



## Curricula Educativa

# Programa Formación "Aprender a Emprender"

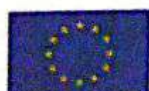


## Proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir la Pobreza en el Occidente de Honduras".

Las mujeres y jóvenes del área rural de los departamentos de Santa Bárbara y Copán, Chinda, Protección, Ilama y Trinidad del departamento de Santa Bárbara; Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita en el departamento de Copan enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" Creando una Plataforma que requiere asistencia técnica especializada para desarrollar

Presentado por: CDE MIPYME - Región Occidente.  
Noviembre, 2017.



La currícula y los manuales (cinco) fueron elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de desarrollo empresarial al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

El presente documento ha sido generado en el marco de la implementación del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir pobreza en el Occidente de Honduras", ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM el cual es financiado por La Unión Europea y DIAKONIA, sin embargo los contenidos en el mismo No son Responsabilidad, de la Unión Europea ni de DIAKONIA.

Centro de Desarrollo Empresarial Región Occidente  
Currícula Aprender a Emprender

Primera edición 2017.

Esta reproducción fue preparada por la Unidad de Asistencia Técnica Especializada De CDE-MIPYME Región Occidente y las contrapartes Asociación de Organismos No Gubernamentales ASONOG. Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras".

**Redacción Inicial: Diana Blanco Echigoyen**

**Primera Revisión: Claudia Díaz Rodríguez**

**Segunda Revisión: Brenda Osiris Arita Lara**

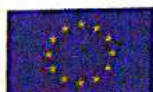
**Diseño:**

**Impresión:**

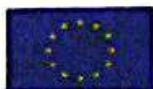
Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017.

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFE Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.



<b>1</b>	<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>FUNDAMENTOS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN</b> .....	<b>5</b>
2.1	Fundamento Histórico.....	5
2.2	Fundamento Teórico.....	5
2.3	Fundamento Filosófico.....	5
2.4	Fundamento Metodológico.....	6
<b>3</b>	<b>JUSTIFICACION</b> .....	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE FORMACION</b> .....	<b>10</b>
<b>5</b>	<b>RESULTADOS DEL PROYECTO</b> .....	<b>11</b>
5.1	Destinatarios y beneficiarios.....	11
<b>6</b>	<b>EL ENFOQUE DE EMPLEO DIGNO COMO DERECHO HUMANO</b> .....	<b>12</b>
<b>7</b>	<b>PERFIL DE LOS PARTICIPANTES</b> .....	<b>13</b>
7.1	Perfil de Entrada del Técnico.....	13
7.2	Perfil de Salida del Técnico.....	13
7.3	Perfil de Entrada del Emprendedor (Mujeres y Jóvenes).....	13
7.4	Perfil de salida del Emprendedor (Mujeres y Jóvenes).....	14
7.5	Requisitos de Ingreso.....	14
7.5.1	Requisitos Para los Técnicos.....	14
7.5.2	Requisitos Para los Emprendedores.....	14
<b>8</b>	<b>RECURSOS HUMANOS/MATERIALES/LOGISTICOS</b> .....	<b>14</b>
8.1	Recursos Humanos.....	14
8.2	Recursos Materiales.....	14
8.3	Recursos Logísticos.....	15
8.4	Participantes.....	15
8.5	Tiempo.....	15
<b>9</b>	<b>CONTENIDO METODOLÓGICO CURRICULAR</b> .....	<b>16</b>
9.1	Metodología CEFE Internacional.....	16
9.2	Metodología SBDC-UTSA.....	17
9.3	Metodología Emprendimientos por Oportunidad.....	17
<b>10</b>	<b>DISEÑO CURRICULAR</b> .....	<b>18</b>
10.1	Módulo I Emprendimiento y Oportunidades.....	19
10.2	Módulo II Plan de Mercadeo.....	22
10.3	Módulo III Plan de Producción Administración y Organización.....	23
10.4	Módulo IV Plan Financiero.....	26
10.5	Módulo V Presentación del Proyecto (Pre Negocio).....	26
<b>11</b>	<b>EVALUACIÓN DEL PROCESO DE FORMACIÓN</b> .....	<b>27</b>
11.1	Evaluación Inicial del Participante.....	27
11.2	Desarrollo De La Temática Por El Facilitador.....	27
11.3	Aprendizaje Del Participante.....	28
<b>12</b>	<b>LINEAMIENTOS DE EJECUCIÓN</b> .....	<b>29</b>
<b>13</b>	<b>BIBLIOGRAFIA Y LECTURAS RECOMENDADAS</b> .....	<b>30</b>
<b>14</b>	<b>ANEXOS</b> .....	<b>31</b>
14.1	Rubrica de Trabajo.....	31



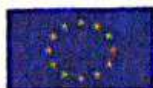
## 1 INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye la definición de una **Curricula de Formación a Emprendedores "Aprender a Emprender"**, dirigida a jóvenes y mujeres. En el marco de la Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social, conformada por ASONOG, OCDIH y CASM en coordinación con DIAKONIA y el apoyo financiero de la Unión Europea, se ejecuta el Proyecto "Generando Iniciativas De Empleo Digno Para Reducir Pobreza En El Occidente De Honduras, específicamente en los municipios de: **Chinda, Protección, Ilama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan. Con el propósito que la población beneficiaria, desarrolle conocimientos y habilidades técnicas necesarias para insertarse en el mercado laboral - local, a través de procesos de formación y la facilitación de otras condiciones para que desarrollen y fortalezcan iniciativas de empleo y autoempleo o se inserten en el mercado laboral, todo bajo un enfoque de empleabilidad digna y responsable. Como antecedente se aplicó un diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local, realizado en el año 2016 en el marco del mismo proyecto, el total de población residente en los municipios 41,322 jóvenes y mujeres entre 15 y 30 años, de los cuales 22,215 son hombres y 19,107 son mujeres, ambos grupos representan el 30% de la población total de los 7 municipios en referencia.

Con la creación y desarrollo de esta currícula se busca el desarrollo de emprendimientos que generen empleo y autoempleo, con iniciativas empresariales tanto a nivel familiar como comunitaria, permitiendo tener las oportunidades para desarrollar y liderar emprendimientos económicos, contando con espacios de facilitación y control de medios de producción.

El contenido modular contempla cinco fases, que comprenden los temas de interés para que el participante defina una idea de negocio permitiendo que desarrollen y fortalezcan iniciativas de empleo y autoempleo o se inserten en el mercado laboral estructurado como sigue: **Modulo I.** Emprendimiento y Oportunidades, **Módulo II.** Plan de mercadeo, **Módulo III.** Plan de Producción, Administración Y Organización de la empresa, **Módulo IV.** Plan financiero y **Modulo V.** Presentación del Proyecto.

Complementario a este proceso de formación se busca la formación desde una gestión integral del desarrollo en donde es ineludible la participación de los gobiernos locales (municipalidades) con el apoyo de recursos y promoviendo políticas y medidas que aseguren la sostenibilidad de las iniciativas adoptadas como proyectos estratégicos dentro de los "Planes de Desarrollo" que las municipalidades ejecuten.



## 2 FUNDAMENTOS DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN

### 2.1 Fundamento Histórico

Son numerosos los programas de formación no formal que se están desarrollando a nivel nacional e internacional, en Honduras contamos con; la Comisión Nacional para el Desarrollo de la Educación Alternativa No formal CONEANFO, nace en 1998 bajo Decreto de Ley como un organismo descentralizado orientado a la formulación de políticas de educación no formal a nivel nacional con el fin de contribuir en la organización y desarrollo del subsistema de EANF (Educación Alternativa no Formal). Articulado al sistema educativo nacional. Por otro lado el Instituto Nacional de Formación Profesional (INFOP), creado el 28 de diciembre de 1972, institución rectora de las políticas de formación profesional encaminadas al desarrollo económico y social del país y para todos los sectores de la economía, proporcionando a los hondureños y hondureñas una opción de formación, capacitación y certificación para enfrentar los retos de la sociedad moderna.

Escuela Técnica de Artes y Oficios de Occidente (ETAOO) en Santa Rosa de Copán, Programas promovidos por las Agencias de Desarrollo Económico Local, además de las Universidades que están promoviendo formación que permita la inserción de entre otros actores.

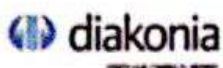
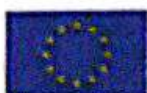
### 2.2 Fundamento Teórico

El marco teórico de esta curricula "APRENDER A EMPRENDER" es un compendio de cinco módulos que reúnen diferentes metodologías, (Small Business Development Center/SBDC Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe. Manuales (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología *Entrelazos*, *CEFE Internacional* (algunas de los ejercicios vivenciales) Metodología Emprendimientos por Oportunidad/AD Empresarial (herramientas básicas de validación) cada una de estas referencias metodológicas investigadas de otros autores permitan fortalecer y clarificar temas al momento de ejecutar.

En conjunto permiten concretizar los textos básicos; considerados para que un emprendedor/participante, defina su idea de negocio realizando prácticas de elementos conceptuales que sirven para la indagación de la idea a validar.

### 2.3 Fundamento Filosófico

Con la ejecución de esta curricula de busca desarrollar enfoques innovadores y validados en un contexto específico para abordar las limitaciones que enfrentan los



jóvenes rurales para emprender y acceder a un trabajo digno. Con una participación del 52% en la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), el papel de las mujeres en la vida económica del país es fundamental.

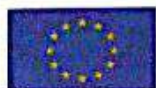
Se busca crear aun Currícula para la creación/fortalecimiento de iniciativas empresariales y de inserción laboral, con alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres del área rural de la zona occidental de Honduras. Se proyecta resaltar prácticas y saberes endógenos como recurso potencial para la creación y/o fortalecimiento de iniciativas de empleabilidad y emprendimiento rentables desde una perspectiva empresarial.

## 2.4 Fundamento Metodológico

La metodología de esta currícula "Aprender a Emprender" tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/emprendedor participante la definición clara de: **Modulo I** sus Características Emprendedoras Personales (CEPS), conocer las frustraciones trabajos y alegrías de su posible mercado meta, identificar ideas de negocio con potencial, definir la idea de negocio. **Módulo II:** Identificación de mercado potencial, Sondeo de mercado, análisis cinco (5 P Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal), Plan de Mercadeo **Modulo III:** Taller Administración y Organización, Análisis de Viabilidad (productiva, organizativa, financiera, legal), Prototipado del producto/servicio, Plan de Producción, **Modulo IV** Taller de determinación de costos de inversión (fijos y variables) capacidad de endeudamiento, balance general, estado de resultados **Modulo V:** Definición de documento final de Plan de Negocio, Taller de Vinculación con el Ecosistema Emprendedor (enlaces de mercado), Sesiones de mentoría, Clínica de Coworking/Net Working, presentación de ideas a inversionista, cooperantes, **Feria y rueda de negocio con las iniciativas de negocio creadas.**

Para la asimilación de contenidos de manera vivencial, se propone una serie de ejercicio CEFE, (**Competencia como base de la economía, a través de la Formación de Empresas**) considerando esta metodología esta creada con la finalidad que su centro de atención es la persona del empresario o de la empresaria. Su objetivo central consiste en aumentar, mediante una mayor competencia del empresario o de la empresaria, la probabilidad de éxito.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> (<https://es.scribd.com/doc/31814243/Descripcion-de-la-metodologia-CEFE>)



<sup>2</sup> Por otra parte para seguimiento en asesorías Técnicas Especializadas, cada uno de los emprendedores participe de este proceso formativo comprendido en esta currícula, a través del Centro de Desarrollo Empresarial Región Occidente. Serán aplicados los formatos FAT, (FAT 001 Socialización de los servicios del CDE-MIPYME, FAT 002 Solicitud de asesoría, FAT 003, evaluación de emprendedurismo, FAT 004 evaluación de la idea de negocio, FAT 005 bitácora de atención, FAT 006 diagnóstico empresarial, FAT 007 Plan de asesoría.

<sup>3</sup>La metodología de **Emprendimientos por Oportunidad**, abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto.

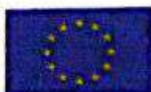
El Programa de Formación "Aprende a Emprender", se ha diseñado para que técnicos facilitadores y emprendedores que puedan aprender a desarrollar conocimientos y habilidades con mujeres y jóvenes de las zonas rurales y urbanas de algunos municipios de Copán (Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita Copan) y Santa Bárbara, con flexibilidad a ser utilizada y adaptada a otras zonas del país. El Programa estimula a los facilitadores por su fácil comprensión y adaptación de la metodología para su implementación con diferentes grupos de meta, logrando facilitar diferentes dinámicas, formas de abordaje de los grupos de participantes.

Este documento es una herramienta que permitirá ordenar y dimensionar el trabajo, cuya utilidad es simplificar la implementación eficiente y efectiva de la planificación de actividades y alcance de los productos por obtener en la referida contribución técnico - metodológica; además, será usado como un instrumento de seguimiento para el logro de los productos esperados en la misma.

Por otra parte el programa conlleva como fundamento estratégico que los/as egresados/as se vuelvan ciudadanía activa en la dinámica del desarrollo económico del territorio con la suma de sus iniciativas concretadas dinamizando la economía en escala; si bien pudiese ser que muchos emprendimientos se ubiquen en la categoría de subsistencia, pero deben estructurarse a evolucionar e insertarse en la lógica de cadenas como la gran estrategia de Desarrollo Económico Local. Esto requerirá de un proceso posterior con acompañamientos más especializados, continuos, con apoyo en comercialización y hasta apalancamiento financiero para volverlos competitivos.

<sup>2</sup> <https://www.sbdglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

3.- <http://adempresarial.biz/e-learning/>



Aunado a lo anterior, la asociatividad de los emprendimientos en cadenas productivas debe derivar también en su inclusión en instancias ciudadanas de incidencia política que sean capaces de concertar y negociar con gobiernos locales, regionales y nacionales por un régimen más inclusivo aprovechando el nicho de mercados que exista en los territorios no sin antes generar gestación de normativas, políticas y proyectos específicos en torno a los emprendimientos y considerando la fuente de recursos de ingresos propios y de transferencias de los gobiernos locales.

El auto empleo y empleos que se produzcan de los emprendimientos coadyuva a la disminución de factores detonantes de expulsión de la Población Económicamente Activa (PEA) en el territorio, la reducción de conflictividad social y de factores de conducta colectiva negativa.

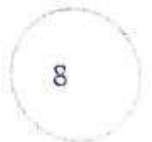
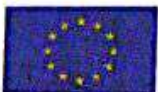
La educación se ha dimensionado como la herramienta por excelencia que convierte personas en ciudadanos, habitantes en vecinos y crea mejores niveles de conciencia social y productiva, permite abrir horizontes en ámbito de una visión de futuro por eso los programas de formación de emprendedores son vitales en la estrategia de inclusión económica activa de Población Económicamente Activa (PEA) eso se busca también con esta iniciativa.

El desarrollo de esta currícula "**APRENDER A EMPRENDER**" tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el



sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

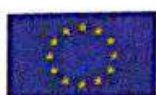
(local, 2016)

### 3 JUSTIFICACION

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Ilima y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno; sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

Ante este contexto y en el marco de la implementación del **Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras** se elaboró un "Diagnóstico de Necesidades Y Alternativas De Formación Profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local", instrumento que aborda las potencialidades desde cuatro enfoques: la **caracterización demográfica** de la población y su distribución espacial en el territorio, la **potencialidad desde la ocupación actual** y estado de la empleabilidad; la potencialidad desde la **vocación** y uso recomendado del territorio, la potencialidad desde la **habilidades y capacidades** con las que ya cuenta la población de jóvenes y mujeres. *Este Diagnóstico constituye el principal insumo para el diseño de la Curricula del Programa de Formación, ya que el mismo prioriza los contenidos modulares, basados en los aspectos arriba mencionados.*



## 4 OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE FORMACION.

### 4.1 Objetivo General:

Desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

### 4.2 Objetivos Específicos:

4.2.1 Mejorar la competitividad y las capacidades individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes, para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

4.2.2 Dotar a jóvenes y mujeres de un conjunto de técnicas, métodos y herramientas, que les permita mejorar sus capacidades emprendedoras para la identificación, planeación e implementación de iniciativas empresariales, y de inserción laboral bajo condiciones dignas.

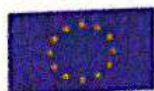
4.2.3 Consolidar emprendimientos en un plan de negocio que permita establecer las condiciones y proyecciones financieras que por sus capacidades las mujeres y jóvenes emprendedores podrán realizar, esto, bajo un enfoque de desarrollo de cadena territorial - municipal, para articular otros actores que contribuyan al fortalecimiento de tales iniciativas de manera sostenible.

4.2.4 Brindar un manual que permita a técnicos facilitadores y capacitadores para replicar los talleres de formación para generar capacidades técnicas en mujeres y jóvenes, a través de metodología de juegos vivenciales orientados al establecimiento de emprendimientos.

### 4.3 Objetivo Transversal del Programa de Formación

Promover un proceso de formación técnica, que permita facilitar capacidades técnicas empresariales y de gestión a mujeres y jóvenes, con el propósito de generar oportunidades de autoempleo y nuevos empleos para esta población, tomando en cuenta el aprovechamiento sostenible de los recursos locales, tanto naturales, culturales y humanos, bajo un enfoque de derechos hacia a la seguridad alimentaria, la generación de ingresos y búsquedas de nuevas oportunidades de superación, para mejorar la calidad de vidas de las mujeres, jóvenes y sus familias.

Con la implementación de este proceso de formación, se busca la generación de oportunidades de trabajo decente o digno, basado en las aspiraciones de las



personas y se genere un ingreso justo, seguridad en el lugar de trabajo, la protección social para las familias, mejores perspectivas de desarrollo personal e integración social, libertad para que hombres y mujeres expresen sus opiniones, se organicen y participen en las decisiones que afectan sus vidas, y la igualdad de oportunidades y trato para todos, ya que tradicionalmente han sido una población mayormente excluida de estos procesos de desarrollo económico.

Entre las características de una trabajo decente para mujeres y jóvenes se mencionan las siguientes: Condiciones con igualdad de oportunidades de trabajo tanto para hombres, mujeres y jóvenes; remuneración adecuada y trabajo productivo; estabilidad y seguridad del empleo; trato justo en la contratación y trabajo; protección social; balance del trabajo con la vida familiar; diálogo social y relaciones laborales, entre otras.

## 5 RESULTADOS DEL PROYECTO

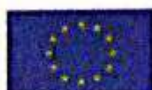
**R1** - Redes y organizaciones de mujeres y de jóvenes de los seis municipios de influencia del proyecto, incrementan sus capacidades organizativas, de articulación, propuesta y diálogo con los gobiernos locales, la autoridad regional del Trabajo, los empresarios y patronos de la zona en materia de empleo rural inclusivo y con dignidad.

**R2** - Creadas y fortalecidas iniciativas sostenibles y novedosas de emprendedurismo rural que generen empleo y autoempleo digno para mujeres y jóvenes.

### 5.1 Destinatarios y beneficiarios

**Destinatarios:** 411 mujeres de comunidades rurales organizadas en redes municipales.

113 jóvenes rurales organizados a nivel de municipio.



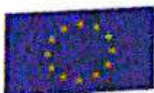
## 6 EL ENFOQUE DE EMPLEO DIGNO COMO DERECHO HUMANO

El derecho al trabajo es el derecho fundamental humano por el que toda persona tiene derecho al trabajo, a la libre elección del mismo, a condiciones equitativas y satisfactorias de trabajo, a la protección contra el desempleo, sin discriminación, con igualdad salarial, remuneración digna, protección social y derecho de sindicación. (Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, 1966).

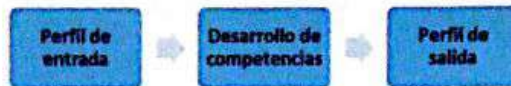
En 2010, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) anunció que para finales de 2009 se registraron 81 millones de personas jóvenes desempleadas en el mundo; calculó una tasa de desempleo de 12.3 por ciento para personas entre 16 y 24 años en 2011. Ante esto, declaró: "Las tasas de desempleo no reflejan la gravedad en que la crisis ha afectado a los jóvenes, cuya participación en la fuerza de trabajo se ha visto fuertemente afectada". Este dato se presentó en el Año Mundial de la Juventud, declarado por la Organización de las Naciones Unidas a partir del 12 de agosto de 2010. (Red Voltaire, 2010). Lo anterior significa un momento en la historia mundial en el que existe un mayor índice de desempleo para jóvenes, manteniendo una relación directa con la actual crisis económica mundial. Por lo tanto, los gobiernos del mundo, al conocer esta situación, tenían la responsabilidad de generar medidas internas para hacerle frente.

Se considera que la inversión y la generación de empleo serán posibles en Honduras cuando haya un Estado de Derecho, que garantice la seguridad jurídica y del pueblo hondureño. Honduras tiene cifras altas de desempleo, la diferencia con otros países es que ha crecido el sector informal, lo que genera ingresos a la población. No obstante, en el país debe existir empleo digno para mejorar la situación socioeconómica de los hondureños. En ese sentido, el tema fundamental es que la inversión no puede llegar si no existe un Estado de Derecho que tenga autoridad y que garantice la seguridad jurídica y la seguridad en la población.

Al referirse a las PYME, su progresiva importancia en el proceso de crecimiento económico de los países se debe, fundamentalmente, al empleo que generan en un contexto en donde conviven dos situaciones. Por un lado, una creciente demanda de empleo (de baja calificación) por parte de los jóvenes que cada año se integran a la población económicamente activa (PEA) y por el otro, la imposibilidad del sector moderno de la economía de absorber la demanda de empleo. Todo ello en un escenario en donde la innovación y la mayor calificación laboral son variables claves para mantener la competitividad de las empresas.



## 7 PERFIL DE LOS PARTICIPANTES

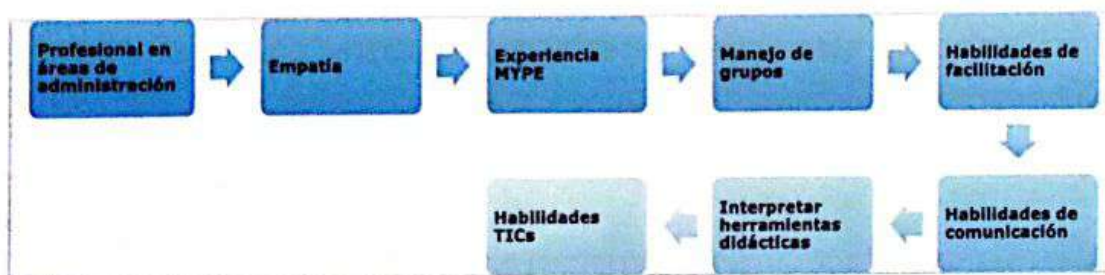


### 7.1 Perfil de Entrada del Técnico

Al finalizar el Programa de Formación "Aprende a Emprender" los participantes estarán en la capacidad de replicar el conocimiento adquirido a diferentes grupos de personas emprendedoras; además, serán capaces de ayudar a fortalecer las competencias habilidades y destrezas de personas emprendedoras.



### 7.2 Perfil de Salida del Técnico

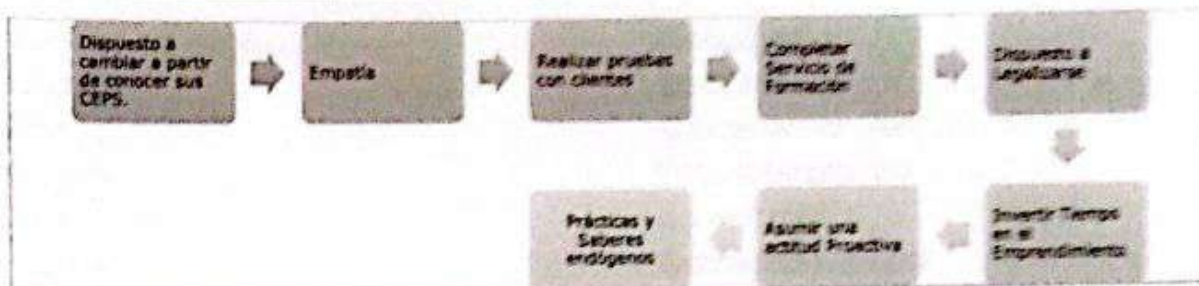


### 7.3 Perfil de Entrada del Emprendedor (Mujeres y Jóvenes)

Al finalizar el Programa de Formación "Aprender a Emprender" las y los emprendedores, estarán en la capacidad de aplicar los conocimientos y habilidades técnicas para emprender cualquier iniciativa empresarial familiar o comunitaria, construyendo su plan de negocio para su posterior implementación.

Por otra parte mejorar habilidades colectivas y/o individuales, de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral





#### 7.4 Perfil de salida del Emprendedor (Mujeres y Jóvenes)



#### 7.5 Requisitos de Ingreso

##### 7.5.1 Requisitos Para los Técnicos

- Nota de la institución de referencia
- Hoja de vida Actualizada
- De preferencia conocimiento Metodología CEFE
- Ficha de inscripción
- Realizar una entrevista con el ente responsable de definir los perfiles técnicos.

##### 7.5.2 Requisitos Para los Emprendedores

- Ficha de inscripción
- Copia de identidad
- Copia de Registro Tributario Nacional (RTN)
- Carta de Compromiso.

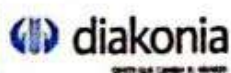
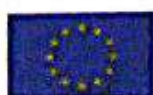
### 8 RECURSOS HUMANOS/MATERIALES/LOGISTICOS

#### 8.1 Recursos Humanos.

Para la ejecución de los módulos se requerirá de 2 facilitadores capacitados con conocimientos sobre metodologías de enseñanza vivenciales que permitan la construcción del conocimiento con los y las participantes.

#### 8.2 Recursos Materiales

Marcadores permanentes (varios colores)	Folders tamaño carta
Papel bond tamaño carta	Bolígrafos tinta negra
Papelógrafos	Masking tape
	Papel construcción



Tarjetas de colores	Cartulinas,
Gomas	Bombas,
Tijeras	Calcomanías (caritas)
Reglas	Lana diferente colores,
Tachuelas	Borradores
Paneles	Grapadoras-grapas
Data Show,	Fastener
Computadora portátil,	Pos tic

### 8.3 Recursos Logísticos

- Sala para conferencias equipada
- Sillas, (se acuerdo al número de participantes)
- Mesas
- Pizarra
- Otros

**Nota:** para el desarrollo de los ejercicios e instrumentos a utilizar en las jornadas de capacitación, se requiere de un espacio amplio, ventilado, con iluminación adecuada, estas pueden ser al aire libre o instalaciones físicas adecuadas.

