

MANUAL DEL FACILITADOR

Planifique su Empresa



Programa Conjunto “Juventud, Empleo y Migración para reducir la inequidad en Ecuador”.

El programa fue diseñado en cooperación con los Ministerios Coordinador de Desarrollo Social, de Trabajo y Empleo, de Inclusión Económica y Social y de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador. Como tal, es un esfuerzo conjunto de estas entidades del Estado Ecuatoriano y de cinco agencias del Sistema de Naciones Unidas: UNICEF que lidera el programa, PNUD, UNFPA, OIT y OIM.

Para ello, tres componentes organizan las actividades e intervenciones:

- *Apoyo a programas de empleo digno y emprendimientos económicos juveniles.*
- *Políticas e institucionalidad para empleo juvenil, inclusión socioeconómica y migración.*
- *Ejercicio de derechos, ciudadanía y juventud.*

En el marco del primer componente se desarrollan las actividades de Fortalecimiento de la Red de Emprendimiento del AUSTRO: Acudir y Centros Cantonales de Emprendimiento, que promueven los emprendimientos juveniles”

Esta publicación ha contado con el apoyo financiero del F-ODM y el auspicio técnico de la OIT.

Copyright : Organización Internacional del Trabajo, 2012
ISBN:

Primera edición en español, 2012
Impresión, 2012

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual, en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor.

No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción deben formularse las correspondientes solicitudes a la Oficina de Publicaciones (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, solicitudes que serán bien acogidas.

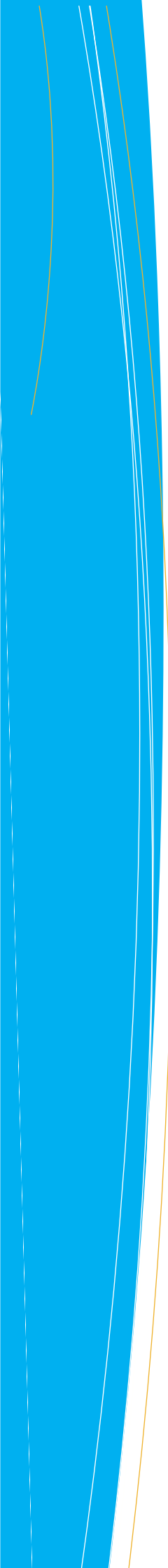
Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respectos de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Elaboración

Rocio Zegarra Paredes
Master Trainer del Programa IMESUN - OIT



El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de la OIT.

Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas, acerca de la manera de hacerlo en nuestro idioma.

En tal sentido y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido que todas las menciones en tal género representan siempre a mujeres y hombres.

CONTENIDO

		PÁG
I	Aspectos generales del PEM	6
II	Conociendo el PEM	8
	¿Qué es el PEM?	
	Objetivos de la capacitación PEM	
	A quien se dirige	
	Componentes del programa PEM	
	Enfoque del programa PEM	
	Metodología del Programa PEM	
	Técnicas didácticas	
III	Organización del Taller	20
	Desarrollo del taller PEM	
	Objetivos del taller	
	Participantes del taller	
	Planificación del taller	
	Duración del taller	
	Organización del Programa	
	Conducción del taller	
IV	Planes de sesión	30
V	Anexos	61

I Aspectos generales del PEM

¿Para quién es este manual?

El Manual del facilitador es para uso regular de los capacitadores PEM de organizaciones colaboradoras, que han recibido el seminario de Formación de Formadores conducido por la OIT o sus representantes.

Los facilitadores del Programa son:

- ✓ Profesionales especializados en los temas de promoción del emprendimiento juvenil o del sector MYPE
- ✓ Funcionarios de instituciones públicas o privadas que dirigen programas de emprendimiento..

Es esencial que sólo un capacitador acreditado en PEM conduzca las actividades de capacitación de este programa.

¿Qué contiene este manual?

Este manual contiene sugerencias para capacitadores PEM. Ofrece pautas para el diseño y aplicación de las intervenciones en la capacitación y proporciona información sobre:

- Número de sesiones del programa PEM.
- Metodología de la capacitación.
- Ejercicios para desarrollar en el aula.
- Duración de los seminarios.
- Planes de sesión sugeridos.

Objetivo de este manual

El objetivo principal es ayudar a los capacitadores PEM, para que brinden actividades de capacitación efectivas y de alta calidad.

PEM acoge sus sugerencias

Siempre hay oportunidad y necesidad de mejorar, de manera que el programa alcance sus objetivos en forma efectiva. La OIT se esfuerza constantemente en mejorar su

programa PEM y reconoce que esas mejoras muchas veces vienen de sugerencias creativas hechas por capacitadores PEM, basadas en sus propias experiencias de campo. De este modo, sus sugerencias y recomendaciones son bienvenidas y altamente valoradas.

Materiales del Programa PEM

Guía del participante

La Guía del Participante está preparada y diseñada para brindar a los participantes una orientación completa de los diferentes temas que deben ser tomados en cuenta para desarrollar su plan de empresa.

Cada participante recibirá una copia de este material al momento de iniciar el proceso de capacitación.

Cuaderno de trabajo

El cuaderno de trabajo, es una guía práctica que le permitirá desarrollar paso a paso el plan empresarial. En esta guía existen ejercicios de reforzamiento, un ejemplo guía para la elaboración de un plan empresarial y los formatos que deben ser llenados por el participante para el desarrollo de su plan de empresa.

Manual del Facilitador

El Manual del Facilitador contiene información básica e instrucciones para el desarrollo de las sesiones, desde la preparación hasta su ejecución.

Encontrará también anexos referidos a los ejercicios que se sugieren sean aplicados en las sesiones, según los temas a abordar, así como lecturas complementarias con mayor información para ser compartida con los participantes.

Planifique su Empresa (PEM)

II Conociendo el PEM

PEM es una adaptación del Manual ISUN que forma parte del programa de formación empresarial IMESUN.

¿Qué es PEM?

PEM es un programa de capacitación dirigido a emprendedores que quieren iniciar una empresa, para lo cual elaboran un plan de empresa. La capacitación GIE-PEM dura 40 horas y en ella se usan metodologías avanzadas de capacitación para adultos.

Objetivos de la Capacitación PEM

Desarrollar y fortalecer, en los participantes, las aptitudes necesarias para iniciar su propia empresa, a través de la validación de su idea de empresa en el mercado, así como la elaboración de su plan de empresa.

A quien se dirige el taller de formación

A emprendedores

La capacitación PEM está dirigida a emprendedores que quieran empezar una micro o pequeña empresa. Para poder beneficiarse plenamente de la capacitación, es deseable que el emprendedor sea capaz de leer, escribir y realizar cálculos básicos. PEM se dirige a hombres y mujeres tanto en zonas rurales como urbanas y tanto jóvenes como adultos.

A Capacitadores

El programa de formación PEM puede ser transferido a profesionales que se encuentren laborando en:

- Instituciones públicas o privadas que trabajan con enfoque de emprendimiento: consultoras, universidades, institutos técnicos.
- Gobiernos locales o regionales
- Proyectos de cooperación.

- El ejercicio como consultores independientes con experiencia en emprendimiento

Es un requisito indispensable que los capacitadores que participan del programa cumplan al menos las siguientes características:

- a) Experiencia en el manejo de metodologías participativas de aprendizaje
- b) Conocimiento y experiencia en formulación de planes de empresa
- c) Capacidad asertiva y de motivación.

A quien se dirige el manual del capacitador

El Manual del Facilitador está diseñado para capacitadores, facilitadores y asesores involucrados en la capacitación y promoción de emprendimientos.

Esta manual reforzará las capacidades y aptitudes de los capacitadores para:

1. Comprender los métodos y procesos de las actividades de pre-post capacitación del ISUN Participantes.
2. Motivar, asesorar y capacitar a los participantes en los aspectos relacionados con el plan de empresas.

Componentes del Programa

La capacitación PEM está diseñada para asistir al emprendedor en:

- ✓ Desarrollar su plan de empresa

Enfoque del Programa PEM

El Programa:

- ✓ **Está orientado a la acción**, los contenidos de las sesiones así como los principios de aprendizaje se basan en las experiencias de los participantes. Al final de cada módulo, se debe concluir con la elaboración de una sección del Plan de Empresa.
- ✓ **Es directo y participativo**, se promueve el aprendizaje interactivo, se fomenta el apoyo común y la interacción entre los participantes, quienes comparten experiencias, lo que enriquece el contenido del programa de Participantes.
- ✓ **Desarrolla habilidades progresivamente**, se inicia estableciendo habilidades básicas que requiere el emprendedor y sigue con conocimientos más avanzados requeridos para la elaboración de un plan de empresa.

- ✓ **Combina la experiencia y conocimientos** de los facilitadores con los jóvenes.
- ✓ **Es adaptable a situaciones locales y regionales**, realiza visitas de campo y desarrolla ejemplos de la economía ecuatoriana.
- ✓ **Contiene una visión de Género** el programa incorpora una propuesta explícita del tema de equidad de género, que se expresa en los materiales de formación y en la forma como desarrolla su contenido el facilitador.

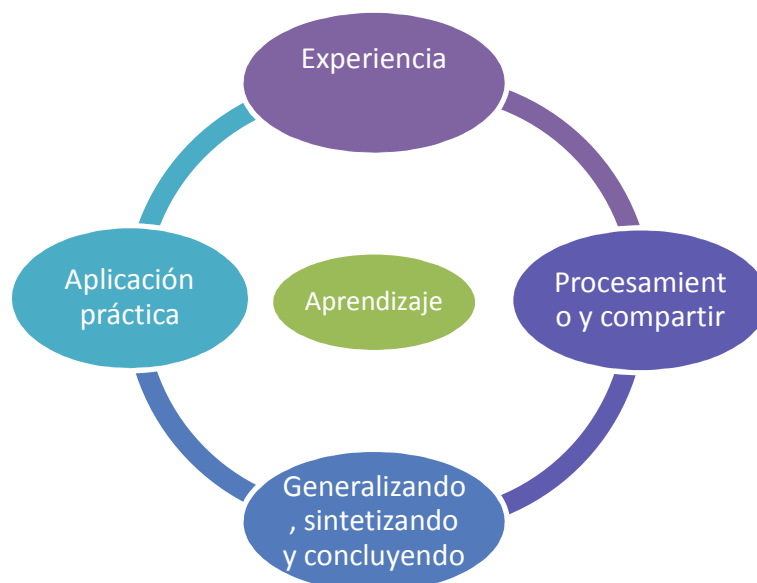
Metodología del Programa PEM

El programa PEM involucra aprendizaje por acción. Esto significa que los participantes adquieren nuevos conocimientos y puntos de vista aplicándolos a sus propias experiencias personales.

Durante este módulo los participantes son guiados en el análisis personal así como en la propuesta de ideas de empresas, a través de ejemplos prácticos y de posterior aplicación en campo.

El Programa PEM basa su metodología de aprendizaje en experiencias, reconociendo plenamente la necesidad de aprender haciendo y que las personas aprenden de diferentes formas.

Ciclo del Aprendizaje (David Kolb)



Para lograr el objetivo de aprendizaje se deben de diseñar espacios y momentos para cada una de las cuatro etapas de este ciclo, sólo cuando logramos desplegar las cuatro dimensiones hemos logrado cerrar el ciclo del aprendizaje.

En el PEM, el ciclo del aprendizaje puede comenzar a resolverse desde la experiencia o desde la generalización que es la parte conceptual, pero siempre se tiene incidencia en los cuatro momentos.

Revisemos estos momentos:

	Experiencia <ul style="list-style-type: none">• Denominada también observación, experimentación o vivencia de una situación concreta. Tomar contacto con el problema otorga la relevancia y el sentido del aprendizaje.
	Procesar <ul style="list-style-type: none">• Es el tránsito entre la experiencia y la teoría, pasa por una etapa de reflexión y análisis crítico sobre una realidad o experiencia concreta que permite articular lo vivido con los conceptos o modelos abstractos.
	Generalizar <ul style="list-style-type: none">• Es la parte de los conceptos y la teoría, es la base de la transferencia a situaciones nuevas y futuras
	Aplicar <p>Proyección de los conceptos y teorías a situaciones concretas trasladadas al quehacer de participante.</p>

Técnicas didácticas

Las técnicas didácticas son los procedimientos que nos ayudan en el desarrollo del ciclo del aprendizaje.

Las técnicas utilizadas en el taller de formación PEM son los siguientes:

- Conferencia
- Lluvia de ideas
- Ejercicios
 - ejercicio grupal
 - ejercicio individual
- Estudio de caso
- Juego de roles.
- Dialogo didáctico
- Análisis crítico de videos

A continuación presentamos en qué consiste cada una de ellas

Conferencia

De qué se trata:	<i>Una conferencia incorpora una variedad de técnicas y permite la participación de los asistentes. La participación sugerida está dada en la forma de las preguntas que hace a los alumnos y sus respuestas, las preguntas que ellos le hacen a y sus respuestas, y breves períodos de discusión abierta entre los puntos que se toquen.</i>
Cuándo emplearla	<i>El método de la conferencia es ideal para explicar o enseñar conceptos y principios con los cuales los participantes no están familiarizados y proporcionar información relacionada al tema.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Ayudará a que los participantes adquieran conocimientos.</i>
Ventajas:	<i>La estructura de los contenidos se diseñan previo al desarrollo. El tiempo para la sesión puede ser, por lo tanto, trabajado con precisión.</i>
Desventajas:	<i>La participación es limitada y por tanto el mantener vivo el interés de los participantes es difícil. La asimilación de conocimientos por los participantes podría, por lo tanto, ser restringida.</i>
Puntos a considerar al utilizarla:	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los contenidos de la conferencia deben de ser preparados con anticipación. En el diseño debe de tomar en cuenta el objetivo de aprendizaje y el perfil de los participantes.</i> • <i>Prepare una guía de preguntas que permita que los participantes ser sujetos activos en durante la sesión, motive su participación.</i> • <i>Los alumnos tienen la oportunidad de participar pero si no lo hacen, la comunicación será solamente un camino y la sesión puede que no alcance el objetivo.</i> • <i>Igualmente, solamente pocos participantes pueden ser los que hagan preguntas. Otros pueden tener preguntas pero se cohiben de hacerlas. Siempre motive a todos los participantes a hacer preguntas. Responda todas las preguntas aún cuando puedan ser repetidas.</i> 	

Lluvia de ideas

De qué se trata:	<i>Lluvia de ideas es un método para generar ideas. Su objetivo es estimular a los participantes a encontrar diferentes maneras de tratar un problema dado. Ud. formula un problema o una pregunta la cual puede ser abordada de diferentes formas y pide a los participantes que piensen en todas esas posibilidades. Por ejemplo, al enseñar 'promoción' Ud. puede pedir a los participantes que generen ideas sobre las formas de promover sus productos. El objetivo de la tormenta de ideas es producir una lista de alternativas de soluciones/respuestas y luego discutir los méritos y deméritos de cada solución.</i>
Cuándo emplearla	<i>La lluvia de ideas es ideal emplearla para encontrar una solución práctica a un problema. En capacitación, también es utilizado para ayudar a los participantes a que aprendan partiendo de sus propias experiencias. Como método de capacitación, la tormenta de ideas es empleada cuando los participantes tienen ideas acerca de cómo puede resolverse un problema en particular.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Los participantes aprenden partiendo de sus propias experiencias. Además, aprenden a elegir entre varias alternativas de solución</i>
Ventajas:	<i>La tormenta de ideas produce un alto nivel de participación. Además permite que la sesión sea muy dinámica y estimula la creatividad.</i>
Desventajas:	<i>Es una técnica que toma tiempo.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Durante la tormenta de ideas, el enfoque debe dirigirse a la generación de ideas y no a la discusión de las ideas.</i> • <i>Centre su atención en conseguir la mayor cantidad de ideas posible.</i> • <i>Asegúrese que todos participen solicitando ideas a aquellos que están en silencio.</i> • <i>No debe permitir críticas. La evaluación de las ideas viene después.</i> 	

Ejercicios

De qué se trata:	<i>Se solicita a los participantes a emprender una tarea en particular que requiere resultados. Un ejercicio es usualmente una práctica o un prueba de los conocimientos aprendidos antes de realizar un ejercicio y puede hacerse en forma grupal o individual.</i>
Cuándo emplearla	<i>Un ejercicio es empleado después que los participantes hayan aprendido una parte específica de conocimientos o luego de haber cubierto un tema.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Un ejercicio es una forma activa de aprender ya que los participantes practican las técnicas que se les ha impartido y tratan de aplicar el conocimiento aprendido en la búsqueda de soluciones. Los ejercicios también ayudan al capacitador a evaluar cuánto han asimilado los</i>

	<i>participantes.</i>
Ventajas:	<i>Permite hacer aplicaciones prácticas durante la sesión, y se tiene la oportunidad de verificar los niveles de aprendizaje</i>
Desventajas:	<i>Que no todos los participantes pueden contar con la asesoría.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <p><i>Algunos participantes requerirán más esfuerzo. Ud. deberá brindarle las orientaciones e indicaciones apropiadas pero no las soluciones.</i></p>	

Estudio de caso

De qué se trata:	<i>Un estudio de caso es la historia sobre un hecho o serie de circunstancias con detalles apropiados que los participantes deberán examinar y comprender. Los participantes analizarán y diagnosticarán las causas de un problema en particular (o problemas) planteados en el estudio de caso. Más adelante se les podría pedir que resuelvan el problema(s).</i>
Cuándo emplearla	<i>Un estudio de caso es ideal emplearlo para demostrar la aplicación de varias técnicas en situaciones reales que los participantes probablemente enfrenten.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Un estudio de caso simula situaciones que los participantes puede ser que enfrenten día a día en sus empresas. Por tanto prepara a los participantes a encarar situaciones similares o parecidas en la vida real.</i>
Ventajas:	<i>El método de estudio de caso ayuda a los participantes a ver el problema o conjunto de circunstancias libre de las presiones de un problema o hecho actual. Le proporciona la oportunidad del intercambio de ideas y generación de alternativas de soluciones a problemas que ellos enfrentarán en sus empresas.</i>
Desventajas:	<i>En la vida real, las situaciones o hechos diferirán de aquellos planteados en los estudio de caso. Los participantes pueden llevarse una impresión errónea de las situaciones de la vida real.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <p><i>Ud. debe enfatizar que las decisiones tomadas en la clase práctica puede diferir de aquellas que se tengan que hacer ya en el campo en una situación real.</i></p>	

Juego de roles

De qué se trata:	<i>Un juego de roles es una dramatización de una situación que podría ocurrir en la vida real. Se solicita a los participantes que asuman roles específicos en situación dada. El objetivo es practicar el tratamiento directo de situaciones empresariales reales. La situación dramatizada es discutida por todos los participantes en un foro abierto para presentar a todos cómo las situaciones podrían ser tratadas de diferentes formas.</i>
Cuándo emplearla	<i>Un juego de roles es ideal emplearlo para demostrar la aplicación de situaciones que nos llevan a un conflicto, que nos permiten visualizar desde lo correcto o incorrecto una situación dada.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Los participantes practican situaciones cercanas a la vida real bajo la protección de la orientación del capacitador y reciben consejos o críticas constructivas y opiniones de sus colegas. Esto ayuda a los participantes a aprender lo mejor a través de la práctica y a obtener pautas de cómo reaccionar en situaciones de la vida real.</i>
Ventajas:	<i>El juego de roles ayuda a dar confianza a los participantes en el enfrentamiento a situaciones empresariales actuales</i>
Desventajas:	<i>En la vida real, las situaciones o hechos diferirán de aquellos planteados en el juego de roles. Los participantes pueden adoptar una impresión errónea de situaciones de la vida real. Ellos podrían no darse cuenta que las decisiones tomadas en la situación de práctica son diferentes de aquellas que tengan que hacerse sobre el terreno en una situación real.</i>
Puntos a considerar al utilizarla:	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los participantes pueden avergonzarse y su confianza puede verse disminuida antes que incrementada.</i> • <i>Algunos participantes pueden entusiasmarse en el desempeño de sus roles haciendo que todo el juego de roles sea una farsa y algo que no sea tomado en serio.</i> • <i>Ud. debe moderar el juego de roles para evitar que esto ocurra.</i> 	

