

PROYECTO
"ESCUELAS GENERADORAS DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA"

Ideas y planes de Negocio

GUÍA METODOLÓGICA PARA DOCENTES
DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO



PROYECTO

"ESCUELAS GENERADORAS DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA"

Ideas y planes de Negocio

**GUÍA METODOLÓGICA PARA DOCENTES
DE EDUCACIÓN PARA EL TRABAJO**



PROYECTO: “Escuelas generadoras de una cultura emprendedora: Experiencia en 02 Instituciones Educativas Públicas de nivel secundaria, en el distrito de San Juan de Lurigancho. Lima – PERÚ

Guía Metodológica: IDEAS Y PLANES DE NEGOCIO

Es una producción de ACCIÓN Y DESARROLLO.
Jr. Tiahuanaco 654 – 3er Piso. Urb. Zárate – Lima 36.
Av. Evitamiento 752 – Jauja-Junín.
Teléfonos: 064-361241 / 012539128
email: info@accionydesarrollo.org
www.accionydesarrollo.org

Coordinadora de Proyecto

Ermelinda Rafael Peña

Consejo Editorial

Brey Rojas Arroyo

Especialista EPT - Ministerio Educación

Yanet Paúcar Manrique

Especialista EPT UGEL – 05 SJL – EA

Ermelinda Rafael Peña

Especialista en Gestión de Proyectos

Elaboración de Contenido:

Irene Ramírez Abanto

Colaboración:

Juan Pablo Real Chura

Janeth Roxana Guerrero Vargas

Colaboración en la validación de contenidos

Docentes de la I.E. N° 152. José Carlos Mariátegui

Teodoro Reyna Reyna

José Arisaca Roque

Gladis Berrios Gutiérrez

Marito Caycho Gago

Anahí Quispe Taype

María Silva Hidalgo

María Vela Mejía

Marlene Trujillo Herrera

Docentes de la I.E. N° 1183. Saúl Cantoral Huamaní

Roberth Rivera Antequera

Jesús Gonzales Correa

Docentes de la I.E. N° 146 Su Santidad Juan Pablo II

Rosa Luz Aguilar Segura

Nelly Guillén Yachas

Susy Galarza Zarate

Cecilia Polo Méndez

Diseño y Diagramación:

Consuelo Manrique Samanez

Tel.: 330-3482 / 99827-9477

email: cmanriques79@gmail.com

Este libro se terminó de imprimir en Octubre 2013

Impreso en Lima – Perú

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-15315

Prólogo	9
Presentación	11
Introducción	13
1.- Aspectos generales	15
1.1. Metodología	15
1.2. Programa curricular	17
1.3. Organización de las sesiones	22
1.4. Recomendación a los docentes	23
2.- Sesiones para elaboración de plan de negocio	25
2.1. Conociendo mi país y sus emprendedores: Sesión 1 - 2	25
2.2. Decidiendo mi vida laboral e idea de negocio: Sesión 3 – 4	29
2.3. Empresa y plan de negocio: Sesión 5 – 6- 7	33
2.4. Plan de marketing: Sesión 8 – 9	40
2.5. Plan de gestión: Sesión 10 – 11 – 12 – 13	44
2.5. Plan de producción: Sesión 14 – 15- 16	60
2.6. Plan de costos y financiamiento: Sesión 17 – 18 – 19 - 20	71
Anexos:	
- Ficha de Evaluación	
- Separata para el Estudiante	
Bibliografía	
Webgrafía	

El uso del género masculino en este documento no constituye discriminación; tiene el único propósito de aligerar el texto cuando la redacción así lo exige.

La sociedad de la información y del conocimiento, la globalización de la economía y la cultura, y el acelerado desarrollo de la ciencia y la tecnología han generado cambios sustantivos en la organización social y las relaciones de poder, en las formas de producción y organización del trabajo y en las formas de vivir, pensar y comunicarse de las personas. Estos cambios exigen a los ciudadanos enfrentar nuevos escenarios, problemas y desafíos para desarrollarse como personas, para ejercer la ciudadanía, para construir una sociedad democrática, solidaria, justa, inclusiva, próspera y tolerante, para vivir en armonía con el ambiente y su cultura y para obtener un trabajo digno y decente.

En nuestro país estas exigencias se incrementan, debido a que un grueso de la población se encuentra en situación de pobreza y pobreza extrema. El INEI en su Informe Técnico “Evolución de la pobreza monetaria 2007 – 2012” señala que la pobreza monetaria total de nuestra población es del 25.8%, es decir, uno de cada cuatro peruanos es pobre en el sentido de que su capacidad de gasto es menor que el costo de la canasta básica que contiene alimentos y no alimentos. En las zonas urbanas la pobreza afectó a 16.6% de los habitantes, mientras que en las áreas rurales, llegó a 53.0%. Señala también, que la pobreza extrema o indigencia, compuesta por aquellos cuyo gasto es menor que el costo de una canasta básica de alimentos, afecta al 6.0% de nuestra población. En las áreas urbanas la pobreza extrema afectó a 1.4% de la población, mientras que en las rurales ascendió a 19.7%.

En este marco la educación secundaria en nuestro país tiene enormes desafíos para formar a los estudiantes con competencias y capacidades que les permitan realizarse como buenas personas, para ejercer la ciudadanía, para tener acceso a la sociedad del conocimiento, enfrentar con éxito los cambios que se producen en la sociedad e insertarse en el mercado laboral con capacidades para tener un trabajo digno y decente y que les genere condiciones para mejorar su calidad de vida. En este sentido el Ministerio de Educación, con la finalidad de dar respuestas a las exigencias del contexto global y a las demandas de nuestro país, viene elaborando el Marco Curricular Nacional que tiene por finalidad establecer los aprendizajes fundamentales para que todo estudiante del país desarrolle sus capacidades para desempeñarse como persona, ejercer la ciudadanía e insertarse en el mercado laboral en igualdad de condiciones y oportunidades.

Los aprendizajes fundamentales tienen su origen en las grandes demandas de la población y las perspectivas de desarrollo económico y social que tenemos como país. Cada una de las regiones, al no conseguir estos aprendizajes al término de la Educación Básica, condiciona o determina negativamente el desarrollo personal y social del estudiante, comprometiendo su proyecto de vida futuro y ubicándolo en una situación de claro

riesgo de exclusión. Uno de los aprendizajes fundamentales del marco curricular en construcción se orienta al desarrollo de capacidades emprendedoras y productivas; en este sentido, estas capacidades son consideradas en todo el territorio nacional como vitales para el desarrollo de los ciudadanos

En este marco la Asociación Civil “ACCIÓN Y DESARROLLO”, con la finalidad de aportar en la construcción de una sociedad con equidad entre hombres y mujeres, como estrategia clave para impulsar procesos de desarrollo en poblaciones social y económicamente vulnerables, viene desarrollando el proyecto “Escuelas generadoras de una cultura emprendedora” en las Instituciones Educativas 0152 “José Carlos Mariátegui” y 1183 “Saúl Cantoral Huamani” de San Juan de Lurigancho – Lima.

El proyecto en mención se orienta a desarrollar en los estudiantes de 3ro, 4to y 5to grado de Educación Secundaria capacidades y actitudes emprendedoras que les permita insertarse con éxito en el mercado laboral y/o generen sus propias unidades productivas o negocios. El desarrollo de estas capacidades es de vital importancia para los adolescentes y jóvenes ya que, al egresar de la educación secundaria, podrán conseguir o crearse un trabajo digno y decente que contribuya y genere las condiciones para mejorar su calidad de vida, propicie su desarrollo personal y familiar, facilite el ejercicio de sus derechos y obligaciones y la construcción de una sociedad solidaria, justa, próspera y productiva.

Como parte del proyecto han elaborado la Guía Metodológica IDEAS Y PLAN DE NEGOCIO: “Generando cultura emprendedora”, este instrumento curricular propone un modelo pedagógico, orientaciones y estrategias metodológicas para desarrollar capacidades emprendedoras en los estudiantes de educación secundaria; ofrece, también, un conjunto de sesiones que permiten al docente mediar aprendizajes sobre la formulación de ideas y planes de negocios.

Asimismo, han elaborado una separata para el estudiante, la cual contiene un conjunto de herramientas que le permiten reflexionar y movilizar sus habilidades, conocimientos, actitudes y motivaciones para formular ideas y planes de negocio, cada parte de la separata está vinculada a las sesiones de aprendizaje previstas en la guía metodológica para el docente. En este sentido ambos instrumentos curriculares contribuirán a mejorar la práctica pedagógica de los docentes y a desarrollar las capacidades emprendedoras de los estudiantes.

Mg. Brey Rojas Arroyo
Especialista EPT - Ministerio Educación

La Institución Educativa N° 0152 “José Carlos Mariátegui”, UGEL 05-SJL / EA como escuela emprendedora y comprometida con el Proyecto Educativo Nacional al 2021 (PEN), asume los grandes retos de nuestro país formando líderes visionarios generadores de una cultura emprendedora, en la que los docentes y estudiantes desarrollen y potencien desempeños y actitudes eficientes, aprovechando todas las fortalezas de la I.E.

El proyecto **“Escuela Generadora de una Cultura Emprendedora”** constituye una alternativa pedagógica porque articula y pone en práctica las competencias desarrolladas por todas las áreas de la Educación Secundaria. El estudiante, al diseñar, elaborar y ejecutar planes de negocio o proyectos productivos, pondrá en evidencia las capacidades, conocimientos, motivaciones y actitudes desarrolladas a través del currículo de historia, geografía y economía, comunicación, matemáticas, ciencia tecnología y ambiente, formación ciudadana y cívica, etc.; y otros recursos de su entorno, familiar y socio cultural; para ello, se hace necesario el acompañamiento de sus docentes, tutores y padres de familia.

Durante estos dos primeros años del proyecto, se han ido validando metodologías, cuyo producto es este material resultado de un conjunto de esfuerzos asumidos por los miembros de nuestra comunidad educativa, con el valioso apoyo de la Organización Acción y Desarrollo; ello constituye un soporte del quehacer educativo para que nuestros estudiantes, sobre la base del desarrollo de su emprendimiento, puedan enfrentarse con éxito al mundo globalizado y competitivo.

Este proyecto compromete a las autoridades educativas, padres de familia, gobiernos locales y a las organizaciones no gubernamentales, y así poder apostar por un servicio educativo que responda a las demandas de la comunidad.

Esperamos que la presente Guía Metodológica, Ideas y Planes de Negocio contribuya a mejorar nuestra labor pedagógica y a la vez estaremos prestos a recibir sugerencias para enriquecer su contenido.

Lic. Teodoro Reyna Reyna¹

¹ Director de la Institución Educativa N° 0152 - José Carlos Mariátegui – SJL.

introducción

"El Ministerio de Educación es responsable de diseñar los currículos básicos nacionales. En la instancia regional y local se diversifican con el fin de responder a las características de los estudiantes y del entorno; en ese marco, cada Institución Educativa construye su propuesta curricular, que tiene valor oficial".

*Ley General de Educación Artículo 33º.
Currículo de la Educación Básica*

ACCIÓN Y DESARROLLO² es una institución que tiene como misión aportar en la construcción de una sociedad con equidad entre hombres y mujeres, como estrategia clave para impulsar procesos de desarrollo en poblaciones social y económicamente vulnerables de Lima, Junín y Huancavelica. En el marco de esta propuesta institucional, Acción y Desarrollo asociada con las Instituciones Educativas 0152 "José Carlos Mariátegui" y 1183 "Saúl Cantoral Huamaní" de San Juan de Lurigancho – Lima, está validando el proyecto **"Escuelas generadoras de una cultura emprendedora"**.

"Escuelas emprendedoras" promueve el desarrollo de capacidades y actitudes emprendedoras de los estudiantes, para insertarse en el mercado laboral y/o generar unidades productivas o de negocios, sean propios o en asociación con sus familiares; y apuesta a que los adolescentes sean agentes productivos que contribuyan al desarrollo de sí mismos, de sus familias y su comunidad.

"Escuelas emprendedoras" promueve el fortalecimiento e innovación de la gestión educativa, impulsando los talleres productivos de las instituciones educativas a través de unidades de capacitación y gestión empresarial lideradas por los docentes de educación para el trabajo. Además, se propone generar en el ámbito local una cultura emprendedora desde las escuelas, sensibilizando y movilizándolo a sus autoridades educativas y locales para que valoren y apoyen al emprendedor/a.

Con este objetivo se ha elaborado la Guía Metodología **Ideas y Planes de Negocio**, documento para los docentes del área de Educación para el Trabajo y cualquier otro actor educativo con vocación de apoyar procesos de emprendimiento de los estudiantes de 3ro., 4to. y 5to. grados del nivel secundario. Esta guía ayudará a los estudiantes en la tarea de elaborar su plan de negocio porque contiene metodología, programación curricular, recomendaciones para el desarrollo de las sesiones, 20 sesiones prácticas que orientan el desarrollo del plan de gestión, plan de marketing, plan de producción, plan de costos y financiamientos con ejemplos de casos de gestión empresarial; además, incluye anexos que ofrecen fichas de lectura y trabajo, una separata para los/as estudiantes y un CD con videos como recursos pedagógico de las sesiones.

Esperamos que este material sea una herramienta de trabajo en el aula pues ya sabemos que iniciar un negocio o empresa no es cosa fácil. Es labor del docente guiar y ayudar a sus estudiantes a comprender que tampoco es difícil o imposible de realizar; se trata de compartir con ellos dicho proceso que requiere de planificación, disposición, perseverancia y actitud personal; que al final los llevará al éxito.

Finalmente, reconocemos que esta tarea y apuesta no habría sido posible si no hubiéramos contado con el apoyo y financiamiento de la Fundación Interamericana - IAF de EE.UU. A ellos, en las personas de la Dra. Miriam Brandao y del señor Juan Carlos Rheineck, nuestra eterna gratitud por su confianza.

² Asociación civil sin fines de lucro, con alta especialización y experiencia en el campo de la promoción del desarrollo, tanto en ámbito rural como urbano marginal. Se encuentra inscrita en Registros Públicos, Número de Partida 12161277 de la Oficina Registral de Lima, con RUC 20493140516, y reconocida por la Agencia Peruana de Cooperación Internacional (APCI) según Resolución Directoral Ejecutiva 371-2009/APCI-DOC. 11.09.2009. Con renovación de vigencia según Resolución Directoral Ejecutiva 143-2013/APCI-DOC. 15.03.2013

1. aspectos generales

1.1. METODOLOGÍA

Todo proceso de enseñanza y aprendizaje será más significativo y efectivo si se parte de lo que el estudiante ha vivido, visto, realizado o experimentado; es decir, partir de los **saberes previos**. Por ello, se recomienda hacer uso de estrategias de aprendizaje participativo; esto significa facilitar al estudiante un proceso que **"active"** su mente, su pensamiento, su capacidad de reflexionar, criticar, cuestionar, hacer y crear; sólo así se estarán produciendo **verdaderos aprendizajes**.

Los docentes debemos facilitar procesos de aprendizaje; para ello, se requiere producir y emplear contenidos, técnicas, dinámicas y recursos que en su diseño tengan un enfoque activo y participativo, que permitan que los estudiantes construyan su propio aprendizaje; con lo cual lograremos los aprendizajes esperados.

En los contextos educativos en los que nos desempeñamos, la metodología planteada en la presente guía requerirá de mayor compromiso, ya que nos tomará más tiempo para nuestra preparación y tendremos algunas dificultades para poder disponer de todos los recursos requeridos; asimismo, se necesitará hacer cambios en algunas estructuras organizativas ya establecidas en la institución educativa, tales como mayor tiempo para estos temas; todo ello para animar a los docentes a luchar y no rendirse y prepararse para responder a estos retos. Esto debe ser parte de la constante tarea de cambiar o mejorar nuestra práctica pedagógica por lo que deberemos echar mano de nuestra creatividad y capacidad de gestión.

La metodología presentada en esta guía intenta implementar cuatro fases en el desarrollo de las sesiones, las cuales podrían darse de manera cíclica, paralela, transversal o parcial al momento de su aplicación; esto dependerá de las condiciones que el docente desarrolle, de las condiciones en la I.E. y de los recursos que gestione y cuente para dicha tarea (tiempo, tamaño del aula, tipo de mobiliario, recursos materiales, tecnológicos, etc.).

Recoger y Motivar saberes previos:

se moviliza la voluntad del estudiante por aprender, es decir, provocar interés hacia el desarrollo de los aprendizajes esperados. Se recoge sus conocimientos sobre el objeto en estudio.

Reflexionar:

el estudiante utiliza su capacidad de análisis, compara información, se le genera el conflicto cognitivo a través de preguntas.

Evaluación:

Momento para dar seguimiento al logro de los aprendizajes esperados y medir los indicadores.

Aprender y consolidar:

En esta fase el docente debe apoyar el proceso de dar respuestas al conflicto cognitivo. Pone en práctica lo aprendido y elabora algo propio.

Fases de la Metodología

- a) **Recoger y Motivar saberes previos.**- En esta fase el docente tiene que generar en el estudiante la voluntad de aprender, es decir, provocar interés hacia el desarrollo de los aprendizajes esperados; una forma sería haciéndoles ver la necesidad de prepararse para el mundo del trabajo y cómo eso aportaría a su proyecto de vida y a su trayectoria; esta necesidad se puede presentar de diversas formas de manera creativa a través de las sesiones. Además, el docente debe indagar sobre la información o conocimientos que tienen los estudiantes sobre los aprendizajes a desarrollar, esto lo puede hacer a través del recojo de sus experiencias en la vida cotidiana familiar.
- b) **Reflexionar:** en esta fase el docente debe promover que el estudiante haga uso de su capacidad de análisis de los contenidos, teniéndolos en consideración y articulándolos a sus saberes previos. Esta fase está asociada a la pregunta como fuente de aprendizaje, motivando a la indagación y generando el conflicto cognitivo. Se trata de un proceso dialéctico de aprendizaje. Para ello, el docente debe plantear un conjunto de preguntas sobre los diversos aspectos de la gestión como centro de interés: ¿qué quiero hacer? ¿con qué finalidad se ha elaborado? ¿cómo lo voy hacer? ¿cuál es el proceso de producción? ¿cómo lo controlo o superviso? ¿qué necesito? ¿cuánto necesito? ¿es rentable? ¿es sostenible? ¿con qué cuento para hacerlo?, etc., etc.
- c) **Aprender y consolidar.**- En esta fase el docente debe apoyar el proceso de dar respuestas al conflicto cognitivo, integrando los saberes de los estudiantes con los aportes recibidos y los nuevos conocimientos compartidos. Asimismo, debe animar y acompañar al estudiante para poner en práctica lo asimilado, siguiendo un esquema y utilizando recursos o elementos ya identificados en las fases anteriores. **En esta fase el estudiante organiza su aprendizaje y genera un producto propio** y el docente apoya este proceso proporcionándole un marco teórico referencial, además del generado por ellos; los ayuda a llevarlo a nivel de construcción práctica.
- d) **Evaluación:** en esta fase, el docente debe realizar un seguimiento del logro de los aprendizajes esperados, para ello en la guía presentamos dos momentos.

Primer momento: al cerrar cada sesión se plantea que los estudiantes respondan a preguntas sencillas, individual o grupalmente; dichas preguntas pretenden de manera rápida percibir el nivel de aceptación de los estudiantes hacia el tema tratado, asimismo, de forma indirecta debería ayudar al docente a mejorar su práctica durante cada sesión.

Segundo momento: Después de culminada cada sesión, el docente debe remitirse a la lista de co-tejo (instrumento de evaluación) que le permitirá verificar el logro de los indicadores planteados en cada sesión.

Este instrumento es de sencillo llenado porque implica solo marcar lo observado y, eventualmente, anotar observaciones. Sirve al docente para obtener información sobre las conductas, si están o no presentes; esto producirá una posterior valoración que le permitirá verificar y demostrar el logro de los aprendizajes esperados y, por ende, las capacidades planteadas en la malla curricular.

1.2. PROGRAMA CURRICULAR

Sesión	Tiempo	Título de la sesión	Capacidades*	Conocimientos	Actitudes	Aprendizaje esperado	Indicadores
1	45 min.	1. Conociendo mi país y sus emprendedores. 1.1 Había una vez un país llamado Perú... 1.2 Lima riqueza y diversidad.	Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica.	Características económicas del país y región.	Valora la biodiversidad del país y se identifica con el desarrollo sostenible.	Identifica las oportunidades que ofrece la economía del país y de la región para generar negocios.	Expresan verbalmente su interés por conocer los elementos y oportunidades que ofrece la economía de su región y país.
		1.3 San Juan de Lurigancho un distrito emprendedor. 1.4 Historias de emprendedores (as).		Características económicas del distrito. Características de los emprendedores.		Identifica las características de la economía de su distrito y de los emprendedores	Subrayan en las lecturas entregadas por el docente las características y el potencial económico de su distrito y de sus emprendedores.
3	45 min.	2. Decidiendo mi vida laboral y mi idea de negocio o empresa. 2.1 ¿Qué haré al egresar del colegio?	Identifica y analiza fuentes y procedimientos para la inserción laboral.	Orientación Vocacional: Plan de vida y toma de decisiones en el área laboral.	Tiene disposición y confianza en sí mismo.	Analiza su futuro laboral y sus posibilidades para desarrollar una empresa	Redactan su plan de vida laboral.
		2.2 Y ¡tú! ¿Cuán emprendedor(a) eres?		Autoevaluación de características emprendedoras.	Tiene voluntad y automotivación para el logro de sus metas.	Evalúa sus capacidades emprendedoras para	Elabora un cuadro de doble entrada en el que señalan sus fortalezas y debilidades para emprender negocios.
4	90 min.						

* Diseño Curricular Nacional EBR - MINEDU

Sesión	Tiempo	Título de la sesión	Capacidades	Conocimientos	Actitudes	Aprendizaje esperado	Indicadores
5	90 min.	3. Empresa y el plan de negocio 3.1 ¿Qué es una empresa y/o negocio? 3.2 ¿Cuál es la importancia de la empresa? 3.3 ¿Qué es un plan de negocio o empresa? 3.4 ¿Por qué es importante elaborar un plan de negocio o empresa?	Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica.	Empresa, negocio, concepto, importancia. Plan de negocio, concepto e importancia.	Tiene voluntad y automotivación para el logro de sus metas.	Analiza el concepto de empresa. Valora la importancia de elaborar un plan de negocio.	Expresan en forma colectiva la importancia de elaborar un plan de negocio.
6	45 min.	3.5 ¿Cómo y dónde puedo encontrar una buena idea para mi empresa o negocio?	Formula planes de negocios e identifica las normas y procedimientos para la constitución de una microempresa.	Ideas de negocio, necesidades, identificación de la idea de negocio.	Muestra disposición emprendedora.	Identifica las necesidades u oportunidades del mercado para generar ideas de negocio	Escriben en sus fichas de trabajo las necesidades u oportunidades que identifican en el mercado para generar ideas de negocio
7	90 min.	3.6 ¿Cuál será mi idea de negocio o empresa?	Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica.	Necesidades no atendidas del mercado.	Muestra disposición emprendedora.	Selecciona una idea de negocio que desarrollará como plan de negocio.	Redactan la idea de negocio que han seleccionado en su formato de plan de negocio.

Sesión	Tiempo	Título de la sesión	Capacidades	Conocimientos	Actitudes	Aprendizaje esperado	Indicadores
8	90 min.	4. Plan de Marketing. 4.1 ¿Qué necesidades está atendiendo el sector empresarial?	Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica.	Marketing, necesidades de los clientes o consumidores. Generación de estrategias: producto precio, plaza, publicidad.	Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.	Formula el plan de marketing de su idea de negocio	Elaboran el plan de Marketing de su idea de negocio.
9	90 min.	4.2 ¿Qué hará para que mi producto sea el mejor y se venda más?	Comprensión y aplicación de tecnologías. Produce un producto y diseña la comunicación del producto y la imagen de la empresa.	Producto o servicio, características y calidad. Acciones y estrategias de ventas.	Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.	Formula estrategias para mejorar su producto estrella y las ventas de su negocio.	Enumeran estrategias que mejoren su producto estrella y las ventas de su negocio.
10	90 min.	5. Plan de Gestión. 5.1 ¿En qué consiste mi negocio o empresa? 5.2 Visión ¿Hasta dónde quiero llegar con mi negocio o empresa?	Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica.	Procesos de la gestión empresarial. Descripción del negocio. Visión, misión: concepto. Valores, principios, ejemplos.	Muestra disponibilidad para liderar equipos de trabajo.	Describe las características y visión del negocio.	Escriben las características y visión de su negocio.
11	90 min.	5.3 Misión ¿A qué me dedicaré en mi negocio o empresa? 5.4 ¿Cuáles serán los valores y principios que practicaré?				Identifica la misión, los valores y principios de su negocio.	Describen en su Plan de negocio, la misión, los valores y principios de su negocio.

