lista de todo lo que requerirá comprar y tener para que su cafetería funcione, su amiga Raquel le dijo que necesitaría como algo básico lo siguiente:

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Termos grandes de 20 litros cada uno cuesta 180 Bs. ▪ 1 Caldera grande que cuesta 120 Bs. ▪ 1 cocina pequeña que cuesta 200 Bs. ▪ 1 Cafetera grande que cuesta 80 Bs. ▪ Envases para chocolate, café y azúcar cada uno a 30 Bs. ▪ 1 Cucharon mediano, cuesta 30 Bs. ▪ 2 Barras de chocolate beniano cada una cuesta 10 Bs. ▪ Medio kilo de café le costaría 20 Bs. ▪ 10 libras de azúcar cuestan 25 Bs. ▪ Detergente para vajilla cuesta 18 Bs. Su amiga le dijo que le duraría 1 semana. ▪ Rejilla para secado de utensilios 1 grande cuesta 90 Bs. ▪ 2 docenas de Vasos de plásticos reutilizable cada docena le cuesta 90 Bs. | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vasos desechables para chocolate y café 50 unidades le cuesta 20 Bs. ▪ 2 docenas de Platos le cuesta 48 Bs. ▪ 2 paquetes de servilletas cada uno a 5 Bs. ▪ 2 ollas medianas cada uno cuesta 90 Bs. ▪ 3 docenas de cucharillas cada docena a 20 Bs. ▪ 4 azucareras cada una a 15 Bs. ▪ 1 mostrador pequeño le cuesta 200 Bs. ▪ 4 Mesas pequeñas para 4 personas cada mesa con sus sillas le cuesta 200 Bs. ▪ Una radio para la música que le cuesta 300 Bs. ▪ Letrero para la puerta de colgar le cuesta 120 Bs. |
|---|--|

Juana María sabe también que debe adelantar el alquiler del primer mes, eso le costará 600 Bs, sin embargo, el dueño de casa le dijo que la tienda está recién pintada y refaccionada por lo que no deberá invertir en ello, Juana María calculó que abriría 6 días a la semana por lo cual serán 24 días al mes, ella sabe que debe dividir el monto de los gastos mensuales entre 24 días para tener su costo diario.

Así mismo averiguo que la luz le costará un promedio de 60 Bs. al mes por ser una tienda pequeña, el agua deberá pagar también 40 Bs. Y por el uso de Gas domiciliario deberá cancelar un promedio de 30 Bs. al mes.

Juana María sabía que el ambiente es importante, pero se dio cuenta que comprar una radio podía esperar e iba a utilizar una pequeña radio que tenía en su casa, también logró que su tío le preste una pequeña mesa que no la estaba usando, él le dijo que lo podía utilizar por unos 6 meses.

La amiga de Julia María le dijo que conocía una señora que realizaba unas deliciosas empanadas y que ella le podía proveer por mayor, de esa manera no tendría que invertir en otras cosas para producir las empanadas, le dijo que cada empanada le dará a 2 Bs. por lo que para las 50 empanadas necesitará 100 Bs.

3. Una vez concluida la historia, pida a las y los participantes que le ayuden a realizar una lista de todos los materiales e insumos que Juana María averiguo para iniciar su negocio de cafetería.
4. Anote toda la lista no importa que este mezclada entre ambos tipos de costos, ya sea en la pizarra o en un papelógrafo de modo que todos y todas puedan leer claramente.
5. Explique al grupo que en la lista que realizamos tenemos cosas que se requieren comprar una sola vez y podrá durar un tiempo largo y también hay cosas que se requieren comprar cada vez o siempre ya que se necesitan renovar para seguir vendiendo o realizando un servicio.
6. En base a la lista y con ayuda de las y los participantes marque con dos diferentes colores de marcador los materiales que se requieren comprar una sola vez, y mencione que a esos artículos les llamaremos **COSTOS DE CAPITAL**, mientras que a los otros artículos que están marcados con diferente color y que debemos comprar cada vez, lo llamaremos **COSTOS OPERATIVOS**.

Momento 2 – Teoría

7. Para reforzar ambos conceptos explique en base a la siguiente información:

QUE SON LOS COSTOS OPERATIVOS Y DE CAPITAL

Costos operativos, es la sumatoria de todos los gastos en que incurre el negocio durante el proceso productivo, siendo el mismo un costo que se realiza "Cada Vez" y varía según la producción a realizar.

Costos de capital, es la sumatoria de todos los artículos (equipos, maquinaria, herramientas, etc.) que se necesitan comprar "Una sola Vez" para comenzar o mejorar el negocio y durará un buen periodo de tiempo

8. Explique además a los participantes que hay otras maneras de realizar los costos como son los Costos Fijos y Costos Variables que tiene relación con lo que nosotros denominamos Costos Operativos y para los Costos de Capital los pueden denominar Costos de Inicio, sin embargo, de la manera que esta propuesta la actividad es muy práctica y toma en cuenta ambos costos para que sea fácil de aplicar y utilizar. Para comprender mejor esta diferencia en las lecturas para el docente también está la información base de estos costos.
9. Aclarado este punto, coloque en la pizarra las tablas dibujadas previamente de costos de capital y operativos de manera que todo el grupo puedan verlo.
10. Pida a los y las participantes que observen nuevamente la lista de los artículos que Juana María necesita y de esta lista ahora trasladaremos todos los costos de capital a la Tabla 9A MIS COSTOS DE CAPITAL, vaya trasladando y colocando los costos correspondientes, al final sume los costos para obtener el total de los Costos de Capital.
11. De igual forma, pida a las y los participantes que le ayuden a trasladar los costos operativos que estén en la lista y colocarlos en la Tabla 9B MIS COSTOS OPERATIVOS, colocando también los respectivos precios a cada uno de los artículos debiendo al final realizar la suma para obtener el total de Costos Operativos.