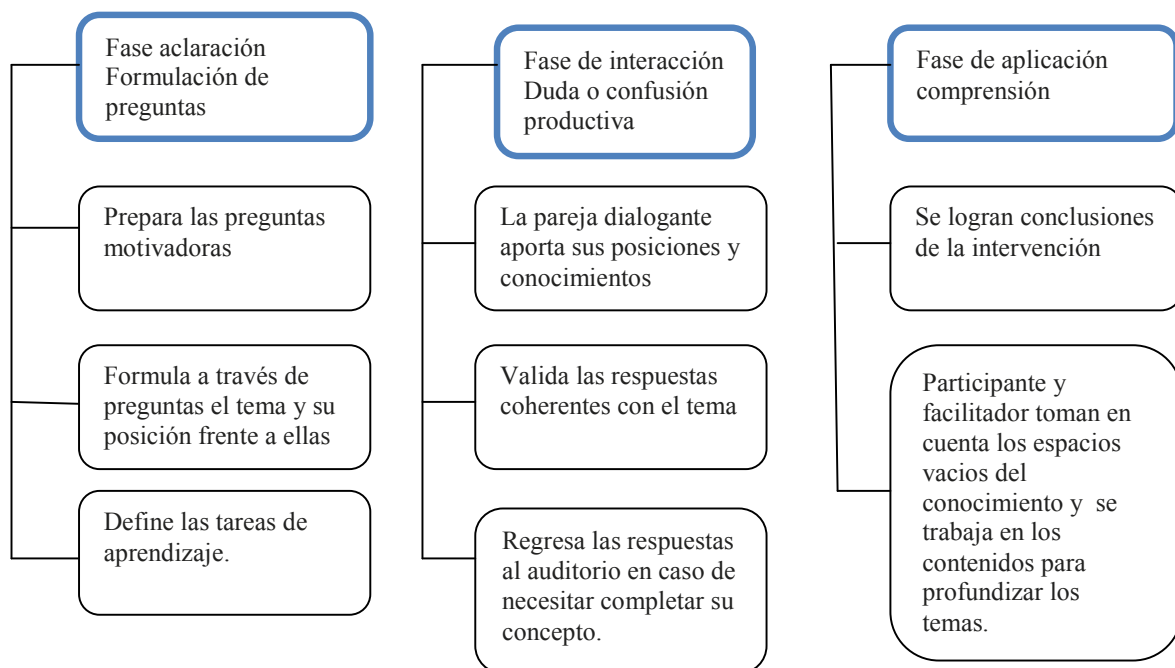
Diálogo didáctico

De qué se trata:	<i>Conocimientos, ideas y opiniones acerca de un tema en particular son intercambiadas libremente entre los participantes y el capacitador. En una discusión abierta, el capacitador facilita y controla la discusión mientras todos participan. En una discusión grupal, los participantes son divididos en grupos pequeños. El tema es discutido libremente por cada grupo. El capacitador circula</i>
-------------------------	--

	<i>por todos los grupos como un observador y realiza las acotaciones apropiadas dónde y cuándo es necesario. Los grupos se vuelven a juntar y la conclusión de cada grupo es discutida en un foro abierto.</i>
Cuándo emplearla	<i>El diálogo didáctico es ideal emplearla para analizar una situación dada y reforzar los conceptos y la comprensión de los participantes a través del intercambio de puntos de vista con los otros. Es utilizado cuando los participantes tienen un conocimiento anterior acerca del tema en discusión</i>
Qué es lo que logrará:	<i>El diálogo didáctico, al permitir el intercambio de experiencias, produce cambios en las actitudes de los participantes.</i>
Ventajas:	<i>El diálogo ofrece la oportunidad al capacitador de hacer una retroalimentación acerca de la forma en la que los participantes pueden aplicar los temas aprendidos.</i>
Desventajas:	<i>Los participantes pueden salirse del tema o no poder discutirlo provechosamente.</i>

Puntos a considerar al utilizarla:

- *Puede ser que los participantes se pongan obstinados y determinen aferrarse a sus opiniones y/o actitudes en lugar de disponerse a cambiarlas.*
- *Ud. requiere controlar la estructura, dirección y proceso de la discusión para evitar estas situaciones.*
- *Tomar en cuenta las siguientes fases de aplicación del diálogo didáctico:*



Análisis crítico de un video

De qué se trata:	<i>Se inicia con la presentación de un video, y luego de la observación se trabaja con el contenido para dejar al descubierto las ideas principales, los argumentos que las soportan, la coherencia entre ellas, los errores y contradicciones. Todo esto sirve de fundamentación para la realización del análisis crítico. Al ejecutar la técnica, se debe tener presente utilizar un video que corresponda al objetivo de aprendizaje.</i>
Cuándo emplearla	<i>El análisis crítico es ideal emplearlo para iniciar el desarrollo de un tema</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Proceso de reflexión frente a una situación dada y que motive el análisis y conclusiones desde lo visualizado.</i>
Ventajas:	<i>Permite desarrollar posiciones diferentes a la propia. Desarrolla la capacidad de comprensión, asimilación, análisis y evaluación. Ayuda la reflexión identificando ideas o conceptos importantes. Contribuye al mejorar el enlace entre situación dada y la vivencia personal Fomenta la creatividad cognitiva</i>
Riesgos:	<i>Que la discusión se concentre en los detalles y no en el tema de fondo Que algunos hayan visualizado anteriormente el video perdiendo el interés en el análisis.</i>

Puntos a considerar al utilizarla:

Elaborar un esquema que contenga:

- *Introducción: donde se expone la idea central de la crítica.*
- *Desarrollo: debe contener las ideas principales de la crítica que se realiza al video. Además, las ideas secundarias con ejemplificaciones, descripciones, inferencias, entre otras.*
- *El facilitador debe preparar una guía de preguntas que permita recoger los aspectos importantes a ser trabajados*
- *Considerar el tiempo del video, debe ser corto y acotado al tema que se aborda en la sesión.*
- *Conclusiones: a las cuales se llega respecto a la obra evaluada, luego de ejecutar el análisis.*
- *La conversación debe ser con un lenguaje sencillo, directo y propio.*
- *Es importante recordar, que no se puede criticar una idea, posición o formulación de conceptos si no se tienen claros los elementos intrínsecos, del tema a evaluar.*

GUIA PARA EL ANALISIS CRÍTICO DE UN VIDEO Y/O SPOT PUBLICITARIO.

Preguntas orientadoras

Trama, título, enigma:

1- *¿De qué trata este video? ¿A qué se refiere?*

2- *¿Cuál es la relación entre el video y el título? ¿Qué enigmas crea el título?*

Apertura

3. *¿Por qué empieza el video de la manera que lo hace? ¿Qué expectativa despierta en la audiencia?*

El desarrollo del video o spots publicitario:

4. *Describe Personajes y sus acciones. Describe el o los ambientes en que se desarrolla el video, decorados, paisajes y objetos.*

5. *¿Este video es la historia de quién?*

6. *¿Cuál es la relación entre el sonido y la imagen? De ejemplos de escenas o secuencias específicas.*

7. *¿Cuál es la importancia o relevancia del diálogo en el video? De ejemplos.*

8. *¿Cuáles secuencias consideras más significativas dentro del desarrollo de la historia? ¿Por qué?*

El espectador:

9. *¿Le impacta alguna escena? ¿Por qué?*

10. *¿Hay relaciones especiales entre lo visualizado y su vivencia personal?*

11. *¿Qué aspectos propone, enfatiza o critica el video?*

12. *¿Hay un mensaje coherente? ¿Cuál es?*

Cierre:

13. *¿En qué imagen termina el video? Explique el efecto que pretende crear en el espectador*

14. *¿Qué aprendizaje nos deja este video?*

III ORGANIZACIÓN TALLER DE CAPACITACION



DESARROLLO DEL TALLER PEM

A continuación presentamos un breve resumen de la secuencia general del taller de capacitación PEM.

FASES	ETAPAS	PROCESOS	FINALIDAD
ANTES de iniciar el taller de capacitación PEM	DELIMITAR la acción Finalidades. Metas. Objetivos. Intención. Perfiles. Resultado	APLICAR Y ANALIZAR Ficha de evaluación del participante	Para determinar el perfil de los participantes del taller PEM
	PREPARAR el plan de sesión Contenidos. técnicas, medios y sistemas de evaluación	DISEÑAR y elaborar recursos técnicos y didácticos	Para apoyar el logro de los objetivos de aprendizaje
DURANTE el taller PEM	DESARROLLAR y organizar secuencias de aprendizaje	DESARROLLAR el taller de formación	Para desarrollar las secuencias de aprendizaje Valorar los resultados parciales Hacer ajustes necesarios e incorporar mejoras
DESPUES del taller PEM	EVALUAR La acción	EVALUAR el taller de formación: diaria y final	Para conocer los resultados del aprendizaje y aplicación de los conocimientos en el plan de empresa Para saber el nivel de satisfacción de los participantes
		SEGUIMIENTO comprobar los resultados alcanzados	Comprobar si logro pasar a la etapa de implementación de la empresa.

Objetivos del Taller

El objetivo del Taller es que los emprendedores adquieran conocimientos y destrezas básicas en la elaboración de un plan de empresa, que permita generar nuevas empresas innovadoras, flexibles y sostenibles.

Participantes del taller

Es importante antes de iniciar el seminario de formación se identifiquen las necesidades de los participantes, de esta manera podremos ayudarlos a que el taller cubra sus expectativas.

Para ello, utilizaremos la ficha de Análisis del participante .- Anexo 1- Este instrumento contiene la siguiente información:

- ✓ Datos personales (Nombre, edad, domicilio, etc...)
- ✓ Grado de Instrucción
- ✓ Experiencia en el manejo de un empresa

Para el Programa PEM, es clave el proceso de selección de los participantes, algunos de ellos pueden provenir del taller GIE, pero otros participantes pueden inscribirse directamente en el taller PEM.

Por ello el proceso de selección se basa fundamentalmente en los siguientes criterios:

- ✓ Potencialidad emprendedora personal: compromiso personal con su idea empresarial, antecedentes familiares en el manejo de empresas, antecedentes personales laborales o empresariales
- ✓ Claridad en su idea empresarial: cuenta con conocimientos o experiencias previas en la idea empresarial que propone implementar.
- ✓ Compromiso financiero: el emprendedor cuenta con algunos recursos para arriesgar en su emprendimiento.

Es deseable que para el proceso de selección de los participantes al taller PEM se haga una entrevista previa, esto permitirá completar la información de la ficha de inscripción en el programa.

De no ser factible el proceso de entrevista, se procederá a evaluar al participante con la información de la ficha de inscripción. Para este proceso de evaluación se proponen rúbricas que se encuentran en el anexo 2.

Planificación del seminario

Sugerencias iniciales

Tome en cuenta las siguientes recomendaciones para desarrollar el seminario de capacitación:



- ✓ Revise los planes de sesión. Prepare cada uno de los temas que va desarrollar durante el seminario.
- ✓ Programe un tiempo suficiente para cada módulo, para que los participantes puedan intercambiar sus experiencias, discusiones, etc



- ✓ Utilice juegos y ejercicios prácticos relacionados con su realidad, para que sea una sesión activa donde ellos sean capaces de asimilar y comprender cada módulo
- ✓ El seminario prioriza la aplicación práctica, las exposiciones del facilitador tienen un menor tiempo.

Duración del taller

El Programa está estructurado en 72 horas de capacitación y asesoría, tiene 18 sesiones presenciales de 4 horas cada una que incluye sesiones de capacitación y asesoría grupal o virtual.

- ✓ 18 sesiones de 4 horas cada una:
- ✓ Si son sesiones interdiarias son 6 semanas de formación:
- ✓ Si son diarias son un 4 semanas de formación

Sin embargo, este tiempo sugerido debe ser ajustado tomando en consideración las necesidades de los participantes. Para el cálculo del tiempo sugerimos tomar en cuenta:

- ✓ Habilidades de aprendizaje que tienen los participantes.
- ✓ La metodología utilizada.
- ✓ Las pautas que dio el análisis de capacitación.

Cuando planifique el plan de sesión se deberá tomar en cuenta:

- ✓ Ceremonia de inauguración y clausura del seminario.
- ✓ Desarrollo de los contenidos del manual del participante
- ✓ Ejercicios, dinámicas, etc.
- ✓ Descansos
- ✓ Evaluaciones diarias

Organización del Programa

Número de sesión	Hora	Contenido	Logro del participante
Primera	4	Autoevaluación como empresario Flujo de caja personal Idea de empresa	Plan de desarrollo personal Redacta la idea de empresa
Segunda	4	Mercadotecnia Conociendo a tus clientes Elaboración de instrumento de recojo de información de clientes	Desarrolla instrumento de recojo de información de clientes. Cuenta con información de clientes.
Tercera	4	Conociendo a los competidores Elaboración práctica de recojo de información a competidores	Desarrolla instrumento de recojo de información de competidores. Cuenta con información de competidores
Cuarta	4	Plan de mercadeo Introducción a las 5 ps producto, precio, plaza y persona Producto Precio Plaza	Definición de producto Análisis de precio respecto de la competencia Ubicación de plaza
Quinta	4	Promoción Persona Estimado de Ventas	Determina el tipo de promoción a emplear en su empresa Estrategias de fidelización del cliente Realiza el cuadro de proyección de ventas
Sexta	4	Organice su empresa Personal Estructura organizativa Organización del proceso de producción	Definición del personal para la empresa Desarrollo del organigrama Información para la producción
Séptima	4	Diseño del proceso de producción / equipos y herramientas Materias primas	Definen el diseño de su proceso de producción y las herramientas necesarias
Octava y novena	8	Costos y gastos Costos de inversión: se realizan antes que se inicie el empresa. Costos de producción: personal, materias primas e insumo. Costos de administración y venta: personal, alquiler, gastos de oficina, etc. Costos de capital y depreciación	Han determinado los costos de sus productos o servicios
Décima y Décimo primera	8	Ejercicio de costos estimados mensuales Costos directos y costos indirectos Precio unitario	Han calculado el capital inicial.

		<i>Proyección plan de ventas</i>	
Décimo segunda	4	<i>Estimando el capital inicial Fuentes de capital Necesidades financieras</i>	<i>Determina fuentes de financiamiento del empresa Cuenta con plan de financiamiento</i>
Décimo tercera y Décimo cuarta	8	<i>Plan financiero Plan de ventas y costos Plan de flujo de caja</i>	<i>Aplicación práctica de plan de ventas y costos</i>
Decimo quinta	4	<i>Forma legal de su empresa</i>	<i>Determina la forma de constitución del empresa</i>
Decimo sexta	4	<i>Elaboración del resumen ejecutivo Organización del Plan de empresa</i>	<i>Organizan el plan de empresa</i>
Décimo séptima	4	<i>Plan de implementación del empresa</i>	<i>Cuentan con el plan de 4 meses para la implementación del empresa.</i>
Décimo octava	4	<i>Presentaciones planes de empresa</i>	<i>Presentación final del plan de empresa</i>
Total	76	<i>Capacitación mpresencial</i>	

Diseño de los planes de sesión

En el manual encontrará planes de sesión recomendados para cada tema del PEM. Los planes de sesión han sido diseñados considerando la distribución del tiempo, la importancia de los variados sub-temas, y las características del emprendedor 'promedio' que no tiene un nivel educativo alto o que no tiene capacitación empresarial previa.

Los planes de sesión recomendados están diseñados para usarse con los manuales del PEM como material de capacitación. Además, podrá usar siempre materiales específicos que considere apropiados para el grupo de trabajo.

Sin embargo, le sugerimos preparar sus propios planes de sesión adaptado a su propio estilo y a las necesidades actuales de capacitación de los emprendedores. Tome en cuenta: los resultados de la ANC, la pertinencia de incorporar algunos ejercicios, o profundizar en algunos contenidos.

Conducción del taller de capacitación

Su primera tarea es aliviar la tensión y establecer una atmósfera amigable que conduzca al aprendizaje.

Recuerde que los jóvenes empresarios tienen muchas expectativas en el curso. Ellos pueden no estar seguros si el tiempo que emplearán en el seminario va a estar bien empleado. Por tanto es de suma importancia crear al principio una atmósfera de confianza en que el seminario, en efecto, será de ayuda substancial para ellos, en el mejoramiento de sus empresas.

Una de las claves para un seminario efectivo y exitoso es el alto nivel de participación de todos de los capacitados. Arregle los asientos de modo que todos los participantes puedan ver las caras como sea posible. No sienta a los participantes de manera que la única cara que vean sea la suya.

1. Dé la bienvenida a los participantes

- ✓ La bienvenida puede ser encargada a los organizadores del evento, esta debe ser breve y debe el marco en que se desarrolla la actividad.
- ✓ Se recomienda hacer una breve explicación de cómo será conducido el taller, a cargo de quienes estará y que se espera luego de terminado el proceso.

2. Presentación del facilitador

- Desarrolle una presentación sencilla, que haga mención a su experiencia y trayectoria en el tema que se viene abordando. Si tiene co-facilitadores o apoyo logístico es la oportunidad para que ellos también se presenten.

3. Presentación de los participantes y nivelación de expectativas

Solicite a los participantes que se presenten y al mismo tiempo a expongan lo que esperan del seminario. Estas presentaciones pueden hacerse interesantes en una variedad de formas, por ejemplo:

- Se puede solicitar a los empresarios que se sienten en parejas y que se presenten el uno al otro. Cada uno luego se dirige a la audiencia unos minutos para presentar a su compañero diciéndole al grupo sus antecedentes, qué empresa tiene, expectativas acerca del seminario, etc.
- Los participantes pueden sentarse en círculo. Ud., el capacitador, tiene una bola la cual sostiene mientras se presenta a sí mismo. Al final de su presentación, Ud.

expone sus expectativas acerca del seminario. Reitere que todos los demás luego de Ud. deberán exponer sus expectativas acerca del seminario. Luego de eso, Ud. lanza la bola a cualquier persona del círculo. Aquel que agarre la bola es el siguiente en hacer su presentación.

Escriba las expectativas expuestas en una lámina o en la pizarra durante las presentaciones.

4. Revise las expectativas de los participantes

- Tome nota de las expectativas mencionadas por los participantes, y luego analice cada una de ellas, aclare si serán tratadas o si están fuera del alcance del taller.
- Exhiba las láminas en un lugar donde todos las puedan ver. Manténgala allí hasta el plenario, al final del taller para ver qué expectativas han sido cumplidas.

5. Explique los objetivos del taller y el horario

- Discuta los objetivos del taller
- Asegúrese que todos los participantes entiendan y estén de acuerdo con los objetivos.
- Brinde información acerca de los antecedentes del programa de capacitación GIE-PEM, aclare que es una edición adaptada a la realidad de Ecuador y que se enmarca en el programa mundial de IMESUN, presente los objetivos, componentes y metodología.
- Explique el programa del taller.
- Asegúrese que el horario (incluyendo los cortes) se entienda correctamente.
- Acentúe la importancia de la puntualidad y la asistencia a todas las sesiones.
- Explique las ceremonias de apertura/clausura.

6. Conduciendo las sesiones para temas del PEM

El facilitador debe usar planes de sesión. Esta es la única manera de establecer los objetivos de la sesión, que los puntos importantes no queden fuera, y que las necesidades de capacitación identificadas sean cubiertas. El seguimiento de un plan de sesión pre-diseñado asegura que Ud. presente su trabajo en forma sistemática y profesionalmente. Planes de sesión recomendados para cada tema PEM se encuentran en este manual.

Prepárese bien con anticipación. Algunos facilitadores creen que material de este tipo ayuda a que ellos sólo inviertan pocos minutos en la preparación de cada sesión. Sin embargo, este no es el caso. Es recomendable que Ud. siga los pasos a dar antes del

taller cuidadosamente antes de dictarlo, basado total o parcialmente en el material proporcionado en esta guía.

7. Evaluación diaria

Al final de cada día del taller, solicite a los participantes a que realicen sus propias evaluaciones del mismo.(Anexo 2: Evaluación diaria)

Al inicio de cada sesión del día siguiente, Ud. debe comenzar efectuando una revisión a la evaluación del día anterior, a esto se le llama hilo conductor. .

Asegúrese que no haya problemas administrativos que perturben a los participantes de modo que su atención no se distraiga del aprendizaje.

8. Evaluación final del taller

Al final del taller, pida a los participantes hacer su propia evaluación del seminario. Analice los comentarios hechos por cada participante en su 'Formato de Evaluación Final del Seminario (Anexo 3: Evaluación final del taller).

Lea más acerca de la 'Evaluación Final del Seminario' y 'Cómo analizar las respuestas del Formato de Evaluación del Seminario.

No olvide finalizar con el Informe de Actividades del GIE luego de la culminación del taller y hacérselo llegar a la institución contratante.

Recuerde llenar los formatos de informe para ser presentados a su Master Trainer para asegurar su crecimiento como facilitador en el ciclo de acreditaciones de la OIT.

