

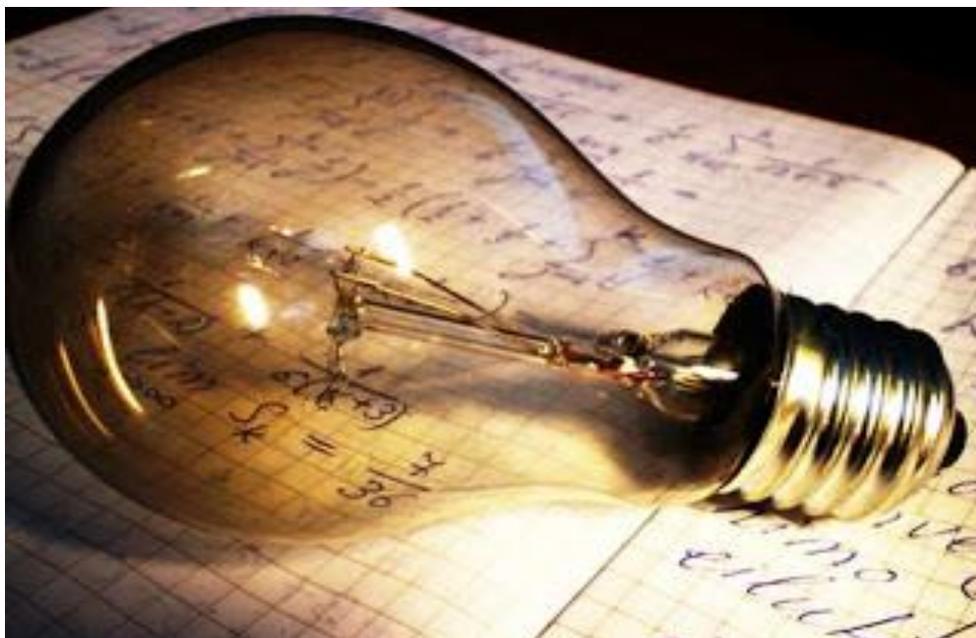
**UNIVERSIDAD DE LAS REGIONES AUTONOMAS DE LA COSTA CARIBE DE
NICARAGUA**

URACCAN_ RECINTO BILWI KAMLA



Diplomado en Desarrollo Comunitario Intercultural

Módulo III: Emprendedurismo (Aprender A Emprender)



ELABORADO POR: OLVIS RUSEL HERRERA MORALES

*"¡La transformación social se hace con ciencia! Con conciencia,
Sensibilidad, humildad, creatividad y coraje. El voluntarismo nunca
hizo ninguna revolución. Y el espontaneísmo tampoco".*

Paulo Freire

Junio 2015

Introducción

El término básico de Emprendedurismo se conoce como el proceso en el que una persona o grupos determinados llevan a cabo una idea a convertirse en un proyecto concreto y establecido, sea esto con fines de lucro o de beneficencia social, generando innovación y empleo.

Dentro del parámetro donde se desarrolla el Emprendedurismo podemos encontrar otras definiciones que son específicas, y que están vinculadas entorno a la cultura emprendedora como:

1. **Definición económica:** Realización de un cambio de recursos de una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad.
2. **Definición pragmática:** Creación de una pequeña nueva empresa.
3. **Definición operativa:** Aplicación del talento innovador para engrandecer una empresa ya existente.
4. **Definición general:** Hacer que las cosas sucedan.
5. **Definición popular:** Del dicho al hecho, hay actitud emprendedora.
6. **Definición política:** Luchar por convertir los sueños en realidad.

Todos los términos antemencionados tienen algo en común, llevan a quien las realiza a convertirse en un ser humano satisfecho de sí mismo y que conoce a sus clientes de forma sorprendente, porque qué mejor forma de saber lo que las personas quieren, cuando son tus mismas exigencias.

INFORMACION GENERAL

Datos Generales

Nombre del programa:

Diplomado comunitario en desarrollo comunitario integral.

Módulo III. EMPRENDEDURISMO (APRENDER A EMPRENDER)

Turno: Diurno.

Duración: 40 horas presenciales y 24 de prácticas.

Total de horas académicas del Módulos: 64 horas

Modalidad: presencial

Elaborado por: Olvis Herrera Morales

Objetivos

General

Desarrollar ideas emprendedoras que generen compromisos y actitudes, en el involucramiento de una funcionabilidad práctica y de desarrollo comunitario.

Específicos

1. Dar a conocer el papel social y las características del emprendedor.
2. Analizar el cuadrante flujo del dinero así mismo la inteligencia y educación financiera
3. Abordar la ética del emprendedor
4. Facilitar la generación de la idea y evaluación emprendedora.
5. Identificar la idea principal a implementar.
6. Proporcionar y formular perfiles de proyectos comunitarios.

Plan temático

Contenidos	Horas teóricas	Horas practicas	Metodología
Papel social de Emprendedor	4 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	1 horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador. Participación por parte del auditorio.
Características del emprendedor	3 hora Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	1horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador
Cuadrante flujo del dinero	4 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	1horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador. Analizar el cuadrante flujo del dinero.
Inteligencia y educación financiera	3 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	1horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador. Análisis en grupo de la inteligencia y educación financiera.
Ética del Emprendedor	3 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	1horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador.
Generación de la idea	3 horas Desarrollo expositivo por parte del	3horas	Participativo, analítico. Lluvias de ideas para idear el proyecto.

	facilitador.		
Evaluación de la idea	4 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	4horas	Participativo, analítico. Evaluar la idea del proyecto.
Selección de la idea	4 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	4horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador. Elegir la idea del proyecto.
Perfiles de proyectos (proyectos sociales y comunitarios)	6 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	4horas	Desarrollo expositivo por parte del facilitador. Expositivo analítico. Elección del perfil de proyecto
Formulación de proyectos	6 horas Desarrollo expositivo por parte del facilitador.	4horas	Explicativo analítico. Formulación de proyectos comunitarios.

Estrategias pedagógicas

El modulo está dividido en 9 temáticas básicamente estructurado con el objetivo general y los específico. Respondiendo a cada uno de los insumos que se desarrollaran en el proceso de capacitación.

Las estrategias pedagógicas a emplear son:

- La revisión de trabajos individual y grupal con prácticos análisis y crítico.
- Acompañamiento y asesoramiento para la elaboración y formulación de proyecto.

Sesión Introducción

- Presentación de los participantes.
- Normativas metodológicas.
- Reglas para presentaciones del diplomado.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación permitirá a los y las protagonista interiorizar y desarrollar el emprendimiento en cuanto a las capacidades y competencias.

Evaluación general de los aprendizajes:

- ✓ Discusión y reflexión de contenidos desarrollados 60%
- ✓ Ejercicios prácticos (ensayos cortos por unidad) 40%.

Valoración total *100%*

UNIDAD I: Papel social del emprendedor

Contenidos

1. Definición de un emprendedor
2. Actitudes de un emprendedor
3. Habilidades de un emprendedor
4. Tipos de emprendedor
5. Surgimiento del emprendedor
6. Factores que favorecen el nacimiento de un espíritu emprendedor.

Objetivos

- + Definir de manera general el concepto de un emprendedor.
- + Caracterizar el rol de un emprendedor
- + Desarrollar actitudes y virtudes de para poder emprender.

Sistema de evaluación

- + Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.
- + Trabajos prácticos.

Actividades

- + En una página en blanco definir con sus propias palabras que es ser un emprendedor.
- + Según su experiencia de vida y desarrollo personal ha tenido experiencia en cuanto a emprender ideas de negocio. Si lo es narre sus anécdotas.

Introducción

Ciertamente hablar de Emprendedurismo nos alineamos adecuadamente a la forma más sintética de exponer una idea que genere ganancia y fortuna. Pero adecuar básicamente la definición de un emprender es clara como exponer proyectos concretos, ya sea una empresa con fines lucrativos o una organización social. Continuación veremos a que se semeja un emprendedor.

1.1. Definición de un emprendedor

Un emprendedor es un individuo que se integra a su actuación el beneficio social y económico. Los emprendedores son todas aquellas personas que poseen actitudes emprendedoras:

- Comunicación
- Iniciativa
- Trabajo en equipo
- Capacidad para asumir riesgos
- Creatividad y planificación

Los emprendedores sociales trabajan en organizaciones no lucrativas y enfocan todas estas capacidades en la mejora de la calidad de vida, estos; a su vez analizan, tienen vocación de emprender y luchan para conseguir el cambio.

Los emprendedores se pueden clasificar en dos:

- 1. Económicos**
- 2. Sociales**

Los económicos se orientan hacia lo que respecta el mercado comercial; mientras que los sociales se orienta a la búsqueda del bien común.

Los emprendedores son individuos con gran potencial pues posee cualidades asociadas con los negocios y también a resolver problemas; estos son capaces de combinar temperamento, determinación, visión, métodos a resultados, metas y calidad ética con la finalidad de lograr avances en el campo social.

1.2. VISION DEL EMPRENDEDOR.

Tomar con iniciativa problemas de la vida diaria y tratar de dar solución de forma creativa, de manera responsable, con un espíritu de servicio y de forma tolerante con los demás. Estar dispuesto y abierto al cambio asumiendo todos los riesgos que conlleve su decisión actuando con honestidad.

1.3. ACTITUDES DEL EMPRENDEDOR

- ✓ Tener los objetivos claros en la vida.
- ✓ Creer en el propio proyecto.
- ✓ Las cosas no suceden por si solas sino que uno mismo hace que sucedan.
- ✓ Dedicar todo el tiempo, recurso y esfuerzo necesario para lograr nuestros objetivos.
- ✓ Es necesario tomar riesgos en la vida y disfrutar de estos desafíos.
- ✓ Disponer de gran energía
- ✓ Saber que actuar con honestidad es beneficioso
- ✓ Valorar la perseverancia y el esfuerzo
- ✓ Valor de la educación permanente
- ✓ Comprometerse a trabajar con ética.
- ✓ Comprometerse con los factores ambientales y sociales.
- ✓ Comprometerse a tener estabilidad en las relaciones personales.
- ✓ Ser un buen comunicador.
- ✓ Darle la pasión del amor a lo que se hace.
- ✓ Ver al fracaso como el camino hacia el éxito.
- ✓ Adquirir conocimientos técnicos.
- ✓ Ser consciente de que el primer capital y el más importante en un emprendimiento es uno mismo.

1.3. Habilidades de un emprendedor exitoso

Un emprendedor es aquel que tiene una idea y es capaz de convertirla en realidad mediante el uso pleno de sus potencialidades. Esta persona identifica las oportunidades en el entorno y organiza todos los recursos necesarios, con el fin de dar pasos firmes para llevar a cabo un plan que se proyecte en el tiempo con resultados exitosos.

A continuación, se expone una serie de características que debe poseer todo emprendedor:

Tiene alta autoestima

Para lograr superar los obstáculos y cumplir con todos los objetivos planteados, la persona necesita tener confianza en sí misma. Apenas comienzan a surgir problemas sigue adelante; pues cree que sus capacidades podrán hacerle frente a las dificultades. El emprendedor también es consciente de todas sus cualidades, las cuales intenta mejorar y aprovechar al máximo, pero al mismo tiempo conoce sus limitaciones, lo que le permite recurrir oportunamente a una ayuda externa.

Asume riesgos

El emprendedor debe calcular los costos de la puesta en práctica de su proyecto de negocio; con la finalidad de plantearse nuevos retos y desafíos que le permitan adaptarse a los cambios del mercado. También, verifica la viabilidad de sus ideas y, en base a ello, se arriesga con prudencia a invertir sus recursos.

Piensa positivamente

Tiene una actitud ganar - ganar con todas las personas involucradas en la realización del proyecto. Asimismo, cada problema es visto como una oportunidad para aprender y corregir los errores que se hayan cometido. Todo emprendedor exitoso es optimista y ve siempre el lado bueno de las cosas, sin caer en una visión distorsionada de la realidad.