Momento 3 – Valoración

12. Una vez que tenga ambas listas con sus montos totales correspondientes, Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - a. ¿Por qué es importante conocer estos costos?
 - b. ¿Cómo podemos tener mayor precisión de lo que necesitamos y cuánto dinero necesitaríamos para ello?
 - c. ¿Qué pasa si no le damos la seriedad que corresponde al cálculo de los costos?
13. Vaya anotando las respuestas y resaltando la importancia que tiene el cálculo adecuado de los costos de capital y operativos para evaluar la viabilidad del negocio y también para garantizar que funcione de manera adecuada, de otro modo el plan de negocio no será real sino subjetivo, por lo tanto, no será viable pues representa un alto riesgo de fracaso, por ello se debe tomar un tiempo para hacer los cálculos adecuados.

Momento 4 – Producción

14. Una vez realizado el ejemplo, pida que las y los participantes puedan sacar sus cartillas y en

principio realicen una lista general con todos los artículos que requieren y que puedan colocar los costos de los artículos que saben, para los demás artículos deberán realizar las averiguaciones correspondientes para obtener el dato lo más exacto posible, explique que una vez tengan la lista con los precios reales los puedan trasladar a las 2 tablas de costos de capital y costos operativos de sus ideas de negocio, este trabajo lo presentaran en la siguiente sesión.

15. Apoye a las y los participantes en la realización del listado general y asegúrese que comprendan la diferencia entre costos de capital y costos operativos para que puedan llenar las dos tablas en sus hogares.
16. Es posible que en algunos casos no se tenga una información exacta del listado en ese caso, sugiera que identifiquen a una persona que tenga mayor experiencia en ese tipo de negocio.

Lecturas para el Docente

QUE SON LOS COSTOS DE CAPITAL Y COSTOS OPERATIVOS

Al elaborar un plan de negocios para un emprendimiento, es crucial considerar diversos tipos de costos para asegurar una planificación financiera precisa y viable que permita realizar un proceso de implementación adecuado, así como también permitirá la búsqueda de financiamiento según sea la necesidad.

Que son los costos:

Los costos: son la suma de gastos que se realizan en un cierto tiempo de producción de bienes y servicios. Es decir, costos, son los desembolsos que tiene que realizar un emprendimiento para que sus actividades se desarrollen normalmente. Los COSTOS se miden en cantidades de dinero.

Costos operativos, es la sumatoria de todos los gastos en que incurre el negocio durante el proceso productivo, siendo el mismo un costo que se realiza “Cada Vez” y varía según la producción a realizar.

Costos de capital, es la sumatoria de todos los artículos (equipos, maquinaria, herramientas, etc.) que se necesitan comprar “Una sola Vez” para comenzar o mejorar el negocio y durará un buen periodo de tiempo

LISTA GENERAL DE REQUERIMIENTOS PARA EL INICIO DEL NEGOCIO

LISTA DE REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	COSTO DE CAPITAL	COSTO OPERATIVO

TABLA 9A

MIS COSTOS DE CAPITAL

Mi Idea de Negocio:					
Cosas que necesitare comprar UNA SOLA VEZ	Cantidad	x	Costo por Uno	=	Costo Total
		x		=	

		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
		X		=	
TOTAL COSTOS DE CAPITAL					

TABLA 9B

MIS COSTOS OPERATIVOS

Mi Idea de Negocio:					
Cosas que necesitare comprar SIEMPRE	Cantidad	x	Costo por Uno	=	Costo Total
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
		x		=	
TOTAL COSTOS OPERATIVOS					

TEMA 23

COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

Resumen

Como vimos en la anterior actividad los costos son importantes para saber qué requerimos y cuánto dinero cuestan esos artículos tanto en los costos de capital como en los costos operativos, en esta actividad estableceremos el costo de inicio de un negocio, el mismo nos permite saber cuánto dinero necesitamos exactamente para comenzar un emprendimiento económico y a partir de ello poder determinar las estrategias a seguir.

Así mismo en esta actividad, considerarán si sus costos de inicio del negocio son muy altos y a partir de ello podrán realizar ajustes que les permitan reducir algunos costos y tener la posibilidad de iniciar el negocio con menos dinero.