9. Planes empresariales

Recuerde, uno de los principales objetivos del taller para los jóvenes participantes es 'tomar acción' - aplicando sus nuevos conocimientos en la elaboración de un plan empresarial.



**IV Taller de
Capacitación
Planes de sesión**

Desarrollo del Programa

Estructura y contenidos de la primera sesión:

Objetivo específicos:

- ✓ Conocer las expectativas de los participantes y alinearlas con el objetivo del taller.
- ✓ Introducir la importancia del Plan de empresa al momento de emprender nuevas iniciativas emprendedoras.
- ✓ Realizar un proceso de autoevaluación y plan de mejora personal
- ✓ Definir el tipo de empresa que implementará el emprendedor

Duración de la sesión: 4 horas

Ayudas administrativas y de enseñanza:

- ✓ Programa de capacitación, incluyendo los horarios para ser presentado a los participantes.
- ✓ Reglamento interno de participación
- ✓ Tarjetas de colores
- ✓ Manuales para los participantes
- ✓ Formatos de registro de asistencia.
- ✓ Contar con actividades de deshielo y vitalizadores para ser introducidos en la sesión cuando lo considere necesario.
- ✓

Plan de la Primera sesión:

Tiempo	Contenidos	Métodos																
5 minutos	Bienvenida al Programa	Exposición																
35 minutos	Presentación de los participantes declaración de expectativas:	<p>Trabajo individual, el facilitador entrega 4 tarjetas de colores para que los participantes respondan las siguientes preguntas:</p> <p>Nombre (color 1) Idea de empresa (color 2) Experiencia en el temas relacionados a la idea propuesta (color 3) ¿Qué espera del taller? (color 4)</p> <p>Luego que las tarjetas son llenadas por los participantes el facilitador invita a que cada uno de manera voluntaria lea sus tarjetas, las mismas que son pegadas por el facilitador en el panel.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre</th> <th>Idea de Empresa</th> <th>Experiencia</th> <th>¿Qué espera del taller?</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Nombre	Idea de Empresa	Experiencia	¿Qué espera del taller?												
Nombre	Idea de Empresa	Experiencia	¿Qué espera del taller?															
	Presentación del objetivo del taller y contenido del programa. Nivelación de expectativas	El facilitador presenta el objetivo del taller y procede a revisar las expectativas de los participantes haciendo una breve reflexión acerca si estas pueden ser satisfechas o no. En caso fueran diferentes al objetivo planteado deben ser conversadas y aclaradas.																
20 minutos	Presentación del video motivacional descubriendo nuevos mundos	Se presenta el video y se conversa con los participantes sobre la importancia de desplegar comportamientos emprendedores para lograr un objetivo. http://www.youtube.com/watch?v=k1hAp4Vr3LA																
40 minutos	Emprendiendo Empresas: Idea Emprendedor Plan de empresa	<p>Presentar a los participantes los 3 pilares del emprendimiento: Idea, Emprendedor y Plan de empresa.</p> <p>Luego de revisar el concepto de plan de empresa, desarrollar el siguiente trabajo en grupo: organizar a los participantes en tres grupos, quienes deberán responder una de las siguientes preguntas:</p> <p>Grupo 1: ¿Porque es necesario contar con un plan de empresa? Grupo 2: ¿Qué ventajas representa para mi empresa contar con un plan? Grupo 3: ¿Qué problemas tendría mi empresa si no cuento con un plan?</p> <p>Una vez concluido el trabajo se invita a los integrantes a socializar sus resultados. Escuchar los comentarios y sugerencias de los otros grupos</p> <p>Concluir este proceso conceptualizando el punto 1.2. del manual ¿Por qué es importante un plan de empresa? Seguido de una presentación de las partes del plan de empresa. (preparar un power point o tarjetas para las partes del plan de empresa).</p>																
30 minutos	Idea de empresa	Para iniciar el desarrollo de este punto : Preguntar a los participantes: ¿qué es una empresa? ¿ qué tipos e empresas conocen? Con respuestas de los participantes construir el concepto de empresa y clasificación de los tipos de empresas.																

Tiempo	Contenidos	Métodos
15	Trabajo individual	Cada uno de los participantes deberán responder el ejercicio de tipos de empresa y facilitador pedirá socializar las respuestas de manera aleatoria.
90 minutos	Aplicación en el empresa	Cada uno de los participantes deberá explicar qué tipo de empresa piensa iniciar, para lo cual deberá revisar su plan de idea de empresa. En esta etapa el facilitador debe brindar asesoría a cada uno de los participantes para asegurar que esté bien llena esta primera parte del plan. (el facilitador podrá apoyarse en un ejemplo previamente preparado).
5 minutos	Evaluación	Utilizar el humorómetro para evaluar la sesión del día.

Plan de la segunda sesión

Objetivo:

Al finalizar esta sección, los participantes, cuentan con:

- ✓ Información de sus clientes y competidores
- ✓ Su plan de mercadeo.

Objetivos específicos:

- ✓ Los participantes reconocen la importancia de contar con información de los clientes y desarrollan un instrumento para recoger información del mercado.
- ✓ Los participantes organizan el proceso de recojo de información de campo.
- ✓ Los jóvenes procesan la información de campo.

Estructura y contenidos de la sesión:

Tiempo	Contenidos	Métodos
20 minutos	Recordando lo trabajado en la sesión anterior: Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Rescatar los aprendizajes más importantes de la sesión anterior • Reforzar conceptos • Continuar con la secuencia del programa 	Para iniciar esta sesión utilizar el juego el bingo: El facilitador prepara : 20 balotas 10 contienen preguntas sobre los temas desarrollados. 10 con tienen mensajes sobre creatividad, innovación, persistencia, etc. Cada uno de los participantes coge un papel y responderá la pregunta o leerá el mensaje, según corresponda.
80 minutos	Identifica tu mercado Objetivo: Los participantes reconocen la importancia de contar con información de los clientes y de contar con una estrategia que les permita mezclar las cuatro variables del mercadeo: producto, precio, promoción y plaza.	Para introducirse en este tema se aplicará el juego estructurado denominado el “minimercado” las instrucciones de este ejercicio se encuentran en el anexo No. 1. Los tiempos requeridos son: <ul style="list-style-type: none"> • Instrucciones del ejercicio : 5 minutos • Identificación del producto o servicio : 5 minutos • Reparto de materiales : 5 minutos • Producción del producto o servicio : 20 minutos • Definición de la estrategia de promoción: 10 minutos • Feria de comercialización : 10 minutos • Presentación de resultados y procesamiento: 25 minutos
30 minutos	Procesando el ejercicio	Culminado el ejercicio, se procede revisar la experiencia vivida, se sugieren las siguientes preguntas:

Tiempo	Contenidos	Métodos												
		<p>A los compradores:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ¿Por qué compraron esos productos / servicios? — ¿Por qué no compraron los otros productos? — ¿Qué fue lo que más les gustó del mercado? — ¿Qué cosa no les impresionó? — ¿Cómo les trataron? <p>b. A los vendedores:</p> <ul style="list-style-type: none"> — ¿Qué problemas encontraron al fabricar sus productos? — ¿Qué estrategias usaron para vender sus productos? — ¿Por qué creen que lograron vender? — ¿Por qué no vendieron? — ¿Qué dificultades encontraron al tratar de vender sus productos o servicios? — ¿Hicieron una evaluación de su mercado? — ¿Averiguaron antes de producir qué es lo que querían los compradores? 												
30 minutos	Conociendo a mis clientes	<p>Con las lecciones aprendidas en el ejercicio desarrolle el contenido ¿qué es el mercado? Y conociendo a mis clientes. Los participantes deberán responder el ejercicio “Un consumidor podrá adquirir”... y luego el participante deberá definir qué necesidad o deseo de su cliente atenderá.</p>												
60 minutos	¿Cómo conoces a tus clientes?	<p>Recurriendo nuevamente a la experiencia, el facilitador pregunta a los participantes que métodos conocen para recabar información de los clientes, estos se listan en un papelógrafo o pizarra y luego se explican a los tres instrumentos principales: encuesta, entrevista y grupo focal. Esta presentación no deberá ser mayor a 20 minutos y podrá utilizar un power point o tarjetas para visualizar los contenidos.</p> <p>Seguidamente en base a las preguntas sugeridas deberá elaborar el instrumento de recojo de información, existe una guía sugerida de preguntas en el manual el mismo que deberá ser completado. El facilitador debe garantizar que cada uno de los participantes elabore su instrumento de recojo de información y tenga definido el número de posibles clientes a ser entrevistados, encuestado o que participarán en los focus group.</p>												
20 minutos	Aplicación del instrumento de conocimiento a los clientes	<p>Se deberá establecer un cronograma de implementación del instrumento con los participantes, este necesariamente debe de ser aplicado antes del inicio de la siguiente sesión.</p> <p>Se sugiere utilizar el siguiente cuadro:</p> <table border="1" data-bbox="783 1552 1441 1682"> <thead> <tr> <th data-bbox="783 1552 943 1626">Nombre</th> <th data-bbox="943 1552 1102 1626">Tipo de instrumento</th> <th data-bbox="1102 1552 1238 1626">No. de personas a entrevistar</th> <th data-bbox="1238 1552 1441 1626">Fecha de culminación de la actividad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="783 1626 943 1659"></td> <td data-bbox="943 1626 1102 1659"></td> <td data-bbox="1102 1626 1238 1659"></td> <td data-bbox="1238 1626 1441 1659"></td> </tr> <tr> <td data-bbox="783 1659 943 1682"></td> <td data-bbox="943 1659 1102 1682"></td> <td data-bbox="1102 1659 1238 1682"></td> <td data-bbox="1238 1659 1441 1682"></td> </tr> </tbody> </table>	Nombre	Tipo de instrumento	No. de personas a entrevistar	Fecha de culminación de la actividad								
Nombre	Tipo de instrumento	No. de personas a entrevistar	Fecha de culminación de la actividad											

Anexo no. 1: Ejercicio Estructurado : “MINIMERCADO”

Ejercicio adaptado del Manual de CEFE para ser desarrollado en 80 minutos y con participantes.

Duración	80 minutos
Requerimientos	
Materiales para los facilitadores (durante el juego)	<ul style="list-style-type: none"> - algo de dinero para comprar algunos productos - instrucciones para los compradores (anexo 2)
Materiales para los participantes (durante el juego)	<ul style="list-style-type: none"> - canasta que contenga hojas de papel - revistas, tarjetas - tijeras - tarjetas, cintas de papel, stickers de diversas formas, escarcha de colores - perlas, pedazos de tela, botones, hilos, mostacillas, cuentas, palitos de helado, cajas de fósforos, vasos, - cinta adhesiva, cola sintética - Cualquier otro objeto reciclable.,
Condiciones del lugar	- Contar con suficiente espacio para garantizar la producción individual

Instrucciones

El facilitador presenta las instrucciones a los participantes

Se anuncia que todos tendrán la oportunidad de participar en una feria y podrán vender un producto o un servicio.

Todos los participantes tienen tres posibilidades

1. Vender un artículo propio
2. Vender un artículo fabricado por usted
3. Vender un servicio que puede realizar en 3 min

Tiene 5 min. para decidir qué vender y anotarlo en una tarjeta, eventualmente puede ver en la caja de materiales y decidir que utilizar

Tiene 30 minutos para producir

Tiene 10 minutos para preparar su presentación de ventas en la feria.

Sólo se comprarán 3 productos o servicios y se pagarán en efectivo

El precio máximo es _____ (moneda local)

Será una verdadera transacción de compra-venta

Los artículos vendidos no serán devueltos o intercambiados después

No debes vender a pérdida.

Tienes dos minutos para la presentación de ventas

El facilitador resalta que todos los participantes deberán estar atentos para las instrucciones , sólo se absuelven dudas respecto de lo presentado en el panel, en caso alguno solicite información sobre los compradores, se les atenderá de manera individual.

Instrucciones para el comprador

El facilitador puede elegir muy discretamente a dos participantes para que tengan el rol de compradores y deberá entregar las respectivas instrucciones de compradores, estos participantes no podrán estar en el salón durante el proceso de preparación de los productos o servicios:

Perfil de los compradores

Cada uno de los participantes asume un rol, se recomienda que asuma en el proceso de compra el rol asignado.

Comprador 1	Comprador 2
<i>varón de 18 a 25 años</i> <i>Nació en Esmeraldas</i> <i>Tiene un empresa muy exitoso: jugueria mil sabores</i> <i>Es moderno y le gusta estar a la moda</i> <i>Prefiere los colores, negro, azul y café</i>	<i>Mujer entre 18 a 25 años</i> <i>Nació en Cuenca , pero sus padres son migrantes de Loja</i> <i>Trabaja en una empresa de confecciones y gana \$ 1,000 mensuales</i> <i>Casada, tiene 1 hijo y esta a la espera de un segundo niño.</i> <i>Persona conservadora y muy ahorradora.</i> <i>Prefiere los colores alegres: rosado, verde, naranja.</i>
Los compradores : Podrán comprar hasta tres productos o servicios ofrecidos por los vendedores. Circule por los “bazares”, escuche cuidadosamente sus promociones y negocie con el vendedor. No acepte el primer precio que le ofrecen. Asegúrese de haber escuchado a todos los vendedores antes de decidir su compra. Finalmente, toma una decisión espontánea y compre el producto o servicio pagando en efectivo. Explique su decisión a todo el grupo, resaltando el producto, el comportamiento del vendedor, la promoción, etc.	

Instrucciones para el facilitador durante el ejercicio:

Búsqueda de información sobre clientes

En caso los participantes preguntes sobre quiénes serán los clientes, se dará información sobre uno de los perfiles, si regresa por mayor información se entregará el otro perfil de cliente. Este se hará de manera personalizada, si no pregunta no se dará esa información.

Proceso de producción del bien o servicio

Los participantes cuentan con 30 minutos para producir el bien u organizarse para el servicio que piensan brindar.

Estrategia de promoción y plaza:

Culminado los 30 minutos los participantes cuentan con 10 minutos para preparar su promoción y ubicarse en su lugar de comercialización. El facilitador no da sugerencias ellos deciden, pero sí da las facilidades de materiales en caso lo soliciten.

Proceso de venta y compra:

Los compradores tienen 10 minutos para decidir sobre los artículos que deseen comprar, se advierte a compradores y vendedores que no se aceptan devoluciones, que es real el proceso de compra.

El facilitador está atento al proceso de compra y toma nota de comportamientos para ser retomados en el proceso de análisis de la experiencia.

Plan de Sesión 3

Objetivo específico:

- ✓ Los participantes reconocen la importancia de contar con información de la competencia y desarrollan un instrumento para recoger información del mercado.
- ✓ Los participantes organizan el proceso de recojo de información de campo.
- ✓ Los jóvenes procesan la información de campo.

Tiempo	Contenidos	Métodos												
20 minutos	Recordando lo trabajado en la sesión anterior: Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Rescatar los aprendizajes más importantes de la sesión anterior • Reforzar conceptos • Continuar con la secuencia del programa 	El facilitador hace preguntas sobre los temas tratados y los escribe en un papelógrafo.												
30 minutos	Presentar el video sobre la competencia, una sugerencia puede ser océanos azules y océanos rojos	Reflexionar sobre la competencia												
60 minutos	Conociendo a mis competidores	El facilitador retoma el concepto de mercado, se recuerda el concepto que en el mercado hay demandantes (clientela) y ofertantes (otros comerciantes). En plenario se responde la siguiente pregunta: ¿Quién es mi competidor? Luego de dejar definido quienes son los competidores, se forman tres grupos de trabajo y se pide contestar las siguientes preguntas: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Por qué es importante conocer a los competidores 2. ¿Qué tipo de información debo de recoger de los competidores y porque? 3. ¿Cómo usará la información de los competidores? Luego socializar las respuestas en plenaria.												
120 minutos	Elaborando el instrumento para recoger información de la competencia	Seguidamente los participantes deberán elaborar un instrumento para recoger información de la competencia. Cada participante debe elegir si realizará encuestas o entrevistas y deberá preparar su instrumento (30 minutos) Seguidamente se forman parejas y comparten los instrumentos a utilizar con su compañero (10 minutos cada uno), su compañero aporta con ideas o sugerencias. En plenario se presentan los instrumentos, el facilitador deberá tener un papelógrafo donde los participantes irán señalando : <table border="1" data-bbox="783 1682 1495 1823"> <thead> <tr> <th>Nombre</th> <th>Tipo de instrumento</th> <th>No. De personas a entrevistar</th> <th>Fecha de culminación de la actividad</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Nombre	Tipo de instrumento	No. De personas a entrevistar	Fecha de culminación de la actividad								
Nombre	Tipo de instrumento	No. De personas a entrevistar	Fecha de culminación de la actividad											
10 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión, preparar papelógrafo con caritas según modelo anexo 2.												

Plan de Sesión 4

Objetivo específico:

Los participantes al final de la sesión:

- ✓ Conocen la importancia de determinar el tamaño de mercado y han definido su tamaño de mercado.
- ✓ Refuerzan el concepto de definición de producto y describen el producto que van a ofertar
- ✓ Hacen un análisis de precios de la competencia.

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador realiza preguntas abiertas a los participantes quienes recuerdan los aspectos más importantes desarrollados en la sesión anterior y se anotan en la pizarra o un papelógrafo.
15 minutos	Definición del tamaño de mercado	Preparar un ppt con conceptos básicos para la definición del tamaño de mercado
10 minutos	Preparando el Plan de Mercadeo	Se presenta las 4 ps del mercadeo.
30 minutos	Primera P: Producto	Se explica las características que tener la definición del producto. Se conforman 4 grupos, el facilitador entrega a cada grupo un objeto, ellos son los dueños de ese empresa. Ellos deberán participar en una rueda de empresas y deberán presentar a su producto, usando las siguientes variables: color, tamaño, peso, cantidad, atributos de empaque y envase, servicios adicionales, garantía mantenimiento.(el grupo tiene 15 minutos para describir sus productos) Se presenta en plenaria la descripción del producto.
45 minutos	Plan de empresa: Producto	Los participantes deberán de aplicar lo aprendido en su plan de empresa. El facilitador deberá revisar que hagan el correcto llenado y absolver las dudas que tengan. Los facilitadores compartirán sus resultados en plenaria
20 minutos	Segunda P: Precio	Explicar la importancia de fijar los precios, hacer la lectura guiada del ejemplo de la instalación del empresa de polos de Marilú. Cada uno de los participantes desarrollar los ejercicios propuestos para la definición de precios. Concluido el ejercicio deberán socializar sus respuestas y sustentarlas.
30 minutos	Plan de empresa: Precio	Desarrollar el ejercicio de aplicación en el empresa. Tomando en consideración la información de análisis de competencia desarrollar el contenido del plan de empresa correspondiente a la descripción de precios de bienes o servicios a ofertar...
25 minutos	Tercera P: plaza	Solicitar a uno de los participantes la lectura de "Mi sueño es tener un gran Spa en Huancayo", analizar la experiencia de Jessica Flores y preguntar si ellos conocen de alguna experiencia similar. Terminado el proceso de reflexión introducir el concepto de plaza y explicar los canales de distribución.
45 minutos	Plan de empresa: Plaza	Desarrollar el ejercicio de aplicación en el empresa, esta parte deberá iniciarse su preparación en el aula y concluir como tarea para la siguiente sesión. El facilitador explica el ejercicio y absuelve las preguntas de los participantes.
10 minutos	Evaluación	

Plan de Sesión 5

Objetivo específico:

Los participantes al final de la sesión:

- ✓ Determina el tipo de promoción a emplear en su empresa.
- ✓ Realiza el cuadro de proyección de ventas
- ✓ Preparan entrega del avance de Plan de Empresa

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior: Objetivos: <ul style="list-style-type: none"> • Rescatar los aprendizajes más importantes de la sesión anterior • Reforzar conceptos • Continuar con la secuencia del programa 	El facilitador realiza preguntas abiertas a los participantes quienes recuerdan los aspectos más importantes desarrollados en la sesión anterior y se anotan en la pizarra o un papelógrafo.
30 minutos	Revisión de los avances del plan de empresa	Se revisan los avances en el proceso del plan de empresa, demanda, oferta y plaza.
45 minutos	Cuarta P: promoción	Video: formas creativas de publicidad Reflexionar sobre el video recogiendo las opiniones de los participantes. Explicar el concepto de promoción. Para el desarrollo del ejercicio propuesto en el manual conformar grupos de 2 personas y asignar a cada uno de ellos un caso: electricista, sanck, ferretería, lavandería en plenario socializar los resultados.
45 minutos	Plan de empresa: promoción	Desarrollar el plan de búsqueda de información de cómo promociona la competencia, este ejercicio debe de ser presentado en la siguiente sesión.
40 minutos	Estima tus ventas	Explicar cómo se desarrolla un plan de ventas, la importancia del plan de ventas., desarrollar el ejercicio de la panadería tres espigas. Absolver las preguntas de los participantes.
60 minutos	Aplicación en el empresa	Realizar la aplicación práctica del plan de ventas para el empresa, el facilitador deberá absolver consultas y dudas para realizar una buena proyección, este ejercicio puede ser completado para la siguiente sesión.
	Recordatorio de revisión de avances	Se solicita a los participantes que en la siguiente sesión deberán de presentar los avances a la fecha para su revisión.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Usando el papelógrafo aplicar la evaluación de la sesión.