Desarrolla el liderazgo

Son personas que tienen la habilidad de ejercer influencia sobre los demás para lograr objetivos comunes. Son fuente de inspiración, respeto y credibilidad para su equipo de trabajo; hace que ellos se identifiquen, no sólo con él, sino con las ideas, proyectos y negocios que decide emprender. También, tienen la capacidad de motivar a otras personas para que lo sigan por voluntad propia y de transmitir entusiasmo a los demás para optimizar la realización de sus actividades diarias.

Administra sus recursos

Un buen emprendedor invierte sabiamente el dinero y optimiza los procesos operativos para obtener mayor rentabilidad económica. De igual manera, controla sus gastos y asigna presupuestos reales a las actividades que se van a llevar a cabo, para poder hacer realidad su idea de negocio.

Actualiza sus conocimientos

El emprendedor tiene inquietud intelectual, pero al mismo tiempo es una persona pragmática que realiza acciones para llevar a la práctica sus ideas. Para ello, invierte en su formación y capacitación, con la finalidad de especializarse y desarrollarse continuamente, tanto en el área profesional como en lo personal. De igual manera, procura estar al día con las tendencias actuales, los cambios en el entorno, los avances tecnológicos y las nuevas técnicas e innovaciones en las herramientas empresariales, para sacar de ellos el mayor provecho posible.

Posee información de su entorno

Antes de iniciar cualquier idea de negocio el emprendedor debe tener un conocimiento general del mercado, de los clientes, de la competencia y del sector productivo donde se va a posicionar la empresa, con el fin de identificar y aprovechar las oportunidades que se le presentan.

Se adapta a los cambios

En un mundo donde lo único constante es el cambio, es imprescindible que el emprendedor tenga la flexibilidad necesaria, que le permita guiar a su negocio o empresa, de tal modo que pueda hacerle frente a las situaciones que se presentan para utilizarlas a su favor.

Es creativo e innovador

Son personas dispuestas a experimentar nuevas maneras de hacer las cosas. Para ello, identifican y transforman los problemas en oportunidades. Un emprendedor, está abierto a pensar más allá de los límites tradicionales y usa su imaginación para ver el mundo desde una óptica diferente, para crear nuevos productos y servicios o rediseñar y mejorar aquellos que ya se ofrecen en el mercado.

Es proactivo

Un emprendedor es aquel que tiene la libertad de decidir y la facultad de elegir su respuesta frente a las circunstancias del entorno. Esta persona toma la iniciativa de actuar con determinación para anticiparse, prevenir y prever las posibles eventualidades o problemas que puedan suceder en un futuro.

Varias de estas capacidades son innatas en el ser humano, otras pueden desarrollarse a través de la práctica continua; el único fin es que estos valores se conviertan en comportamientos y aptitudes habituales de la personalidad del emprendedor.

1.4. Tipos de emprendedor

- ✓ Intrapreneur: este tipo de emprendedor es el que aplica su talento dentro de la organización.
- ✓ Entrepreneur: es el que crea su propia empresa o desarrolla su propio emprendimiento. No hay que olvidar que dentro de cada empresa que arranca está el emprendedor que lo hizo posible, pudiendo ser este un: emprendedor económico, social, tecnológico, altruista, político

1.5. Surgimiento de los emprendedores

¿El espíritu emprendedor es algo innato o es algo que se puede aprender o fomentar? Se puede advertir que hay personas que empiezan emprendimientos por necesidad, porque tienen la obligación de generar ingresos económicos que les permitan sustentar a sus familias. Pero hay otros que han realizado sus estudios y que emplean energía y esfuerzo en aplicar lo que han aprendido en la vida real. Más allá de las circunstancias que den lugar al surgimiento de un emprendedor será el camino que transite el que lo validará como emprendedor.

1.6. Factores que favorecen al nacimiento de un espíritu emprendedor

LA LIBERTAD: la actitud de todo emprendedor implica comenzar, investigar, arriesgarse, sin embargo, esto sólo es posible en un ambiente de libertad. Esta da la oportunidad de no colocar límite alguno a las ideas y darle paso a la creatividad, así realmente se puede aprovechar las oportunidades.

LA EDUCACIÓN: tiene sin duda alguna una gran influencia sobre la formación de un perfil emprendedor, ya que permite ver las oportunidades y analizar los recursos existentes, además de lograr la vinculación entre estos aspectos.

EL ENTORNO: el medio en el que se desenvuelve un emprendedor es uno de los factores más importantes, ya que es ahí donde se desarrolla el emprendedor. En muchos lugares un emprendedor es promovido como un líder y como una fuerza positiva en la sociedad, no obstante, existen lugares donde el emprendedor enfrenta un horizonte totalmente diferente es más bien coartado.

El tiempo y el esfuerzo que establezcan los emprendedores conseguirán cambiar la percepción de la sociedad con relación al valor que involucra la actividad emprendedora.

EL ESCENARIO INSTITUCIONAL: es primordial, ya que beneficiará el surgimiento del espíritu emprendedor, debido a que regula las actividades económicas y sociales. Para ello es indispensable un escenario sólido que logre proyectar un futuro con reglas claras establecidas, además de generar un acceso a la información, ya que esta es fundamental en la toma de decisiones. Se puede resumir que los factores imprescindibles para el nacimiento del espíritu emprendedor son: la libertad, la formación y educación, el entorno y un fortalecido escenario institucional.

Unidad II: Características del emprendedor

Objetivos

- ✚ Dar a conocer las características que debe poseer un emprendedor

Sistema de evaluación

- ✚ Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Introducción

Los emprendedores no son iguales, no obstante se puede mencionar algunas características esenciales que los emprendedores deben poseer para alcanzar sus objetivos: Valores, virtudes y actitudes.

Características

Durante años, muchas instituciones prestigiosas han realizado numerosos estudios a emprendedores exitosos, todo esto con el fin de encontrar características similares entre todos ellos, y así detectar a las personas que en un futuro serán por sí mismos, también personas exitosas en el ámbito de los negocios, todos estos estudios han llegado a la conclusión de que éstos tienen 5 características principales.

- Tienen Autoestima. Es el poder mágico de tener confianza en sí mismo y en sus propias habilidades y capacidades.
- Orientados a Lograr Resultados. Los resultados son logrados por medio del enfoque y el esfuerzo sostenido. Ellos se concentran en lograr llegar a la meta, no solamente a unas cuantas tareas.
- Saben Correr Riesgos. Saben que siempre hay un riesgo de pérdida inherente en el proceso de cumplir sus metas, inclusive tienen la confianza necesaria para tomar riesgos calculados y así llegar a sus metas.

Los emprendedores son personas que toman decisiones, las llevan a la acción, y creen que pueden controlar su propio destino. Frecuentemente están motivados por un espíritu de independencia la cual los lleva a creer que el éxito depende de su esfuerzo y trabajo duro, no de suerte.

¿Cuál de estas 3 características principales es la más importante?

Créalo o no, es la Autoestima. Sin autoestima, nada de ello es posible. Si usted no cree en sus habilidades, entonces el primer reto lo mandará a la lona y no logrará cumplir sus metas. He aquí algunas cosas que debe tener en mente para poder mantener un alto nivel de autoestima.

Pensamiento Positivo.-Bueno, todo empieza con una actitud positiva, ¿no? Pensar que algo sucederá es el primer paso. Los pensamientos negativos, simplemente no tienen cabida. Usted debe creer que no existe ninguna circunstancia lo suficientemente poderosa que lo detenga para cumplir su meta. Recuerde, el pensamiento negativo puede ser contagioso. Cuando un pensamiento positivo se dispersa, puede abrirle las puertas a nuevas ideas, clientes, amigos, etc. Henry Ford dijo: Si usted cree que puede entonces puede, si usted cree que no puede, entonces no puede, de cualquier manera usted está en lo correcto.

Persistencia.- Todo pensamiento positivo y toda la confianza son inútiles si no son aplicados en lograr un objetivo. Usted debe tomar acción, las excusas no son admitidas. La acción debe ser persistente. Tratar una sola vez y darse por vencido no es suficiente. De un paso a la vez. Si usted no puede dar cierto paso, entonces encuentre una forma creativa para intentarlo de nuevo o simplemente para tomar una desviación.

UNIDAD III: Cuadrante del flujo del dinero

Contenido

1. Cuadrante del flujo del dinero

Objetivos

- ✚ Definir que es el cuadrante flujo de dinero.
- ✚ Dar a conocer las cuatro dimensiones del cuadrante flujo del dinero según lo menciona la Filosofía Kiyosaki.

Sistema de evaluación

- ✚ Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.
- ✚ Trabajo practico

Actividades

Analizar la filosofía de KIYOSAKY y ubicarse en uno de los cuatros cuadrantes, justificarlos por qué considera que esa es su posición, presentarlo en plenario.

Introducción

Día a día cada uno de los seres humanos buscamos nuevas experiencias con la única y sencilla razón de ganar dinero en efectivo KIYOSAKY hace mención a una filosofía esta, está compuesta de cuatro cuadrantes lógicamente analizando el lugar en donde nos encontramos para ver el estilo de ingreso pero también visualizando si está determinado por el sitio de donde proviene nuestro efectivo.



FILOSOFÍA KIYOSAKI ¿QUE ES EL CUADRANTE DE FLUJO DE DINERO?

El Cuadrante del Flujo de Dinero es el famoso diagrama en forma de cruz donde Robert Kiyosaki sintetizó los cuatro perfiles financieros de la gente en función de su manera principal de obtener ingresos. Después de entenderlo será fácil saber si estamos situados en el lado derecho del cuadrante o en el lado izquierdo y decidir dónde queremos acabar. EL "**Cuadrante del flujo del dinero**" trata de los distintos roles desde los cuales se pueden obtener ingresos:

"Una de las razones por las que los ricos se hacen más ricos es que ganan dinero como inversores, y no como trabajadores. Los ricos están en el lado derecho del cuadrante de flujo de caja. "

La letra de cada cuadrante representa un perfil diferente:

E para los empleados. Por ejemplo un ingeniero, un funcionario, o un camarero. Cada uno de ellos recibe un sueldo a final de mes. Trabaja para otro y siempre gana lo mismo independientemente de si la empresa ganó más o menos en ese periodo.

A para los autónomos, auto empleados. Gana en función de las horas que trabaja, por ejemplo un dentista o un abogado, que trabaja para él mismo y si un mes se va de vacaciones o se pone enfermo no gana nada.

D para los dueños de empresas y negocios. Como Amancio Ortega (de Zara), o los fundadores de Google o Facebook. Pueden irse a dar la vuelta al mundo y si sus empresas están bien gestionadas siguen facturando mes tras mes. Contratan gente para generar dinero.

I para los inversores. Como Warren Buffet. Obtienen su dinero de sus inversiones, es decir que tienen dinero generando dinero sin necesidad de emplear su tiempo trabajando. Su dinero trabaja para ellos.

Los perfiles E / A conforman *el lado izquierdo del cuadrante* y los perfiles E / I son *el lado derecho*.

Kiyosaki dice que:

- 1) Diferentes cuadrantes implican diferente manera de pensar, y diferente manera de ser.
- 2) Por lo general las personas en los **cuadrantes D E I** -el lado derecho del diagrama- consiguen sus objetivos financieros más rápido que los de los cuadrantes **E y A** -el lado izquierdo-.
- 3) Cualquiera puede cambiar su situación para colocarse en el cuadrante que le interese.
- 4) Para ser libre financieramente se debe estar en el lado derecho del cuadrante.
- 5) Moverse de cuadrante requiere **educación financiera** y un cambio en la manera de ser y de pensar (un cambio de mentalidad). Esto es consecuencia de la nota 1.

Pero ¿Cómo piensa la gente de cada cuadrante? ¿En qué se caracterizan?

Los **Empleados** (Cuadrante E) tienen temor ante la incertidumbre económica y tienen necesidad de **seguridad**. Para el tipo E la seguridad es un plus a la hora de decantarse por un trabajo, a veces más que el sueldo. Los empleados pueden ser empleados de limpieza o presidentes de empresas, no es lo que hacen ni cuánto ganan lo que les caracteriza, sino el hecho de que trabajan para otro y desean **un contrato fijo con indemnización** por despido.