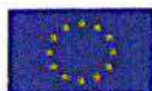
### 8.4 Participantes

Para un mejor aprovechamiento de los recursos y una facilitación con de los diferentes módulos a desarrollar, se sugiere manejar grupos de **25 personas máximo**, es recomendable que los grupos sean homogéneos en edades y base educativa.

### 8.5 Tiempo

Para el desarrollo del proceso metodológico con la currícula Aprender a Emprender, se propone una rúbrica con un total de ciento cuarenta y cuatro **horas (144)**. Mismas que se distribuyen de acuerdo a los talleres a desarrollar en cada módulo. **Anexo 1 (Rubrica de Trabajo)**

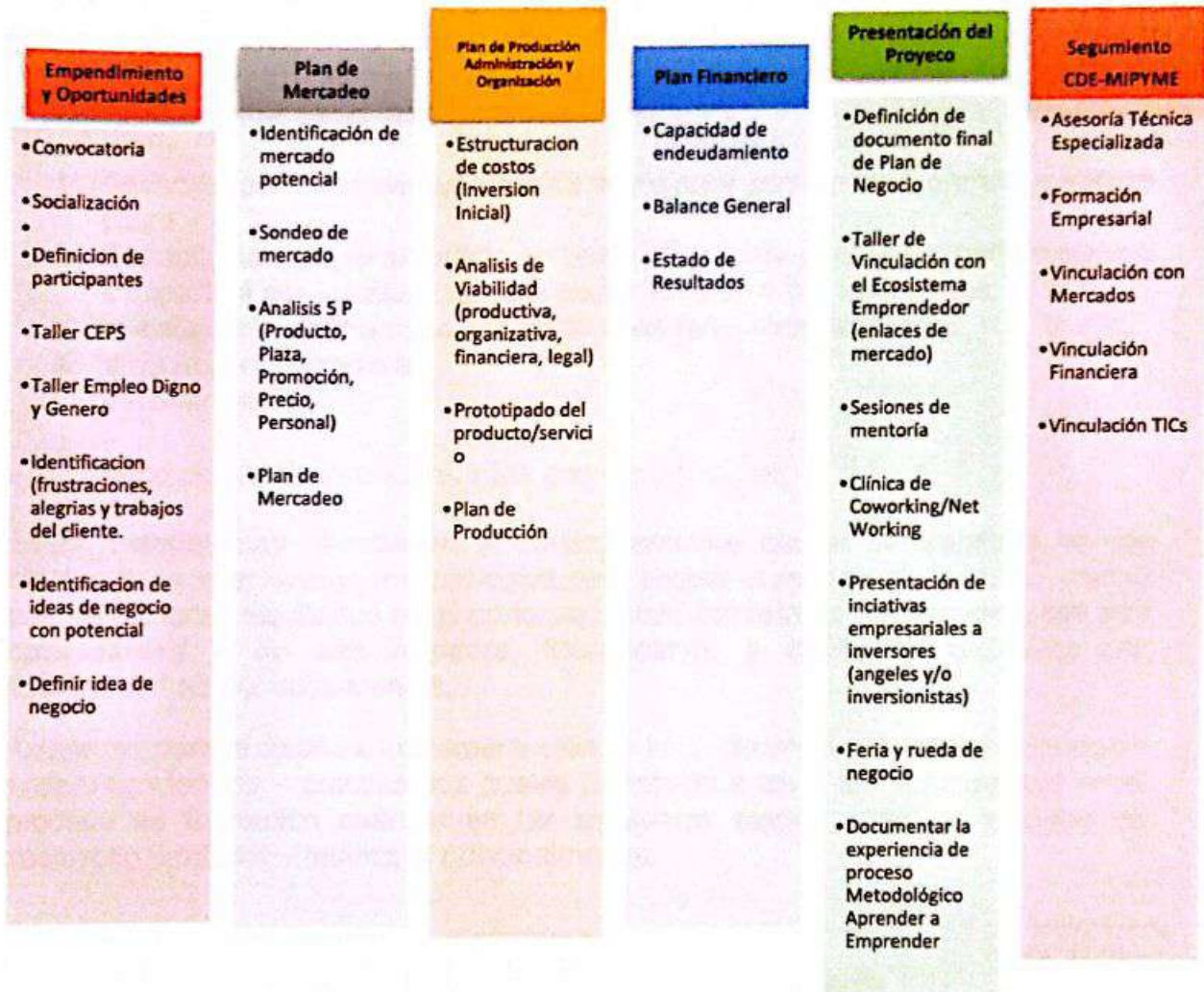
DISTRIBUCIÓN DE TIEMPO POR MODULO		
No	MODULOS/ FASES	Tiempo en horas por MODULO
1	MODULO I EMPRENDIMIENTO Y OPORTUNIDADES	33
2	MODULO II PLAN DE MERCADEO	37
3	MODULO III PLAN DE PRODUCCIÓN ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN	25
4	MODULO IV PLAN FINANCIERO	29
5	MODULO V PRESENTACIÓN DE PROYECTO (PRE NEGOCIO)	36
	<b>Total de tiempo</b>	<b>160</b>
	<b>MENOS</b>	
	TIEMPO EN CONVOCATORIA	12
	TIEMPO EN REUNION DE SOCIALIZACION	4
	TIEMPO REAL DE EJECUCIÓN	144



## 9 CONTENIDO METODOLÓGICO CURRICULAR

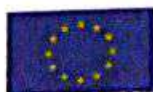
En toda la trayectoria del Programa de Formación será implementada la investigación-análisis-reflexión-acción, a fin de facilitar la comprensión de los temas. Por lo que se implementará una metodología bajo un enfoque **práctico, experiencial y vivencial**.

Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido**.



### 9.1 Metodología CEFE Internacional

Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado



ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

## 9.2 Metodología SBDC-UTSA

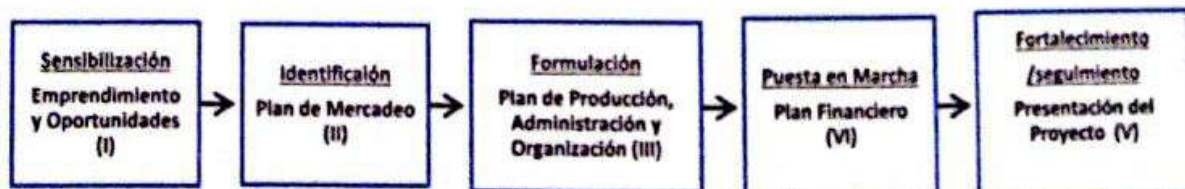
Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:

1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

## 9.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

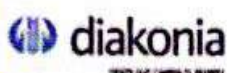
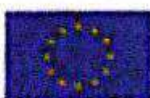
Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con *iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto*. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:



Basando sus significados en lo siguiente:

→ **Sensibilización:** Como los y las participantes transforman sus proyectos de vida, hacia el emprendimiento empresarial.



→ **Identificación:** Cómo los y las participantes identifican las ideas de negocio y el grado de madurez del emprendimiento empresarial, en relación al entorno donde serán desarrolladas las mismas.

→ **Formulación:** Cómo los y las participantes potencializan el grado de madurez de la iniciativa o emprendimiento empresarial, a través de la elaboración de planes de negocios e identificación de sus fuentes de financiación.

→ Para que posterior a la formulación de los planes de negocio y fuentes de financiación identificadas, los y las emprendedoras pongan **en marcha y sean fortalecidos** tales emprendimientos a través de la implementación de sus planes de negocio, siendo ambas acciones acompañadas técnicamente por el CDE posterior al finalizar el programa de formación.

Entendiendo estos pasos, como los eslabones de una cadena de valor para la creación de emprendimientos empresariales, donde los y las participantes puedan escalar para desarrollar y fortalecer sus iniciativas micro empresariales.

De igual manera, se propone para el diseño de la currícula y la implementación de la misma, el uso de contenidos e instrumentales en técnicas de educación popular, de manera que sean comprensibles y pertinentes al perfil de las y los participantes facilitando un proceso de formación más efectivo.

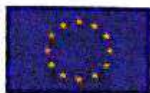
También se utilizarán las herramientas siguientes:

- Método de enseñanza aprender haciendo
- Dinámicas participativas
- Experiencia individual y conocimiento creativo del participante
- Ejercicios y casos prácticos en grupos
- Tecnología audiovisual
- Exposición testimonial
- Trabajo en grupo
- Charlas Mentoras

## 10 DISEÑO CURRICULAR

El diseño de esta currícula, está formado por **cinco módulos** que aciertan una serie de temas/talleres que permiten al Técnico/emprendedor, mujeres y jóvenes del territorio en intervención: área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas que enfrentan pocas capacidades/oportunidades, de desarrollar destrezas y habilidades que actualmente son limitantes importantes para su inserción en la generación de iniciativas de negocio y/o el mercado laboral, generando post formación una cultura para crear actividades productivas/ocupacionales

Este documento es una herramienta que permitirá ordenar y dimensionar el trabajo, cuya utilidad es simplificar la implementación eficiente y efectiva de la planificación



de actividades y alcance de los productos por obtener en la referida contribución técnico - metodológica; además, será usado como un instrumento de seguimiento para el logro de los productos esperados en la misma.

### 10.1 Modulo I Emprendimiento y Oportunidades

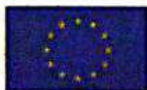
El modulo inicial permitirá a los emprendedores interesados en un proceso de formación, que hayan participado en la convocatoria inicial; conocer en la oportunidad para poder fortalecer sus capacidades técnicas/empresariales e iniciar una formación continua. El modulo comprende **33 horas** con desarrollo de temas que permitirá definir su idea de negocio.



No	Actividades// FASES	Tiempo en horas por MODULO	MESES																			
			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
SEMANAS																						
MODULO I EMPRENDIMIENTO Y OPORTUNIDADES			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
1	Convocatoria a participar en el proceso metodológico de formación	12	■	■	■																	
2	Reunión inicial de socialización e inscripción de participantes	4				■																
3	Definición de participantes/llenado de ficha inicial	8				■	■															
4	Taller Características Emprendedoras Personales (CEPS)	12					■	■	■													
5	Taller Empleo Digno y Genero	4					■															
6	Identificación de ideas de negocio con potencial (lluvia de ideas)	4					■	■														
7	Identificación de (frustraciones, trabajos y alegrías del posible mercado potencial)	4					■	■														
8	Identificar el mapa de empatía de mis posibles clientes	4					■	■														
9	Definir idea de negocio (Propuesta de Valor)	4					■	■														
10	Evaluación del desarrollo del modulo I	1					■															

Para estudio y análisis de las **Características Emprendedoras Personales (CEPS)** Las mismas investigaciones han demostrado que éstas características, están presentes, con mayor o menor nivel desarrollo, en todas las personas. La identificación, reconocimiento y eventual desarrollo de las mismas es un factor de importancia en el mejor desempeño empresarial. Para el logro de los fines que persiguen las empresas, es necesario tomar conciencia que el activo más importante con el cual se cuenta es el recurso humano. Toda persona tiene como parte de su estructura de personalidad fortalezas y debilidades, que hacen en su conjunto a lo que algunos autores han denominado como; Características Personales vinculadas al Éxito.

En la realización de los talleres para conocer las **Características Emprendedoras Personales (CEPs)** las personas emprendedoras conocen e identifican las CEPS fuertes y débiles a través de la realización de ejercicios CEFE.



Al concluir la fase de ejercicios vivenciales que le permita conocer sus CEPS, aplicara un diagnostico que permite autoevaluar aquellas características que debe fortalecer, mediante la realización de un plan de acción.

### Identificación de Ideas de Negocio con Potencial

Analizar cada punto y descubrir si la idea de negocio tiene potencial para convertirse en una gran empresa.

Resuelve un problema o suple una necesidad sentida

Te dedicarás a este proyecto a largo plazo.

La gente está ansiosa por tener tu producto/servicio en las manos.

Análisis de los proveedores

Análisis de competidores

Análisis de mi propuesta única de valor

Identificación de mis clientes

Determinar el perfil de mi cliente.

### Identificación de Frustraciones Trabajos y Alegrías de los Clientes

El desarrollo de este taller, permitirá poder definir una idea de negocio con potencial de crecimiento. Para poner en marcha tu idea de negocio, para conocer lo mejor posible quién es tu cliente, sus hábitos y qué problemas reales tiene y beneficios que consigue al consumir mis productos y/o usar los servicios. Conocer de los clientes:

Actividades habituales o diarias: actividades relacionadas con el producto/servicio que se está intentando lanzar al mercado.

Dolores: situaciones o costes no deseados que experimentan tus clientes al realizar las actividades anteriores, ejemplo:

¿Le lleva mucho tiempo, le cuesta mucho dinero, requiere de esfuerzos considerables?

¿Qué le sienta mal?: frustraciones, molestias, cosas que les dan un dolor de cabeza

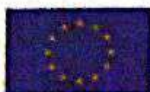
¿Hay otras soluciones de bajo rendimiento?: le faltan características, rendimiento, mal funcionamiento.

¿Qué dificultades y desafíos encuentran?: sobre cómo funcionan las cosas, dificultades de hacer las cosas, resistencia.

¿Qué riesgos tiene tu cliente?: financieros, sociales, técnicos.

¿Qué errores comunes comete?: errores de uso.

¿Qué barreras encuentra su cliente en la adopción de soluciones?: costes de inversión iniciales, curva de aprendizaje, la resistencia al cambio.



**Beneficios:** beneficios que esperan obtener tus clientes al realizar esas actividades

¿Qué ahorros hace feliz a tu cliente?: en términos de tiempo, dinero y esfuerzo.

¿Qué resultados y expectativas espera tu cliente?: en términos de nivel de calidad, más de algo, menos de algo.

¿Cómo entusiasman las soluciones actuales a tu cliente?: características, rendimiento, calidad.

¿Qué podría hacer el trabajo de tu cliente o la vida más fácil?: una curva de aprendizaje más plana, más servicios, menor costo de propiedad.

¿Qué buscan los clientes?: un buen diseño, garantías, las características específicas.

¿Cómo medirías el éxito y el fracaso de tu cliente y el fracaso?: en términos de rendimiento, coste.

¿Qué aumentaría la probabilidad de adoptar una solución?: coste más bajo, menos inversiones, menos riesgo, mejor calidad, rendimiento, diseño.

Aplicación de filtros que definan la viabilidad de la idea de negocio y poder generar con esta una propuesta mínima de valor.

Realizar en esta etapa del proceso sondeos que permitan conocer las apreciaciones del mercado meta, con relación al producto/servicio definido.

### **Definir Idea de Negocio (Propuesta de Valor)**

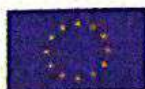
Generar la idea de negocio con potencial de crecimiento, que genere impacto económico. La idea de negocio es el producto/servicio que se quiere ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación, haga que tengamos éxito o no. Posterior haberla evaluado y comprobar su viabilidad. Por ello, la primera parada del camino del emprendedor es concretar la idea de negocio y describirla de la forma más precisa posible. Para ello, a la hora de plasmarla por escrito dejar claro los siguientes puntos:

*Descripción del producto o servicio que vas a ofrecer al mercado.*

*La necesidad que cubre tu producto o servicio.* Si tu idea de negocio cubre una nueva necesidad tendrás muy poca competencia.

**Clientela Potencial:** ¿A quién está dirigido? Hay que concretar las características esenciales que definen a nuestros clientes objetivo.

**Competencia:** Hay que hacer un análisis de la competencia exhaustivo de los productos o servicios que poseen, cuáles son sus características y que métodos o estrategias utilizan aquellas empresas con las que vas a competir en el mercado.



**Valor añadido:** Es la parte en la que queda plasmado que va a diferenciar tu producto, qué va a hacer que se convierta en la mejor opción para los compradores.

**Como resultado de este módulo el participante, define su idea de negocio.**

**Nota:** Existe la posibilidad que dentro de los participantes del proceso de formación "APRENDER A EMPRENDER" algunos productos/servicios, previamente identificados no requieran de un sondeo de mercado ya que este está definido y fidelizado mediante un proceso de prueba y error que ha llevado al aprendizaje y la validación de la idea mediante conocimientos e innovación, generando una propuesta de valor y una ventaja competitiva en el mercado y en el territorio.

## 10.2 Módulo II Plan de Mercadeo

En este módulo los participantes sean capaz de diseñar e implementar estrategias de negociación a través de los cuales se alcancen resultados de calidad y desarrollar competencias realmente significativas para una mejor toma de decisiones. El segundo módulo, se abordarán temas que permiten al participante identificar el segmento de mercado al que va dirigir su producto o servicio, enfatizando en las cinco P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción Persona) **teniendo una duración de 37 horas.**



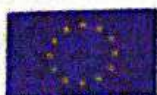
Previo los participantes realizaran un sondeo de mercado que les permita validar su segmento, para garantizar el posicionamiento de su producto.

No se sugiere un estudio de mercado tradicional, muchas veces la principal causa de fallo en un emprendimiento es que no exista un problema real por cuya solución suficientes clientes estén dispuestos a pagar.

Innumerables productos y servicios que cada año son lanzados al mercado fallan, a pesar de la alta inversión en estudios de mercado, por no considerar la perspectiva del cliente. La evidencia indica que los emprendedores que comprenden las necesidades del cliente tienen mayores probabilidades de éxito que aquellos que parten de un desarrollo o producto.

Para mejor asimilación de los contenidos se desarrollan ejercicios CEFE, (**Mini Mercado, hotel en peligro**)

**Como producto de este módulo el participante, elabora su plan de mercadeo**



No	Actividades// FASES	Tiempo en horas por MODULO	MESES																			
			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
MODULO I EMPRENDIMIENTO Y OPORTUNIDADES			SEMANAS																			
			S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
MODULO II PLAN DE MERCADEO																						
11	Identificación de mercado potencial	8																				
12	Sondeo de mercado	16																				
13	Análisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal)	8																				
14	Plan de Mercadeo	4																				
15	Evaluación del desarrollo del módulo I	1																				
TOTAL TIEMPO MODULO II																						

### 10.3 Módulo III Plan de Producción Administración y Organización

En el desarrollo de este módulo el participante podrá definir en los conceptos básicos de las Producción, Administración y Organización. Su duración es de **25 horas**. Podrán puntualizar los tres aspectos que permitirán al emprendimiento su desarrollo:



**Producción:** los participantes definen su capacidad para producir productos/servicios, a la vez estos tengan un valor diferenciado del producto en comparación con la competencia.

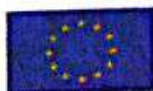
**Administración:** proceso mediante el cual van a lograr que las cosas se realicen por medio de la planeación, organización, delegación de funciones, e integración de personal.

**Organización:** definen y realizan una división de tareas y actividades donde cada particular obtiene responsabilidades de manera coordinada y ordenada.

#### Estructura de Costes

Al finalizar este módulo los y las participantes tendrán una Estructura organizativa y procedimientos administrativos de la empresa y un plan de producción que oriente el negocio hacia la visión y misión propuesta, podrán describir las funciones y el perfil del personal operativo de la empresa bajo el enfoque de empleo digno, identificar y cuantificar los procesos y trámites requeridos para la legalización de la empresa, determinar las necesidades de personal que tiene la empresa, elaborar un organigrama para la empresa.

Determinar los costos fijos y variables considerando costos fijos los que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos y costos variables los que van a variar de acuerdo a la capacidad de producción del emprendimiento.



## **Análisis de Viabilidad (productiva, organizativa, legal)**

Conocer los requerimientos para crear/producir un nuevo producto, precisar la maquinaria y equipo a utilizar como también la materia prima, el recurso humano definiendo un organigrama que permita la claridad de roles dentro de la empresa la claridad de su filosofía organizativa objetivos visión y misión del emprendimiento.

Los costos para la inversión inicial, flujograma o diagrama de procesos, como también los permisos legales de acuerdo a las leyes y exigencias del país.

## **Prototipado del Producto/Servicio**

Con el desarrollo de este taller los participantes, pueden definir un prototipo del producto/servicio que se va lanzar. Un prototipo es una representación limitada del diseño de un producto que permite a las partes responsables de su creación experimentar, probarlo en situaciones reales y explorar su uso, la importancia de conocer sobre como prototipar su producto, es definir si es el correcto o si hace falta corregirlo.

Los prototipos dan vida a cualquier diseño y proporcionan una gran cantidad de información sobre la interacción del usuario en varios niveles. No sólo nos permiten poner a prueba la viabilidad y la utilidad de nuestros diseños antes de que se comience a comercializar, sino que también ayudan a descubrir mejoras e innovaciones inesperadas que pueden hacer nuestro proyecto de emprendimiento aún mejor.

## **Plan de Producción**

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso de fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones.

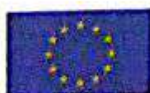
**Proceso de fabricación**, considerar ¿qué materiales y/o equipos necesitará y cuál es el costo? ¿Dónde va obtenerlo?

¿Cómo va a elaborar su(s) producto(s) y como opera el proceso de producción y control de la calidad?

¿Cuáles serán las cantidades a producir (si producirá por pedidos o los tendrá listo desde antes)?

¿Cuál será la capacidad de producción de la planta?

La relación entre la fabricación interna y el uso de subcontratistas externos.



Costos de fabricación estimados y como serán controlados o reducidos.

¿Dónde va a ubicar su negocio y porqué controlar requerimientos en términos del local: uso, tamaño, costo y potencial para la expansión?

¿Cómo se almacenará el producto final?

¿Cómo se transportará hasta el cliente?

**Instalaciones equipos y personal**

Describir las características fundamentales de los locales e instalaciones necesarias, la maquinaria que se va a necesitar y el personal que se empleara y la formación que deberán poseer.

**Capacidad de producción**

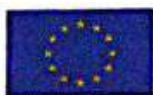
Conocer la capacidad de producción a variaciones en aumento o disminución de la demanda por parte del mercado.

**Proveedores**

Clasificación de materias primas e insumos a requerir para la producción definir ¿Dónde está localizada la materia prima? (dentro del país o en el extranjero).

**Al finalizar este módulo cada participante podrá definir: los costos fijos y variables como también la viabilidad de su emprendimiento, el prototipo (ejemplar) de su producto y generar su plan de producción.**

No	Actividades// FASES	MESES																				
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
SEMANAS																						
<b>MODULO III PLAN DE PRODUCCIÓN ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN</b>																						
16	Estructuración de costos (Fijos Variables)	4																				
17	Análisis de Viabilidad (productiva, organizativa, financiera, legal)	8																				
18	Prototipo del producto/servicio	4																				
19	Plan de Producción	8																				
20	Evaluación del desarrollo del módulo III	1																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO III</b>		<b>25</b>																				



## 10.4 Módulo IV Plan Financiero

El módulo IV de esta currícula, comprende una serie de temas básicos que permitirá al participante, conocer sus costos fijos y variables, conocer cuanta capacidad tendrá de endeudamiento, aprender a realizar un balance general y un estado de resultados. El tiempo para ejecutar este módulo será de **21 horas**, al finalizar este módulo los y las participantes conocerán las principales herramientas contables que les permitirán entender cómo funciona la inversión del negocio y cada una de sus cuentas principales, la información necesaria y suficiente para tomar decisiones de inversión, análisis o financiamiento, entre otras.



**Al finalizar el modulo el participante habrá conoce si hay capacidad de endeudamiento, su balance general y estado de resultados.**

No	Actividades// FASES	MESES																			
		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>SEMANAS</b>																					
<b>MODULO I EMPRENDIMIENTO Y OPORTUNIDADES</b>		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
21	Capacidad de endeudamiento																				
22	Balance General																				
23	Estado de Resultados																				
24	Evaluación del desarrollo del modulo IV																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO IV</b>																					

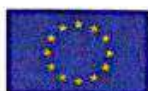
## 10.5 Modulo V Presentación del Proyecto (Pre Negocio)

Al obtener el desarrollo del último modulo del proceso de formación, los participantes tienen una idea clara de su negocio, han logrado a través de cada taller, identificar y definir sus Características Emprendedoras Personales, tener idea de negocio clara y con potencial, habrán identificado el mercado potencial, definidos sus gastos de instalación, fijos y variables. La duración de este apartado es de **44 horas**.



Presenta su plan de negocio básico, contando con la oportunidad de poder realizar vinculación con actores del ecosistema emprendedor, (enlaces de mercado).

Además de contar con una sesión de mentoría y un taller de networking es una actividad de marketing, que utiliza la red de contactos y detecta potenciales clientes



o colaboradores, y posteriormente crear un plan de acción para beneficiar a ambas partes, y el coworking (en español "cotrabajo", trabajo cooperativo o trabajo en cooperación) es una forma de trabajo que permite a profesionales independientes, emprendedores, y pymes de diferentes sectores, compartir un mismo espacio de trabajo, tanto físico como virtual, para desarrollar sus proyectos profesionales de manera independiente, a la vez que fomentan proyectos conjuntos.

**Los participantes presentaran sus iniciativas ante calificadores externos instituciones/inversionistas o cooperantes que deseen brindar apoyo financiero (capital no reembolsable/reembolsable) para los emprendimientos validados.**

**El resultado final, los participantes participan en un evento donde exponen sus ideas de negocio mediante una feria y/o rueda de negocios.**

## 11 EVALUACIÓN DEL PROCESO DE FORMACIÓN

Para hacer la evaluación de este proceso de formación, de la **Curricula Aprender a Emprender**, lo dimensionaremos desde tres enfoques que permitan conocer los resultados del proceso y determinar en qué medida se han logrado los objetivos previamente establecidos, que supone un juicio de valor sobre la programación señalada, y que se emite al contrastar esa información con dichos objetivos.

	Bueno	Regular	Malo
1. Participación activa	●●●●●		
2. Desarrollo de la temática	●●●●●		
3. Aprendizaje del participante	●●●●●		
4. Metodología	●●●●●		
5. Compromiso de los participantes	●●●●●		

### Estos Tres Enfoques

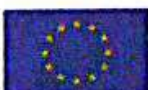
- Evaluación inicial del participantes
- Desarrollo de la temática por el facilitador y;
- Aprendizaje del participante.

#### 11.1 Evaluación Inicial del Participante

Los participantes serán entrevistados en la reunión inicial donde se hará la socialización del desarrollo de esta alternativa de formación profesional, orientada a mujeres y jóvenes del área rural de la zona de intervención, para conocer el interés de ser un participante activo y proactivo hasta concluir el mismo.

#### Desarrollo De La Temática Por El Facilitador

Para el desarrollo de la evaluación de la metodología en cuanto al desempeño del facilitador, se consideran algunos criterios dejando abierta la evaluación para



evaluar otros que en el desarrollo se consideren necesarios/oportunos, mismos que se realizarán al finalizar cada uno de los módulos.