Objetivo:

Establecer el costo del inicio del negocio a partir del análisis de los costos operativos y de capital, que les permita tener una visión clara de la cantidad de dinero que requieren para implementar sus negocios de una manera adecuada.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Las tablas trabajadas de Costos de Capital y Operativos de la anterior actividad
- La tabla 9C Mis Costos de Inicio dibujada en un papelógrafo o en la pizarra
- Cartilla del participante para la tabla 9C

Tiempo:

20 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: “Analizando nuestros costos operativos y de capital”

1. Para comenzar explique a los y las participantes: “Ahora que hemos podido calcular nuestros costos de capital y costos operativos, estamos listos para realizar el cálculo de nuestros Costos de Inicio del negocio y poder definir acciones reducir los mismos en caso de que estos sean muy altos.”
2. Coloque en la pizarra el papelógrafo de la Tabla “Mis costos de inicio del negocio”, de manera que los y las participantes puedan verla claramente.
3. Explique que, con el fin de calcular los Costos de Inicio del Negocio, usted debe sumar los Costos de Capital y los Costos Operativos.
4. Tomando el ejemplo de Juana María y su cafetería, transfiera los totales para los Costos de Capital y los Costos Operativos a la Tabla “Mis costos de inicio del negocio”, según se indica en el ejercicio anterior de manera que todos puedan ver la secuencia.

Momento 2 – Teoría

5. Explique a los y las participantes que el grupo acaba de trabajar en algunos conceptos de negocios muy importantes como son los Costos. Tome un tiempo para repasar los términos una vez más, además tome un tiempo para aclarar responder cualquier pregunta o duda que puedan tener al respecto.
6. Discuta los términos de abajo con los participantes en relación con el trabajo que ellos acaban de completar. Asegúrese de que todos se sientan familiarizados con estos términos antes de seguir adelante

- Costos de Capital: el costo total de los artículos que usted necesita comprar Una sola Vez y duraran un buen tiempo con el fin de iniciar su negocio.
- Costos Operativos: Es el costo total de las cosas que usted necesita comprar Siempre (por ejemplo, cada día o cada semana) con el fin de continuar operando su negocio.
- Costos de Inicio del Negocio: la cantidad total de dinero que usted necesita para iniciar su negocio (es decir, Costos de Capital + Costos Operativos)

7. Resalte también la importancia de generar estrategias y acciones que se pueden realizar para reducir el costo de inicio, por lo general donde nos debemos centrar para ello es en la reducción de los Costos

de Capital y para ello es importante entender que en un negocio no tiene que ser todo nuevo y además se debe priorizar al inicio lo esencial para iniciar, en cambio los costos operativos tienen que ver con la parte productiva por lo cual no es muy conveniente reducirlo mucho ya que se podría afectar a la calidad del producto o servicio.

Momento 3 – Valoración

8. Reflexione con el grupo acerca de los siguientes aspectos:
 - a. ¿Por qué es importante realizar un análisis de los costos?
 - b. ¿Es posible comenzar un negocio con poco dinero?
 - c. ¿Qué podríamos hacer para reducir algunos costos?
 - d. ¿Qué opinan acerca de no reducir los costos operativos?
9. Vaya anotando las respuestas y resaltando sus ideas, valorando sobre todo el cuidado que se debe tener al momento de priorizar costos pues no debe afectar a la calidad de nuestros productos o servicios, al mismo tiempo es importante generar estrategias para reducir los costos de capital en base a apoyos y priorización que se pueda conseguir.

Momento 4 – Producción

10. Pregunte a las y los participantes: “¿Tienen ustedes el dinero que necesitan para iniciar su negocio?”
Note que la mayoría de las y los participantes probablemente no tienen suficiente.
11. Explique lo siguiente: “Muchas veces para iniciar un negocio, no tenemos el dinero suficiente para comenzar como quisiéramos, pero como vimos con la historia de Juana María, podemos realizar un ejercicio de analizar, que cosas de nuestra lista de Costos de Capital y de los Costos Operativos son realmente necesarios o podemos reducir esos costos si tenemos otras estrategias para conseguirlos”
12. Explore con los participantes estas opciones las mismas pueden ser: “prestarse alguno de los materiales de sus familiares” “reparar algunas cosas que parecen viejas” “no comprar lo que no es realmente necesario para iniciar” “comprar a medio uso”, etc.
13. Pida a los participantes que vuelvan a ver su trabajo, si fuera necesario, motive a que busquen alternativas para disminuir sus Costos de Inicio de Negocios.
14. Visite a las y los participantes para dar la asistencia requerida.
15. Comparta con el grupo algunos trabajos desarrollados en base al trabajo de la anterior jornada y la tarea pendiente de los costos operativos y de capital, aproveche este espacio para ver la coherencia de los

trabajos.

16. Valore las opiniones y cierre la actividad enfatizando la importancia de conocer los costos de un negocio.

Lecturas para el Docente

COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

- **Costos de Capital:** el costo total de los artículos que usted necesita comprar Una sola Vez y duraran un buen tiempo con el fin de iniciar su negocio.
- **Costos Operativos:** Es el costo total de las cosas que usted necesita comprar Siempre (por ejemplo, cada día o cada semana) con el fin de continuar operando su negocio.
- **Costos de Inicio del Negocio:** la cantidad total de dinero que usted necesita para iniciar su negocio (es decir, Costos de Capital + Costos Operativos)

TABLA 9C

MIS COSTOS DE INICIO DE NEGOCIO

Idea de negocio:	
COSTOS DE CAPITAL	_____
+	
COSTOS OPERATIVOS	_____
=	
COSTO DE INICIO	_____
COSTO DE INICIO DE NEGOCIO REDUCIDO	