Los **Autónomos** (Cuadrante A) trabajan para ellos mismos, son su propio jefe y son muy **independientes**. No quieren depender de otros y si trabajan duro quieren su recompensa. También entienden que si no trabajan no cobran. La tipología A responde ante el temor de no tener dinero **trabajando más y más horas**, por ejemplo alargando su jornada. Suelen ser perfeccionistas y tienden a hacer su trabajo 'mejor que nadie', de hecho piensan que

nadie lo hace tan bien como ellos. Son reacios a delegar o a rodearse de ayudantes, de quienes desconfiarán por sistema. Valoran, incluso por encima del dinero, su libertad y el **hacer las cosas a su manera**.

Los **Dueños de empresas y negocios** (Cuadrante D) son lo opuesto a los Autónomos: les encanta **delegar** y rodearse de gente que haga las tareas. Si dejan su empresa para irse a dar la vuelta al mundo cuando vuelvan todo seguirá funcionando, pero si un A deja su negocio, cuando vuelva no habrá negocio. Para ser un dueño de negocio exitoso se necesita saber cómo usar tiempo de otras personas y el dinero de otras personas. También se necesita ser bueno en **liderazgo** para sacar lo mejor de las personas y que el negocio crezca. "Muchas personas tienen grandes ideas pero muy pocas tienen fortunas. Para tener éxito con los negocios, se necesita algo más que tener una gran idea, hay que entender los sistemas de negocio".

Los **Inversores** (Cuadrante I). Kiyosaki explica que, independientemente del cuadrante de donde provenga tu dinero (E / A / D), es en el cuadrante I donde el dinero se transforma en **riqueza** que, según Robert no se mide en dinero sino en tiempo, que se determina por el número de días que se puede vivir sin trabajar físicamente y manteniendo el nivel de vida. Los tipos que tienen éxito en el cuadrante I no necesitan trabajar porque su dinero está trabajando para ellos. Pero no todos en el cuadrante I obtienen el éxito financiero, algunos van a la quiebra.

Kiyosaki dice que:

- 1) Cualquiera puede decidir en qué cuadrante situarse.
- 2) Se puede vivir muy bien en cualquiera de los 4 cuadrantes.
- 3) Se puede ser pobre en cualquiera de los cuadrantes, Empleados, Autónomos, Dueños de negocios e Inversores pueden ir a la quiebra.

Ahora, ¿sabes en que cuadrante te encuentras? y, aún más importante ¿Has decidido en que cuadrante quieres situarte? Saberlo sirve para analizar nuestra situación presente y poder trazar planes de futuro más precisos.

UNIDAD IV: Inteligencia y educación financiera

Contenido

1. Definiciones de inteligencia.
2. Definición de educación financiera.
3. Beneficio de la educación financiera.

Objetivos

Desarrollar la importancia de la inteligencia financiera y educación financiera.
Dar a conocer los beneficios de la inteligencia y educación financiera.

Sistema de evaluación

- ✚ Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Introducción

Si a cualquiera de nosotros nos preguntaran cuánto gastamos en comida, transporte, ropa o calzado al mes, posiblemente tardaríamos unos minutos en responder, o incluso contestaríamos que realmente no lo sabemos. Tendríamos que acudir a los extractos de las tarjetas, del banco o a la libreta de ahorro y sumar para contestar a esa pregunta.

Si no sabemos cuánto nos gastamos, por tanto, tampoco sabemos si ahorramos o no. Sólo llegado a un momento determinado en el que queramos realizar una determinada inversión o gasto, nos pondremos a “sacar cuentas”.

Este es un error muy común en la mayoría de las personas y familias, que en más de una ocasión puede desencadenar pérdidas financieras que nos vayan a costar mucho dinero y disgustos. El caso más extremo es la bancarrota, algo, que no deseamos a nadie.

4.1. ¿Qué es la inteligencia financiera?

La **inteligencia financiera** puede ser definida como la “**capacidad** para resolver o evitar problemas financieros” la inteligencia financiera tiene mucho que ver con la psicología de la persona, el dominio propio y el ser autodidacta ya que la educación financiera actualmente es una cuestión nueva que ha aparecido y no se ha integrado en las escuelas de muchas partes del mundo. Significa que tu inteligencia financiera crece cuando logras las siguientes cosas:

- Tener egresos menores a los ingresos
- Buscar nuevas fuentes de ingresos
- Optimizar y rentabilizar tu capital
- Aprender a invertir y crear negocios
- Planificar un futuro financiero
- Asegurarte una vida financiera correcta para tu etapa de retiro.

En el momento en que surge un problema financiero, ¿qué viene a tu mente rápidamente? , si la respuesta no es “una posible solución”, tu inteligencia financiera puede que no esté muy dotada de opciones, o bien, no esté entrenada para utilizar estas opciones.

Lo “normal” es tener temor, dudas, desesperación, y otros síntomas dependiendo de la magnitud del problema, después de todo, según Kiyosaki el 95% de las personas no están realmente capacitadas financieramente, y ante un problema de este tipo, llega la sensación de que se viene el mundo abajo.

El conocimiento en muchos aspectos aleja el temor. No tienes miedo de hacer las cosas que acostumbras hacer a diario, ya **sabes cómo hacerlo** y no dudas que podrás hacerlo. Con el conocimiento financiero es igual, puedes perder dinero, pero no pensarás que es el fin del mundo, sabes que de una manera u otra lo resolverás porque cuentas con las herramientas, y sabes cómo usarlas.

La inteligencia financiera, se entrena, se busca, se aprende, se enseña, por eso es que el **Padre Rico de Kiyosaki decía:**

“Inteligencia financiera es simplemente tener más opciones.”

Todas estas cosas componen esa inteligencia financiera, la capacidad de dominar tus finanzas y dinero y no dejar que el mismo te domine a tí. Para aprender a utilizarla, bueno se necesita análisis, experiencia y capacitación de aprendizaje.

4.2. Definiciones de educación financiera



Todos los días nos enfrentamos a la toma de decisiones relacionadas con el uso de nuestros recursos económicos. ¿Cómo y en qué gastar?, ¿Cómo puedo ahorrar?, ¿Cómo y cuándo pedir un crédito para comprar una casa?, entre otras muchas preguntas y dudas que surgen en nuestra vida cotidiana.

La educación financiera es una parte central de la supervivencia y el progreso económico de todos. Y es el inicio y la continuación de un desarrollo económico-mental sostenible conocido como inteligencia financiera.

Por desgracia, en nuestra sociedad se le da más importancia a la producción y al consumo que a la educación financiera y a los resultados que ésta pueda otorgar a la sociedad.

Administrar o manejar el dinero correctamente no es una tarea fácil ya que estamos expuestos a múltiples tentaciones, a deudas impagables, etc. Todo esto puede constituir un hábito peligroso ya que mucha gente gasta el dinero que no tiene a través de instrumentos financieros como pueden ser las tarjetas de crédito. Dichas personas a pesar de no disponer del dinero se endeudan con la compra de artículos o bienes que carecen de retorno de la inversión y que tendrán que estar pagando durante mucho tiempo.

Aparte de esto, hay que decir claramente que la gran mayoría de los adultos e incluso profesionales carecen de habilidades para gestionar correctamente sus finanzas personales ya que el sistema educativo no proporciona herramientas financieras prácticas para su uso en la vida diaria, por eso vivimos en una cultura dominada por el gasto económico descontrolado y por la acumulación sin fin de deuda.

Mucha gente ni si quiera dispone de una guía básica para la construcción de un presupuesto personal o familiar mensual, con el que poder hacer proyecciones financieras o saber en qué gastan sus ingresos. En lo que a temas de dinero se refiere, las personas se dejan llevar más por las emociones/sensaciones que por la razón.

El manejo del dinero no es un proceso interno sencillo mucha gente gasta su dinero impulsada por agresivas campañas publicitarias y realizan un mayor desembolso del que realmente sus finanzas les permite, y se deja llevar realizando compras compulsivas sin pensar en el futuro.

Hasta cierto punto, tener una vida financiera tranquila y cómoda pasa por alcanzar un equilibrio entre los ingresos y gastos que tengamos.

El desarrollo de la inteligencia financiera nos permite ganar más dinero con menos recursos y resolver los problemas económicos básicos hasta alcanzar el equilibrio en nuestras finanzas personales. Para desarrollar esta inteligencia, es básico tener algún tipo de educación financiera ya que esta acelera enormemente el proceso de aprendizaje.

En muchos hogares los problemas por falta de dinero se deben principalmente a dos razones bien definidas:

1. La falta de educación financiera: Se observa en el mal manejo del dinero en la unidad familiar y en el bajo nivel de inteligencia financiera
2. La falta de Inteligencia financiera: Provoca que la gente no intente nada nuevo de lo que siempre ha hecho para ganarse la vida y así obtener ingresos extra. Esto se debe especialmente al miedo al fracaso o la resistencia al cambio.

Los problemas ocasionados por el dinero, no se solucionan con dinero, sino con educación e inteligencia financiera.

Educación Financiera

Hace que tu dinero se
Multiplique



4.3. Beneficios de la educación financiera

- El desarrollo de una mentalidad adecuada hacia el dinero
- Administrar de una manera inteligente las finanzas personales
- Sacarle partido a la inversión
- Generar múltiples fuentes de ingresos
- Tomar el control de la situación económica presente y futura
- Eliminar la resistencia al cambio y al miedo a probar nuevas opciones económicas.

UNIDAD VI: La ética del emprendedor

Contenidos

1. Definición de la ética
2. Emprendedor
3. Valores y ética de un emprendedor

Objetivos

- ✚ Definir que es la ética
- ✚ Dar a conocer la importancia de la ética para un emprendedor

Sistema de evaluación

Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Introducción

Las organización es producto de una serie de ideologías, las cuales han sido estructuradas con la finalidad de formar un conjunto que en complemento tiene el objetivo de ofrecer un servicio o producto, pero esta surge con la intención de una visión de nuevo mercado, por obra de un emprendedor, el cual cuenta con un marco de referencia sobre algunas experiencias, conocimientos y habilidades y valores sobre el ámbito de los negocios.

Por consiguiente las organizaciones se ven inmersa en ideologías desde su desarrollo hasta su implementación, esta es una de las tareas de gran importancia dentro de una empresa, empezar a inculcarlos valores, con la finalidad de crear un cultura las cual tenga impregnados los valores que persigue la empresa, con el propósito de evitar que en un futuro esto le traiga problemáticas por la falta a los valores éticos.

Durante el proceso de emprender hay que tomar decisiones que implican una consideración de alternativas y la elección de aquella que mejor se ajusta a la resolución del problema en cuestión. En el caso de la creación de empresas no considerar la ética en los propósitos del emprendedor puede afectar la naturaleza intrínseca de la oportunidad. Las decisiones de emprender deben orientarse siempre para las personas pues cada toma de decisiones va a repercutir directamente o indirectamente sobre la sociedad.

¿Qué es la ética?

La ética es la suma de los valores, trata de identificar aquellos razonamientos universales, que permiten identificar una conducta como buena o como mala, mientras la moral es la búsqueda individual de estos principios rectores, por ello, si bien ambos van juntos, a nivel de una organización se debe hablar de ética, ya que debe operar con principios comúnmente aceptados, basados en obligaciones o límites morales de cuatro factores diferentes: el individuo (el propio emprendedor o accionista), el cliente, la organización y la sociedad. Al tener intereses y principios rectores diferentes, pasamos a estudiarlos rápidamente.

5.1. Emprendedor

Cualquier puede ser la causa inicial, pero un emprendedor normalmente tiene en su personalidad un conjunto de principios: tales como: **libertad (independencia o autonomía)**, ya que normalmente no es de su gusto el trabajo remunerado, donde debe seguir o acatar instrucciones u horarios específicos, sino tomar y trabajar sus propias decisiones; **Abnegación (sacrificio)**, ya que abandona su "zona de confort", por un proyecto que no garantiza su permanencia en el tiempo, y para ello, debe no sólo invertir capital, sino tiempo y esperanzas en mayor proporción que en un trabajo remunerado; **Frónesis** (sentido común), que consiste en poder evaluar las cosas según los objetivos y las consecuencias que lleva la acción seleccionada; y **Honestidad (sincero)**, en los negocios y en la vida, quien es consecuente entre sus palabras y sus acciones, se le cree más, ya que este valor va de la mano de la capacidad futura de seguir haciendo negocios.