Anexo 3:

Video Formas Creativas de publicidad

Video Ganador de la Medalla de Plata en New York. Bajado de Youtube

Autor Publi TV.

En una calle se encuentran dos mendigos, ambos tienen un letrero pero la gente colabora con el segundo mendigo.

El primero tiene el letrero “Tengo hambre”

El segundo dice: “Hoy es cumpleaños de mi compañero y lo quiero invitar a almorzar”

Reflexión: En un mundo tan competitivo las ideas brillantes traen mejores resultados.

Plan de Sesión 6

Organice su empresa

Objetivo:

Al finalizar esta sección, los participantes, cuentan con:

- ✓ *La estructura organizativa de su empresa*
- ✓ *Su plan de producción del bien o servicio.*

Objetivos específicos

- ✓ Los participantes han determinado las necesidades de personal para la empresa.
- ✓ Cuentan con una estructura organizativa
- ✓ Tienen el plan de recojo de información para los procesos de producción o servicios.
- ✓ Se inicia el proceso de revisión de los avances del plan de empresa.

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la nota Cold de la sesión anterior:	El facilitador realiza preguntas abiertas a los participantes quienes recuerdan los aspectos más importantes desarrollados en la sesión anterior y se anotan en la pizarra o un papelógrafo.
10 minutos	Recepción de avance de planes de empresa	El facilitador solicita los avances de plan de empresa, y les informa que en la siguiente sesión los devolverá revisados y con las sugerencias para realizar las mejoras respectivas.
60 minutos	Diseño de aviones de papel	Se constituyen 4 equipos de trabajo, se dan las instrucciones: Los equipos deberán diseñar un avión siguiendo las instrucciones, para ello: Deberán organizarse asumiendo funciones específicas cada uno. Deberán llenar los formatos de: Requerimiento de personal y funciones, proceso productivo y requerimiento de materiales. Deberán elaborar dos prototipos que serán revisados por el empresario que está buscando a la empresa abastecedora de aviones que cumplan con los requisitos de control de calidad. Ver anexo 4. Este es un ejercicio sugerido puede ser cambiado por la producción de barcos, sobres u otros que cumplan con los requisitos de fijar la secuencia del proceso de producción.
60 minutos	Procesamiento de los resultados de la experiencia	Los participantes socializan los resultados de la planificación: Organización de los recursos humanos y reconocen desde la práctica los roles de cada uno de ellos. Esta reflexión se complementa con los contenidos del manual PEM: Personal que necesita mi empresa, así como la estructura organizativa. Diseñando los procesos de producción: comparten su experiencia, la misma que es complementada con los contenidos del manual, se hace referencia al ejemplo de los aviones y se compara con el ejemplo de la panadería Tres

Tiempo	Contenidos	Métodos
		espigas. Equipos y herramientas: Se revisa los equipos y herramientas utilizadas en la producción de aviones y se relacionan con los contenidos del manual, se hace énfasis en la necesidad de invertir realmente en lo necesario, es importante evaluar si se puede alquilar o subcontratar un proceso. Se presenta el ejemplo de la panadería tres espigas.
90 minutos	Aplicando al empresa	Se pide a los participantes definir el personal que se requiere para el empresa, debe definir su organigrama. En función del tipo de producto o servicio a brindar deberá de diseñar el proceso de producción, así como los equipos y herramientas a utilizar. Los avances deberán ser entregados en la siguiente sesión para su revisión.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Usando el papelógrafo aplicar la evaluación de la sesión.

ANEXO No. 4 PRODUCCION DE AVIONES

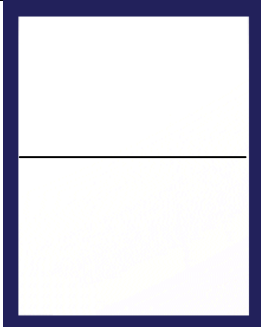
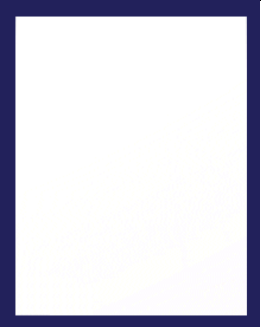
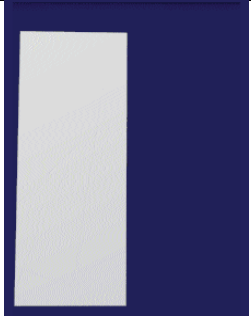
Elaboración de un avión modelo MIRAGE: Para armar el avión debes de seguir paso a paso la siguiente secuencia, y deberás anotar en los siguientes formatos todo el proceso de armado.

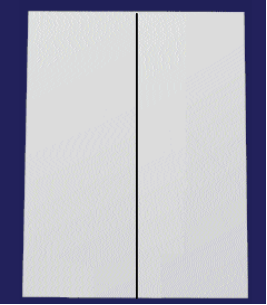
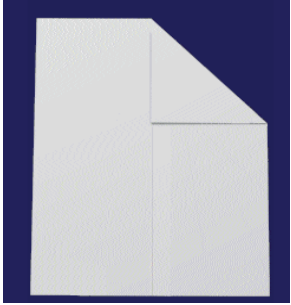
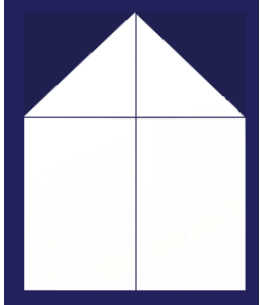
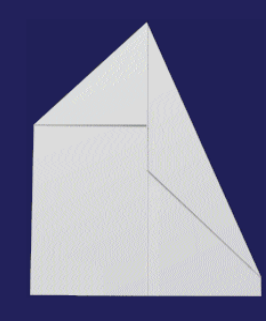
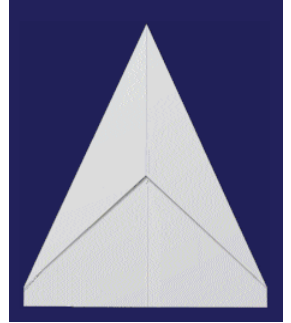
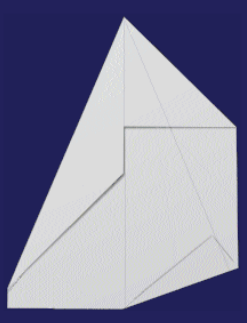
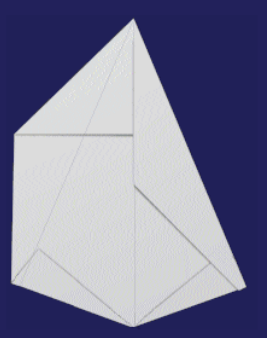
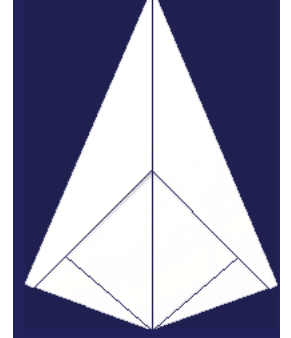
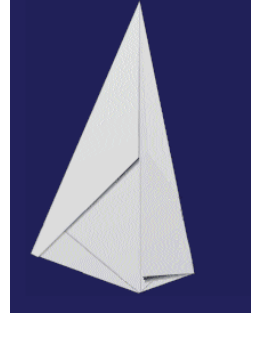

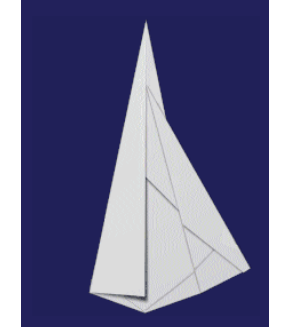
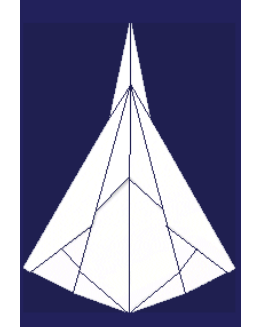
Historia: Esta es una planta de ensamblado de aviones que se ha instalado en el Perú y han convocado a 4 empresas para que diseñen el proceso de producción, ellos evaluarán la eficiencia en el armado, solicitan que haya especialización en el proceso de producción y un estricto control de calidad en los acabados.

Los aviones deberán de llevar una * en una de las alas, que serán hechas con lapicero.

Materiales

A cada grupo se le entregarán las instrucciones visuales, los participantes deberán de escribir las instrucciones en cada uno de los pasos:

PASO 1: 	PASO 2: 	PASO 3: 
PASO 4:	PASO 5:	PASO 6:

		
PASO 7:	PASO 8:	PASO 9:
		
PASO 10:	PASO 11:	PASO 12:
		
PASO 13	PASO 14	PASO 15
		
PASO 16	PASO 17	PASO 18

--	--	--

Equipos y herramientas necesarias

No.	Tipo de equipo	Especificación

Plan de Sesión 7

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador realiza el inicio de la sesión como el reportaje del día, pregunta a los participantes como si fuera un periodista e informa de las aspectos más importantes trabajados en la sesión anterior.
20 minutos	Distribuyendo el espacio en mi empresa	Explicación sobre el diseño y distribución de las instalaciones
30 minutos	Aplicando a la empresa	Los participantes deberán diseñar la distribución de instalaciones para su empresa.
20 minutos	Materias primas e insumos	Explicar desde el ejemplo de la panificadora tres espigas como se hace el plan de producción. Absolver preguntas de los participantes.
90 minutos	Aplicando al empresa	Los participantes deberán hacer la proyección de sus las materias e insumos que se requiere para el primer año de producción. En caso de no contar con la información suficiente, deberán identificar cual es la información faltante y trazar el plan de búsqueda de la misma. En la siguiente sesión deberán de presentar los resultados de la proyección del plan de producción.
25 minutos	Absolviendo consultas sobre el plan	Los participantes podrán consultar sobre dudas que tengan sobre los comentarios o sugerencias realizadas a los avances de planes.
40 minutos	Devolución y recepción de avance de planes de empresa	Para socializar los avances, se conforman grupos de 4 participantes y se solicita que conversen sobre los avances que tienen en sus empresas: 1 moderador que dirige el grupo 2 cada integrante cuenta como va su plan de empresa: avances y dificultades. El facilitador solicita los avances de plan de empresa, y les informa que en la siguiente sesión los devolverá revisados y con las sugerencias para realizar las mejoras respectivas. Asimismo devuelve el avance de los planes de empresa a cada uno de los participantes, al final de la sesión se podrán hacer las consultas y sugerencias de mejora.
5 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión.

COSTOS Y GASTOS

Plan de Sesión 8 y 9

Objetivo:

Al finalizar esta sección, los participantes, cuentan con:

- ✓ *La estructura de ingresos y costos de sus productos o servicios*
- ✓ *La estructura de gastos pre_operativos y operativos.*
- ✓ *Han definido la forma de financiamiento del empresa.*

Objetivos específicos:

- ✓ Los participantes conocen la estructura de costos de su producto o servicio.
- ✓ Los participantes diferencian las distintas formas de costear y la utilidad en las empresas.

Tiempo	Contenidos	Métodos
15 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará el ejercicio del bingo para recuperar los aprendizajes más importantes de la sesión anterior.
5 minutos	Recepción de avances de plan	Se reciben los nuevos avances.
60 minutos	Juego empresarial OIT Producción de coronas Producción de ensalada de frutas	Primera Opción: Se desarrolla el módulo II del juego empresarial OIT Utilizando la modalidad de producción de sombreros turísticos. Revisar manual de juego empresarial. Segunda Opción: Se desarrolla el ejercicio estructurado producción de coronas, estos ejercicios son una adaptación del manual CEFE. Las instrucciones se encuentran en el anexo 3. La estructura de tiempos para este ejercicio es: <ul style="list-style-type: none"> • Instrucciones del ejercicio : 5 minutos • Planificación :25 minutos • Entrega de materiales :10 minutos • Producción de móviles: 20 minutos • Revisión del comprador/Control de calidad: 20 minutos
20 minutos	Procesando el ejercicio	Se procesa el ejercicio, tomando en consideración los resultados obtenidos por cada grupo, y a partir de ello se reflexionan sobre los conceptos de costos, su importancia
40 minutos	Costos de inversión	Se construye desde la experiencia y conocimiento de los participantes.
40 minutos	Aplicando al plan de empresa	Los participantes deberán de desarrollar la estructura de costos de inversión
40 minutos	Costos de producción	El facilitador explica a detalle en qué consisten los costos de

		producción de un bien o un servicio revisa el ejemplo de la panadería el Tres espigas
40 minutos	Aplicando al plan de empresa	Los participantes deberán de desarrollar la estructura de costos de producción.
40 minutos	Costos de Administración	Es importante tomar en cuenta que para efectos del manual, no ha realizado la diferenciación entre costo y gasto.. todos han sido asumidos bajo la nomenclatura de costos. Este es un artificio para facilitar el proceso de aprendizaje en la población objetivo que participa en el curso. Se explican los costos de administración y se revisa el ejemplo de la panadería Tres Espigas.
30 minutos	Aplicando al plan de empresa	Los participantes deberán de desarrollar la estructura de costos de administración
40 minutos	Costos de capital y depreciación	El facilitador explica a detalle en qué consisten los costos de capital y depreciación se revisa el ejemplo de la panadería el Tres espigas
100 minutos	Aplicando al plan de empresa	Los participantes deberán de desarrollar la estructura de costos de su personal. En caso tuvieran alguna duda sobre los costos de remuneraciones se deberán hacer la guía de consulta para búsqueda de información.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión.

Ejercicio de producción de coronas

LA CORONA

- El ejercicio de La Corona es un ejercicio de simulación de una producción. Grupos compiten entre ellos en un mercado altamente competitivo y limitado y por lo tanto se ven forzados a adoptar el plan de producción de menor costo. Los segmentos del mercado, el poder adquisitivo limitado y la capacidad de absorción pueden tener un efecto negativo en el éxito y la rentabilidad si no son tomados en cuenta por el empresario..
- Este ejercicio de grupo ha sido diseñado para que los participantes tomen en cuenta la importancia de las características de segmentos del mercado cuando hacen el planeamiento, producen y venden un producto.
- En el ejercicio, el menor precio es el gran motivador para la persona que compra coronas. Sin embargo, la función básica del producto: "la corona debe sostenerse en la cabeza y no desarmarse", debe respetarse. El mercado va a aceptar la corona siempre y cuando pueda absorberla. La mejor calidad tiene una importancia secundaria, a diferencia del ejercicio de los sobres, donde la calidad era la primera preocupación para el comprador.
- El comprador desea comprar todas las coronas que fueran posibles, siempre que funcionen bien, pero se ve limitado por su poder adquisitivo y por la cantidad de absorción. Si la cantidad de absorción máxima es de 30 coronas y el total del poder adquisitivo del mercado es de 60ML, y el menor precio de venta es de 5ML, entonces el comprador sólo podrá comprar 12 coronas. Las otras 18 coronas se quedarán sin vender cargándolos a los empresarios que no supieron aplicar un plan de producción apropiado y fijar un precio de venta apropiado.
- El ganador será quien reciba la mayor ganancia.

Duración	1 hora 45 minutos
Preparación del lugar	<ul style="list-style-type: none"> - Mesas y sillas para grupos de 4 a 5 personas - Una mesa y silla para el comprador y el bazar donde se vende material y equipos a los participantes
Requerimientos	
Facilitadores/asistentes	1 facilitador, 1 asistente
Ayuda didáctica a preparar	1 rotafolio por grupo para presentar los resultados del grupo (anexo 1)
Materiales para los facilitadores (durante el ejercicio)	<ul style="list-style-type: none"> - Separata de instrucciones(anexo 2) - Lista de precios de los artículos en venta en el bazar y costos de la mano de obra (anexo 3) - Muestra de corona (anexo 4)
Materiales para los participantes (durante el ejercicio)	<ul style="list-style-type: none"> - Tarjetas - 60 por grupo - Tijeras - 1 a 3 por grupo - Engrapadoras - 1 a 2 por grupo - Cinta métrica - 1 a 2 por grupo
Condiciones del lugar	<ul style="list-style-type: none"> - Suficiente espacio para que los grupos fabriquen coronas - La mesa de los compradores que esté relativamente separada para asegurar negociaciones confidenciales

Desarrollo del ejercicio

Pasos	Dur.	Contenido principal
Introducción, explicación de las reglas / instrucciones	10'	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explicación de la situación 2. Explicación de las responsabilidades de los empresarios 3. Visión general del tiempo
Planeamiento & Compras	10'	El empresario planea el proceso de producción y compra de equipos y materia prima
Producción	20'	<p>Los trabajadores producen las coronas</p> <p>Los empresarios controlan y determinan el precio de venta</p>
Ventas	2' para que cada vendedor haga su oferta 5' para comprar los artículos	<ol style="list-style-type: none"> 1. El comprador recibe ofertas 2. Compra la mejor oferta hasta alcanzar la máxima capacidad o hasta que se le termine todo el dinero para comprar coronas
Procesamiento	20' - 30'	Resalte las razones del éxito y fracaso, cálculos del precio de venta.
Generalización	10' - 20'	Análisis de costos.

Información para el desarrollo del Ejercicio:

Explicar los precios utilizando la lista de precios (anexo 3).

- El costo de las tarjetas, equipos y mano de obra debe coincidir con el contexto nacional (determinar el costo 20 min/trabajador de la mano de obra de acuerdo con el salario diario promedio.)

La multa será el equivalente al precio de compra de 3 tarjetas.

FORMATO PARA EL PARTICIPANTE

Situación:

Usted debe fabricar coronas para un mercado abierto con precios no determinados. El mercado tienen una capacidad de absorción limitada de sólo _____ coronas. Las empresas están en una fuerte competencia porque el comprador ha dicho que comprará al "mejor" precio. La calidad es menos importante..

Empresa

Cada empresa debe nombrar a una persona como empresario.

Responsabilidades de los empresarios

Determinar el número de trabajadores necesarios para producir el número de coronas que pretende producir.

Determinar y comprar la cantidad de equipos y materia prima que será utilizada en la producción de la oficina de los compradores con dinero verdadero.

El empresario no debe estar implicado en la fabricación de las coronas.

Haga una oferta única al comprador, esta cantidad no está abierta a negociación con el comprador. Se puede negociar el número de coronas que se propone vender.

Fases

Planeamiento & compras	10 minutos
Producción	20 minutos
Ofertas	2 minutos por empresa
Compra por el comprador	5 minutos
Multas	

Sólo deben realizarse actividades apropiadas en cada una de las fases, es decir, la producción de coronas no debe ocurrir en la fase de planeamiento y compra. Si se viola esta regla habrá una multa impuesta a quienes la infringen.

La multa es un mínimo de _____.