- Desarrollo de la temática
- Desempeño del facilitador (dominio de temas)
- Tiempos de ejecución
- Logística (salón, mobiliario)
- Meriendas
- Herramientas audiovisuales
- Habilidad de comunicación
- Cumplimiento de expectativas

Los participantes podrán evaluar desde una dinámica de participación, mediante un papelógrafo que contenga los criterios a evaluar y los parámetros de medición EXELENTE, BUENO, REGULAR MALO.

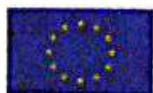
Para marcar cada uno de los criterios a evaluar por los participantes, se recomienda un lugar aislado dentro del salón donde cada uno pueda hacerlo de manera secreta, esto permite la transparencia en el proceso de evaluación, mediante calcomanías (de caritas) para determinar por los participantes la evolución.

#### 11.2 Aprendizaje Del Participante

- Participación activa
- Presentación de pruebas/investigaciones de campo
- Respaldo de los ejercicios/prácticas elaborados durante el proceso
- Presentación de documento final.

Priorizando los tres momentos: Evaluación inicial, Evaluación procesual y Evaluación final además de una evaluación post finalización del proceso de formación, mismo que será evaluado a través de los resultados alcanzados por los beneficiarios.

Toda recomendación y/o sugerencia de los participantes, será considerada. Se propone el proceso de evaluación constante, el cual se dará al final de cada módulo de formación, logrando con ello, medir si se lograron los objetivos propuestos para cada módulo, además de lecciones aprendidas y recomendaciones generadas en el módulo desarrollado, las cuales serán tomadas en cuenta para el desarrollo del siguiente módulo. De igual manera, al final el Programa de Formación, se desarrollará una jornada de evaluación final, con el propósito de medir si se alcanzaron los objetivos propuestos; otros parámetros tienen que ver con su respuesta actitudinal frente a las oportunidades del territorio y su mercado, la intención de para innovar y ser creativo, a su espíritu de solidaridad y asociatividad



en iniciativas económicas que demanden este esfuerzo y finalmente a ser sujeto de procesos continuos en procura de mejorar y volverse competitivo.

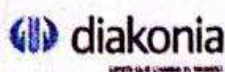
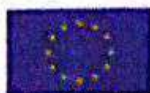
## 12 LINEAMIENTOS DE EJECUCIÓN

La institución responsable de facilitar el proceso de formación, es el Centro de Desarrollo Empresarial CDE –MIPYME REGION OCCIDENTE y certificará el Programa de Formación "Aprende a Emprender" y se asegurará de la calidad educativa en el proceso académico.

Los Centro de Desarrollo Empresarial CDE –MIPYME (de Occidente y Santa Bárbara) deberán monitorear a los docentes, alumnos en el desempeño metodológico de réplica del proceso.

Las entidades que forman parte de la Plataforma al proveer recurso técnico que ejercerá replicas forma parte de la coordinación operativa, de las convocatorias, de la selección de participantes, de la calendarización y de participar en ejercicios de evaluación de la coordinación.

Cada CDE MIPYME designa a sus responsables de formación empresarial y emprendimiento a liderar la etapa metodológica de la transferencia; a nivel de las direcciones ejecutivas corresponden las etapas de negociación de propuestas de seguimiento y evaluación como ajustes estratégicos del programa las que deberán realizarlo con los directores de las contrapartes de la Alianza.



### 13 BIBLIOGRAFIA Y LECTURAS RECOMENDADAS

**Cartilla, Programa de Emprendimiento**, Servicio Nacional De Aprendizaje - Regional Tolima, Centro De Industria Y De La Construcción, Emprendimiento, Unidad De Emprendimiento

**Género y Emprendimiento**, Guía de formación para mujeres empresarias, Paquete de formación y herramientas, Copyright © Organización Internacional del Trabajo 2011, Primera edición 2011

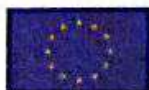
**Guía para Facilitadores**, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ

**Manual para el Capacitador**, Proyecto Jóvenes Emprendedores Rurales, Banco Mundial.

**Manual para Facilitadores** CEFE, CEFE International, 1998.

<http://www.coneanfo.org>

<http://infop.hn/>



# 14.1 Rubrica de Trabajo

No	Actividades// FASES	Tiempo en horas por MODULO	MESES																			
			MES 1				MES 2				MES 3				MES 4				MES 5			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
			SEMANAS																			
		S1 S2 S3 S4 S5 S6 S7 S8 S9 S10 S11 S12 S13 S14 S15 S16 S17 S18 S19 S20																				
<b>MODULO I EMPRENDIMIENTO Y OPORTUNIDADES</b>																						
1	Convocatoria a participar en el proceso metodológico de formación	12	■	■	■	■																
2	Reunión inicial de socialización e inscripción de participantes	4				■																
3	Definición de participantes/llenado de ficha inicial	8				■	■															
4	Taller Características Emprendedoras Personales (CEPS)	12				■	■	■	■													
5	Igualdad de Género y Empleo Digno	4				■	■															
6	Identificación de ideas de negocio con potencial (lluvia de ideas)	4				■	■															
7	Identificación de (frustraciones, trabajos y alegrías del posible mercado potencial)	4				■	■															
8	Identificar el mapa de empatía de mis posibles clientes	4				■	■															
9	Definir ideas de negocio (Propuesta de Valor)	4				■	■															
10	Evaluación del desarrollo del modulo I	1																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO I</b>		<b>33</b>																				
<b>MODULO II PLAN DE MERCADEO</b>																						
11	Identificación de mercado potencial	8								■												
12	Sondeo de mercado	16								■	■											
13	Análisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal)	8								■	■											
14	Plan de Mercadeo	4								■	■											
15	Evaluación del desarrollo del modulo I	1																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO II</b>		<b>37</b>																				
<b>MODULO III PLAN DE PRODUCCIÓN ADMINISTRACIÓN Y ORGANIZACIÓN</b>																						
16	Inversión Inicial	6																				
17	Análisis de Viabilidad ( FODA, productiva, Organizativa, Legal)	8																				
18	Prototipado del producto/servicio	4																				
19	Plan de Producción	6																				
20	Evaluación del desarrollo del modulo III	1																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO III</b>		<b>25</b>																				
<b>MODULO IV PLAN FINANCIERO</b>																						
21	Capacidad de endeudamiento	4																				
22	Balance General	8																				
23	Estado de Resultados	8																				
24	Evaluación del desarrollo del modulo IV	1																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO IV</b>		<b>21</b>																				
<b>MODULO V PRESENTACIÓN DE PROYECTO (PRE NEGOCIO)</b>																						
25	Definición de documento final de Plan de Negocio	8																				
26	Taller de Vinculación con el Ecosistema Emprendedor (enlaces de mercado)	6																				
27	Sesiones de mentoría	6																				
28	Clínica de Coworking/Net Working	6																				
29	Presentación de iniciativas empresariales a inversores (ángeles y/o inversionistas)	6																				
30	Feria y rueda de negocio	8																				
31	Documentar la experiencia de proceso Metodológico Aprender a Empezar	12																				
<b>TOTAL TIEMPO MODULO V</b>		<b>44</b>																				
<b>TOTAL DE TIEMPO 5 MODULOS</b>		<b>160</b>																				
<b>MENOS TIEMPO DE CONVOCATORIA Y SOCIALIZACIÓN</b>		<b>16</b>																				
<b>TOTAL DE TIEMPO 5 MODULOS (SIN LA CONVOCATORIA Y SOCIALIZACIÓN)</b>		<b>144</b>																				



Escuela de formación

# Aprende a emprender



## Módulo 1: Emprendimiento y Oportunidades Determinación de la Idea de Negocio

Proyecto:

**"Generando Iniclativas  
de empleo digno  
para reduclr la pobreza  
en el Occidente de Honduras"**

Ejecutado por La Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social conformada por:  
ASONOG, CASM y OCDIH, con el apoyo de DIAKONIA  
y la Delegación de la Unión Europea en Honduras.



Con el apoyo técnico de:



### **Créditos**

Esta serie de cinco documentos fueron elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de desarrollo empresarial al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

La propiedad intelectual corresponde a la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea, a cargo de quienes se ejecuta el proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir Pobreza en el Occidente de Honduras".

Redacción: Diana Blanco Echigoyen

Primera Edición: Claudia Díaz Rodríguez

Segunda Edición: Brenda Osiris Arita Lara

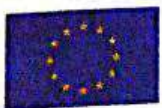
Diseño:

Impresión:

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

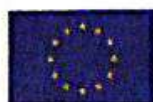
- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFE Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017



**Tabla de Contenido**

<b>I. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>II. Objetivos del Modulo .....</b>	<b>5</b>
<b>III. Justificación .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. Bases Metodológicas.....</b>	<b>6</b>
4.1 Metodología CEFE Internacional.....	6
4.2 Metodología SBDC-UTSA .....	6
4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad .....	7
<b>V. Uso de los Manuales .....</b>	<b>7</b>
<b>VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo .....</b>	<b>9</b>
<b>VII. Estructura del Módulo I.....</b>	<b>10</b>
<b>VIII. Temática de Ejecución.....</b>	<b>10</b>
7.1 Convocatoria .....	10
7.2 Socialización.....	11
7.3 Definición de Participantes .....	11
7.4 Taller Características Emprendedoras Personales (CEPS) .....	12
7.5 Igualdad de Género y Empleo Digno .....	15
7.6 Identificación De Ideas De Negocio Con Potencial .....	16
7.7 Identificación de (Frustraciones, Trabajos Alegrías del Cliente).....	17
7.8 Definición de la Idea de Negocio (Propuesta de Valor) .....	17
7.9 Evaluación modulo I.....	18
<b>IX. Asistencia Técnica SBDC.....</b>	<b>19</b>
<b>X. Conclusiones del Modulo.....</b>	<b>19</b>
<b>XI. Bibliografía.....</b>	<b>20</b>



## I. Introducción

La propuesta de cada uno de los manuales comprende una serie de temas que orientan al participante para incrementar sus conocimientos orientado a las mujeres y jóvenes del área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno. En consideración a la realidad antes descrita se implementa del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, ya sea para que mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

El presente es el primero de cinco documentos orientadores para la formulación y desarrollo de emprendimientos y aprovechamiento de oportunidades empresariales en la zona de influencia del, ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonía y el apoyo financiero de la Unión Europea.

Estos manuales están dirigidos a Facilitadores Técnicos que serán los responsables de la realización de talleres de capacitación para personas de ambos géneros y distintas edades, promoviendo así su inclusión en el desarrollo económico del país.

El **primer módulo** de estos manuales (5) denominado **Emprendimiento y Oportunidades**, se busca que los emprendedores/participantes definan sus Características Emprendedoras Personales (CEPS), conocer las frustraciones trabajos y alegrías de su posible mercado meta, identificar ideas de negocio con potencial, definir la idea de negocio.

Posterior a haber definido la idea con potencial, continúan desarrollando habilidades y destrezas en los siguientes cuatro módulos: Plan de mercadeo, plan de producción, administración y organización, plan financiero, y presentación del proyecto.

Para seguimiento al proceso formativo, de esta currícula al desarrollarse a través del apoyo de los Centro de Desarrollo Empresarial, este brinda asistencias técnicas especializadas, y vinculación con mercado, formación y Tecnología de la información y la comunicación, financiamiento.



## II. Objetivos del Modulo

- Fortalecer el comportamiento emprendedor y contribuir al desarrollo futuro de Características Emprendedoras Personales (CEPS).
- Generar conciencia en los participantes, sobre la importancia de género y empleo digno
- Seleccionar y verificar la idea de negocio en base a las oportunidades y conocimientos de los y las participantes.
- Dar una visión general del contenido de un plan de negocios y su importancia para minimizar riesgos al comenzar un negocio.
- Identificar una idea de negocio con potencial de crecimiento

## III. Justificación

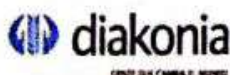
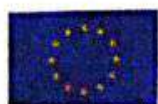
Los Resultados de la Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples (EPHPM) Junio 2016 Muestran que en Honduras la Población Económicamente Activa (PEA), representa el 45.3% de la población total del país, de la cual El 55.2% reside en el Área Urbana y 44.8% en el Área Rural. De estos el 53.4% son Mujeres y el 46.6% Hombres. La Tasa de Participación es Mayor para los Hombres 74.0% que para las Mujeres 43.0%.<sup>1</sup>

En Honduras (Maradiaga, 2014), las micro, pequeñas y medianas empresas representan la fuente del 72% de los empleos para la población económicamente activa, lo que representa el 47% del Producto Interno Bruto. El país cuenta con una Ley de la Micro Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME), en el cual se encuentra incluido el Consejo Hondureño de la Empresa Privada (COHEP) y con la responsabilidad de la Secretaría de Desarrollo Económico.<sup>2</sup>

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Llama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno; sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las

<sup>1</sup> Fuente: [http://www.ine.gob.hn/index.php?option=com\\_content&view=article&id=95](http://www.ine.gob.hn/index.php?option=com_content&view=article&id=95)

<sup>2</sup> Fuente: <http://www.latribuna.hn/2014/08/21/las-mipymes-en-honduras/>



capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

#### IV. Bases Metodológicas

La metodología de esta currícula "Aprender a Emprender" tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/emprendedor participante la definición clara de los temas desarrollados.

Con el objetivo de desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

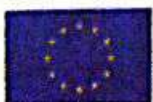
Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido.**

##### 4.1 Metodología CEFE Internacional

Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

##### 4.2 Metodología SBDC-UTSA

Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:



1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

Para el seguimiento en asesorías/vinculaciones a través de la metodología SBDC, se proponen los FAT, (formatos que permiten el registro y captura de los resultados).

### 4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con **iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto**. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:

## V. Uso de los Manuales

Estos manuales han sido elaborados para que los y las facilitadoras puedan formar a futuros empresarios procurando mejorar su calidad de vida y generar oportunidades de empleo digno para ellos, sus familias, su comunidad y el país.

El desarrollo del proceso formativo, consta de cinco manuales que se desarrollaran en jornadas de ocho horas por un tiempo aproximado de 4-5 meses, la temática de cada módulo y los temas en desarrollo requiere alto grado de compromiso de los participantes, el tiempo de prácticas de campo serán indispensables para que los participantes puedan validar la idea de negocio. Esto dependerá sin duda de los niveles de participación y diálogo que se logren y del tiempo disponible de las y los facilitadores y participantes.

El proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" tiene un enfoque especial dirigido a Mujeres y Jóvenes en condiciones de vulnerabilidad, se recomienda procurar tomar medidas:

→ Definir un perfil de participante, dispuestos a mejorar sus condiciones de vida.



- Que las barreras culturales y sociales no limite la plena participación de las mujeres y jóvenes formando para puestos de liderazgo y de toma de decisiones.
- Adaptación de actividades a las condiciones físicas, áreas geográficas y horarios que sean apropiados para las mujeres y jóvenes (grupo meta).
- La aplicación y adaptación de estrategias, abordajes y metodologías para empoderar a las mujeres y jóvenes.

Estos manuales estableces los contenidos básicos para el desarrollo de emprendimientos y una sugerencia metodológica que puede ser adaptable conforme a necesidades y capacidades identificadas por el facilitador. Se sugiere un breve análisis del contexto de las participantes antes de iniciar con el proceso formativo.

Las secciones de cada módulo contemplan los guiones metodológicos o sílabos y documentos, herramientas que permiten al facilitador la ejecución.

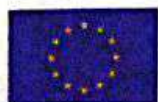
El desarrollo de esta currícula *"APRENDER A EMPRENDER"* tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

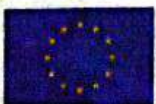
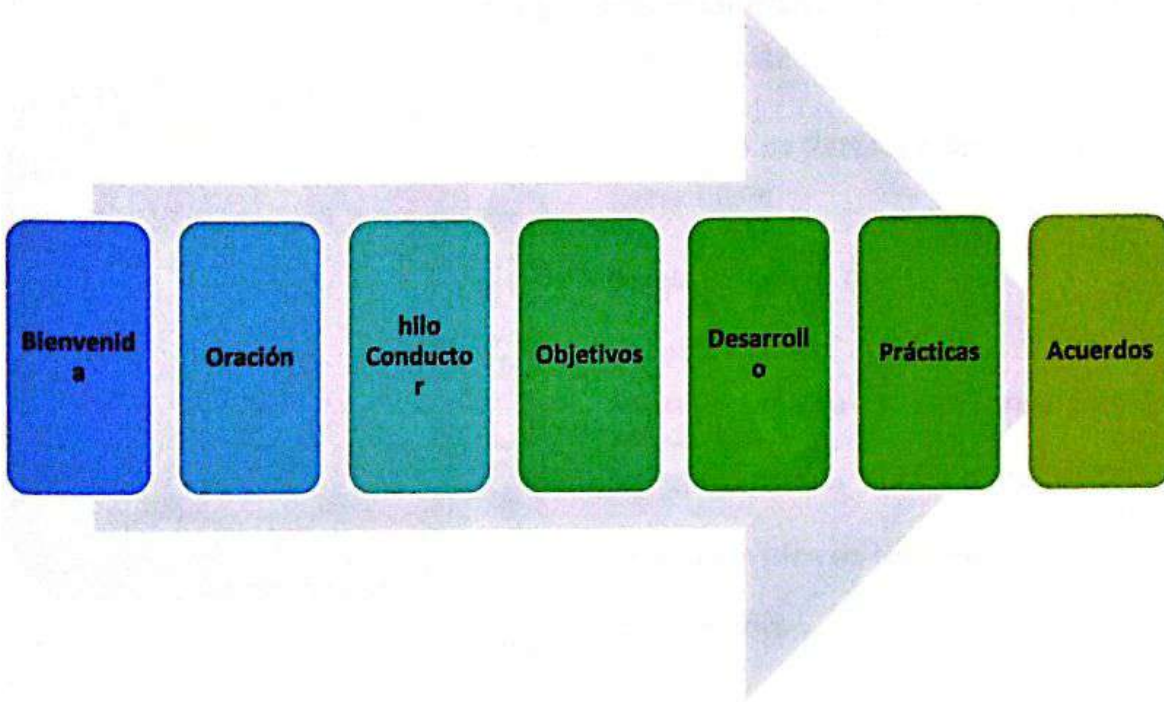
**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

(local, 2016)



VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo



## VII. Estructura del Módulo I EMPRESARIADO Y OPORTUNIDADES



- Convocatoria
- Socialización
- Definición de Participantes
- Taller CEPS
- Empleo Digno y Género
- Lluvia de Ideas
- Identificación de (frustraciones, trabajos alegrías del cliente)
- Identificación de la Idea de Negocio
- Definición Idea de Negocio
- Evaluación

## VIII. Temática de Ejecución

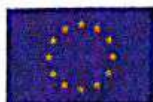
### Emprendimiento y Oportunidades- Determinación de la Idea de Negocio

#### 7.1 Convocatoria

Para la realización de un proceso de convocatoria efectivo en la formación, creación y/o fortalecimiento de iniciativas de desarrollo empresarial y Desarrollo Económico Local, en el marco de implementación del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras". Orientado a mujeres y jóvenes del área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas que enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales y hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno.



La convocatoria tendrá el enfoque territorial, de modo, que en la creación o fortalecimiento de iniciativas y propuestas de empleabilidad y emprendedurismo se incluya aquellas zonas donde la accesibilidad laboral es crítica y consecuentemente los



niveles de pobreza y las oportunidades se reducen afectando principalmente a mujeres y jóvenes.

Se realizara en un tiempo previo a la iniciación del proceso una convocatoria abierta, para los interesados en ser partícipes de un proceso de formación que permita, definir la idea de negocio y/o tener nuevas oportunidades de inserción laboral. La forma de convocatoria se realizara mediante medios de comunicación (Radio y Televisión), redes sociales, socialización directa con grupos meta.

**Nota 1:** los entes/instituciones involucradas en el desarrollo de la currícula, podrán definir mediante acuerdo otras alternativas y/o definición de participantes en el desarrollo del proceso de formación.

**Nota 2:** se hará especial énfasis en prácticas y saberes endógenos como recurso potencial a fortalecer.

## 7.2 Socialización

La socialización se hará, post convocatoria y confirmación de un grupo de emprendedores con interés de formarse mediante la ejecución de la currícula "APRENDER A EMPRENDER". Facilitando una clara explicación, en que consiste el proceso de formación y el grado de responsabilidad que tendrán os emprendedores que reciban el beneficio formativo, además del grado de compromiso en la investigación si la idea de negocio pre identificada tiene el potencial para ser exitosa en el mercado.



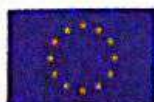
Habiendo socializado y tenido un primer acercamiento con los participantes, el personal técnico, analizan los perfiles con mayor potencial. Se propone un diagnóstico de entrada (Anexo 1 Diagnóstico de entrada).

## 7.3 Definición de Participantes

Para definir el número de participantes, se toman como referente las entrevistas realizadas en la socialización a cada emprendedor interesado, y el resultado del diagnóstico propuesto, se levanta la ficha de inscripción. Considerando un número de 25-30 participantes, priorizando aquellos emprendedores con mayor potencial, que permita dotar a jóvenes y mujeres del conjunto de técnicas, métodos y/o herramientas, que les permita mejorar sus capacidades emprendedoras para la identificación, planeación e implementación de iniciativas empresariales, y de inserción laboral bajo condiciones dignas.



Emprendedores que deseen consolidar sus iniciativas y definir su plan de negocio que permita establecer las condiciones y proyecciones financieras, bajo un enfoque de



desarrollo de cadena territorial - municipal, para articular otros actores que contribuyan al fortalecimiento de tales iniciativas de manera sostenible.

(Anexo 2 Ficha de Inscripción).

#### 7.4 Taller Características Emprendedoras Personales (CEPS)

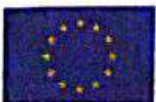
Las investigaciones realizadas a personas exitosas en el desempeño de diferentes roles han dado como resultado una constante en cuanto a un conjunto de características personales que se vinculan con un mayor nivel de logros.

Las mismas investigaciones han demostrado que éstas características, están presentes, con mayor o menor nivel de desarrollo, en todas las personas. La identificación, reconocimiento y eventual desarrollo de las mismas es un factor de importancia en el mejor desempeño empresarial. Para el logro de los fines que persiguen las empresas, es necesario tomar conciencia que el activo más importante con el cual se cuenta es el recurso humano. Toda persona tiene como parte de su estructura de personalidad fortalezas y debilidades, que hacen en su conjunto a lo que algunos autores han denominado como; Características Personales vinculadas al Éxito.

**Una persona emprendedora es la que...**

- Es organizada y planifica sus actividades.
- Se arriesga pero calcula riesgos.
- Es fuerte y los fracasos no la derrotan.
- Si no sabe algo pregunta a quienes sí saben.
- Se enfrenta a los retos de la vida de manera positiva pero realista.
- Cumple con sus compromisos puntualmente y con calidad.

Cuando importa lograr una mayor eficiencia y eficacia en el desempeño de una tarea es necesario que las personas involucradas directas e indirectamente a la misma, analicen no solo la función que se desempeña sino también las aptitudes y actitudes que se relacionan con el desempeño de esta. El desarrollo adecuado de determinadas características personales contribuye a un desempeño exitoso de la persona en su rol. La persona emprendedora es quien ha desarrollado en si misma capacidades propias que conocemos como: **Características Emprendedoras Personales** identificadas como las CEP, que le han permitido alcanzar buenos resultados en la vida, caracterizándola como una persona especial en su forma de ser y hacer.





periodistas y hacer un reportaje en un tiempo de cuatro minutos". (No se brindan más detalles, este es el factor sorpresa).

→ A continuación se realiza un conteo, asignando un número a cada participante. Asumiendo que el grupo se encuentra sentado en "U", el conteo se realiza de derecha a izquierda.

→ Una vez todos tienen un número, se entrega a cada uno, las siguientes cuatro preguntas

¿Cuál es su nombre completo?

¿Por qué quiere emprender?

¿Qué necesidades te gustaría poder satisfacer teniendo un emprendimiento?

¿Qué piensas, en pocas palabras, que lograrías como persona, teniendo un negocio que te guste? (éstas pueden ser más, dependerá del número de participantes y del tiempo disponible)

→ Se da una señal de salida, y el tiempo empieza a correr. Usualmente, buena parte del grupo no se pone de pie y se queda pensando de qué se trata esto, pero algunos actúan más rápidamente y comienzan a hacer su reportaje, lo que activa la participación de todo el grupo. Las preguntas de formulario de cada quien corresponden, para este caso, a cuatro participantes diferentes, por lo que cada uno deberá moverse entre el grupo hasta lograr las respuestas que va anotando en el formulario.

Presionar con el tiempo para generar entusiasmo y nerviosismo.

Posteriormente, se solicita a cada participante pasar al frente y decir el número que le correspondía. Cada "periodista" desde la "U" donde están sentados, deberá dar lectura a la respuesta de la preguntas, si es que le correspondió formular alguna de ellas a la persona que está al frente, a quien también se le puede solicitar dar un saludo general al grupo.

Quien facilita la sesión, deberá anotar las ideas expresadas que considere interesante comentar al finalizar el ejercicio como introducción al taller. Esto debe hacerlo discretamente sentado como parte de la ronda de sillas.

El ejercicio de presentación puede terminar con un breve intercambio de preguntas, como estas:

"¿Cómo se sienten ahora?, ¿Qué piensan de las respuestas que ha brindado el grupo?, ¿Es algo en lo que piensan usualmente o no?, ¿por qué?". Luego de escuchar algunas respuestas, se puede comentar la importancia de la temática del taller, además de hacer una breve presentación de ideas relacionadas con las competencias que se buscan. Además, se puede propiciar un intercambio de opiniones del grupo, durante el que quien facilita anota las respuestas acerca de las motivaciones, por ejemplo, en una pizarra.



diakonia

CONVIVIR Y CAMBIAR EL MUNDO



actobalance



COE



COE

## Recomendaciones

Se sugiere primeramente, dar unas palabras breves de bienvenida y auto-presentación por parte de los organizadores o de quien facilita la sesión.

- La persona facilitadora debe participar en el ejercicio; es decir, debe ser parte del "reportaje". No hacerlo puede generar desconfianza.
- Se sugiere hacer un esfuerzo especial para retener los nombres de las personas aprovechando la presentación. Esto permitirá a quien facilita, referirse a cada quien por su nombre desde el inicio y generar un ambiente de confianza. El procesamiento final del ejercicio puede cambiar de la razón para la cual se vaya a utilizar. Para el desarrollo de los ejercicios que permitirán identificar sus "Características Emprendedoras Personales" (**Anexo 3 guion metodológico desarrollo de CEPS**).