	COSTO INICIAL	NUEVOS COSTOS
COSTOS DE CAPITAL	_____	_____
+		
COSTOS OPERATIVOS	_____	

=		
NUEVO COSTO DE INICIO	_____	_____

TEMA 24 – ESTIMACIÓN DE LAS GANANCIAS

Resumen

Después de haber establecido cuánto dinero requieren para iniciar sus negocios en base a los costos operativos y de capital, ahora será necesario saber cómo se realiza el análisis para saber si el negocio tendrá ganancias. Esto lo realizaremos a través de la secuencia de la historia de Juana María y su cafetería. Para ello en la actividad se presenta diferentes escenarios para que las y los participantes conozcan la fórmula para el cálculo de ganancias y mediante ello ayuden a determinar las ganancias de Juana María. Al finalizar aplican este ejercicio con sus propias ideas de negocio.

Objetivo:

Identificar el proceso para el cálculo de ganancias de negocios y su comportamiento.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tabla dibujada en la pizarra de las ganancias que ayude a analizar los escenarios de ganancias que se presentan.
- Cartilla del participante para el llenado de la Tabla 10 Ganancias

Tiempo:

40 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Escenario de Ganancias “JUANA MARIA Y SU CAFETERÍA”

1. Para comenzar la sesión explique a las y los participantes lo siguiente: “como vimos en la anterior actividad nuestra idea de negocio ya tiene mejor estructura con el establecimiento de los costos de inicio, pues con ello conocemos cuánto dinero necesitamos para iniciar nuestro negocio, ahora

podemos avanzar y ver si nuestro negocio ganara dinero o no”

2. Pregunte a las y los participantes: ¿Cómo podemos saber si nuestro negocio, gana o pierde dinero?
3. Vaya anotando sus respuestas y a partir de las mismas explíqueles que para el cálculo de ganancias existe una fórmula muy sencilla, a continuación, la presentamos:

$$\text{VENTAS} - \text{COSTOS OPERATIVOS} = \text{GANANCIAS}$$

3. Explique al grupo que esta fórmula es muy importante en los negocios ya que les ayuda a determinar cuánto dinero está ganando o perdiendo el negocio.
4. Indíqueles que ahora verán algunos escenarios en los cuales practicaremos la aplicación de esta fórmula para ver como son las ganancias de Juana María.
5. Realice con todo el grupo el primer ejercicio, denominado Escenario de ganancias 1, aplicando la fórmula para que todo el grupo este claro para realizar el cálculo de ganancias.
6. Divida a las y los participantes en tres grupos. Entregue a cada grupo un escenario de ganancias distinto. Pida que cada grupo revise su Escenario de Ganancias y realicen el ejercicio aplicando la fórmula.
7. Una vez que los grupos han realizado el cálculo de ganancias de sus escenarios, pídale que presenten los trabajos en plenaria.
8. Aproveche cada escenario para analizar las diferentes situaciones, luego de cada presentación. Algunas de las posibles preguntas para iniciar las discusiones son las siguientes:
 - Escenario de Ganancias #2: “¿Cuáles fueron los motivos para que las Ganancias de Juana María decrecieran?”
 - Escenario de Ganancias #3: “¿Cómo cambiaron las Ganancias de Juana María cuando aumentaron sus Costos Operativos?”
 - Escenario de Ganancias #4: “¿Cómo cambiaron las Ganancias de Juana María cuando ella aumentó el precio de venta?”

Momento 2 – Teoría

9. A partir de los trabajos realizados, explique que las Ganancias de un negocio por lo general no son fijas y que dependiendo de varios factores pueden variar, tal como lo vimos en los diferentes escenarios, uno de los factores puede ser la cantidad de ventas de cada jornada, de igual manera los costos operativos que pueden bajar o aumentar eventual o permanentemente, también puede cambiar por eventos temporarios como ser una feria, un contrato, problemas sociales, etc. Por esta razón es importante

que podamos prever e ir guardando siempre una reserva en épocas altas para compensar las bajas ganancias o pérdidas en épocas bajas.

10. Así mismo aproveche para resaltar la importancia de contar con estrategias que permitan que los cambios no sean constantes o muy brusco, por ejemplo, buscar contratos fijos, buscar proveedores de confianza,

Momento 3 – Valoración

11. Realice al grupo la siguiente pregunta:
 - a. ¿Por qué es importante estar atentos al comportamiento que tendrá la ganancia de nuestro negocio?
 - b. ¿Por qué es importante tener estrategias de ventas y proveedores para cuidar la salud financiera del negocio?
 - c. ¿Por qué es importante realizar siempre los cálculos de ganancias antes de disponer de dinero del negocio?
12. Vaya anotando las respuestas y resalte la importancia de ir calculando las ganancias para estudiar el comportamiento del mercado con relación a nuestro negocio, de esta manera poder generar estrategias para mejorar las ganancias y reducir al mínimo las pérdidas.

Momento 4 – Producción

7. Pida a las y los participantes que busquen en sus cartillas la Tabla 11 “Mis ganancias”, para el llenado tienen que revisar la tabla de Costos Operativos y la tabla de ventas y copien los resultados finales en las casillas que corresponden.
8. Ahora pida que calculen sus Ganancias restando los Costos Operativos de sus Ventas, tal como hicieron en el ejercicio.
9. Socialice algunos trabajos realizados y reflexione sobre la importancia de conocer esta regla de oro para hacer negocios y saber cuánto dinero puede disponer para gastarlo o ahorrarlo y cuánto dinero debe conservar para mantener el negocio.