PRECIOS DE VENTA DE MATERIAS PRIMAS Y EQUIPOS:

Tarjetas

Tijeras

Engrapadoras

Cinta métrica

Mano de obra (20 minutos por trabajador)

**** Los precios serán llenados de acuerdo a la realidad de cada región.**

COMO CONSTRUIR UNA CORONA

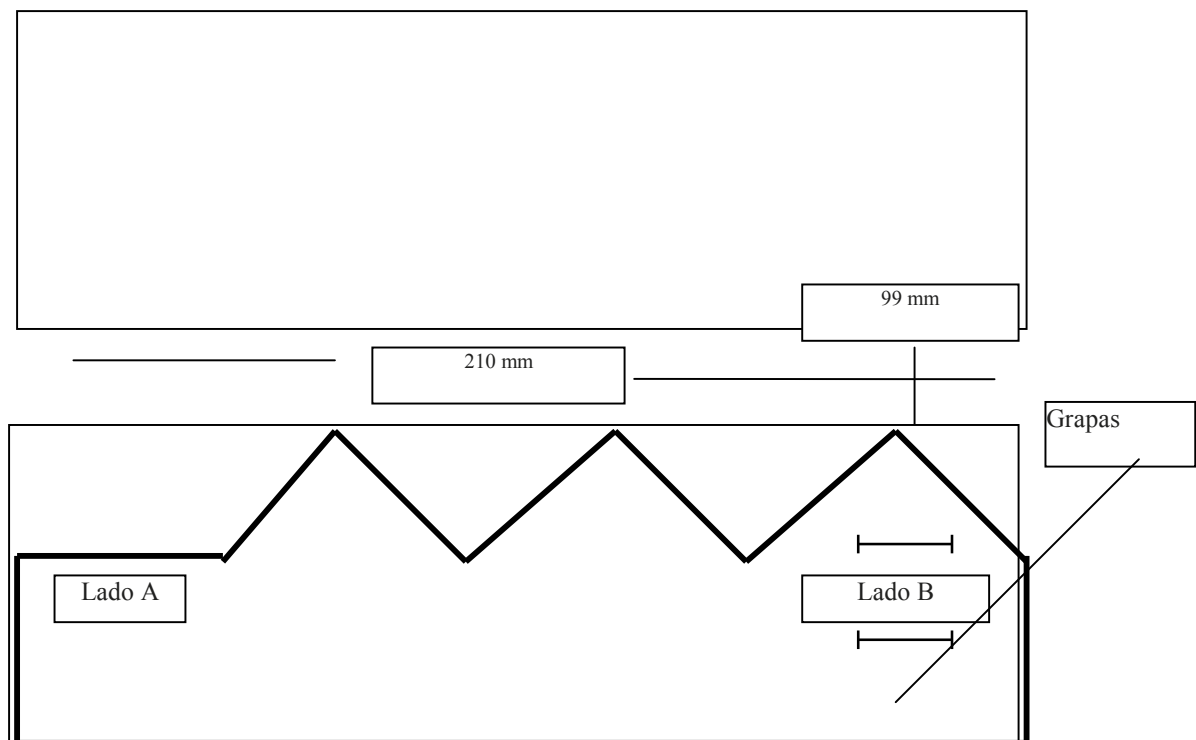
Requerimientos: 3 tarjetas, cinta métrica, tijeras y engrapadora

Instrucciones:

1. Tome las tarjetas

Ejemplo de la tarjeta

2. Mida
3. Marque las líneas de corte
4. Corte a lo largo de las líneas punteadas
5. Una 3 tarjetas en un círculo con el lado B de una tarjetas superponiendo el lado A de otra y engrape como se indica. El Lado B debe quedar en la parte exterior de la corona.



Formulario de Compra

NOMBRE:

Detalle los materiales, equipos y servicios que comprará, alquilará y/o contratará su empresa.

Artículo	Cantidad	Precio

Registro de caja

Fecha	Ingresos	Egresos	Balance

Plan de Sesión 10

Objetivos específicos:

- ✓ Los participantes han determinado los costos unitarios de sus productos

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
40 minutos	Costos y gastos	El facilitador presenta los conceptos y los participantes desarrollan los ejercicios propuestos en su cuaderno de trabajo.
60 minutos	Costo Unitario	Se explica los costos y la determinación de costos unitarios.
120 minutos	Aplicando al empresa	Se aplica al plan de empresa
10 minutos	Evaluación de la sesión	

Plan de Sesión 11

Objetivos específicos:

- ✓ Los participantes han determinado el precio de venta de sus productos
- ✓ Los participantes han desarrollado su plan de ventas

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
40 minutos	Determinación de los precios de venta	Analizar los ejercicios propuestos en el cuaderno de trabajo y/o plantear casos que permitan reflexionar sobre la importancia de un buen cálculo del precio de venta.
60 minutos	Precios de venta	Aplicación en su plan de empresa
40 minutos	Proyección del plan de ventas	Se explica desde el ejemplo de la panificadora “ tres espigas”
80 minutos	Aplicación a l plan de empresa	Se realiza la aplicación en el plan de empresa.
10 minutos	Evaluación de la sesión	

Plan de Sesión 12

Objetivos específicos:

- ✓ Los participantes han determinado el capital inicial para el empresa
- ✓ Conocen los requisitos para acceder a distintas formas de financiamiento y determinan las fuentes de financiamiento para su empresa

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
30 minutos	Fuentes de capital inicial	Buscar un caso empresarial donde se pueda graficar la importancia del crédito y de ahorro familiar para iniciar una empresa. Se reflexiona en base a ese caso.
30 minutos	Fuentes de capital	Se presentan las diferentes fuentes de capital para iniciar un negocio, resaltando sus ventajas y limitaciones.
30 minutos	Necesidades Financieras	Se explica cómo determinar el monto de inversión del negocio
150 minutos	Aplicando al empresa	Esquema de financiamiento del empresa
10 minutos	Evaluación de la sesión	

Plan de Sesión 13 y 14

Objetivos específicos:

Los participantes al final de la sesión:

- ✓ Han elaborado su plan de costos y ventas y flujo de caja

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
30 minutos	¿Que son las ganancias?	La sesión se inicia preguntando a los participantes ¿Qué es la utilidad?, se construye desde sus aportes el concepto y se complementa presentando las definiciones de utilidades brutas y utilidades netas.
60 minutos	El plan de ventas y costos	Explicar paso a paso como se elabora un plan de ventas y costos, se toma ejemplo el presentado para la panadería tres espigas.
120 minutos	Aplicando al empresa	Los participantes deberán elaborar su plan de ventas y costos para lo cual deberán usar la información con que cuentan.
90 minutos	El Flujo de caja proyectado	Explicar paso a paso como se elabora un flujo de caja, se toma ejemplo el presentado para la panadería tres espigas.
120 minutos	Aplicando al empresa	Los participantes deberán elaborar su plan de ventas y costos para lo cual deberán usar la información con que cuentan. Se solicita a los participantes que en la siguiente sesión deberán de presentar el plan de empresa concluido hasta la presente sesión.
40 minutos	Entrega de avances de plan empresa	Los participantes entregan los avances de plan de empresa para su revisión.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión

FORMA LEGAL DE LA EMPRESA

Objetivo:

Al finalizar esta sección, los participantes:

- ✓ *Cuentan con información sobre las distintas formas de constitución de un empresa.*
- ✓ *Han definido la forma tributaria de constitución de su empresa.*
- ✓ *Han definido la forma de financiamiento del empresa.*

Plan de Sesión 15

Objetivo específico:

Los participantes al final de la sesión cuentan con:

- ✓ Definición de la modalidad de constitución de la empresa
- ✓ Avance de redacción final del plan de empresa

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
30 minutos	Aplicando al empresa	Los participantes utilizando información de clasificación de costos proceden a elaborar el punto de equilibrio para su empresa.
45 minutos	Tipo de personería jurídica	Se explica las diversas formas de constitución de un empresa
30 minutos	Aplicación en el plan de empresa	Los participantes en base a la información brindada decidirán qué tipo de empresa van a constituir.
115 minutos	Asesoría grupal para revisión de avances de plan de empresa	Revisión grupal y asesoría personalizada para verificar avances del plan de empresa.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión

Plan de Sesión 16 Objetivo específico:

Los participantes al final de la sesión cuentan con:

- ✓ El resumen ejecutivo de su plan de empresa
- ✓ Avance de redacción final del plan de empresa

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
20 minutos	Recordando las partes del plan de empresa	Se recuerdan las partes del plan de empresa y se presenta la importancia de redactar adecuadamente el resumen ejecutivo
60 minutos	Aplicando al empresa Redactando el resumen ejecutivo	Se identifica la información relevante que debe ser considerada la redacción del resumen ejecutivo.
140 minutos	Asesoría grupal para revisión de avances de plan de empresa	Revisión grupal y asesoría personalizada para verificar avances del plan de empresa.
10 minutos	Evaluación de la sesión	Los participantes evalúan la sesión

PLAN DE ACCION

Objetivo:

Al finalizar esta sección, los participantes:

- ✓ *Cuentan con su plan operativo para implementar el empresa*
- ✓ *Han concluido la elaboración de su plan de empresa*

Plan de Sesión 17

Objetivos específicos

Los participantes al final de la sesión:

- ✓ Han desarrollado el plan de implementación del empresa
- ✓ Organizan el plan de empresa

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Recordando la nota cold de la sesión anterior:	El facilitador utilizará un ejercicio para recoger los aprendizajes más importantes desarrollados en la sesión anterior..
30 minutos	Formula tu plan de acción para iniciar el empresa	Se explica a los participantes la importancia de contar con un plan de implementación del empresa.
60 minutos	Aplicación al empresa: Plan de implementación	Los participantes elaboran el plan de implementación del empresa
90 minutos	Se arma el plan de empresa y se afinan algunos puntos.	El facilitador entrega el documento revisado de plan de empresa de cada uno de los participantes, se absuelven dudas finales y se recepciona el resumen ejecutivo.
40 minutos	Pautas para la presentación oral del plan de empresa	Los participantes deberán preparar una presentación resumida de su plan de empresa: En Power point tendrán 10 minutos para presentar cada plan a sus compañeros y los asesores para la implementación de su empresa. Se informa a los participantes que este plan será presentado a los asesores que los acompañarán en el proceso de asistencia técnica para la implementación del empresa.

Plan de Sesión 18

Objetivo específico:

- ✓ Los participantes cuentan con un plan de empresa el mismo que es sustentado ante sus asesores, quienes lo acompañarán en la fase de implementación.

Tiempo	Contenidos	Métodos
10 minutos	Indicaciones para la presentación de planes de empresa	Se explica que cada participante tiene entre 8 y 10 minutos para sustentar su plan de empresa. De ser necesario se puede ampliar una sesión más
150 minutos	Presentación del plan de empresa y plan operativo de implementación	Cada participante tendrá 10 minutos para presentar sustentado su plan.
10 minutos	Evaluación final del curso	Los participantes evalúan de manera integral el desarrollo del curso de formación.

V ANEXOS

1. Planes de Asesoría

En función de cada uno de los planes de implementación, se diseñará un plan de asesoría que estará distribuida como mínimo en 6 sesiones de trabajo individual.

Para el desarrollo de la asesoría se propone el siguiente plan:

Nombre del emprendedor:

Tipo de empresa:

Objetivo:

1:

2:

Objetivo 1:					
No.	Actividades	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de término	Recursos




Objetivo 2:					
No.	Actividades	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de término	Recursos

Este plan debe ser socializado con el emprendedor y se monitorean de manera permanente los avances.

2. Evaluaciones

FORMATOS DE EVALUACION DIARIA.

Opción 1:
Para ser transcrito en un papelógrafo diario, y que los jóvenes puedan llenarlo al final de cada sesión.

		
Malo	Regular	Bueno

Opción 2:

PROGRAMA PLANIQUE SU EMPRESA

Fecha:.....




¿Qué fue lo que más le gustó?

¿Qué fue lo que no le gustó?

¿Qué no le quedó muy claro?

Algunas sugerencias para mejorar

Califique el taller con la siguiente simbología, marcando un aspa o cruz

		
Malo	Regular	Bueno

FORMATOS DE EVALUACION FINAL DEL TALLER

PROGRAMA PLANIFIQUE SU EMPRESA

EVALUACION FINAL

1. *Cómo valoras la aplicabilidad del programa de capacitación para la gestión de:*

Concepto	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Idea de Empresa				
Estudio de demanda y oferta				
Plan de Mercadeo (4ps)				
Diseño de la estructura organizativa de tu empresa				
Diseño del plan de producción de bien o servicio				
Calculo de costos de producto o servicio				
Conocimiento de las fuentes de capital				
Determinación del plan de ventas y costos, flujo de caja y punto de equilibrio				
Formalización del empresa				
Plan de acción de implementación del empresa				

2. ¿Cuáles son los temas que más valoras como emprendedor y que tienen utilidad para tu empresa?

3. ¿Qué dificultades identificas en los temas desarrollados durante este taller?

4. ¿Cuál es tu opinión respecto a la secuencia y ritmo de las actividades desarrolladas en el Taller?

	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Ritmo de las actividades				

¿Porque?

5. Con respecto a nuestra labor:

5.1. ¿Cómo evalúas el trabajo del facilitador?

Nombre del facilitador				
Valoración	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Marca con un aspa				

a) ¿Cuál es su cualidad más importante?

c) ¿Qué sugieres para mejorar su calidad de facilitación?

5.2. Materiales de capacitación

Valoración	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Marca con un aspa				
¿Porque?				

5.3. ¿Cómo evalúas la infraestructura del Centro de Capacitación?

Valoración	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Marca con un aspa				
¿Porque?				

5.4. ¿Cómo evalúas las actividades complementarias a tu formación entregadas por la institución de capacitación?

Valoración	Mala	Regular	Buena	Muy buena
Marca con un aspa				
¿Porque?				

6. Por último, nos gustaría conocer tu opinión sobre tu compromiso de implementar tu empresa:

6.1. ¿Cuándo implementarás tu empresa?

6.2. ¿Qué requieres para esta nueva fase?

MANUAL DEL FACILITADOR

Genere su idea de Empresa



Programa Conjunto “Juventud, Empleo y Migración para reducir la inequidad en Ecuador”.

El programa fue diseñado en cooperación con los Ministerios Coordinador de Desarrollo Social, de Trabajo y Empleo, de Inclusión Económica y Social y de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo del Ecuador. Como tal, es un esfuerzo conjunto de estas entidades del Estado Ecuatoriano y de cinco agencias del Sistema de Naciones Unidas: UNICEF que lidera el programa, PNUD, UNFPA, OIT y OIM.

Para ello, tres componentes organizan las actividades e intervenciones:

- *Apoyo a programas de empleo digno y emprendimientos económicos juveniles.*
- *Políticas e institucionalidad para empleo juvenil, inclusión socioeconómica y migración.*
- *Ejercicio de derechos, ciudadanía y juventud.*

En el marco del primer componente se desarrollan las actividades de Fortalecimiento de la Red de Emprendimiento del AUSTRO: Acudir y Centros Cantonales de Emprendimiento, que promueven los emprendimientos juveniles”

Esta publicación ha contado con el apoyo financiero del F-ODM y el auspicio técnico de la OIT.

Copyright : Organización Internacional del Trabajo, 2012
ISBN:

Primera edición en español, 2012
Impresión, 2012

Las publicaciones de la Oficina Internacional del Trabajo gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual, en virtud del protocolo 2 anexo a la Convención Universal sobre Derecho de Autor.

No obstante, ciertos extractos breves de estas publicaciones pueden reproducirse sin autorización, con la condición de que se mencione la fuente. Para obtener los derechos de reproducción deben formularse las correspondientes solicitudes a la Oficina de Publicaciones (Derechos de autor y licencias), Oficina Internacional del Trabajo, CH-1211 Ginebra 22, Suiza, solicitudes que serán bien acogidas.


Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas o a procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho que no se mencionen firmas o procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Elaboración

Rocio Zegarra Paredes
Master Trainer del Programa IMESUN - OIT



El uso de un lenguaje que no discrimine ni marque diferencias entre hombres y mujeres es una de las preocupaciones de la OIT.

Sin embargo, no hay acuerdo entre los lingüistas, acerca de la manera de hacerlo en nuestro idioma.

En tal sentido y con el fin de evitar la sobrecarga gráfica que supondría utilizar en español o/a para marcar la existencia de ambos sexos, hemos optado por emplear el masculino genérico clásico, en el entendido que todas las menciones en tal género representan siempre a mujeres y hombres.

CONTENIDO

		PÁG
I	Aspectos generales del GIE	6
II	Conociendo el GIE	8
	¿Qué es el GIE?	
	Objetivos de la capacitación GIE	
	A quien se dirige	
	Componentes del programa GIE	
	Enfoque del programa GIE	
	Metodología del Programa GIE	
	Técnicas didácticas	
III	Organización del Taller	19
	Desarrollo del taller GIE	
	Objetivos del taller	
	Participantes del taller	
	Planificación del taller	
	Duración del taller	
	Organización del Programa	
	Conducción del taller	
IV	Planes de sesión	27
V	Anexos	37

I Aspectos generales Del GIE

¿Para quién es este manual?

El Manual del facilitador es para uso regular de los capacitadores GIE de organizaciones colaboradoras, que han recibido el seminario de Formación de Formadores conducido por la OIT o sus representantes.

Los facilitadores del Programa son:

- ✓ Profesionales especializados en los temas de promoción del emprendimiento juvenil o del sector MYPE
- ✓ Funcionarios de instituciones públicas o privadas que dirigen programas de emprendimiento..

Es esencial que sólo un capacitador acreditado en GIE conduzca las actividades de capacitación de este programa.

¿Qué contiene este manual?

Este manual contiene sugerencias para capacitadores GIE. Ofrece pautas para el diseño y aplicación de las intervenciones en la capacitación y proporciona información sobre:

- Número de sesiones del programa GIE.
- Metodología de la capacitación.
- Ejercicios para desarrollar en el aula.
- Duración de los seminarios.
- Planes de sesión sugeridos.

Objetivo de este manual

El objetivo principal es ayudar a los capacitadores GIE, para que brinden actividades de capacitación efectivas y de alta calidad.

GIE acoge sus sugerencias

Siempre hay oportunidad y necesidad de mejorar, de manera que el programa alcance sus objetivos en forma efectiva. La OIT se esfuerza constantemente en mejorar su programa GIE y reconoce que esas mejoras muchas veces vienen de sugerencias creativas hechas por capacitadores GIE, basadas en sus propias experiencias de campo. De este modo, sus sugerencias y recomendaciones son bienvenidas y altamente valoradas.

Materiales del Programa GIE

Guía del participante

La Guía del Participante está preparada y diseñada para brindar a los jóvenes emprendedores una orientación completa de los diferentes temas que deben ser tomados en cuenta para desarrollar sus habilidades emprendedoras, idea de negocio.

Cada participante recibirá una copia de este material al momento de iniciar el proceso de capacitación.

Manual del Facilitador

El Manual del Facilitador contiene información básica e instrucciones para el desarrollo de las sesiones, desde la preparación hasta su ejecución.

Encontrará también anexos referidos a los ejercicios que se sugieren sean aplicados en las sesiones, según los temas a abordar, así como lecturas complementarias con mayor información para ser compartida con los participantes.

Genere su Idea de Empresa (GIE)

II Conociendo el GIE

GIE es una adaptación del Manual GIN que forma parte del programa de formación empresarial IMESUN.

¿Qué es GIE?

GIN es un programa de capacitación dirigido a potenciales emprendedores que quieren desarrollar una idea de negocio factible. La capacitación dura aproximadamente 3 días y en ella se usan metodologías avanzadas de capacitación para adultos.

Objetivos de la Capacitación GIE

El objetivo de la capacitación GIE es permitir a potenciales emprendedores descubrir si son las personas más adecuadas para iniciar una empresa y desarrollar una idea de negocio factible. Al final del curso, los emprendedores potenciales habrán logrado articular una idea de negocio concreta y factible.

Esta idea servirá para el posterior desarrollo de un plan de negocios.

A quien se dirige

La capacitación GIE está pensada para emprendedores potenciales que quieran empezar una micro o pequeña empresa. Para poder beneficiarse plenamente de la capacitación, es deseable que el emprendedor sea capaz de leer, escribir y realizar cálculos básicos. GIE se dirige a hombres y mujeres tanto en zonas rurales como urbanas y tanto jóvenes como adultos.

Componentes del Programa

La capacitación GIN está diseñada para asistir al emprendedor potencial entre otras cosas a:

- ✓ Llevar a cabo una auto-evaluación sobre su capacidad emprendedora y empresarial y en base a los resultados, identificar cómo puede mejorar ciertas características empresariales.
- ✓ Generar ideas de negocios. El participante será acompañado durante la realización de su auto-análisis de capacidades y conocimientos, y se le

mostrará cómo aprovechar al máximo sus conocimientos y capacidades para poner en marcha su empresa.

- ✓ Analizar y seleccionar la idea de negocio más factible. Cada idea será evaluada y filtrada a fin de identificar la idea de negocio más atractiva, con menor impacto negativo sobre el medio ambiente

Enfoque del Programa GIE

El Programa:

- ✓ Está orientado a la acción, los contenidos de las sesiones así como los principios de aprendizaje se basan en las experiencias de los participantes.
- ✓ Combina la experiencia y conocimientos de los facilitadores con los jóvenes.
- ✓ Desarrolla habilidades de forma progresiva.
- ✓ Es directo y participativo, promueve la unidad y el aprendizaje interactivo.
- ✓ Es adaptable a situaciones locales y regionales, y a la realidad de cada localidad.