Al finalizar el desarrollo del taller CEPS los participantes aplican diagnóstico, que permite la identificación y/o priorización de aquellas Características Emprendedoras que deberá fortalecer y orientar un mayor énfasis de consolidar a lo largo del proceso. (**Anexo 4 diagnósticos CEPS (4a, 4b)**).

**Nota:** para desarrollo de ejercicios CEFE, contemplados en el guion metodológico, se propone, facilitar el manual, mismo que contiene los ejercicios detallados.

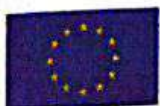
### 7.5 Igualdad de Género y Empleo Digno

En seguimiento al cumplimiento de los objetivos propuestos al desarrollar esta currícula, este taller de manera puntual procura dejar la noción en los participantes sobre la importancia de conocer sobre la generación de condiciones sociopolíticas y económicas para la inserción laboral de mujeres y jóvenes del área rural, que permitan la construcción de sociedades más justas y equitativas en el Occidente de Honduras así mejorar la competitividad y las oportunidades de inserción laboral digna a través de alianzas público privadas y el refuerzo a iniciativas socioeconómicas sostenibles y novedosas.

(**Anexo 5 presentación**).

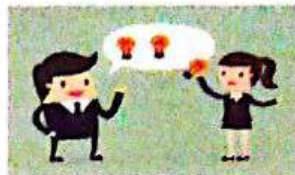
Al finalizar la presentación los participantes se reúnen en grupos, para comentar sobre aspectos que ellos consideran importantes, sobre **Igualdad de Género y Empleo Digno**, desde sus experiencias generan propuestas para la mejora de la igualdad en el territorio y la generación de estrategias de mejora, un participante de cada grupo expone los resultados, mediante plenaria.

*El facilitador puede agregar experiencias y vivencias que permitan ampliar el tema.*



## 7.6 Identificación De Ideas De Negocio Con Potencial

Este segmento es fundamental en el proceso de formación de esta currícula "Aprender a Emprender" la idea de negocio a validez, tiene que ser rentable y capaz de aportar beneficios. Considerar el potencial de ganancias que puede aportar la idea de negocio. Es necesario, reconocer una necesidad existente, una necesidad que no está siendo satisfecha por el mercado, no está lo suficientemente cubierta, o una necesidad que se puede cubrir mucho mejor que los competidores existentes.



Para llevar a cabo esta actividad se recomienda a los facilitadores/participantes lo siguiente:

### Pautas para los facilitadores

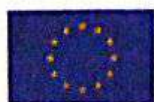
Los facilitadores deben acatar estas reglas para lograr que las sesiones de lluvia de ideas sean más productivas:

- Establezca un ambiente acogedor y de mucho apoyo. Mantenga una atmósfera relajada (el proceso debe ser disciplinado y estructurado, pero informal).
- Concéntrese en el tema al cual va dirigido la lluvia de ideas y en el conjunto de reglas
- Enfatique el hecho que la meta es la cantidad de ideas.
- Escriba cada una de las ideas – claramente y donde todos puedan verlas (una retroalimentación visual es vital). Trate de mantener cada una de las ideas expresadas en pocas palabras como sea posible (sin perder su significado, por supuesto).
- Desaliente los comentarios de valoración o de crítica: se aceptan aportes sin juicio. Explique que las ideas de todos son valiosas y merecen respeto.
- Aliente a los participantes a escuchar cuidadosa y educadamente los aportes de los demás.
- Brinda a todos la oportunidad de aportar.
- No critique ni juzgue. Ni siquiera gruña, frunza el ceño o se ría. Todas las ideas son igualmente válidas a esas alturas.

### Pautas para los participantes

Para poder aclarar el proceso de la lluvia de ideas, el facilitador puede escribir en el panel o en un rotafolio las siguientes instrucciones:

- Todos los miembros del grupo deben participar.



- Ser creativos (ideas innovadoras)
- Cuanto más ideas, mejor.
- Ninguna idea debe ser bloqueada. Se permiten todas las ideas, aun las que parezcan absurdas o tontas para su autor.
- Los participantes deben presentar una sola idea por turno.
- El grupo debe pensar lo más gracioso y tonto que sea posible.
- Todas las ideas se respetarán y no serán calificadas.
- Se debe evitar ideas ya mencionadas antes.
- Las ideas no deben ser detalladas. Mantenga las ideas al mínimo,
- No cuente historias.



**Nota:** surgirá el caso y será permitido de algún participante que ya tienen definida su idea de negocio con un segmento de mercado validado. (**Anexo 6 Guion metodológico/macro filtro/micro filtro**)

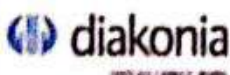
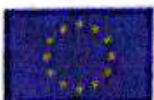
### 7.7 Identificación de (Frustraciones, Trabajos Alegrías del Cliente)

El desarrollo de este taller, permitirá poder definir una idea de negocio con potencial de crecimiento. Para poner en marcha tu idea de negocio, para conocer lo mejor posible quién es tu cliente, sus hábitos y qué problemas reales tiene y beneficios que consigue al consumir mis productos y/o usar los servicios. Conocer de los clientes.

Para la comprensión de este tema, el facilitador hace una presentación, para clarificar a los participantes, definir conceptos claros para conocer **Frustraciones, Trabajos Alegrías del Cliente** (**Anexo 7 presentación**).

### 7.8 Definición de la Idea de Negocio (Propuesta de Valor)

El participante en la currícula *Aprender a Empezar* esta en un punto crucial de su proceso de formación, de las ideas de negocio pre identificada habiendo aplicado el macro/micro filtro, herramientas propuestas en el taller anterior, define la idea de negocio, esta idea



que ha definida, debe en alguna medida **validar su idea de negocio**, el emprendedor realiza trabajo de campo, para conocer lo aprendido, abordando el segmento de mercado con el que piensa promover su producto/servicio.

Debe conocer y dar el valor de importancia al tema de Creatividad e Innovación Empresarial, así aplicar estos conceptos a su emprendimiento. **(Anexo 9)**.

**El participante define conceptos básicos de su plan de negocio contado con un cuaderno de trabajo que le permite avanzar en plasmar su idea con los criterios y atributos que le van a permitir posicionarse en el mercado. (Anexo 10)**

## 7.9 Evaluación modulo I

Es muy importante conocer los resultados alcanzados en el módulo, de acuerdo a las expectativas y objetivos, para hacer la evaluación de este proceso de formación, de la **Currícula Aprender a Emprender**, lo dimensionaremos desde tres enfoques que permitan conocer los resultados del proceso y determinar en qué medida se han logrado los objetivos previamente establecidos, que supone un juicio de valor sobre la programación señalada, y que se emite al contrastar esa información con dichos objetivos.

### Estos Tres Enfoques

- Evaluación inicial del participantes
- Desarrollo de la temática por el facilitador y;
- Aprendizaje del participante.

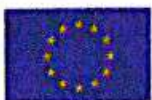
### Evaluación Inicial del Participante

Los participantes serán entrevistados en la reunión inicial donde se hará la socialización del desarrollo de esta alternativa de formación profesional, orientada a mujeres y jóvenes del área rural de la zona de intervención, para conocer el interés de ser un participante activo y proactivo hasta concluir el mismo.

### Desarrollo De La Temática Por El Facilitador

Para realizar la evaluación metodológica en cuanto al desempeño del facilitador, se consideran algunos criterios dejando abierta la evaluación para evaluar otros que en el desarrollo se consideren necesarios/oportunos, mismos que se realizaran al finalizar cada uno de los cinco módulos. Criterios propuestos:

- *Desarrollo de la temática*
- *Desempeño del facilitador (dominio de temas)*



- *Tiempos de ejecución*
- *Logística (salón, mobiliario)*
- *Herramientas audiovisuales*
- *Habilidad de comunicación*
- *Facilidades del lugar*
- *Metodología de la capacitación*
- *Facilitadores*
- *Ubicación*
- *Alimentación*
- *Satisfacción de las expectativas*

Para captar los puntos de vista de los participantes, se usaran calcomanías de catiras, cada participante en un lugar oculto, dentro del salón, pueda ir y evaluar los criterios previamente definidos bajo los rangos de evaluación (excelente, bueno, regular, malo) **(Anexo 11)**.

#### **IX. Asistencia Técnica SBDC**

Para seguimiento en asesorías Técnicas Especializadas, y vinculación con la Unidades de Formación Empresarial, Inteligencia de Mercados y Tecnología de la Información y la Comunicación el equipo del Centro de Desarrollo Empresarial, (CDE-MIPYME) dará el seguimiento a los emprendedores participantes en el proceso formativo comprendido en esta currícula. Para levantamiento de información y definición de acciones serán aplicados los formatos FAT. Mismos que se enumeran en su orden: FAT 001 Socialización de los servicios del CDE-MIPYME, FAT 002 Solicitud de asesoría, FAT 003, evaluación de emprendedurismo, FAT 004 evaluación de la idea de negocio, FAT 005 bitácora de atención, FAT 006 diagnostico empresarial, FAT 007 Plan de asesoría. **(Anexo 12)**.

#### **X. Conclusiones del Modulo**

**9.1** Con el desarrollo de esta currícula, se generar las oportunidades para mejorar la competitividad y las capacidades individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes, para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.



**9.2** La definición de una idea de negocio con potencial de crecimiento; es indispensable, para garantizar el éxito del emprendedor, bajo un enfoque de desarrollo de cadena territorial/ municipal.

**9.3** Al finalizar el proceso formativo, se generan iniciativas sostenibles y novedosas de emprendedurismo rural que generen empleo y autoempleo, digno para mujeres y jóvenes.

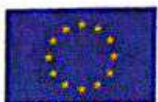
## ***XI. Bibliografía***

**Guía para Facilitadores**, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ

**Manual para Facilitadores** CEFE, CEFE International, 1998.

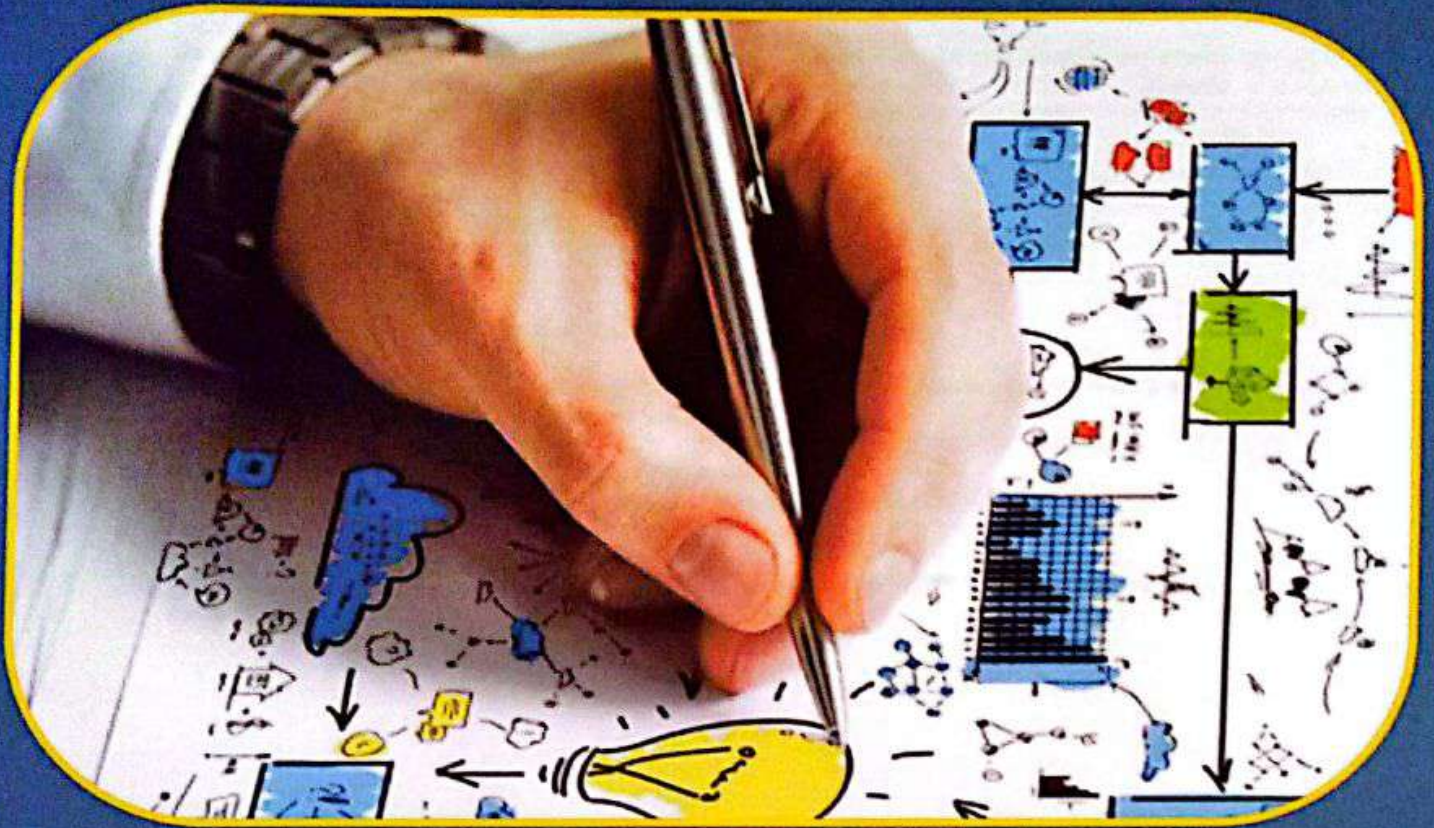
<https://sbdcglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

<http://adempresarial.biz/e-learning/>



Escuela de formación

# Aprende a emprender



Módulo 2:

# Plan de Mercadeo

Proyecto:

**"Generando Iniclativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras"**

Ejecutado por La Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social conformada por: ASONOG, CASM y OCDIH, con el apoyo de DIAKONIA y la Delegación de la Unión Europea en Honduras.



Con el apoyo técnico de:



## Créditos

Esta serie de cinco documentos fueron elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de desarrollo empresarial al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

La propiedad intelectual corresponde a la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea, a cargo de quienes se ejecuta el proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir Pobreza en el Occidente de Honduras".

Redacción: Diana Blanco Echigoyen

Primera Edición: Claudia Díaz Rodríguez

Segunda Edición: Brenda Osiris Arita Lara

Diseño: Brenda Osiris Arita Lara.

Impresión:

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFE Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017



**Tabla de Contenido**

<b>I. Introducción.....</b>	<b>4</b>
<b>II. Objetivos del Modulo .....</b>	<b>5</b>
<b>III. Justificación .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. Bases Metodológicas.....</b>	<b>6</b>
4.1 Metodología CEFE Internacional.....	6
4.2 Metodología SBDC-UTSA .....	6
4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad .....	7
<b>V. Uso de los Manuales .....</b>	<b>7</b>
<b>VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo .....</b>	<b>8</b>
<b>VII. Estructura del Módulo I.....</b>	<b>9</b>
<b>VIII. Temática de Ejecución.....</b>	<b>9</b>
<b>IX. Plan de Mercadeo .....</b>	<b>9</b>
7.1 Identificación de mercado potencial.....	9
7.2 Sondeo de mercado .....	10
7.3 Analisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal).....	11
7.4 Plan de Mercadeo.....	13
7.5 Evaluación del desarrollo del módulo II.....	15
<b>X. Conclusiones del Modulo.....</b>	<b>16</b>
<b>11 Bibliografía.....</b>	<b>17</b>



## I. Introducción

La propuesta de cada uno de los manuales comprende una serie de temas que orientan al participante para incrementar sus conocimientos orientado a las mujeres y jóvenes del área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno. En consideración a la realidad antes descrita se implementa del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, ya sea para que mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

El presente documentos es el **segundo** de cinco documentos orientadores para la formulación y desarrollo de emprendimientos y aprovechamiento de oportunidades empresariales en la zona de influencia del proyecto, ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea.

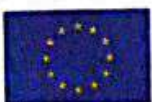
Estos manuales están dirigidos a Facilitadores Técnicos que serán los responsables de la realización de talleres de capacitación para personas de ambos géneros y distintas edades, promoviendo así su inclusión en el desarrollo económico del país.

El **segundo módulo** de estos manuales (5) denominado **Plan de Mercadeo** los participantes serán capaces de diseñar e implementar estrategias de negociación a través de los cuales se alcancen resultados de calidad y desarrollar competencias realmente significativas para una mejor toma de decisiones. Este módulo, se abordarán temas que permiten al participante identificar mercado potencial, realizan un sondeo de mercado y hacen análisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Persona) y como producto elaboran Plan de Mercadeo

Se finaliza con la evaluación del desarrollo del módulo el segmento de mercado al que va dirigir su producto o servicio, enfatizando en las cinco P. (Producto, Precio, Plaza, Promoción, Personal)

Posterior a haber definido un mercado potencial y en lo posible haberlo validado, continúan desarrollando habilidades y destrezas en los siguientes tres módulos: Plan De Producción, Administración Y Organización, Plan Financiero, Y Presentación Del Proyecto.

Para seguimiento al proceso formativo, de esta currícula al desarrollarse a través de la Asistencia del Centros de Desarrollo Empresarial, se brinda asistencias técnicas especializadas, y vinculación con mercado, formación y Tecnología de la información y la comunicación, financiamiento.



## II. Objetivos del Modulo

- Identificar un mercado potencial, diseñar e implementar estrategias de negociación a través de los cuales se alcancen resultados de calidad y desarrollar competencias realmente significativas para una mejor toma de decisiones.
- Elaborar un **sondeo de mercado** que les permita determinar la demanda del producto, bien o servicios que desean comercializar y validar el segmento de mercado.
- Diseñar un plan de mercadeo básico, orientado en las 5 P (Producto, Precio, Promoción, Plaza, personal )

## III. Justificación

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Llama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno; sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

En una época de fuertes y frecuentes cambios, el éxito o fracaso de las organizaciones está condicionado en un alto grado por la habilidad que muestran para aprovechar las oportunidades o enfrentar las amenazas del entorno.

Las oportunidades son tendencias o eventos que pueden llevar a la empresa a un cambio significativo incrementando las ventas y las utilidades, siempre y cuando se dé una respuesta estratégica apropiada a distintas coyunturas.

<http://www.honduras.esa.una/hn/cop/funciones-de-mercado/>



#### IV. Bases Metodológicas

La metodología de esta currícula "Aprender a Emprender" tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/emprendedor participante la definición clara de los temas desarrollados.

Con el objetivo de desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido.**

##### 4.1 Metodología CEFE Internacional

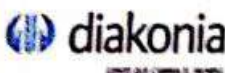
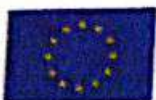
Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

##### 4.2 Metodología SBDC-UTSA

Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:

1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

Para el seguimiento en asesorías/vinculaciones a través de la metodología SBDC, se proponen los FAT, (formatos que permiten el registro y captura de los resultados).



### 4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con **iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto**. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:

#### V. Uso de los Manuales

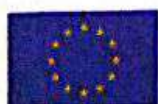
Estos manuales han sido elaborados para que los y las facilitadoras puedan formar a futuros empresarios procurando mejorar su calidad de vida y generar oportunidades de empleo digno para ellos, sus familias, su comunidad y el país.

El desarrollo del proceso formativo, consta de cinco manuales que se desarrollaran en jornadas de ocho horas por un tiempo aproximado de 4-5 meses, la temática de cada módulo y los temas en desarrollo requiere alto grado de compromiso de los participantes, el tiempo de prácticas de campo serán indispensables para que los participantes puedan validar la idea de negocio. Esto dependerá sin duda de los niveles de participación y diálogo que se logren y del tiempo disponible de las y los facilitadores y participantes.

El proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" tiene un enfoque especial dirigido a Mujeres y Jóvenes en condiciones de vulnerabilidad, se recomienda procurar tomar medidas:

- Definir un perfil de participante, dispuestos a mejorar sus condiciones de vida.
- Que las barreras culturales y sociales no limite la plena participación de las mujeres y jóvenes formando para puestos de liderazgo y de toma de decisiones.
- Adaptación de actividades a las condiciones físicas, áreas geográficas y horarios que sean apropiados para las mujeres y jóvenes (grupo meta).
- La aplicación y adaptación de estrategias, abordajes y metodologías para empoderar a las mujeres y jóvenes.

Estos manuales estableces los contenidos básicos para el desarrollo de emprendimientos y una sugerencia metodológica que puede ser adaptable conforme a necesidades y capacidades identificadas por el facilitador. Se sugiere un breve análisis del contexto de las participantes antes de iniciar con el proceso formativo.



Las secciones de cada módulo contemplan los guiones metodológicos o sílabos y documentos, herramientas que permiten al facilitador la ejecución.

El desarrollo de esta currícula **"APRENDER A EMPRENDER"** tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

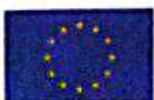
**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

(local, 2016)

**Nota: los anexos para desarrollo de los talleres, están descritos en el documento en su orden de ejecución.**

## VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo



## VII. Estructura del Módulo II



## VIII. Temática de Ejecución

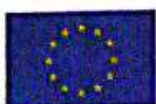
El módulo II de esta currícula "APRENDER A EMPRENDER" tiene su enfoque en determinar el segmento de mercado para la comercialización del producto y/o la prestación de un servicio.

Este segmento de mercado debe ser validado mediante un sondeo, que permita al emprendedor realizar entrevistas y determinar si es efectivamente el segmento que está interesado en su producto/servicio. Posterior a esto definir un plan de mercadeo básico en relación a las cinco P, (Producto, Precio, Promoción, Plaza, Personal)

## IX. Plan de Mercadeo

### 7.1 Identificación de mercado potencial

El participante del proceso formativo realiza un hilo conductor del módulo I, acompañado por su facilitador para conocer los avances que han tenido y proceder a definir el segmento de mercado que han visualizado en modulo I; precisar dónde van a comercializar sus productos/servicios, para mejor comprensión de los contenidos se realizan dos ejercicios basados en la metodología CEFE Internacional.



**(Anexo 1).** Estos permitirán claridad de parte del participante para identificar su segmento de mercado.

## 7.2 Sondeo de mercado

Innumerables productos y servicios que cada año son lanzados al mercado fallan, a pesar de la alta inversión en estudios de mercado, por no considerar la perspectiva del cliente.

El sondeo de mercado en la currícula "APRENDER A EMPRENDER", se basa en un sondeo abierto, con preguntas generalizadas que permita, realmente identificar cuáles son las necesidades del cliente, sin orientar o sesgar preguntas pre diseñadas.

Acá la importancia de conocer los dolores, ganancias y alegrías de los clientes. La evidencia indica que los emprendedores que comprenden las necesidades del cliente tienen mayores probabilidades de éxito que aquellos que parten de un desarrollo o producto. **(Anexo 2 presentaciones Trabajo grupal 60 min).**

Ejercicio: ¿Quiénes son sus clientes? (60 Min)

### Objetivo

Las personas participantes reconocerán que no hay claridad específica sobre la clientela que brindara sostenibilidad a sus futuros negocios y que se requiere una actividad de investigación más segmentada.

### Actividades del Ejercicio

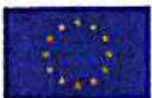
Se solicita a cada emprendimiento a contestar esta sencilla pregunta "quien es su clientela" y se da un lapso de minutos para que cada emprendimiento la conteste.

Al concluir el tiempo, quienes facilitan pregunta "¿qué tanto conocen de sus clientes? Y entregan esta información a las personas

Para describir la clientela debe hacer un párrafo que explique los siguientes elementos de su clientela: Edad, Sexo, Ubicación de vivienda, rango salarial, puesto en la empresa, ocupación principal, hogar, hijos o hijas, principales ocupaciones y distracciones, que hacen en su tiempo libre, etc.

Para esta tarea se otorgan nuevamente 10 minutos de tiempo al finalizar se pregunta ¿Quiénes concretaron los datos requeridos?, obviamente serán muy pocos, las razones lógicas de no hacerlas deben de consultarse a las personas con la siguiente pregunta: ¿Por qué no puede complementar la información requerida?, a continuación se presentan algunas de las respuestas que pueden desarrollarse

- No saben quiénes serán su clientela
- Sus clientes pueden ser todos y todas
- Están seguros que su producto se venderá no importa con quien



□ Y Finalmente se pregunta: *No creen ustedes que han pensado más en su producto que en sus clientes...*

Quien facilita explica brevemente de acuerdo a las respuestas que pensar en el producto más que en el cliente y de no saber describirlo ni ubicarlo es un pecado capital muy grave pero que es muy común, a continuación se presentan las tres cualidades que definen a una persona cliente: *Interés, Decisión de compra y Capacidad de Compra.*

**El participante cuenta con un tiempo aproximado de 12 horas para la realización del trabajo de campo, que le permita realizar el sondeo de mercado de su producto/servicio.**

### 7.3 Analisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal)

La mercadotecnia se originó con la aplicación de las cuatro "P": producto, promoción, plaza y precio.

A pesar de los constantes adelantos de la actualidad, siempre es recomendable volver a los orígenes o las raíces de las disciplinas para entenderlas mejor y conseguir un análisis más profundo.

Por lo tanto, es muy recomendable que cuando tengas la disposición de iniciar un negocio o lanzar al mercado un nuevo producto o servicio, recurras al análisis de las clásicas cuatro "P", con tal de esquematizar un plan de marketing lo más óptimo posible. En este apartado se considera la quinta P (**Personal**).

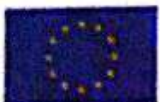
**"Producto"** nos referimos a cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad.

Por otra parte, el **"Precio"**, es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

La **"Plaza"** es el equivalente a la distribución y la constituyen los intermediarios a través de los cuales tu producto llegará a los consumidores.

La **"Promoción"** es la definición de los medios para comunicarte con los intermediarios en la distribución de tus productos, así como también con sus consumidores actuales y potenciales.

**"El Personal"** considerados todos los involucrados en: producir, atención al cliente, servicio post venta al cliente, presentación de las personas que venden.



1

Estos cuatro elementos son muy importantes para el marketing del emprendimiento. Por lo tanto, es imprescindible definirlos de manera precisa. Aquí sugerimos preguntas precisas para lograrlo respondiendo a diez preguntas:

### 1. Producto

¿Qué producto/servicio estoy vendiendo?

### 2. Plaza

¿Cómo y dónde traeré mi producto para mis clientes?

¿Dónde produciré mi producto o servicio?

¿Qué canales de distribución usaré?