Sesión	Tiempo	Título de la sesión	Capacidades	Conocimientos	Actitudes	Aprendizaje esperado	Indicadores
12	45 min.	5.5 ¿Quiénes serán parte y apoyarán en el negocio o empresa?	Comprende, analiza y evalúa planes de negocios, normas y procesos para la constitución y gestión de microempresas, salud laboral y legislación laboral.	Organización, funciones y estructura de la empresa.	Cumple con las normas de seguridad.	Diseña la estructura Organizacional y funcional de su negocio.	Grafican en su de Plan de negocio el organigrama y las principales funciones de cada puesto de trabajo.
13	90 min.	5.6 ¿Qué debo hacer para formalizar mi negocio o empresa?		Formalización de la empresa: pasos.		Identifica la importancia y los beneficios de formalizar su negocio.	Escriben una carta donde describen los requisitos y beneficios que trae la formalización.
14	90 min.	6. Plan de Producción. 6.1 ¿Cómo es el proceso productivo de mi negocio o empresa? 6.1.1 Cuántas personas necesitaré?	Ejecuta procesos para la producción de un bien o prestación de un servicio de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica, considerando las normas de seguridad y control de la calidad en forma creativa y disposición emprendedora.	Proceso productivo del producto o servicio: concepto, importancia, etapas.	Tiene disposición para trabajar cooperativamente.	Diseña el proceso productivo de su negocio.	Definen en un gráfico el proceso productivo de su negocio, así como los materiales que necesita en su separata de Plan de negocio.
15	45 min.	6.2 ¿Cuál será la calidad de mi(s) producto(s)?		Concepto, importancia, pasos para lograr la calidad de un producto en el proceso productivo.		Identifica la importancia de la calidad de los productos y/o servicios en las etapas del proceso productivo.	Describen la calidad de sus productos y/o servicios en su separata de plan de negocio.
16	45 min.	6.3 ¿Cuánto tiempo de vida tendrán mis herramientas, máquinas y equipos?		Depreciación, concepto, importancia, beneficios para el negocio	Cumple con las normas de seguridad.	Calcula la vida útil de sus herramientas, máquinas y equipos (depreciación).	Desarrollan ejercicios de depreciación de su maquinaria y herramientas en la separata de Plan de negocio.

Sesión	Tiempo	Título de la sesión	Capacidades	Conocimientos	Actitudes	Aprendizaje esperado	Indicadores
17	45 min.	7. Plan de costos y financiamiento 7.1 ¿Cuál es el costo de mi producto?	Comprende, analiza y evalúa planes de negocios, normas y procesos para la constitución y gestión de microempresas, salud laboral y legislación laboral.	Costos, concepto, importancia, tipos. Fórmula para calcularlos.	Muestra autonomía para tomar decisiones y actuar.	Calcula los costos de fabricación de los productos o servicios que ofrecerá su negocio.	Determinan a través de ejercicios el costo unitario de sus productos y costos de producción de su negocio.
18	45 min.	7.2 ¿Cuál será el precio de mi producto?		Precio de venta, concepto, pasos para calcularlo.		Calcula el precio de venta de sus productos o servicios.	Aplican fórmulas para definir el precio de venta del producto o servicio que ofrecerá su negocio.
19	45 min.	7.3 ¿Cuántas unidades necesito vender al inicio en mi negocio o empresa para ganar y no fracasar?		Punto de equilibrio, concepto. Fórmula para calcularlo. Estado de pérdidas y ganancias. Concepto. Fórmula para calcularlo.		Calcula el punto de equilibrio para evitar las pérdidas en su negocio.	Determinan a través de ejercicios el punto de equilibrio para su producto.
		7.4 ¿Cuánto voy a ganar o perder si realizo este negocio o empresa?				Formula el Estado de Ganancias y Pérdidas para conocer la rentabilidad de su Negocio en un período de tiempo.	Elaboran el Estado de Ganancias y Pérdidas de su negocio.
20	45 min.	7.5 ¿Cuánto necesito para iniciar mi negocio o empresa?		Inversión, importancia, elementos. Factores que favorecen el crédito.		Calcula el monto total de la inversión para iniciar su negocio. Analiza las posibilidades de financiamiento con las que cuenta para iniciar su negocio.	Determinan el monto total de inversión que requieren para iniciar su negocio y las posibles fuentes de financiamiento.

1.3. ORGANIZACIÓN DE LAS SESIONES

Las sesiones están organizadas en once componentes:

1. **Sesión.-** Indica el número de la sesión a desarrollar.
2. **Área.-** Indica el área o curso al que pertenece la sesión.
3. **Título.-** Indica el tema o contenido a tratar de una manera amigable para el lector sea docente o estudiante.
4. **Aprendizaje esperado.-** Se presenta la capacidad, habilidad y/o actitud que se espera el estudiante adquiera, desarrolle o fortalezca, articulándolas al contenido de la sesión.
5. **Recursos.-** Aquí podrán encontrar todos los materiales que son necesarios para el desarrollo de la sesión.
6. **Tiempo.-** Se mencionan los minutos que dura la sesión.
7. **Indicador.-** Aquí se señala la variable que el docente debe medir para definir el nivel de logro de los aprendizajes de la sesión, es decir, cuánto o en qué medida se evidenció la acción observable prevista en los estudiantes.
8. **Inicio de sesión.-** En esta parte se detalla el propósito de la sesión a los estudiantes, aquí se produce la primera fase del proceso metodológico, **“motivación y activación de saberes previos”**, es decir, se busca generar interés y llamar la atención de los estudiantes para aprender, recoger los saberes previos y movilizar su voluntad. El elemento motivación debe mantenerse durante el desarrollo de toda la sesión.
9. **Desarrollo de la sesión.-** Esta es la parte que consideramos medular ya que dos fases del modelo metodológico se desarrollan aquí, donde se busca generar el nudo o centro del aprendizaje. Aquí encontramos la fase de **“reflexionar”**: en esta fase el docente debe promover que el estudiante haga uso de su capacidad de análisis de los contenidos, teniéndolos en consideración y articulándolos a sus saberes previos. Esta fase está asociada con la pregunta como fuente de aprendizaje; motivando a la indagación, generando el conflicto cognitivo. Se trata de un proceso dialéctico de aprendizaje. Además el **“aprender y construir”**, fase donde el docente debe promover el intercambio de ideas, estimular el trabajo en grupo, proporcionar un marco teórico y práctico complementario a lo reflexionado por los estudiantes y apoyar el proceso de dar respuestas al conflicto cognitivo, integrando sus saberes con los aportes recibidos y los nuevos conocimientos compartidos.
10. **Cierre de la sesión.-** Esta es la parte donde el docente culmina la sesión y conecta con la siguiente a través de tareas para la casa. Es un momento breve que permite al docente evaluar a nivel de auto y co-evaluación con los estudiantes sobre la sesión desarrollada. Para una **“evaluación”** del proceso podría incorporar un instrumento que le **permita** registrar el logro de los aprendizajes esperados y los productos de cada sesión.

1.4. RECOMENDACIONES A LOS DOCENTES PARA EL DESARROLLO DE LAS SESIONES

Con el propósito de lograr un trabajo pedagógico efectivo, se requiere que el docente considere los siguientes aspectos:

a) Participativo:

Los estudiantes se involucran en todo el proceso de formación, expresando sus experiencias y conocimientos previos, con lo cual los aprendizajes son significativos y pertinentes.

Los aprendizajes se desarrollan en un ambiente favorable y de confianza, mediante una permanente comunicación e interrelación entre estudiantes y docentes.

b) Respetuoso:

En los procesos de enseñanza y aprendizaje se reconocen y contrastan experiencias personales, familiares y comunitarias, derivadas de las diferentes realidades culturales; estas deben valorarse y respetarse, tanto como los sentimientos y emociones que en ellas subyacen.

d) Cooperativo:

Los procesos de enseñanza y aprendizaje son compartidos. Cada estudiante es responsable de su propio aprendizaje (reforzar autonomía), pero también es responsable de los aprendizajes del grupo.

e) Reflexivo y resolutivo:

En los procesos de enseñanza y aprendizaje se promueve la reflexión y el análisis de experiencias, casos, ejemplos concretos, recuperando la propia realidad de los estudiantes y llegando al planteamiento de soluciones a los problemas, limitaciones identificadas y/o situaciones planteadas.

f) Ritmos de aprendizaje:

Supone el respeto de los ritmos de aprendizaje de cada estudiante (apoyo a quienes trabajan con lentitud, pero sin descuidar a los que avanzan con mayor rapidez).

g) Niveles de flexibilidad:

Se expresa en la flexibilización de las actividades de acuerdo a la realidad en la que se encuentra, buscando personalizarla en función de los estudiantes y sus necesidades.

h) Lenguaje

Empleo de un lenguaje sencillo y claro, capaz de traducir claramente las ideas centrales y los conceptos que cada actividad requiera.

i) Tiempos de trabajo

Expresado en el respeto de los tiempos señalados y/o recomendados en cada sesión, siempre y cuando no se sacrifique lo medular del aprendizaje.

j) Previsión de recursos

Es importante que el docente realice una revisión y planificación de las sesiones con anticipación, previendo la necesidad o uso de lecturas complementarias, preparación de fichas, solicitud de equipos, aulas, etc. permitiéndosele solicitar a los estudiantes los materiales mínimos y necesarios para la realización de cada sesión.

k) Evaluación

Es un proceso que permite evaluar el nivel de logro de aprendizaje de los estudiantes, asimismo, debe ayudarnos a fortalecer, modificar o cambiar nuestra práctica pedagógica hasta conseguir los resultados de aprendizaje planteados y esperados.

En lo que respecta a nuestra práctica pedagógica será necesario que realicemos una permanente autoevaluación, mirar hacia adentro de nuestra persona, nuestra actitud y disposición para recibir información positiva o negativa de nuestra práctica pedagógica. Tomar con buen ánimo los resultados de los momentos de evaluación durante el cierre de las sesiones, reconocer las fallas y automotivarnos para mejorar cada día; este es el primer proceso que nos permite seguir aprendiendo, corrigiendo nuestra práctica y promover con el ejemplo la autoevaluación entre los estudiantes.

En lo que respecta a los estudiantes es necesario y vital estimular y reconocer los logros y avances de todos los estudiantes, valorar los aprendizajes obtenidos, reconociendo sus ritmos de aprendizaje, ponderando la toma de conciencia de lo aprendido (Auto-evaluación) y el reconocimiento del aprendizaje del "otro" (Co-evaluación).

2. sesiones para la elaboración de un plan de negocio

Sesión

1

Conociendo a mi país y sus emprendedores



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Conociendo mi país y sus emprendedores - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Identifica las oportunidades que ofrece la economía del país y de la región para generar negocios.
RECURSOS	:	Lápiz, borrador, periódicos, noticias extraídas de internet, papelotes con gráficos, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Expresa verbalmente su interés por conocer los elementos y oportunidades que ofrece la economía de su región y país.



INICIO DE SESIÓN (10 minutos):

El docente explica que esta sesión los llevará a introducirse en el “mundo de la economía”, aparentemente aburrido, pero con respuestas muy interesantes para nuestra vida cotidiana y futuro laboral. Vamos a formularnos preguntas que nos permitirán conocer algo de él.

Para ello el docente organiza a los estudiantes en grupos, les entrega cartillas que contienen las siguientes preguntas:

- ¿por qué sube el precio de los alimentos que comemos diariamente?
- ¿cuánto podemos gastar en ropa, calzado o accesorios?
- ¿el Banco Central de Reserva podría emitir más dinero para que todos podamos recibirlo?

Les pide que las comenten entre compañeros, y anoten una respuesta. Luego pide que 2 o 3 estudiantes compartan sus anotaciones. El docente, a partir de lo compartido por los estudiantes, genera otras preguntas:

- ¿por qué es importante conocer de economía?
- ¿qué oportunidades nos ofrece la economía hoy?

Anota en la pizarra las respuestas. Esta etapa tiene que ayudar al docente a generar motivación, interés y captar algunos saberes previos de los estudiantes.



DESARROLLO (30 minutos):

A continuación el docente les pide a algunos estudiantes leer la Ficha N° 1: “Lima riqueza y diversidad” (listado de oportunidades) (anexo) de esta guía, que les permitirá reflexionar sobre las oportunidades que la economía presenta para la inversión y desarrollo de empresas.

Preguntas para la reflexión:

- ¿Cómo se están comportando los hogares en su consumo?
- ¿Cómo se están comportando las empresas en sus ventas?
- ¿Cómo está la economía de nuestro país?
- ¿Cómo está la economía en Lima?
- ¿A quiénes vende el Perú, qué vendemos?
- ¿A quiénes compramos, quién nos compra? ¿Qué nos compran?
- ¿Qué está pasando fuera de nuestro país que afecta o favorece nuestra economía?



El docente interviene para esclarecer las ideas presentadas y establecer algunos elementos de la economía que actualmente favorecen el desarrollo de empresas y, por ende, el desarrollo de los planes de negocio de los estudiantes.

Elementos que indican la situación de la economía creciente en nuestro país

- Mayor capacidad adquisitiva de los hogares
- Fortalecimiento de nuestra moneda, el sol
- Crecimiento y fortalecimiento de las empresas, emporios comerciales (Gamarra)
- Menos desempleo
- Aumento del empleo formal
- Crecimiento de nuestra macroeconomía al 6% anual
- Caída del dólar
- El Perú tiene credibilidad en el exterior
- Mayor acceso a la tecnología e información
- Crecimiento de otras regiones de nuestro país

El docente pide a los estudiantes que realicen una lista de oportunidades que ofrece actualmente nuestro país a los emprendedores y empresarios del distrito; si el tiempo fuera insuficiente, deben realizarlo en casa y traerlo como tarea para su posterior revisión.



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los participantes que respondan a la siguiente pregunta:

- ¿sientes que la economía de nuestro país puede ayudar a desarrollar empresas? ¿por qué?
- ¿si tuvieras dinero para invertir desarrollarías algún tipo de empresa? ¿por qué?



TAREA PARA CASA:

Se les indica a los estudiantes que usando el Internet busquen y escriban los 10 sectores con mayor crecimiento económico en nuestro país y en Lima.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Conociendo mi país y sus emprendedores - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO SUS	:	Identifica las características de la economía de su distrito y de emprendedores.
RECURSOS	:	Lápiz, papelote, plumones, lapicero, fotocopia, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Subrayan en las lecturas entregadas por el docente las características y el potencial económico de su distrito y de sus emprendedoras.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión conocerán algunos datos de su distrito y a sus emprendedores(as), lo que les permitirá tener mayor información y elementos para desarrollarse como empresarios, elaborar su plan de negocio y gestionar su empresa.

A continuación el docente presenta un mapa grande de San Juan de Lurigancho, pide a dos estudiantes que ubiquen sus casas y/o viviendas, para esta acción pueden usar limpiatipos o un sticker pequeño, etc. Luego pide a otros dos estudiantes que ubiquen las zonas de mayor concentración de comercio; para ello, pueden usar colores para sombrear zonas de concentración de comercios, talleres, grandes mercados, etc. También se podría trabajar organizando a los estudiantes por grupos para luego socializarlo. La estrategia dependerá del tiempo.

A partir de este ejercicio realiza las siguientes preguntas:

- ¿las zonas de comercio identificadas están cerca a sus casas?
- ¿las zonas de producción identificadas están cerca a sus casas?
- ¿tienen familiares trabajando en estas zonas? ¿alguno de ustedes trabaja o ha trabajado en estas zonas?
- ¿qué tipos de negocios o empresas hay en estas zonas, a qué se dedican?
- ¿siempre habrán sido así estas zonas?
- ¿cuánto dinero invertido habrá en estas zonas?
- ¿cómo serán las personas que iniciaron y desarrollan las empresas en estas zonas?

El docente toma apuntes en la pizarra y junto con los estudiantes redondea los saberes recogidos.



DESARROLLO (30 minutos):

El docente lee junto con los estudiantes la Ficha N° 2: "San Juan de Lurigancho un distrito Empleado" (anexo) de esta guía. Les pide que marquen o identifiquen lo más resaltante.

Luego, promueve que los estudiantes articulen la lectura de la página 68 con el ejercicio del mapa, comparando y complementando datos. Para lograr este proceso el docente formulará las siguientes preguntas:

- ¿cómo se están comportando los hogares en el distrito?
- ¿cómo se están comportando las empresas?
- ¿a quiénes vende el distrito, qué vendemos?
- ¿a quiénes compramos, quién nos compra? ¿Qué nos compran?
- ¿qué está pasando fuera de nuestro distrito que afecta o favorece nuestra economía?
- ¿cuánto estamos vendiendo en soles o dólares?
- ¿dónde podemos encontrar oportunidades de inversión en nuestro distrito?

El docente toma apuntes en la pizarra y junto con los estudiantes redondea el análisis.



El docente pide a los estudiantes dar lectura a la Ficha N° 3: “Historias de emprendedores(as)”, anexo de esta guía, juntamente con ellos subraya las principales características de las emprendedoras. A continuación reflexiona con los estudiantes realizando las siguientes preguntas:

- ¿conoces a personas emprendedoras?
- ¿qué características tienen? ¿Cómo lograron desarrollarlas?
- ¿cómo contribuyen al desarrollo del distrito, región o país?
- ¿cuál es la importancia de tener emprendedores en un distrito, región o país?



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:

Preguntas para evaluar el aprendizaje esperado: ¿crees que los temas tratados te ayudan a comprender la importancia de las empresas en un distrito? ¿qué potencialidades económicas has identificado en tu distrito?

Señala una característica emprendedora que hayas reconocido en ti.

Preguntas para evaluar satisfacción con la sesión: Puedes hacer la siguiente pregunta: ¿cómo te sentiste durante la sesión? Luego entregar papelitos que contengan 😊😊😊, al finalizar la clase ellos pueden pegar en el papelote respondiendo a la pregunta con las caritas. Luego podrás hacer un conteo y tener una evaluación de satisfacción sobre el logro en la clase.



TAREA PARA CASA:

Los estudiantes deben volver a leer la Ficha N° 2: “San Juan de Lurigancho un distrito Emprendedor” (anexo) de esta guía y subrayar los elementos más importantes. Además, deben investigar en internet sobre: ¿cuáles son las ventajas de la existencia de más empresas y emprendedores en una región o distrito?



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Decidiendo mi vida laboral - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Analiza su futuro laboral y sus posibilidades para desarrollar una empresa.
RECURSOS	:	Lapicero, cuaderno, fotocopia, papelotes, plumones, stickers o limpiatipo.
TIEMPO	:	55 minutos
INDICADOR	:	Redactan su plan de vida laboral.



INICIO DE SESIÓN (20 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión pensarán en ellos mismos y en las decisiones que tomarán para su vida laboral, como por ejemplo: pensar qué harán al egresar del colegio. Algunos estudiantes podrían mencionar que ya vienen desarrollando alguna labor por la que perciben dinero, a ellos se los debe alentar para pensar si seguirán en esa labor; y a los que no trabajan, reflexionar sobre cómo generar sus ingresos en el futuro cercano, qué elecciones harán.

El docente entrega a los estudiantes el caso de Pablo Puertas. Este caso permitirá que los estudiantes puedan seguir analizando y encontrando respuestas a los posibles dilemas que se les presenten para enfrentar su futuro laboral.

Caso: Pablo Puertas

Pablo es un joven que está por acabar la secundaria. Su familia está constituida por mamá, papá y tres hermanos, los cuales están estudiando en el colegio. Su familia se dedica a la confección de polos, toda la familia está involucrada. Durante las vacaciones y en época escolar también trabajan en el negocio familiar. Tiene que tomar decisiones sobre su futuro después de egresar del colegio.

Opciones de Pablo:

- ➔ Sólo estudiar, decidir qué va a estudiar y si tiene recursos para hacerlo
- ➔ Sólo trabajar, empleándose para otros
- ➔ Sólo trabajar en el negocio de su familia
- ➔ Sólo trabajar creando su propio negocio
- ➔ Estudiar y trabajar, considerar tiempos y recursos para hacerlo
- ➔ Dedicarse a descansar un par de años después del colegio

¿Qué decidirías tú si fueras Pablo? ¿Qué otras opciones podría tener Pablo?

En grupo reflexionan y establecen una conclusión sobre el caso, un(a) representante de cada grupo lee para toda el aula.



El docente lee junto con los estudiantes la ficha N° 4: “Qué haré al egresar del colegio”, y dan lectura al texto, que encontrarás en el anexo de esta guía. Esto les ayudará a identificar obstáculos y soluciones frente a ellos, lo que permitirá que elaboren su plan de vida con mayores recursos. Luego completan su ficha.



DESARROLLO (30 minutos):

A continuación el docente les pide que cierren los ojos y se recuesten en las carpetas, luego les pide que a través de la imaginación se trasladen al futuro en 3 – 5 años. Luego pregunta:

¿qué estás haciendo en ese momento? ¿vives con tus padres? ¿estudias o trabajas? ¿quiénes son tus amigos? ¿qué prioridades tienes? ¿qué talentos tienes? ¿qué capacidades?
¿dónde trabajas? ¿con quiénes? ¿qué labor desempeñas? ¿quién es el jefe de la empresa u organización?
¿cuántas horas trabajas? ¿cuánto dinero percibes? ¿para qué lo haces? ¿qué quieres lograr? ¿qué nuevas metas tienes en esa época?

Luego de unos minutos les pide abrir los ojos para poder recordar lo que se imaginaron y escribirlo en la Ficha N° 4: “Qué haré al egresar del colegio”, en la sección “Misión personal y pasos que debo dar” que encontrarás en el anexo de esta guía.



CIERRE (5 minutos):

El docente cierra la sesión indicando que definir o tomar decisiones sobre nuestro desarrollo laboral, es un proceso que tiene varios momentos y debe considerar otros elementos para poder concretarlo. Entonces para seguir en ese proceso deben desarrollar la tarea que les indicará luego de la evaluación.

Para la etapa de evaluación les pregunta y pide que respondan oralmente:

¿crees que los temas tratados hoy te motivaron para elaborar tu plan de vida laboral? ¿cómo te sentiste durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Se les indica a los estudiantes que tomen un tiempo para conversar con sus padres, apoderados o familiares lo que han esbozado sobre su “plan de vida laboral” para los próximos años, esto debe ayudarlos a entender o negociar con ellos qué apoyo podrían darles, lo que les permitirá tomar decisiones.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Decidiendo mi vida laboral - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Evalúa sus capacidades emprendedoras.
RECURSOS	:	Papel periódico, cinta de embalaje, lápiz, borrador, lapicero, video, aula de innovación (proyector, computadora, parlante), plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Elabora un cuadro de doble entrada en el que señalan sus fortalezas y debilidades para emprender negocios.



INICIO DE SESIÓN (20 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en la presente sesión evaluarán e identificarán sus características emprendedoras. Asimismo, podrán reconocerse como emprendedores(as) y explorar qué deben mejorar o fortalecer para convertirse en uno(a) de ellos(as).

El docente les indica que observarán un video: Elizabeth Ruiz, historia de una emprendedora; les pide que estén atentos y que en un papel anoten las características de la protagonista.

Luego les pide que un par de estudiantes (varón y mujer) compartan sus anotaciones.

Luego el docente promueve el recojo de saberes previos a través de las siguientes preguntas:

- ➔ ¿cómo es Elizabeth? ¿qué la caracteriza?
- ➔ ¿cómo inicia su idea de negocio? ¿qué capacidad demostró al iniciar su negocio?
- ➔ ¿conoces algún emprendedor(a)?, descríbelo.

El docente recoge en la pizarra sus respuestas.



DESARROLLO (55 minutos):

El docente les indica a los estudiantes que tendrán un reto. Para ello deben organizarse en cuatros (4) grupos, cada grupo debe tener un observador que anotará las ocurrencias de la ejecución del reto. El reto es construir una torre “alta y fuerte” en 5 minutos. Para ello sólo podrán contar con papel periódico y una cinta maskingtape. El docente da la orden para la ejecución del reto, no debe alargar el tiempo por ningún motivo. Luego procede a comprobar las características de la torre, ¿cuán altas y fuertes son?, para ello pide a un representante de cada grupo que verifique la altura (midiendo) y fortaleza (soplando) de la torre del contrario.

Una vez establecido el ganador se realiza las preguntas de análisis:

- ➔ ¿lograron el objetivo del reto?
- ➔ ¿cómo lo lograron?
- ➔ ¿qué capacidades, actitudes o habilidades aportó cada uno?
- ➔ ¿qué características emprendedoras hemos reconocido en cada uno de nosotros al ejecutar el reto?

El docente apunta las respuestas y cierra el momento.

Este cuadro puede ser presentado por el docente:

CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR(A)

- Confía en sí mismo y en sus habilidades
- Gestiona la oportunidad de negocio
- Es un líder
- Es capaz de relacionarse con otros
- Es persistente y perseverante
- Ejecuta lo que se propone con energía y convicción
- Es un artista y creador
- Es imaginativo
- Capacidad de planificación
- Toma riesgos calculados
- Es ahorrador y sabe invertir

Luego el docente les pide a los estudiantes completar el test de la Ficha N° 5: “Test del emprendedor(a)”. El docente debe acercarse para ofrecer ayuda durante el llenado. El test contiene las características más importantes y representativas de los emprendedores en el mundo, el tener la mayor o menor cantidad de ellas y haberlas fortalecido o no, nos indica qué medidas tomar para su desarrollo. Entonces el docente podrá generar sesiones extras para tratar cada capacidad, habilidad o actitud que falta desarrollar o fortalecer en sus estudiantes. También podría optar por atenderlas con estrategias de tratamiento individual, esto dependerá de otros factores.

Una vez concluido el llenado del test, el docente pide que un par de estudiantes (varón y mujer) compartan sus resultados. El docente orienta el compartir con respeto.

Preguntas para la reflexión:

- ¿tenemos todas las características desarrolladas?
- ¿en qué nivel estamos?
- ¿qué podemos hacer para fortalecer nuestras características emprendedoras?

El docente toma apuntes sobre sus ideas de cómo fortalecer sus capacidades y los motiva para hacerlo; indica que de manera individual en un cuadro de doble entrada los estudiantes definirán las fortalezas y debilidades que tienen para alcanzar el perfil de un emprendedor(a).



CIERRE (15 minutos):

El docente debe culminar la sesión evaluando con las siguientes preguntas:

¿te consideras un emprendedor(a)? ¿la sesión te ayudó a identificar algunas características emprendedoras? ¿cómo te sentiste durante la clase?



TAREA PARA CASA:

Se les indica a los estudiantes que deben completar la ficha N° 6: “Plan de mejora de mis características personales y emprendedoras”, ubicado en el anexo de esta guía. Les indica que deben traerlo para ser revisado durante la siguiente clase.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Empresa y plan de negocio - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Analiza el concepto de empresa Valora la importancia de elaborar un plan de negocio.
RECURSOS	:	Lápiz, borrador, fotocopia, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Expresan en forma colectiva la importancia de elaborar un plan de negocio.