ESCENARIOS DE GANANCIAS

ESCENARIO DE GANANCIAS 1

Juana María va al mercado a realizar sus compras para su negocio y gasta 228.5 Bs. Ella prepara 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate, además compra las 50 empanadas.

Por la tarde abre su cafetería para vender sus productos y logra vender los 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate a 2,5 Bs. cada taza y 50 empanadas a 3 Bs. cada una.

¿Podrían ayudar a Juana María a calcular sus ganancias del día?

ESCENARIO DE GANANCIAS 2 - “Las Ventas de Juana María decrecen”

Juana María va al mercado a realizar sus compras para su negocio y gasta 228.5 Bs. Ella prepara 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate, además compra las 50 empanadas.

Por la tarde abre su cafetería para vender sus productos, pero solo logra vender ese día 30 vasos de café y 45 vasos de chocolate cada uno a 2,5 Bs. cada taza y 40 empanadas a 3 Bs. cada una.

¿Podrían ayudar a Juana María a calcular sus ganancias del día? ¿Por qué cambiaron?

ESCENARIO DE GANANCIAS 3 - “Los Costos Operativos aumentan”

Juana María va al mercado a realizar sus compras y sus proveedores le avisan que los costos del azúcar subieron a 30 Bs. las 10 libras y el chocolate subió a 12.5 cada barra y el café el medio kilo a 25 Bs. Por todo ello sus costos operativos ahora serán de Bs. 243.5.

Ella prepara 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate, además de las 50 empanadas.

Por la tarde abre su cafetería para vender sus productos y logra vender los 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate a 2,5 Bs. cada taza y 50 empanadas a 3 Bs. cada una.

¿Podrían ayudar a Juana María a calcular sus ganancias del día? ¿Por qué cambiaron?

ESCENARIO DE GANANCIAS 4 – “Juana María incrementa el precio de venta”

Juana María va al mercado a realizar sus compras y gasta en sus costos operativos Bs. 243.5. Ella prepara 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate, además de las 50 empanadas. Cómo se incrementaron sus costos operativos, ella decide incrementar el precio del café y chocolate a 3 Bs. la taza.

Por la tarde en su cafetería, ella logra vender las 50 tazas de café y 50 tazas de chocolate a 3Bs. cada taza y las 50 empanadas a 3 bs. cada una.

¿Podrían ayudar a Juana María a calcular sus ganancias del día? ¿Por qué cambiaron?

TABLA 10

ESTIMANDO MIS GANANCIAS

Mi Idea de Negocio:

Total de Ventas: (Tabla 7)

—

Costos Operativos: (Tabla 9B)

=

Ganancias:

Lecturas para el Docente

QUE SON LAS GANANCIAS

Se conoce como ganancia económica o beneficio económico a la utilidad que obtiene el actor de un proceso económico, comercial o productivo. Puede calcularse como los ingresos totales (obtenidos por las ventas o servicios prestados, los intereses de inversiones, etc.) menos los costos operativos totales (gastos de producción, impuestos).

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

La fórmula para obtener las ganancias, tiene que ver con la resta entre las ventas totales, menos los costos operativos.

TEMA 25

DISTRIBUCIÓN

DE LAS GANANCIAS - PRESUPUESTO

Resumen

Una vez que hemos establecido cuales son las ganancias del negocio en un periodo determinado, será importante hacer una distribución de ese dinero a través de un presupuesto básico, esto es importante principalmente para que el emprendedor se habitué a controlar sus gastos y conservar un poco de dinero al final de un determinado tiempo. En ocasiones se piensa que elaborar un presupuesto es hacer recortes o hacer mucho con poco dinero. Pero lo cierto es que, un presupuesto nos permite administrar los ingresos de tal forma que no haya un déficit al final del mes.

Para aprender a presupuestar, tomamos como ejemplo la historia de Juana María y su cafetería, y llenamos la tabla N°11 que nos permitirá distribuir sus ganancias obtenidas, de esta manera los y las participantes podrán realizar sus propios presupuestos en base a sus ganancias estimadas.

Objetivo:

Comprender la importancia de realizar un presupuesto y distribuir las ganancias en base a las prioridades determinadas y tomando en cuenta la salud financiera del negocio.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Tabla dibujada en la pizarra del presupuesto que ayude a analizar los escenarios de distribución de ganancias que se presentan.