### 3. Precio

Incluyendo mis costos incurridos con la idea del negocio hasta la entrega

¿Cuánto cobraré por mi producto o servicio?

¿Cuál será el costo de distribución?

¿Y el de almacenaje?

### 4. Promoción

¿Cómo crearé conciencia e interés en mi producto?

¿Haré publicidad? ¿Cuál es mi presupuesto?

¿Haré relaciones públicas?

¿Catálogo?

¿Publicidad directa?

Habiendo explicado el facilitador los aspectos fundamentales sobre el análisis de las cinco P, los participantes trabajan sobre el análisis de las siguientes preguntas:

#### 1. Descripción del producto

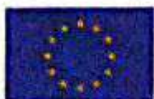
2. Comparación del producto con productos competitivos

3. Ubicación

4. Área del mercado

5. Principales clientes

<sup>1</sup> (<https://www.entrepreneur.com/article/263568>)



6. Demanda total
7. Participación en el mercado
8. Precio de venta
9. Estimado de ventas
10. Medidas promocionales
11. Estrategia de marketing
12. Presupuesto de marketing

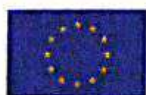
### Preguntas guía para el Plan de marketing

1. ¿Qué es el producto?
2. ¿Cuál es la calidad y el precio comparados con los productos de la competencia?
3. ¿Dónde se ubicará el negocio?
4. ¿Qué áreas geográficas cubrirá el proyecto?
5. ¿Dentro del área del mercado, la empresa a quién le venderá sus productos?
6. ¿Es posible estimar qué cantidad del producto se vende actualmente?
7. ¿Qué porción o porcentaje de este mercado puede ser captado por el negocio?
8. ¿Cuál es el precio de venta del producto?
9. ¿Qué cantidad del producto se va a vender?
10. ¿Qué medidas promocionales se aplicarán para vender el producto?
11. ¿Qué estrategia de marketing se necesita para asegurar que se alcance el estimado de ventas?
12. ¿Qué necesita para promocionar y distribuir su producto?

Para afianzar el contenido de este tema en la currícula, se desarrolla un ejercicio CEFE, Presentación de Plan de Marketing. (**Anexo 3 Presentación del Plan de Marketing**).

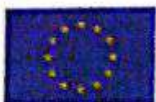
#### 7.4 Plan de Mercadeo

Definir las líneas para que el producto/servicio llegue a su mercado, El marketing es una estrategia que abarca **Producto, Precio, Publicidad y Punto de venta, Personal** ("las 5



P").en este apartado de la "CURRICULA APRENDER A EMPRENDER" vamos a definir de manera coherente cinco elementos centrales para que, en simultáneo, el cliente perciba su valor y lo quiera comprar, y la empresa invierta sus recursos de manera eficiente.

5 P	Ítem de investigación	Definición
<b>PRODUCTO</b>	a) Tamaño	Debemos tener en cuenta el tipo de producto que ofrecemos, las características de nuestro segmento de clientes y determinar el tamaño.
	b) Peso	El peso, lo definimos de acuerdo al tipo de producto que estamos ofreciendo, (unidad, libras, litros, gramos entre otros)
	c) Color	De acuerdo a los ingredientes, que el producto contiene, así será determinante el color.
	d) Forma	Diferentes presentaciones de un mismo producto.
	e) Empaque/envase	Recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.
	f) Marca	Derecho exclusivo a la utilización de una palabra, frase, imagen o símbolo para identificar un producto o un servicio. La marca, en este caso, es aquello que identifica a lo que se ofrece en el mercado.
	g) Cualidades que benefician al cliente	Cuáles son las <i>alegrías</i> , que estoy dando al cliente con el producto
<b>PLAZA</b>	a) Producto de venta directo al consumidor	Entrega a la persona u organización que demanda los bienes y/o servicios para su consumo final.
	b) Vendedores directos	Persona u organización que demanda bienes o servicios a cambio de dinero proporcionados por el productor o el proveedor de bienes o servicios.
	c) Entrega a minoristas	Distribuciones del producto o servicio en menor escala.
	d) Entrega a mayoristas	Agentes intermediarios que distribuyen los productos.
<b>PUBLICIDAD PROMOCIÓN</b>	Lema/comunicación de las cualidades del producto	Dar a conocer lo que hace, y dar todos los atributos al producto.
	Nombre de la empresa	Como vamos a llamar el emprendimiento (nombre que genere impacto antes los posibles usuarios/consumidores)
	Anuncios rótulos	El rótulo de establecimiento es el signo o



		denominación que sirve para dar a conocer al público un establecimiento y para distinguirlo de otros destinados a actividades idénticas o similares.
	<b>Uso de redes</b>	Herramientas de información y comunicación imprescindible en el ámbito empresarial. (Facebook, Whatsapp, Youtube, Instagram, LinkedIn, Twitter, Snapchat)...
	<b>Promociones</b>	Incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los equipos de ventas, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio.
	<b>Degustaciones/de mostraciones</b>	Pruebas de uno o varios productos que se ofrecen a los clientes potenciales. El objeto de las degustar, es potenciar la venta de un producto nuevo o existente permitiendo a los clientes que lo prueben antes de comprarlo.
<b>PRECIO</b>	<b>Sobre la base de los costos</b>	Los precios se determinan en base a los costos de producción.
	<b>Comparación con la competencia</b>	Debe hacerse un análisis del producto que se ofrece y cuál es el que tiene la competencia, para crear una ventaja competitiva.
	<b>Sobre la base de la oferta y la demanda</b>	Relación entre la demanda que existe de un bien en el mercado y la cantidad del mismo que es ofrecido en base al precio que se establezca
<b>PERSONA</b>	<b>Atención al cliente</b>	Es el que ofrece una empresa para relacionarse con sus clientes.
	<b>Servicio post venta al cliente</b>	Seguir ofreciendo atención al cliente después de la compra
	<b>Presentación del personal de atención</b>	La imagen que se ofrece de la empresa es muy importante para generar atención de los clientes.

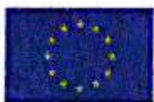
**(Anexo 4, Plan de Mercadeo)**

7.5 Evaluación del desarrollo del módulo II

Es muy importante conocer los resultados alcanzados en este módulo, de acuerdo a las expectativas y objetivos, para hacer la evaluación de este proceso de formación, de la *Curricula Aprender a Emprender*, se dimensiona, desde dos enfoques que permitan conocer los resultados del proceso y determinar en qué medida se han logrado los objetivos previamente establecidos, que supone un juicio de valor sobre la programación señalada, y que se emite al contrastar esa información con dichos objetivos.

**Estos Dos Enfoques**

- Desarrollo de la temática por el facilitador y;



- Aprendizaje del participante.

## Desarrollo De La Temática Por El Facilitador

Para realizar la evaluación metodológica en cuanto al desempeño del facilitador, se consideran algunos criterios dejando abierta la evaluación para evaluar otros que en el desarrollo se consideren necesarios/oportunos, mismos que se realizaran al finalizar cada uno de los cinco módulos. Criterios propuestos:

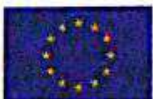
- *Desarrollo de la temática*
- *Desempeño del facilitador (dominio de temas)*
- *Tiempos de ejecución*
- *Logística (salón, mobiliario)*
- *Herramientas audiovisuales*
- *Habilidad de comunicación*
- *Facilidades del lugar*
- *Metodología de la capacitación*
- *Facilitadores*
- *Ubicación*
- *Alimentación*
- *Satisfacción de las expectativas*

Para captar los puntos de vista de los participantes, se usaran calcomanías de catiras, cada participante en un lugar oculto, dentro del salón, pueda ir y evaluar los criterios previamente definidos bajo los rangos de evaluación (excelente, bueno, regular, malo) (**Anexo 05**).

## X. Conclusiones del Modulo

**10.1** Los participantes han identificado un mercado, donde podrán comercializar sus productos/servicios, que les permita desarrollar competencias realmente significativas para una mejor toma de decisiones aplicando un plan de mercadeo básico, orientado en las 5 P (Producto, Precio, Promoción, Plaza, personal )

**10.2-** El **sondeo de mercado** permite validar a través de abordaje a los clientes potenciales, sobre el interés de comprar el producto/servicios que se está desarrollando.



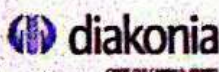
## 11 Bibliografía

**Guía para Facilitadores, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ**

**Manual para Facilitadores CEFE, International, 1998.**

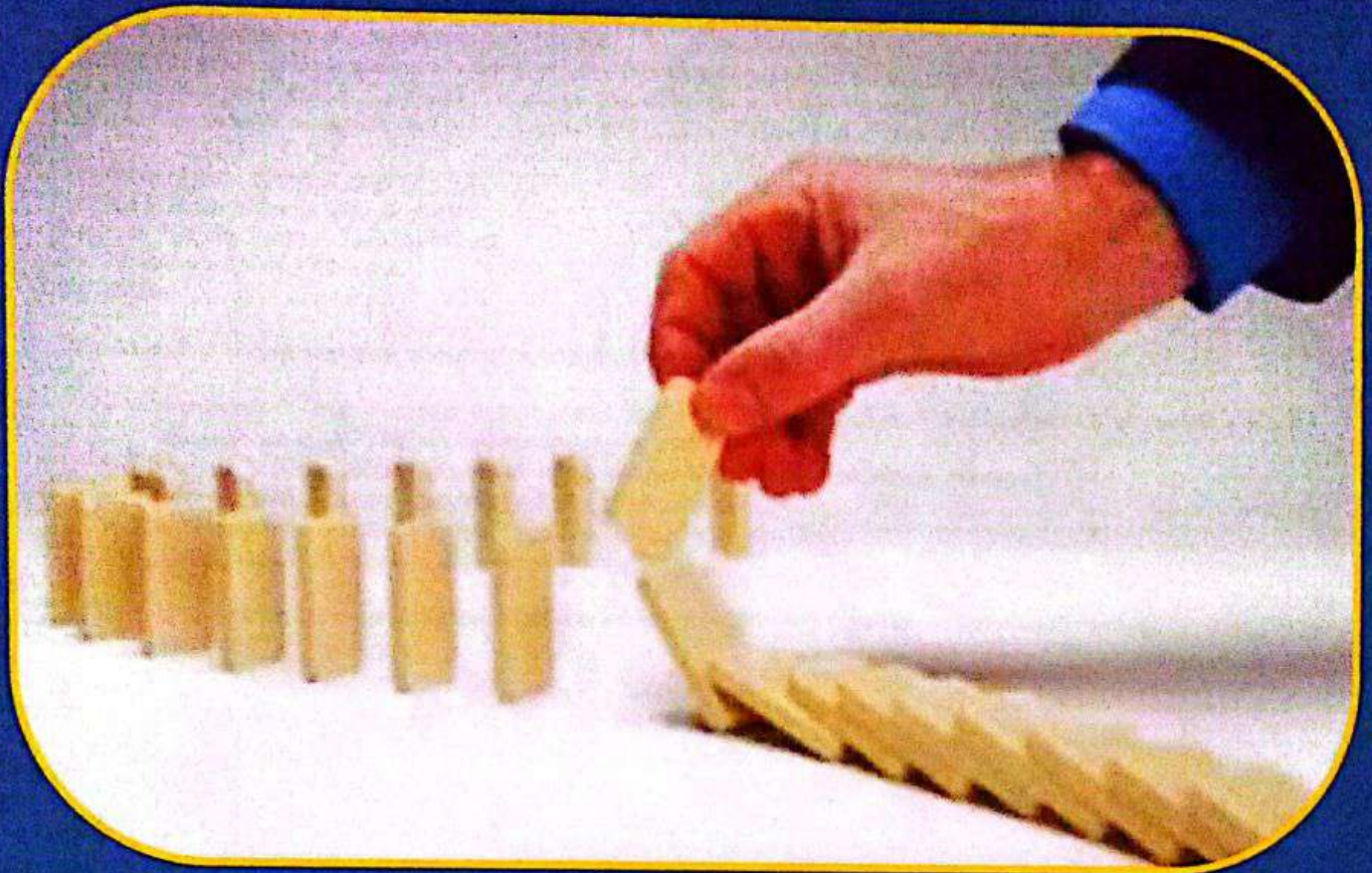
<https://sbdcglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

<http://adempresarial.biz/e-learning/>



Escuela de formación

# Aprende a emprender



## Módulo 3: Plan de Producción, Administración y Organización de la Empresa

Proyecto:

**"Generando Iniclativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras"**

Ejecutado por La Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social conformada por: ASONOG, CASM y OCDIH, con el apoyo de DIAKONIA y la Delegación de la Unión Europea en Honduras.



UNIÓN EUROPEA



GENTE QUE CAMBIA EL MUNDO

Con el apoyo técnico de:



### Créditos

Este módulo corresponde al número tres de la serie de cinco documentos que han sido elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de *Desarrollo Empresarial* al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

La propiedad intelectual corresponde a la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea, a cargo de quienes se ejecuta el proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir Pobreza en el Occidente de Honduras".

Redacción: Diana Blanco Echigoyen

Primera Edición: Claudia Díaz Rodríguez

Segunda Edición: Brenda Osiris Arita Lara

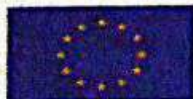
Diseño: Brenda Osiris Arita Lara.

Impresión:

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

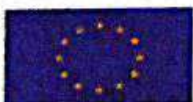
- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFE Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017



**Tabla de Contenido**

<b>I. Introducción .....</b>	<b>4</b>
<b>II. Objetivos del Modulo.....</b>	<b>5</b>
<b>III. Justificación .....</b>	<b>5</b>
<b>IV. Bases Metodológicas .....</b>	<b>6</b>
4.1 Metodología CEFE Internacional .....	6
4.2 Metodología SBDC-UTSA.....	6
4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad.....	7
<b>V. Uso de los Manuales .....</b>	<b>7</b>
<b>VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo .....</b>	<b>9</b>
<b>VII. Estructura del Módulo I.....</b>	<b>9</b>
<b>VIII. Temática de Ejecución .....</b>	<b>9</b>
8.1 Inversión Inicial.....	10
8.2 Análisis de Viabilidad .....	13
8.2.1 Analisis FODA.....	13
8.2.2 Análisis Productivo .....	14
8.2.2 Análisis Organizativo .....	15
8.2.3 Análisis Legal.....	16
8.3 Prototipado del Producto.....	17
8.4 Plan de Producción .....	17
9.4 Evaluación del desarrollo del módulo II.....	18
<b>IX. Conclusiones del Modulo .....</b>	<b>19</b>
<b>10 Bibliografía .....</b>	<b>20</b>



## I. Introducción

Esta propuesta comprende un conjunto de temas relacionados con la **Producción, Administración y Organización Empresarial** buscando cada participante incrementar sus conocimientos y permita tener oportunidades que los haga más competitivos en el mercado empresarial y laboral. Orientado a las mujeres y jóvenes del área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas que enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno. En consideración a la realidad antes descrita se implementa del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, ya sea para que mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

El presente documento es el **tercero** de cinco documentos orientadores para la formulación y desarrollo de emprendimientos y aprovechamiento de oportunidades empresariales en la zona de influencia del proyecto, ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea.

Estos manuales están dirigidos a Facilitadores Técnicos que serán los responsables de la realización de talleres de capacitación para personas de ambos géneros y distintas edades, promoviendo así su inclusión en el desarrollo económico del país.

El **tercero de los cinco módulos** denominado **Plan de Producción, Administración y Organización**, los participantes conocerán sobre cómo realizar la estructuración de costos de Inversión Inicial, generar un análisis de Viabilidad (productiva, organizativa, legal), hacer un prototipado del producto/servicio y como resultado el Plan de Producción

Se finaliza con la evaluación del desarrollo del módulo **Plan de Producción, Administración y Organización**, cada participante evaluará los resultados personales como también de los facilitadores.

Posterior a haber definido un Plan de Producción los siguientes dos módulos: Plan Financiero, y Presentación Del Proyecto. Además Para seguimiento al proceso formativo, de esta currícula al desarrollarse a través de la Asistencia del Centros de Desarrollo Empresarial, se brinda asistencias técnicas especializadas, y vinculación con mercado, formación y Tecnología de la información y la comunicación, financiamiento.



## II. Objetivos del Modulo

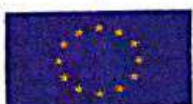
Al finalizar este módulo los participantes tendrán claro

- Cuánto deben invertir al iniciar su emprendimiento, identificar los requerimientos de maquinaria y equipo.
- Conocen sobre la viabilidad productiva organizativa, financiera y legal.
- Procedimientos administrativos de la empresa y un plan de producción que oriente el negocio hacia la visión y misión propuesta.
- Describir las funciones y el perfil del personal operativo de la empresa bajo el enfoque de empleo digno.
- Identificar y cuantificar los procesos y trámites requeridos para la legalización de la empresa.
- Elaborar un organigrama para la empresa.
- Prototipar el producto/servicio a lanzar al mercado
- Determinar los requerimientos de materia prima y otros insumos que son necesarios para la elaboración del producto o prestación del servicio.
- Clasificar los costos del negocio y distribuirlos de acuerdo a su naturaleza
- Determinar los costos mensuales de operación.

## III. Justificación

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Llama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno; sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto **“Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras”** donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un



empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

Es de suma importancia de definir cada estimación de la inversión inicial, esta permita medir los valores numéricos de cuanto es la inversión inicial en la empresa. Por ende conocer la capacidad de producción y/o prestación de un servicio, el requerimiento de personal/operarios y como es el prototipo de su producto con datos numéricos podemos guiar los gastos reales, operando a través de un presupuesto para ponerlo en marcha.

Además se debe elaborar el Plan de Producción que tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso fabricación del producto o de prestación del servicio, así como los recursos humanos, materiales y tecnológicos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones.

#### IV. Bases Metodológicas

La metodología de esta currícula "**APRENDER A EMPRENDER**" tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/emprendedor participante la definición clara de los temas desarrollados.

Con el objetivo de desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

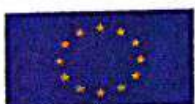
Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido.**

##### 4.1 Metodología CEFE Internacional

Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

##### 4.2 Metodología SBDC-UTSA

Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas



fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:

1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

Para el seguimiento en asesorías/vinculaciones a través de la metodología SBDC, se proponen los FAT, (formatos que permiten el registro y captura de los resultados).

#### 4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con **iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto**. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:

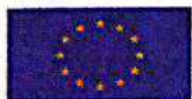
#### V. Uso de los Manuales

Estos manuales han sido elaborados para que los y las facilitadoras puedan formar a futuros empresarios procurando mejorar su calidad de vida y generar oportunidades de empleo digno para ellos, sus familias, su comunidad y el país.

El desarrollo del proceso formativo, consta de cinco manuales que se desarrollaran en jornadas de ocho horas por un tiempo aproximado de 4-5 meses, la temática de cada módulo y los temas en desarrollo requiere alto grado de compromiso de los participantes, el tiempo de prácticas de campo serán indispensables para que los participantes puedan validar la idea de negocio. Esto dependerá sin duda de los niveles de participación y diálogo que se logren y del tiempo disponible de las y los facilitadores y participantes.

El proyecto **“Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras”** tiene un enfoque especial dirigido a Mujeres y Jóvenes en condiciones de vulnerabilidad, se recomienda procurar tomar medidas:

- Que las barreras culturales y sociales no limite la plena participación de las mujeres y jóvenes formando para puestos de liderazgo y de toma de decisiones.



- Adaptación de actividades a las condiciones físicas, áreas geográficas y horarios que sean apropiados para las mujeres y jóvenes (grupo meta).
- La aplicación y adaptación de estrategias, abordajes y metodologías para empoderar a las mujeres y jóvenes.
- Iniciativas y ampliación de los contenidos de temas propuestos en la curricula.

Estos manuales estableces los contenidos básicos para el desarrollo de emprendimientos y una sugerencia metodológica que puede ser adaptable conforme a necesidades y capacidades identificadas por el facilitador. Se sugiere un breve análisis del contexto de las participantes antes de iniciar con el proceso formativo.

Las secciones de cada módulo contemplan los guiones metodológicos o sílabos y documentos, herramientas que permiten al facilitador la ejecución.

El desarrollo de esta curricula "**APRENDER A EMPRENDER**" tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

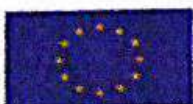
**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

(local, 2016)

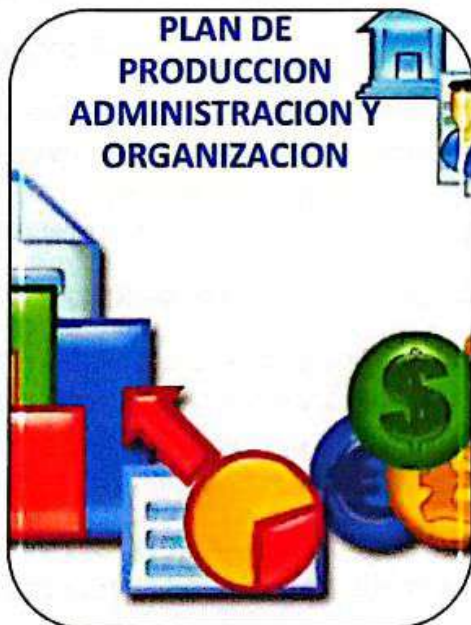
**Nota:** los anexos para desarrollo de los talleres, están descritos en el documento en su orden de ejecución.



## VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo



## VII. Estructura del Módulo III



Inversion Inicial



Analisis de Viabilidad



Prototipado del Producto



Plan de Producción



Evaluación

## VIII. Temática de Ejecución

El módulo III de esta currícula “**APRENDER A EMPRENDER**” tiene su enfoque en determinar la inversión inicial del emprendimiento, la viabilidad para lanzar al mercado el nuevo producto/servicio, realizando un análisis de: la parte producción, organización y legal.

**Producción:** definir el producto que se va producir, la obtención de frutos o cualquier otro bien que proviene directamente de la naturaleza sin tercerizaciones se denomina comúnmente como producción.



**Organización:** Función administrativa que comprende la organización, estructuración e integración de las unidades orgánicas y los recursos (materiales, financieros, humanos y tecnológicos) de una empresa, así como el establecimiento de sus atribuciones y las relaciones.

**Financiero:** estudiar los fondos y la capacidad financiera del emprendimiento; la actividad financiera influye en los costes de producción.

### 8.1 Inversión Inicial

En este apartado se detalla el procedimiento para determinar la inversión inicial luego de que se ha decidido establecer una nueva empresa, o en su defecto, se decidió realizar una ampliación o diversificación de un negocio en marcha.

La inversión inicial contempla dos grandes rubros, cuales son: infraestructura y maquinaria y equipo (en conjunto se conocen como activo fijo). Se podría considerar un tercer rubro denominado costos de operación. A continuación se presentan estos componentes por separado.

#### **Activo fijo**

Se refiere al componente de la inversión relacionado con bienes inmuebles que también incluye o contempla lo relacionado con maquinaria y equipo. Más adelante se adjunta un cuadro para facilitar este cálculo, con los aspectos a incorporar en cada columna. Mantenga siempre en mente que cada caso tiene sus particularidades.

#### **Costos de operación o funcionamiento**

Para detalles sobre cómo calcular los diferentes rubros que componen el costo de operación o funcionamiento, remitirse al, relacionado con esta misma nota técnica y que versa sobre el cálculo de los costos inherentes al funcionamiento de un negocio, sea este de transformación o comercial.<sup>1</sup>

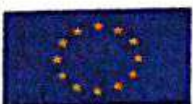
El facilitar explica y desarrolla un ejemplo que permita a los participantes generalizar y analizar los conceptos de acuerdo a la iniciativa de negocio que está fortaleciendo.

Importante manejar los siguientes términos:

#### **Activo Fijo**

Se inicia con la infraestructura necesaria para implementar el negocio.

<sup>1</sup><http://www.ocw.uned.ac.cr/eduCommons/direccion-de-extension-universitaria/programa-de-desarrollo-generacional/tutorias/anexo-3-version-web>



## Infraestructura

- **Espacio productivo**

Se refiere al área que debe tener el local o construcción que se debe hacer, comprar o alquilar para que la nueva empresa o la ampliación de la actual funcione. En el cuadro se establece una descripción de áreas que no es exhaustiva, ya que rigen de nuevo las características particulares de cada empresa.

Se observa la división de las áreas según el destino específico de cada una de ellas.

En resumen, lo que se debe determinar es cuánta área se requiere para cada función o etapa del proceso previsto y cuánto es el costo de la construcción, del alquiler o de la compra del inmueble.

- **Unidad de Medida**

Área de cada zona (en m<sup>2</sup>)

Determinación del espacio de cada etapa del proceso o área funcional que la empresa va a necesitar.

- **Costo por metro cuadrado**

Cuánto es el costo de cada metro cuadrado de construcción considerando que según el negocio o la actividad, existen áreas en las que se requiere de construcción específica o cuidados adicionales que implican costos de construcción más altos. Por ejemplo: previstas específicas en áreas en las que se manipulan materiales inflamables, almacenamiento de agroquímicos o el sitio de una caldera.

- **Costo total por metro cuadrado**

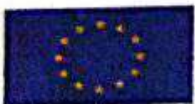
Producto de multiplicar las columnas B y C de los formatos. El resultado de sumar estos subtotales arroja la inversión total en infraestructura.

**Deducción De Este Punto:** Generalmente la determinación de este costo no es tan detallada y simplemente se recurre al establecimiento del costo de la construcción, alquiler o compra del inmueble como un todo.

## Maquinaria Y Equipo

El componente usualmente aparejado a la infraestructura es la maquinaria y el equipo que se instalaría en el inmueble, para los procesos productivos o de venta de bienes y servicios.

Cada caso es independiente y lleva implícito sus detalles. De manera general tenemos lo siguientes para incluir en este cuadro.