INICIO DE SESIÓN (15minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión aprenderán el concepto e importancia de la empresa; asimismo, reconocerán la importancia de elaborar un plan de negocio como **herramienta clave** para crear su propio negocio.

El docente utiliza tarjetas para interesar a los estudiantes al inicio de la clase, estas estarán cubiertas y pegadas en la pizarra. En una tarjeta estará escrito el título: "Herramienta clave", en otra "Plan de negocios" y en otras dos "imágenes de negocios o empresas".

El docente pide a los estudiantes que comenten y traten de consensuar en grupo cómo estas tarjetas nos ayudan en la sesión, qué les hacen pensar. El docente recoge sus ideas en la pizarra, con este ejercicio se busca que puedan asociar los temas a desarrollar y recoger sus saberes previos a través de las siguientes preguntas:

➔ ¿qué negocios observamos? ¿de qué rubro son? ¿quiénes las gestionan? ¿qué capacidad habrán desarrollado para iniciarlas? ¿qué acciones principales han desarrollado para iniciar el negocio?

El docente debe rescatar de sus respuestas las acciones o capacidad que lleven a pensar que el emprendedor (a) debe planificar el inicio y la gestión del negocio y que este es uno de los pasos claves para tener éxito en cualquier empresa o iniciativa que tengan.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente explica a los estudiantes que entrarán a comprender el concepto y la importancia de la empresa. Para ello el docente les indica que van a realizar un sociodrama, el tiempo para su realización es 20 minutos (15 para planificar y 3 para la ejecución). Para ello se organizarán en 4 grupos. El objetivo es representar una empresa con sus miembros y alguna acción principal que realiza; luego deben contestar:

- ¿qué tipos de empresa fueron las presentadas?
- ¿quiénes era sus integrantes?
- ¿qué producto o servicio ofrecían?
- ¿qué resultado o meta tenían como empresa?
- ¿qué importancia tienen las empresas en el desarrollo de las sociedades?

El docente recoge sus respuestas y les pide que las enlacen con la siguiente diapositiva. Para ello presentará en diapositiva los elementos del concepto de empresa:

ELEMENTOS PARA ARMAR EL CONCEPTO DE EMPRESA	
→	Entidad: Es decir, que una empresa es una colectividad considerada como unidad.
→	Elementos humanos: Se refiere a que toda empresa está conformada por personas que trabajan y/o realizan inversiones para su desarrollo
→	Aspiraciones: Son las pretensiones o deseos por lograr algo que tienen las personas que conforman la empresa.
→	Bienes materiales: Son todas las cosas materiales que posee la empresa.
→	Capacidad técnica: Es el conjunto de conocimientos y habilidades que poseen los miembros de la empresa para realizar o ejecutar algo.
→	Capacidad financiera: Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones.
→	Producción, transformación y/o prestación de servicios: Se refiere a que la empresa puede realizar una o más de las siguientes actividades: 1) Fabricar, 2) transformar o cambiar una materia prima en un producto terminado y 3) prestar servicios.
→	Satisfacción de necesidades y deseos.

Les pide a los estudiantes que a partir de los elementos presentados armen un concepto de empresa, si ellos creen que hay elementos que faltan los pueden incorporar. Luego pide a algunos que comparan sus conceptos.

Enseguida el docente comparte el concepto de empresa que él armó:

“La empresa es una **entidad** conformada básicamente por **personas, aspiraciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras**; todo lo cual, le permite dedicarse a la **producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades** y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio”.

Continuando con la segunda parte de la sesión, el docente presenta un video: Planifica el éxito de tu Negocio (Link: http://www.youtube.com/watch?v=fc10c9WYn_s).

El docente pide a los estudiantes reflexionar sobre el video con las siguientes preguntas:

¿qué es un plan de negocio o empresa?

¿por qué es importante elaborar un plan de negocio o empresa?

El docente invita a tres estudiantes a responder las preguntas de forma voluntaria en voz alta. Luego el docente junto con los estudiantes consolida el conocimiento sobre el concepto de plan de negocios y el porqué de elaborarlo. Una vez terminado el diálogo el docente entrega la separata de plan de negocio y les indica que las próximas clases trabajarán con este documento.



CIERRE (15 minutos):

El docente finaliza la sesión pidiendo a los estudiantes que respondan a las siguientes preguntas:

- ¿por qué es importante elaborar un plan de negocio o empresa?
- ¿los recursos utilizados ayudaron a comprender el tema?
- ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

El docente pide a los estudiantes que elaboren un pequeño plan para construir una casa de madera y lo traigan la próxima clase para revisarlo.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Empresa y plan de negocio - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Identifica las necesidades u oportunidades del mercado para generar ideas de negocio.
RECURSOS	:	Fotocopia, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Escriben en sus fichas de trabajo las necesidades u oportunidades que identifican en el mercado para generar ideas de negocio.

**INICIO DE SESIÓN (5 minutos):**

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión tendrán que identificar las necesidades u oportunidades que observamos en el mercado, siempre relacionándolo con el negocio que piensan abrir. Les argumenta que las necesidades que identifiquen del mercado les servirán para confirmar su idea de negocio en la sesión 7.

El docente pide a los estudiantes mantener la máxima concentración para que se cumpla el objetivo trazado.

El docente lanza la pregunta motivadora y sobre ella permite la participación; asimismo, recoge los saberes previos de los estudiantes. Si no hubiera muchas respuestas, adicionalmente, podrá realizar otras preguntas que permitan lograr el objetivo.

PREGUNTA MOTIVADORA

¿Cómo y dónde puedo encontrar una buena idea de negocio o empresa?

El docente recoge en la pizarra las respuestas.

**DESARROLLO (35 minutos):**

El docente, a partir de los saberes previos recogidos a través de la pregunta motivadora, explica a los estudiantes que un buen emprendedor debe saber: observar la realidad, escuchar a la gente para identificar sus necesidades, e investigarlas; todo ello y otros elementos les ayudará a plantear buenas ideas de negocio que se concreten en una empresa. Pide a los estudiantes que lean la información de la ficha N° 7: ¿cómo y dónde puedo encontrar una buena idea para mi empresa o negocio?, anexo de esta guía.

El docente dará un tiempo para responder dudas e inquietudes sobre la clasificación de necesidades que han leído. Una vez que el docente termina de responder, pide a los estudiantes desarrollar la ficha N° 8: "Lo que observo y hago para encontrar una buena idea de negocio", anexo de esta guía.

Una vez que los estudiantes hayan terminado de llenar la ficha, el docente pide a tres estudiantes compartir con el grupo las respuestas de las preguntas desarrolladas.



CIERRE (5 minutos):

El docente finaliza la sesión haciendo las siguientes preguntas:

- ➔ ¿cómo y dónde pueden encontrar una buena idea de negocio o empresa?
- ➔ ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Hacer un listado de necesidades no atendidas, para ello deben revisar, periódicos, revistas, también pueden preguntarle a sus familiares, una pregunta que pueden utilizar es ¿qué producto o servicio no ofrecen por nuestra zona que tu quisieras encontrar o recibir? y luego el estudiante puede hacer la pregunta ¿por qué necesitas ese producto o servicio? Deberán traer el listado para su revisión.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Empresa y plan de negocio - Parte 3
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Selecciona una idea de negocio que desarrollará como plan de negocio.
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota, papelotes, plumones.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Redactan la idea de negocio que han seleccionado en su formato de plan de negocio.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión tendrán que identificar una idea de negocio, siguiendo tres pasos y aplicando las técnicas de macro y microfiltro. Luego de seleccionada verán la importancia de hacer un estudio de mercado, el cual les ayudará a ratificar si la idea seleccionada, sus productos y/o servicios, son los que más satisfacen a sus posibles clientes. Asimismo se les indica que trabajarán con la información trabajada en la sesión anterior.

El docente indica a los estudiantes que realizarán una dinámica denominada: "Encuesta rápida". La dinámica consiste en entregar una hoja a cada estudiante, dicha hoja contiene una encuesta con tres (3) preguntas con respuestas cerradas sobre un producto, cada estudiante debe encuestar a cinco (5) compañeros, los tres primeros que lo consigan y tabulen sus datos deben gritar ¡Lo tengo!

El docente pide a los tres estudiantes que compartan sus hallazgos, los anota en la pizarra. A continuación, reflexiona sobre las siguientes preguntas:

- ¿qué hemos realizado?
- ¿por qué es importante aplicar encuestas?
- ¿para qué les servirá este tipo de actividad a las empresas?
- ¿qué técnicas podemos utilizar para tener mayor información sobre nuestro producto, cliente y competencia?
- ¿qué condiciones debemos considerar para iniciar una empresa a nivel interno?
- ¿qué pasos debo seguir para decidirme por una buena idea de negocio?

El docente anota sus respuestas en la pizarra, luego les indica que van a desarrollar una técnica llamada macro y microfiltro que los ayudará a seleccionar la mejor idea de negocio.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente presenta un esquema que servirá como introducción a los pasos que deberán seguir los estudiantes para decidirse por una buena idea de negocio. El esquema se encuentra en la ficha N° 9: ¿cuál será mi idea de negocio o empresa?, anexo de esta guía. Se sugiere presentar el ejemplo en un papelote.

El docente explica a los estudiantes que en el ejemplo, la idea de negocio que obtuvo mayor número de respuestas afirmativas es: “Taller de confección de polos”, de la que se desarrollaría un plan de negocio por ser la de mayor puntaje. El docente cederá un tiempo para responder a las preguntas de los estudiantes.

El docente pide a los estudiantes seguir el ejemplo y aplicar los filtros técnicos: lluvia de ideas, macro-filtro y microfiltro, para decidir su idea de negocio. Para ello los estudiantes tendrán la ficha N° 9: ¿Cuál será mi idea de negocio o empresa?, anexo de esta guía.

El docente explica a los estudiantes que, en el caso de obtener más de una idea con el mismo número de respuestas afirmativas, el estudiante tendrá nuevamente que realizar la evaluación MICROFILTRO; en el caso de encontrar muchos obstáculos para desarrollar la idea de negocio, se recomienda al estudiante optar por la segunda idea de negocio.

Una vez que los estudiantes hayan seleccionado su idea de negocio, les pide que compartan sus resultados y los factores que permitieron su selección.

A continuación el docente organiza a los estudiantes en 6 grupos, les pide que piensen en un producto y elaboren una encuesta con 5 preguntas, cuyas respuestas tienen que ser cerradas. El objetivo de la encuesta es recoger las preferencias de los clientes de dicho producto. Les indica que cuentan con 15 minutos para terminarla. Transcurrido el tiempo deben socializar sus encuestas, con la ayuda del docente incorporan elementos para elaborar una encuesta. El docente debe entregar un instructivo para acompañar la elaboración de una encuesta.



CIERRE (15 minutos):

El docente finaliza la sesión haciendo las siguientes preguntas:

- ¿qué pasos se deben seguir para decidir una buena idea de negocio?
- ¿el ejemplo les ayudó a seguir los tres pasos sin dificultad?
- ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Cada estudiante utilizando la información de la página 3 y 4 de su separata de plan de negocio, debe elaborar una encuesta para aplicar a sus potenciales clientes y una entrevista para identificar características de sus competidores. Deben traer los trabajos para ser revisados un par de días antes de la clase para que el docente los revise y apruebe para su aplicación, también lo pueden enviar a su correo, el docente revisa y devuelve. Los estudiantes tendrán que aplicar las encuestas, como mínimo, a 10 potenciales clientes y haber estudiado a 2 competidores; los resultados lo traerán para la siguiente clase.

Pedir a los estudiantes usar el internet para ver los siguientes videos:

- ¿Cómo hacer una investigación de mercado? https://www.youtube.com/watch?v=2bJyO_dwPaA
- ¿Cómo diseñar una encuesta? <https://www.youtube.com/watch?v=nbFEQWDpo2E>



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de marketing - Parte 1 ¿Qué necesidades está atendiendo el sector empresarial?
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Formula el plan de marketing de su idea de negocio.
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, video, plumón o tiza de pizarra, mota, papelotes.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Elaboran el plan de marketing de su idea de negocio.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión aprenderán a desarrollar el análisis de mercado y del marketing de su idea de negocio. Asimismo, el docente menciona que en esta sesión los estudiantes trabajaran la primera parte del plan de marketing de su idea de negocio.

El docente motiva a los estudiantes a mantenerse concentrados con su máxima disposición por aprender, utiliza el video: Nueva Publicidad de Movistar Argentina 2011 "Cumpleaños" <https://www.youtube.com/watch?v=ZL-O0US9yal>

- ➔ ¿qué busca la publicidad visionada?, ¿a qué consumidores está dirigido? descríbelos, ¿qué características de su comportamiento han utilizado para crear la publicidad? ¿aparte de la publicidad, qué otros aspectos considera el marketing? ¿cuáles son las 4 Ps del marketing?

El docente anota sus respuestas y recoge saberes previos.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente los organiza en cuatro grupos y les pide que en un papelote respondan a las siguientes preguntas:

- ➔ ¿qué entiendes sobre el marketing?, ¿por qué es importante elaborar un plan de marketing?

Al terminar el proceso el docente invita a la socialización de sus respuestas. Además, orienta y redondea las ideas sobre el marketing y las 4P's.

A continuación, explica que llenarán el formato del plan de marketing ubicado en su separata de plan de negocio ubicado en las páginas 5, 6, 7, 8 y 9. Para este proceso deben utilizar los datos obtenidos en sus encuestas y entrevistas realizadas a sus clientes y los datos recogidos de sus competidores, obtenidos en sesiones anteriores.

El docente acompaña el llenado acercándose a los estudiantes y respondiendo a sus preguntas o dudas. Les pide traerlo completo la próxima clase.



CIERRE (15 minutos):

El docente finaliza la sesión haciendo las siguientes preguntas a los estudiantes:

- ➔ ¿por qué es importante elaborar un plan de marketing?
- ➔ ¿los ejemplos les ayudaron a comprender cómo elaborar el plan de marketing?
- ➔ ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Si los estudiantes no han aplicado sus encuestas, se les pide que culminen con la tarea anterior y completen su plan de marketing con datos reales.

También puedes recomendarles ver el video:

¿Por qué la competencia importa?

<https://www.youtube.com/watch?NR=1&feature=endscreen&v=S331j1qFipw>

Sacar las ideas más importantes y considerarlas para realizar las encuestas y entrevistas.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de marketing - Parte 2 ¿Qué haré para que mi producto sea el mejor y venda más?
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Formula estrategias para mejorar su producto estrella y las ventas de su negocio.
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio, lápiz, borrador, papelote o tarjeta, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Enumeran estrategias que mejoren su producto estrella y las ventas de su negocio.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente explica a los estudiantes que en esta sesión tendrán que generar estrategias que mejoren su producto estrella y las ventas de su negocio. Para ello los estudiantes tendrán que descubrir su máximo potencial creativo.

El docente motiva a los estudiantes con la siguiente frase: *“Un joven emprendedor para crear estrategias diferentes o mejores, tiene que pensar diferente”*.

Preguntas para la reflexión:

- ➔ ¿qué retos plantea esta frase al emprendedor?
- ➔ ¿cómo debe ser? ¿qué tiene que hacer?



DESARROLLO (60 minutos):

El docente organiza a los estudiantes en grupo y les entrega una figura de un producto: Les pide que intenten mejorar dicho producto y que establezcan un antes y un después, deben mencionar sus características y utilidad o funcionalidad. Al terminar el ejercicio presentan sus trabajos, el docente hace las siguientes preguntas:

- ➔ ¿en qué pensaron para mejorar el producto? ¿cuál fue el proceso? ¿cómo mejoraron la funcionalidad, utilidad del producto?

Anota sus respuestas en la pizarra y explica a los estudiantes que permanecer y crecer como empresa en el mercado es difícil, pero no imposible sobre todo para los que creen o piensan como emprendedores. También el docente menciona lo siguiente: Un emprendedor(a) ha aprendido a competir con esfuerzo y buenas estrategias que surgen de la siguiente pregunta: **¿qué haré para que mi producto sea el mejor y se venda más?**

El docente pide que respondan en sus separatas a la pregunta antes mencionada, la que encontrarán en la página 10 de su separata plan de negocio.

Cuando ellos hayan avanzado, el docente presenta un ejemplo de cómo llenar el cuadro de “Estrategias de Marketing” lo que permitirá el avance del llenado de los planes. Es importante que siempre esté visible el ejemplo para facilitar al estudiante el llenado de las fichas, también se puede entregar el ejemplo en fotocopia.

El docente indica a los estudiantes que realizarán una técnica que les permitirá introducirse en el tema de proyección de ventas. Para ello, les pide que sigan trabajando en los mismos grupos de la actividad anterior. Cada grupo trabaja con el producto que mejoraron en la técnica anterior, luego les pide pensar en estrategias para venderlo, una vez que las tengan definidas, dramatizarán una de ellas, intentando convencer a sus compañeros para que compren su producto.

El docente acompaña el proceso de intento de vender los productos y luego plantea las siguientes preguntas para la reflexión:

- ¿qué experiencia de venta han tenido en sus vidas? ¿de qué tipo? ¿cuáles serán las mejores formas de vender? ¿cuántos productos podríamos vender si utilizamos las estrategias correctas?

El docente anota sus respuestas en la pizarra, articula sus respuestas con los cuadros a llenar en su separata. A continuación presenta el ejemplo de cómo llenar los cuadros de **PROYECCIÓN DE LA CANTIDAD DE PRODUCTOS VENDIDOS**, que se encuentran en las páginas 11 y 12 de la separata de plan de negocio.



CIERRE (15 minutos):

El docente finaliza la sesión preguntando lo siguiente:

- ¿los ejemplos les ayudaron a terminar de elaborar su plan de marketing?
- ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

El docente pide a los estudiantes terminar de completar en sus casas y traer la separata para la siguiente sesión.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de gestión - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Describe las características y visión del negocio
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio del estudiante, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Escriben las características y visión de su negocio.

**INICIO DE SESIÓN (15 minutos):**

El docente explica a los estudiantes que se completará el capítulo 1 de la separata de plan de negocio que comprende el **plan de gestión**.

El docente comunica a los estudiantes que el propósito de esta sesión es identificar y describir dos aspectos muy importantes de su idea de negocio: en qué consiste su idea de negocio (descripción de las características) y la visión de la idea de negocio. Les argumenta que conocer estos dos aspectos les servirá para que, más adelante, puedan conocer de manera clara y precisa cómo dirigirán, gestionarán y conducirán su futura empresa.

El docente utiliza las siguientes imágenes para motivar y llamar la atención de los alumnos, de manera que puedan describir las características observadas:



El docente plantea las siguientes preguntas para el análisis:

- ➔ ¿qué tipo de empresa observamos? ¿qué vende? ¿quiénes son sus clientes? ¿qué tipo de productos vende? ¿quiénes son sus competidores? ¿cuál será la temporada de mayor producción? ¿cuáles serán las materias o insumos que usa?
- ➔ ¿qué maquinaria utiliza?
- ➔ ¿quiénes son sus proveedores?
- ➔ ¿dónde estará ubicado?

El docente anota sus respuestas en la pizarra y explica que todos los elementos descritos nos ayudan a construir la descripción de nuestro negocio.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente presenta un esquema con preguntas que los ayudará a construir de manera sencilla la descripción de sus negocios. Primero presenta las preguntas y les pide que ellos completen su propio cuadro en su separata de plan de negocio, página 13. Deja un tiempo prudencial para hacerlo. A continuación, presenta el ejemplo de la empresa textil para compararlo con sus respuestas y pulir el llenado de su plan de negocio.

PREGUNTAS	EJEMPLO: EMPRESA TEXTIL
¿Qué produce mi empresa?	Polos para hombres y mujeres.
¿Qué vende mi empresa?	Polos para hombre y para mujer al por mayor y menor.
¿Qué servicio brinda mi empresa?	Vende servicio de Producción de polos Venta de polos.
¿Quiénes serán mis clientes?	Jóvenes y adultos de ambos sexos, y pequeños comerciantes.
¿Quiénes serán mis competidores?	Los pequeños fabricantes de polos ubicados cerca de mi zona de taller.
¿Cuál es la temporada de mayor venta?	Los meses de diciembre hasta marzo.
¿Cuál es la temporada de mayor producción?	Los meses de octubre a diciembre.
¿Cuáles serán las materias o insumos que usaré?	Telas, hilos, tintes, etc.
¿Qué maquinaria utilizaré?	Máquina de coser, maquina remalladora, máquina recubridora, máquina collaretera y estampadora.
¿Quiénes serán mis proveedores?	Vendedores de tela e hilos, de Gamarra.
¿Dónde estará ubicado mi negocio?	Inicialmente mi taller estará en la sala de mi casa.
Busco un nombre para mi empresa.	Confecciones Suyru.

Una vez terminada la etapa anterior, el docente ayudará a los estudiantes a **construir la visión de su empresa**. Para ello, debe motivar al alumno a conocer la importancia de elaborar la visión de la empresa; para lograrlo, les pide a los estudiantes que se imaginen su empresa unos minutos en los siguientes aspectos: cómo será, qué podría llegar a ser o alcanzar, en extensión, en sucursales, en productos, en número de trabajadores, etc. Luego les pide que dibujen su empresa, hacer como una foto de ella y de lo que será. A continuación presentan con la técnica museo todos sus trabajos.

Preguntas para la reflexión:

- ¿fue fácil imaginarte la empresa?
- ¿qué importancia tendrá visionar nuestra empresa?
- ¿qué es la visión?

El docente recoge sus aportes y presenta el concepto de visión que él ha preparado.

¿Qué es la visión?

Es la **imagen** futura que tienes de tu empresa o negocio, un ideal que sueñas alcanzar; debes tener claro hacia dónde se dirige.

A continuación el docente presentará las siguientes ideas claves en un papelote.

La visión es importante porque es una fuente de inspiración para el empresario y su equipo de trabajo y porque les indica hacia dónde se dirige la empresa en el largo plazo, además, ayuda a trabajar en la misma dirección a todos.

La visión debe tener las siguientes características:

- Ser positiva, motivadora, alentadora.
- Promover la identificación y compromiso de todos los miembros de la empresa.
- Dar un mensaje de liderazgo e iniciativa a los miembros de la empresa
- Ser clara, entendible y fácil de seguir para todos.
- Ser difícil de alcanzar, pero no imposible
- Ser realista, teniendo en cuenta el entorno, los recursos de la empresa y sus reales posibilidades.

El docente pide a los estudiantes que completen la visión de su negocio. Para ello deben usar su separata en la página 14 y responder a la pregunta: ¿cómo imaginas tu negocio en el futuro?

Posteriormente, el docente presenta un ejemplo de la fábrica de polos para ayudar a los estudiantes a verificar la construcción de la visión de su empresa. El ejemplo puede ser presentado en PPT o tarjetas.

Confecciones Suyru

Visión: "ser una empresa líder en la confección, distribución y comercialización de polos y prendas de vestir casual para varones, mujeres y niños, teniendo una marca reconocida en el mercado nacional e internacional".



CIERRE (15 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:

Al completar la guía ¿creen que los temas estudiados les ayudarán a dirigir mejor su empresa? ¿los ejemplos les facilitaron la comprensión de esta sesión? ¿cómo se sintieron durante la reunión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que, usando el Internet, busque la visión de empresas peruanas que fabriquen prendas de vestir, confeccionen zapatos; una emisora de radio, un restaurante y una panadería.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de gestión - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Identifica la misión, los valores y principios de su negocio
RECURSOS	:	Guía Metodológica para el alumno, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Describen en su plan de negocio, la misión, los valores y principios de su negocio.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente explica a los estudiantes que, continuando con la elaboración del **plan de gestión**, en esta sesión tendrán que identificar otros aspectos muy importantes de su idea de negocio: **la misión, los valores y principios que practicarán**. Les argumenta que estos aspectos, al igual que los dos anteriores, vistos en la sesión 10 (descripción y visión del negocio) también les servirán para que más adelante puedan indicar de manera clara y precisa cómo gestionarán su empresa (elaborar su plan de gestión).

El docente formulará, a modo de introducción y motivación, algunas preguntas generales para llamar la atención y fomentar la participación de los estudiantes.

MISIÓN	
Preguntas motivadoras	Ejemplo de respuestas (para el docente)
¿Cuál es mi misión como docente?	Educar en valores, transmitiendo saberes y conocimientos, orientando a la formación de personas capaces de afrontar los desafíos de la sociedad actual y apoyando el descubrimiento de sus valores para el desarrollo de sus capacidades.
¿Cuál es tu misión como estudiante?	Dar lo mejor de mí en el proceso de aprendizaje, tratando de aprovechar mis capacidades al máximo, dentro y fuera del colegio para poder alcanzar mis metas trazadas.
¿Cuál es la misión del colegio?	Generar una comunidad de aprendizaje entre estudiantes, educadores y padres de familia; cultivando una convivencia basada en la honestidad y el respeto mutuo.

VALORES (V) Y PRINCIPIOS (P)	
Preguntas motivadoras	Respuestas posible (para manejo interno del docente)
¿Cuáles serían mis valores y principios como docente?	Superación: es el esfuerzo personal por mejorar en hábitos, habilidades y costumbres. (P) Vocación para enseñar: Supone un genuino interés por los demás. (P) Empatía: Prestar la misma atención a todos los estudiantes. (V) Coherencia: Trasladar a la vida personal las mismas actitudes que se exigen en el salón de clase. (P) Sencillez: Reconocer en su labor, una oportunidad de servicio y no una posición de privilegio para tener autoridad. (P) Preparación intelectual y moral de alta calidad. (V) Respeto por los derechos de los estudiantes. (V)
¿Cuáles serían tus valores y principios como estudiante?	• Constancia. Madurez. • Puntualidad. Respeto. Honestidad.