5.2 Valores y ética de un emprendedor

Desde nuestra opinión basada en la experiencia, podremos decir que es *aquella cualidad humana por la que la persona se determina a elegir actuar siempre con base en la **verdad*** (conscientes de que "la verdad" no es única y depende de las perspectivas en que se aborde un fenómeno concreto) y en la **auténtica justicia** (dando a cada quien lo que le corresponde, incluida ella misma).

Somos conscientes de que estos conceptos son muy relativos en la sociedad de hoy en día, pero apelamos al equilibrio y la madurez racional y emocional de los seres humanos que lo tienen presente a lo largo de todo el recorrido de sus vidas.

Ser honesto es ser real, acorde con la evidencia que presenta el mundo y sus diversos fenómenos y elementos; es ser genuino, auténtico, objetivo.

La honestidad expresa respeto por uno mismo y por los demás, que, como nosotros, "son como son" y no existe razón alguna para esconderlo. Este valor siembra **confianza** en uno mismo y en aquellos quienes están en contacto con la persona honesta. La honestidad no consiste sólo en franqueza (capacidad de decir la verdad) sino en asumir que la verdad no es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real nos presenta como innegable e imprescindible de reconocer.

Un elemento muy asociado a tal valor es la **Transparencia**. Ser transparente, a mi entender, no significa tener que estar todo el día diciendo lo que haces, lo que comes, lo que visitas, a quien ves, etc., Como ha sido, a mi entender, algo que ha proliferado mucho gracias a la aparición de tantos y tantos medios de información y que caracteriza el desequilibrado desarrollo de las Redes Sociales, que, gracias a estas prácticas, han llegado a sobrecargar de tal manera los sistemas de información, provocando una verdadera intoxicación informativa.

Retomando el valor Honestidad, y con ánimo de recurrir a otros autores que ya la han considerado, proponemos algunas frases que pueden ser indicativas de hasta qué punto el individuo se posiciona ante este valor y que han sido definidas por ilustres autores y pensadores:

- **Lo que las leyes no prohíben, puede prohibirlo la honestidad.** Lucio Anneo Séneca (2AC-65) Filósofo latino.

- **Las honestas palabras nos dan un claro indicio de la honestidad del que las pronuncia o las escribe.** Miguel de Cervantes Saavedra (1547-1616) Escritor español.
- **El hombre honesto no teme la luz ni la oscuridad.** Thomas Fuller (1610-1661) Clérigo y escritor británico.
- **La integridad del hombre se mide por su conducta, no por sus profesiones.** Juvenal (67-127). Poeta satírico romano.
- **Llegará un día en que nuestros hijos, llenos de vergüenza, recordarán estos días extraños en los que la honestidad más simple era calificada de coraje.** Yevgeny Yevtushenko Poeta ruso.
- **Honestidad: la mejor de todas las artes perdidas.** Mark Twain (1835-1910) Escritor y periodista estadounidense.
- **Nada se parece más a un hombre honesto que un pícaro que conoce su oficio.** George Sand (1804-1876) Escritora francesa.

Con independencia de sus múltiples acepciones, entendemos que la honestidad es un valor fundamental en el modelo de **“emprendedor”** que nuestra sociedad necesita, y ello ayudaría mucho a modificar la imagen del concepto **“empresario”** (muy asociado coloquialmente al del emprendedor) y, por ende, **al modelo “empresarial” socialmente responsable** que venimos defendiendo desde SISCAPEM y desde muchas otras fuerzas que se alzan continuamente reclamando una nueva manera de entender el sistema económico-social.

UNIDAD VI: Generación de la idea

Contenidos

1. Los nuevos Yacimientos de Empleos
2. Test de ideas

Objetivos

Desarrollar ideas para la implementación de planes de proyectos de negocios.

Sistema de evaluación

Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Participación grupal

Actividades

Conformar grupos de trabajos de 3 integrantes y responder el test de preguntas sobre la generación de la idea. Presentarlo en plenario.

Introducción

Hablar de generación de una idea es referirnos a un comienzo de éxitos, a una iniciación de ideas emprendedora, es también plantearnos metas y objetivos que alcanzar, es por tal razón nos vamos a enfocar a puntos donde podemos encontrar empleabilidad en diferentes sectores.

6.1. Los Nuevos Yacimientos de Empleo (NYE) es un término utilizado para referirse a aquellas áreas de ocupación que surgen en respuesta a nuevas necesidades detectadas, y que por tanto, tienen más desarrollo potencial. Los principales ámbitos de actividad ocupacional se resumirían en varios grupos:

Servicios de mejora de la calidad de vida, atención a la infancia, juventud y tercera edad: guarderías, atención y servicios a domicilio o tele servicios, acompañamiento, tele asistencia, reinserción, apoyo a discapacitados, actividades extraescolares, gestión y racionalización de transporte, suministros, rehabilitación de inmuebles, gestión de alojamientos, gestión de información.

Seguridad: servicios de seguridad para empresas y particulares, vigilancia y video vigilancia, instalaciones de seguridad en general. Seguridad en el transporte, en las carreteras, túneles, seguridad informática, vigilancia tecnológica y protección de datos.

Patrimonio: revalorización de espacios urbanos rehabilitación de inmuebles, remodelación urbanística, mantenimiento de espacios comunes, recuperación y difusión del patrimonio cultural, centros culturales, artesanía, promoción y desarrollo local.

Medio ambiente: gestión de la energía, energías alternativas, ahorro energético, recogida, tratamiento y gestión de residuos, reciclaje y recuperación de materiales, gestión del agua, gestión de suelos, control de la contaminación, contaminación de las aguas, contaminación auditiva y lumínica, gestión de infraestructuras, sensibilización, educación y promoción del cuidado del medio ambiente, salud ambiental, protección de zonas naturales, reservas, reforestación, recuperación de terrenos y espacios naturales, agricultura ecológica.

Ocio, turismo, deporte y cuidado personal: turismo rural, cultural, de tercera edad, de idiomas, de aventura y especializado, organización de actividades o eventos, gestión de reservas y servicios asociados al turismo, actividades deportivas, sensibilización, promoción, educación para la salud, ocio y deporte multimedia, medicina estética, terapias, medicinas alternativas, alimentación para la salud, gestión del arte.

6.2. Test de idea

Una vez que la idea ha surgido hay que validarla, es decir asegurarse que es una buena idea.

Los compradores

- ¿Qué necesita o necesitaría el mercado?
- ¿Cuándo lo necesita?
- ¿Con qué frecuencia?
- ¿A qué precio?
- ¿Cómo reaccionaría ante un precio distinto? (¿inferior? ¿superior?)
- ¿Se adapta la idea del negocio a lo que el mercado necesita? ¿Qué modificaciones habría que hacer en el nuevo producto o servicio que se ha concebido?



Productos o servicios competidores

- ¿Satisfacen las demandas de los consumidores? (Verificarlo en relación a las preguntas anteriores para nuestro nuevo producto o servicio en cada uno de los puntos expuestos)

La reacción de los usuarios: la demanda cambiante

- ¿Se ha comportado siempre el mercado así? si no lo ha hecho, ¿a qué razones ha sido debido? (¿al alza, a la baja?)
- ¿Ha sabido responder la competencia frente a esos cambios? (¿positivamente? ¿negativamente?)
- ¿Podría la empresa responder tal como lo ha hecho la competencia en los casos positivos? (y en este caso, ¿qué herramientas utilizó? ¿más financiación para publicidad? ¿cambios en el producto?)

Grado de innovación

- ¿Qué grado de innovación presenta la idea de negocio? ¿En qué se diferencia respecto de lo que existe actualmente en nuestra región, país? ¿Y respecto de Europa? ¿Y a nivel internacional?
- ¿Cómo se satisface en la actualidad la necesidad detectada? ¿Plantea la idea de negocio novedades en relación al modo en que la necesidad se satisface?

UNIDAD VII: Evaluación Y selección de la mejor idea de negocio

Contenidos

- 7.1. Los criterios que se consideran son los siguientes:
- 7.2. Puntuación
- 7.3. Análisis FODA

Objetivos

- + Analizar los criterios de selección de las ideas para el proyecto de negocio.
- + Buscar la mejor idea emprendedora alrededor a través de macrofiltrado y microfiltrado.

Sistema de evaluación

Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Participación grupal

Actividades

En los mismos grupos de trabajos trabajar los criterios de selección según se establece en el cuadro de preguntas. Una vez ya completado presentarlo en plenario. +

Hacer el análisis FODA según sea el criterio de selección.

Elegir la idea que obtenga mayor puntuación.

Introducción

Para iniciar cualquier proyecto de Emprendimiento, es necesario primero identificar la idea del negocio, que ha de ser el objeto del proyecto y sobre la cual se debe trabajar.

Algunas personas consideran que la idea de negocio es la parte más importante de un proyecto, concepto que es válido pero no definitivo, puesto que la idea es tan importante como el equipo que la desarrolla.

Desarrollo

Continuando con la evaluación y selección de la idea de negocio más adecuada para el emprendedor, ahora se seguirán pasos o etapas para “filtrar” o tamizar las ideas preseleccionadas a través de las técnicas de macrofiltrado y microfiltrado. La ventaja de estas técnicas es que nos permiten tamizar y seleccionar las ideas en forma gradual y así poder lograr mejores resultados.

a) Macrofiltrado

En esta primera etapa se evalúan las ideas de negocio de manera rápida, utilizando ciertos criterios y guiándonos por algunas preguntas eje, y así seleccionar las ideas con mayor probabilidad de éxito.

Las ideas preseleccionadas y que van a pasar el primer filtrado.

7.1. Los criterios que se consideran son los siguientes:

- ✓ Mercado
- ✓ Demanda insatisfecha
- ✓ Posibilidad de producirlo
- ✓ Capacidad administrativa y financiera para realizarla
- ✓ Rentabilidad

7.2. Puntuación

Se asignarán puntos en una escala desde 0 hasta 10, siendo cero si no cumple con el criterio a evaluar y 10 si cumple totalmente con el criterio. En caso que cumpla de manera parcial se asignará el puntaje que corresponda.

En el cuadro siguiente se muestra la evaluación de las cuatro ideas de negocio considerando la puntuación a los criterios mencionados anteriormente.

CRITERIOS DE SELECCIÓN					Observaciones
PREGUNTAS ORIENTADORAS					
¿Existe una demanda importante?					
¿Es posible producir el producto?					
¿Este negocio permitirá obtener buenas ganancias?					
TOTAL					

Como conclusión podemos eliminar la idea que obtuvo menos puntuación y quedarnos con las otras tres ideas para evaluarlas utilizando la técnica del microfiltrado.

b) Microfiltrado

Las ideas de negocio que hayan sido seleccionadas en la etapa de macrofiltrado ahora serán tamizadas a través del microfiltrado, para así seleccionar la mejor idea de negocio.

De la misma manera que en la etapa de macrofiltrado, en esta etapa también se utilizan criterios de evaluación y el mismo tipo de puntuación, es decir en una escala desde 0 a 10.

En nuestro caso los criterios que se van a considerar en el microfiltrado son los siguientes:

- ✓ Capacidad financiera
- ✓ Disponibilidad de materias primas
- ✓ Disponibilidad de mano de obra
- ✓ Costo de mano de obra
- ✓ Tecnología disponible
- ✓ Dedicación y esfuerzo
- ✓ Habilidad para gestionar este tipo de negocio.

Se debe señalar que no se trata de simplemente responder de manera subjetiva, sino de investigar y analizar muy bien los diferentes aspectos que se van a evaluar en cada idea de negocio y para ello se requiere dedicar tiempo y esfuerzo.

PREGUNTAS ORIENTADORAS				Observaciones
¿Tienes capacidad financiera para este tipo de negocio?				
¿Tienes disponible y cerca las materias primas?				
¿Tienes disponible la mano de obra calificada?				
¿La mano de obra que utilizarás es costosa?				
¿Tienes disponible la tecnología que requieres?				
¿Es necesario dedicar mucho tiempo y				

esfuerzo?				
¿Tienes habilidades para gestionar este tipo de negocio?				
Total				

De acuerdo al microfiltrado, **la idea de negocio más conveniente es** _____.