- **Tipo de maquinaria y equipo**

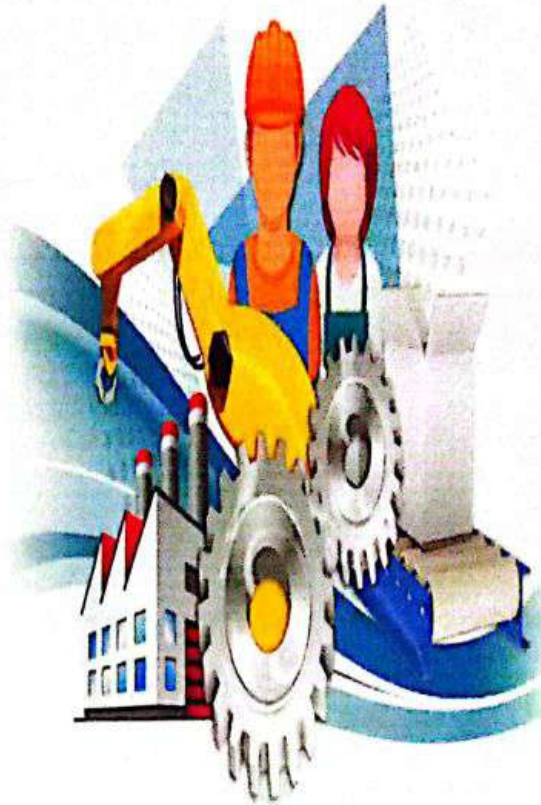
Se detallan o enlistan de forma independiente diferenciándolas una de otra. Por ejemplo: enfriadores, congeladores, urnas, estantes, máquina registradora, luces de emergencia, mesas y sillas, entre otros. Este sería el caso de un proyecto de soda o restaurante.

- **Número de unidades de cada tipo**

Se detalla cuántas unidades de cada tipo de maquinaria y equipo se van a requerir.

- **Costo por unidad**

Se detalla el costo de cada tipo de maquinaria y equipo. Se debe destacar que en estos casos es necesario diferenciar entre el costo de la máquina o equipo instalada(o) o simplemente puesta en el sitio. Son muy diferentes en el caso de una caldera o un horno para una fábrica, pero es intrascendente en el caso de un enfriador o mesas y sillas para un nuevo restaurante.



- **Costo total**

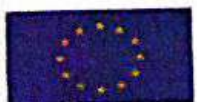
Producto de multiplicar en costo unitario por la cantidad a adquirir. La suma de los subtotales mostrados en esta columna del formato dado, desemboca en la inversión total en maquinaria y equipo.

Con este punto finaliza lo concerniente al cálculo de la inversión inicial. El monto resultante es la cantidad que se solicita como préstamo ante una entidad financiera, o se recurre a recursos propios para desarrollar el proyecto. Sin embargo en algunos casos es necesario financiar también los costos de operación del nuevo negocio por un período que no debe ir más allá de 3 a 6 meses.

Cuando se debe recurrir al financiamiento de los costos de operación o de funcionamiento, es necesario ampliar el monto requerido.

Esto se logra calculando de forma precisa estos costos que involucran costos directos e indirectos relacionados con el ciclo normal de funcionamiento de la empresa.

Para desarrollo de este taller (**Anexo 1**)



## 8.2 Analisis de Viabilidad

### 8.2.1 Analisis FODA

Realizar el análisis de la viabilidad es decir el estudio que dispone el éxito o fracaso de la iniciativa de negocio/proyecto a partir del análisis de una serie de datos que permiten el accionamiento. medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado. Es por lo tanto un estudio dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de un proyecto.

A manera de introducción se desarrolla el análisis FODA, herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada.



Estas variables son: **Fortalezas** (factores críticos positivos con los que se cuenta), **Oportunidades**, (aspectos positivos que podemos aprovechar utilizando nuestras fortalezas), **Debilidades**, (factores críticos negativos que se deben eliminar o reducir) y **Amenazas**, (aspectos negativos externos que podrían obstaculizar el logro de nuestros objetivos).

#### Descripción De Las Cuatro Variables Que Componen La FODA

**Fortalezas:** son las capacidades especiales con que cuenta el emprendimiento y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

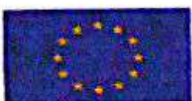
**Debilidades:** son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

#### Variables de Internas y Externas

##### Fortalezas y Debilidades (Internas)

- Considere áreas como las siguientes:
- Análisis de Recursos
- Capital, recursos humanos, sistemas de información, activos fijos, activos no tangibles.
- Análisis de Actividades
- Recursos gerenciales, recursos estratégicos, creatividad



- Análisis de Riesgos
- Con relación a los recursos y a las actividades de la empresa.
- La contribución consolidada de las diferentes actividades de la organización.

### Hágase preguntas como éstas:

¿Cuáles son aquellos cinco a siete aspectos donde usted cree que supera a sus principales competidores?

¿Cuáles son aquellos cinco a siete aspectos donde usted cree que sus competidores lo superan?

Al evaluar las debilidades de la organización, tenga en cuenta que se está refiriendo a aquellas que le impiden a la empresa seleccionar e implementar estrategias que le permitan desarrollar su misión. Una empresa tiene una desventaja competitiva cuando no está implementando estrategias que generen valor mientras otras firmas competidoras si lo están haciendo.

### Oportunidades y Amenazas

Las oportunidades organizacionales se encuentran en aquellas áreas que podrían generar muy altos desempeños. Las amenazas organizacionales están en aquellas áreas donde la empresa encuentra dificultad para alcanzar altos niveles de desempeño.

### Considere:

- Análisis del Entorno
- Estructura de su industria (Proveedores, canales de distribución, clientes, mercados, competidores).
- Grupos de interés
- Gobierno, instituciones públicas, sindicatos, gremios, accionistas, comunidad.
- El entorno visto en forma más amplia
- Aspectos demográficos, políticos, legislativos, etc.

### Pregúntese:

¿Cuáles son realmente las mayores amenazas que enfrenta en el entorno?

¿Cuáles sus mejores oportunidades?

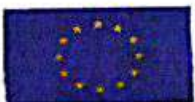
A trabajar su análisis FODA adelante... Puede reunirse en grupo para compartir ideas (**Anexo 2**)



### 8.2.2 Análisis Productivo

Los participantes analizan, su capacidad de producción y define lo que considera importante para echar andar y/o fortalecer el emprendimiento.

En la actualidad, en el sector empresarial existe la necesidad de ser cada día más competitivos, lo que obliga a las organizaciones a analizar sus procesos para obtener una mejor calidad que le permita cumplir con las necesidades y expectativas de los clientes. La competitividad empresarial, en el contexto de la globalización, exige a las organizaciones para ser sostenibles



en mercados nacionales e internacionales tener una administración de los procesos productivos más eficiente y eficaz de sus recursos financieros, humanos, tecnológicos, entre otros.

Para profundizar en este apartado, los participantes, con acompañamiento del facilitador, se agrupan para desarrollar las interrogantes (**Anexo 3**)

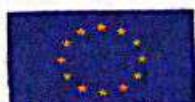
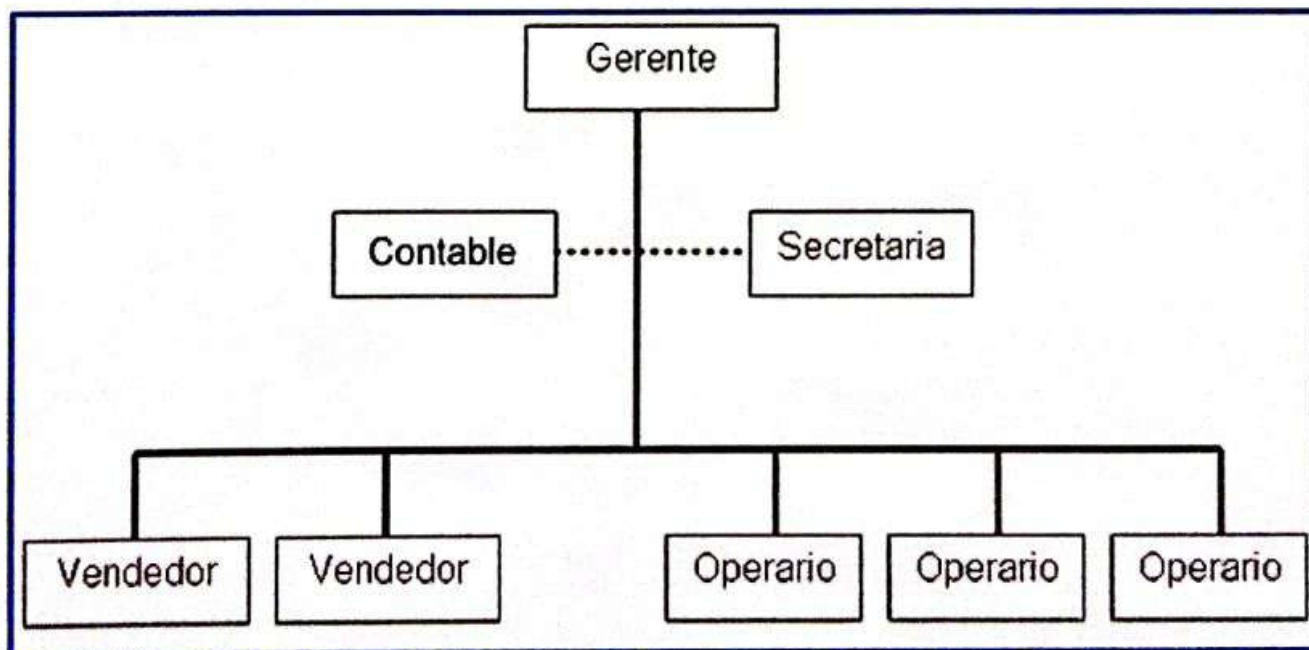
### 8.2.2 Análisis Organizativo

Los participantes del proceso de formación "**EMPRENDER A EMPRENDER**" El Análisis Organizacional es una disciplina que ofrece ciertos modelos para el abordaje y el tratamiento de problemas en sistemas organizativos, de acuerdo con las características de la misión, de la cultura, de las personas, del trabajo y del contexto externo de cada emprendimiento.

Se busca que los participantes realicen el análisis de situaciones organizacionales, permitiendo una progresiva inclusión de roles, sectores, niveles jerárquicos y grupos de poder, para resolver conjuntamente los problemas, con la ayudaran al buen desempeño de la empresa. Elaborar el Análisis Organizacional que permita en su momento resolver problemas relacionados con situaciones que se presentan en una empresa.

El participante define en este apartado su organigrama, este es una representación gráfica de la estructura de una empresa, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en la misma trabaja su plan organizacional,

Para definir el organigrama empresarial los participantes, se remiten al (**Anexo 4**) este va variar de acuerdo al número de empleados de la empresa.



### 8.2.3 Análisis Legal

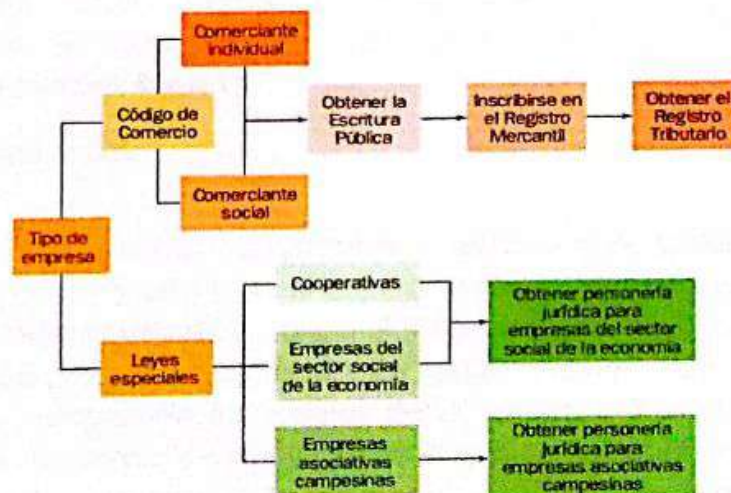
Para crear una empresa hay que hacer trámites: gestionar licencias, permisos, registros y, en fin, cumplir con los requisitos legales que permitirán al empresario operar libremente.

El crear las condiciones favorables para el desarrollo de un clima de inversión, es uno de los primeros pasos para lograr que un país sea competitivo. El fomento para la creación de nuevas empresas es una tarea del Gobierno Central, cooperantes y otras instituciones de apoyo, e implica entre otras cosas facilitar el acceso a información que facilite la gestión de trámites

Antes de iniciar el proceso de creación de la nueva empresa, es importante que el/la empresario(a), haya definido claramente el tipo de producto a elaborar/comercializar, haya identificado los/las clientes a quienes venderá, haya decidido si establecerá su empresa solo(a) o se asociara a algún grupo. Además deberá responderse una serie de <sup>2</sup>preguntas como: si la idea de empresa es realista, si es viable técnicamente, si es viable desde el punto de vista económico, si se está en condiciones de poder emprenderla y si su rentabilidad justifica los esfuerzos necesarios para ponerla en marcha.

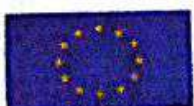
Para que los participantes comprendan la importancia de realizar los trámites legales correspondientes se hacen las siguientes recomendaciones:

- Invitar a un especialista del Derecho para desarrollar el taller con los participantes
- Definir los procesos de legalización a iniciar, de acuerdo a las iniciativas empresariales que se están fortaleciendo.
- Apoyarse del Manual de requisito para operar y constituir una empresa en Honduras. **(Anexo 5)**



Fuente: Manual de requisitos para constituir y operar una empresa en Honduras. © Secretaría de Industria y Comercio. Primera Edición, Feb. 2008.

<sup>2</sup> <https://es.scribd.com/doc/2360682/Manual-de-Pasos-Para-Crear-Una-Empresa-en-Honduras>



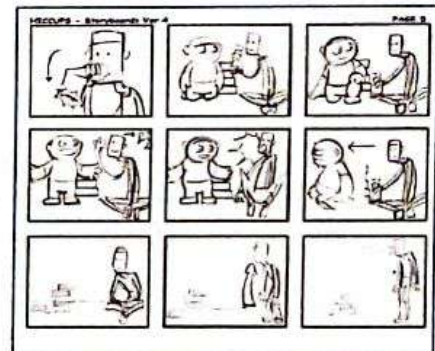
### 8.3 Prototipado del Producto

**Prototipado:** Es una representación visual o real del servicio o producto que hay que lanzar al mercado. El prototipo es "una representación visual o real del servicio o producto que quiero lanzar al mercado". De esta manera, un prototipo puede ser una representación real en abstracto, plástico, resina, arcilla, etc. de un producto o bien un esquema, un diagrama de un servicio o un lienzo de modelo de negocio entendido éste como la representación visual de los elementos que conforman el modelo de negocio de mi proyecto emprendedor. Además un "Prototipo" es una herramienta integradora que permite aprender, comunicar, persuadir, integrar una idea que se transforma en un producto o servicio.

Con esta actividad los participantes, desarrollan capacidades prácticas para el uso de diferentes herramientas en la elaboración de prototipos, para la recopilación de los requerimientos de información de su Producto Mínimo Viable.

La elaboración de prototipos incluye realizar ciertas métricas a la hora de presentarlo en este punto su importancia como una técnica de recopilación de información. Cuando la elaboración de prototipos se usa de esta forma, lo que se busca son las primeras reacciones hacia el prototipo por parte de los usuarios y los inversionistas, las sugerencias del usuario sobre cambiar o limpiar el sistema del cual se elaboró el prototipo, lo cual lleva a pivotear o iterar sobre la idea inicial, sus posibles innovaciones de revisión que detallen las partes del sistema que se necesitan hacer primero antes de salir al mercado. Además se presentan diferentes herramientas que permiten la elaboración y validación de prototipos.

De todas las herramientas propuestas se recomienda **Storyboard** (tablero de historia); para profundizar en el tema, nos vamos al **(Anexo 6 y 6.1)**.



### 8.4 Plan de Producción

Los participantes han obtenido los conocimientos básicos para la elaboración de su plan de producción, con acompañamiento del técnico, determinar la capacidad de producción que tienen con el producto validado. Para mejor comprensión de la importancia de saber determinar el plan de producción se desarrolla ejercicio CEFE. Para lograr los objetivos de Los participante comprender los efectos de un mercado limitado sobre su plan de producción, calculan un precio de venta competitivo o negocian el rango para cubrir sus costos fijos y variables y que resulte en ganancia, desarrollar un plan de producción que tome en cuenta el segmento del mercado al cual se dirige su producto, como también competencias para las negociaciones de la empresa y para administrar las operaciones de sus negocios. **(Anexo 7)**



Posterior a la vivencia. Para elaborar el Plan de Producción como producto de este módulo y de acuerdo al conocimiento previo se definen los aspectos importantes:

- Activo fijo
- Maquinaria y equipo
- Costos de producción
- Proyección de ventas
- Ingresos/egresos (**Anexo 8**).

#### 9.4 Evaluación del desarrollo del módulo III

Es muy importante conocer los resultados alcanzados en este módulo, de acuerdo a las expectativas y objetivos, para hacer la evaluación de este proceso de formación, de la *Curricula Aprender a Emprender*, se dimensiona, desde dos enfoques que permitan conocer los resultados del proceso y determinar en qué medida se han logrado los objetivos previamente establecidos, que supone un juicio de valor sobre la programación señalada, y que se emite al contrastar esa información con dichos objetivos.

##### Estos Dos Enfoques

- Desarrollo de la temática por el facilitador y;
- Aprendizaje del participante.

##### Desarrollo De La Temática Por El Facilitador

Para realizar la evaluación metodológica en cuanto al desempeño del facilitador, se consideran algunos criterios dejando abierta la evaluación para evaluar otros que en el desarrollo se consideren necesarios/oportunos, mismos que se realizaran al finalizar cada uno de los cinco módulos. Criterios propuestos:

- *Desarrollo de la temática*
- *Desempeño del facilitador (dominio de temas)*
- *Tiempos de ejecución*
- *Logística (salón, mobiliario)*
- *Herramientas audiovisuales*
- *Habilidad de comunicación*
- *Facilidades del lugar*
- *Metodología de la capacitación*
- *Facilitadores*
- *Ubicación*
- *Alimentación*
- *Satisfacción de las expectativas*



Para captar los puntos de vista de los participantes, se usaran calcomanías de catiras, cada participante en un lugar oculto, dentro del salón, pueda ir y evaluar los criterios previamente definidos bajo los rangos de evaluación (excelente, bueno, regular, malo) (**Anexo 9**).

## ***IX. Conclusiones del Modulo***

9.1 La determinación de un plan básico de producción, permite a los emprendedores, mujeres y jóvenes determinar su propia capacidad de producción, y/o la capacidad de prestar un servicio, esto dependerá del rubor de cada emprendimiento.



## 10 Bibliografía

**Guía para Facilitadores**, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ

**Manual para Facilitadores** CEFE, International, 1998.

<https://sbdglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

<http://adempresarial.biz/e-learning/>

<http://www.ocw.uned.ac.cr/eduCommons/direccion-de-extension-universitaria/programa-de-desarrollo-gerencial/tutorias/anexo-3-version-we>

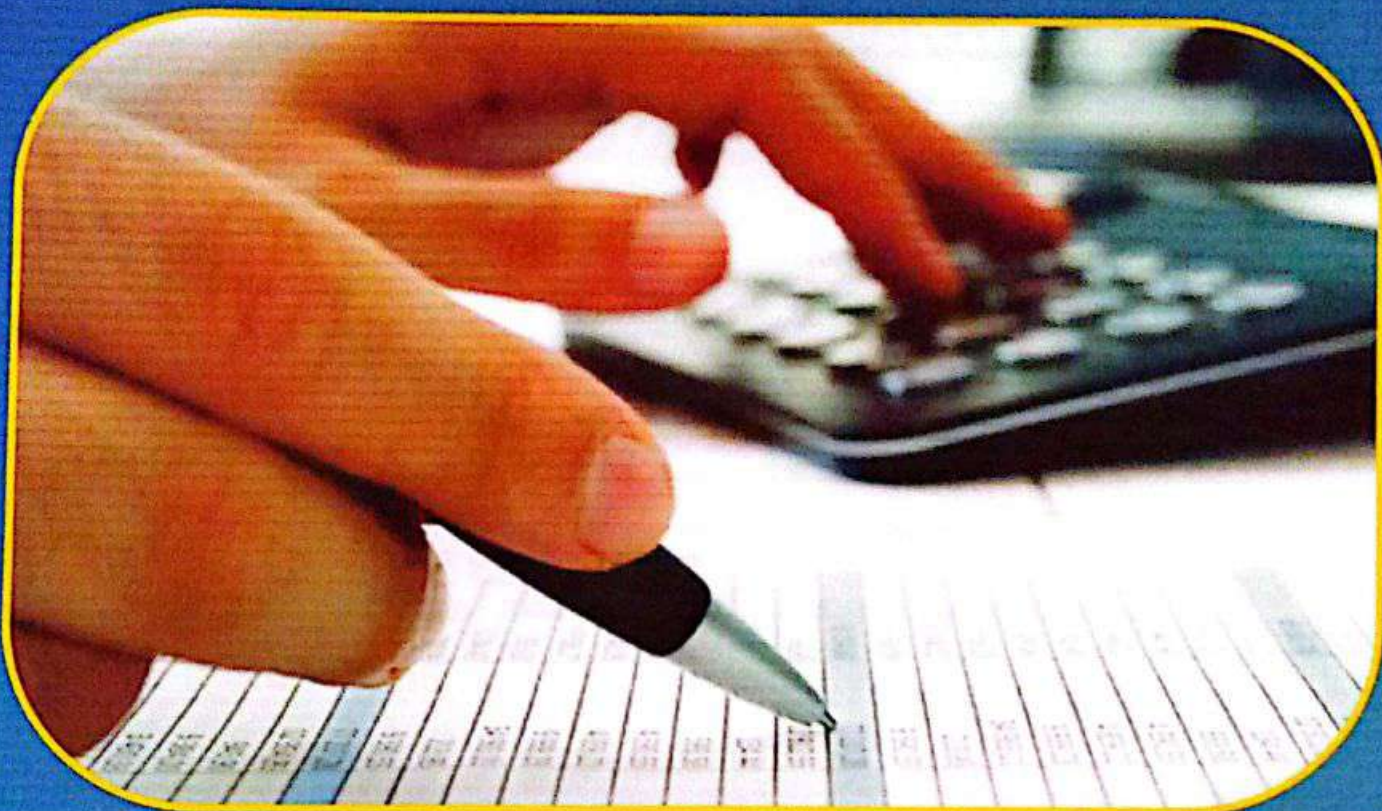


**diakonia**  
CIVIL QUE CAMBIA EL MUNDO



Escuela de formación

# Aprende a emprender



Módulo 4:

# El Plan financiero

Proyecto:

**"Generando Iniclativas  
de empleo digno  
para reducir la pobreza  
en el Occidente de Honduras"**

Ejecutado por La Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social conformada por:  
ASONOG, CASM y OCDIH, con el apoyo de DIAKONIA  
y la Delegación de la Unión Europea en Honduras.



Con el apoyo técnico de:



## Créditos

Este módulo corresponde al número cuatro de la serie de cinco documentos que han sido elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de *Desarrollo Empresarial* al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

La propiedad intelectual corresponde a la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea, a cargo de quienes se ejecuta el proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir Pobreza en el Occidente de Honduras".

Redacción Inicial: Diana Blanco Echigoyen

Primera Edición: Claudia Díaz Rodríguez

Segunda Edición: Brenda Osiris Arita Lara

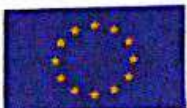
Diseño: Brenda Osiris Arita Lara.

Impresión:

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFE Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017



**Tabla de Contenido**

<b>I. Introducción</b> .....	<b>4</b>
<b>II. Objetivos del Modulo</b> .....	<b>5</b>
<b>III. Justificación</b> .....	<b>5</b>
<b>IV. Bases Metodológicas</b> .....	<b>6</b>
4.1 Metodología CEFE Internacional.....	6
4.2 Metodología SBDC-UTSA .....	6
4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad .....	7
<b>V. Uso de los Manuales</b> .....	<b>7</b>
<b>VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo</b> .....	<b>8</b>
<b>VII. Estructura del Módulo IV</b> .....	<b>9</b>
<b>VIII. Temática de Ejecución</b> .....	<b>9</b>
7.1 La Capacidad de Endeudamiento.....	9
7.2 Balance General .....	12
7.2.1 Pasos Para Elaborar Un Balance General .....	12
7.3 Estado de Resultados.....	15
7.3.1 Estado De Resultados Paso A Paso .....	16
9.4 Evaluación del desarrollo del módulo IV.....	18
<b>IX. Conclusiones del Modulo</b> .....	<b>19</b>
<b>10 Bibliografía</b> .....	<b>20</b>



## I. Introducción

Este manual comprende un conjunto de temas relacionados con la **parte Financiera Empresarial** buscando cada participante incrementar sus conocimientos y permita tener oportunidades que los haga más competitivos en el mercado empresarial y laboral. Orientado a las mujeres y jóvenes del área rural de Santa Bárbara y Copán Ruinas que enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno. En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, ya sea para que mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

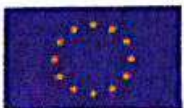
El presente documento es el **cuarto** de cinco documentos orientadores para la formulación y desarrollo de emprendimientos y aprovechamiento de oportunidades empresariales en la zona de influencia del proyecto, ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea.

Estos manuales están dirigidos a Facilitadores Técnicos que serán los responsables de la realización de talleres de capacitación para personas de ambos géneros y distintas edades, promoviendo así su inclusión en el desarrollo económico del país.

El **cuarto de los cinco módulos** denominado **Plan Financiero** los participantes conocerán su capacidad de endeudamiento, estructura básica de Balance General y Estado de Resultados.

Se finaliza con la evaluación del desarrollo del módulo **Plan Financiero**, cada participante evaluará los resultados personales como también de los facilitadores.

Posterior a haber definido un Plan Financiero los participantes llegan a la última fase del proceso de formación con la Presentación Del Proyecto. Además Para seguimiento al proceso formativo, de esta currícula al desarrollarse a través de la Asistencia del Centros de Desarrollo Empresarial, se brinda asistencias técnicas especializadas, y vinculación con mercado, formación y Tecnología de la información y la comunicación, financiamiento.



## II. Objetivos del Modulo

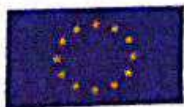
Al finalizar este módulo los y las participantes conocerán las principales herramientas contables que les permitirán entender cómo funciona la inversión del negocio y cada una de sus cuentas principales, la información necesaria y suficiente para tomar decisiones de inversión, análisis o financiamiento, entre otras.

- Identificar oportunidades de apalancamiento financiero para desarrollar la idea de negocio.
- Conocer generalidades elaboración de un balance general
- Definir la estructura para elaborar un estado de resultados.

## III. Justificación

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Llama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno; sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional. Al finalizar el modulo los y las participantes serán capaces de Identificar oportunidades de apalancamiento financiero para desarrollar la idea de negocio, conocer generalidades elaboración de un balance general y la estructura para elaborar un estado de resultados.



## IV. Bases Metodológicas

La metodología de esta currícula "*APRENDER A EMPRENDER*" tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/emprendedor participante la definición clara de los temas desarrollados.