El docente anota las respuestas y redondea las ideas. Junto con los estudiantes construye los conceptos de “principios” y “valores” a través de la técnica lluvia de ideas que consiste en pedir que escriban los saberes que tienen sobre ambos conceptos en una cartulina u hoja de papel y luego pegarlas todas juntas en la pizarra.
El docente asocia las similares, subraya los elementos comunes y diferentes y, junto con los estudiantes, define los conceptos.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente, en esta parte, debe motivar al estudiante a conocer la importancia de elaborar la misión de la empresa. Para tal caso, presentará las siguientes ideas claves en un papelote.

IMPORTANCIA DE LA MISIÓN:

- ➔ Ayuda a establecer la personalidad y la organización de la empresa, para que todos sus miembros la identifiquen y respeten en todas sus acciones.
- ➔ Apoya a que la empresa conozca cuáles son sus clientes potenciales.
- ➔ Auxilia a llevar una misma línea de actuación, generando credibilidad y fidelidad en los clientes.
- ➔ Nos indica el ámbito en el que la empresa desarrolla su actuación.
- ➔ Refuerza la definición de las oportunidades que se presentan ante una posible ampliación de la empresa.

El docente presentará esta tabla con preguntas para poder ayudar a los estudiantes a construir la misión de su empresa, para ello deben usar su separata en la página 14, deben responder a la pregunta: **misión ¿a qué me dedicaré en mi negocio o empresa?** Luego que ellos hayan realizado el ejercicio a nivel individual, el docente les muestra el ejemplo de la empresa de confección y venta de polos.

Preguntas	Ejemplo: Empresa Textil
¿Quiénes somos?	Somos una empresa peruana.
¿Qué buscamos?	Satisfacer los gustos de nuestros clientes.
¿Para quién trabajamos?, o ¿a qué clientes servimos?	A jóvenes y adultos de ambos sexos.
¿Qué tipo de producto o servicio ofrecemos?	Prendas de vestir moda casual.
¿Qué nos diferencia de las demás?	El compromiso con nuestros clientes.
¿Qué necesidades satisfacemos?	El buen vestir, la moda, la comodidad.

A continuación les presenta el ejemplo de **misión armado para la empresa de confecciones textil**, puede ser presentado en PPT, tarjetas, etc.

Confecciones Suyrú
Misión: “Somos una empresa peruana que produce y vende prendas de vestir, comprometidos en la búsqueda de satisfacer los gustos y necesidades de nuestros clientes como el buen vestir, la moda y su comodidad”.

Con este ejemplo, el docente(a) presentará la definición de **misión**:

La misión es el propósito o razón de ser de la empresa, es el motivo por el cual existe; en ella se indica a qué clientes se sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece. Por tanto, es lo que todos los trabajadores de la empresa se sienten impulsados a realizar en el presente y futuro para hacer realidad la visión del empresario(a).

El docente, ayuda a los estudiantes a comparar los elementos de la misión del ejemplo con la suya propia.

Una vez terminada la etapa anterior, el docente ayudará a los estudiantes a **definir los valores y principios de su empresa**. Para ello presentará los siguientes conceptos claves en un papelote.

Los principios y valores son los que deben guiar e inspirar las conductas de todos los miembros de la organización. Permiten hacer crecer a la empresa con un mismo lenguaje entre sus trabajadores y con una misma práctica y espíritu.

Los principios y valores son muy importantes para una empresa porque:

- ➔ guía el comportamiento de la empresa hacia la sociedad, sus clientes y sus trabajadores.
- ➔ nos indican cómo debemos hacer nuestro trabajo.
- ➔ marcan patrones para la toma de decisiones.
- ➔ promueven un cambio de pensamiento.
- ➔ se logra una baja rotación de empleados.
- ➔ se evitan conflictos entre el personal.
- ➔ con ellos, los integrantes de la empresa se adaptan más fácilmente.

Diferencia entre principio y valor.

Principios.- no cambian con el tiempo, son normas rectoras de nuestra conducta.

Valores.- cambian con el tiempo, la historia, geografía. Están más ligados a comportamientos en el campo técnico de la organización o empresa.

El docente pide a los estudiantes, que definan los valores y principios de su negocio, para ello, deben usar su separata en la página 14, deben responder a la pregunta: **¿cuáles son los valores y principios que practicaré?**

El docente continúa con el ejemplo de la fábrica de polos para ayudar a los estudiantes a definir los valores y principios de su empresa. A continuación el ejemplo que puede ser presentado en PPT, tarjetas, etc.

Confecciones Suyrú
Valores y principios:

- ➔ Brindar productos de calidad al cliente.
- ➔ Considerar a sus trabajadores como el recurso más valioso.
- ➔ Fomentar la creatividad e innovación.
- ➔ Trabajar en equipo.
- ➔ Fomentar la comunicación y el respeto entre todos.
- ➔ No engañar en el precio a los clientes.



CIERRE (15 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:
Al completar la separata ¿creen que los temas estudiados les ayudarán a dirigir mejor su empresa?
¿tienen claros los valores que guiarán su empresa? ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que, usando el Internet, busque la misión y los valores de dos empresas peruanas, en el rubro de prendas de vestir o zapatos; una emisora de radio, o un restaurante y una panadería.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de gestión - Parte 3
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Diseña la estructura Organizacional y funcional de su negocio.
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota, papelotes y plumones.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Grafican en su de plan de negocio el organigrama y las principales funciones de cada puesto de trabajo.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos)

El docente explica a los estudiantes que, continuando con la elaboración del plan de gestión, el propósito de esta sesión será que puedan crear la estructura organizacional de su idea de negocio (organigrama). Les explica que este aspecto, al igual que los otros vistos en las sesiones 10 y 11, les servirá para indicar de manera clara cómo gestionarán su empresa. El docente formulará, a modo de introducción y motivación, algunas preguntas generales, las cuales deberán llamar la atención y fomentar la participación de los estudiantes.

Pregunta motivadora	Ejemplo de Respuestas para el docente	
¿Quiénes son parte de la organización de nuestra institución educativa?	❖ Director, ❖ Sub director, ❖ Coordinadores de áreas ❖ Docentes, ❖ Secretaria,	❖ APAFA, ❖ Estudiantes, ❖ auxiliares de educación y ❖ Personal de servicio.

Deberá utilizar el ejemplo para desarrollar una dinámica motivadora; se entrega entre los estudiantes los cargos o funciones (ejemplo: director). Ellos deben armar en un papelote un organigrama, esto ayudará a recoger sus saberes previos y motivarlos.



DESARROLLO (35 minutos):

El docente explica y sensibiliza a los estudiantes la importancia de elaborar la estructura organizacional (organigrama) de su empresa. Para ello presentará las siguientes ideas claves en diapositivas; también las puede dictar.

IMPORTANCIA DE ELABORAR LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:

- ➔ Permite establecer un orden entre los trabajadores de una empresa.
- ➔ Señala la división de funciones.
- ➔ Establece los niveles jerárquicos y las líneas de autoridad y responsabilidad.
- ➔ Establece los canales formales de la comunicación.
- ➔ Indica los jefes de cada grupo de empleados, número de trabajadores, etc.
- ➔ Señala las relaciones que existen entre los diversos puestos de la empresa en cada departamento o sección de la misma.

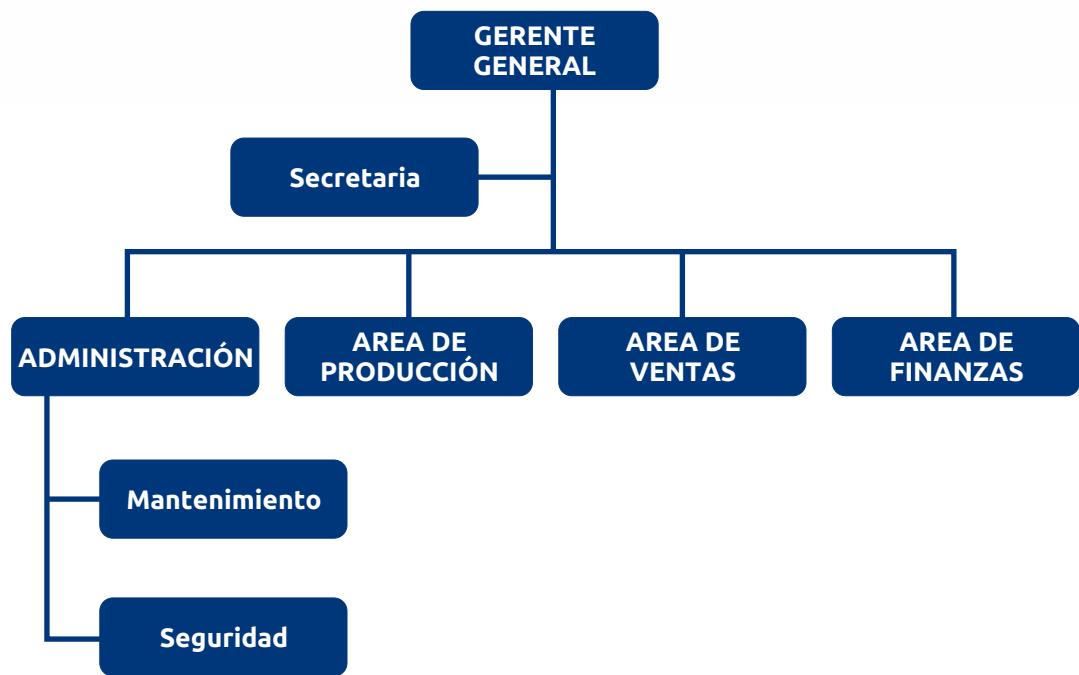
IDEA CLAVE: Una empresa está compuesta por un conjunto de personas que trabajan con un objetivo en común y, para llevar a cabo ese propósito, cada cual tiene una función.

El docente presentará, en diapositiva, la siguiente tabla que contiene ideas y el ejemplo de la empresa de confección y venta de polos; esto ayudará a los estudiantes a construir el organigrama de su empresa.

Pasos para construir un organigrama	Ejemplo: Empresa Textil
Identificar cuáles son las funciones o responsabilidades principales que realizan los miembros de la empresa.	Dirigir (Gerente general). Administrar o coordinar (Administrador). Producir o fabricar (Área de producción). Vender (Área de ventas). Costear (Área de finanzas).
Identifica las funciones secundarias o de apoyo que ayudan a la realización de las funciones principales y quiénes las realizan.	Secretaria. Mantenimiento. Seguridad.

A continuación el ejemplo de organigrama que presentará en diapositiva.

ORGANIGRAMA DE CONFECCIONES SUYRU



Con este ejemplo, el docente presentará la definición de estructura organizacional:

Es la asignación de cargos, funciones y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una empresa para trabajar en equipo por un objetivo en común, que es **alcanzar las metas propuestas por la empresa.**

El docente ayuda a que los estudiantes, al observar la tabla de pasos, el ejemplo y la definición de estructura organizacional, armen el organigrama de su negocio. Para ello deben usar su separata de plan de Negocio en la página 15, deben responder a la pregunta: ¿Cómo estará organizada tu empresa?



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los estudiantes que respondan a las siguientes preguntas:
¿creen que los temas estudiados les ayudarán a gestionar mejor su empresa? ¿los ejemplos les ayudaron a la comprensión de esta sesión? ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que en su cuaderno elabore el organigrama de su colegio y que busque en Internet el organigrama de una empresa peruana.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de gestión - Parte 4
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Identifica la importancia y los beneficios de formalizar su negocio.
RECURSOS	:	Separata para el estudiante, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota, papelotes, plumones.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Escriben una carta donde describen los requisitos y beneficios que trae la formalización.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente explica a los estudiantes que, continuando con la elaboración del **plan de gestión**, en esta sesión aprenderán la importancia y los beneficios de **formalizar** su negocio, así como los pasos que deben seguir para lograrlo. Les argumenta que este trance es clave para que el negocio camine bien y crezca en el futuro. Y es parte de la gestión de su empresa.

El docente presentará el video "La informalidad en el Perú" (el cual está en el CD de la guía metodológica del docente), como herramienta de motivación; al concluir el video deberá formular algunas preguntas para llamar la atención y fomentar la participación de los estudiantes.

Preguntas Para el análisis	Ejemplo de respuestas (para el docente)
¿Qué idea se repite en el video?	Formalizar la informalidad
Según lo visto en el video, ¿Qué trae consigo la informalidad?	• Piratería. • Ambulantes. • Desorden. • Baja calidad del producto. • Persecución de la policía. • Bajos sueldos. • No respetar las normas vigentes • No pagar impuestos. • Falta de acceso a pensiones de jubilación. • Desconfianza de clientes y bancos. • País poco desarrollado



DESARROLLO (60 minutos):

El docente explica a los estudiantes que a partir de lo analizado en el video, entraremos a conocer la importancia y los beneficios que trae consigo la formalización de la empresa. También presentará las desventajas de la informalidad para la empresa. Para ello presentará en diapositivas la siguiente idea clave:

IMPORTANCIA DE LA FORMALIZACIÓN DE MI NEGOCIO:

La formalización es importante porque le da a la empresa la identidad y seriedad que se requiere para hacer negocios; refleja cumplimiento de sus obligaciones tanto para con sus trabajadores como para sus proveedores y genera mayor confianza hacia todos sus clientes.

En un volante o díptico dar a conocer la siguiente información:

VENTAJAS DE LA FORMALIDAD	DESVENTAJAS DE LA INFORMALIDAD
Tendrás acceso a nuevos mercados más competitivos, como ser proveedor de una gran empresa. Y competirás tanto en el mercado nacional como internacional.	No podrás expandirte más allá del mercado local.
Contarás con facilidades de crédito en el sistema financiero formal y de los inversionistas privados para asociarte.	No puedes acceder a crédito o, en su defecto, lo haces, pero con costos financieros más altos por el mayor riesgo que esto implica.
Tendrás posibilidades de obtener créditos y otros beneficios con tus proveedores.	Las posibilidades son casi nulas para establecer alianzas con tus proveedores.
Podrás participar en concursos públicos como proveedor de bienes y/o servicios para el Estado.	El Estado es un agente con gran capacidad de demandar productos o servicios, pero inhabilita a los informales.
Al cumplir con el pago de tributos, aportas al desarrollo del país.	Te beneficias de la sociedad, pero no dejas nada a cambio.
Tienes acceso a capacitación constante por parte del Estado.	No cuentas con capacitación.
Obtendrás reconocimiento y respaldo de empresas serias, porque generas mayor confianza.	Presentas dificultad para ser reconocida como empresa; los agentes te ven con desconfianza porque saben que existe riesgo.
En caso de pérdidas, la empresa (con personería jurídica) responde a sus obligaciones sólo por el valor del capital aportado.	Las pérdidas afectan el patrimonio personal de los socios o los activos familiares.
Puedes hacer uso del crédito fiscal.	No gozas de beneficio tributario.

El docente presentará el siguiente testimonio para sensibilizar a los estudiantes a perseverar con la formalización de su empresa. Este testimonio también lo puedes colocar en el volante o díptico.

VALE LA PENA FORMALIZARSE: TESTIMONIO EMPRESARIAL

“Como informal, no tenía tranquilidad en mi negocio” – Daniel Delgadillo.

La empresa “El Mundo de las Maletas” comenzó informalmente, Daniel Delgadillo, su dueño, inició la actividad empresarial como ambulante, pero tenía un gran inconveniente: era perseguido constantemente por la policía municipal, hasta que alquiló un local que lo ayudó a despegar y crecer como empresario.

Actualmente, tiene cuatro tiendas en Lima una de las cuales ocupa el segundo, tercer, cuarto y quinto piso de un edificio; además, una fábrica que compite con las principales marcas del mercado.



Una vez presentado el testimonio, el docente formulará las siguientes preguntas para que los estudiantes reconozcan los beneficios que trae la formalidad en los negocios:

- ➔ **¿creen que el señor Daniel Delgadillo, tendría acceso a crédito en los bancos si aún fuera ambulante?**
- ➔ **¿siendo ambulante, el Señor Delgadillo, podría vender un gran número de maletas a una empresa importante?**
- ➔ **¿el Señor Delgadillo pagaba impuestos y entregaba comprobantes de venta como boletas o facturas cuando era ambulante?**
- ➔ **¿si aún fuese ambulante, el Señor Delgadillo tendría algún beneficio social o pensión cuando sea muy mayor y deje de trabajar?**

Todas las herramientas presentadas anteriormente, ayudarán para que el docente presente en un papelote la definición básica de formalización y los pasos a seguir para conseguirlo. También lo puede hacer en diapositiva.

La formalización es un conjunto de procedimientos que se deben seguir para estar en armonía con las políticas del Estado en cuanto a tributación, seguridad ocupacional, protección laboral y acceso a salud y pensiones.

Estos son los pasos a seguir para formalizar una pequeña empresa:

PASOS	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES
1. Constituye tu empresa	Como persona natural: bajo esta modalidad, puedes formar una empresa como individuo. Puedes ejercer cualquier actividad económica y tener trabajadores a tu cargo.	De contar con personal, deberás declararlo en el Programa de Declaración Telemática (PDT) correspondiente. Podrás acogerte a un régimen tributario bastante sencillo, como es el Nuevo Régimen Único Simplificado (RUS) y, de considerarlo necesario, tendrás la opción de acceder al Régimen del Impuesto a la Renta Especial (RER). Asimismo, podrás optar por el Régimen General a la Renta (RG).
2. Obtén tu RUC	Para que tu empresa pueda empezar a mover dinero, emitir comprobantes y hacer las deducciones de gastos correspondientes, debes realizar estos tres trámites:	1. Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la SUNAT. 2. Elección del régimen tributario. 3. Obtener al instante tu Clave SOL, para trámites por Internet.
3. Inscríbete en el REMYPE (Registro Nacional de Micro y Pequeña Empresa)	Al registrarte en el REMYPE podrás acceder a los beneficios laborales, tributarios, financieros y tecnológicos que brinda la Ley MYPE. Para inscribirte, sólo debes ingresar al enlace del Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) en la página web del Ministerio de Trabajo. Y seguir los 5 pasos siguientes:	1. Accede a la página Web del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo www.mitra.gob.pe 2. Accede al enlace de REMYPE con tu número de RUC y clave SOL 3. Confirma los datos de la empresa. 4. Ingresa los datos de tus trabajadores y su modalidad contractual. 5. Imprime tu constancia.
4. Obtén tus licencias y permisos.	Según el giro del negocio, puede requerirse un permiso o autorización sectorial emitida por los ministerios y otras instituciones públicas. Averigua si el tuyo lo necesita.	• Es necesario para algunas actividades que deben ser reguladas. • Es emitido por los ministerios y organismos públicos descentralizados. • Sirve para garantizar que las actividades sean compatibles con el interés colectivo de la ciudadanía. • Es una constatación de que cumples con las normas técnicas de salud, de seguridad, de infraestructura, etc.
5. Benefíciate con la ley PYME	• Podrás atender a clientes más grandes y más exigentes. • Si no produces en cantidades necesarias para atender a clientes más grandes, podrás asociarte y tener prioridad para el acceso a programas del Estado. • Tendrás la posibilidad de exportar, al participar en los programas para la promoción de las exportaciones. • La Ley facilita el acceso a las compras estatales.	Para lograrlo, deberás emitir comprobantes de pago, contar con licencia de funcionamiento, mejorar la calidad de tus productos y/o servicios y cumplir con todos tus compromisos.

El docente pide a los estudiantes que observen el gráfico y lean los pasos para formalizar un negocio; ubicado en la ficha N° 10: "Formalización", anexo de esta guía. También, pídeles que escriban 5 beneficios que trae la formalidad a la sociedad, para ello deben completar en su separata, página 15, punto 2.7.



CIERRE (15 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:

¿después de la sesión han quedado convencidos de los beneficios de la formalización? ¿identificaron los problemas que generan la informalidad en la sociedad y negocio? ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que en su cuaderno describa 2 beneficios que trae la formalización de una empresa a su familia, comunidad o algún conocido.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de produccion - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Diseña el proceso productivo de su negocio
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, plumón o tiza de pizarra, mota, papelotes.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Definen en un gráfico el proceso productivo de su negocio, así como los materiales que necesita.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que a continuación iniciarán una nueva etapa del plan de negocio: La elaboración del **plan de producción (capítulo 3)**, la cual se desarrollará en 3 sesiones con el propósito de que identifiquen el **proceso productivo** de su plan de negocio.

El docente realizará preguntas básicas con la finalidad de recoger los saberes previos de los estudiantes, y ayudarlos a comprender mediante el ejemplo, los conceptos de proceso productivo; además de propiciar su atención y participación activa.

NEGOCIO DE VENTA DE HAMBURGUESAS	
Preguntas motivadoras	Ejemplo de respuestas (para el docente)
¿Qué insumos y materiales se necesitarán para hacer una hamburguesa?	• Carne molida, 50 gr. • Papas, 100 gr. • 1 Pan de hamburguesa. • 1 bolsa de plástico • Aceite, 250 ml. • Lechuga, 5 gr. (1) • Sal, 5 gr. • Mostaza, 1 cucharadita. • Mayonesa, 1 cucharadita. • Kétchup, 1 cucharadita • 4 servilletas.
¿Cuáles serán las maquinarias y equipos que se necesitarán para hacer hamburguesas?	• Cocina de gas. • Freidora de papas • Sartenes
¿Qué necesitamos para despachar y atender a nuestros clientes?	• Local • Mesas • Utensilios • Sillas • Platos
¿Cuál será el proceso de producción para la elaboración de una hamburguesa?	• Freír papas – freír la carne – calentar pan (actividades paralelas), • colocar la carne en el pan, • poner la ensalada, • agregar sal, • echar las cremas, • embolsar y • adjuntar servilleta.



DESARROLLO (60 minutos):

El docente debe motivar al estudiante para que identifique el proceso productivo de su idea de negocio. Para tal efecto, presentará las siguientes ideas clave.

IMPORTANCIA DE CONOCER EL PROCESO PRODUCTIVO:

- Ayuda a saber cuántos insumos, materiales, equipos y herramientas necesitaré para elaborar mi producto.
- Permitirá conocer las actividades que pueden eliminarse o combinarse y quién las realizará.
- Se sabrá el momento y el tiempo en que se realizará una actividad.
- Se podrá determinar el lugar apropiado para efectuar alguna actividad (distribución del taller).
- Conoceré el número de trabajadores que necesito para elaborar mi producto.
- Al saber todos estos datos, podré calcular el costo de producción.
- Optimizaré el aporte de cada elemento de producción.
- Identificaré las tecnologías que se necesitarán para mejorar mi producción.

Esto dependerá de la cantidad de producción que se realice en un determinado momento.

El docente presentará esta tabla para ayudar a los estudiantes a identificar las subetapas del proceso de producción de su idea de negocio; apoyándose con el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

SUBETAPAS	CONCEPTO	EJEMPLO
Diseño del producto o del servicio.	Significa definir las características del producto para proceder a la producción.	Material: tela jersey. Color: azul. Tallas: S-M-L. Modelo: Urbano.
Diseño del proceso productivo.	Consiste en definir los pasos desde el ingreso de la materia prima y continúa con el proceso de transformación, para convertir la materia prima y los insumos requeridos en el producto terminado.	➤ Almacenamiento de insumos y materiales. ➤ Elaboración de moldes. ➤ Corte de telas. ➤ Ensamble de las piezas de tela. ➤ Pegar broches, cierres y botones. ➤ Acabado final. ➤ Planchado. ➤ Inspección. ➤ Empaque. ➤ Almacenamiento de productos terminados.
Diseño del espacio en el área de trabajo.	Consiste en la distribución y ordenamiento físico de los elementos de producción.	Diseñaremos el croquis del área de trabajo, donde tendremos en cuenta la funcionalidad, la economía, el movimiento de materiales y trabajadores; así como el almacenamiento, buena iluminación, la seguridad, etc.
Calcular la cantidad de materiales	Primero, se calcula cuánta materia prima e insumos requerimos para elaborar una unidad, un producto o un servicio. Luego, esa cantidad de materia a nivel de la unidad la multiplicamos por el número de productos que deseamos producir, en función a nuestra proyección de ventas.	Para el modelo urbano necesitas: Tela: 50 cm2. Tintes: 0.25 ml. Elástico: 20 cm. Cierres: 1 unidad. Hilos: 1 unidad. Broches: 1 unidad. Multiplicado por 500 , que es la cantidad de polos que proyectamos vender.
Determinación de maquinaria, herramientas y equipo.	Definir las operaciones que: se harán manualmente; que requerirán maquinas; y que se harán contratando a un tercero.	Máquina de coser = 1. Máquina remalladora = 1. Máquina recubridora = 1. Máquina collaretera = 1. Estampador = 1.
Organización de las personas en el proceso productivo.	Se realiza en función del proceso productivo, garantizando que cada cual realice su labor en forma independiente, ordenada y respetando los tiempos.	Personal requerido: 4 personas. Corte de tela y empaquetado =1 Máquina de coser =1. Máquina recubridora =1. Estampado =1.

Con el ejemplo del cuadro, el docente presentará la definición **Proceso Productivo**:

Proceso Productivo, es la secuencia de actividades requeridas para elaborar un producto, (bienes o servicios), que se inicia con el ingreso de la materia prima y continúa con un proceso de transformaciones, para convertir los materiales e insumos en un producto terminado.

El docente solicita a los estudiantes que completen el cuadro de proceso productivo correspondiente a su idea de negocio, deben enumerar los materiales necesarios, el personal requerido y el proceso de producción, para ello utilizan su separata de plan de negocio, en la página 13. El docente puede presentar un ejemplo que puede colocar en la pizarra; asimismo, acompaña el proceso junto a los estudiantes.



CIERRE (15 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:

Al completar la guía ¿creen que el tema estudiado es necesario para dirigir mejor su negocio? ¿tienen claro cómo realizar el proceso de producción de su empresa? ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que siga perfeccionando el cuadro del proceso productivo de su negocio, para la siguiente clase lo deben traer en un papelote para que el docente lo pueda revisar.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de produccion - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Identifica la importancia de la calidad de los productos y/o servicios en las etapas del proceso productivo.
RECURSOS	:	Separata de plan de negocio para el educando, lápiz, borrador.
TIEMPO	:	90 minutos
INDICADOR	:	Describen la calidad de sus productos y/o servicios en su separata de plan de negocio.