Si bien ahora se ha seleccionado la mejor idea de negocio, debe quedar claro que el emprendedor debe prepararse o asesorarse para desarrollar las habilidades de conducir este tipo de negocio y ponerle ganas, dedicarse y perseverar siempre.

Análisis de las ideas, aplicación de la matriz FODA

Es fundamental realizar una evaluación seria sobre la idea que dará origen al emprendimiento. La utilización de herramientas como la matriz FODA puede permitir un análisis objetivo a los fines de analizar profundamente las oportunidades y amenazas que ofrece el medioambiente y las fortalezas y debilidades propias del emprendedor o del grupo de emprendedores para su implementación.

Es imprescindible estudiar profundamente la realidad en el momento de iniciar un proyecto. Al proponernos iniciar un emprendimiento, es muy probable que la ansiedad y el deseo de que nos vaya bien, pese muchas veces sobre la realidad concreta, y así minimicemos obstáculos convencidos que de todas formas saldremos adelante. Lamentablemente esto no siempre es así y la ausencia de un estudio responsable del terreno en el que nos desenvolveremos puede echar por tierra nuestros proyectos más auspiciosos.

Para evitar esto es conveniente contar con la mayor cantidad de información posible acerca de todos los aspectos relacionados con nuestra futura actividad. No olvidemos nunca que en el mundo actual, la información y su adecuado manejo son herramientas imprescindibles para el éxito de cualquier emprendimiento.

Una forma de analizar la idea, es aplicando la matriz FODA, ésta es una herramienta muy útil que nos servirá también en las distintas etapas por las que atraviese nuestro emprendimiento.

La matriz FODA consiste simplemente en buscar, ordenar y volcar sobre un papel la Información proveniente de nuestro entorno y del interior de nuestro emprendimiento, para luego, con la mayor cantidad y calidad posible de información trazar nuestro plan de acción.

Análisis del medio ambiente (Oportunidades y amenazas)

El contexto ambiental está constituido por una serie de condiciones y factores externos al emprendimiento que pueden afectar positiva o negativamente la vida, la estructura, el desarrollo y el futuro del mismo.

El medio ambiente puede clasificarse en macro-ambiente y micro-ambiente. Se analizarán dentro de cada uno las **oportunidades y las amenazas**. Las oportunidades son aquellas

factores, fenómenos o hechos que ofrece el medio ambiente y que son susceptibles de ser aprovechados por la empresa para el logro de sus objetivos.

Las amenazas son aquellos factores, fenómenos o hechos que se constituyen en obstáculos o que condicionan el logro de los objetivos empresariales.

Análisis del macro-ambiente.

El macro ambiente es el conjunto de los grandes sectores de actividades de una sociedad. No tiene impacto directo e inmediato en la empresa, pero los fenómenos o acontecimientos que allí se desarrollan pueden influir en el curso de su evolución, convirtiéndose en una oportunidad o en una amenaza.

Para el análisis del macro-ambiente se debe realizar un estudio del contexto **económico, tecnológico, político y socio-cultural**. **Contexto económico** Se debe realizar un análisis que considere, entre otros, datos sobre devaluación, inflación a nivel nacional e internacional, modelo de desarrollo y tendencias económicas, índices de producción, ingresos y precios, legislación tributaria, etc.

Contexto tecnológico.

Uno de los aspectos críticos del macro-ambiente de cualquier organización es el estado de la tecnología. El mundo de la tecnología es cada día más complejo. Las innovaciones tecnológicas tienen un impacto sobre las organizaciones como nunca antes en la historia de la humanidad.

Estar al día en el asunto representa un desafío continuo. Por eso, es crucial, para la supervivencia de una empresa, conocer los aspectos tecnológicos que pueden tener un impacto negativo o positivo sobre la misma.

Contexto político

El ambiente político se crea a partir de los fenómenos que se relacionan con el tipo de organización de la sociedad, tipo de gobierno, clima de convivencia ciudadana, legitimidad de las estructuras políticas, etc. Fenómenos que afectan a todo el país o comunidad.

Contexto socio-cultural

El ambiente social surge de las actitudes, deseos, expectativas, educación, creencias y costumbres de la gente que forma parte de la sociedad.

Análisis del micro-ambiente

El micro-ambiente está constituido por el conjunto de actores, personas y/o entidades que tienen relación directa con la empresa.

- ✓ Los clientes, es decir las personas que demandan productos o servicios y justifican así la razón de ser de la empresa.
- ✓ Los proveedores, que ponen a disposición de la empresa los recursos humanos, financieros, tecnológicos, materiales, servicios, asesorías, etc. que la misma requiere para alcanzar sus objetivos.
- ✓ Los entes reguladores que imponen leyes o reglas de conducta bajo las formas de legislación, reglamentos, directivas y políticas.

- ✓ Los competidores, es decir las otras empresas (públicas o privadas) que pueden influir de alguna manera en el desarrollo normal de la empresa.

Estas personas o entidades pueden influenciar las actividades de la empresa de manera positiva (creando una demanda o proporcionando recursos), convirtiéndose, de esta manera, en oportunidades; o bien, pueden ejercer un impacto negativo (imponiendo dificultades o entorpeciendo su desarrollo), convirtiéndose así en amenazas para la misma.

En el micro-ambiente se analizan los hechos reales, y no tendencias o fenómenos como en el macro-ambiente.

Análisis interno del emprendimiento (Fortalezas y debilidades)

El ciclo de vida de la empresa está influenciado por los diversos elementos internos que la integran: el liderazgo, las prioridades, la organización administrativa, los métodos de trabajo, los fondos y los recursos disponibles, la motivación, las fuentes de conflicto, los productos y/o servicios ofrecidos, etc. A su vez estos elementos están sometidos a la influencia de factores exteriores tales como necesidades de la comunidad, apoyo obtenido, amenazas de la competencia, etc.

Para evitar que una empresa sea ineficiente, poco eficaz, pierda su perspectiva, o peor aún, que desaparezca, los empresarios deben estar atentos a todos estos factores.

Las fortalezas son aquellas condiciones (conocimientos, capacidades, recursos, aptitudes, etc. que a nivel interno de una empresa pueden favorecer excepcionalmente el desarrollo de las actividades y logro de las metas.

Las debilidades son las condiciones o recursos que entorpecen el desarrollo de las actividades y logros de las metas.

La **MATRIZ FODA** que a continuación se presenta, es un importante instrumento que ayuda a evaluar tanto las ideas como la marcha de un emprendimiento. En forma vertical se coloca la lista de 10 oportunidades y de las 10 amenazas prioritarias, según el análisis del medio ambiente que se ha realizado anteriormente. En forma horizontal se colocan las 10 fortalezas y las 10 debilidades más importantes detectadas en el diagnóstico interno.

De esta manera.

	FORTALEZAS Lista de fortalezas	DEBILIDADES Lista de debilidades
OPORTUNIDADES Lista de oportunidades	Estrategias FO Uso de Fortalezas para aprovechar Oportunidades	Estrategias DO Vencer Debilidades aprovechando Oportunidades
AMENAZAS Lista de amenazas	Estrategias FA Usar Fortalezas para evitar Amenazas	Estrategias DA Reducir al mínimo las Debilidades y evitar Amenazas

UNIDAD VIII: Perfiles de proyectos (proyectos sociales y comunitarios)

Contenidos

- 7.1. Definición de perfil de proyecto.
- 7.2. Tipos de Proyectos
- 7.3. ¿Cuál es la diferencia entre un perfil y el diseño detallado de un proyecto?
- 7.4. Elementos principales del perfil de proyecto.
- 7.5. Pasos para elaborar proyectos

Objetivos

- + Dar a conocer los tipos de proyectos comunitarios y sociales
- + Desarrollar los pasos para formular proyectos, según como se recomienda en el desarrollo.

Sistema de evaluación

Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Participación grupal.

Introducción

El perfil de proyecto ayuda a asegurar que los miembros de la comunidad o grupo en cuestión comprendan las posibles implicaciones de su propuesta en términos de inversión y de costos operativos, requerimientos de mano de obra y escala de las operaciones y otros factores. Con frecuencia estos elementos surgen solamente cuando el proyecto propuesto se debate y se escribe de manera participativa. Hasta este punto, los miembros del grupo podrían haber pensado que sería 'bueno' contar con una nueva vía de acceso al poblado, sin haberse dado cuenta de lo que esto implicaría - tanto para el poblado en general como de manera personal.

Un proyecto es un conjunto ordenado de recursos y acciones para obtener un propósito definido. Dicho propósito se alcanzará en un tiempo y bajo un costo determinado.

Un proyecto surge como respuesta a una necesidad, acorde con la visión de la organización y, finaliza cuando se obtiene el resultado deseado, desaparece la necesidad inicial o se agotan los recursos disponibles.

7.1. ¿Qué es un perfil de proyecto?

Un perfil de proyecto es una descripción simplificada de un proyecto. Además de definir el propósito y la pertenencia del proyecto, presenta un primer estimado de las actividades requeridas y de la inversión total que se necesitará, así como de los costos operativos anuales, y, en el caso de proyectos destinados a la generación de ingresos, del ingreso anual.

El perfil es una descripción simplificada en varios sentidos; los costos pueden no estar aún bien definidos, los ítems menores pueden excluirse y los supuestos en cuanto a la demanda del resultado de la inversión, sea ésta una infraestructura destinada al cuidado de los niños, un puente, o vegetales enlatados - son probablemente solo eso: supuestos.

7.2. Tipos de Proyectos

1. Proyecto productivo: Son proyectos que buscan generar rentabilidad económica y obtener ganancias en dinero.
2. Proyecto público o social: Son los proyectos que buscan alcanzar un impacto sobre la calidad de vida de la población, los cuales no necesariamente se expresan en dinero.

7.3. ¿Cuál es la diferencia entre un perfil y el diseño detallado de un proyecto?

A pesar de que un perfil normalmente es el primer paso en el desarrollo del diseño detallado de proyecto, existen diferencias importantes entre los dos. El perfil presenta una visión simplificada del proyecto final, que omite elementos importantes, a fin de reducir la complejidad del análisis y de facilitar su comprensión por parte de las comunidades rurales que no cuentan con experiencia previa en el diseño o análisis de proyectos. Estas omisiones no son negativas en sí mismas, pero pueden ser peligrosas si la persona que dirige las sesiones participativas en la comunidad olvida su existencia y anima a los participantes a pensar que el perfil es el proyecto. A continuación se presentan las características clave de un perfil de proyecto.

Un perfil es una 'toma instantánea' del proyecto: Un análisis detallado de proyecto toma en cuenta los cambios que tendrán lugar en el proyecto a lo largo del tiempo. Una planta procesadora de frutas a pequeña escala que produce mermeladas y otras conservas puede incrementar los volúmenes que procesa en el transcurso del tiempo, además, puede incrementar la eficiencia del procesamiento (y así reducir los costos) o puede empezar a procesar otro tipo de fruta cosechada en otros períodos del año, y así permanecer abierta durante más meses al año. El perfil, no obstante, tiene un enfoque simplificado y analiza los resultados obtenidos en un año promedio durante la vida del proyecto.

Un perfil simplifica el reemplazo de equipo y maquinaria: En el mundo real la maquinaria y el equipo se reemplazan cuando se hace demasiado costoso mantener su funcionamiento. El proyecto deberá hacer frente a costos en el año en que éstos se reemplacen. En el perfil de proyecto con su visión de 'toma instantánea' del mundo, esta consideración no es posible. El perfil, por lo tanto, separa fondos en el año 'promedio' seleccionado para contribuir al costo de reemplazo de la maquinaria. A pesar de que esto no es preciso, por lo menos permite asignar fondos para esta etapa esencial.

El perfil no incluye costos de financiamiento: Una simplificación clave que se realiza al preparar un perfil para un proyecto dirigido a la generación de ingresos, es ignorar por completo los costos de financiamiento ya que la estimación de estos costos requiere de cálculos complicados (los proyectos no dirigidos a la generación de ingresos normalmente no presentarán costos de financiamiento, pues emplean fondos de donaciones, en lugar de préstamos). En el análisis detallado del proyecto se toman en cuenta los costos de financiamiento - no solo para la inversión en sí misma, sino también para el capital operativo requerido para cubrir los gastos operativos iniciales. Los costos de financiamiento pueden ser significativos y su ausencia en esta etapa implica que el perfil se verá más

atrayerente que si se incluyeran estos costos; por consiguiente, es importante tener en cuenta este factor.