Con el objetivo de desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido.**

### 4.1 Metodología CEFE Internacional

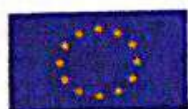
Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

### 4.2 Metodología SBDC-UTSA

Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:

1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

Para el seguimiento en asesorías/vinculaciones a través de la metodología SBDC, se proponen los FAT, (formatos que permiten el registro y captura de los resultados).



### 4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con **iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto**. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:

#### V. Uso de los Manuales

Estos manuales han sido elaborados para que los y las facilitadoras puedan formar a futuros empresarios procurando mejorar su calidad de vida y generar oportunidades de empleo digno para ellos, sus familias, su comunidad y el país.

El desarrollo del proceso formativo, consta de cinco manuales que se desarrollaran en jornadas de ocho horas por un tiempo aproximado de 4-5 meses, la temática de cada módulo y los temas en desarrollo requiere alto grado de compromiso de los participantes, el tiempo de prácticas de campo serán indispensables para que los participantes puedan validar la idea de negocio. Esto dependerá sin duda de los niveles de participación y diálogo que se logren y del tiempo disponible de las y los facilitadores y participantes.

El proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" tiene un enfoque especial dirigido a Mujeres y Jóvenes en condiciones de vulnerabilidad, se recomienda procurar tomar medidas:

- Que las barreras culturales y sociales no limite la plena participación de las mujeres y jóvenes formando para puestos de liderazgo y de toma de decisiones.
- Adaptación de actividades a las condiciones físicas, áreas geográficas y horarios que sean apropiados para las mujeres y jóvenes (grupo meta).
- La aplicación y adaptación de estrategias, abordajes y metodologías para empoderar a las mujeres y jóvenes.
- Iniciativas y ampliación de los contenidos de temas propuestos en la currícula.

Estos manuales estableces los contenidos básicos para el desarrollo de emprendimientos y una sugerencia metodológica que puede ser adaptable conforme a necesidades y capacidades identificadas por el facilitador. Se sugiere un breve análisis del contexto de las participantes antes de iniciar con el proceso formativo.



Las secciones de cada módulo contemplan los guiones metodológicos o sílabos y documentos, herramientas que permiten al facilitador la ejecución.

El desarrollo de esta currícula **"APRENDER A EMPRENDER"** tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

(local, 2016)

**Nota:** los anexos para desarrollo de los talleres, están descritos en el documento en su orden de ejecución.

## VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo



## VII. Estructura del Módulo IV



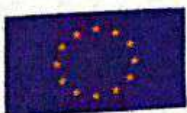
## VIII. Temática de Ejecución

El módulo IV de esta currícula “**APRENDER A EMPRENDER**” tiene su enfoque en determinar la capacidad de endeudamiento del emprendedor, conceptos básicos de un balance general y un estado de resultados.

### 7.1 La Capacidad de Endeudamiento

Es básicamente hasta donde cada uno de nosotros podemos endeudarnos sin correr riesgos de caer en la morosidad o en el impago. Es decir, más simplemente, lo mucho que podemos contraer deudas sin poner en peligro el pago de las mismas. No obstante, el término “capacidad de endeudamiento” tiene alguna que otra complejidad mayor. Por ejemplo, es la causa por la cual los bancos otorgan o no un crédito o préstamo.

Para la comprensión de este tema, vamos a ver el siguiente ejemplo. Si estamos seguros de tramitar un financiamiento y



contar con la capacidad de pago, de acuerdo a los márgenes de ventas que estamos teniendo y la utilidad posterior a haber pagado los gastos. (Anexo 1)

### Dos métodos para acceder a financiamiento

1. Método sobre saldos insolutos
2. Método cuota nivelada

### Método sobre saldos insolutos

#### Ejemplo:

Si pedimos un préstamo de Lps. 5,000.00  
Nos cobrarán por interés: 10% anual sobre saldos  
Y tenemos un plazo a pagar de: 10 meses.

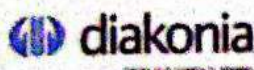
SALDOS INSOLUTOS					
PAGOS					
Fecha	Préstamo	Capital	Intereses	Total capital mas interés	Saldo Pendiente
0	L. 5,000.00				L. 5,000.00
01/01/2018		L. 500.00	L. 50.00	L. 550.00	L. 4,500.00
01/02/2018		L. 500.00	L. 45.00	L. 545.00	L. 4,000.00
01/03/2018		L. 500.00	L. 40.00	L. 540.00	L. 3,500.00
01/04/2018		L. 500.00	L. 35.00	L. 535.00	L. 3,000.00
01/05/2018		L. 500.00	L. 30.00	L. 530.00	L. 2,500.00
01/06/2018		L. 500.00	L. 25.00	L. 525.00	L. 2,000.00
01/07/2018		L. 500.00	L. 20.00	L. 520.00	L. 1,500.00
01/08/2018		L. 500.00	L. 15.00	L. 515.00	L. 1,000.00
01/09/2018		L. 500.00	L. 10.00	L. 510.00	L. 500.00
01/10/2018		L. 500.00	L. 5.00	L. 505.00	L.
<b>TOTAL</b>		<b>L. 5,000.00</b>	<b>L. 275.00</b>	<b>L. 5,275.00</b>	

En la tabla podemos observar, la forma de hacer el cálculo de intereses y la reducción de los intereses cada mes.



### 2.- Método cuota nivelada

Con este método, implica que el valor de tu cuota mensual será la misma todos los meses. Los intereses se calculan sobre el saldo de capital adeudado cada mes.

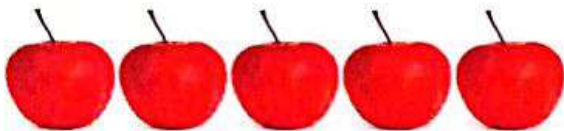


**Ejemplo:**

Si pedimos un préstamo de Lps. 5,000.00  
Nos cobran por interés: 10% anual sobre saldos  
Y tenemos un plazo a pagar de: 10 meses.

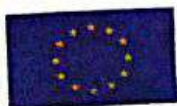
CUOTA NIVELADA					
PAGOS					
Fecha	Prstéamo	Capital	Intereses	Total capital mas interés	Saldo Pendiente
	0 L 5,000.00				L 5,000.00
01/01/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 4,500.00
01/02/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 4,000.00
01/03/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 3,500.00
01/04/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 3,000.00
01/05/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 2,500.00
01/06/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 2,000.00
01/07/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 1,500.00
01/08/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 1,000.00
01/09/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L 500.00
01/10/2018		L 500.00	L 50.00	L 550.00	L -
<b>TOTAL</b>		<b>L 5,000.00</b>	<b>L 500.00</b>	<b>L 5,500.00</b>	

Observamos:



Invitar a los participantes a reunirse en grupos y encontrar diferencias en ambos cálculos, respondiendo las siguientes presuntas.

1. ¿Cuánto es el monto solicitado en ambos ejemplos?
2. ¿Cuál es la tasa de interés en ambos ejemplos?
3. ¿Cuál es el plazo en ambos ejemplos?
4. ¿Cuánto se pagó de interés en el método de saldos insolutos?
5. ¿Cuánto es la diferencia de pagos de interés?
6. ¿Cuál es la forma de adquirir un financiamiento más recomendable?



## Ejemplo práctico (Anexo 2)

Es importante que los participantes y/o posibles solicitantes de un financiamiento, conozcan algunos consejos y recomendaciones previas con relación a:

**Destino** – ¿Para qué necesito este préstamo? Suena trivial pero debes saber exactamente para qué ocupas el préstamo en realidad y decirlo al Banco. Evita a toda costa decirle al Banco que ocupas el préstamo para un propósito, cuando en realidad es para otro.

**Monto** – Pide únicamente lo que necesitas para resolver una necesidad, adquirir un bien o realizar un sueño al que has aspirado por algún tiempo. Si solicitas más de lo necesario, pagarás más intereses. Si tienes un proyecto y puedes dividirlo en fases, hazlo, y solicita un desembolso

**Plazo** – Parece sencillo pero se necesita mucho análisis. Por un lado es mejor una cuota baja que sea muy fácil de cumplir, pero eso significa un plazo largo donde pagarás más intereses. Por otro lado, pagar menos intereses significa un plazo corto, por la tanto una cuota alta. Debes tratar de pagar lo más que tus ingresos permitan: Corto, Mediano y Largo Plazo

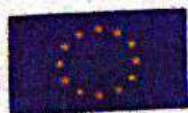
Para profundizar en estos aspectos remitimos al lector al (Anexo 2)

## 7.2 Balance General

Es un estado financiero principal que refleja la imagen de la situación financiera y patrimonial de una empresa a una fecha específica. A través de este estado contable podemos apreciar la capacidad de solvencia de un ente. Es un estado financiero estático por su carácter de información permanente; esto significa que los saldos de las cuentas del balance general deben pasar a la siguiente gestión fiscal, plasmándose en el balance inicial o de apertura. Los grupos de cuentas que constituyen el balance general son: los activos, pasivos y el patrimonio.

### 7.2.1 Pasos Para Elaborar Un Balance General

El balance general o estado de situación financiera se suele presentar mostrando los activos en la columna izquierda ordenados en función a su liquidez y en la columna derecha se enlistan los pasivos y el patrimonio ordenados en función a su exigibilidad.



## 1. Registra Los Activos Circulantes

Como el primero de los pasos para elaborar un balance general debes de registrar los montos de las cuentas pertenecientes a los activos circulantes o activos corrientes, las cuales incluyen:

- Caja
- Bancos
- Cuentas por cobrar
- Inventarios

## 2. Identifica Los Activos Fijos

Después de obtener el dato de activo circulante, es momento de que clasifiques y contabilices los activos fijos, los cuales por lo general no presentan cambios de manera constante durante el periodo como lo hacen los activos circulantes que son más dinámicos. En esta categoría entran las siguientes cuentas:

- Maquinaria y equipo
- Equipo de transporte
- Mobiliario y equipo de oficina
- Equipo de cómputo
- Edificios
- Terrenos

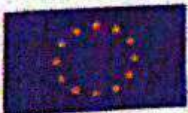
## 3. Suma El Total De Los Activos

En el momento en que cuentas con el monto de activos circulantes y activos fijos debes sumar ambos rubros para obtener el total de activos.

## 4. Contabiliza Los Pasivos Circulantes

En este paso, es momento de contabilizar los pasivos, que son las obligaciones y deudas con las que cuenta la empresa. La primera de las categorías a considerar son los pasivos circulantes que son las deudas menores a un año, incluye las siguientes cuentas:

- Obligaciones bancarias
- Cuentas por pagar a proveedores
- Anticipos de clientes
- Cuentas por pagar a acreedores
- Impuestos por pagar.



## 5. Registra los pasivos fijos

A continuación, deberás realizar un registro de los pasivos fijos, los cuales son las obligaciones de la empresa que tienen una exigibilidad mayor a un año, como son:

- Créditos bancarios
- Documentos por pagar

## 6. Realiza La Suma Del Total De Los Pasivos

Si ya cuentas con el monto de los pasivos circulantes y los fijos, considera en caso de tener algunos pasivos diferidos como por ejemplo, los ingresos recibidos por anticipado. En caso contrario, deberás totalizar ambas categorías para obtener el monto final de pasivos.

## 7. Ingresas Los Montos En La Cuenta De Capital Y Obtén El Monto Total

Hasta ahora has contabilizado tanto las propiedades de la empresa ya sea de manera tangible como intangible y las deudas y obligaciones que tiene. En este rubro a continuación deberás de registrar el capital con el que está operando la empresa, es decir los recursos que los accionistas han invertido en la misma.

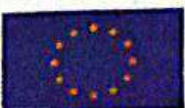
## 8. Suma El Total De Pasivos Con El Total Del Capital

Una vez totalizado el capital, deberás anexar otro renglón en el cual se vea reflejada la sumatoria del total de pasivos más el total de capital. Esto en conjunto nos indica los medios o recursos de los que la empresa puede disponer para soportar los activos

## 9. Verifica Que La Suma De Pasivo + Capital Sea Igual Al Monto Total De Activos

Por último, es necesario que compares la suma de tu total de activos con la suma de tu total de pasivos más capital. Esta operación debe dar un resultado de igualdad, esto es la prueba de que el balance está correctamente realizado y se está respetando la ecuación de contabilidad.

El balance general es uno de los principales estados financieros en conjunto con el estado de resultados, son muy útiles para entender la situación financiera de la empresa en un periodo específico. Un balance general usualmente significa que



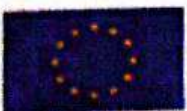
cuentas con activos, incluyendo un nivel eficiente de efectivo, deudas manejables y un monto atractivo para los inversionistas. Ejemplo (Anexo 4)

### 7.3 Estado de Resultados

Conocido como el estado de pérdidas y excedentes, es un estado financiero principal que refleja en su contenido exclusivamente el movimiento de ingresos y egresos. La finalidad primordial de este informe financiero es de mostrar la utilidad o pérdida a una fecha determinada. Es un estado contable dinámico por que presenta actividad; en consecuencia los saldos de estas cuentas se cierran al final de una gestión fiscal o periodo específico. Se compone de dos grupos de cuentas que son: los ingresos y los gastos.

Algunos conceptos basicos que debemos tener claros para comprender mejor el estado de resultados:

- **El Estado de Resultados** muestra que tan rentable es tu negocio y cuánto dinero hará después de haber cubierto todos los gastos. Esta proyección de información es sobre los resultados económicos de la empresa, y no sobre la situación financiera. Una empresa puede estar recibiendo ingresos suficientes o el tiempo esperado como para cancelar sus deudas en tiempo y forma.
- **Precio de mi Producto**, es el valor estimado o precio de venta que el emprendedor otorga a los productos o servicios que se ofrecen en su empresa.
- **Número de unidades vendidas al mes** número de productos o servicios que se venderán en un mes en su negocio.
- **Ingreso total mensual** se determina multiplicando el precio de venta por el número de productos o servicios vendidos en un mes.
- **Costo unitario del producto** es el costo de cada uno de los productos que tienes para vender, es decir, el precio de compra cuando se adquieren los productos.
- **Costo de la mercadería vendida** resulta de multiplicar el número de unidades vendidas al mes, por el costo unitario del producto o servicio.
- **Utilidad bruta** se obtiene de restar el ingreso total mensual, menos el costo de la mercadería vendida.
- **Costos indirectos** son costos que se incurren indirectamente en la elaboración del producto, es decir son todos los costos asociados que se incurren al momento de comprar un producto.
- **Utilidad neta** se obtiene de restar la utilidad neta menos los costos indirectos



Se desarrolla un ejercicio CEFE, (Estado de ganancias y Pérdidas/Estado de Resultados), para que los participantes asimiles los contenidos mediante desarrollo vivencial (Anexo 5)

### <sup>1</sup> 7.3.1 Estado De Resultados Paso A Paso

#### 1. Establece tu monto de ventas

Como primer paso en la elaboración del estado de resultados debes de contar con el monto total de tus ventas netas, éstas estarán representadas en el primer renglón de tu estado financiero. Puedes separar en distintos rubros tu venta a crédito y ha contado para que tengas una visión más amplia y detallada acerca del origen de tus ingresos. Es fundamental que cuentes con reportes de indicadores clave de ventas para asegurar que este monto sea el correcto.

En este apartado debes considerar también algunos conceptos como son:

- Descuentos sobre ventas.
- Devoluciones sobre ventas.



Al restar estos montos de las ventas totales obtendrás el dato de ventas netas.

#### 2. Determina El Costo De Ventas Para Obtener La Utilidad Bruta

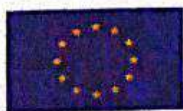
El siguiente paso para elaborar un estado de resultados es determinar el costo de venta el cual representa el costo de la materia prima y la producción del producto final. Es el componente de costo más representativo del estado de pérdidas y ganancias de muchas empresas.

La fórmula para determinarlo es la siguiente:

**Inventario inicial + Compras de mercancía - inventario final.**

Es fundamental que lleves un sistema de inventarios certero para poder registrar de manera correcta tu costo de venta. Al restar este costo de tu ingreso por ventas, estarás obteniendo la utilidad bruta la cual es **un dato de gran importancia para saber qué tan rentable está siendo tu negocio**. Esto significa lo que te está costando producir ese producto o servicio que vendes.

<sup>1</sup> <http://blog.corponet.com.mx/elaborar-un-estado-de-resultados-paso-a-paso>



### 3. Define Tus Gastos Operativos Para Conocer Tu Utilidad Operativa

Ya que tienes identificada tu utilidad bruta es momento de establecer los gastos operativos para el periodo determinado. Los gastos de operación son aquellos desembolsos que realiza la empresa para llevar a cabo las actividades propias de su giro, algunos ejemplos de esto son: salarios, renta, gastos de servicio telefónico, compra de papelería, etc.

Algunas compañías engloban los gastos en una categoría llamada "Gastos generales y administrativos", pero queda a consideración tuya si prefieres separar cada uno de estos gastos para poder tener una visión más detallada y específica de los gastos en los que la empresa está incurriendo.

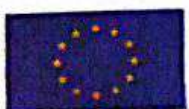
Después de obtener el monto total de tus gastos operativos, al restarlos obtendrás la utilidad operativa la cual es un fuerte indicador de que el negocio está siendo productivo, es decir si la operación está generando utilidad o pérdida.

### 4. Aplica La Tasa De Impuestos Para Obtener El Monto De La Utilidad Después De Impuestos

El siguiente paso en la creación del estado de resultados es aplicar la tasa de impuestos correspondiente al ingreso operativo. Por ejemplo, si la tasa de impuestos de la compañía es 36%, debes multiplicar la tasa impositiva por el ingreso operativo para obtener la cantidad de impuestos que te corresponde pagar.

### 5. Calcula La Utilidad Neta

Al restar el monto de impuestos correspondientes a tu nivel de ingreso, el monto que resulta es la utilidad neta. La diferencia entre los ingresos y los gastos totales de la compañía se conoce como utilidad neta, está situada en la última línea del estado de pérdidas y ganancias. Conocer cómo interpretar y analizar la ganancia neta es muy importante ya que este dato es el principal indicador del nivel de rentabilidad de tu empresa. De igual manera este monto es indicativo de la cantidad de dinero que puede ser repartida a los accionistas y si existe dinero para futuras inversiones. El estado de resultados, así como el balance general son herramientas de gestión que te brindan una visión completa de la situación financiera de tu empresa. Para desarrollo de un ejemplo (Anexo 6)



## 9.4 Evaluación del desarrollo del módulo IV

Es muy importante conocer los resultados alcanzados en este módulo, de acuerdo a las expectativas y objetivos, para hacer la evaluación de este proceso de formación, de la *Currícula Aprender a Emprender*, se dimensiona, desde dos enfoques que permitan conocer los resultados del proceso y determinar en qué medida se han logrado los objetivos previamente establecidos, que supone un juicio de valor sobre la programación señalada, y que se emite al contrastar esa información con dichos objetivos.

### Estos Dos Enfoques

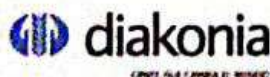
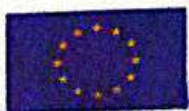
- Desarrollo de la temática por el facilitador y;
- Aprendizaje del participante.

### Desarrollo De La Temática Por El Facilitador

Para realizar la evaluación metodológica en cuanto al desempeño del facilitador, se consideran algunos criterios dejando abierta la evaluación para evaluar otros que en el desarrollo se consideren necesarios/oportunos, mismos que se realizaran al finalizar cada uno de los cinco módulos. Criterios propuestos:

- *Desarrollo de la temática*
- *Desempeño del facilitador (dominio de temas)*
- *Tiempos de ejecución*
- *Logística (salón, mobiliario)*
- *Herramientas audiovisuales*
- *Habilidad de comunicación*
- *Facilidades del lugar*
- *Metodología de la capacitación*
- *Facilitadores*
- *Ubicación*
- *Alimentación*
- *Satisfacción de las expectativas*

Para captar los puntos de vista de los participantes, se usaran calcomanías de catiras, cada participante en un lugar oculto, dentro del salón, pueda ir y evaluar los criterios previamente definidos bajo los rangos de evaluación (excelente, bueno, regular, malo) (**Anexo 7**).

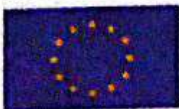


---

**IX. Conclusiones del Modulo**

**9.1** Conocer la capacidad de endeudamiento permite a los emprendedores determinar las oportunidades de acceder a fondos que permitan mayor competitividad empresarial y expansión de su empresa.

**9.2** Descubrir cuan rentable es el negocio, y cuantas son sus ganancias después de realizar los gastos que incurre para producir o prestar un servicio. Permite al emprendedor, conocer los riesgos financieros y alternativas a las que puede optar la mejora continua de su empresa.



## 10 Bibliografía

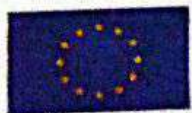
Guía para Facilitadores, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ

Manual para Facilitadores CEFE, International, 1998.

<https://sbdcglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

<http://www.planillaexcel.com/planillas/planilla-de-excel-para-estado-de-resultados/descarga?recipient=brenda.arita%40ucenm.net>

<http://www.planillaexcel.com/planillas/planilla-de-excel-para-estado-de-resultados/descarga?recipient=brenda.arita%40ucenm.net>

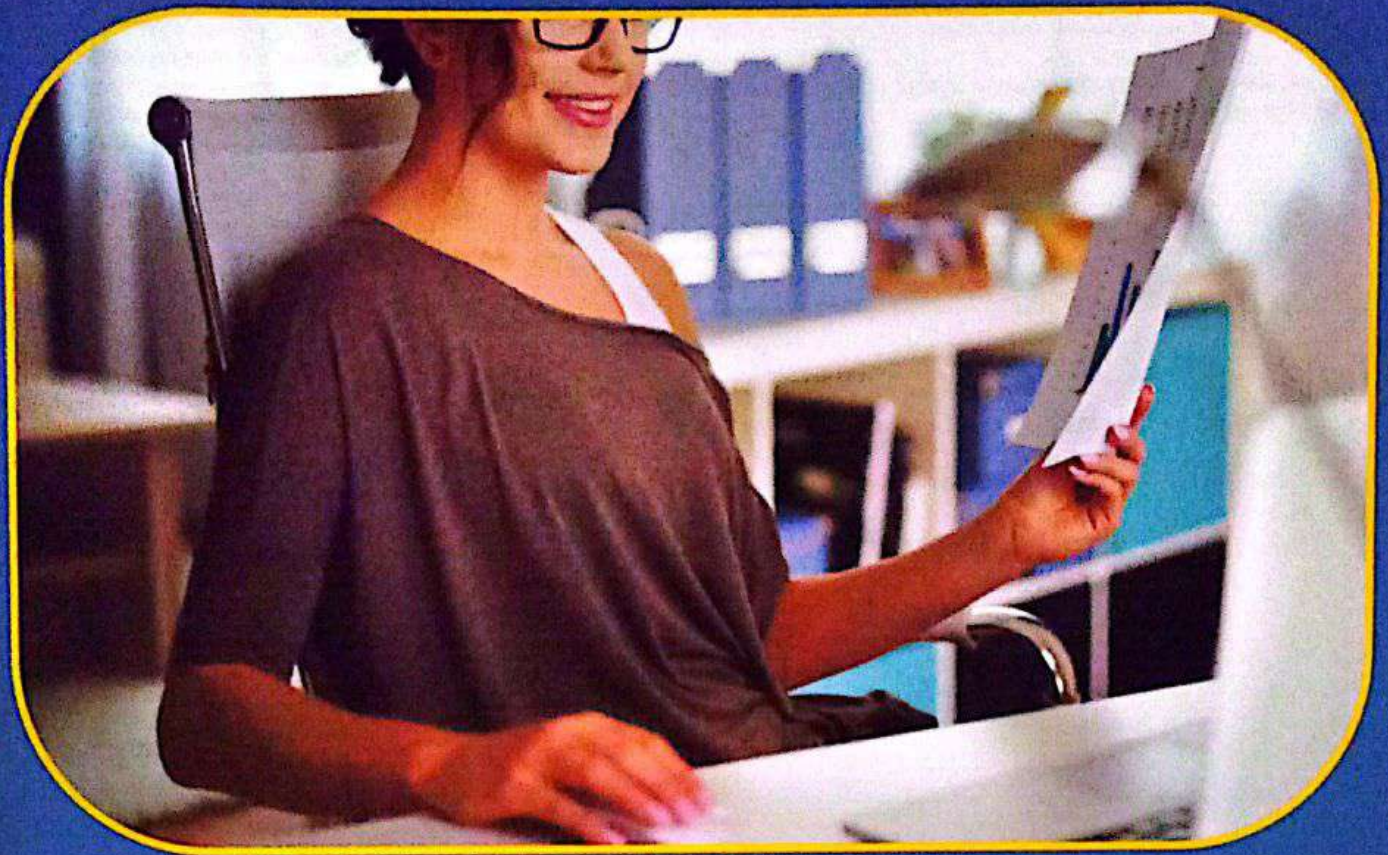


diakonia  
GENTE QUE CREA EL MUNDO



Escuela de formación

# Aprende a emprender



Módulo 5:

## Presentación del Proyecto

**Proyecto:**

**"Generando Iniclativas  
de empleo digno  
para reducir la pobreza  
en el Occidente de Honduras"**

Ejecutado por La Plataforma de Ciudadanía y Justicia Social conformada por:  
ASONOG, CASM y OCDIH, con el apoyo de DIAKONIA  
y la Delegación de la Unión Europea en Honduras.



Con el apoyo técnico de:



## Créditos

Este módulo corresponde al número tres de la serie de cinco documentos que han sido elaborados por el Centro Desarrollo Empresarial Región Occidente, una iniciativa que brinda servicios de *Desarrollo Empresarial* al sector de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de la Región del Occidente de Honduras, orientado a impulsar el crecimiento económico acorde a las exigencias y tendencias de los mercados integrando innovaciones tecnológicas mediante alianza público privado y academia.

La propiedad intelectual corresponde a la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea, a cargo de quienes se ejecuta el proyecto "Generando Iniciativas de Empleo Digno Para Reducir Pobreza en el Occidente de Honduras".

Redacción Inicial: Diana Blanco

Primera Revisión: Claudia Díaz Rodríguez

Redacción Final: Brenda Osiris Arita Lara

Diseño: Brenda Osiris Arita Lara.

Impresión:

Esta propuesta ha sido diseñada tomando como referencia:

- Metodología Small Business Development Center (SBDC): Adaptando e implementando el modelo para el desarrollo de la MIPYME en Latinoamérica y el Caribe.
- Manual (1, 2,3) para facilitadores de grupo de emprendedores metodología entrelazos.
- Distintas dinámicas de metodología CEFÉ Internacional
- Algunas herramientas de Metodología Emprendimientos por Oportunidad (AD Empresarial)
- Manual como establecer una empresa en Honduras.