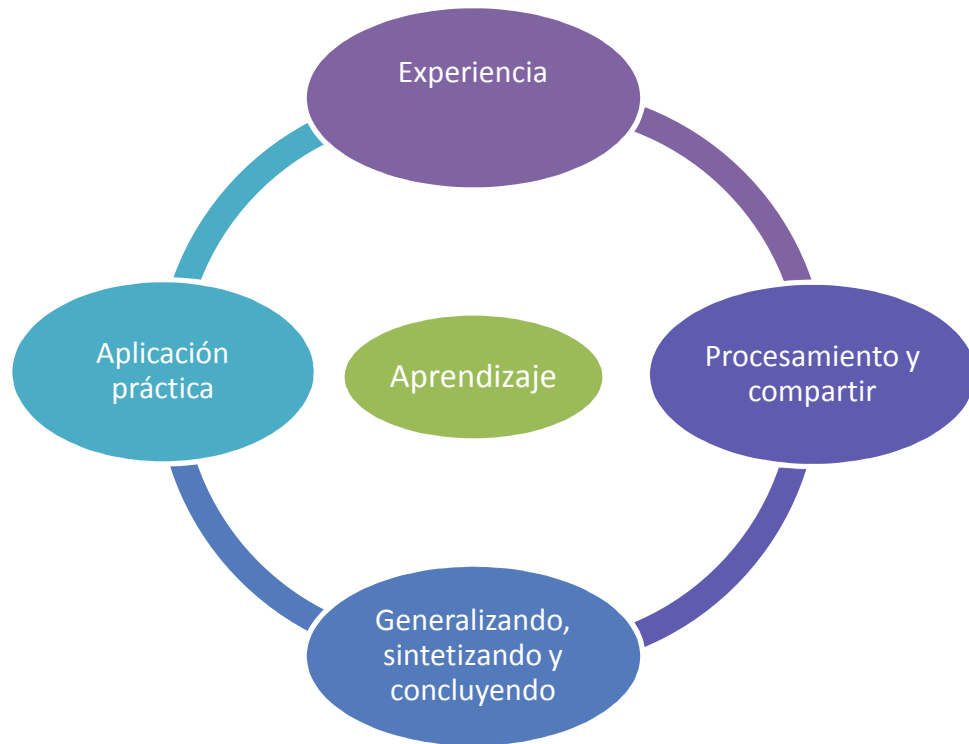
Metodología del Programa GIE

El programa GIE involucra aprendizaje por acción. Esto significa que los participantes adquieren nuevos conocimientos y puntos de vista aplicándolos a sus propias experiencias personales.

Durante este módulo los participantes son guiados en el análisis personal así como en la propuesta de ideas de negocios, a través de ejemplos prácticos y de posterior aplicación en campo.

El Programa GIE basa su metodología de aprendizaje en experiencias, reconociendo plenamente la necesidad de aprender haciendo y que las personas aprenden de diferentes formas.

Ciclo del Aprendizaje (David Kolb)



Para lograr el objetivo de aprendizaje se deben de diseñar espacios y momentos para cada una de las cuatro etapas de este ciclo, sólo cuando logramos desplegar las cuatro dimensiones hemos logrado cerrar el ciclo del aprendizaje.

En el GIE, el ciclo del aprendizaje puede comenzar a resolverse desde la experiencia o desde la generalización que es la parte conceptual, pero siempre se tiene incidencia en los cuatro momentos.

Revisemos estos momentos:



Experiencia

- Denominada también observación, experimentación o vivencia de una situación concreta. Tomar contacto con el problema otorga la relevancia y el sentido del aprendizaje.



Procesar

- Es el tránsito entre la experiencia y la teoría, pasa por una etapa de reflexión y análisis crítico sobre una realidad o experiencia concreta que permite articular lo vivido con los conceptos o modelos abstractos.



Generalizar

- Es la parte de los conceptos y la teoría, es la base de la transferencia a situaciones nuevas y futuras



Aplicar

Proyección de los conceptos y teorías a situaciones concretas trasladadas al quehacer de participante.

Técnicas didácticas

Las técnicas didácticas son los procedimientos que nos ayudan en el desarrollo del ciclo del aprendizaje.

Las técnicas utilizadas en el taller de formación GIE son las siguientes:

- Conferencia
- Lluvia de ideas
- Ejercicios
 - ejercicio grupal
 - ejercicio individual
- Estudio de caso
- Juego de roles.
- Dialogo didáctico
- Análisis crítico de videos

A continuación presentamos en qué consiste cada una de ellas

Conferencia

De qué se trata:	<i>Una conferencia incorpora una variedad de técnicas y permite la participación de los asistentes. La participación sugerida está dada en la forma de las preguntas que hace a los alumnos y sus respuestas, las preguntas que ellos le hacen a y sus respuestas, y breves períodos de discusión abierta entre los puntos que se toquen.</i>
Cuándo emplearla	<i>El método de la conferencia es ideal para explicar o enseñar conceptos y principios con los cuales los participantes no están familiarizados y proporcionar información relacionada al tema.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Ayudará a que los participantes adquieran conocimientos.</i>
Ventajas:	<i>La estructura de los contenidos se diseñan previo al desarrollo. El tiempo para la sesión puede ser, por lo tanto, trabajado con precisión.</i>
Desventajas:	<i>La participación es limitada y por tanto el mantener vivo el interés de los participantes es difícil. La asimilación de conocimientos por los participantes podría, por lo tanto, ser restringida.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <ul style="list-style-type: none"> <i>Los contenidos de la conferencia deben de ser preparados con anticipación. En el diseño debe de tomar en cuenta el objetivo de aprendizaje y el perfil de los participantes.</i> <i>Prepare una guía de preguntas que permita que los participantes ser sujetos activos en durante la sesión, motive su participación.</i> <i>Los alumnos tienen la oportunidad de participar pero si no lo hacen, la comunicación será solamente un camino y la sesión puede que no alcance el objetivo.</i> <i>Igualmente, solamente pocos participantes pueden ser los que hagan preguntas. Otros pueden tener preguntas pero se cohiben de hacerlas. Siempre motive a todos los participantes a hacer preguntas. Responda todas las preguntas aún cuando puedan ser repetidas.</i> 	

Lluvia de ideas

De qué se trata:	<i>Lluvia de ideas es un método para generar ideas. Su objetivo es estimular a los participantes a encontrar diferentes maneras de tratar un problema dado. Ud. formula un problema o una pregunta la cual puede ser abordada de diferentes formas y pida a los participantes que piensen en todas esas posibilidades. Por ejemplo, al enseñar 'promoción' Ud. puede pedir a los participantes que generen ideas sobre las formas de promover sus productos. El objetivo de la tormenta de ideas es producir una lista de alternativas de soluciones/respuestas y luego discutir los méritos y deméritos de cada solución.</i>
Cuándo emplearla	<i>La lluvia de ideas es ideal emplearla para encontrar una solución práctica a un problema. En capacitación, también es</i>

	<i>utilizado para ayudar a los participantes a que aprendan partiendo de sus propias experiencias. Como método de capacitación, la tormenta de ideas es empleada cuando los participantes tienen ideas acerca de cómo puede resolverse un problema en particular.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Los participantes aprenden partiendo de sus propias experiencias. Además, aprenden a elegir entre varias alternativas de solución</i>
Ventajas:	<i>La tormenta de ideas produce un alto nivel de participación. Además permite que la sesión sea muy dinámica y estimula la creatividad.</i>
Desventajas:	<i>Es una técnica que toma tiempo.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Durante la tormenta de ideas, el enfoque debe dirigirse a la generación de ideas y no a la discusión de las ideas.</i> • <i>Centre su atención en conseguir la mayor cantidad de ideas posible.</i> • <i>Asegúrese que todos participen solicitando ideas a aquellos que están en silencio.</i> • <i>No debe permitir críticas. La evaluación de las ideas viene después.</i> 	

Ejercicios

De qué se trata:	<i>Se solicita a los participantes a emprender una tarea en particular que requiere resultados. Un ejercicio es usualmente una práctica o un prueba de los conocimientos aprendidos antes de realizar un ejercicio y puede hacerse en forma grupal o individual.</i>
Cuándo emplearla	<i>Un ejercicio es empleado después que los participantes hayan aprendido una parte específica de conocimientos o luego de haber cubierto un tema.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Un ejercicio es una forma activa de aprender ya que los participantes practican las técnicas que se les ha impartido y tratan de aplicar el conocimiento aprendido en la búsqueda de soluciones. Los ejercicios también ayudan al capacitador a evaluar cuánto han asimilado los participantes.</i>
Ventajas:	<i>Permite hacer aplicaciones prácticas durante la sesión, y se tiene la oportunidad de verificar los niveles de aprendizaje</i>
Desventajas:	<i>Que no todos los participantes pueden contar con la asesoría.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <p><i>Algunos participantes requerirán más esfuerzo. Ud. deberá brindarle las orientaciones e indicaciones apropiadas pero no las soluciones.</i></p>	

Estudio de caso

De qué se trata:	<i>Un estudio de caso es la historia sobre un hecho o serie de circunstancias con detalles apropiados que los participantes deberán examinar y comprender. Los participantes analizarán y diagnosticarán las causas de un problema en particular (o problemas) planteados en el estudio de caso. Más adelante se les podría pedir que resuelvan el problema(s).</i>
Cuándo emplearla	<i>Un estudio de caso es ideal emplearlo para demostrar la aplicación de varias técnicas en situaciones reales que los participantes probablemente enfrenten.</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Un estudio de caso simula situaciones que los participantes puede ser que enfrenten día a día en sus negocios. Por tanto prepara a los participantes a encarar situaciones similares o parecidas en la vida real.</i>
Ventajas:	<i>El método de estudio de caso ayuda a los participantes a ver el problema o conjunto de circunstancias libre de las presiones de un problema o hecho actual. Le proporciona la oportunidad del intercambio de ideas y generación de alternativas de soluciones a problemas que ellos enfrentarán en sus negocios.</i>
Desventajas:	<i>En la vida real, las situaciones o hechos diferirán de aquellos planteados en los estudio de caso. Los participantes pueden llevarse una impresión errónea de las situaciones de la vida real.</i>
<p>Puntos a considerar al utilizarla:</p> <p><i>Ud. debe enfatizar que las decisiones tomadas en la clase práctica puede diferir de aquellas que se tengan que hacer ya en el campo en una situación real.</i></p>	

Juego de roles

De qué se trata:	<i>Un juego de roles es una dramatización de una situación que podría ocurrir en la vida real. Se solicita a los participantes que asuman roles específicos en situación dada. El objetivo es practicar el tratamiento directo de situaciones empresariales reales. La situación dramatizada es discutida por todos los participantes en un foro abierto para presentar a todos cómo las situaciones podrían ser tratadas de diferentes formas.</i>
Cuándo emplearla	<i>Un juego de roles es ideal emplearlo para demostrar la aplicación de situaciones que nos llevan a un conflicto, que nos permiten visualizar desde lo correcto o incorrecto una situación dada.</i>
Qué es lo que	<i>Los participantes practican situaciones cercanas a la vida real</i>

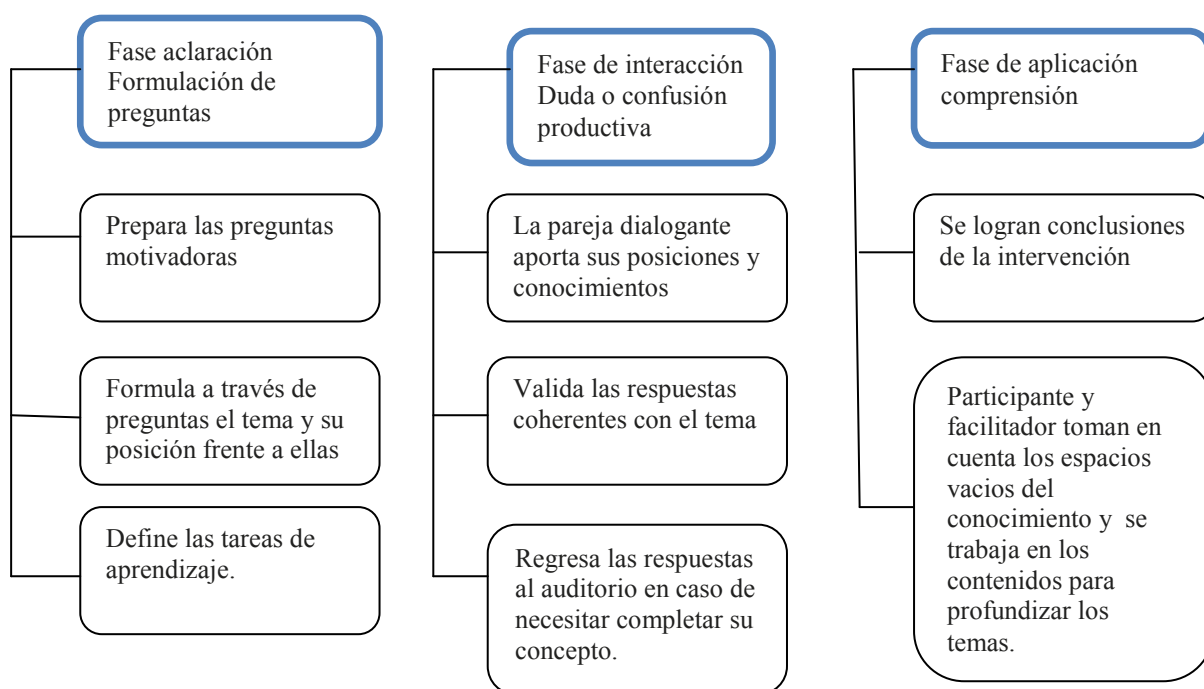
logrará:	<i>bajo la protección de la orientación del capacitador y reciben consejos o críticas constructivas y opiniones de sus colegas. Esto ayuda a los participantes a aprender lo mejor a través de la práctica y a obtener pautas de cómo reaccionar en situaciones de la vida real.</i>
Ventajas:	<i>El juego de roles ayuda a dar confianza a los participantes en el enfrentamiento a situaciones empresariales actuales</i>
Desventajas:	<i>En la vida real, las situaciones o hechos diferirán de aquellos planteados en el juego de roles. Los participantes pueden adoptar una impresión errónea de situaciones de la vida real. Ellos podrían no darse cuenta que las decisiones tomadas en la situación de práctica son diferentes de aquellas que tengan que hacerse sobre el terreno en una situación real.</i>
Puntos a considerar al utilizarla:	
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Los participantes pueden avergonzarse y su confianza puede verse disminuida antes que incrementada.</i> • <i>Algunos participantes pueden entusiasmarse en el desempeño de sus roles haciendo que todo el juego de roles sea una farsa y algo que no sea tomado en serio.</i> • <i>Ud. debe moderar el juego de roles para evitar que esto ocurra.</i> 	

Diálogo didáctico

De qué se trata:	<i>Conocimientos, ideas y opiniones acerca de un tema en particular son intercambiadas libremente entre los participantes y el capacitador. En una discusión abierta, el capacitador facilita y controla la discusión mientras todos participan. En una discusión grupal, los participantes son divididos en grupos pequeños. El tema es discutido libremente por cada grupo. El capacitador circula por todos los grupos como un observador y realiza las acotaciones apropiadas dónde y cuándo es necesario. Los grupos se vuelven a juntar y la conclusión de cada grupo es discutida en un foro abierto.</i>
Cuándo emplearla	<i>El diálogo didáctico es ideal emplearla para analizar una situación dada y reforzar los conceptos y la comprensión de los participantes a través del intercambio de puntos de vista con los otros. Es utilizado cuando los participantes tienen un conocimiento anterior acerca del tema en discusión</i>
Qué es lo que logrará:	<i>El diálogo didáctico, al permitir el intercambio de experiencias, produce cambios en las actitudes de los participantes.</i>
Ventajas:	<i>El diálogo ofrece la oportunidad al capacitador de hacer una retroalimentación acerca de la forma en la que los participantes pueden aplicar los temas aprendidos.</i>
Desventajas:	<i>Los participantes pueden salirse del tema o no poder discutirlo provechosamente.</i>

Puntos a considerar al utilizarla:

- Puede ser que los participantes se pongan obstinados y determinen aferrarse a sus opiniones y/o actitudes en lugar de disponerse a cambiarlas.
- Ud. requiere controlar la estructura, dirección y proceso de la discusión para evitar estas situaciones.
- Tomar en cuenta las siguientes fases de aplicación del diálogo didáctico:



Análisis crítico de un video

De qué se trata:	<i>Se inicia con la presentación de un video, y luego de la observación se trabaja con el contenido para dejar al descubierto las ideas principales, los argumentos que las soportan, la coherencia entre ellas, los errores y contradicciones. Todo esto sirve de fundamentación para la realización del análisis crítico. Al ejecutar la técnica, se debe tener presente utilizar un video que corresponda al objetivo de aprendizaje.</i>
Cuándo emplearla	<i>El análisis crítico es ideal emplearlo para iniciar el desarrollo de un tema</i>
Qué es lo que logrará:	<i>Proceso de reflexión frente a una situación dada y que motive el análisis y conclusiones desde lo visualizado.</i>
Ventajas:	<i>Permite desarrollar posiciones diferentes a la propia. Desarrolla la capacidad de comprensión, asimilación, análisis y evaluación. Ayuda la reflexión identificando ideas o conceptos importantes. Contribuye al mejorar el enlace entre situación dada y la</i>

	vivencia personal Fomenta la creatividad cognitiva
Riesgos:	Que la discusión se concentre en los detalles y no en el tema de fondo Que algunos hayan visualizado anteriormente el video perdiendo el interés en el análisis.

Puntos a considerar al utilizarla:

Elaborar un esquema que contenga:

- *Introducción: donde se expone la idea central de la crítica.*
- *Desarrollo: debe contener las ideas principales de la crítica que se realiza al video. Además, las ideas secundarias con ejemplificaciones, descripciones, inferencias, entre otras.*
- *El facilitador debe preparar una guía de preguntas que permita recoger los aspectos importantes a ser trabajados*
- *Considerar el tiempo del video, debe ser corto y acotado al tema que se aborda en la sesión.*
- *Conclusiones: a las cuales se llega respecto a la obra evaluada, luego de ejecutar el análisis.*
- *La conversación debe ser con un lenguaje sencillo, directo y propio.*
- *Es importante recordar, que no se puede criticar una idea, posición o formulación de conceptos si no se tienen claros los elementos intrínsecos, del tema a evaluar.*

GUIA PARA EL ANALISIS CRÍTICO DE UN VIDEO Y/O SPOT PUBLICITARIO.

Preguntas orientadoras

Trama, título, enigma:

1- *¿De qué trata este video? ¿A qué se refiere?*

2- *¿Cuál es la relación entre el video y el título? ¿Qué enigmas crea el título?*

Apertura

3. *¿Por qué empieza el video de la manera que lo hace? ¿Qué expectativas despierta en la audiencia?*

El desarrollo del video o spots publicitario:

4. *Describe Personajes y sus acciones. Describe el o los ambientes en que se desarrolla el video, decorados, paisajes y objetos.*

5. *¿Este video es la historia de quién?*

6 *¿Cuál es la relación entre el sonido y la imagen? De ejemplos de escenas o secuencias específicas.*

7. *¿Cuál es la importancia o relevancia del diálogo en el video? De ejemplos.*

8 *¿Cuáles secuencias consideras más significativas dentro del desarrollo de la historia? ¿Por qué?*

El espectador:

9 *Le impacto alguna escena ¿Por qué?*

10 *¿Hay relaciones especiales entre lo visualizado y su vivencia personal?*

11 *¿Qué aspectos propone, enfatiza o crítica el video?*

12 *¿Hay un mensaje coherente? ¿Cuál es?*

Cierre:

13- *¿En qué imagen termina el video? Explique el efecto que pretende crear en el espectador*

14- *¿Qué aprendizaje nos deja este video?*

III ORGANIZACIÓN TALLER DE CAPACITACION



DESARROLLO DEL TALLER GIE

A continuación presentamos un breve resumen de la secuencia general del taller de capacitación GIE.