Un perfil hace estimados generales para los costos e ingresos: Al preparar un proyecto detallado se espera que los solicitantes se esfuercen al máximo para obtener información precisa en lo relacionado a los costos e ingresos (incluyendo los rendimientos y precios). Un taller se podría dividir en áreas como la mejora del acceso para vehículos, el cimiento de concreto, la estructura principal (por metro cuadrado), la provisión de agua y de energía eléctrica y el equipo. Este análisis detallado no es necesario ni deseable cuando se prepara un perfil. En esta etapa será suficiente estimar que, en términos generales, los costos aproximados del taller serán de 12 500 dólares EE.UU.

Un perfil excluye los costos asociados: Los proyectos usualmente incluyen varios costos asociados que se dejan de lado al preparar un perfil. Estos pueden incluir ítems como: la capacitación técnica del personal; el establecimiento de sistemas (por ejemplo, de contabilidad); las tarifas para certificados sanitarios o para el registro de la compañía; el diseño de embalaje y etiquetas y el pago a arquitectos, inspectores o ingenieros que supervisarán los trabajos necesarios para la consecución del proyecto. A pesar de que en sí mismos cada uno de estos costos puede no ser muy alto, en conjunto pueden crear una carga significativa a los costos iniciales de la nueva empresa. Estimar estos costos de manera precisa implica un trabajo considerable y normalmente se dejan de lado en la preparación del perfil.

Un perfil presta atención limitada a la organización e impacto del proyecto: A fin de asegurar que una inversión se convierta en un proyecto exitoso es de vital importancia considerar con cuidado cómo el proyecto final se manejará y operará y qué tipo de impacto puede tener en el entorno social, cultural y ambiental en el que se realiza. Identificar estos factores con frecuencia puede implicar discusiones considerables en el grupo, y en el caso del impacto ambiental, puede incluso requerir de la presencia de un evaluador especialista en la materia. Repetimos, no es necesario dar todas las respuestas en la etapa del perfil. Sin embargo, es importante que los solicitantes hayan reflexionado sobre estos factores, de lo contrario, las discusiones que surjan pueden causar un daño severo a la unidad y al compromiso de los grupos en una etapa posterior del proceso de preparación.

3.4 Elementos principales del perfil de proyecto

El perfil de proyecto, preparado con los solicitantes, consta de cinco partes. La última parte tiene dos variaciones: una destinada exclusivamente a los proyectos dirigidos a la generación de ingresos (5a); y la otra destinada a los proyectos no dirigidos a la generación de ingresos (5b). Con la excepción de la Parte 1 (Introducción) no es esencial que los componentes se completen en el mismo orden en que se presentan. Muchos grupos prefieren definir la inversión antes de abordar los costos generales o el ingreso, pero este orden no es fijo. En el Anexo 1 se presenta un formato de los componentes, que se puede emplear como una guía cuando se dibujan los cuadros en un pizarrón o en hojas grandes de papel.

Parte 1: **Antecedentes:** Esta sección presenta información general acerca de los solicitantes, la ubicación del proyecto y sus características. Además presenta un resumen breve de los objetivos y de la justificación de la inversión, incluyendo la demanda potencial del producto o servicio que será el resultado del proyecto cuando éste esté en operación. El propósito de la Parte 1 es permitir a una

persona que no esté familiarizada con el proyecto comprender - preferiblemente en un espacio no superior.

7.5. Pasos para elaborar el proyecto

CARPETA DE PROYECTO

Veamos parte por parte cómo tenemos que armar una carpeta de proyecto:

1) carátula:

Se ponen los datos más importantes:

Nombre del proyecto _____

(Puede ser uno formal "Construcción de letrinas", o uno de fantasía "un futuro mejor" con la aclaración de qué tipo de proyecto es)

Domicilio _____

Presupuesto: _____

(Pueden ser los distintos aportes o solamente el monto total)

Nombres de los responsables del proyecto _____

Queda a criterio de Uds. poder realizar una carátula "más creativa", por ejemplo, con fotos.
Carta de presentación

Es una nota, dirigida a la autoridad correspondiente, donde se le cuenta del proyecto, en qué consiste, qué problemas solucionaría.

También el monto total del Presupuesto y cuánto se solicita (si esa es la intención de esta presentación)

El formato de la nota es parecido al siguiente:

Lugar y fecha:

Sr.

(Autoridad a la que se dirige)

Nos dirigimos a Ud. con el objeto de _____

Nombre del proyecto _____

En que consiste-problema _____

Qué va solucionar_____

Presupuesto_____

Sin otro motivo, saludamos a Ud. con atenta consideración.

Firma de los responsables y aclaración

Ubicación geográfica:

También se llama localización. Es decir el lugar donde se realizará el proyecto. Por ejemplo: si es “salón comunitario”, el domicilio del terreno, con todos los datos posibles para facilitar su ubicación; o si es “construcción de un comedor”, el nombre del paraje, la ruta que pasa por ahí, en que kilómetro se ubica. Si es un curso o alguna actividad formativa/recreativa, explicar, claramente dónde se llevará a cabo.

Es importante incluir un mapa para que el que lea el proyecto se ubique más fácil; y si nos animamos, dibujamos un “croquis” de la zona o del barrio, colocándole referencias.

Características e historia de la comunidad:

Para esta parte se pueden usar algunos de los datos e informaciones que recogimos en el diagnóstico. Consiste en describir a nuestra comunidad o barrio. Es importante contar las características principales, la situación en la que viven, la cantidad de personas que se encuentran en esta situación y la cantidad de personas que se “benefician con el proyecto” (población destinataria)

Hay que tener presente que, la mayoría de las veces, estamos dibujando o sacando una foto para personas que no nos conocen...

Fundamentación de la idea de proyecto:

Esto significa ¿por qué lo vamos a hacer? Tenemos que describir los problemas que nos aquejan, aquellos que priorizamos y sobre todo contar los cambios que “el proyecto” nos permitiría realizar. Recordemos que en este punto, especialmente tenemos que **CONVENCER** de la necesidad de hacer este proyecto.

UNIDAD IX: Formulación de proyectos

Contenidos

- 8.1. ¿Qué es una comunidad?
- 8.2. ¿Qué es un proyecto?
- 8.3. ¿Qué es un proyecto comunitario?
- 8.4. ¿Cómo se clasifican los proyectos?
- 8.5. ¿Cuáles son los tipos más comunes de proyectos comunitarios?
- 8.6. ¿Cómo comenzar un proyecto?
- 8.7. El ciclo del proyecto
- 8.8. Identificación de un proyecto
- 8.9. Formulación de un proyecto
- 8.10. Ejecución y seguimiento de un proyecto
- 8.11. Evaluación de un proyecto
- 8.12. El ciclo comunal
- 8.13. El Enfoque del Marco Lógico
- 8.14. Fases del Marco Lógico
- 8.15. Estructura Metodológica del Marco Lógico

Objetivo

- ✚ Desarrollar los conceptos básicos de la formulación de proyecto.
- ✚ Que los y las participantes formulen proyectos comunitarios y sociales bajo la estructura del Marco Lógico.
- ✚ Presentar el perfil de proyecto.

Sistema de evaluación

Participación activa, reflexión y comentarios por parte de los participantes.

Participación grupal.

Actividades

1. Verificar la idea seleccionada en la unidad VII del módulo e identificar el proyecto.
2. Analizar los aspectos de la comunidad, tanto económicos y sociales.
3. Analizar los elementos para la formulación de proyectos.
4. Responder las preguntas previas a la elaboración del proyecto.
5. Realizar el calendario de actividades
6. Realizar el presupuesto del proyecto
7. Formular el proyecto bajo el Marco Lógico.
8. Elaborar el proyecto según los pasos que se solicita en la unidad VIII.

Introducción

Los proyectos son vistos como el circuito general que esta para fomentar visiones de planes de acciones para conseguir determinados objetivos, bajo los aspectos de desarrollo para una determinada zona, básicamente para satisfacer una necesidad.

Es por el cual en esta unidad se da la tarea de poder visionar y emprender ideas, bajo acciones colectivas que beneficiaria directamente a zonas específicas dependiendo donde se vaya a desarrollar el proyecto.

ASPECTOS BÁSICOS

8.1. ¿Qué es una comunidad?

Como sucede con muchos conceptos sociales, el de **comunidad** no ha sido objeto de consenso. El término se utiliza a menudo en el campo de la sociología para referirse al conjunto de personas unidas por lazos de parentesco, políticos, económicos, religiosos y sociales, que comparten un espacio geográfico común. El Diccionario CLAVE, la define como: *grupo de personas que viven unidas bajo ciertas reglas o que tienen características, intereses u objetivos comunes*, y La Ley Orgánica de los Consejos Comunales.

8.2. ¿Qué es un proyecto?

La definición de **proyecto** varía según el propósito que se persiga con su ejecución. No obstante, toda definición al respecto debe incluir ciertos elementos básicos que la caracterizan, como son: recursos (materiales y humanos), actividades, metodología, tiempo, coste, resultados y objetivos (general y específico), lo que ha llevado a la FUNDACIÓN LUIS VIVES, a definir proyecto como: *conjunto de recursos materiales y humanos que se combinan para la realización de una serie de actividades, en un tiempo y con un costo determinado, con la finalidad de conseguir unos resultados que cambien una realidad concreta*.

En esta definición, según la citada fundación, se incluyen los elementos que deben estar presentes en la formulación de cualquier proyecto:

1. Recursos materiales y humanos: medios de que se dispone para realizar las actividades previstas. Pueden ser materiales (construcciones, equipos, suministros) o humanos (personal dedicado a tiempo parcial o completo a la ejecución del proyecto ya sea de forma voluntaria o remunerada, propio o externo).

2. Actividades: tareas que se realizan de forma secuencial o simultánea, utilizando para ello determinados recursos, con el fin de alcanzar unos resultados concretos.

3. Metodología: descripción de la ejecución técnica del proyecto. Es la explicación pormenorizada de cómo se va a hacer el proyecto.

4. Tiempo: plazo previsto para la realización de las actividades. Se representa gráficamente a través de un cronograma en el que se combinan las actividades y su plazo de ejecución, especificando el momento de su inicio y el de su finalización.

5. Coste: recursos económicos necesarios para hacer frente a los gastos en los que se incurre durante el proyecto y que se reflejan en un presupuesto. Estos recursos se pueden emplear para el pago de salario o para la compra de bienes y servicios.

6. Resultados: es lo que se quiere alcanzar con el proyecto una vez se hayan realizado las actividades programadas. Son los productos que el proyecto puede garantizar como consecuencia de sus actividades.

7. Objetivo específico: efecto que el proyecto pretende conseguir en un plazo razonable. Hace referencia al logro de una nueva situación en la que el problema central del colectivo beneficiario ha sido solucionado parcial o totalmente.

9. Deseo de cambio: voluntad de los promotores del proyecto de lograr la modificación de una realidad, la solución de un problema o la satisfacción de una necesidad.

8.3. ¿Qué es un proyecto comunitario?

Existe una categoría especial de proyectos de infraestructura social, denominados **proyectos comunitarios o de inversión social**, “conjunto de actividades concretas orientadas a lograr uno o varios objetivos, para dar respuesta a las necesidades, aspiraciones y potencialidades de las comunidades”. La definición indica que los deseos y necesidades de una comunidad pueden ser satisfechos de manera inteligente, a través de acciones que reflejen sus preferencias y aspiraciones prioritarias y no de individuos concretos, fracciones o grupos de poder dentro de ella, incluso, de agencias externas.

*Pero también los **proyectos** son conjunto organizado de acciones realizadas ordenadamente, durante un período determinado, que responde a una demanda o problema, con el propósito de ofrecer una solución que, generalmente, es la prestación de un servicio.*

8.4. ¿Cómo se clasifican los proyectos?