Todos los derechos reservados. Prohibida su reproducción total o parcial sin autorización previa.  
Junio 2017



**Tabla de Contenido**

**I. Introducción ..... 4**

**II. Objetivos del Modulo..... 5**

**III. Justificación ..... 5**

**IV. Bases Metodológicas ..... 6**

4.1 Metodología CEFE Internacional .....6

4.2 Metodología SBDC-UTSA .....6

4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad.....7

**V. Uso de los Manuales ..... 7**

**VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo ..... 8**

**VII. Estructura del Módulo V ..... 9**

**VIII. Temática de Ejecución ..... 9**

8.1 Definición de documento final de Plan de Negocio..... 10

8.2 Taller de Vinculación con el Ecosistema Emprendedor (enlaces de mercado)..... 11

8.3 Sesiones de Mentoría..... 11

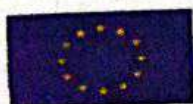
8.4 Taller de Coworking/Net Working..... 12

8.5 Presentación de iniciativas empresariales a inversores (ángeles y/o inversionistas) . 13

8.5 Feria Empresarial y/o Rueda de Negocios ..... 14

**IX. Conclusiones del Modulo ..... 14**

**X. Bibliografía ..... 15**



## I. Introducción

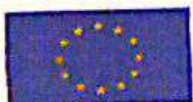
Esta herramienta contiene un conjunto de temas y actividades relacionadas con la finalización y presentación de un plan de negocio, y la presentación de una idea de negocio con potencial de crecimiento, cada participante a lo largo de un proceso de formación con 4 fases anteriores a obtenido conocimientos que le permitan tener oportunidades empresariales que los haga más competitivos en un mercado globalizado e inserción laboral. Habiéndose formado mujeres y jóvenes del área rural de manera particular en Santa Bárbara y Copán Ruinas aquellas mujeres y jóvenes que enfrentan pocas capacidades de incidencia ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno. En consideración a la realidad antes descrita se implementa del Proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, ya sea para que mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

El presente documentos es el **último** de los cinco manuales orientados para la formulación y desarrollo de emprendimientos y aprovechamiento de oportunidades empresariales en la zona de influencia del proyecto, ejecutado por la Plataforma Ciudadanía y Justicia Social, conformada por OCDIH, ASONOG y CASM, en coordinación con Diakonia y el apoyo financiero de la Unión Europea.

Los manuales están dirigidos a Facilitadores Técnicos que serán los responsables de la realización de talleres de capacitación para personas de ambos géneros y distintas edades, promoviendo así su inclusión en el desarrollo económico del país.

El quinto **módulo** denominado **Presentación del Proyecto o Etapa de Pre negocio**, los participantes presentan su idea de negocio, conocen actores que pueden ser estratégicos para fortalecer su cadena productiva, tiene espacios como sesiones de mentoría maneja conceptos de Coworking/Net Working, conocen inversores (ángeles y/o inversionistas) y finalizan su proceso con una feria y rueda de negocio.

El seguimiento y asesoría a largo plazo corresponde al Centro de Desarrollo Empresarial. CDE-MIPYME buscando a través de los servicios la generación de impacto económico mediante la asesoría empresarial de largo plazo, brindara alternativas de formación y especialización del recurso humano, el desarrollo de la inteligencia de mercado, desarrollo de estrategias empresariales enfocadas en el crecimiento de las ventas, la generación de empleos, la formalización de negocios y la vinculación de todos los actores interesados en redes de Negocios. Su objetivo general, brindar servicios de desarrollo empresarial de calidad a las MIPYME de la Región del Occidente, contando con recurso humano calificado para generar impacto económico.



## II. Objetivos del Modulo

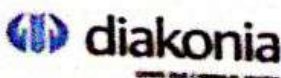
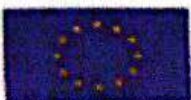
- Al finalizar el modulo los y las participantes serán capaces de definir, presentar y defender su plan de negocios, frente a instituciones inversionistas que promueven el desarrollo empresarial y vincularlos con el ecosistema emprendedor.
- Tener la oportunidad de tener sesiones de mentoría.
- Participar en una feria empresarial, para tener la oportunidad de realizar coworking (trabajo corporativo) y networking (red de contactos).

## III. Justificación

Las mujeres y jóvenes del área rural de los municipios meta: **Chinda, Protección, Llama y Trinidad** del departamento de Santa Bárbara; y **Copan Ruinas, Cabañas y Santa Rita** en el departamento de Copan poseen, pocos conocimientos y habilidades técnicas empresariales, al igual que medios de producción para emprender tales iniciativas generadoras de autoempleo y nuevos empleos; de igual manera, carecen de capacidades para incidir ante los gobiernos locales para la implementación de acciones a su favor, y así hacer frente a la inexistencia de políticas públicas en materia de empleo digno, sumado a ello, los bajos niveles de escolaridad y la falta de formación técnica profesional, están asociados a las exigencias de una mano de obra más calificada por parte del sector empleador, siendo estas limitantes importantes para su inserción en el mercado laboral, en esa medida resulta fundamental mejorar la competitividad y las capacidades técnicas individuales y/o colectivas de mujeres y jóvenes para generar competencias y mecanismos que faciliten oportunidades para su inserción laboral.

En consideración a la realidad antes descrita se implementa el Proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" donde se proponen alternativas de formación profesional y/o técnica basadas en la realidad socioeconómica de la región, donde mujeres y jóvenes puedan obtener un empleo digno en una empresa local o para crear su propia actividad productiva ocupacional.

Al concluir un proceso formativo para emprendedores, debe presentar y defender su plan de negocios, frente a instituciones inversionistas que promueven el desarrollo empresarial, con esto se busca que los beneficiarios de la formación pueda vincularse con el ecosistema emprendedor, además tener la oportunidad de tener sesiones de mentoría, para enriquecer su conocimiento emprendedor. Y finaliza su proceso en una feria empresarial, para tener la oportunidad de realizar coworking (trabajo corporativo) y networking (red de contactos).



## IV. Bases Metodológicas

La metodología de esta currícula *"APRENDER A EMPRENDER"* tiene su fundamento sistemático en la creación de una ruta de desarrollo de cada uno de los temas propuestos en cada módulo, la participación activa y sistemática, permiten al técnico/empresedor participante la definición clara de los temas desarrollados.

Con el objetivo de desarrollar un proceso de formación técnica empresarial para el fortalecimiento del talento humano, que facilite la integración y desempeño competitivo, de mujeres y jóvenes, en el mercado laboral y empresarial bajo condiciones dignas.

Haciendo uso de metodologías que permitan la **asimilación, seguimiento y puesta en práctica de lo aprendido.**

### 4.1 Metodología CEFE Internacional

Es un conjunto integral de mecanismos de capacitación que emplea un planteamiento orientado a la acción y a los métodos de aprendizaje por experiencias para desarrollar e incrementar la competencia en administración de empresas y personales de una gama amplia de grupos meta, mayormente en el contexto de **generación de ingresos y empleo** y de desarrollo económico. CEFE ha probado ser un planteamiento exitoso en la promoción de la pequeña y me-diana empresa, el empleo, los ingresos, y el crecimiento económico.

### 4.2 Metodología SBDC-UTSA

Implementada por el CDE MIPYME ROC Región Occidente, a través de la Secretaría de Desarrollo Económico (SDE). El modelo de Small Business Development Center (SBDC), es la principal fuente de asesoría técnica y administrativa para micro y pequeñas empresas. La misión de un SBDC es promover el crecimiento, la innovación, la productividad y las ganancias de las pequeñas empresas a través de mejoras en la administración empresarial. Los servicios de un SBDC se concentran en áreas fundamentales que cubren las necesidades de los emprendedores, al igual que las de los negocios ya establecidos, siendo estas las siguientes:

1. Asesoría técnica individual ofrecida de manera confidencial, gratuita y a largo plazo.
2. Capacitación grupal enfocada en temas de interés para la pequeña empresa e impartida por los asesores, del sector privado o por voluntarios.
3. Investigación de mercado adaptada a los requisitos del cliente.
4. Vinculación Financiera
5. Vinculación TIC.

Para el seguimiento en asesorías/vinculaciones a través de la metodología SBDC, se proponen los FAT, (formatos que permiten el registro y captura de los resultados).



### 4.3 Metodología Emprendimientos por Oportunidad

Estas metodologías abandonan el clásico enfoque causal centrándose en los efectos de la intervención metodológica para probar el modelo de negocio, con lo cual se generan resultados en el corto plazo con **iniciativas emprendedoras por oportunidad y de alto impacto**. Identificando y validando iniciativas por oportunidad no por subsistencia.

Asimismo, para el diseño e implementación de la currícula se proponen métodos de enseñanza teórico – práctico, los cuales permitirán a los y las participantes en el proceso de formación avanzar en las siguientes etapas, bajo un enfoque de desarrollo territorial – municipal principalmente:

#### V. Uso de los Manuales

Estos manuales han sido elaborados para que los y las facilitadoras puedan formar a futuros empresarios procurando mejorar su calidad de vida y generar oportunidades de empleo digno para ellos, sus familias, su comunidad y el país.

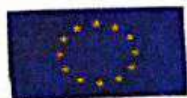
El desarrollo del proceso formativo, consta de cinco manuales que se desarrollaran en jornadas de ocho horas por un tiempo aproximado de 4-5 meses, la temática de cada módulo y los temas en desarrollo requiere alto grado de compromiso de los participantes, el tiempo de prácticas de campo serán indispensables para que los participantes puedan validar la idea de negocio. Esto dependerá sin duda de los niveles de participación y diálogo que se logren y del tiempo disponible de las y los facilitadores y participantes.

El proyecto "**Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el Occidente de Honduras**" tiene un enfoque especial dirigido a Mujeres y Jóvenes en condiciones de vulnerabilidad, se recomienda procurar tomar medidas:

- Que las barreras culturales y sociales no limite la plena participación de las mujeres y jóvenes formando para puestos de liderazgo y de toma de decisiones.
- Adaptación de actividades a las condiciones físicas, áreas geográficas y horarios que sean apropiados para las mujeres y jóvenes (grupo meta).
- La aplicación y adaptación de estrategias, abordajes y metodologías para empoderar a las mujeres y jóvenes.
- Iniciativas y ampliación de los contenidos de temas propuestos en la currícula.

Estos manuales estableces los contenidos básicos para el desarrollo de emprendimientos y una sugerencia metodológica que puede ser adaptable conforme a necesidades y capacidades identificadas por el facilitador. Se sugiere un breve análisis del contexto de las participantes antes de iniciar con el proceso formativo.

Las secciones de cada módulo contemplan los guiones metodológicos o sílabos y documentos, herramientas que permiten al facilitador la ejecución.



El desarrollo de esta currícula **"APRENDER A EMPRENDER"** tiene un enfoque desde el **Diagnóstico de necesidades y alternativas de formación profesional para jóvenes y mujeres con base en el análisis de potencialidades territoriales orientadas al desarrollo económico local (2016)**, generar condiciones de empleabilidad en el marco de la oferta y demanda laboral para mujeres y jóvenes de la región de occidente, el que en una de sus recomendaciones sugiere: "Fortalecer el capital humano a través de un proceso de formación sobre todo en temas empresariales, además de coordinar acciones para mejorar la competitividad de las empresas actuales"

**Con fundamento en dos enfoques diferenciados:**

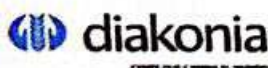
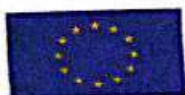
**Empleabilidad:** Capacidad de los jóvenes y mujeres de moverse autónomamente en el mercado laboral, reconociendo claramente sus habilidades y conocimientos desarrollados a lo largo de su trayectoria laboral e identificando sus posibilidades de formación y capacitación, En términos amplios es el desarrollo de capacidades que les permitan tener posibilidades reales no sólo de conseguir un trabajo sino también movilizarse y mantenerse activo en el mercado laboral.

**Emprendedurismo:** Es el proceso en el que los jóvenes y/o mujeres llevan su idea a convertirse en un proyecto concreto, es decir las actividades económicas en el sector formal bajo una forma legal de negocio, la capacidad de empezar, crear y manejar una nueva empresa.

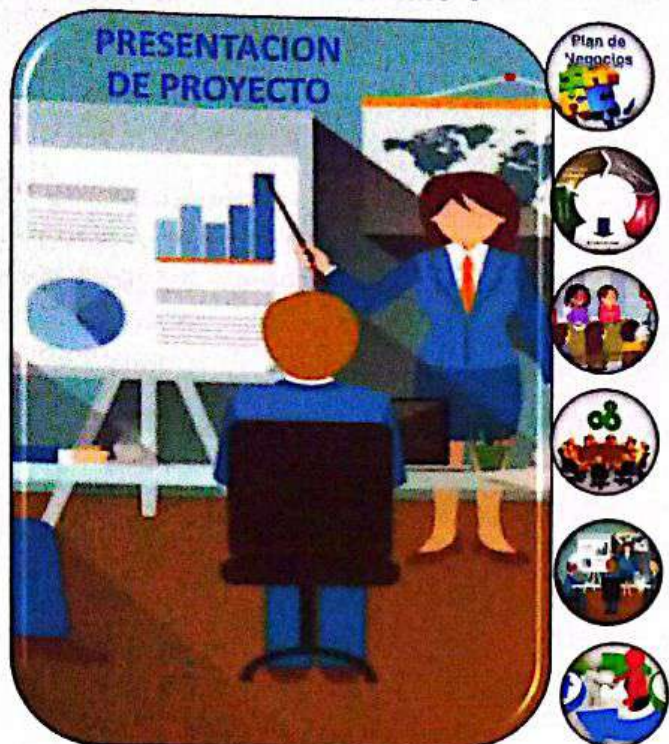
(local, 2016)

**Nota:** los anexos para desarrollo de los talleres, están descritos en el documento en su orden de ejecución.

## VI. Rubrica De Seguimiento Del Modulo



## VII. Estructura del Módulo V



Definir documento final Plan de Negocio



Vinculación con el Ecosistema



Sesiones de Mentoría



Taller Coworkin/networ king



Presentación /evaluacion de Iniciativas Empresariales



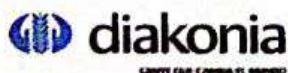
Feria Empresarial

## VIII. Temática de Ejecución

El módulo V de esta currícula "APRENDER A EMPRENDER" tiene su enfoque en determinar la idea de negocio y presentarla ante entes competentes. Denominado **Presentación del Proyecto o Etapa de Pre negocio**, los participantes presentan su idea de negocio, conocen actores que pueden ser estratégicos para fortalecer su cadena productiva, tiene espacios como sesiones de mentoría maneja conceptos de Coworking/Net Working, conocen inversores (ángeles y/o inversionistas) y finalizan su proceso con una feria y rueda de negocio.



El seguimiento y asesoría a largo plazo corresponde al Centro de Desarrollo Empresarial. CDE-MIPYME buscando a través de los servicios la generación de impacto económico mediante la asesoría empresarial de largo plazo, brindara alternativas de formación y especialización del recurso humano, el desarrollo de la inteligencia de mercado, desarrollo de estrategias empresariales enfocadas en el crecimiento de las ventas, la generación de empleos, la formalización de negocios y la vinculación de todos los actores interesados en redes de Negocios. Su objetivo general, brindar servicios de desarrollo empresarial de



calidad a las MIPYME de la Región del Occidente, contando con recurso humano calificado para generar impacto económico.

### 8.1 Definición de documento final de Plan de Negocio

El emprendedor en esta fase cuenta con conocimientos básicos para definir su idea de negocio y plasmar los aspectos más importantes de un plan de negocio, para completar esta fase los participantes han avanzado en el cuadernillo de trabajo entregado al iniciar este proceso. Los aspectos y temas desarrollados en los talleres de formación contemplados en la curricula *"Aprender a Empezar"*

#### **EMPRESARIADO Y OPORTUNIDADES**

- Definir la idea de negocio
- Conocer sus Características Emprendedoras Personales (CEPS)
- Definir la importancia de Igualdad de Género y Empleo Digno
- Identificación de (frustraciones, trabajos y alegrías del posible mercado potencial)
- Identificar el mapa de empatía de mis posibles clientes
- Definir idea de negocio (Propuesta de Valor)

#### **MODULO II PLAN DE MERCADEO**

- Identificación de mercado potencial
- Sondeo de mercado
- Analisis 5 P (Producto, Plaza, Promoción, Precio, Personal)
- Plan de Mercadeo

#### **PLAN DE PRODUCCIÓN ADMINISTRACION Y ORGANIZACIÓN**

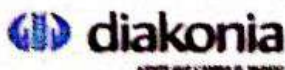
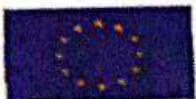
- Inversión Inicial
- Analisis de Viabilidad ( FODA, productiva, Organizativa, Legal)
- Prototipado del producto/servicio
- Plan de Producción

#### **MODULO IV PLAN FINANCIERO**

- Capacidad de endeudamiento
- Balance General
- Estado de Resultados
- Evaluación del desarrollo del módulo IV

#### **MODULO V PRESENTACIÓN DE PROYECTO (PRE NEGOCIO)**

- Definición de documento final de Plan de Negocio
- Taller de Vinculación con el Ecosistema Emprendedor (enlaces de mercado)
- Sesiones de mentoría
- Taller de Coworking/Net Working
- Presentación de iniciativas empresariales a inversores (ángeles y/o inversionistas)
- Feria y rueda de negocio



Sobre cada uno de estos aspectos el emprendedor define el plan de negocios desarrollo mediante proyecto "Generando iniciativas de empleo digno para reducir la pobreza en el occidente de Honduras" con propósito de impulsar la creación y fortalecimiento de iniciativas de desarrollo empresarial y el proceso de desarrollo económico local.

Por otra parte se busca mejorar la competitividad y las oportunidades de inserción laboral digna de mujeres y jóvenes del área rural a través de alianzas público privadas y el refuerzo a iniciativas socioeconómicas sostenibles y novedosas.



Este taller está definido a trabajar con los grupos para apoyar técnicamente la definición de su documento. **(Anexo 1).**

## 8.2 Taller de Vinculación con el Ecosistema Emprendedor (enlaces de mercado)

La vinculación en el ecosistema busca un perfil de emprendedor, que conformen un equipo, con ideas innovadoras y/o empresas en marcha con proyectos innovadores", los cuales deben cumplir con los criterios de viabilidad técnica, económica y financiera y diferenciación/innovación. En tal espacio, los emprendedores participan de la sinergia que proporcionan las relaciones y las actividades comunes con sus iguales, estimulando y potenciando su actitud emprendedora. Tal espacio, los emprendedores participan de la sinergia que proporcionan las relaciones y las actividades comunes con sus iguales, estimulando y potenciando su actitud emprendedora. **(Anexo 2, 3,4)**

## 8.3 Sesiones de Mentoría

Según se relata en el poema épico de "La Odisea", Ulises es consciente de que va a dejar solo a su hijo Telémaco, único heredero, cuando se prepara para ir a luchar a la guerra de Troya. Es entonces cuando confía a su fiel amigo Mentor el cuidado, la educación y preparación de su hijo para el reinado en caso de que él nunca regresara a Ítaca.



Después de la guerra, Ulises fue condenado a viajar durante 10 años en su tentativa de volver a casa, tiempo en el que Telémaco decidió emprender la búsqueda de su padre. Iniciaba así un viaje no exento de dificultades a las que tuvo que hacer frente para llevar a término su objetivo. Desde la marcha de su progenitor, y también en ese periplo, Telémaco contó con la compañía de Mentor, que le ofreció sus consejos, su apoyo, su ayuda y sus enseñanzas.



Este personaje del clásico de la poesía épica es el origen de la palabra mentor. Un vocablo que transmite una relación de guía y consejo entre una persona que cuenta ya con experiencia (el mentor) que enseña, aconseja, guía y ayuda en el desarrollo profesional y personal de otra (el tutelado) que comienza la nueva andadura.

Los mentores han de ser capaces de dar coherencia a los proyectos de los emprendedores. Deben desafiarles en sus suposiciones y enfocarlos en sus contrastes con el mercado. En definitiva, les ayudarán a simplificar su idea y a encauzarlos hacia aquello que es más importante en su proyecto. Los mentores escuchan, enseñan y guían, pero no controlan ni deciden.

El emprendedor, por su parte, tiene que ser transparente y claro con la información que transmite sobre su proyecto, debe estar abierto a las sugerencias y dejarse ayudar por el mentor. Su responsabilidad e iniciativa en el proceso es otro elemento clave.

**Nota:** para el desarrollo de este taller, haber identificado un empresario exitoso, preferiblemente del mismo entorno de influencia, del desarrollo de esta currícula, para que su experiencia y testimonio impacte, antes de dar la participación al invitado nos remitimos al **(Anexo 5)**

#### 8.4 Taller de Coworking/Net Working

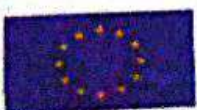
Estos términos, ambos en inglés se están usando mucho en el desarrollo emprendedor, a nadie se le escapa que el mundo está en permanente cambio, el mercado laboral también.

Las formas de trabajo tradicional se están adaptando a las nuevas necesidades de un mercado laboral en constante **innovación** y cambio, que busca una mayor independencia del trabajador a la hora de gestionar su tiempo y sus propias necesidades para lograr sus objetivos y se postulan como una tendencia global.

Hoy en día, cada vez es más usual encontrarte con trabajadores que gracias a la tecnología han encontrado en su hogar su mejor aliado de trabajo, la comodidad y la facilidad de acomodar sus propios horarios laborales han mejorado la vida de muchas personas, pero a medida que esta nueva vida laboral se implantaba en muchos hogares, estos se han dado cuenta de que no cubrían muchas necesidades básicas a la hora de fomentar la relación y apoyo entre sus compañeros o colaboradores, y un aspecto psicológico muy importante a la hora de rendir en el trabajo, el aislamiento.

**El coworking** facilita que pymes y emprendedores de diferentes campos compartan un espacio físico de trabajo, mientras tanto **el networking**, es una herramienta que aumenta el rendimiento exponencialmente en el mundo del trabajo, simplemente, consiste en "hacer amigos" en versión de negocios y potenciar las relaciones a nivel profesional que puedan facilitar su trabajo y lograr una relación "ganar - ganar".<sup>1</sup> **(Anexo 6)**

<sup>1</sup> <http://coworkingappara.es/magazine/noticias/coworking-y-networking-el-nuevo-paradigma-laboral>



Es necesario lograr una red de contactos que compartan intereses comunes, siendo tanto o más importante la creación de esta red como su posterior gestión para poder lograr acceder a los mejores profesionales del mercado.

En resumen, el networking potencia las relaciones profesionales al máximo, permitiendo intercambiar información útil, proyectos, negocios, productos... así como recomendaciones para conseguir nuevos negocios, ya se sabe, que el "boca a boca" es el marketing más efectivo, y que el coworking va como anillo al dedo para lograr esa red profesional.

**"El pesimista se queja del viento. El optimista espera que cambie. El líder arregla las velas" (John Maxwell).**

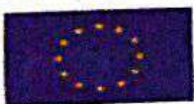
### 8.5 Presentación de iniciativas empresariales a inversores (ángeles y/o inversionistas)

Habiendo culminado el proceso de formación los participantes, presentan sus iniciativas para que sean calificadas, ante un **Comité Evaluador** y poder valorar las ideas de negocio y así verificar la viabilidad económica así como también la viabilidad productiva, organizativa, legal, tecnológica además las capacidades del emprendedor, habilidades y educación y determinar el potencial de crecimiento la idea de negocio, determinando algunos criterios para el proceso de evaluación:

- Identifico de manera clara el problema a resolver
- Tiene clara cuál es la solución propuesta en su idea
- Tiene definido su mercado meta (Productos, Precio, plaza, Promoción)
- Define quienes son sus competidores directos
- Define su inversión inicial y la diferentes alternativas para acceder a financiamiento
- Conoce la viabilidad productiva, organizativa y legal de la idea de negocio
- Ha definido sus canales de comercialización
- Diferencia su idea de negocio de la competencia
- Genera empleos al implementar su idea de negocio

Es libertad del **Comité Evaluador** considerar otros aspectos acá no contemplados en la ficha propuesta, con apoyo del Asesor Técnico del proceso de formación, pues este conoce los temas desarrollados en la *Curricula Aprender a Emprender (Anexo 7)* Los evaluadores podrán hacer uso de alternativas que permitan considerar aspectos importantes en la evaluación <sup>2</sup>

<sup>2</sup> <https://www.entrepreneur.com/article/265745>



## 8.5 Feria Empresarial y/o Rueda de Negocios

Para la clausura del proceso de formación, se organiza de parte de las instituciones involucradas en el proyecto una feria o rueda de negocio. Dando la importancia a los espacios comerciales para exhibir, vender productos o servicios y hacer contactos comerciales.

Las ventajas De la feria: Apreciación de los productos, e interés de todas las partes involucradas, habiendo un contacto personal, haciendo contactos directos con los clientes y/o proveedores. Plataforma ideal para el lanzamiento de productos identificación de estrategias y alternativas de mercadeo (comunicación y relaciones públicas). Los aspectos fundamentales a considerar

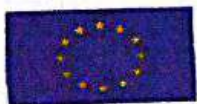
- Identificar productos nuevos.
- Encontrarse con proveedores actuales y potenciales.
- Mantenerse al día en los avances del sector.
- Realizar coworking y networking

## IX. Conclusiones del Modulo

9.1 La currícula busca a través de culminar es proceso, promover condiciones sociopolíticas y económicas para la inserción laboral de mujeres y jóvenes rurales que permitan la construcción de sociedades más justas y equitativas en el Occidente de Honduras.

9.2 Promover las redes y organizaciones de mujeres y de jóvenes de influencia del proyecto e incrementar sus capacidades organizativas, de articular, propuesta y diálogo con los gobiernos locales, la autoridad regional del Trabajo, los empresarios y patronos de la zona en materia de empleo rural inclusivo y con dignidad.

Para la organización del evento de cierre se propone el manual para organizadores de ferias <https://www.negociosqt.com/archivos/1180376536.pdfm>



## X. Bibliografía

Guía para Facilitadores, Manual para la formulación del plan de negocios, Programa de Fomento a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa PROMYPE/GTZ

Manual para Facilitadores CEFE, International, 1998.

<https://sbdglobal.com/es/expansion-de-los-sbdc/que-es-un-sbdc>

<http://adempresarial.biz/e-learning/>

<https://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