INICIO DE SESIÓN (15 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que, continuando con la parte del **plan de producción (capítulo 3)**, en esta sesión tendrán que identificar la importancia que representa la calidad que ofrecen en sus productos y/o servicios para el crecimiento de su negocio, y cómo se consigue esa calidad.

Con el propósito de activar los saberes previos de los estudiantes, el docente debe usar la siguiente tabla y pedir que elaboren una lista de ejemplos de buena y mala calidad, según el producto o servicio señalado; lo cual ayudará a los estudiantes a identificar de manera básica los conceptos de calidad, además de despertar su interés y fomentar su participación.

PRODUCTO O SERVICIO	LISTAR ALGUNOS EJEMPLOS DE BUENA CALIDAD PARA:	LISTAR ALGUNOS EJEMPLOS DE MALA CALIDAD PARA:
Un restaurante	• Comida caliente y de buen sabor. • Atención rápida y amable. • Local limpio y acogedor.	• Comida salada y fría. • Atención lenta o se demoran en servir, no tienen sencillo para dar vuelto. • Local sucio y con malos olores.
Unas zapatillas	• Bien cosidas y aseguradas. • De cuero legítimo. • Buen diseño.	• Se descosen rápido. • El “cuero” se raja o se pela. • El diseño es feo o pasado de moda.
Una academia de fulbito	• Docentes puntuales. • Se entrena en un campo acondicionado para este deporte. • Entregan chalecos para distinguirse. • Enseñan buenas técnicas. • Usan pelotas adecuadas.	• Docentes tardones o faltones. • Se entrena donde se pueda. • Cada uno entrena con su ropa, no se pueden distinguir. • No tienen un buen programa de enseñanza. • Las pelotas estas desinfladas.



DESARROLLO (60 minutos):

A través del ejemplo anterior, el docente debe motivar a los estudiantes a apreciar la importancia de incorporar la **calidad** en los productos y/ o servicios que ofrece en su idea de negocio. Así mismo se apoyará presentando las siguientes ideas claves en un papelote.

IMPORTANCIA DE OFRECER PRODUCTOS O SERVICIOS DE CALIDAD:

- Debemos ofrecer algo más al cliente de lo que ofrece la competencia, ya que esta es cada vez mayor.
- La competencia se va equiparando en calidad y precio, por lo que se necesita buscar algo que nos diferencie.
- Los usuarios son cada vez más exigentes, ya no buscan solo precios adecuados.
- Si un comprador queda insatisfecho, contará su mala experiencia a otros consumidores.
- Si un cliente recibe un servicio de calidad, volverá a adquirir nuestros productos.
- Si un comprador recibe un servicio de calidad, nos recomendará con otros.

Antiguamente, el concepto de **calidad** se hallaba en un segundo plano, lo importante era *producir*. Llegó un momento en que la oferta superó la demanda, los clientes tenían dónde elegir; es entonces cuando la preocupación por la calidad supera a la preocupación por producir.

El docente presentará esta tabla para ayudar a los estudiantes a identificar las maneras de incorporar **calidad** a sus productos o servicios, apoyándose con el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

PASOS PARA LOGRAR CALIDAD	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO
Conocer las necesidades básicas del cliente	Ser comprendido. Ser escuchado Ser bienvenido. Advertirse seguro. Sentirse importante. Percatarse valioso. Experimentar comodidad. Sentirse satisfecho. Percibir confianza.	Identificar las nuevas tendencias o modas. Conocer los precios de la competencia para proponer precios accesibles.
Calidad en el diseño	El diseño del producto y/o servicio debe tratar de cubrir las necesidades que más le importen al potencial cliente. Esta información se obtiene a través de las encuestas de estudio de mercado.	Diseñar polos de acuerdo a la temporada. Proponer precios accesibles. Buscar buenas telas.
Calidad en el producto	Elaborar el producto y/o servicio de acuerdo al diseño, a las normas y a las exigencias técnicas requeridas para la elaboración de un buen producto. Verificar los resultados obtenidos al probar o utilizar los productos fabricados.	Elaborar polos de algodón de calidad 20/1 con tejido de punto, tipo piqué (con cuello).
Calidad en las compras / evaluación de proveedores.	Asegurar la calidad de nuestros insumos para que cumplan los requisitos necesarios. Conocer la responsabilidad del proveedor. Un proveedor comprometido, dará una contribución insustituible y trabajará para reducir continuamente los costos.	Las telas serán de calidad, así como la responsabilidad de nuestro proveedor, el cual debe ser reconocido en el mercado como es el caso de Universal Textil.
Verificación de los insumos adquiridos.	Consiste en verificar que los insumos o materiales adquiridos, tengan la calidad deseada y cumplan las especificaciones ansiadas.	Al adquirir las telas, debemos verificar que cumplan con nuestros requerimientos y las especificaciones técnicas necesarias.
Calidad en la producción.	Es asegurar que se obtenga y mantenga la calidad requerida, desde que el diseño del producto es llevado a fábrica, hasta que el producto es entregado al cliente para su uso.	Debe haber un encargado de verificar que los componentes del proceso productivo marchen en óptimas condiciones, de manera que no se pierda el estándar de calidad en ninguna etapa de la cadena productiva.
Calidad y capacitación del personal.	Buscar empleados adecuados para los puestos. Formación y entrenamiento constante de los trabajadores.	El personal contratado debe tener experiencia. Hay que capacitarlos en forma permanente.
Verificación de los productos.	Control de calidad final de los productos acabados.	El personal de control de calidad debe supervisar la calidad final de los productos terminados.
Control de equipos y máquinas.	Al igual que los proveedores de insumos se debe conocer la responsabilidad y trayectoria de los proveedores de maquinaria. Se debe realizar un mantenimiento preventivo de los equipos y maquinarias.	Al comprar las máquinas, se debe tener en cuenta la garantía y el servicio técnico y repuestos de las mismas.
Calidad en la atención que va más allá del producto que vendemos	Este aspecto se desarrolla en la venta y distribución de los productos. Es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o el servicio básico.	Nuestros vendedores deben ser personas amables y de buen trato. Cumplir con los plazos. Dar garantía por un tiempo determinado.

Con el ejemplo del cuadro, el docente presentará las definiciones de **calidad** más didácticas y conocidas.

La calidad es la capacidad de la empresa de satisfacer las necesidades, expectativas y los deseos de los clientes.

La calidad de un producto o servicio es satisfactoria cuando se da lo que esperaba o más de lo que esperaba el cliente.

La calidad significa ofrecer condiciones de uso superiores a las que el cliente esperaba recibir y si es a un precio accesible, mucho mejor.

La calidad es la capacidad de ofrecer un producto o servicio que sea apreciado como mejor que los restantes de su especie.

Nunca se debe confundir la calidad, con lujos o niveles superiores de atributos del producto o servicio.

Luego de observar los ejemplos y los pasos para lograr la calidad, el docente solicita que los estudiantes detallen qué harían para conseguir que sus productos o servicios tengan mayor calidad. Para ello, deben completar **¿cuál será la calidad de mi(s) producto(s)?**; usando su separata de plan de negocio, página 16.



CIERRE (15 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:

Al completar la guía ¿creen que el tema estudiado es necesario para mejorar las ventas en su negocio? ¿tienen claro cómo conseguir productos o servicios de calidad? ¿cómo se sintieron durante la sesión?



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de produccion - Parte 3
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Calcula la vida útil de sus herramientas, maquinarias y equipos (depreciación).
RECURSOS	:	Folleto del plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, calculadora básica.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Desarrollan ejercicios de depreciación de su maquinaria y herramientas en su separata de plan de negocio.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que continuando con la parte del **plan de producción (capítulo 3)**, aprenderán lo que es la vida útil de sus herramientas, maquinarias y equipos (depreciación); también conocerán la importancia y beneficios que trae a su empresa y cómo se calcula la depreciación.

El docente formulará como ejemplo un caso de la vida real, con el cual pedirá a los estudiantes que realicen algunas operaciones matemáticas, las que ayudarán a conocer, de forma básica, el concepto y el cálculo de la depreciación; además de llamar la atención y fomentar su participación.

CASO	PREGUNTA	RAZONAMOS	CÁLCULO
Juan se compra una bicicleta por S/.700.00 , pero dentro de 5 años la venderá a su primo por la suma de S/.100.00 .	¿Cuánto deberá ahorrar Juan, cada año, si quiere comprarse otra bicicleta nueva por el mismo precio?	- Dentro de 5 años necesitará tener S/.700.00 para comprar otra bicicleta. - Recuerden que obtendrá S/.100.00 por la venta de su bicicleta vieja. - Entonces, sólo le faltarán S/.600.00. - Tiene 5 años para ahorrar los S/. 600.00 que le faltará. - Cada año debe de ahorrar S/.120.00.	$\frac{700 - 100}{5} = 120$
			La depreciación de su bicicleta será de S/.120.00 por año.



DESARROLLO (35 minutos):

El docente hará saber al estudiante la importancia y beneficios de la **depreciación**, para motivarlo a conocer su concepto y la manera de calcularla. Para ello presentará las siguientes ideas claves en una diapositiva.

IMPORTANCIA Y BENEFICIOS DE LA DEPRECIACIÓN:

- ➔ El efecto más importante que tiene la depreciación está relacionado con los impuestos.
- ➔ Los gastos por depreciación (que en verdad es un ahorro) hacen que disminuyan las ganancias y de esa manera merma el monto de los impuestos a pagar.
- ➔ Ayuda a la empresa a guardar fondos para la compra de maquinarias.
- ➔ Beneficia para renovar las máquinas de la empresa.
- ➔ Hace que la producción no se interrumpa por falta o fallas de las máquinas o equipos.
- ➔ Brinda beneficios futuros a la empresa.
- ➔ Distribuye el gasto por la compra de una maquinaria en varios años.

El docente presentará esta tabla para ayudar a los estudiantes a calcular la depreciación, apoyándose con el ejemplo de la “empresa de confección y venta de polos Suyrú”.

CONCEPTOS CLAVES	DESCRIPCION	EJEMPLO
Determinar los bienes a depreciar	Los activos fijos son bienes que pertenecen a una empresa, no se compran para venderlos, sino para sacarles un rendimiento, tienen un precio de compra que va perdiendo su valor al pasar los años. Estos pueden ser las herramientas, las máquinas, los vehículos y el mobiliario interno de la empresa.	Como ejemplo escogeremos un activo fijo depreciable, en este caso la máquina remalladora.
Costo inicial de la maquinaria.	Es el precio de compra de la maquinaria.	El 01 de febrero del 2013 me costó la suma de S/2500.00 .
Señalar la vida útil del elemento a depreciar.	Según la SUNAT, es el número de años durante el cual un bien de capital (una máquina) es económicamente productiva o aprovechable por la empresa. Según la ley es de 5 años	5 años según la ley.
Valor residual o de desecho del activo.	Es el valor de remate al momento de jubilación del activo. Es el precio que se pide al deshacerse de los activos fijos, vendiéndolos a una compañía de reciclaje o de aprovechamiento de piezas sueltas.	Para el 01 de febrero del 2018 (en 5 años), estimo vender la máquina remalladora antigua a S/500.00 .
Calculamos la depreciación anual de la máquina remalladora: Depreciación anual = <u>costo inicial de la maquinaria – valor residual del activo</u> vida útil del activo (estimada en años) Depreciación anual = (2500 – 500) / 5 = 400 La depreciación anual de la máquina remalladora será de S/.400.00 anuales, las cuales “gastará” la empresa durante 5 años; con ese monto ahorrado más el monto obtenido por rematar la máquina antigua (S/.500.00), se podrá renovar la máquina por una nueva.		

Ayudándose con el ejemplo del cuadro, la o el docente presentará la definición de depreciación.

La **depreciación** es la disminución del valor de un activo fijo producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter erativo, tecnológico, etc. Este menor valor, disminuye el monto del activo fijo y constituye un gasto operacional.

La depreciación consiste en reconocer el valor de los bienes a lo largo de su vida útil, con el fin de obtener los recursos necesarios para su reposición, de manera que se conserve la capacidad operativa o productiva de la empresa.

Este gasto debes considerarlo al momento de establecer tus costos variables.

Luego de observar la importancia y beneficios, la manera de calcularla, el ejemplo y la definición de depreciación, el docente ayuda a que los estudiantes reflexionen y calculen el valor de la depreciación anual de una maquinaria con los siguientes datos:

Costo inicial de la máquina	:	S/. 2 000.00
Vida útil	:	5 años
Valor residual	:	S/. 600.00

El docente pide a los estudiantes completar el cuadro de depreciación de máquinas de su negocio, para ello deben usar su separata de plan de negocio, en la página 17.



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas:
Al completar la guía ¿creen que el tema estudiado es necesario para manejar bien su negocio?, ¿tienen claro cómo calcular la depreciación?, ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir al estudiante que revise la depreciación que consignó en su separata y corrobore el valor real de las maquinarias o equipos a depreciar.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de costos y financiamiento - Parte 1
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Calcula los costos de fabricación de los productos o servicios que ofrecerá su negocio.
RECURSOS	:	Separata del plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, calculadora básica, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Determinan a través de ejercicios el costo unitario de sus productos y costos de producción de su negocio.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente comunica a sus estudiantes que a continuación pasarán a una nueva etapa del plan de negocio: la elaboración del **plan de costos y financiamiento (capítulo 4)** el que se desarrollará en 4 sesiones; en esta parte, tendrán que identificar los costos de fabricación de los productos o servicios que ofrece su empresa.

El docente formulará un caso con el que pedirá a los estudiantes que intervengan y realicen algunas operaciones matemáticas que les ayudarán a conocer, de forma básica, el concepto de costo de producción además de motivar su atención y participación.

CASO PLANTEADO	LOS ESTUDIANTES DEBERÁN IDENTIFICAR Y COSTEAR LOS INSUMOS Y MATERIALES, LUEGO HALLAR EL COSTO DE PRODUCCIÓN		OBSERVACIÓN DEL DOCENTE
Irene, piensa vender chupetes de fresa en verano, veamos los costos de producción de 50 chupetes.	3 kg. de fresa = S/. 6.00 3 tarros de leche = S/. 6.60 1 kg de azúcar = S/. 2.20 50 bolsitas = S/. 2.00 TOTAL COSTOS = S/. 16.80	Para fabricar 50 chupetes Irene invertirá S/.16.80	Como ven, este ejemplo es muy básico ya que no estamos considerando: • Pago de mano de obra. • Gastos de luz (congelar chupetes). • Gastos de gas (hervir agua). • Maquinarias (refrigeradora, licuadora). • Otros.



DESARROLLO (35 minutos):

El docente hará entender a los estudiantes la importancia de saber los costos de producción, para motivarlo a conocer su concepto y la manera de calcularlo. Para tal efecto, presentará las siguientes ideas claves en una diapositiva.

IMPORTANCIA DE CONOCER LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN:

- ➔ Es importante conocer los costos para determinar el precio y obtener ganancias.
- ➔ Nos permite saber si el negocio va a producir ganancias o pérdidas.
- ➔ Permite intuir en cuánto tiempo recuperarás tu inversión.
- ➔ Ayuda a detectar actividades o productos donde la empresa pierde dinero.
- ➔ Permite conocer la productividad de la mano de obra.
- ➔ Permite advertir la rentabilidad de los productos.

El docente presentará esta tabla para ayudar a los estudiantes a conocer los costos de producción, y determinar el costo unitario de su producto, apoyándose con el ejemplo de la “empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

CONCEPTOS CLAVES	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO APLICADO A EMPRESA SUYRÚ		
		Elemento	Pago mensual	Precio
Costos fijos.	Son aquellos que hay que pagar siempre, no importa si la producción sube o baja.	Alquiler de local. Sueldo del personal administrativo. Maquinaria (depreciación). Pago de luz, agua, teléfono.	Local. Administrador. De todas las maquinas. Servicios mensuales. TOTAL CTO. FIJOS	s/ 300.00 s/ 700.00 s/ 400.00 s/ 200.00 S/.1600.00
Costos variables	Son aquellos que varían según el número de unidades producidas.	Materia prima y/o insumos. Mano de obra operativa. Envases, bolsas. Por ejemplo, para producir 1000 polos, necesitamos:	Tela e hilos, 3 operarios, 1000 bolsas. TOTAL CTO. VARIABLES	s/ 2000.00 s/ 2100.00 s/. 100.00 S/ 4200.00
Costo total	Es la suma de los costos fijos y los costos variables.		TOTAL CTO. FIJOS + TOTAL CTO. VARIABLES	S/. 5800.00
Costo unitario	Representa lo que cuesta producir cada unidad.	CTO. UNIT = $\frac{\text{CTO. TOTAL}}{\text{N° de unidad. producidas}}$	Considerando producir 1000 polos en este mes.	CTO UNIT = $\frac{5800}{1000} = \text{S/ 5.80}$

Ayudándose con el ejemplo del cuadro, el docente presentará la definición de **costo de producción**

Es la inversión de dinero que la empresa utiliza o destina para un fin específico: elaborar un producto o prestar un servicio.

Son los gastos que asume toda empresa a la hora de producir su producto o servicio; normalmente, estos costos dependerán de la materia prima que se utilice, la mano de obra que se necesite, el alquiler del local, el pago de impuestos y servicios como agua, electricidad y teléfono, entre otros.

Luego de observar la importancia, la manera de calcularla, el ejemplo y la definición de costos de producción; el docente solicita a los estudiante que definan sus propios costos fijos y variables. Para ello deben usar su separata del plan de negocio, páginas 18 y 19, y contestar **¿cuál es el costo unitario de producción de mi producto?**



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los participantes que respondan las siguientes preguntas:

Al completar la guía ¿creen que el tema estudiado ayudará a su empresa a generar ganancias?, ¿tienen claro la diferencia de costos fijos y variables?, ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Solicitar al estudiante, que determine el costo unitario en el ejemplo de elaboración de chupetes. Y que realice un ejemplo similar de un pequeño negocio de algún conocido o familiar.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de costos y financiamiento - Parte 2
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Calcula el precio de venta de sus productos o servicios.
RECURSOS	:	Separata del plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, calculadora básica, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Aplican fórmulas para definir el precio de venta del producto o servicio que ofrecerá su negocio.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que continuando con la elaboración del **plan de costos y financiamiento (capítulo 4)**, en esta sesión tendrán que determinar el precio de venta que pondrán a los productos o servicios que ofrece su empresa, basándose en lo aprendido en la sesión anterior.

A modo de recoger los saberes previo de los estudiantes, el docente usará el mismo caso de la sesión anterior, con el cual les pedirá que intervengan y realicen algunas operaciones, que les ayudarán a determinar el precio de venta de un producto, además de motivar la atención e incentivar su participación.

CASO PLANTEADO	LOS ESTUDIANTES DEBERÁN IDENTIFICAR Y COSTEAR LOS INSUMOS Y MATERIALES, LUEGO HALLAR EL COSTO DE PRODUCCIÓN		En esta sesión deben calcular el costo unitario de cada chupete
Irene, piensa vender chupetes de fresa en verano; veamos los costos de producción de 50 chupetes.	3 kg. de fresa = S/. 6.00 3 tarros de leche = S/. 6.60 1 kg de azúcar = S/. 2.20 50 bolsitas = S/. 2.00 TOTAL DE COSTOS = S/.16.80	Para fabricar 50 chupetes Irene invertirá S/.16.80	CTO. UNITARIO = CTO. TOTAL / N° CHUPETES CTO. UNITARIO = 16.80 / 50 CTO. UNITARIO = S/. 0.33
Conociendo el costo de elaboración de un chupete, y si queremos tener una ganancia de S/.0.37 por unidad, entonces debemos vender cada uno a S/. 0.70 (setenta céntimos), hemos determinado el precio de venta.			



DESARROLLO (35 minutos):

El docente motivará al estudiante a tener presente algunas consideraciones antes de establecer el precio de venta de su producto. Para ello presentará las siguientes ideas claves en una diapositiva.

Una vez conocido el costo unitario, es necesario fijar la **utilidad deseada o margen de utilidad** que se desea lograr, para determinar de esta manera el precio de venta.

Pero también es muy importante que se tomen en consideración los siguientes aspectos:

- ➔ Precio actual en la competencia.
- ➔ Precio actual de productos sustitutos (algo que sustituya mi producto).
- ➔ Calidad del producto.
- ➔ Obtención de ganancias suficientes para cubrir los compromisos adquiridos.

Pero si el producto que se está produciendo ya se encuentra circulando en el mercado, el precio de venta deberá ser el mismo.

Margen de utilidad o utilidad deseada, es la diferencia entre el precio de venta y el costo unitario del producto o servicio vendido.

Generalmente se expresa en porcentaje y este se calcula sobre el valor del costo unitario.

Por ejemplo, si fijo un margen de ganancia de 25% sobre un producto cuyo costo unitario es S/.80.00, entonces calculo:

25% de S/. 80.00 es S/. 20.00, entonces el precio de venta será S/. 100.00.

De esto obtenemos que:

PRECIO DE VENTA = COSTO UNITARIO + MARGEN DE UTILIDAD

El docente continuará utilizando la tabla de la sesión anterior para ayudar a los estudiantes a determinar el precio de venta de su producto, apoyándose en el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

CONCEPTOS CLAVES	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO APLICADO A EMPRESA SUYRÚ		
		Elemento	Pago mensual	Precio
Costos fijos	Son aquellos que hay que pagar siempre, no importa si la producción sube o baja	Alquiler de local. Sueldo del personal administrativo. Maquinaria (depreciación). Pago de luz, agua, teléfono.	Local Administrador De todas las máquinas Servicios mensuales TOTAL CTO. FIJOS	s/ 300.00 s/ 700.00 s/ 400.00 s/ 200.00 S/.1600.00
Costos variables	Son aquellos que varían según el número de unidades producidas.	Materia prima y/o insumos. Mano de obra operativa. Envases, bolsas. Por ejemplo, para producir 1000 polos necesitamos:	Tela e hilos, 3 operarios, 1000 bolsas. TOTAL CTO. VARIABLES	s/ 2000.00 s/ 2100.00 s/. 100.00 S/ 4200.00
Costo total	Es la suma de los costos fijos y los costos variables		TOTAL CTO. FIJOS + TOTAL CTO. VARIABLES	S/. 5800.00
Costo unitario	Representa lo que cuesta producir cada unidad.	CTO. UNIT = $\frac{\text{CTO. TOTAL}}{\text{N° de unid. producidas}}$	Considerando producir 1000 polos en este mes	CTO. UNIT = $\frac{5800}{1000} = \text{S/ 5.80}$
Conociendo el costo unitario de mis polos, en reunión con mis socios fijaremos un margen de utilidad del 50% , entonces calcularemos el precio de venta: 1° calculamos el Margen de utilidad = S/. 5.80 x 50% = S/. 2.90 2° calculamos el PRECIO DE VENTA = S/. 5.80 + 2.90 = S/. 8.70 Este precio S/. 8.70 es un precio competitivo en el mercado, así que no tendremos problemas.				

Ayudándose con el ejemplo del cuadro, el docente presentará la definición del precio de venta

El precio de venta es el resultado del costo de producción sumado a una ganancia, y lo establece el productor al momento de decidir cuánto será su margen de utilidad. El valor no puede fijarse sin antes comparar precios de la competencia y de otros productos similares en el mercado.

Luego de observar la manera de calcularlo, el ejemplo y la definición de precio de venta, el docente solicita a los estudiantes que calculen su propio precio de venta. Para ello deben usar su fascículo de plan de negocio, página 18, para contestar **¿cuál será el precio de mi producto?**



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas: al completar la guía ¿creen que podrían fijar un margen de utilidad muy alto?, ¿tienen claros los aspectos a evaluar antes de fijar el precio de venta de su producto?, ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir a los estudiantes que realicen una lista de precios de venta de sus principales productos o servicios y los escriban en la página 19 de su separata de plan de negocio.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de costos y financiamiento - Parte 3
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Calcula el punto de equilibrio para evitar las pérdidas en su negocio. Formula el estado de ganancias y pérdidas para conocer la rentabilidad de su negocio en un período de tiempo.
RECURSOS	:	Separata del plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador y calculadora básica, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Determinan a través de ejercicios el punto de equilibrio para su producto. Elaboran el estado de ganancias y pérdidas de su negocio.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que, continuando con la elaboración del **plan de costos y financiamiento (capítulo 4)**, en esta sesión tendrán que determinar el punto de equilibrio de su producto o servicio, y harán un análisis de estos resultados.

El docente seguirá utilizando el mismo caso de la sesión anterior, sobre el cual pedirá a los estudiantes que intervengan y realicen algunas operaciones, las que les ayudarán a tener un concepto básico del término **punto de equilibrio**; además de despertar la atención y fomentar su participación.

CASO PLANTEADO	LOS ESTUDIANTES DEBERÁN IDENTIFICAR Y COSTEAR LOS INSUMOS Y MATERIALES, LUEGO HALLAR EL COSTO DE PRODUCCIÓN		En esta sesión deben calcular el costo unitario de cada chupete
Irene piensa vender chupetes de fresa en verano, veamos los costos de producción de 50 chupetes.	3 kg. de fresa = S/. 6.00 3 tarros de leche = S/. 6.60 1 kg de azúcar = S/. 2.20 50 bolsitas = S/. 2.00 TOTAL DE COSTOS = S/.16.80	Para fabricar 50 chupetes Irene invertirá S/.16.80	CTO. UNITARIO = CTO. TOTAL / N° CHUPETES CTO. UNITARIO = S/. 16.80 / 50 CTO UNITARIO = S/. 0.33
Conociendo el costo de elaboración de un chupete y si queremos tener una ganancia de S/.0.37 por unidad, entonces debemos vender cada uno a S/. 0.70 (setenta céntimos), hemos determinado el precio de venta.			
¿Cuántos chupetes debo vender como mínimo para no tener pérdidas ni ganancias? Una manera lógica de hallar el punto de equilibrio sería: si mis costos totales son: S/. 16.80 , al vender cada chupete recibo S/.0.70 , entonces, debemos dividir: S/. 16.80 entre S/. 0.70 = 24 chupetes; a partir del 25 obtengo ganancias.		El docente debe indicar que este ejercicio sirve solo para tener una noción básica de punto de equilibrio; recordar a los estudiantes que en este ejemplo no estamos asignando costos fijos, como se verá más adelante.	