<i>FASES</i>	<i>ETAPAS</i>	<i>PROCESOS</i>	<i>FINALIDAD</i>
ANTES de iniciar el taller de capacitación GIE	DELIMITAR la acción Finalidades. Metas. Objetivos. Intención. Perfiles. Resultado	APLICAR Y ANALIZAR Las necesidades de formación (ANC)	Para concluir que se necesita aprender Para orientar los objetivos de aprendizaje
	PREPARAR el plan de sesión Contenidos. técnicas, medios y sistemas de evaluación	DISEÑAR y elaborar recursos técnicos y didácticos	Para apoyar el logro de los objetivos de aprendizaje
DURANTE el taller GIE	DESARROLLAR y organizar secuencias de aprendizaje	DESARROLLAR el taller de formación	Para desarrollar las secuencias de aprendizaje Valorar los resultados parciales Hacer ajustes necesarios e incorporar mejoras
DESPUES del taller GIE	EVALUAR La acción	EVALUAR el taller de formación: diaria y final	Para conocer los resultados del aprendizaje Para saber el nivel de satisfacción de los participantes
		SEGUIMIENTO comprobar los resultados.	Comprobar si logro pasar a La etapa de formulación de plan de empresa Si logro abrir su empresa

Objetivos del Taller

El objetivo del Taller es que los emprendedores adquieran conocimientos y destrezas básicas en la identificación de ideas de negocios y los apliquen en la elaboración de un plan de idea de negocio.

Participantes del taller

Es importante antes de iniciar el seminario de formación se identifiquen las necesidades de los participantes, de esta manera podremos ayudarlos a que el taller cubra sus expectativas.

Para ello, utilizaremos la ficha de Análisis de Necesidades de Capacitación (ANC).- Anexo 1- Este instrumento contiene la siguiente información:

- ✓ Datos personales (Nombre, edad, domicilio, etc...)
- ✓ Grado de Instrucción
- ✓ Experiencia en el manejo de un negocio
- ✓ Capacitación en gestión empresarial
- ✓ Experiencia en conceptos empresariales

Planificación del seminario

Sugerencias iniciales

Tome en cuenta las siguientes recomendaciones para desarrollar el seminario de capacitación:



- ✓ Revise los planes de sesión. Prepare cada uno de los temas que va desarrollar durante el seminario.
- ✓ Programe un tiempo suficiente para cada módulo, para que los participantes puedan intercambiar sus experiencias, discusiones, etc



- ✓ Utilice juegos y ejercicios prácticos relacionados con su realidad, para que sea una sesión activa donde ellos sean capaces de asimilar y comprender cada módulo
- ✓ El seminario prioriza la aplicación práctica, las exposiciones del facilitador tienen un menor tiempo.

Duración del taller

El GIE tiene una duración de 24 horas de formación, que pueden ser distribuidas en:

- ✓ 3 días a tiempo completo: 8 horas de formación.
- ✓ 6 días en jornadas de formación de 4 horas

Sin embargo, este tiempo sugerido debe ser ajustado tomando en consideración las necesidades de los participantes. Para el cálculo del tiempo sugerimos tomar en cuenta:

- ✓ Habilidades de aprendizaje que tienen los participantes.
- ✓ La metodología utilizada.
- ✓ Las pautas que dio el análisis de capacitación.

Cuando planifique el plan de sesión se deberá tomar en cuenta:

- ✓ Ceremonia de inauguración y clausura del seminario.
- ✓ Desarrollo de los contenidos del manual del participante
- ✓ Ejercicios, dinámicas, etc.
- ✓ Descansos
- ✓ Evaluaciones diarias

Organización del Programa

Sesiones	Contenido	Duración
Primera Sesión	- ¿Qué es una idea empresarial?	4 horas
Segunda Sesión	- ¿Estás preparado para iniciar una empresa?	4 horas
Tercera Sesión	- Identifica ideas empresariales	4 horas
Cuarta Sesión	- Genera tus propias ideas empresariales	4 horas
Quinta Sesión	- Analiza tus ideas empresariales	4 horas
Sexta Sesión	- -Prepara tu plan de idea de empresa	4 horas
Total		24 horas

Diseño de los planes de sesión

En el manual encontrará planes de sesión recomendados para cada tema del GIE. Los planes de sesión han sido diseñados considerando la distribución del tiempo, la importancia de los variados sub-temas, y las características del emprendedor 'promedio' que no tiene un nivel educativo alto o que no tiene capacitación empresarial previa.

Los planes de sesión recomendados están diseñados para usarse con los manuales del GIE como material de capacitación. Además, podrá usar siempre materiales específicos que considere apropiados para el grupo de trabajo.

Sin embargo, le sugerimos preparar sus propios planes de sesión adaptado a su propio estilo y a las necesidades actuales de capacitación de los emprendedores. Tome en cuenta: los resultados de la ANC, la pertinencia de incorporar algunos ejercicios, o profundizar en algunos contenidos.

Conducción del taller de capacitación

Su primera tarea es aliviar la tensión y establecer una atmósfera amigable que conduzca al aprendizaje.

Recuerde que los jóvenes empresarios tienen muchas expectativas en el curso. Ellos pueden no estar seguros si el tiempo que emplearán en el seminario va a estar bien empleado. Por tanto es de suma importancia crear al principio una atmósfera de confianza en que el seminario, en efecto, será de ayuda substancial para ellos, en el mejoramiento de sus negocios.

Una de las claves para un seminario efectivo y exitoso es el alto nivel de participación de todos de los capacitados. Arregle los asientos de modo que todos los participantes puedan ver las caras como sea posible. No sienta a los participantes de manera que la única cara que vean sea la suya.

1. Dé la bienvenida a los participantes

- ✓ La bienvenida puede ser encargada a los organizadores del evento, esta debe ser breve y debe el marco en que se desarrolla la actividad.
- ✓ Se recomienda hacer una breve explicación de cómo será conducido el taller, a cargo de quienes estará y que se espera luego de terminado el proceso.

2. Presentación del facilitador

- Desarrolle una presentación sencilla, que haga mención a su experiencia y trayectoria en el tema que se viene abordando. Si tiene co-facilitadores o apoyo logístico es la oportunidad para que ellos también se presenten.

3. Presentación de los participantes y nivelación de expectativas

Solicite a los participantes que se presenten y al mismo tiempo a expongan lo que esperan del seminario. Estas presentaciones pueden hacerse interesantes en una variedad de formas, por ejemplo:

- Se puede solicitar a los empresarios que se sienten en parejas y que se presenten el uno al otro. Cada uno luego se dirige a la audiencia unos minutos para presentar a su compañero(a) diciéndole al grupo sus antecedentes, qué negocio tiene, expectativas acerca del seminario, etc.
- Los participantes pueden sentarse en círculo. Ud., el capacitador, tiene una bola la cual sostiene mientras se presenta a sí mismo. Al final de su presentación, Ud. expone sus expectativas acerca del seminario.

Reitere que todos los demás luego de Ud. deberán exponer sus expectativas acerca del seminario. Luego de eso, Ud. lanza la bola a cualquier persona del círculo. Aquel que agarre la bola es el siguiente en hacer su presentación.

Escriba las expectativas expuestas en una lámina o en la pizarra durante las presentaciones.

4. Revise las expectativas de los participantes

- Tome nota de las expectativas mencionadas por los participantes, y luego analice cada una de ellas, aclare si serán tratadas o si están fuera del alcance del taller.
- Exhiba las láminas en un lugar donde todos las puedan ver. Manténgala allí hasta el plenario, al final del taller para ver qué expectativas han sido cumplidas.

5. Explique los objetivos del taller y el horario

- Discuta los objetivos del taller
- Asegúrese que todos los participantes entiendan y estén de acuerdo con los objetivos.
- Brinde información acerca de los antecedentes del programa de capacitación GIE-MEP, aclare que es una edición adaptada a la realidad de Ecuador y que se enmarca en el programa mundial de IMESUN, presente los objetivos, componentes y metodología.
- Explique el programa del taller.
- Asegúrese que el horario (incluyendo los cortes) se entienda correctamente.
- Acentúe la importancia de la puntualidad y la asistencia a todas las sesiones.
- Explique las ceremonias de apertura/clausura.

6. Conduciendo las sesiones para temas del GIE

El facilitador debe usar planes de sesión. Esta es la única manera de establecer los objetivos de la sesión, que los puntos importantes no queden fuera, y que las necesidades de capacitación identificadas sean cubiertas. El seguimiento de un plan de sesión pre-diseñado asegura que Ud. presente su trabajo en forma sistemática y profesionalmente. Planes de sesión recomendados para cada tema GIE se encuentran en este manual.

Prepárese bien con anticipación. Algunos facilitadores creen que material de este tipo ayuda a que ellos sólo inviertan pocos minutos en la preparación de cada sesión. Sin embargo, este no es el caso. Es recomendable que Ud. siga

los pasos a dar antes del taller cuidadosamente antes de dictarlo, basado total o parcialmente en el material proporcionado en esta guía.

7. Evaluación diaria

Al final de cada día del taller, solicite a los participantes a que realicen sus propias evaluaciones del mismo.(Anexo 2: Evaluación diaria)

Al inicio de cada sesión del día siguiente, Ud. debe comenzar efectuando una revisión a la evaluación del día anterior, a esto se le llama hilo conductor. .

Asegúrese que no haya problemas administrativos que perturben a los participantes de modo que su atención no se distraiga del aprendizaje.

8. Evaluación final del taller

Al final del taller, pida a los participantes hacer su propia evaluación del seminario. Analice los comentarios hechos por cada participante en su 'Formato de Evaluación Final del Seminario (Anexo 3: Evaluación final del taller).

Lea más acerca de la 'Evaluación Final del Seminario' y 'Cómo analizar las respuestas del Formato de Evaluación del Seminario.

No olvide finalizar con el Informe de Actividades del GIE luego de la culminación del taller y hacérselo llegar a la institución contratante.

Recuerde llenar los formatos de informe para ser presentados a su Master Trainer para asegurar su crecimiento como facilitador en el ciclo de acreditaciones de la OIT.

9. Planes de idea de negocio

Recuerde, uno de los principales objetivos del taller para los jóvenes participantes es 'tomar acción' - aplicando sus nuevos conocimientos en la identificación de oportunidades de negocio. Por ello elabore paso a paso con los participantes durante las sesiones de capacitación el Plan de Idea de Negocio.



**IV Taller de
Capacitación
Planes de sesión**

Desarrollo del Programa

Estructura y contenidos de la sesión:

Sesión 1	¿Qué es una idea empresarial?
Logro de la sesión:	Al finalizar la unidad, el alumno identifica las características de una idea de negocio.
Tiempo de la sesión	4 horas

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	Tiempo
Bienvenida al Programa Entregar junto con la Guía del Participante, solaperos que permitan la conformación de grupos	Los participantes colocan sus nombres en las guías	Exposición	5 minutos
Presentación de los participantes y espacio de generación de confianza en el grupo. Solicitar a los participantes que coloquen su nombre en una tarjeta pequeña, deben de elegir dos letras y escribir dos cualidades. Luego se presentan y dicen sus dos cualidades	Características personales: R Optimista Cumplida I O	Tarjetas Plumones solaperos	15 minutos
Presentación del Programa (Objetivos y Contenidos Modulares)	Exposición-diálogo	Papelógrafos	10 minutos
Introducción Tema Generación de Ideas Empresariales Preguntas que orientan el tema <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es una idea? • ¿Qué es una idea empresarial? • ¿Cómo debe ser una idea empresarial? 	Los participantes responden a las preguntas generándose un diálogo entre ellos.	Pizarra Power point Diálogo didáctico Ser acompañada con los contenidos desarrollados en	20 minutos
Características de una buena idea empresarial Se cuenta una breve historia, deseo poner un negocio de venta de sandwiches	Los alumnos participan en la modalidad de lluvia de ideas en plenario.	Diálogo didáctico	30 minutos

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	Tiempo
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las necesidades de mis clientes a satisfacer? • ¿Qué producto o servicio venderás? • ¿a quienes le venderás? • ¿Cómo venderás tus productos o servicios? • 	<p>Conforme van proponiendo los conceptos se van presentando cada uno de ellos, “sólo se enuncian”</p>		
<p>Características de una buena idea de empresa</p> <p>1. ¿Qué necesidad de tus clientes atenderás</p> <p>El facilitador desarrolla la importancia de atender las necesidades de los consumidores: “importancia de la necesidad”</p> <p>Trabajo de grupos: Identifica 3 productos y 4 servicios</p> <p>El facilitador invita a la reflexión Los emprendedores perciben oportunidades donde otros no las ven.</p>	<p>Reflexiona sobre el desarrollo de los ejemplos propuestos</p> <p>Los integrantes trabajan en grupos para el desarrollo del ejercicio</p> <p>“Los emprendedores perciben oportunidades donde otros no las ven”.</p>	<p>Se sugiere buscar un caso de éxito local para que sea leído en aula. Y se reflexione sobre el contenido.</p>	<p>30 minutos</p>
<p>2. ¿Qué producto o servicio venderá mi empresa?</p> <p>Motivar la participación de los alumnos: ¿Qué productos vende una panadería? ¿Qué productos vende la empresa de celulares? ¿Por qué será importante conocer los productos o servicios cuando piensa implementar una empresa?</p>	<p>Los participantes responden, generando un diálogo entre ellos y el docente.</p>	<p>Pizarra, plumones, power point.</p> <p>Diálogo didáctico</p>	<p>30 minutos</p>
<p>3. ¿A quién venderás?.</p> <p>Motivar la participación de los alumnos Posibles preguntas: ¿Para quién se abren las empresas?</p>	<p>Los participantes responden, generando un diálogo entre ellos y el docente.</p> <p>Los participantes toman nota sobre los</p>	<p>Pizarra, plumones, power point.</p> <p>Diálogo didáctico</p>	<p>30 minutos</p>

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	Tiempo
<p>¿Quiénes son la razón de ser de las empresas?</p> <p>¿A quién venden los productos o servicios las empresas?</p> <p>¿Quiénes serán los clientes de....?: Se pueden colocar los ejemplos del manual del participante o trabajar otros tipos de empresas acorde con la región y conocimiento de los participantes</p> <p>Enfatizar: Los clientes la razón de ser de las empresas</p>	<p>contenidos desarrollados y realizan preguntas sobre el tema expuesto</p>		
<p>4.¿Cómo venderás tus productos o servicios?</p> <p>Motivar la participación de los alumnos</p> <p>Posibles preguntas: ¿Cómo vende telemercado (venta de productos en internet o por televisión?) ¿Cómo vende un supermercado? ¿cómo vende la bodega de barrio?... etc</p> <p>Desarrollo de contenido Formas de llegar al cliente, conceptos de tipos de empresas de comercio: mayoristas y minoristas</p>	<p>Los participantes analizan las preguntas y responden a las preguntas formuladas por el facilitador.</p> <p>Los participantes toman nota sobre los contenidos desarrollados y realizan preguntas sobre el tema expuesto</p>	<p>Reflexión personal y lluvia de ideas en plenario.</p>	<p>30 minutos</p>
<p>Encontrar ideas de empresa</p> <p>Lectura de la experiencia de la señora Mendoza</p>	<p>Los participantes analizan el caso y reflexionan de cómo encontrar ideas de empresa.</p>	<p>Manual del participante Láminas de power point</p>	<p>20 minutos</p>
<p>Cierre de sesión:</p> <p>¿Qué características tiene una buena idea empresarial? Se presenta de manera resumida los conceptos centrales trabajados</p>		<p>Manual del participante Láminas de power point</p>	<p>10 minutos</p>
<p>Evaluación</p>	<p>Llenan el formato de evaluación diaria</p>	<p>Ficha de evaluación</p>	<p>10 minutos</p>

Sesión 2	¿Estás preparado para iniciar tu empresa?
Logro de la sesión:	Al finalizar el alumno identifica las habilidades emprendedoras de las personas exitosas
Tiempo de la sesión	4 horas

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
Hilo conductor El facilitador a través de preguntas sencillas un recuento de lo trabajado en la sesión anterior	Enuncian los puntos más importantes desarrollados en la sesión anterior	Plumones y pizarra	10 minutos
Desarrollar el ejercicio “Dale con todo a la corta Dale con todo a la larga” Anexo 4 Mediante la reflexión reconocer las habilidades emprendedoras que están orientadas a poder, planificación y poder	Los participantes se involucran de manera activa en el desarrollo de las actividades. Analizan desde su vivencia los comportamientos emprendedores e interiorizan la importancia de cada uno de ellos	Artículos personales	40 minutos
Desarrollar contenidos: ¿Quién es un emprendedor? El espíritu emprendedor Habilidades emprendedoras Se desarrollan cada una de las habilidades: Para alcanzar logros, capacidad de planificación y orientadas al poder.	Reflexionan desde los logros conseguidos en el ejercicio. Reconocen los comportamientos desde la vivencia desarrollada.	Láminas de power point, o tarjetas donde están visualizadas los comportamientos emprendedores.	40 minutos
Desarrollo del test de los emprendedores y el plan de mejora personal El facilitador desarrolla un ejercicio tipo Da las instrucciones para que los participantes llenen sus respectivos formatos. Luego de los resultados alcanzados proponer el plan de mejora personal.	Llenan el formato de manera individual Elaboran su plan de mejora personal	Guía del participante lapiceros	45 minutos
Tipos de empresa en que me involucrare	Presentar un power point donde aparecen diferentes tipos de empresa y los	Láminas de power point multimedia	30 minutos

	participante las reconocen		
Evaluación	Llenan el formato de evaluación diaria	Ficha de evaluación	10

Sesión 3	¿Cómo encontrar buenas ideas de empresa?		
Logro de la sesión:	Los participantes identifican ideas de empresa		
Tiempo de la sesión	4 horas		

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
Hilo conductor El facilitador a través de preguntas sencillas un recuento de lo trabajado en la sesión anterior	Enuncian los puntos más importantes desarrollados en la sesión anterior	Plumones y pizarra	10 minutos
¿Cómo encontrar buenas ideas empresariales? Identificando ideas de negocios Actividades de la comunidad, Visita de la comunidad, Para el desarrollo de esta sesión se debe organizar una visita de campo, entrevista a tres empresarios. Anexo 5	Los participantes reflexionan sobre la importancia de identificar una oportunidad de negocio. Los diferentes grupos deberán socializar los resultados de la visita y esta deberá ser anotada en los papelógrafos Se revisa el caso de la señora López y se deja como ejercicio para el participante, el desarrollo de “En mi ciudad hay muchas ideas para posibles negocios) que debe ser traída al día siguiente.	Guía de trabajo Pizarra Plumones Proyector multimedia	160 minutos
Ideas de empresa. Ideas de empresa importadas Ideas de negocio de recursos naturales Innovando productos El facilitador podrá buscar casos interesantes de ideas de negocio en internet y comentarlas a los alumnos	Los participantes realizan ejercicios que les permiten ejercitarse en la identificación de oportunidades que se expresan en ideas de negocio. Trabajo de grupos en el aula: Los participantes deberán de desarrollar la identificación de oportunidades de negocio basado en los recursos naturales: Cada grupo desde una región identifica las posibles ideas	Manual del facilitador Lapiceros Láminas de power point Proyector multimedia.	60 minutos

	de negocios		
Evaluación	Llenan el formato de evaluación diaria	Ficha de evaluación	10

Sesión 4	Generando sus propias ideas de empresa
Logro de la sesión:	Al final de la sesión el participante cuenta con al menos 10 ideas de negocio que se constituyen posibles oportunidades
Tiempo de la sesión	4 horas

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
Hilo conductor El facilitador a través de preguntas sencillas un recuento de lo trabajado en la sesión anterior	Enuncian los puntos más importantes desarrollados en la sesión anterior	Plumones y pizarra	10 minutos
Generando sus propias ideas de empresa Aplicar ejercicio para el desarrollo del pensamiento creativos: 9 puntos, 6 palitos, el ejercicio transportando el huevo. Anexo 6. Si es el caso de los 9 puntos o de los 6 palitos el ejercicio es individual Si el ejercicio es transportando al huevo el ejercicio es grupal, se deben de conformar entre 4 o 5 participantes Anexo 6.	Trabajo individual o grupal	Hojas de papel bond 01 huevo por grupo Palitos de fósforos Visita a una comunidad	40 minutos
Lluvia de ideas Se conforman grupos y se inicia el concurso Maratón de ideas de negocios. Anexo 7. Luego de la lluvia maratónica se pide a los participantes que llenen el formato de mi primera lista de ideas para mi propio negocio, pueden tomar como referencia los listados de la maratón, pero también algunas que ellos tienen en mente.	Los participantes se integran al trabajo de grupo y luego realizan los ejercicios de aplicación personal. Luego de la explicación los participantes deberán llenar cuidadosamente su ejercicio personal.	Papelógrafos Plumones Cinta masking tape Cuaderno de trabajo	60 minutos
Analizando mis habilidades y experiencias Explicar que el emprendedor es una fuente de posibles oportunidades de	Los participantes trabajan en grupos de 4 personas, identificando posibles ideas de negocio	Cuaderno de trabajo	60 minutos