Los proyectos pueden clasificarse de formas distintas, según el criterio que se use como base de la clasificación. En esta Guía se utiliza el criterio de los sectores productivos, según el cual se tiene cuatro tipos de proyectos:

1. Proyectos agropecuarios: abarcan todo el campo de la producción vegetal y animal.

2. Proyectos industriales: son los que están relacionados con la actividad manufacturera y con la parte extractiva y el procesamiento de productos de la pesca, agricultura y actividad agropecuaria.

3. Proyectos de infraestructura social: relacionados con la satisfacción de las necesidades básicas de la población, como educación, salud, abastecimiento de agua potable, alcantarillado.

4. Proyectos de infraestructura económica: incluye los proyectos de unidades productivas que proporcionan a la actividad económica ciertos insumos, bienes o servicios, de utilidad general, como energía eléctrica, transporte y comunicaciones.

8.5. ¿Cuáles son los tipos más comunes de proyectos comunitarios?

1. Los dirigidos a crear espacios de encuentro, reforzar la identidad comunal y atender problemas y fortalezas propias de la dinámica comunitaria. Por ejemplo: instalación de una casa de la cultura, radios comunitarias, prensa comunitaria, dotación de insumos para los grupos culturales y educativos (bibliotecas, cines, teatro de calle entre otros).

2. Los encaminados a atender situaciones y reducir carencias de servicios comunitarios de atención social, tales como: niños abandonados, adolescentes en situación de riesgo, niños

y jóvenes excluidos del sistema escolar, casas comunales y programas dirigidos a atender a la tercera edad, entre otros.

3. Los que sirven de apoyo, generando condiciones que faciliten e induzcan a la realización de actividades productivas, propiciando efectos económicos y sociales en distintos grupos poblacionales, como serían desarrollos viales, electrificación, agua potable, mercado de mayoristas, sistemas de riego. Estos proyectos se denominan de **infraestructura**.

4. Los dirigidos al aprovechamiento de las potencialidades productivas locales basados en los recursos naturales, vocaciones y cultura de la comunidad. Ejemplo: Chuao con su proyecto cacao y Calabozo con su proyecto agroindustrial. Estos proyectos se les denominan **endógenos**.

5. Los dirigidos a materializar dos o más iniciativas presentadas por la comunidad. Ejemplo: Proyecto de vertedero de residuos sólidos (social) y proyecto de reciclaje de residuos sólidos a través.

8.6. ¿Cómo comenzar un proyecto?

Una forma de dar buen comienzo a un proyecto es dar respuesta a las 10 preguntas indicadas en el cuadro que sigue, lo que permite, por una parte, organizar datos e información mínima necesaria para tomar decisiones que permitan introducir organización, racionalidad, y coherencia a la acción y, por la otra, servir de base para la estructuración del proyecto en sus diferentes fases.

Preguntas previas a la elaboración de un proyecto y relación con sus componentes.

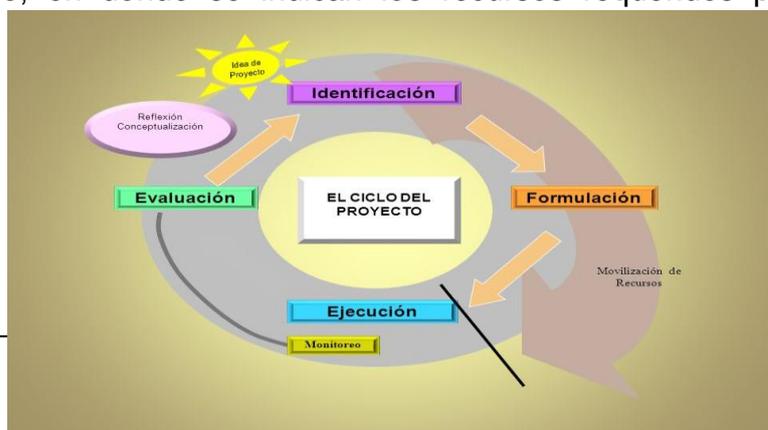
PREGUNTAS COMPONENTES	PREGUNTAS COMPONENTES
1. ¿Qué se quiere hacer?	Naturaleza del Programa o Proyecto
2. ¿Por qué se quiere hacer?	Origen y fundamentación
3. ¿Para qué se quiere hacer?	Objetivos y propósitos
4. ¿Cuánto se quiere hacer?	Metas
5. ¿Dónde se quiere hacer?	Localización física (ubicación en el espacio) Cobertura espacial.
6. ¿Cómo se va a hacer? Actividades y tareas	Actividades y tareas Métodos y técnicas
7. ¿Cuándo se va a hacer?	Calendarización o cronograma (ubicación en el tiempo)
8. ¿A quién va dirigido?	Destinatarios o beneficiarios
9. ¿Quiénes lo van a hacer?	Recursos humanos
10. ¿Con qué recursos se va a hacer?	Recursos materiales

10. La respuesta a la pregunta **¿Qué se quiere a hacer?** es fundamental para identificar claramente el problema a solucionar mediante el proyecto que se quiere elaborar.

11. La respuesta a la pregunta **¿Por qué se quiere a hacer?** es importante para la justificación del proyecto, tomando en cuenta que la forma correcta de la justificación debe cumplir con dos requisitos: a) Explicar la prioridad y urgencia del problema para el cual se busca solución y, b) Hacer ver por qué el proyecto que se formula es la propuesta de solución más adecuada y viable para resolver el problema. El conocimiento del problema permitirá, por una parte, señalar su importancia en la justificación, sus incidencias y el peligro que representa, es decir, los efectos que ocasiona y, por la otra, señalar la razón del problema, el origen de su existencia, es decir, las causas que lo generan.

12. La respuesta a la pregunta **¿Para qué se quiere hacer?** es la base para la formulación de los objetivos tanto generales como específicos. Es una forma de tener una visión general del tema hacia donde apunta el proyecto. El objetivo general o principal es el propósito central del proyecto. Los objetivos específicos son los pasos que hay que dar para alcanzar el objetivo general.
13. La respuesta a la pregunta **¿Cuánto se quiere hacer?** proporciona los datos para establecer las metas del proyecto. Las metas son los logros específicos, indican la cuantificación de los objetivos dentro de un plazo determinado y en un ámbito o espacio delimitado. Constituyen una referencia para determinar el nivel de composición de los insumos, las actividades que se necesitan emprender y la forma en que se realizan esas actividades.
14. La respuesta a la pregunta **¿Dónde se quiere hacer?** orienta a los responsables del proyecto sobre el lugar en el cual se realizará el proyecto, su ubicación geográfica dentro de la ciudad o de una comunidad específica.
15. La respuesta a la pregunta **¿Cómo se va a hacer?** constituye la base de la definición de actividades y tareas que se van a ejecutar de manera secuencial e integrada. Igualmente, la respuesta coadyuva en la especificación de la metodología y técnicas que se utilizarán para realizar las diferentes actividades.
16. La respuesta a la pregunta **¿Cuándo se va a hacer?** permite hacer las estimaciones del tiempo necesario para ejecutar el proyecto; para ello se utilizan varios tipos de diagramas, el más conocido de ellos es el diagrama de avance o diagrama de Gantt, que consiste en una matriz de doble entrada, en la que se anotan, en las filas de la primera columna, las distintas actividades que componen el proyecto, y en las columnas siguientes, el tiempo expresado, en meses y semanas (incluso en días), durante el cual se desarrollan las actividades. Una barra horizontal frente a cada actividad indica el lapso que durará la ejecución de la actividad.
17. La respuesta a la pregunta **¿A quién va dirigido?** se utiliza para determinar y caracterizar la población que el proyecto beneficiará, tanto directa como indirecta.
18. La respuesta a la pregunta **¿Quiénes lo van a hacer?** sirve para calcular el número de personas y su cualificación, requeridas para ejecutar las actividades y tareas previstas, así como las funciones que van a realizar. Ello permitirá, igualmente, indicar las responsabilidades y distribución del trabajo en el tiempo.
10. La respuesta a la pregunta **¿Con qué recursos se va a hacer?** es fundamental para calcular las estimaciones de los recursos materiales (herramientas, equipos, instrumentos, infraestructura física), técnicos (tecnologías) y financieros (fondos que se pueden obtener, indicando sus fuentes), necesarios para llevar a cabo el proyecto. Igualmente, sirve para establecer el calendario financiero, en donde se indican los recursos requeridos para cumplir con cada actividad en el lapso señalado en el calendario de ejecución del proyecto.

8.7. El ciclo del proyecto



Los proyectos, cualquiera sea su naturaleza y complejidad, se desarrollan a través de un proceso bastante bien determinado, generalmente llamado **ciclo del proyecto o ciclo de vida del proyecto**, compuesto por fases sobre las cuales no existe consenso, si se toma en cuenta que la estructuración del ciclo varía de acuerdo con factores tales como naturaleza y tipo del proyecto, requisitos exigidos por las entidades financieras nacionales e internacionales para cubrir los costos de cada una de las fases del proyecto, y metodología que se aplique para llevar adelante su ejecución. En todo caso, lo importante es tener presente que el ciclo del proyecto es una secuencia bien establecida, que permite garantizar la consulta de las partes interesadas y la toma de decisiones clave para el éxito de la intervención.

8.8. Identificación de un proyecto

La **identificación** es la fase de elaboración de la idea inicial del proyecto. Consiste en conocer la naturaleza, carácter, categoría, tipo y finalidad, expresada a través de una descripción amplia, clarificando la idea central, para que los participantes estén en capacidad de identificar en su totalidad qué se pretende realizar con el proyecto. La identificación del proyecto comprende, los siguientes elementos:

1. Diagnóstico participativo.
2. Planteamiento del problema.
3. Causas del problema.
4. Efectos del problema.
5. Población beneficiaria.
6. Objetivo (general y específicos).

La información que se deriva de la fase de identificación sirve de base para la justificación del proyecto.

8.9. Formulación de un proyecto

La **formulación** es la fase de diseño del proyecto en la que se planifican y organizan las actividades y los recursos disponibles, sobre la base de la información obtenida en la identificación. La formulación contiene los siguientes elementos que forman parte del **Plan de Acción**, en el cual se describen, de manera detallada y cronológica, las actividades del desarrollo del proyecto:

1. Calendario de actividades.
2. Matriz de Responsables.
3. Presupuesto.

Calendario de actividades

Actividades:	Responsables	Fecha de inicio y finalización
Hacer los planos del salón comunitario Arquitecto de la comunidad		7/07/15 al 27/07/15
Comprar materiales		7/07/15 al 27/07/15

Instalaciones eléctricas en el local de trabajo		7/07/15 al 27/07/15
---	--	------------------------

Presupuesto

¿Por dónde empiezo?

Para armar un presupuesto, siempre nos hacemos esta pregunta porque parece mucho trabajo, pero todo es cuestión de dedicarle tiempo.

Antes que nada: ¿qué es un presupuesto? el diccionario dice: “estimación de los ingresos y gastos posibles, en una organización, empresa, etc.” “cálculo de gastos que se hace por un tiempo determinado”.

Cuánto cuesta el proyecto

El presupuesto nos permite calcular

Recursos materiales

Lo primero es realizar **la lista de recursos materiales.**

Para esto hay que pensar qué cosas necesitamos para cada una de las actividades que vamos a realizar

Para ello, vamos escribiendo:

Recursos materiales

Materiales	Cantidad	Precios unitarios	Precio total
Cerámicas	8 cajas	C\$ 450	C\$ 3,600
Bolsas de cemento.	7	C\$ 350	C\$ 2,450
Cemento	200	C\$ 15	C\$ 3,000
			Total
			C\$ 9,050

¿De dónde salen estos números? **Multiplicamos la cantidad por el precio unitario**, nos queda el precio total.

Si sumamos esta última columna, nos quedará el monto total que necesitamos para comprar estos materiales.

Recursos humanos

En lugar de “cosas” tenemos que pensar en las personas que se van a ocupar de cada una de las actividades:

Armemos ahora el listado de recursos humanos.

¿Cómo “le ponemos el precio” a estos recursos?

Teniendo en cuenta el **CRONOGRAMA DE TRABAJO**, debemos tener en claro cuántos días se necesitarán para la obra sea lo que queremos hacer. Luego multiplicaremos esa cantidad por la cantidad de obreros, docentes, cocineros, etc.

Por ejemplo: 5 obreros x 40 días x C\$ 200 el día.