- Cartilla del participante para el llenado de la Tabla 11 Ganancias

Tiempo:

40 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Escenario de Distribución de Ganancias “JUANA MARIA Y SU CAFETERÍA”

1. Para comenzar la actividad explique a las y los participantes que el cálculo de ganancias es fundamental para cualquier negocio, ya que ello nos dice la cantidad de dinero que podemos disponer, ahora será importante tomar decisiones sobre como lo vamos a gastar o distribuir.
2. Mencione al grupo que esto lo realizaremos a través de la historia de Juana María y como distribuye sus ganancias que tiene de su negocio de cafetería, para ello debemos estar atentos a la historia ya que luego estaremos utilizando una herramienta para ordenar esa información.
3. Una vez realizada la lectura, reflexione sobre el primer escenario de distribución de Juana María y las prioridades que debe tomar para poder hacer un presupuesto.
4. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - ¿Por qué Juana María hace su presupuesto de esa manera?
 - ¿Qué tendría que hacer Juana María para aumentar sus ganancias?
5. Una vez más, realice la lectura del escenario de distribución 2 y reflexione con el grupo acerca de las ganancias que obtuvo Juana María esta semana y cómo fue tomando la decisión de distribución de sus ganancias.
6. Realice las siguientes preguntas:
 - ¿Ahora que Juana María obtuvo mayor ganancia, qué otras cosas aumentaron como necesidad?
 - ¿Por qué es importante separar dinero para tener un ahorro?

Momento 2 – Teoría

7. A partir de los escenarios de distribución realizados, explique al grupo que la distribución de los ingresos recibe el nombre de Presupuesto, que básicamente nos ayuda a distribuir el dinero que

recibimos por concepto de ganancias de un tiempo determinado y que debe servir para cumplir con ciertas obligaciones pero también para cumplir con ciertas metas que tenemos, por ello el destinar un poco de dinero a cada rubro determinado permite satisfacer varias necesidades y fortalece nuestra salud financiera como negocios y como personas.

8. Dentro del presupuesto a realizar es importante considerar al ahorro como una estrategia de previsión ante cualquier eventualidad.

Momento 3 – Valoración

9. Realice al grupo las siguientes preguntas:
 - d. ¿Cómo nos ayuda el realizar una distribución de nuestras ganancias?
 - e. ¿Qué podría pasar con nuestros negocios, si no realizamos una distribución de los ingresos?
 - f. ¿Qué consejos podríamos dar a los futuros emprendedores para tener una buena salud financiera de sus negocios?

Momento 4 – Producción

10. Pida al grupo sacar sus cartillas del participante y ubicar la tabla 11 Mi presupuesto y en base a la tabla 10 Mis ganancias deberá realizar una distribución de las ganancias obtenidas, acompañe este proceso.
11. Comparta con el grupo algunos trabajos realizados y reflexione acerca de sus presupuestos y cómo han priorizado sobre esa distribución.
12. Agradezca a todos y todas por la participación en la actividad.

ESCENARIOS: HISTORIA DE JUANA MARÍA Y SU PRESUPUESTO

Escenario 1: Juana María logró iniciar su propio negocio de cafetería y ahora está comenzando a ganar dinero, por esta razón ella piensa cómo va a distribuir la ganancia que está obteniendo entre las obligaciones que tiene y por ello decide realizar una lista de prioridades, ella debe separar dinero para sus costos de vida, también debe separar una deuda de Bs. 2800 que le debe devolver a su tío en 2 meses, además debe enviar dinero a su familia que están pasando necesidades.

Ella está consiguiendo vender 50 vasos de café y 50 vasos de chocolate a 2,5 cada uno y 50 empanadas a 3 Bs. cada una, además sus costos operáticos son de Bs. 228.5, obteniendo así una ganancia diaria de Bs. 171.5, ella decidió repartirlos de la siguiente manera:

Préstamo 60 Bs., Costos de Vida 60 Bs., Apoyo a su familia 50 Bs., Ahorro 1.5

¿Podrían ayudar a Juana María a realizar su presupuesto?

Escenario 2: Juana María sabe que debe incrementar sus ganancias porque además subieron sus costos operativos y el dinero que manda a su familia no es suficiente, además necesita dinero para estudios y desea hacer crecer su negocio por lo cual le gustaría comenzar a ahorrar dinero para luego reinvertir en su negocio, por ello decide incrementar el precio del café y chocolate a 3 Bs. cada taza y mantener el precio de la empanada a 3 Bs. Ella está logrando vender sus 50 tazas de café y 50 tazas de chocolate a 3 Bs. cada taza pues los estudiantes se sienten satisfechos con los productos, también vende sus 50 empanadas a 3 Bs. cada una. Ella ahora está gastando en sus costos operativos Bs. 243.5, por lo cual ahora su ganancia es de Bs. 206.5, ella después de analizar sus prioridades decide distribuirlos de la siguiente manera:

Pago a préstamo 60 Bs., Costos de Vida 60 Bs., Apoyo a su familia 70 Bs., Estudio 10 Bs. y Ahorro para reinversión 6.5 Bs.

¿Podrían ayudar a Juana María a realizar su presupuesto?

TABLA 11

DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS

Mi idea de Negocio:	
MIS GANANCIAS SON:	
Se gastan en: (Presupuesto)	
Pago de Préstamos	
Ahorro	
Costos de Vida	
Deseos	
Reinversión	
Otros:	
.....	
TOTAL	

Verificación:

Mis Ganancias _ Mi Presupuesto = 0

_____ _ _____ = 0

Lecturas para el Docente

DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS EN UN NEGOCIO UNIPERSONAL

La distribución de ganancias en un negocio unipersonal se refiere a cómo el propietario decide utilizar y asignar las ganancias netas generadas por el negocio. En un negocio unipersonal, el propietario es la única persona responsable de todas las decisiones financieras y operativas, y, por lo tanto, todas las ganancias y pérdidas recaen directamente sobre él.

IMPORTANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS: La distribución adecuada de las ganancias es crucial por varias razones:

Sostenibilidad y Crecimiento del Negocio: Reinvertir en el negocio asegura que pueda seguir creciendo y mejorando. Esto puede incluir la compra de nuevos equipos, expansión de servicios, marketing, y mejora de procesos.

Manejo de Riesgos y Contingencias: Establecer un fondo de emergencia es esencial para manejar imprevistos como disminuciones en las ventas, aumentos inesperados en costos, o reparaciones urgentes.

Equilibrio entre Vida Personal y Profesional: Como único propietario, es vital equilibrar la reinversión en el negocio con las necesidades personales, asegurando un ingreso suficiente para mantener un estilo de vida adecuado.

Reducción de Deudas: Pagar deudas puede mejorar la salud financiera del negocio, reducir los costos de intereses y proporcionar mayor seguridad financiera.

PRIORIDADES EN LA DISTRIBUCIÓN DE GANANCIAS: En un negocio unipersonal, las prioridades pueden variar según la situación financiera y los objetivos personales del propietario.

Aquí hay algunas prioridades clave:

1. Reinversión en el Negocio:

- Equipos y Herramientas: Actualizar o comprar nuevos equipos necesarios para el negocio.
- Marketing y Publicidad: Aumentar la visibilidad del negocio para atraer más clientes.

- Capacitación y Desarrollo: Mejorar las habilidades del propietario o de cualquier empleado.

2. Fondo de Emergencia:

- Crear un fondo de reserva para imprevistos y emergencias. Esto proporciona un colchón financiero para tiempos difíciles y evita la necesidad de endeudarse.

3. Pago de Deudas:

- Reducir o eliminar cualquier deuda existente para mejorar la solidez financiera del negocio y reducir los costos de intereses.

4. Compensación del Propietario:

- Asegurarse de que el propietario recibe una compensación adecuada para cubrir sus necesidades personales y mantener un nivel de vida satisfactorio.

5. Inversiones Personales:

Considerar invertir una parte de las ganancias en oportunidades fuera del negocio, como ahorros, inversiones a largo plazo, o bienes raíces, para diversificar las fuentes de ingresos.

TEMA 26 – PLANES DE NEGOCIO

Resumen

Ahora que estamos hemos llegado al final del curso, es hora de ensamblar todos los temas desarrollados en esta unidad, para de esta manera las y los participantes tengan ya sus planes de negocio. Esto puede hacerse de tal manera que motive y guíe a las y los participantes hacia el logro de sus metas.

Esta actividad se centra en el llenado de un pequeño documento denominado “Plan de Negocio”, el mismo reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio o emprendimiento económico, al mismo tiempo conocer los lineamientos generales para ponerlo en marcha, la información contenida es producto de todas las anteriores tablas que se desarrollaron a lo largo del curso, donde cada uno y una de las participantes fueron realizando un aspecto concreto del plan de negocio.

Un plan de negocios, es un documento fundamental para tener la posibilidad de buscar financiamiento, socios o inversionistas ya que permite ver la consistencia y coherencia de la idea de negocio.

Objetivo:

Conocer los elementos clave un plan de negocio y su estructuración para que en base a la información

generada a lo largo del proceso pueda estructurar su propio plan de negocios de una manera sólida y coherente.

Materiales:

- Papelógrafos o pizarra
- Marcadores
- Cinta maskín
- Cartillas del participante para el llenado del plan de negocios

Tiempo:

60 minutos

Desarrollo

Momento 1 – Práctica: Una mirada general a la información disponible

1. Para comenzar la actividad explique a las y los participantes: “Hasta aquí ustedes han generado toda la información necesaria para dar consistencia a sus ideas de negocios, por ello ahora están listos para elaborar sus Planes de Negocios”
2. Pida que las y los participantes saquen sus cartillas y revisen sus tablas de la unidad de planes de negocios, y se aseguren que tengan la información requerida en cada una de ellas.
3. Es muy importante para darle valor a esta parte que los y las participantes puedan visualizar un posible futuro ya al mando de sus negocios, esto hará que el proceso tenga un sentido, para ello haremos un ejercicio.
4. Pida a las y los participantes que cierren sus ojos. Ahora trabaje con el grupo su respiración e indíqueles que viajaremos un poco en el futuro y usted estará guiando ese viaje para es muy importante que se puedan visualizar en base a las afirmaciones que usted diga.
5. Lea en voz alta las siguientes afirmaciones con tono tranquilo y despacio, de manera que las y los participantes tengan tiempo de pensar en ellas:
 - Imagínate a ti mismo como dueño/a de un negocio. Estás manejando el negocio que seleccionaste durante este curso.
 - Tú has estado manejando tu negocio por muchos meses. Ahora has llegado a alcanzar la Meta de Negocios que tú mismo/a te propusiste. Te sientes feliz y orgulloso/a de ti mismo/a.