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
negocio Se forman grupos y se pide que los participantes identifiquen posibles ideas de negocio desde lo que saben hacer;: habilidades, intereses y experiencias.	desde habilidades, intereses y experiencias. Presentación de los resultados, estas hojas se guardan para la galería de ideas.		
Aplicación de la ficha Mis experiencias personales: Luego del trabajo en grupo se pide a los participantes que puedan llenar el formato de manera individual.	Los participantes proceden al llenado de la ficha Mis experiencias personales.		40 minutos
Evaluación	Llenan el formato de evaluación diaria	Ficha de evaluación	10

Sesión 5	Seleccionado mi idea empresarial
Logro de la sesión:	Al finalizar la sesión los participantes cuentan con 2 ideas de negocios que serán sondeadas en el mercado.
Tiempo de la sesión	4 horas

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
Hilo conductor El facilitador a través de preguntas sencillas un recuento de lo trabajado en la sesión anterior	Enuncian los puntos más importantes desarrollados en la sesión anterior	Plumones y pizarra	10 minutos
Depure su lista de ideas Identifique 10 ideas de empresa Analice estas 10 ideas de empresa Macrofiltro Procede a explicar la técnica del macrofiltro, esta consiste hacer un primer proceso de evaluación con las 10 primeras ideas seleccionadas. El macrofiltro es una herramienta que sirve para seleccionar ideas de negocios de manera rápida guiándonos para algunas preguntas ejes para seleccionar y excluir las	Los participantes desarrollan la aplicación práctica en su manual GIE	Manual GIE Láminas de Power point	40 minutos

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
ideas que tengan respuesta negativa.			
<p>Analice las 10 buenas ideas empresariales</p> <p>Microfiltro</p> <p>Proceder a explicar la técnica del microfiltro, esta técnica consiste en seleccionar al menos 3 ideas de negocios</p> <p>El microfiltro es una herramienta que permite priorizar la idea de negocio a trabajar. Se tendrá en cuenta para esto las ideas que ofrezcan mejores oportunidades comerciales y en la que se puedan desplegar sus capacidades. Se seleccionan las ideas que tengan mayor puntaje.</p>	<p>Los participantes desarrollan la aplicación práctica en su manual GIE</p>	<p>Manual GIE</p> <p>Láminas de Power point</p>	<p>40 minutos</p>
<p>Sondeo con informantes clave</p> <p>El sondeo tiene como finalidad contrastar la idea de negocio con el mercado. Anexo 8.</p> <p>Este proceso se realiza con un sondeo básico que permite recabar información a través de entrevistas, observaciones directas o conversaciones informales.</p> <p>En esta etapa el emprendedor debe de definir con claridad las personas que va a entrevistar y establecer los instrumentos que va utilizar para el recojo de información. (revisar en el anexo las preguntas sugeridas)</p> <p>Idea de empresa</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Lo que necesito averiguar ✓ Con quien hablaré ✓ Preguntas que debo de hacer <p>Se sugiere desarrollar los tips para realizar buenas preguntas.</p> <p>El facilitador asesora de manera individualiza a los alumnos para el desarrollo de sus guías de entrevista.</p>	<p>Los participantes desarrollan la aplicación práctica en su manual GIE</p>	<p>Manual GIE</p> <p>Láminas de Power point</p>	<p>60 minutos</p>
<p>Se explica de manera sencilla como procesar la información tomada en la entrevista</p>	<p>Toma nota y hace la aplicación práctica a su propuestas de idea de</p>	<p>Pizarra/ dialogo didáctico</p>	<p>10 minutos</p>

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
	negocio		
Evaluación	Llenan el formato de evaluación diaria	Ficha de evaluación	10

Sesión 6	Prepara tu plan de idea de empresa
Logro de la sesión:	Al finalizar la sesión los participantes cuentan con su plan de idea empresarial.
Tiempo de la sesión	4 horas

Contenidos / Acción del facilitador	Acción de los participantes	Material y técnicas utilizadas	tiempo
Hilo conductor El facilitador a través de preguntas sencillas un recuento de lo trabajado en la sesión anterior	Enuncian los puntos más importantes desarrollados en la sesión anterior	Plumones y pizarra	10 minutos
¿Cómo les fue con la información de campo? Preguntar quienes desean compartir sus experiencias.	Se siente motivado a comentar el proceso de búsqueda información en clientes potenciales que le ayuda a definir sus ideas de negocio.	Pizarra/ dialogo didáctico	5 minutos
Conocemos el significado de FODA Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas Para el caso de selección de ideas de negocios este es un método usado para decidir cuál es la mejor idea de empresa	Participa de manera activa desarrollando un ejercicio tipo con el profesor.	Ppt y hojas de de trabajo	15 minutos
El facilitador asesora la aplicación del FODA en la idea de empresa seleccionada por el alumno.	Los alumnos hacen la aplicación práctica en su idea de negocio	Ppt y hojas de de trabajo	40 minutos
Mi idea de empresa El facilitador debe explicar que se esta llegando al fin de esta etapa deben colocar las 2 ideas de empresa seleccionadas en el formato que se les ha dado	Trabajo individual	Formato en el manual del participante	120 minutos
Presentación de las ideas de empresa Exposición de sus ideas de empresa	Cada uno de los participantes presentará una idea de negocio, cada		60 minutos

	participante tiene entre 2 y 3 minutos para presentar su idea de negocio según el formato básico de su guía.		
Evaluación final del taller	Llenan el formato de evaluación del taller	Ficha de evaluación	10 minutos



V Anexos

Anexo 1: Ficha de información del participante

Taller de Generación de Ideas de Negocio Empresariales Información del participante

Nombre y apellidos									
Edad	15-20			21-25		26-30		31-35	
Domicilio									
Teléfono				Correo electrónico					
Centro de trabajo									
Teléfono									
Grado de instrucción (marque su nivel más alto de preparación)									
Primaria		Secundaria			Técnica				
Actividad que desarrolla en su tiempo libre									
Tiene experiencia en el manejo de un negocio						si		No	
Tiempo de experiencia									
¿Qué cursos de capacitación a recibido?									
Evaluemos nuestro conocimiento en									
		1	2	3	4	5			
-que tipos de empresas existen									
- Donde ubicar ideas de empresa									
- Como seleccionar ideas de empresa									
- Como hacer un foda									

1-3	nada
4	insuficiente
5	suficiente

Anexo 2: Evaluación diaria

Taller de Generación de Idea de Empresa

Fecha:.....




¿Qué fue lo que más le gustó?

¿Qué fue lo que no le gustó?

¿Qué no le quedó muy claro?

Algunas sugerencias para mejorar

Califique el taller con la siguiente simbología, marcando un aspa o cruz

		
Malo	Regular	Bueno

Anexo 3: Evaluación final

EVALUACION FINAL

1. Cómo valoras la aplicabilidad del programa de capacitación para la gestión de:

Concepto	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
¿Qué es una idea empresarial?				
¿Estas preparado para iniciar una empresa?				
Identifica ideas empresariales				
Genera tus propias ideas empresariales				
Analiza tus ideas empresariales				
Plan de idea empresarial				

2. Evalúa los siguientes conceptos

Conceptos	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
Claridad con que fueron expuestos los temas por la facilitador(a)				
El aula de clases estuvo bien ubicada sin ruidos molestos				
La facilitadora enriquece la clase con ejemplos claros y de nuestra realidad				
Los alimentos fueron adecuados (calidad y cantidad)				
Dominio del tema de la facilitador(a)				
Se han satisfecho sus expectativas de cuando inicio el taller de capacitación				
El horario fue el adecuado a su disponibilidad de tiempo				
El facilitador respondió adecuadamente a las interrogantes de los participantes				
Los materiales de capacitación, son claros y le resultan útiles				

Anexo 4: Dale con todo a la corta, dale con todo a la larga.

Este ejercicio, busca motivar a los participantes a través de la experiencia vivida la importancia de planificar y desarrollar las habilidades de poder.

Objetivo de aprendizaje	Los participantes deben reconocer de manera lúdica las habilidades emprendedoras de planificación y poder
Uso	Motivacional, se usa para desarrollar desde la vivencia la importancia de las habilidades emprendedoras.
Desarrollo	
materiales	Prendas personales
tiempo	10 minutos planificación
	5 minutos primera vuelta: Línea corta
	5 minutos segunda vuelta: Línea larga
Instrucciones	<p>Instrucciones: se dan a los participantes las instrucciones de Dale con todo a la corta dale con todo a la larga.</p> <p>Dale con todo a la corta: Meta: construir la línea más corta con un objeto de cada uno de los participantes del grupo.</p> <p>Dale con todo a la larga: Meta: construir la línea más larga con todos los objetos que deseen los participantes poner par la construcción de la línea larga.</p> <p>Seguir la siguiente secuencia:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dar las instrucciones Conformar los grupos Cada grupo tendrá 5 minutos para planificar su intervención Se inicia el concurso. Se mide, el grupo que logre hacer la línea más pequeña gana este concurso. <p>Segundo momento</p> <ol style="list-style-type: none"> Cada grupo tendrá 5 minutos para planificar su intervención Se inicia el concurso. <p>Se mide, el grupo que logre hacer la línea más larga, gana este concurso</p>
Procesamiento	<p>Se pregunta a los participantes</p> <p>¿Qué sintieron? ¿Quiénes ganaron? ¿Por qué? ¿cómo se organizaron? ¿Si hubieran estado solos hubieran logrado hacer el ejercicio? ¿Qué influyo para lograr la construcción más corta y luego la más larga?</p> <p>Luego del diálogo didáctico se debe proceder a la revisión de cada una de las habilidades emprendedoras.</p>

Anexo 5:

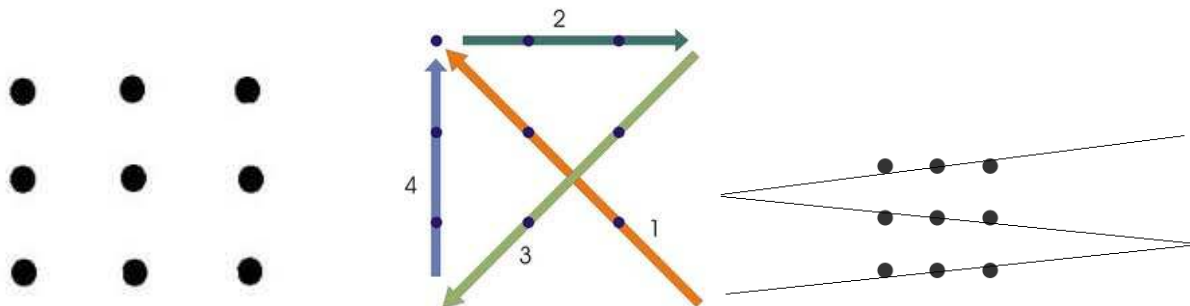
Reconociendo las oportunidades que da el mercado

Objetivo de aprendizaje	Con esta actividad los participantes: identifican los diferentes tipos de negocios en una zona comercial. Analizan las experiencias de empresarios de su comunidad Reconocen que nuevas oportunidades da el mercado Aprenden de las experiencias de los otros y las contrastan con sus experiencias personales o familiares.
Uso	Reconocer que en el mercado existen las empresas porque están cubriendo necesidades. Aprenden desde la experiencia de otros..
Desarrollo	
materiales	Ficha de observación de campo Lapiceros Movilidad de ser necesario.
tiempo	30 minutos
Instrucciones	Las instrucciones se dan en el salón de clase: se conforman grupos de 3 o 4 personas Se explica la zona que será visitada, fijando claramente los punto de inicio y final (cuadra No. A la cuadra No.) Se dice que llegada a la zona de trabajo, los jóvenes tienen 30 minutos para poder desarrollar su ejercicio. Se señala claramente el punto de reencuentro. Debe garantizar que partan todos juntos y regresen todos juntos. El facilitador debe tener el número telefónico (celular de los integrantes del grupo, o al menos de cada uno de los líderes de grupo) Las acciones a desarrollar son: e.1. Los participantes deben de identificar los diferentes tipos de negocios que existen en la comunidad: comercio, producción o servicios. e.2. deben hacer la entrevista mínimo a 1 empresario aplicando la guía de entrevista. e.3. deben tratar de identificar si existe alguna posible necesidad no satisfecha que puede ser base para un nuevo negocio.
Procesamiento	Concluida la visita de campo, regresan los participantes a su salón y empiezan a socializar los resultados encontrados: El facilitador debe de tomar nota: tipo de empresas de producción tipo de empresas de comercialización tipos de empresas de servicios. Deberán compartir algunas de los historias de éxito de los empresarios entrevistados. Deberán señalar algunas de las oportunidades de negocios que

Anexo 6: Ejercicios para la creatividad

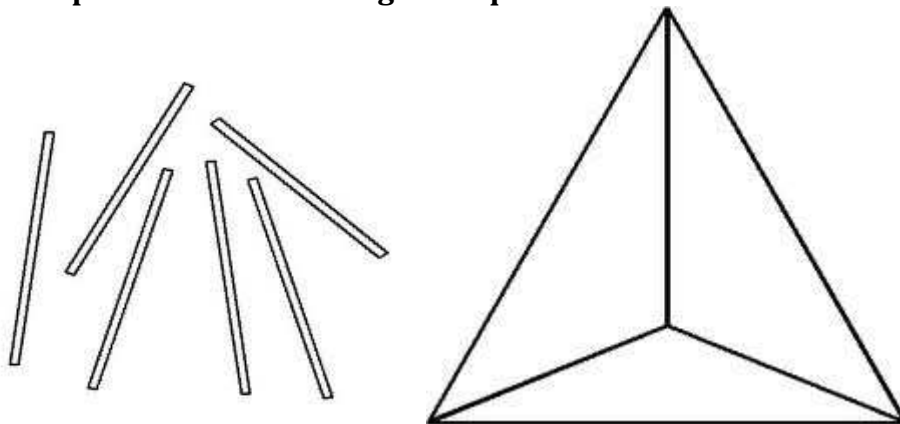
Opción 1:

Unir con 4 líneas rectas los nueve puntos



Opción 2:

Con 6 palitos armar 4 triángulos equiláteros.



Opción 3:

Transportando al huevo

- Materiales: 1 huevo por cada grupo, un objeto por cada uno de los integrantes del grupo
- Integrantes grupo: 5 o 6 personas
- Meta: lograr que el huevo rodee de la mesa al piso sin que se rompa
- Objetivo: despertar la creatividad
-

Instrucciones:

- Cada uno de los integrantes entrega al grupo un objeto.
- Se entrega un huevo a cada uno de los grupos
- Tienen 5 minutos para construir un mecanismo que permita que el huevo rodee solo de la mesa al suelo
- Terminado el tiempo cada uno de los grupos hace la demostración.
- Ganan los grupos que logren su objetivo

Anexo 7 : Maratón de ideas de negocios

De manera lúdica los participantes iniciaran un proceso de generación de ideas de negocios

Objetivo de aprendizaje	Los participantes generan diversas ideas de negocios
Uso	Motivacional, se usa para introducir el tema generando mis propias ideas de negocio.
Desarrollo	
Materiales	Papelógrafos, plumones
tiempo	30 minutos para la batería de concursos
Procesamiento y desarrollo de contenidos	30 minutos para procesamiento
Desarrollo	<p>PRIMER CONCURSO: Todas las ideas valen(5 minutos)</p> <p>Se pide a los participantes que en 5 minutos generen todos los posibles negocios que se les ocurra, ganará el grupo que más número de negocios haya listado.</p>
	<p>SEGUNDO CONCURSO: Desde el negocio que más me gusta (7 minutos)</p> <p>Los participantes eligen una idea de negocio que les guste y a partir de ella generan nuevos negocios que estén relacionados</p>
	<p>TERCER CONCURSO: Una palabra da vida a una idea de negocio (Disparadores de ideas de negocio)10 min.</p> <p>Se pide a los participantes que desde una palabra generen todas las ideas de negocio posible:</p> <p>Ejemplos de disparadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fiesta infantil • Celulares • Viaje de vacaciones • Colegio • Etc.....
	<p>CUARTO CONCURSO: Los negocios nacen desde un producto (10 minutos)</p> <p>Se trabaja desde un producto concreto, y luego tratar de pensar en todos los negocios que pueden estar relacionados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aquellos relacionados con la venta • Aquellos relacionados con la fabricación • Aquellos indirectamente relacionados • Aquellos relacionados con el servicio. <p>Ver esquema inferior.</p>
	<p>SCAMPER: La innovación fuente de posible ideas de negocios (10 minutos)</p> <p>Innovando un producto : (10 minutos)</p> <p>Utilizando una silla, se pide a los participantes que ideen todos los posibles productos que pueden hacerse a partir de este bien.</p> <p>Gana quien haya desarrollado el mayor número de ideas respecto a la variante de la silla.</p>
Procesamiento	<p>Se pide a todos los participantes que coloquen lo trabajado en la galería de la creación de ideas de negocios</p> <p>E identifiquen cada uno 10 ideas de negocios que le puedan apoyar a su selección personal..</p>

Anexo 8

Preguntas sugeridas para el sondeo de mercado o entrevista a informantes clave.

Las preguntas que formule serán diferentes, dependiendo de a quien entrevistes:

Preguntas para clientes

Para un producto ya existente, algunas de las preguntas podrían ser:

- ¿Dónde acostumbra usted comprar este producto o servicio?
- ¿En qué otro lugar podría usted adquirir este producto o servicio?
- ¿Por qué lo compra en tal lugar o establecimiento?
- ¿Con qué frecuencia lo compra?
- ¿Qué precio acostumbra pagar?
- ¿Qué opinión tiene de la calidad del producto o servicio adquirido?
- ¿Qué piensa usted sobre el precio?
- ¿Hay alguna manera en la que usted piensa que podría mejorarse el producto o servicio adquirido? (estilo, empaque, servicio postventa)
- ¿Conoce usted a alguien más que esté proyectando producir u ofrecer este producto o servicio?

Si tienes una muestra o una fotografía de tu producto, esto podría ser muy útil. Se puede preguntar a las personas qué les gusta del mismo y qué no les gusta.

Si el producto es nuevo:

- ¿Estaría dispuesto a comprarlo?
- ¿Con qué frecuencia?
- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por el producto?

Pregunta también por las características deseadas del embalaje, estilo, calidad, material, oportunidad, precio y servicio.

Preguntas para proveedores

Si tu negocio es un comercio al por menor, algunas preguntas podrían ser:

- ¿Con qué facilidad podría obtener estos productos?
- ¿Están disponibles siempre los productos?
- ¿De qué calidad son los productos que están disponibles?
- ¿Cuáles son sus precios?
- ¿Qué clase de servicio, almacenaje o embalaje se necesita?
- ¿Quiénes más proveen los insumos o materiales que usted necesita?
- ¿Cuán confiable sería el abastecimiento?

También puedes consultar con los proveedores:

- ¿Por cuánto y cuán a menudo piensa que la gente compraría un producto como el mío?
- ¿Cuántos otros competidores ya se están abasteciendo de un producto como el mío?
- ¿La demanda (cantidad de compradores) de mi producto es constante o cambia a lo largo del año? (la gente puede comprar un cierto producto en mayor cantidad en una fecha determinada, por ejemplo: frazadas en invierno).
- ¿Hay algunos aspectos del producto que les gustan a los clientes, pero que son difíciles de obtener o que no son muy accesibles?
- ¿Qué otro producto adicional piensa usted que le gustaría comprar a la gente?
- ¿Qué tendencias anticipa usted?

Preguntas para informantes clave

Lo que preguntes a los informantes clave depende mucho de quiénes sean ellos. Al momento de seleccionar toma en cuenta el conocimiento que tienen del mercado, procesos productivos, clientes importantes, si conocen de programas de promoción para el sector, etc.

Algunas de las preguntas pueden ser:

- ¿Cómo ayudará este negocio a las personas?

- ¿Cuán grande es la necesidad que tiene la gente por este tipo de producto o servicio?
- ¿Qué tendría que enfatizarse para que la gente compre (por ejemplo: calidad, estilo, precio, confiabilidad, etc.)
- ¿Piensa usted que este es un negocio que podría crecer con el tiempo?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Las personas necesitan este producto todo el tiempo o la demanda varía a través del año?
- ¿Hay algunos aspectos del producto que les gusta a los clientes pero que son difíciles de obtener o que no les son muy accesibles?
- ¿Qué otra cosa adicional piensa usted que le gustaría comprar a la gente?