DESARROLLO (35 minutos):

Con la ayuda del caso anterior, el docente motivará al participante a tener en cuenta la importancia de conocer las nociones de **punto de equilibrio**, como un dato clave para el manejo de su empresa. Para esto también se ayudará con los siguientes conceptos claves que pueden ser presentados en papelo-te.

El punto de equilibrio es un dato que nos indica cuántas unidades como mínimo debemos vender para que nuestro negocio no tenga ganancia ni pérdida.

ANALIZAMOS EL PUNTO DE EQUILIBRIO:

Si nos quedamos en el punto de equilibrio, solamente lograremos recuperar nuestra inversión pero no obtendremos una ganancia.

Con el punto de equilibrio, sabremos cuántos productos debemos vender para recuperar nuestra inversión y así sobrepasar esa meta vendiendo más, para obtener ganancias.

Cuanto más bajo sea el punto de equilibrio, mayores serán las probabilidades de que en el proyecto obtenga utilidades y menor el riesgo de que incurra en pérdidas.

Es importante trabajar solo con datos anuales o solo mensuales, no mezclar periodos de tiempo

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable Unitario}}$$

El docente recordará a los asistentes que todos los conceptos para hallar el punto de equilibrio ya lo han estudiado; y continuará utilizando la tabla de la sesión anterior para ayudarlos a determinar su punto de equilibrio, apoyándose en el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

CONCEPTOS CLAVES	DESCRIPCIÓN	EJEMPLO APLICADO A EMPRESA SUYRÚ		
			Pago mensual	Precio
Costos fijos.	Son aquellos que hay que pagar siempre, no importa si la producción sube o baja	Alquiler de local. Sueldo del personal administrativo. Maquinaria (depreciación). Pago de luz, agua, teléfono.	Local Administrador de todas las maquinas Servicios mensuales TOTAL CTO. FIJOS	s/ 300.00 s/ 700.00 s/ 400.00 s/ 200.00 S/.1600.00
Costos variables	Son aquellos que varían según el número de unidades producidas.	Materia prima y/o insumos. Mano de obra operativa. Envases, bolsas. Por ejemplo, para producir 1000 polos necesitamos:	Tela e hilos, 3 operarios, 1000 bolsas. TOTAL CTO. VARIABLES	s/ 2000.00 s/ 2100.00 s/. 100.00 S/ 4200.00
Costo total.	Es la suma de los costos fijos y los costos variables		TOTAL CTO. FIJOS + TOTAL CTO. VARIABLES	S/. 5800.00
Costo unitario.	Representa lo que cuesta producir cada unidad.	CTO. = <u>COSTO TOTAL</u> UNIT. N° de unid. producidas	Considerando producir 1000 polos en este mes	CTO. UNIT = 5800/1000 = S/. 5.80
Conociendo el costo unitario de mis polos, en reunión con mis socios, fijamos un margen de utilidad del 50%, entonces calcularemos el precio de venta: 1° calculamos el margen de utilidad = S/. 5.80 x 50% = S/. 2.90 2° calculamos el PRECIO DE VENTA = S/. 5.80 + 2.90 = S/. 8.70 Este precio S/. 8.70 es un precio competitivo en el mercado, así que no tendremos problemas. Datos para calcular el punto de equilibrio:				
Datos para calcular el punto de equilibrio: Costo fijo total = S/. 1600.00 Precio de venta= S/. 8.70 Costo variable unitario = cto. variable total /N°unid. Produc = 4200 / 1000 = S/. 4.20			PTO. EQUILIBRIO = $\frac{1600}{8.70 - 4.20}$ = 356 POLOS ANÁLISIS: Debemos vender más de 356 polos para empezar a obtener ganancias.	

Luego de observar la manera de calcularlo, el ejemplo y la definición de punto de equilibrio, el docente solicita que los estudiantes calculen su propio punto de equilibrio. Para ello, deben usar su separata de plan de negocio, página 19, y contestar **¿cuántas unidades necesito vender para ganar y no fracasar?**

Una vez terminada la etapa anterior, el docente enseñará a los estudiantes a **calcular las utilidades de su empresa o negocio**. Para eso manejará el estado de ganancias y pérdidas. En esta parte, debe motivar al estudiante a conocer su importancia. Para ello presentará los siguientes conceptos claves en un papelote.

El estado de ganancias y pérdidas:

Refleja los ingresos y egresos de la empresa.

Permite conocer si se gana o se pierde en un período de tiempo.

Para calcular el estado de ganancias y pérdidas, se debe tomar en cuenta:

La proyección de ventas.

El pago de impuestos, según el régimen tributario.

El docente motivará a los estudiantes comunicándoles que en este punto se utilizan todos los datos ya calculados en las sesiones anteriores, con la finalidad de elaborar el estado de ganancias y pérdidas continuará apoyándose cen el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos, Suyrú”.

Ingresos operativos	
Ventas de polos (proyectamos vender las 1000 unidades a S/8.70).	S/. 8700.00
Ingresos operativos totales (A)	S/. 8700.00
Gastos operativos	
Costo de materia prima e insumos.	S/. 2000.00
Costo de mano de obra operativa.	S/. 2100.00
Envases y bolsas.	S/. 100.00
Gastos operativos totales (B)	S/. 4200.00
Beneficio bruto (C) = (A) – (B)	S/. 4500.00
Gastos fijos	
Alquiler.	S/. 300.00
Sueldo de personal administrativo.	S/. 700.00
Depreciación.	S/. 400.00
Servicios públicos.	S/. 200.00
Total de gastos fijos (D)	S/. 1600.00
Total beneficios antes de intereses e impuestos (C) – (D)	S/. 2900.00
Interés por préstamos.	S/. 0.0
Total beneficios antes de impuestos	S/. 2900.00
Impuestos a la renta (RUS: pago único).	S/. 20.00
TOTAL BENEFICIO NETO	S/ 2880.00

Luego de observar la manera de calcularlo, el ejemplo y la definición, el docente solicitará a los estudiantes que elaboren su propio estado de ganancias y pérdidas. Para ello, deben usar su separata del plan de negocio, página 20, y contestar **¿cuánto voy a ganar si realizo este negocio o empresa?**



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión, se pide a los participantes que respondan a las siguientes preguntas: al completar la guía ¿creen que podrían fijar el punto de equilibrio de su empresa?, ¿tienen claro cómo elaborar el estado de ganancias y pérdidas?, ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir a los estudiantes que continúen revisando y completando su separata del plan de negocio, respecto a los puntos trabajados en la sesión.



AREA	:	Educación para el trabajo
TEMA	:	Plan de costos y financiamiento - Parte 4
APRENDIZAJE ESPERADO	:	Calcula el monto total de la inversión para iniciar su negocio. Analiza las posibilidades de financiamiento con las que cuenta para iniciar su negocio.
RECURSOS	:	Separata del plan de negocio para el estudiante, lápiz, borrador, calculadora básica, plumón o tiza de pizarra, mota.
TIEMPO	:	45 minutos
INDICADOR	:	Determinan el monto total de inversión que requieren para iniciar su negocio y las posibles fuentes de financiamiento.



INICIO DE SESIÓN (5 minutos):

El docente comunica a los estudiantes que esta es la última etapa de su **plan de costos y financiamiento (capítulo 4)**; en esta sesión tendrán que aprender a cuantificar el monto total de inversión que necesitan para iniciar su negocio e identificar las posibilidades de financiamiento (préstamo) que existen.

INVERTIR ES HACER QUE TU DINERO GENERE MÁS DINERO



DESARROLLO (35 minutos):

El docente motivará al estudiante a tener en cuenta la importancia de conocer el monto total de inversión necesaria para empezar su empresa. Para esto se ayudará con los siguientes conceptos e ideas claves que pueden ser presentados en papelote:

Importancia de conocer el monto de la inversión inicial:

- sirve para conocer la cantidad de dinero inicial que debo tener para empezar mi negocio
- ayuda a ver si es posible crear el negocio o es algo que requiere demasiada plata
- permite constatar si puedo hacerlo sólo con mis ahorros o necesito préstamos
- faculta observar si es necesario contar con uno o más socios
- concede identificar las diferentes fuentes de financiamiento que existen

Cómo calcular la inversión inicial: Primero debemos identificar:

Capital de trabajo: Todo lo que necesitamos para obtener un producto o todo lo que pensamos comprar para vender en nuestra microempresa, empieza con la compra de materiales e insumos, continúa con la producción y sigue con las ventas.

Activos tangibles o fijos: Están constituidos por la inversión en maquinarias, equipos, terrenos, e instalaciones; es todo lo que necesitamos para ayudarnos a vender o a producir nuestro producto.

Costos fijos mensuales: Es todo lo que, de todas maneras, debemos pagar cada mes así no hayamos vendido nada.

El docente, apoyándose en el ejemplo de la “Empresa de confección y venta de polos. Suyrú”, motivará a los estudiantes a calcular el monto de inversión inicial; para esto, seguirá los siguientes pasos:

CAPITAL DE TRABAJO:

CAPITAL DE TRABAJO. Por ejemplo: telas, hilos, broches, cierres, bolsas, etc.	Lugar de compra	UNI-DAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO DE COMPRA S/.	TOTAL CAPITAL DE TRABAJO INICIO S/.
Telas	Gamarra	Metro	400	3.75	1500.00
Hilos	Gamarra	Unidad	1000	0.20	200.00
Cierres	Gamarra	Unidad	1000	0.20	200.00
Broches	Gamarra	Unidad	1000	0.10	100.00
Bolsas	Gamarra	Cientos	10	1.00	100.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO S/.					S/. 2100.00

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS:

INVERSIÓN EN INMOVILIZACIONES Por ejemplo: mostradores, colgadores, gastos de reparaciones de local, maquinarias; focos de luz, cables, pintado, puerta	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL INVERSIÓN INICIO S/.
Máquina de coser	1	1000.00	750.00
Máquina remalladora	1	2500.00	1500.00
Máquina recubridora	1	650.00	550.00
Colgadores	1	450.00	450.00
Reparación de local	50	1.00	800.00
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS S/.			S/. 4100.00

COSTOS FIJOS MENSUALES:

COSTOS FIJOS MENSUALES. Por sueldos, alquileres, depreciación.	TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES
Alquiler de local.	300.00
Pago de trabajadores.	2800.00
Pago de servicios.	200.00
Depreciación de máquinas.	55.00
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES S/.	S/. 3355.00

INVERSIÓN NECESARIA:

CUENTA O RUBRO	INICIO S/.
1. TOTAL CAPITAL DE TRABAJO .	S/. 2100.00
2. TOTAL INVERSIÓN EN INMOVILIZACIONES (ACTIVOS FIJOS).	S/. 4100.00
3. TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES.	S/. 3355.00
5. TOTAL PARA EMPEZAR A FUNCIONAR (1+2+3).	S/. 9555.00
6. TOTAL APOORTE PROPIO.	
7. TOTAL QUE ME FALTA PARA ABRIR MI NEGOCIO (5-6).	

Luego de haber determinado el **monto total de la inversión necesaria**, el docente explicará al estudiante que deberá confrontar si dicho monto puede ser asumido íntegramente con recursos propios o tendrá que recurrir a préstamos (fuentes de financiamiento).

En esta parte lo ayudaremos a conocer qué es lo que se debe tomar en cuenta cuando se enfrenta a la decisión de financiamiento, y cuáles son las alternativas de financiamiento que puede encontrar en nuestro medio. Para eso debe plantear las siguientes interrogantes:

¿Puedo ser considerado como sujeto de crédito?

Las condiciones para ser considerado sujeto de crédito son muy exigentes. Lo recomendable es que el pequeño empresario vaya estableciendo una historia crediticia manejando sus recursos financieros, por medio de una cuenta de ahorros; de esta manera, el banco tendrá la idea del volumen mensual que la pequeña empresa maneja.

¿A cuánto asciende mi capacidad de endeudamiento?

Es la capacidad de nuestra empresa, de permitir no solamente solventar las necesidades propias del proyecto, sino que permitan contar con un excedente que se pueda utilizar para pagar el préstamo y los intereses sin penurias.

¿Debo endeudarme en soles o dólares?

El préstamo deberá solicitarse en la misma moneda en la que se reportan nuestros ingresos, es decir, si vendemos en soles, nos deberemos prestar en soles.

¿Puedo acudir a fuentes de financiamiento que fomenten la pequeña empresa?

En la actualidad las pequeñas empresas que requieran financiamiento, cuentan con la oferta de crédito que ofrecen las siguientes instituciones:

- a. Trece Cajas Municipales de Ahorro y Crédito.
- b. Catorce Cajas Rurales de Ahorro y Crédito.
- c. Ocho Entidades de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (Edpymes).
- d. Cincuenta ONGs con programas de crédito.
- e. Veinte Cooperativas de Ahorro y Crédito.
- f. Mibanco.

LIMITACIONES para que las PYME'S logren un mayor acceso al crédito bancario.

La Asociación de Bancos (ASBANC) establece las siguientes limitaciones:

- a. El alto porcentaje de micro y pequeñas empresas en condiciones de informalidad.
- b. La falta de información.
- c. Los trámites documentarios.
- d. La carencia de garantías.

Una buena sugerencia es que te prestes dinero de familiares o amigos; pero mejor sería que encuentres un socio, quien compartirá el mismo riesgo que tú, pero también compartirá tus futuras ganancias.

Luego de observar la manera de calcularlo, el docente les pide a los estudiantes que calculen su propio monto de inversión inicial. Para ello deben usar su separata del plan de negocio y contestar ¿Cuánto necesitas para iniciar tu negocio o empresa?, en las página 22.



CIERRE (5 minutos):

Finalizada la sesión se pide a los estudiantes que respondan a las siguientes preguntas:

Al completar la guía, ¿creen que el monto inicial para empezar su negocio es inalcanzable?, ¿tienen a quién recurrir para que les preste algún monto, o les sería más fácil buscar un socio?, ¿cómo se sintieron durante la sesión?



TAREA PARA CASA:

Pedir a los estudiantes que continúen revisando y completando su separata del plan de negocio en los aspectos de inversión y financiamiento en base a datos reales.

FICHA N° 1: LIMA RIQUEZA Y DIVERSIDAD

Nuestra gran Lima, tiene muchos mercados atractivos y potenciales, es decir; mucha gente que puede comprar y muchas empresas que pueden vender, somos alrededor de 7'000.000 de limeños (potenciales compradores) y 500.000 empresas (grandes, medianas, pequeñas y microempresas) aproximadamente que brindan todo tipo de productos y servicios.

Sin embargo, Lima tiene varios problemas para que su economía pueda desarrollarse plenamente, al ser una ciudad muy poblada no tenemos espacio suficiente, ni bien distribuido para hacer empresa. Además, no contamos con muchos recursos naturales para transformar; mayoritariamente, compramos insumos producidos por otras regiones o países.

Frente a esta situación es importante reflexionar sobre el principio de desarrollo sostenible de nuestra ciudad, es decir, debemos tener presente que los recursos que tenemos son escasos y deben ser cuidados, bien aprovechados y distribuidos de manera justa entre todos los que vivimos en ella. Este punto es muy importante y debemos considerarlo al momento de crear y/o desarrollar una empresa.

Por ejemplo: Lima es la ciudad más desarrollada de nuestro país, tiene la mayor cantidad de pobladores que trabajan, salen de sus casas y tienen la necesidad de comer fuera, existe gran demanda de servicios de alimentación como restaurantes o servicios similares. Esto se complementa porque tiene una gastronomía tan rica y diversa que concentra platos de todas las regiones, haciendo de este tipo de negocios o empresas un éxito.

Pero para desarrollar este tipo de empresas también hay problemas que debemos superar, tales como la deficiencia para entregar un servicio de calidad, el buen uso del agua y evitar su contaminación, etc.



FICHA N°2: SAN JUAN DE LURIGANCHO, UN DISTRITO EMPRENDEDOR

Es uno de los más poblados de Lima, aproximadamente un millón de habitantes. Exporta alrededor de 130 millones de dólares anuales. Las actividades comerciales, manufactureras y de la construcción son las más importantes del distrito. Estas actividades tuvieron sus bases en la masiva migración de los provincianos en los años cincuenta quienes, para generar sus ingresos, se desempeñaron como vendedores ambulantes y trabajadores dependientes.

Como recursos naturales tiene canteras de piedras y materiales para la construcción. San Juan de Lurigancho se ha creado sobre las antiguas haciendas con lo cual el recurso tierra se ha perdido irreversiblemente por la ocupación y habilitación de viviendas. Los principales recursos con los que cuenta son:



Recursos industriales: cuenta con fábricas principalmente de confecciones, bombas centrífugas, pinturas, muebles de madera, ladrillos y cuero. Además, envasadoras de gas, plásticos, equipos electrodomésticos, artículos de cobre, cocinas industriales, escobillas de ropa, embutidos y alimentos.

Pymes - Mypes: de confecciones, calzado, artículos de carpintería, metal mecánica, artesanías y bisutería.

Comercio: ferias de muebles, centros comerciales modernos, mercados comunales, bodegas, ferreterías, boticas.

Servicios: posee una variedad de servicios en alimentos y hostales, así como imprentas, líneas de transporte público, cabinas de informática e Internet, agencias bancarias, colegios privados, librerías, peluquerías, empresas de seguridad, etc.

Potencialidades humanas: cuenta con operarios de construcción, confeccionistas, conductores de vehículos, y profesionales como maestros, economistas, abogados, técnicos de enfermería, técnicos de nivel intermedio, etc.

Grandes empresas: Metro, Plaza Veja, Topi Top, Pieers, Hidrosta, Cassinelli, Celima, Makro, etc.



Desde la década del '90 San Juan de Lurigancho está experimentando un gran desarrollo dentro de la ciudad de Lima a causa del crecimiento económico del Perú y las políticas responsables para el establecimiento de nuevas inversiones.

Posee créditos directos de S/. 240 millones, según cifras de la SBS Nov-2007 y existen depósitos de ahorro por más de S/. 170 millones, con depósitos a la vista por S/. 47 millones. Esto se sustenta en las cifras del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), que sitúa a los trabajadores asalariados e independientes de los distritos agrupados de Lima Este con remuneraciones por encima de los de Lima Norte y Lima Sur.

San Juan de Lurigancho es además el distrito que tiene más hogares con uno de sus miembros viviendo en el extranjero a nivel nacional, por ello un punto fundamental es la importante suma de dinero que se capta a través de las "remesas" provenientes del exterior. Este capital que se recibe es utilizado por las familias para diversas actividades económicas entre ellas: la construcción y remodelación de sus viviendas, apertura de algún tipo de negocio, ahorro en entidades financieras o pago por servicios en el que destaca como uno de los más importantes el Servicio Educativo. Aunque esto se halla visto mermado por la crisis del 2008 que vivió la comunidad europea y norteamericana.

La inversión en el sector Retail, Financiero, Manufacturero y Construcción ya comenzó a incursionar debido a la fuerte demanda que el ciudadano del distrito expresa a través de sus compras, pago por servicios y adquisición o remodelación de una vivienda.



Actualmente registra un fuerte crecimiento económico impulsado por miles de emprendedores que han generado cerca de 100 mil negocios de todos los tamaños, de los cuales más del 50% están formalizados, según la Municipalidad de San Juan de Lurigancho.

A pesar de este avance aún existe un 15 por ciento de viviendas sin servicios básicos, es decir, familias que no cuentan con agua potable, desagüe o luz. Entonces hay mucho por hacer para satisfacer estas necesidades, las que nos podrían dar oportunidades para hacer negocio o empresa.



FICHA N° 3: HISTORIAS DE EMPRENDEDORES(AS)

ANA MARÍA es una mujer emprendedora de San Juan de Lurigancho, que se las ingenió para trabajar casi gratis como empleada de limpieza en una botica. Con el objetivo de BUSCAR INFORMACIÓN y aprender; es así que en dos meses conoció todos los pormenores del negocio. Pero esto no fue suficiente para ella y decidió ingresar a la universidad superando los prejuicios de la edad, allí encontró los conocimientos que le faltaban para iniciar su cadena de boticas.

Hubo momentos difíciles que tuvo que afrontar, sin un sol en el bolsillo. Su hermana le

prestó para alquilar el local y comprar los muebles. Pero faltaba dinero para adquirir los productos médicos, es así que acudió a un curso sobre formación de boticas. Allí estaban los bancos listos para prestar dinero pero con una garantía y lamentablemente ella no tenía nada. Pero su PERSEVERANCIA y esas fuerzas internas emprendedoras, la llevaron a preguntarle, sin miedos ni vergüenzas, al representante del banco “¿Por qué solo prestaban dinero a quien tenía garantía y no a quienes tienen ganas de triunfar y pueden respaldarse con su trabajo?”.

Entonces el representante del banco la miró y le dio su tarjeta. Al día siguiente, recibiría su primer préstamo a sola firma y con la única garantía de su fe en ella misma y en su promesa de trabajar hasta desfallecer para honrar su palabra. Hoy, como empresaria experimentada, afirma que no hay que temerle al crédito bancario, porque si se sabe trabajar se gana y se paga. Actualmente tiene tres boticas y en julio inaugurará dos más.



ANGÉLICA OBREGÓN CARPIO (Año 1996) sale desde temprano a recorrer las calles de La Molina vendiendo frutas puerta por puerta. El sol es extenuante, la caminata larga, pero la perseverancia no flaquea. Por ello, quizá, por esta férrea voluntad de seguir adelante, hoy, 14 años después, Angélica se convirtió en una exitosa empresaria. Cambió la venta de frutas, puerta por puerta, por un puesto en el mercado de La Molina para, poco tiempo después, conseguir el anhelado local propio. Dudó entre montar una juguería o un negocio de ventas de cremoladas. Al final optó por lo segundo. No se equivocó. Doña

Angélica, a sus 50 años, puede mirar atrás satisfecha: con dos tiendas en La Molina y con ventas de hasta 2 mil cremoladas diarias en verano; pero prefiere mirar hacia el futuro.



Su emoción despierta al hablar de su próximo local en Miraflores. De los dos sabores de cremoladas iniciales (lúcuma y maracuyá) hoy ofrece hasta cuarenta diferentes a su creciente público.

¿Cuál es su secreto?, responde con convicción: “Trabajar de sol a sol, ahorrar y reinvertir lo que se gana. Mi único vicio es crecer”.

FICHA Nº 4: ¿QUÉ HARÉ AL EGRESAR DEL COLEGIO?

Estás cerca de egresar del colegio y tu vida cambiará, este hecho te llevará a pensar en tu futuro laboral. Seguramente ya estás ensayando, preparándote, capacitándote para tomar decisiones en este campo.

La opción a la que te animamos en esta guía es elaborar un plan para hacer **empresa** y hacerte **empresario(a)** como parte de tu vida profesional, laboral. Ser empresario(a) te permitirá generar ingresos y tener ciertas ventajas para mejorar tu desarrollo personal y familiar. Esto no te quita la opción de estudiar y ser un universitario, por el contrario, todos los empresarios deben ser universitarios, profesionales, formarse técnicamente y aprender toda la vida.

Asimismo si decidieras no ser empresario(a) y ser empleado, las exigencias de las empresas de hoy, es tener empleados que conozcan cómo se maneja una empresa, así serán trabajadores más eficientes y productivos.



TU DECISIÓN MARCARÁ TU FUTURO

Queremos que tomes buenas decisiones en tu vida, especialmente en el área laboral y por ello te sugerimos tener un tiempo para pensar en ti y reflexionar con las siguientes preguntas:

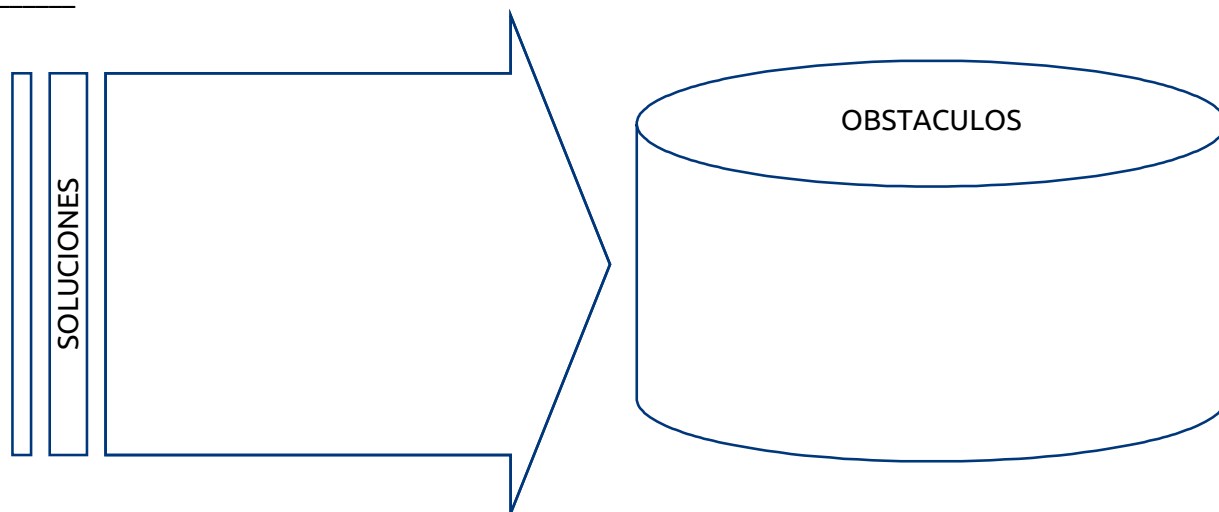
¿qué es lo que más me gusta hacer y me hace feliz?, ¿qué es lo que más me gusta del colegio y me hace feliz?, ¿para qué creo que soy bueno(a), qué cosas hago bien y hacerlas me hace feliz?, ¿en qué área me gustaría trabajar?, ¿me agradaría ser empresario(a) o empleado(a)?, ¿qué consecuencias tendrá en mi vida las decisiones

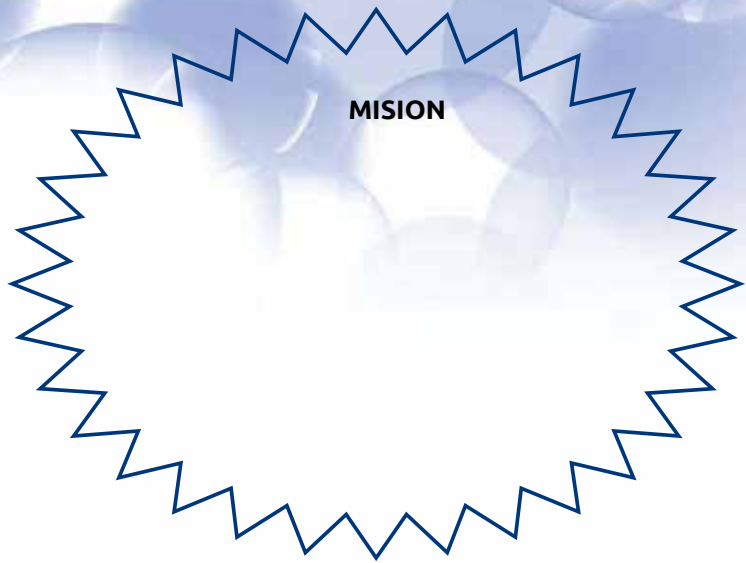
que tome hoy?