Luego multiplicamos

$5 \times 40 \times 20 = \text{C\$ } 4,000$

Así nos queda el precio total.

¡Más fácil! Estipulamos su sueldo mensual y lo multiplicamos por el tiempo total que dure la capacitación.

Recursos Humanos	Cantidad x tiempo	Precio unitario	Precio Total
Mano de obra	5 x 40 jornales	C\$ 200 por jornal	C\$ 4000
Conserjes	30 días de trabajos trabajo	C\$ 100	C\$ 3000
Docentes	5 x 4 Hs.	\$ 95 por hora	\$ 1,900

Recursos institucionales.

Por ejemplo:

Valuar una construcción que ya tenemos

Valuar el precio del terreno

Los aportes que salen de nuestra comunidad u organización, el teléfono, la computadora, la papelería, etc.

Valor total del proyecto

Aquí se suma el costo de todos y cada uno de los recursos que necesitamos para el proyecto.

Tipo de Recurso	Cantidad/ Tiempo	Precio Unitario	Precio Total
Materiales			
Humanos			
Institucionales			
TOTAL			

El VALOR TOTAL DEL PROYECTO, puede no ser idéntico al MONTO SOLICITADO.

Por ejemplo, el monto solicitado puede ser sólo una parte del valor total. La organización que presenta el proyecto puede “aportar” los gastos institucionales, otra institución puede “aportar” parte de los recursos humanos. Así, finalmente, quién presenta el proyecto sólo solicita el monto equivalente al costo de los “recursos materiales”. Los otros aportes, se denominan “APORTE LOCAL” o contraparte.

Es de observar, que cuando se formula un proyecto, hay que tomar en cuenta los requisitos que exigen las entidades financieras, en el momento de someter a consideración la solicitud hecha por los promotores del proyecto. De esta manera, se facilita su análisis y evaluación, evitando ajustes innecesarios en el documento final.

8.10. Ejecución y seguimiento de un proyecto

La **ejecución-seguimiento** de un proyecto es la fase donde se trata de llevar a la práctica lo previsto en las fases anteriores. Consiste en la intervención transformadora de la realidad o situación que inicialmente se consideró insatisfactoria o problemática. Por tanto, requiere de capacidad para programar, gestionar y coordinar las actividades y llevar a cabo las decisiones de manera acertada, gestionando los recursos (tanto humanos como materiales), el tiempo y el dinero, con criterios de eficiencia y eficacia, para garantizar la consecución de los resultados previstos.

8.11. Evaluación de un proyecto

La **evaluación** es la etapa durante la cual se hace una apreciación sobre el proyecto una vez terminado, seguida de una comparación entre la situación inicial y la final, que permita sacar conclusiones sobre su éxito o fracaso. La evaluación incluye:

4. Una revisión de los objetivos, para verificar si se definieron en función de las necesidades insatisfechas de la comunidad.
5. La verificación del porcentaje logrado de cada objetivo.
6. La determinación de la eficacia, impacto y viabilidad del proyecto.

8.12. El ciclo comunal

El ciclo comunal es un proceso para hacer efectiva la participación popular y la planificación participativa que responda a las necesidades comunitarias y contribuya al desarrollo de las potencialidades y capacidades de

La comunidad. El ciclo comunal comprende de cinco fases:

1. **Diagnóstico:** es la fase que caracteriza integralmente a las comunidades, identifica las necesidades, las aspiraciones, los recursos, las potencialidades y las relaciones sociales propias de la localidad.
2. **Plan:** es la fase que determina las acciones, programas y proyectos que, atendiendo al diagnóstico, tienen como finalidad, el desarrollo del bienestar integral de la comunidad.
3. **Presupuesto:** es la fase que comprende la determinación de los fondos, costos y recursos financieros y no financieros con los que cuenta y requiere la comunidad, destinados a la ejecución de las políticas, programas y proyectos establecidos en el Plan Comunitario de Desarrollo Integral.
4. **Ejecución:** esta fase garantiza el cumplimiento de las políticas, programas y proyectos en espacio y tiempo establecidos en el Plan Comunitario de Desarrollo Integral, garantizando la participación activa, consciente y solidaria de la comunidad.

5. Contraloría social: esta fase es la acción permanente de prevención, vigilancia, supervisión, seguimiento, control y evaluación de las fases del ciclo comunal para la concreción del Plan Comunitario de Desarrollo Integral y, en general, sobre las acciones realizadas por el Consejo Comunal, ejercidas articuladamente por los habitantes de la comunidad, la Asamblea de Ciudadanos y Ciudadanas, las organizaciones comunitarias y la Unidad de Contraloría Social del Consejo Comunal.

8.13. El enfoque del marco lógico

El **Marco Lógico** es un instrumento de planificación que permite estructurar los principales elementos de un proyecto, subrayando los lazos lógicos entre los insumos previstos, las actividades planeadas y los resultados esperados.

El Marco Lógico permite un diseño que satisface tres requerimientos fundamentales de calidad de un proyecto de desarrollo: coherencia, viabilidad y evaluabilidad. Su creciente popularidad se debe al importante hecho de constituir la principal técnica no cuantitativa de análisis científico en el campo de la política del desarrollo. En la actualidad el EML es utilizado por la mayoría de las agencias de cooperación y desarrollo a nivel mundial, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM). Igualmente, el Marco Lógico constituye una herramienta útil y de fácil aplicación, para la formulación del proyecto desde la identificación del problema hasta la elaboración de la Matriz del Marco Lógico, por cuanto no requiere de un conocimiento científico complicado para ser aplicado en comunidades, donde la participación de sus habitantes es fundamental, tanto en la concepción del proyecto como en su ejecución, seguimiento y evaluación.

En resumen, el Marco Lógico ayuda a:

1. Clarificar el propósito y la justificación de un proyecto.
2. Identificar las necesidades de información.
3. Definir los elementos clave de un proyecto.
4. Analizar el entorno del proyecto desde sus inicios.
5. Facilitar la comunicación entre las partes involucradas.
6. Identificar cómo medir el éxito o fracaso del proyecto.

Una idea básica en el EML es no comenzar discutiendo sobre lo que se quiere hacer (las actividades), sino sobre el problema a resolver y lo que se quiere lograr (los objetivos).

8.14. Fases del marco lógico

El proceso del Marco Lógico comprende siete fases, que conforman su estructura metodológica, como se observa en la figura.

1. Análisis de involucrados o de partes interesadas en el proyecto.
2. Análisis de problemas (imagen de la realidad o de la situación actual).
3. Análisis de objetivos (imagen del futuro o de la situación deseada).
4. Análisis de alternativas (comparación de diferentes opciones combinadas para el logro del objetivo del proyecto).
5. Estructura Analítica del Proyecto (EAP).
6. Diseño de la Matriz del Marco Lógico (MML).

7. Evaluación.

8.15. Estructura Metodológica del Marco Lógico

LA ESTRUCTURA DEL MARCO LÓGICO					
Resumen de Objetivos	Narrativo	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos	Presupuesto
FIN El <u>Fin</u> es una definición de cómo el proyecto o programa contribuirá a la solución del problema (o problemas) del sector.		Los indicadores a nivel de Fin miden el impacto general que tendrá el proyecto. Son específicas en términos de cantidad, calidad y tiempo. (grupo social y lugar, si es relevante).	Los medios de verificación son las fuentes de información que se pueden utilizar para verificar que los objetivos se <u>lograron</u> . Pueden incluir material publicado, inspección visual, encuestas por muestreo, etc.	Los supuestos indican los acontecimientos, las condiciones o las decisiones importantes necesarias para la " <u>sustentabilidad</u> " (continuidad en el tiempo) de los beneficios generados por el proyecto.	Indica el costo de cada uno de las actividades.
PROPÓSITO El <u>Propósito</u> es el impacto directo a ser logrado como resultado de la utilización de los Componentes producidos por el proyecto. Es una hipótesis sobre el impacto o beneficio que se desea lograr.		Los indicadores a nivel de Propósito describen el impacto logrado al final del proyecto. Deben incluir metas que reflejen la situación al finalizar el proyecto. Cada indicador especifica cantidad, calidad y tiempo de los resultados por	Los medios de verificación son las fuentes que el ejecutor y el evaluador pueden consultar para ver si los objetivos se <u>están logrando</u> . Pueden indicar que existe un problema y sugieren la necesidad de cambios en	Los supuestos indican los acontecimientos, las condiciones o las decisiones que tienen que ocurrir para que el proyecto contribuya significativamente al logro del Fin.	

	alcanzar.	los componentes del proyecto. Pueden incluir material publicado, inspección visual, encuestas por muestreo, etc.		
<p>COMPONENTES</p> <p>Los Componentes son las obras, servicios, y capacitación que se requiere que complete el ejecutor del proyecto de acuerdo con el contrato. Estos deben expresarse en trabajo terminado (sistemas instalados, gente capacitada, etc.)</p>	<p>Los indicadores de los Componentes son descripciones breves, pero claras de cada uno de los Componentes que tiene que terminarse durante la ejecución. Cada uno debe especificar cantidad, calidad y oportunidad de las obras, servicios, etc., que deberán entregarse.</p>	<p>Este casillero indica dónde el evaluador puede encontrar las fuentes de información para verificar que los resultados que han sido contratados han sido producidos. Las fuentes pueden incluir inspección del sitio, informes del auditor, etc.</p>	<p>Los supuestos son los acontecimientos, las condiciones o las decisiones que tienen que ocurrir para que los componentes del proyecto alcancen el Propósito para el cual se llevaron a cabo.</p>	
<p>ACTIVIDADES</p> <p>Las <u>Actividades</u> son las tareas que el ejecutor debe cumplir <u>para completar cada uno de los Componentes del proyecto</u> y que implican costos. Se hace una lista de actividades en orden cronológico para cada Componente.</p>	<p>Este casillero contiene el presupuesto para cada Componente a ser producido por el proyecto.</p>	<p>Este casillero indica donde un evaluador puede obtener información para verificar si el presupuesto se gastó como estaba planeado. Normalmente constituye el registro contable de</p>	<p>Los supuestos son los acontecimientos, condiciones o decisiones (fuera del control del gerente de proyecto) que tienen que suceder para completar los Componentes del proyecto.</p>	

		la unidad ejecutora.		
--	--	-------------------------	--	--

Bibliografía

-Arrázola M., Annelissie (EMPRENDEDURISMO) SF

-Gutiérrez Betancu, Juan Francisco 2007. Formulación de proyectos.
pachoguti@edufisica.udea.edu.com.

-Crespo A, Marco A 2011 Guía de diseño de proyectos sociales comunitarios bajo el enfoque del marco lógico.

-<http://www.laflecha.net/articulos/empresas/caracteristicas-del-emprendedor-exitoso/>.

-Samaniego, Gustavo SF (Emprendedurismo).

-Revista OIDLES - Vol. 1, Nº 2 2007 Morán Esparza, José Luis.

-Barbosa, Yadira 2007 Para emprender.

-Blog: 1000ideasdenegocios.com, autor: Edwin Amaya, título del artículo: "8 Características que Debe Tener un Emprendedor antes de Iniciar un Negocio", fecha de publicación: 31 de agosto del 2008, dirección de la página de Internet:
<http://www.1000ideasdenegocios.com/2008/08/8-caractersticas-que-debe-tener-un.html>.

-BALESTRINI A, Mirian. 2001. "Como se elabora el proyecto de Investigación". BL Consultores Asociados. Servicio Editorial. Caracas, Venezuela.

-Sitio Web: ceo.cl (clima de emprendimiento organizado) / Fuente: El Mercurio, autor: Patricio Cortés D. Director Ejecutivo del Centro para el Emprendimiento y la Innovación de la Universidad del Desarrollo, título del artículo: "Habilidades de los emprendedores", fecha de publicación: 21 de agosto del 2003, dirección de la página de Internet:
<http://www.ceo.cl/609/printer-36430.html>.

-Moreno, Rene. SF. La conducta ética del emprendedor.

-Bertolini, Gustavo SF Generación de Emprendimientos Productivos, asociativismo y Cooperativismo".

-Martínez, Ricardo 2008 La Idea Innovadora: Evaluación y Selección.