- Tú estás produciendo suficiente dinero para pagar tus Costos de Vida personales y tus Costos Operativos del Negocio. También te sobra un poco de dinero cada semana para utilizarlo en las cosas que desees.
 - **¿Qué vas** a hacer ahora? Piensa en las opciones. (haga una pequeña pausa para que lo piensen)
 - **¿Qué vas** a hacer ahora que alcanzaste la estabilidad de tu Negocio? (De a los participantes un tiempo para pensar).
 - Ahora te ves nuevamente en tu negocio y te das cuenta que este negocio te está permitiendo realizar varias cosas que querías y por ello te sientes con mucha energía positiva para hacerlo crecer y mejorar. Ahora iremos retornando nuevamente a este tiempo y vamos entrando nuevamente al salón, ahora ira abriendo lentamente los ojos.
6. Pregunte a las y los participantes: “¿Qué se imaginan ustedes haciendo luego de que hayan logrado que su Negocio sea estable?”.
 7. Vaya anotando las opiniones en la pizarra o en un papelógrafo, e invite a poner en práctica lo imaginado, a partir de realizar acciones por ejemplo el crear inicialmente un plan de negocios.

Momento 2 – Teoría

8. Aproveche las opiniones e ideas que anotó en la primera parte y resalte la importancia del primer paso que en este caso es la elaboración del plan de negocio, el mismo que no es solamente un documento con información cualquiera, al contrario un plan de negocio es la concreción de una idea que toma cuerpo y consistencia a partir del proceso de planificación e investigación realizado, por ello este documento mostrara no solo información general de la idea de negocio, sino que contiene estrategias de captación de clientes, promoción, costos necesarios entre otros aspectos importantes y que permiten visualizar la idea de una manera lógica y coherente.
9. Así mismo comparta con el grupo sobre la utilidad que puede tener un plan de negocios para la búsqueda de financiamiento pues permite ser evaluado para su consideración a posibles fuentes como son los fondos semilla, concursos, búsqueda de socios inversionistas, apoyo y financiamiento de familiares y amigos, programas de apoyo a emprendimientos del gobierno, entre otros.
10. Por ello, resalte la importancia del cuidado que debemos tener al colocar la información en cada aspecto del plan, pues al verlo de manera integral uno puede diferenciar entre alguien que lo hizo sin un proceso de investigación de uno que si lo hizo.

Momento 3 – Valoración

11. A partir de la información compartida, realice al grupo la siguiente pregunta: ¿Qué ventajas se

podría tener al presentar una idea de negocio de manera estructurada en un plan de negocio?

12. A partir de sus respuestas, valore el esfuerzo que hicieron durante el curso en la estructuración del plan de negocio.
13. Ahora, Pregunte al grupo: “¿Creen ustedes que su negocio será exitoso?”
14. Use los comentarios de los participantes para iniciar una conversación sobre lo que haría que sus negocios tuvieran éxito. En plenaria discuta los siguientes puntos, los cuales tienen una influencia directa en el éxito de un negocio:
 - Existe demanda para sus productos o servicios.
 - Ellos tienen las habilidades para satisfacer la demanda.
 - Ellos podrían mantenerse en el negocio incluso si otros negocios estuvieran vendiendo los mismos productos o servicios.
 - Ellos podrían producir suficiente ganancia para vivir y continuar con sus negocios.
15. A partir de sus respuestas, resalte la importancia de la planificación no solo con el plan de negocios, también se debe planificar el proceso de implementación y funcionamiento, de esa manera harán que su negocio tenga mayores posibilidades de éxito.

Momento 4 – Producción

16. Una vez que han verificado que las tablas están con la información requerida, pida ubiquen en sus cartillas la actividad denominada “Mi plan de Negocio” y que la iremos armando bajo el siguiente orden:
 - Paso 1: Datos generales. El mismo tiene que ver con el nombre que tendrá el negocio, nombre de los socios o propietarios, número telefónico oficial, correo electrónico, Redes sociales de contacto. Así mismo una breve presentación del negocio, la ubicación identificada y croquis del negocio.

Posteriormente colocaremos los productos o servicios que ofertan, también las habilidades tanto generales como específicas que tiene y por último colocar el objetivo del negocio y los resultados esperados.

- Paso 2: Costos y Ventas del Negocio: En esta parte se colocarán los costos operativos y capital que están descritas en las tablas 9A, 9B y 9C, Así mismo las ventas proyectadas descritas en la tabla 7. Posteriormente colocar cuáles serán las Ganancias estimadas descritas en la tabla 10.
- Paso 3: Promoción del negocio: En esta parte deberán colocar la identificación de los clientes, también desarrollada en la Tabla 7, También colocar las estrategias de promoción propuestas y la propuesta de valor que están en las Tablas 6 y 8.

17. Para finalizar la actividad felicite a todo el grupo resaltando el proceso desarrollado.

Lecturas para el Docente

QUE ES UN PLAN DE NEGOCIOS

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

Un Plan de Negocios, es un documento que reúne toda la información necesaria para evaluar un emprendimiento económico y los lineamientos generales para ponerlo en marcha, este documento es el fruto de un proceso de planificación e investigación pues contiene información relevante y esencial para poder evaluar la factibilidad del negocio.

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

Un plan de negocios se utiliza para comunicar la manera en que la planificación y estrategias aumentaran la probabilidad de éxito en un nuevo negocio o mejorara el rendimiento de uno ya existente, también puede emplearse para facilitar la expresión entre socios de negocios que necesitan acordar y plasmar sus planes.

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

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

TABLA 12

MI PLAN DE NEGOCIOS