Responder a estas preguntas te ayudará a conocerte mejor, enrumbar tu futuro laboral y tomar decisiones adecuadas para tener éxito en tu vida personal, profesional y en la empresa que decidas iniciar.

"MI PLAN DE VIDA LABORAL"

Nombre: _____ Fecha: ____/____/____





Pasos que debo dar...

A **corto** plazo (12 meses siguientes)

Pasos o actividades	Fecha de inicio	Fecha cumplida

A **mediano** plazo (1 a 2 años siguientes)

Pasos o actividades	Fecha de inicio	Fecha cumplida

A **largo** plazo (3 a 5 años siguientes)

Pasos o actividades	Fecha de inicio	Fecha cumplida

FICHA Nº 5: TEST DEL EMPRENDEDOR(A)

✍ Responde con honestidad, al siguiente test, el cual te ayudará a tener mayor claridad sobre lo que debes mejorar.

INDICACIONES:

A continuación presentamos 11 características de un emprendedor, marca con una X en la escala en la cual crees que te encuentras actualmente. Luego suma las X de cada columna y pon el resultado en la fila de subtotales:

CARACTERÍSTICAS	ESCALAS	Nada desarrollado	Poco desarrollado	Desarrollado	Muy desarro llado
1. Confío en mí mismo(a) y en lo que voy a lograr en mi vida.					
2. Me gusta buscar oportunidades.					
3. Soy persistente, lo que inicio lo termino.					
4. Asumo compromisos y soy responsable.					
5. Estoy en búsqueda de mejorar siempre.					
6. Asumo riesgos calculados.					
7. Tomo decisiones considerando las consecuencias.					
8. Me trazo metas, objetivos claros y los cumplo.					
9. Estoy en búsqueda de información permanentemente.					
10. Siempre planifico y controlo si lo que me propuse se ha logrado.					
11. Tengo redes de apoyo (Familia, amigos, asesores, proveedores).					
SUB TOTAL					

RESULTADOS:

Ahora en la fila de subtotales suma los resultados de las 2 primeras columnas (nada y poco desarrollado) y compáralas con la suma de las otras 2 columnas (desarrollado y muy desarrollado), entonces:

Si la suma de las 2 primeras columnas **es mayor** que la suma de las otras 2 columnas, entonces no te desanimes, pero es urgente que mejores en las características que hayas marcado como nada y poco desarrollado, pues eres joven y aún es fácil poder cambiar de actitud. También puedes pedir consejos a tus padres, familiares o profesores de confianza.

Si la suma de las 2 primeras columnas **es menor** que la suma de las otras 2 columnas, entonces quiere decir que estás por buen camino, pero debes seguir desarrollándote, en este caso sólo ten en cuenta las características en las que hayas marcado como nada y poco desarrollado y trabaja sobre ellas, pues aún tienes mucho potencial por explotar.

CARACTERÍSTICAS DE UN EMPRENDEDOR(A)

- Confía en sí mismo y en sus habilidades.
- Gestiona la oportunidad de negocio.
- Es capaz de relacionarse con otros.
- Es persistente y perseverante.
- Percibe y ejecuta una innovación con energía y convicción.
- Es un artista y creador.
- Es imaginativo.
- Tiene capacidad de planificación.
- Toma riesgos calculados.
- Es ahorrador y sabe invertir.

FICHA N° 6: PLAN DE MEJORA DE MIS CARACTERÍSTICAS PERSONALES Y EMPRENDEDORAS

[illegible]

FICHA N° 7: ¿CÓMO Y DÓNDE PUEDO ENCONTRAR UNA BUENA IDEA PARA MI EMPRESA O NEGOCIO?

Ahora que has entendido la importancia de elaborar un plan de negocio para tu empresa, iniciaremos con el proceso. Para ello debes encontrar ideas de negocio.

Para encontrar buenas ideas de negocio para tu empresa, no necesariamente tienes que inventar o descubrir algo grandioso, a veces es suficiente con observar la realidad, investigarla, escuchar a la gente; de este modo reconocerás qué nuevas necesidades tiene la gente, qué nuevos productos o servicios puedes venderles.

Algunas de las formas para encontrar ideas de negocio las puedes encontrar en la siguiente tabla de clasificación:



NECESIDADES	EJEMPLOS
Necesidades nuevas no atendidas aún.	Cada vez más adolescentes necesitan tener orientación vocacional, es decir conocer qué busca el mercado y qué potencialidades tienen para poder desarrollarse.
Necesidades atendidas en forma inadecuada.	El transporte público y privado siempre son necesidades que necesitan ser atendidas mejor.
Mejorar un negocio ya existente (observar las deficiencias de los demás).	Cualquier negocio que funcione mal en una zona, puede ser reemplazado por uno mejor.
Una actividad nueva siempre requiere actividades complementarias.	El uso de celulares de nueva generación siempre requiere de nuevos productos complementarios, como estuches, audífonos y otros accesorios.
Necesidades creadas por la aparición de nuevos productos/ servicios.	El internet ha generado muchas empresas que se dedican a ofrecer productos y servicios diversos a través de la web.
Nuevos usos para los productos/servicios existentes.	Las camionetas antiguas ahora pueden ser usadas como carros sangucheros y otros.
Cambios de hábito, costumbres, moda o tiempo libre.	La gente trabaja mucho y come demasiado fuera de casa, dando oportunidad de negocio a los restaurantes.
Cambios sociales, de género, ingresos personales, nuevos enfoques de la educación, aumento de longevidad (tercera edad), la soledad, el miedo, etc.	La mujer trabaja más horas fuera de casa y se necesitan guarderías o servicio de cuidadoras, nanas, etc.

FICHA N° 8: "LO QUE OBSERVO Y HAGO PARA ENCONTRAR UNA BUENA IDEA DE NEGOCIO"

¿Qué necesidades has observado que no están siendo atendidas o están mal atendidas donde piensas abrir tu negocio?

Ejemplos:

1. Poca venta de polos de calidad a precio justo.
2. No venden pasteles o dulces para personas diabéticas u obesas.
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

¿Qué negocios tendrían que existir para satisfacer las necesidades no atendidas o mal atendidas donde piensas abrir tu negocio?

Ejemplos:

1. Una idea para cubrir esta necesidad seria la fabricación y venta de polos de buena calidad a un precio accesible.
2. La idea de negocio que cubre esta necesidad seria la apertura de una casa naturista donde se ofrezcan pasteles y tortas elaboradas en forma natural, especial para diabéticos u obesos.
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

FICHA Nº 9: ¿CUÁL SERÁ MI IDEA DE NEGOCIO O EMPRESA?

Para que decidas por una buena idea de negocio, no sólo te bastará con guiarte de tu buena intuición o la intuición de otros ya que eso no garantizará que estés eligiendo una buena idea de negocio. Para ayudarte a identificar tu idea de negocio tendrás que seguir tres pasos aplicando filtros técnicos y/o empresariales.

PASOS QUE DEBES SEGUIR PARA DESARROLLAR UNA BUENA IDEA DE NEGOCIO

✂ PASO 1: LLUVIA DE IDEAS DE NEGOCIOS



✂ PASO 2: MICRO FILTRO



✂ PASO 3: MACRO FILTRO



idea de negocio



Para identificar tu(s) idea(s) de negocio o empresa primero tienes que observar el ejemplo que te presentamos a continuación:

1er PASO:

Hacer una lluvia de ideas. Escribe en el cuadro diez (10) ideas, hazlo con la ayuda del cuadro 2.5.; o con ayuda de la ficha Nº 8 que se desarrolló en la sesión anterior.

IDEAS DE NEGOCIO O EMPRESA	
1. Venta de ropa de cama.	6. Venta de hilos al por mayor y menor.
2. Venta de accesorio de cama.	7. Restaurantes.
3. Taller de confección de polos.	8. Fuente de soda.
4. Venta de polos para niños.	9. Cabinas de Internet.
5. Taller de serigrafía.	10. Pollería.

2do PASO:

Las ideas debo pasarlas por una Evaluación MACROFILTRO. Aquí debes someter cada idea a las siguientes preguntas. Por cada pregunta marca con una X las respuestas afirmativas que tengas.

PREGUNTA MACROFILTRO	IDEAS PLANTEADAS DE NEGOCIO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Hay demanda o necesidad del producto/servicio que pretendo vender?	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
¿Cuento con posibles clientes que puedan comprar y pagar el precio aproximado del producto/servicio?	x		x		x	x				
¿La idea de negocio es tan buena que es posible no cerrar el negocio por causas de cansancio, aburrimiento o por otra oportunidad de trabajo que se me presente, en un periodo mínimo de tres años?			x		x					
¿No tengo impedimento (legal o personal) para producir o comercializar el producto/servicio?	x	x	x		x	x				
¿Según mi experiencia, el negocio me permitirá obtener ganancias que me satisfagan?			x		x					
TOTAL	3	2	4	1	5	3	1	1	1	1

3er PASO:

Las ideas debes pasarlas por una Evaluación MICROFILTRO, para ello debes elegir cinco (5) que tengan más respuestas afirmativas en la evaluación macrofiltro. Así obtendrás las IDEAS DE NEGOCIO más atractivas.

Respondo a las siguientes preguntas:

PREGUNTA MICROFILTRO	05 IDEAS CON MAYOR PUNTAJE				
	1	2	3	4	5
¿Sé cómo producir el producto/servicio?			x	x	x
¿Sé dónde producir el producto/servicio?	x	x	x	x	
¿Tengo apoyo de otras personas para poder producir el producto/servicio?			x		
¿Sé a quiénes venderé el producto/servicio?	x		x	x	
¿Sé dónde comercializar el producto/servicio?	x	x	x	x	
¿Sé cómo comercializar el producto/servicio?	x	x	x	x	
¿Sé cómo estará organizado el negocio (áreas y personas) según el producto/servicio a comercializar?			x		
¿Sé cómo gestionaré o administraré el negocio según el producto/servicio?			x	x	x
¿Sé cómo financiaré este tipo de negocio?	x	x	x	x	x
¿Tengo el financiamiento básico para iniciar este negocio?	x	x	x	x	x
TOTAL			10		

La idea con mayor número de respuestas marcadas afirmativamente que deberás considerar para elaborar el plan de negocio o empresa es: **Taller de confección de polos**. En caso de que haya más de una idea con el mismo número de respuestas afirmativas tendrás que nuevamente realizar la Evaluación MICROFILTRO hasta obtener una sola idea de negocio. Si al elaborar el plan de negocio con la primera idea, encuentras un obstáculo muy difícil de pasar, debes retornar a la segunda idea de negocio y desarrollarla.

Pasos para formalizar mi EMPRESA

Fuente: www.crecemype.pe

1

Constituya la empresa



VENTAJAS

- No requerirá efectuar gastos para la constitución de su empresa.
- Podrá acogerse a un régimen tributario.

2

Obtenga su RUC



Inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la Sunat.

Elección del régimen tributario.

Obtenga al instante su Clave SOL para trámites por Internet.

3

Regístrese en el REMYPE



www.mintra.gob.pe

Acceda al enlace de Remype con su número de RUC y clave SOL.

Confirme los datos de la empresa.

Ingrese los datos de tus trabajadores y su modalidad contractual.

Imprima su constancia.

4

Obtenga su licencia y permisos



Según el giro del negocio, puede requerirse un permiso o autorización sectorial emitida por los Ministerios y otras instituciones públicas.

5

Acceda a los beneficios de la ley MYPE



- Acceso a clientes más grandes y más exigentes.
- Facilita el proceso de formalización.
- Fomenta la asociatividad.
- Promueve las exportaciones.
- Acceso a las compras estatales.

instrumentos de evaluación

LISTA DE COTEJO DE PLAN DE NEGOCIO					
NOMBRE DEL ESTUDIANTE				GRADO Y SECCIÓN	
COMPONENTE	CULTURA Y CAPACIDADES EMPRENDEDORAS				
CAPACIDADES	- Identifica y analiza fuentes y procedimientos para la inserción laboral. - Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica. - Formula planes de negocios e identifica las normas y procedimientos para la constitución de una micro empresa.				
SESIÓN	INDICADORES	Hecho	Pendiente	No realizado	OBSERVACIONES
1	Expresan verbalmente su interés por conocer los elementos y oportunidades que ofrece la economía de su región y país.				
2	Subrayan en las lecturas entregadas por el docente las características y el potencial económico de su distrito y de sus emprendedoras.				
3	Redactan su plan de vida laboral.				
4	Elabora un cuadro doble entrada en el que señalan sus fortalezas y debilidades para emprender negocios.				
5	Expresan en forma colectiva la importancia de elaborar un plan de negocio.				
6	Escriben en sus fichas de trabajo las necesidades u oportunidades que identifican en el mercado para generar ideas de negocio				
7	Redactan la idea de negocio que han seleccionado en su formato de plan de negocio.				

LISTA DE COTEJO DE PLAN DE NEGOCIO					
COMPONENTE	PLAN DE MARKETING				
CAPACIDADES	- Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica. - Comprensión y aplicación de tecnologías. Produce un producto y diseña la comunicación del producto y la imagen de la empresa.				
SESIÓN	INDICADORES	Hecho	Pendiente	No realizado	OBSERVACIONES
8	Elaboran el plan de Marketing de su idea de negocio.				
9	Enumeran estrategias que mejoren su producto estrella y las ventas de su negocio.				

LISTA DE COTEJO DE PLAN DE NEGOCIO					
NOMBRE DEL ESTUDIANTE				GRADO Y SECCIÓN	
COMPONENTE	PLAN DE GESTIÓN				
CAPACIDADES	- Gestiona procesos de estudio de mercado, diseño, planificación, comercialización de bienes o servicios de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica. - Comprende, analiza y evalúa planes de negocio, normas y procesos para la constitución y gestión de microempresas, salud laboral y legislación laboral.				
SESIÓN	INDICADORES	Hecho	Pendiente	No realizado	OBSERVACIONES
10	Escriben las características y visión de su negocio.				
11	Describen en su plan de negocio, la misión, los valores y principios de su negocio.				
12	Grafican en su de plan de negocio el organigrama y las principales funciones de cada puesto de trabajo.				
13	Escriben una carta donde describen los requisitos y beneficios que trae la formalización.				

LISTA DE COTEJO DE PLAN DE NEGOCIO					
COMPONENTE	PLAN DE PRODUCCIÓN				
CAPACIDADES	Ejecuta procesos para la producción de un bien o prestación de un servicio de uno o más puestos de trabajo de una especialidad ocupacional específica, considerando las normas de seguridad y control de la calidad en forma creativa y disposición emprendedora.				
SESIÓN	INDICADORES	Hecho	Pendiente	No realizado	OBSERVACIONES
14	Definen en un gráfico el proceso productivo de su negocio, así como los materiales que necesita en su separata de plan de negocio.				
15	Describen la calidad de sus productos y/o servicios en su separata de plan de negocio.				
16	Desarrollan ejercicios de depreciación de su maquinaria y herramientas en la separata de plan de negocio.				

LISTA DE COTEJO DE PLAN DE NEGOCIO					
NOMBRE DEL ESTUDIANTE				GRADO Y SECCIÓN	
COMPONENTE	PLAN DE COSTOS Y FINANCIAMIENTO				
CAPACIDADES	Comprende, analiza y evalúa planes de negocio, normas y procesos para la constitución y gestión de microempresas, salud laboral y legislación laboral.				
SESIÓN	INDICADORES	Hecho	Pendiente	No realizado	OBSERVACIONES
17	Determinan a través de ejercicios el costo unitario de sus productos y costos de producción de su negocio.				
18	Aplican fórmulas para definir el precio de venta del producto o servicio que ofrecerá su negocio.				
19	Determinan a través de ejercicios el punto de equilibrio para su producto.				
	Elaboran el estado de ganancias y Pérdidas de su negocio.				
20	Determinan el monto total de inversión que requieren para iniciar su negocio y las posibles fuentes de financiamiento.				

Somos Escuelas Emprendedoras

Mi Plan de Negocio



Separata de Estudiantes

Alumno (a)

Grado

Sección:

Institución Educativa:

Docente EPT ó Tutor:



“Los pasos que debo seguir para decidir una buena idea de negocio”



Con ayuda del docente comenzarás a organizar tus ideas y detallar qué necesitas para iniciar o implementar tu idea de negocio o empresa.

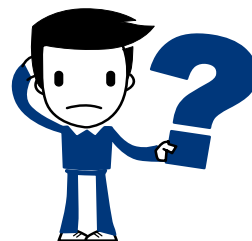
1er. Paso:

Hacer una lluvia de ideas. Escribe en el cuadro diez (10) ideas de negocio o empresa.

IDEAS DE NEGOCIO O EMPRESA	
1.	2.
3.	4.
5.	6.
7.	8.
9.	10.

2do. Paso:

Estas ideas deberás pasarlas por una **evaluación MACROFILTRO**. Aquí debes someter cada idea de negocio a las siguientes preguntas. Por cada pregunta marca con una X las respuestas afirmativas que tengas.



PREGUNTAS MACROFILTRO	IDEAS DE NEGOCIO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
¿Hay demanda o necesidad del producto/servicio que pretendo vender?										
¿Cuento con posibles clientes que puedan comprar y pagar el precio aproximado del producto/servicio?										
¿La idea de negocio es tan buena que es posible no cerrar el negocio por causas de cansancio, aburrimiento o por otra oportunidad de trabajo que se me presente, en un período mínimo de tres años?										
¿No tengo impedimento (legal o personal) para producir o comercializar el producto/servicio?										
¿Según mi experiencia, el negocio me permitirá obtener ganancias que me satisfagan?										
Total de respuestas afirmativas										

3er. Paso:

Ahora las ideas debes pasarlas por una **evaluación MICROFILTRO**, para ello deber **elegir cinco ideas de negocio o empresa (5)** que tengan mayor respuestas afirmativas en la **evaluación macrofiltro**. Así obtendrás las IDEAS DE NEGOCIO más atractivas. Entonces, respondo a las siguientes preguntas:

PREGUNTAS MICROFILTRO	IDEAS DE NEGOCIO				
	1	2	3	4	5
¿Sé cómo producir el producto/servicio?					
¿Sé dónde producir el producto/servicio?					
¿Tengo apoyo de otras personas para poder producir el producto/servicio?					
¿Sé a quiénes venderé el producto/servicio?					
¿Sé dónde comercializar el producto/servicio?					
¿Sé cómo comercializar el producto/servicio?					
¿Sé cómo estará organizado el negocio (áreas y personas) según el producto/servicio a comercializar?					
¿Sé cómo gestionaré o administraré el negocio según el producto/servicio?					
¿Sé cómo financiaré este tipo de negocio?					
¿Tengo el financiamiento básico para iniciar este negocio?					
Total de respuestas afirmativas					



1. Plan de Marketing

Para iniciar con tu plan de marketing primero debes realizar una investigación del mercado y con la información obtenida deberás plantear las estrategias para tu producto.

Investigar el mercado, consiste en:

- ➔ **Obtener información de la competencia**, lo consigues acercándote a pedir informes en su punto de venta, a través de su página web, o preguntando a la gente a través de encuestas cómo percibe el producto que ofrece y en qué podría mejorarlo.
- ➔ **Averiguar qué es lo que desea el cliente**, esta información la obtienes a través de encuestas, pero no debes encuestar a cualquier persona, se debe encuestar a las personas que son tus posibles clientes o que crees que comprarán tu producto.

¿Cómo diseñar una encuesta o cuestionario?

Para diseñar un buen cuestionario te debes hacer las siguientes preguntas: ¿qué información deseo recolectar y por qué? Las respuestas te ayudarán a formular el objetivo de la encuesta. Luego, debes empezar formulando preguntas simples como: ¿qué opinión tiene la gente sobre un determinado producto o servicio? y, finalmente, preguntas puntuales como ¿qué opina sobre tal o cual idea de negocio? Los resultados te van a proporcionar las bases para elaborar las preguntas de tu encuesta.

A continuación te presentamos un modelo de cuestionario:

EJEMPLO DE CUESTIONARIO

I. Datos Generales:

Edad del encuestado: _____ Sexo: (M) (F)

Lugar de procedencia: _____

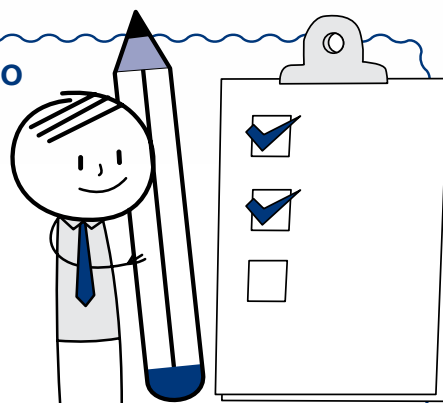
Ocupación: _____

II. Objetivo de la encuesta

Identificar los lugares más visitados donde compran ropas y el tipo de ropa que más compran.

1. ¿En qué lugares preferentemente realiza la compra de su ropa?
a) Centro de Lima b) Gamarra c) Supermercado
d) Mercados e) Otros _____
2. Al llegar al lugar, ¿Qué galería o tienda de ropa preferentemente visita? ¿Por qué?

3. ¿Qué tipo de ropas compras mayormente y con qué frecuencia?
a) Polos b) Pantalón Jeans c) Faldas
d) Ropa de vestir e) Ropa interior f) Otros _____
Frecuencia: _____



Ejemplo de preguntas que te ayudarán a realizar un cuestionario que te permitirá recoger información suficiente para elaborar tu plan de marketing

✓ **Características de tu producto estrella:**

Cliente: ¿Qué buscas en un producto o servicio? ¿Por qué no comprarías un determinado producto o servicio? ¿Cuánto estás dispuesto a pagar por el producto o servicio?

✓ **Ventajas competitivas de la competencia:**

¿Dónde compras mayormente tus prendas de vestir y por qué en ese lugar?

¿A qué precio compras los productos o servicios? ¿Cuál es el defecto que encuentras en los productos o servicios que compras?

✓ ***Clientes potenciales:***

Edad, sexo, ocupación, lugar de procedencia, ¿Qué buscas en un producto o servicio? ¿Estarías dispuesto a comprar un polo de algodón antialérgico a s/.20.00 soles? SI__ / NO__ ¿Por qué?_____

¿Cuántas veces por mes compras polos?

✓ **Plaza:**

Cliente: ¿Qué modalidad de compra realizas mayormente?

- a) Personalmente b) Deliveri
c) Otros

¿Dónde y por qué compras mayormente los productos y servicios en ese lugar?

✓ **Publicidad o promoción:**

Cliente: ¿Cómo te informas de las ofertas?

¿Qué tipo de publicidad te llama más la atención?

¿Qué tipo de promociones te interesan?



1.1 Análisis del mercado

En este cuadro deberás referirte a la competencia de tu negocio y tu ventaja competitiva: Averiguar sobre los negocios con los que competirás, es decir los negocios que venden el mismo producto que tú venderás:

NEGOCIOS QUE VENDEN PRODUCTOS IGUALES O SIMILARES A LOS MÍOS	¿CUÁL ES LA CALIDAD, LO BUENO DE SUS PRODUCTOS?	¿CUÁL ES EL DEFECTO DE ESOS PRODUCTOS?	¿CÓMO SUPERARÁS ESE PRODUCTO? (Ventaja competitiva)	¿QUÉ PRECIO DE VENTA TIENEN?

Aquí debes señalar la información sobre tus clientes potenciales: Preguntar a través de encuestas a las personas que crees comprarán tus productos; las preguntas deben ser las necesarias para mejorar las características de tu producto en comparación con la competencia.

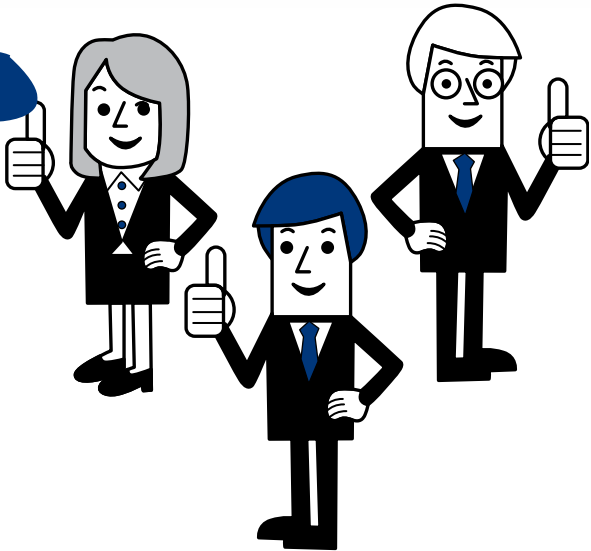
- ➔ Describe a tus clientes potenciales: edad, sexo, zona de residencia, nivel de ingresos, a qué se dedica, tamaño de su familia, costumbres o hábitos.
- ➔ ¿Qué buscan o desean del producto? Precio, tamaño, presentación o empaque, calidad del material, atención en las ventas, punto de ventas adecuado, garantía, ubicación o zona del negocio.

DESCRIBE A TUS CLIENTES POTENCIALES	¿QUÉ BUSCAN O DESEAN DEL PRODUCTO?	¿COMPRARÍAN TUS PRODUCTOS? ¿POR QUÉ?	¿QUÉ PRECIO PAGARÍAN POR ÉL?	¿CUÁNTOS PRODUCTOS COMPRARÍAN POR MES?

1.2 Estrategia de Marketing

Con la información obtenida de la competencia y de los potenciales clientes (análisis de mercado) puedes elaborar tu estrategia de marketing, la cual tiene que ver con:

- ➔ El **P**roducto
- ➔ El **P**recio
- ➔ La **P**ublicidad
- ➔ La **P**laza



Estas son las famosas 4ps de marketing, que son las acciones que se toman para satisfacer las necesidades del cliente. A través del desarrollo de los siguientes cuadros podrás elaborar la estrategia de marketing para tu idea de negocio:

➔ **Analizando el PRODUCTO y el PRECIO:** Aquí deberás colocar las características de tu producto *estrella* o de tus productos más importantes y las estrategias para mejorarlos.

- ➔ **Nuestros productos:** qué producto ofreces, material del que está hecho, tallas, tamaños, colores, modelos, etc. Es decir que debes colocar todas las características que creas necesarias.

- **Calidad de nuestros productos:** resaltar la calidad de tu producto que puede estar en función del material del que está hecho, a la exclusividad de modelo, a la rapidez en la entrega, a la garantía, al trato al cliente, etc. Es decir, que debes colocar todas las características que son mejores que las características del producto de tu competencia.
- **El defecto de nuestros productos:** aquí debes colocar las características de tu producto que son inferiores a las de tu competencia. Pueden ser características como las de arriba u otras como poca variedad, pocos diseños, etc.
- **¿Cómo mejorarás el defecto?** Una vez detectado el defecto, debes colocar qué acciones tomarás para solucionarlo o mejorarlo.
- **Precio de venta que quisieras:** este es un precio sugerido, aún no es el real, ya que el precio de ventas debe estar en función de tus costos de producción y también en función de la competencia, esto lo verás más adelante.

	NUESTROS PRODUCTOS	CALIDAD DE NUESTROS PRODUCTOS	EL DEFECTO DE NUESTROS PRODUCTOS	¿CÓMO MEJORARÁS ESE DEFECTO?	PRECIO DE VENTA QUE QUISIERAS
Estrellas					
Secundarios					

Una vez que has analizado las características de tu producto, debes responder: ¿por qué crees que tus clientes potenciales preferirán comprar tus productos en vez de comprar los de la competencia?

- **Analizando la PLAZA:** Aquí debes describir cómo y dónde estará el lugar desde donde ofrecerás tus productos o servicios:

La empresa estará ubicada en (taller y/o punto de venta):

Las razones para escoger esta ubicación son:



Método de distribución:

- () Vender directamente de mi empresa/negocio
- () Vender a minoristas o a otras tiendas.
- () Vender de puerta en puerta.
- () Vender por catálogos o por teléfono
- () Otro método (describe):

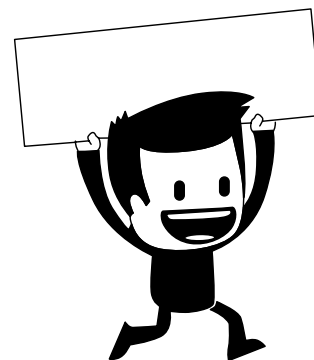


Las razones por haber escogido esta forma de distribución son:

→ **Analizando la publicidad o promoción:** La **publicidad** es la forma en que harás conocido tu negocio. Puede ser a través de volantes, catálogos, gigantografía, etc. La promoción es la oferta que se da en algún determinado momento, pueden ser descuentos, algún obsequio, etc. Aquí debes describir cómo y dónde harás la publicidad o promoción de tu negocio/ empresa (productos o servicios)

TIPO DE PROMOCIÓN - PUBLICIDAD	¿CÓMO Y PARA QUE SE USARÁ?	INVERSIÓN S/.

1.3 ¿Qué haré para que mi producto sea el mejor y se venda más?



MEZCLA DE LAS P'S DEL MARKETING:

Para que tu producto sea el mejor y se venda tienes que pensar en estrategias o acciones que satisfagan las necesidades de tus clientes. Estas estrategias tendrán que ser diferentes a las de tu competencia.

Estrategia.- es el acción o camino que elegiré y priorizaré para lograr los resultados.

- ➔ **Estrategia de servicio:** tiene que ver con el trato que se le dará al cliente, como amabilidad, rapidez en la entrega, garantía si hay alguna falla, etc.
- ➔ **Estrategia de publicidad:** este punto lo obtienes de tu cuadro anterior
- ➔ **Estrategia de promoción:** este punto lo obtienes de tu cuadro anterior
- ➔ **Ventaja competitiva:** lo obtienes de tus cuadros del análisis del producto, debes colocar todas las características de tu producto que son mejores que las de tu competencia, no solo del producto en sí, si no al trato y calidez con los que trates a tu cliente.

En este cuadro deberás proyectar las estrategias de marketing que utilizarás en tu negocio.

ESTRATEGIA DE MARKETING			
Estrategia de servicio	Estrategia de publicidad	Estrategia de promoción	Ventaja competitiva
ACCIONES DE MARKETING			

1.4 Proyección de la cantidad de productos vendidos:
¿cuántos productos venderé los primeros meses?



Primero debes calcular el número de productos que piensas vender en el primer mes:

Empieza por calcular el número de productos que piensas vender por día.

Luego los sumas y obtendrás el número de productos que venderás por semana “S-1”.

Una vez que tienes el total de la primera semana tienes que evaluar si todas las semanas venderás igual, más o menos.

Finalmente, sumamos las ventas semanales y obtenemos la cantidad del producto vendido mensualmente.

Luego hacemos el cálculo de los cuatro primeros meses.

Vaciamos la información mensual calculada anteriormente. Evaluamos por el mes 2, 3 y 4 si pensamos que las ventas serán iguales, menores o mayores. Estimar un aproximado por esos meses.

Debes tener en cuenta los meses de mayor y menor demanda de tu producto, las fechas de campaña, y todo lo que afectará a las ventas de tu producto.

Ahora debes completar el cuadro de la proyección de ventas de tu negocio o empresa.



PLAN DE MARKETING –Parte 1

IDEA DE NEGOCIO: _____

PROYECCIÓN DE LA CANTIDAD DE PRODUCTOS VENDIDOS EL PRIMER MES

PRODUCTO O SERVICIO	VENTAS POR:												
	DIA							SEMANA				MES 1	
	L	M	M	J	V	S	D	S-1	S-2	S-3	S-4	M-1	M-1
1.													
2.													
3.													
4.													
5.													
6.													
Total: Colocar el total sólo si se trata de producción de un mismo género de productos. Por ejemplo (total: 200 polos, 300 platos de comida o menús, 80 herramientas, 300 kilos de lavado de ropa, etc.)													



PROYECCIÓN DE PRODUCTOS VENDIDOS LOS CUATRO PRIMEROS MESES

PRODUCTO O SERVICIO	Cantidad de productos vendidos			
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				
6.				
7.				
8.				
Total: Colocar el total sólo si se trata de producción de un mismo género de productos. Por ejemplo (total: 200 polos, 300 platos de comida o menús, 80 herramientas, 300 kilos de lavado de ropa, etc.)				



2. Plan de Gestión

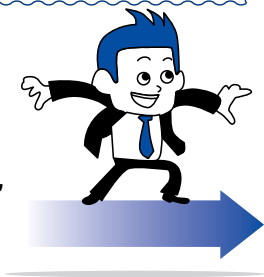
En esta parte del plan debes explicar de manera clara cómo manejarás el negocio y para ello, debes tener claros los datos más importantes para la gestión.

2.1 Describe tu negocio

Guíate de las preguntas	DESCRIBE TU NEGOCIO
¿Qué produce mi empresa?	
¿Qué vende mi empresa?	
¿Qué servicio brinda mi empresa?	
¿Quiénes serán mis clientes?	
¿Quiénes serán mis competidores?	
¿Cuál es la temporada de mayor venta?	
¿Cuál es la temporada de mayor producción?	
¿Cuáles serán las materias o insumos que usaré?	
¿Qué maquinaria usaré?	
¿Quiénes serán mis proveedores?	
¿Dónde estará ubicado mi negocio?	
Buscar un nombre que caracterice a tu empresa o negocio	

2.2 Describe la vision de tu negocio

Ahora tú tienes que colocar la imagen futura que tienes de tu empresa o negocio, un ideal con el que sueñas alcanzar, debes tener claro hacia dónde se dirige.



GUÍATE DE LAS PREGUNTAS	VISIÓN DEL NEGOCIO
¿Cómo imaginas el negocio en el futuro? ¿Hasta dónde quiero llegar con mi negocio o empresa?	

2.3 Describe la misión de tu negocio



GUÍATE DE LAS PREGUNTAS	MISIÓN DEL NEGOCIO
¿A qué se dedicará mi negocio o empresa?	

2.4 Describe los valores y principios que guiarán tu empresa y/o negocio

VALORES	PRINCIPIOS

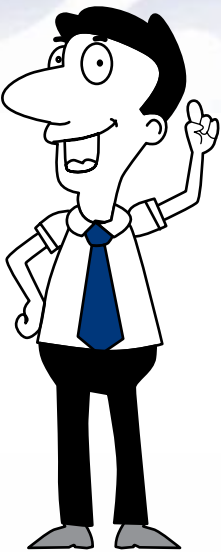
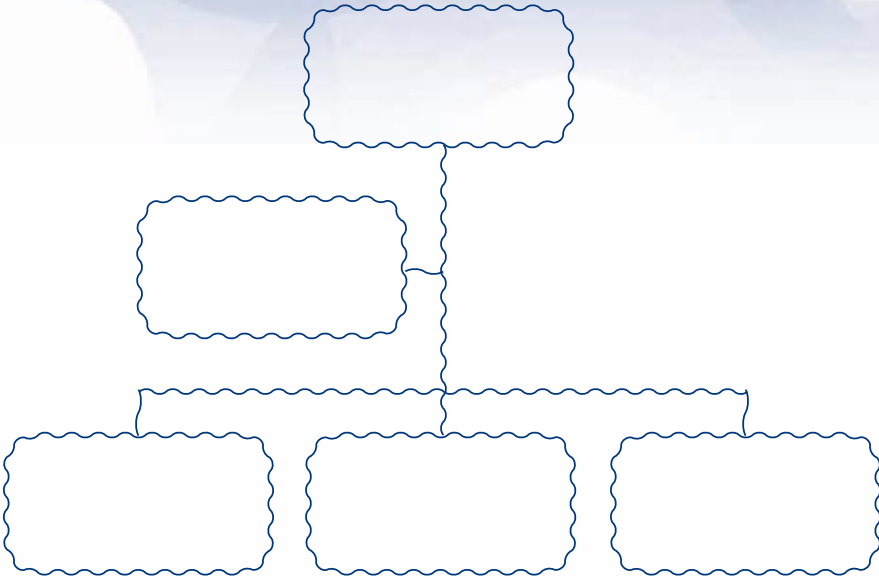
2.5 ¿Cómo estará organizado tu negocio o empresa?



Aquí debes colocar cómo estarán estructurados los puestos de trabajo de tu empresa y las personas encargadas de cada uno de ellos. Ahora tendrás que graficar el organigrama de tu empresa, primero llena el cuadro.

PASOS PARA CONSTRUIR UN ORGANIGRAMA	FUNCIONES	RESPONSABLES
Identificar cuáles son las funciones o responsabilidades principales que realizan los miembros de tu empresa o negocio y quiénes las asumirán		
Identifica las funciones secundarias o de apoyo que ayudan a la realización de las funciones principales y quiénes las asumirán		

Ahora gráfica tu organigrama:



Nota: puedes agregar las áreas (cuadros) que te hagan falta

2.6 Escribe cuáles son los pasos que darás para formalizar tu negocio

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____
- 4. _____
- 5. _____

2.7 Escribe 3 beneficios que trae la formalidad a la sociedad

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____

2.8 Si tu empresa ya está en funcionamiento, qué acciones realizarías para cumplir con el principio de sostenibilidad

- 1. _____
- 2. _____
- 3. _____

3. Plan de Producción

En esta parte del plan deberás definir los elementos y pasos con los que debe contar la futura empresa o negocio para realizar sus actividades de producción o de servicio.

3.1 ¿Cómo es el proceso productivo de tu negocio o empresa?

Debes enumerar los materiales necesarios, el equipo y las herramientas, personal necesario y el proceso de producción de tu negocio. Para ello, debes completar el cuadro de proceso productivo.

SUBETAPAS	DESCRIPCIÓN
Diseño del producto o del servicio	
Diseño del proceso productivo	
Diseño del espacio en el área de trabajo	
Calcular la cantidad de materiales	
Determinación de maquinaria, herramientas y equipo	
Organización de las personas en el proceso productivo	

3.2 ¿Cuál será la calidad de tu(s) producto(s)?

Es importante que controles la calidad en cada uno de estos pasos para lograr un buen producto o servicio.

Completa el siguiente cuadro que te ayudará a determinar cuál será la calidad de tus productos

PASOS PARA LOGRAR CALIDAD	DESCRIPCIÓN
Conocer las necesidades básicas del cliente	
Calidad en el diseño	
Calidad en el producto	
Calidad en las compras / Evaluación de proveedores	
Verificación de los insumos adquiridos	
Calidad en la producción	
Calidad y capacitación del personal	
Verificación de los productos	
Control de equipos y máquinas	
Calidad en los servicios	

3.3 ¿Cuánto tiempo de vida tendrán mis herramientas, máquinas y equipos?

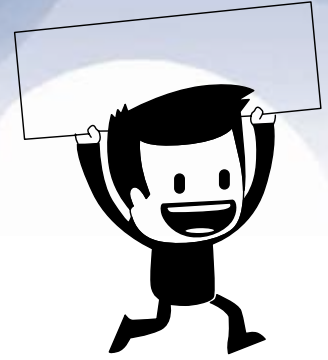
Es importante que dentro del plan consideres la depreciación de la maquinaria y equipos; esta te ayudará a obtener el efectivo para renovar tus maquinarias y herramientas cada cierto tiempo y no tener problemas inesperados.

MÁQUINA O HERRAMIENTA	COSTO INICIAL O PRECIO	VIDA ÚTIL (AÑOS)	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL

Esta es la fórmula para calcular la depreciación anual:

DEPRECIACIÓN ANUAL =
$$\frac{\text{COSTO INICIAL DE LA MAQUINARIA} - \text{VALOR RESIDUAL DEL ACTIVO}}{\text{VIDA ÚTIL DEL ACTIVO (ESTIMADA EN AÑOS)}}$$

4 Plan de Costos y Financiamiento



4.1 ¿Cuál es el costo de producción de mi producto?

En esta parte del plan debes saber cuánto cuesta elaborar tu producto o servicio, a esto se llama costo de producción, Revisar en tu plan de marketing cuanto vas a producir Ejm. decidiste vender 100 polos y sobre este ejemplo vas hacer los siguientes cálculos.

COSTOS VARIABLES:

COSTOS VARIABLES =

TOTAL DE MATERIA PRIMA + TOTAL DE MANO DE OBRA OPERATIVA

Materia Prima e insumos	Unidad	Precio por Unidad (S/.)	Cantidad	Total (S/.)
TOTAL				S/.

Mano de obra operativa	Tipo de pago	Pago total
TOTAL		S/.

COSTO VARIABLE = +
= S/.

COSTOS FIJOS:

Tipo de Gasto	Total mensual en soles
Alquiler de local	
Sueldo del personal administrativo	
Depreciación de máquinas (mensual)	
Pago de servicios	
TOTAL	S/.

COSTO TOTAL

Ahora calculamos el costo total:

COSTO TOTAL	TOTAL COSTOS VARIABLES + TOTAL COSTOS FIJOS	
COSTO TOTAL	=	+
	= S/.	



COSTO UNITARIO

Por último, deberás calcular el costo unitario; para esto, deberás buscar la proyección de ventas que elaboraste en tu plan de marketing, pero debes tener cuidado al momento de realizar las operaciones ya que los montos deben ser del mismo período de tiempo, es decir mensuales o anuales, sin mezclarlos.

Costo unitario	=	$\frac{\text{Costo Total}}{\text{Nº de unidades producidas}}$	= S/.
Costo unitario	=	-----	= S/.

4.2Cuál sera el precio de venta de tu producto

Calcula el precio de venta de un producto o servicio. Para ello, debes usar el siguiente cuadro y contestar:

Nombre del producto o servicio		
Datos necesarios	Observaciones	Cálculos
COSTO UNITARIO	Este dato sale del ejercicio de la sesión anterior	S/.
MARGEN DE UTILIDAD	Es un porcentaje que debes fijar sobre el costo unitario (5%, 10%. 20%.....)	
MARGEN DE UTILIDAD EN SOLES	Lo obtienes multiplicando el costo unitario por el % de margen de utilidad	S/.
PRECIO DE VENTA	Es la suma del costo unitario más el margen de utilidad en soles	S/.

Si tienes varios productos o servicios a calcular, realiza los ejercicios en hoja parte y coloca los resultados en el siguiente cuadro:

PRODUCTO	PRECIO DE VENTA

4.3 Punto de Equilibrio: ¿Cuántas unidades necesito vender al inicio de mi negocio o empresa para ganar y no fracasar?

El punto de equilibrio te dará el número de unidades que debes vender como mínimo para no ganar ni perder, esta cantidad logra cubrir tus costos, a partir de ese número de unidades ya obtendrás ganancias.

Calcula tu punto de equilibrio. Para ello necesitas algunos datos que ya calculaste:



- COSTO FIJO TOTAL =
- PRECIO DE VENTA UNITARIO =
- COSTO VARIABLE UNITARIO = $\frac{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}{\text{N}^\circ \text{ UNIDADES PRODUCIDAS}}$
=
- PUNTO DE EQUILIBRIO = $\frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{PRECIO DE VENTA} - \text{COSTO VARIABLE UNITARIO}}$
=

Ahora responde a la pregunta ¿cuántas unidades necesitas vender para ganar y no fracasar?

4.4 ¿Cuánto voy a ganar o perder si realizo este negocio o empresa?

Para saber esto necesitas calcular las utilidades de tu empresa, a través del estado de ganancias y pérdidas. El estado de ganancias y pérdidas refleja los ingresos y egresos de la empresa y permite conocer si se gana o se pierde en un período de tiempo. Para calcular el estado de ganancias y pérdidas, se debe tomar en cuenta: la proyección de ventas y el pago de impuestos, según el régimen tributario.

Todos los datos para elaborar el estado de ganancias y pérdidas ya los tienes calculados

Elabora tu propio estado de ganancias y pérdidas

Ingresos operativos	
Ventas de (proyectamos vender unidades a S/)	
Ingresos operativos totales (A)	
Gastos operativos	
Costo de materia prima e insumos	
Costo de mano de obra operativa	
Envases y bolsas	
Gastos operativos totales (B)	
Beneficio bruto (C) = (A) – (B)	
Gastos fijos	
Alquiler	
Sueldo de personal administrativo	
Depreciación	
Servicios públicos	
Total de gastos fijos (D)	
Total de beneficios antes de intereses e impuestos (C) – (D)	
Interés por préstamos	0
Total de beneficios antes de impuestos	
Impuestos a la renta (RUS: pago único)	S/ 20.00
TOTAL BENEFICIO NETO	S/

4.5 ¿Cuánto necesitas para iniciar tu negocio o empresa?

En esta parte del plan ya casi estás llegando al final. Aquí necesitas saber cuánto es el monto de inversión o financiamiento que necesitas y de dónde lo conseguirás.



INVERTIR ES HACER QUE TU DINERO
GENERE MÁS DINERO

Elabora tu propio monto de inversión inicial. Para ello debes usar las tablas siguientes:

CAPITAL DE TRABAJO:

CAPITAL DE TRABAJO.	Lugar de			PRECIO UNITARIO	TOTAL CAPITAL DE
---------------------	----------	--	--	-----------------	------------------

CAPITAL DE TRABAJO:

[illegible]

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS:

INVERSIÓN EN INMOVILIZACIONES Por ejemplo: mostradores, colgadores, gastos de reparaciones de local, maquinarias, focos de luz, cables, pintado, puerta,	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL INVERSIÓN INICIO S/.
TOTAL INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS			S/.

COSTOS FIJOS MENSUALES:

COSTOS FIJOS MENSUALES. Por sueldos, alquileres, depreciación,	TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES
TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	S/

INVERSIÓN NECESARIA:

CUENTA O RUBRO	INICIO S/.
1. TOTAL CAPITAL DE TRABAJO :	
2. TOTAL INVERSIÓN EN INMOVILIZACIONES (ACTIVOS FIJOS)	
3. TOTAL COSTOS FIJOS MENSUALES	
5. TOTAL PARA EMPEZAR A FUNCIONAR (1+2+3)	
6. TOTAL APOORTE PROPIO	
7. TOTAL QUE ME FALTA PARA ABRIR MI NEGOCIO (5-6)	

Luego de haber determinado el monto total de la inversión necesaria, deberás confrontar si dicho monto puede ser asumido íntegramente con tus recursos propios (APORTES PROPIOS) o tendrás que recurrir a préstamos (fuentes de financiamiento).

¿Cómo piensas financiar lo que te falta?

*¡Felicitaciones!
¡Has completado todos los pasos!
¡has elaborado tu plan
de negocio!*



- ➔ Diseño Curricular Nacional de Educación Básica Nacional
Ministerio de Educación – Perú, 2009.
- ➔ Enseñar y aprender produciendo.
Guía metodológica para la elaboración de proyectos productivos en las escuelas
Instituto de Fomento de una Educación de Calidad EDUCA Programa Educación y Trabajo, Diciembre, 1996.
- ➔ Para chicas y chicos... Emprendedores.
Instituto de Fomento de una Educación de Calidad EDUCA, 2003.
- ➔ Matemáticas para administración y economía.
Ernest F. Haeussler, Jr., Richard S. Paul. Pearson Educación, México, 2003.
- ➔ ¿Cómo formular proyectos de desarrollo comunal?
Guía metodológica.
Instituto de Fomento de una Educación de Calidad EDUCA, 2007.
- ➔ Jóvenes empresarios (as).
Módulo 02: Jóvenes construyen su plan de negocios.
Instituto de Fomento de una Educación de Calidad EDUCA, 2009.
- ➔ 12 pasos para el éxito: concrete su empresa Como ser un emprendedor exitoso en el siglo XXI.
Vincent Gómez – García Palao.
Editorial septiembre, 2010.
- ➔ Manual ¿Cómo elaborar mi plan de negocio?
Produce 2012, Ministerio de la Producción.
- ➔ Programa General de Fortalecimiento y Desarrollo de Capacidades en Gestión Descentralizada de la Educación.
Módulo II: Gestión descentralizada de la educación y transferencia de funciones. Ministerio de Educación / Municipalidad Metropolitana de Lima.
Lima, 2012.



webgrafía

- Sistema de bibliotecas UNMSM.
<http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualFG>
- Aula Mass.
<http://aula.mass.pe>
- Depreciación.net.
<http://www.depreciacion.net>
- Club Planeta.
<http://www.trabajo.com.mx>
- Buenas tareas.
<http://www.buenastareas.com>
- Abc digital
<http://archivo.abc.com.py/2009-06-23/articulos/533443/la-lista-de-cotejo>
- EVALUACIÓN PARA EL APRENDIZAJE
<http://www.educarchile.cl/Portal.Base/Web/VerContenido.aspx?ID=217556>
- Procedimientos e Instrumentos de Evaluación – Capítulo IIX
http://www.ulagosvirtual.cl/cra/SITIO%20WEB%20CRA/recursos_ensenanza/evaluacion_aprendizajes/PROCEDIMIENTOS%20E%20INSTRUMENTOS%20DE%20EVALUACION.pdf
- Habilidades Docentes
HYPERLINK “<http://hadoc.azc.uam.mx/evaluacion/cotejo.htm>” <http://hadoc.azc.uam.mx/evaluacion/cotejo.htm>

videos / Youtube

- Casos Empresariales Elizabeth Ruiz Jara
- DRELM Escuelas productoras
- Somos Empresa La Historia de Flor Soto
- Tejidos Huaycan una historia de mujeres emprendedoras
- PBE Escuelas emprendedoras 0152 Jose Carlos Mariategui UGEL 05 Categoría 1

PROMUEVE:



PARTICIPAN

I.E. José Carlos Mariátegui



Av. Ampliación Oeste s/n
A.H. José Carlos Mariátegui Lima - 36
Teléfono fijo 392-7882

I.E. Saul Cantoral Huamani



Mz. Q Lote 9 A.H. Saul Cantoral
Huamani Lima - 36
Teléfono fijo 392-8650

FINANCIA:

