+DIVERSIDAD

PROGRAMA MULTIANUAL DE **INCLUSIÓN EDUCATIVA**

ME EMPODERO Y EMPRENDO

Programa para promover el espíritu empresarial de estudiantes de 4° y 5° grado de secundaria.

Un programa de EDUCATION CANNOT WAIT

Liderado por unicef para cada infancia

En alianza con RET, unesco, World Vision PERÚ

Socios en territorio: alternativa, HIAS, Save the Children

La guía Me Empodero y Emprendo es un material desarrollado como parte del **Programa Multianual de Inclusión Educativa +DIVERSIDAD**, un programa de Education Cannot Wait (ECW), liderado por UNICEF, en asocio con UNESCO, RET, World Vision; y con socios en territorio: Alternativa; HIAS y Save the Children.

Contenido

Conceptos clave.....6

Sesión 1: Un viaje hacia mi yo interior.....9

Sesión 2: El emprendimiento, esfuerzo individual y colectivo.....19

Actividad 2.1.....21

Sesión 3: El modelo de negocio CANVAS (primera parte).....23

Actividad 3.1: El cliente fantasma.....29

Actividad 3.2: Escribe aquí el modelo de negocio de tu grupo de trabajo.....34

Sesión 4: El modelo de negocio CANVAS (segunda parte) y presupuesto.....36

Actividad 4.1: Establecer los costos de producción para dos productos o servicios de tu emprendimiento.....39

Actividad 4.2: Realizar la proyección de ventas semanales....41

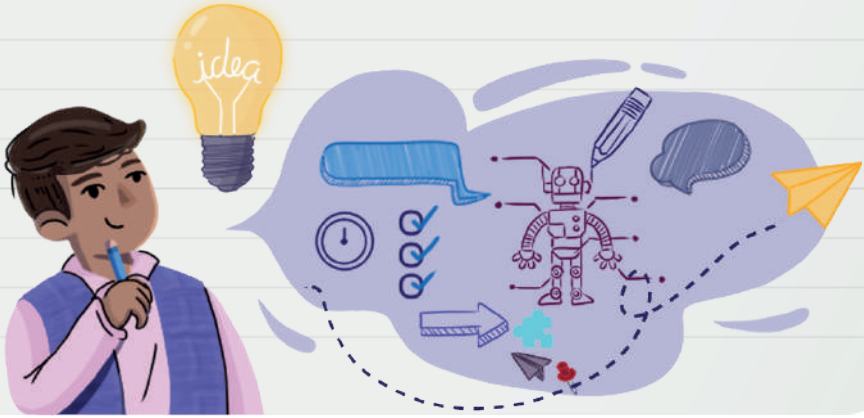
Sesión 5: Conceptos de comercialización y marketing.....42

Actividad 5.1: ¿Cuál es tu marca? ¿cuál es tu logo y que buscan promover a través de este?.....45

¡ADELANTE!

Desde el programa + DIVERSIDAD, una iniciativa de Education Cannot Wait (La Educación No Puede Esperar), damos la bienvenida al Programa Formativo: "Me empodero y emprendo". Para acompañar tu participación en el programa, hemos preparado la presente guía que te ayudará a desarrollar las actividades en cada uno de los talleres.

Buscamos contribuir a tu fortalecimiento individual y grupal, trabajarás sobre una idea de negocio, aprenderás a elaborar un modelo de negocio y presupuesto, para definir mejor a futuro qué producir, por qué, para quién, a qué costo y con qué posibilidades de ingresos.

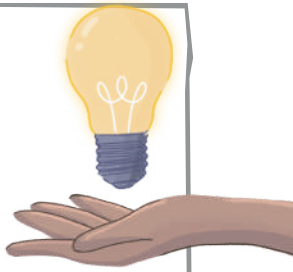


Además, prepararás un discurso de venta para llevarlo al mercado. En este cuaderno podrás consultar información sobre los conceptos y herramientas que abordamos durante el taller. También tendrás espacio para plasmar tus ideas, sueños y metas.

¡Recuerda que recibirás permanentemente el acompañamiento de un equipo experto durante toda la experiencia!

EMPEZAMOS

Conceptos clave



Bien vs. servicio

En nuestro negocio tenemos que definir si lo que ofrecemos es un bien o un servicio.

Un bien es cualquier cosa o entidad que pertenece a alguien. Un bien es algo que puedo tocar y en ciertos casos se puede dividir en partes y también almacenar. Por ejemplo, un pastel es tangible y se puede dividir en porciones; un martillo se puede tocar y cuando lo termino de usar, puedo guardarlo para seguir usándolo en otro momento.

Los servicios, en cambio, no se pueden tocar y se terminan cuando se prestan: Una llamada telefónica no la puedo tocar, no la puedo dividir y cuando colgamos ya no hay más servicio hasta la próxima llamada.

Capital

Es el conjunto de todos los bienes que sirven para ofrecer un bien o un servicio. Un tipo común de capital es el conjunto de recursos financieros como dinero en efectivo, ahorros y créditos. También cosas como maquinarias, locales e incluso nuestros propios conocimientos.

Costo

Es aquello a lo que renunciamos para conseguir algo. Un costo común a todos los emprendimientos es el dinero que se requiere y "sale" de las cuentas de nuestro negocio para comprar una máquina, contratar a una persona o un servicio, adquirir los insumos que necesito, entre otros.

Crédito

Es una operación financiera donde a una persona se le presta dinero con un fin y el compromiso de devolverlo en un tiempo y forma, previamente pactados (incluyendo el pago de costos adicionales como intereses, seguros y otros).

Emprendimiento

En el taller lo entenderemos como sinónimo de "negocio" y definiremos como el resultado de sacar adelante un negocio. Esto implica identificar necesidades o problemas, buscar soluciones que incluyen un flujo de ingresos y gastos, y planificar su ejecución. ¡Para ello serán claves las habilidades técnicas propias de la actividad, la innovación, creatividad, persistencia y exposición al riesgo!

Ingresos

Son las ganancias que se obtienen por la venta de un bien o un servicio.

Insumo

Es un bien que requiere el emprendimiento para generar su producto o servicio. Lo entenderemos como los elementos que se gastan para producir: ingredientes de cocina o un producto para el cabello en una peluquería. ¡El trabajo y el capital son también formas de insumo!

Innovación

Es el proceso de mejorar los resultados del emprendimiento, incluyendo un elemento nuevo. Por ejemplo, una característica novedosa del producto o servicio. También puede ser una práctica distinta en su elaboración, en cómo se distribuye en el mercado, en la forma de promocionar o publicitar el negocio, o en la forma de organizar el equipo de trabajo.

Modelo de negocio

Es una herramienta de planificación de un emprendimiento que permite entender rápidamente qué bien o servicio ofrece, cómo lo produce, cómo se diferencia de su competencia, a quién y cómo busca vender, una idea general de cómo espera obtener ingresos y en qué costos deberá incurrir, entre otras preguntas.

¡En este programa utilizamos la metodología CANVAS de modelos de negocio!

Modelo CANVAS

Es una representación gráfica de un negocio con nueve componentes, dispuestos según su importancia en el desarrollo del emprendimiento. Para más información, ver el material de las sesiones 3 y 4 en este cuaderno.

Valor Agregado

Es todo aquello adicional a nuestro producto, que ayuda a darle valor comercial. Por ejemplo, si nuestro producto es un postre, el valor agregado podría ser el empaque especial en que lo despachamos, la variedad de modalidades del servicio que brindamos o la elección de insumos de calidad para fabricarlo.

Servicio

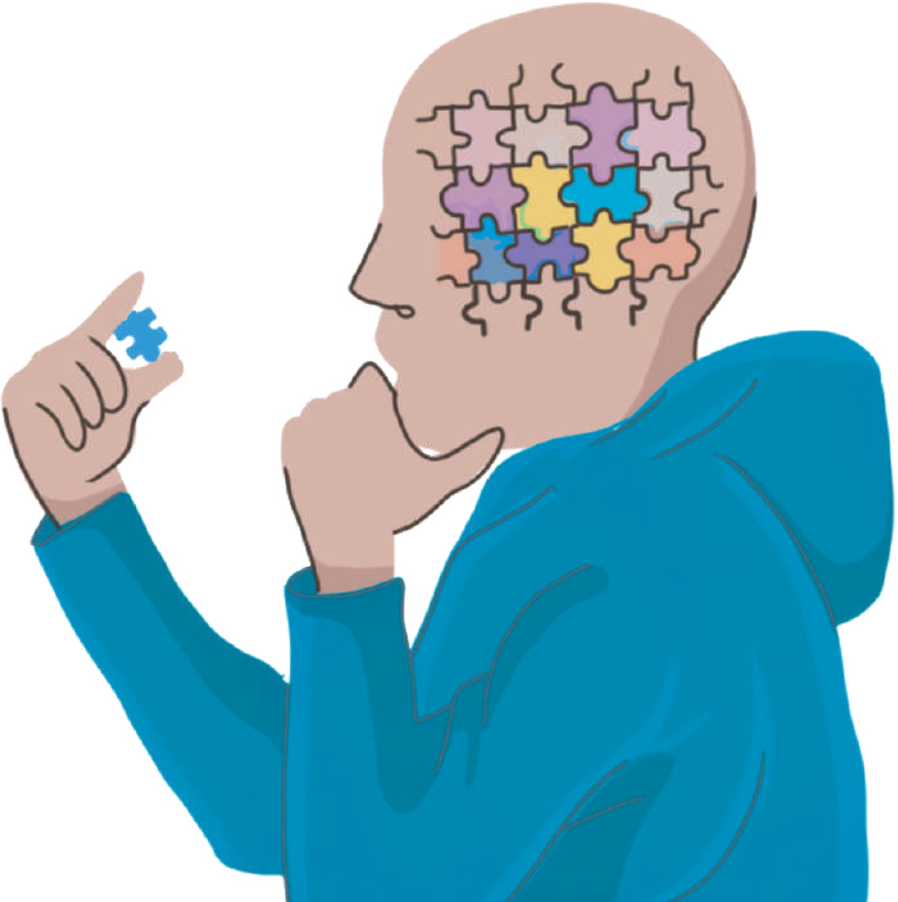
Es el conjunto de acciones no materiales que se brindan para satisfacer una necesidad determinada de un cliente. Estos son intangibles y por ello el cliente no puede poseerlos o conservarlos.

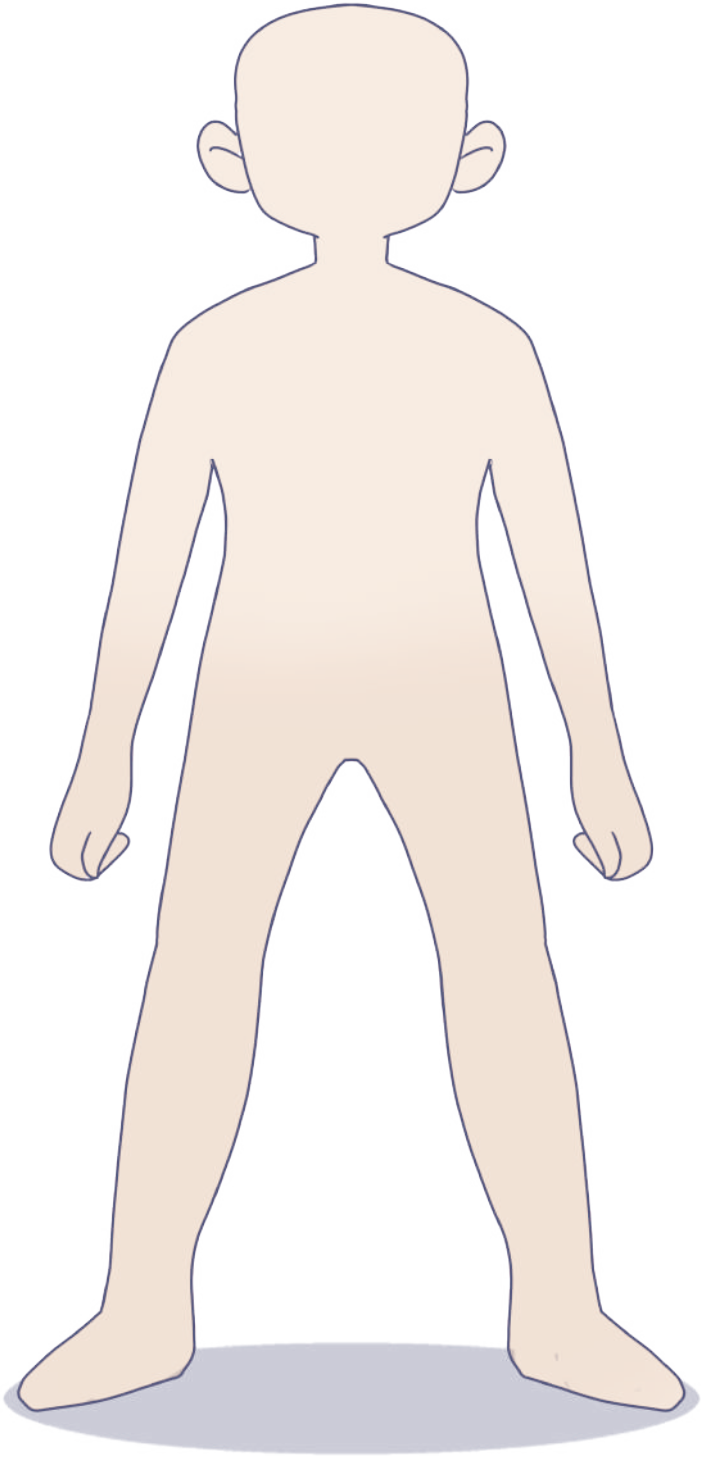
Sesión 1: Un viaje hacia mi yo interior

Objetivo de aprendizaje: Conocer y valorar tus características personales sobre las que se construyen tus intereses y posibles proyectos.

Actividad 1.1

Escribe en este espacio las habilidades, fortalezas y aspectos a mejorar que descubriste al realizar tu tótem personal.





IKIGAI: Trabajar en lo que te apasiona[1]

Héctor García, vivía en Japón desde hace años. Un día se interesó en la longevidad de los habitantes de la ciudad de Okinawa y en la felicidad que irradiaban. Cuando les preguntaba cuál creían que era el motivo de su estado, los habitantes respondían: "Ikigai.

¿Pero qué quiere decir Ikigai?

En un principio, Hector pensó que se trataba de la felicidad, de la alegría de vivir; pero para los japoneses el Ikigai va mucho más allá y es más trascendental. **El Ikigai es la razón de ser de cada persona, su motivación en la vida.** El Ikigai sería entonces el objetivo vital propio de cada individuo. Así, los ancianos de Okinawa se sentían motivados a continuar cada día con optimismo, siendo conscientes de qué lugar ocupan en el mundo y hacia dónde debían llegar.

1 Fuente: Equipo educalive.com (2022)

Lo primero que necesitaremos para encontrar nuestro Ikigai es hacer un trabajo de reflexión sobre nosotros mismos, sobre los cuatro pilares que sustentan nuestra vida. El primer pilar es el que soporta las cosas que de verdad nos gusta hacer, lo que amamos. El segundo pilar, aquello que logramos hacer bien. El tercero, las cosas que podemos hacer y que además otros estarían dispuestos a pagarnos. El cuarto, aquello que cada uno de nosotros puede aportar para mejorar el mundo.

Cuando unes lo que amas con lo que se te da bien, ¡encuentras tu pasión!

Y cuando unes lo que se te da bien con lo que otros están dispuestos a pagar, ¡encuentras tu profesión!

Al momento de unir lo que puedes hacer por el resto del mundo con algo que te pueden pagar, ¡encuentras tu vocación!

Al unir lo que de verdad te gusta y te hace feliz con aquello que el mundo necesita, ¡encuentras tu misión en la vida!

El Ikigai, la razón de ser de cada persona, es el punto en que confluyen todos estos elementos. Por lo que podríamos afirmar que el **Ikigai es el punto exacto donde se unen la pasión, la profesión, la misión y la vocación de cada persona.**[2]

2 Equipo educalive.com (13, enero,2022). IKIGAI: Trabajar en lo que te apasiona. Recuperado de Ikigai: Descubrir y trabajar en algo que te apasione (educalive.com)

Actividad 1.2

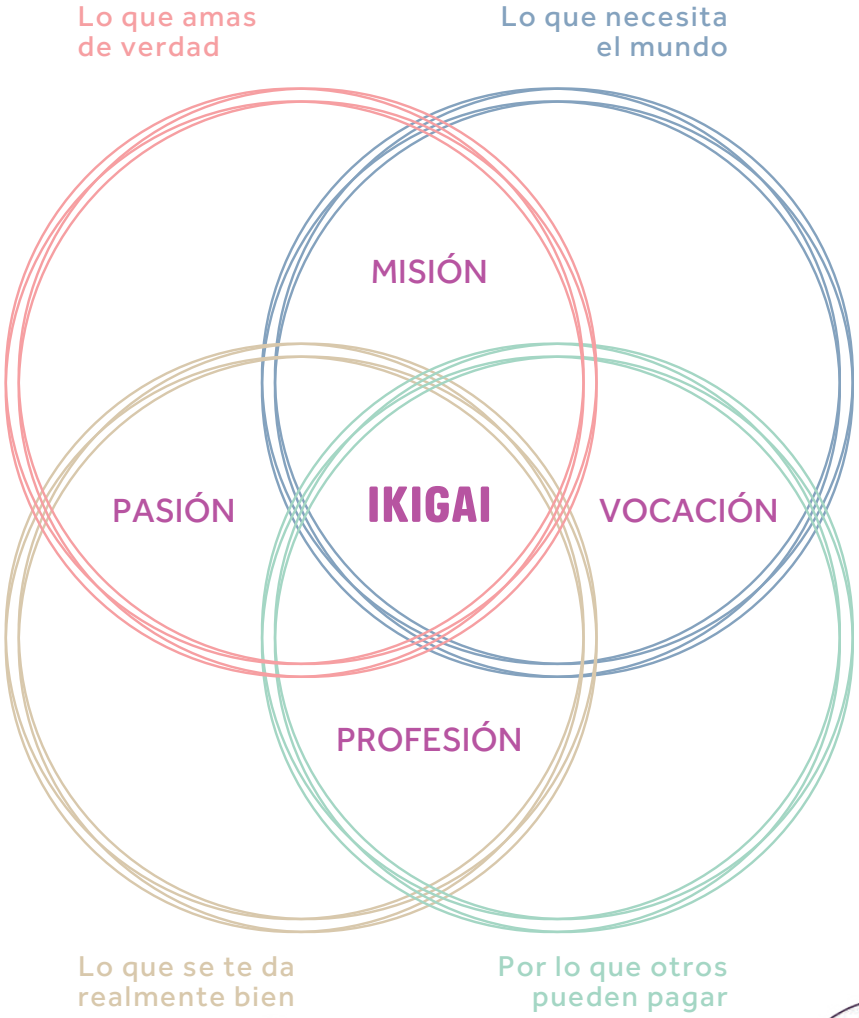
¡Ahora te toca a ti! Crea tu propio mapa Ikigai.
Escribe en el círculo rojo las cosas que de verdad te gustan, lo que amas. Por ejemplo, escribir, leer libros, dibujar, estudiar… ¡Todo aquello que te guste hacer y que te haga feliz!

En el círculo amarillo, las cosas en las que eres más capaz. Por ejemplo, organizando actividades, resolviendo problemas, rela

En el círculo verde, aquellas cosas por las que crees que los demás estarían dispuestos a pagarte: porque sabes varios idiomas, eres hábil con los números, en algún deporte o te destacas en algo específico.

Finalmente, escribe en el círculo azul aquellas cosas que, aunque nadie te pagase, te gustaría hacer por los demás, tu granito de arena para el mundo. Pueden ser cosas como cuidar de los animales abandonados, leer libros a los internos en una residencia de ancianos o apuntarte a voluntariados de limpieza para mejorar tu barrio. ¡Lo que sea!

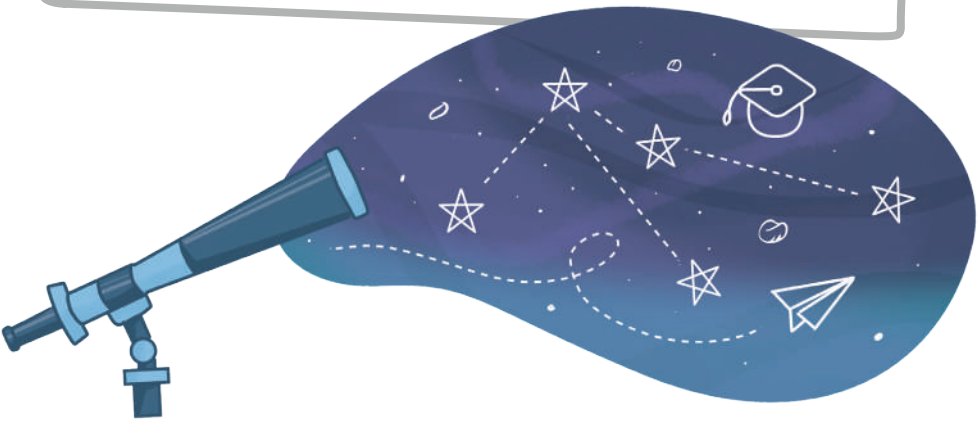
¡Recuerda! Es importante que rellenes cada punto poniendo la mayor cantidad de información que puedas. Las personas tendemos a ser bastante críticas con nosotras mismas y a desestimar nuestras aptitudes. ¡Así que lo mejor es que pidas consejo a personas de tu confianza que aportarán un punto de vista más objetivo sobre todas tus cualidades!


Lo que amas de verdad
Lo que necesita el mundo
MISIÓN
PASIÓN
IKIGAI
VOCACIÓN
PROFESIÓN
Lo que se te da realmente bien
Por lo que otros pueden pagar

Continuamos con el siguiente paso de tu Ikigai. Fíjate en los puntos de unión de cada uno de los círculos y la relación entre lo que has escrito en ellos.

Como hemos visto antes, cada círculo representa un pilar de nuestro Ikigai:

- La unión de lo que amas (círculo rojo) y lo que se te da bien (círculo amarillo), representa tu **pasión.**
- En la unión de lo que se te da bien (círculo amarillo) y aquello por lo que otros estarían dispuestos a pagar (círculo verde), representa tu **profesión.**
- Tu **vocación** está representada en la unión de aquello por lo que otros te pagarían (círculo verde) y con lo que tú podrías aportar al mundo (círculo azul).
- La unión de lo que de verdad te gusta hacer (círculo rojo) con lo que puedes hacer por los demás (círculo azul), representa tu **misión en la vida.**



¡Hemos llegado al punto más importante! Tu Ikigai está en el centro del diagrama, donde se unen todos los círculos. ¡Tu Ikigai es aquello que consiga juntar tu pasión, tu vocación, tu profesión y tu misión en la vida!

¡Todos tenemos algo que nos hace y especiales! Haz un ejercicio de reflexión y busca el punto en el que confluyen todos los pilares que te hemos enseñado antes. Encuéntralo y a partir de ahí, vive. ¡Deja que tu Ikigai sea el timón de tu vida! Hacerlo te ayudará a vivir con felicidad y satisfacción.

Sesión 2: El emprendimiento, esfuerzo individual y colectivo

Objetivo de aprendizaje: Abordar el sentido colectivo del sentido colectivo del y su cohesión social.

Problemáticas actuales

1. Son un equipo de diferentes nacionalidades y les encanta la cocina.
2. Sandra tiene cierto temor al salir de su casa porque ultimamente ha visto algunos asaltos y personas de poca confianza.
3. Juan está harto de ser dependiente de las personas para poder movilizarse porque debe siempre pedir ayuda con su silla de rueda, ya que no puede caminar.
4. El colegio gasta cada mes en la compra de papeles y plásticos una cantidad alta de dinero.
5. Los niños, niñas y adolescentes al regresar al colegio han tenido varias dificultades en la lectura y comprensión de textos, así como en las habilidades numéricas.

Propongamos soluciones

1. ¿Cómo podrían generar ingresos valorizando sus diferencias?

2. ¿Qué propuestas de solución se le podría dar a Sandra?

3. ¿Cómo podría Juan desplazarse con mayor autonomía?

4. ¿Cómo podría desminuirse generando ingresos?

5. ¿Cómo podríamos ayudarlos con una idea de emprendimiento?

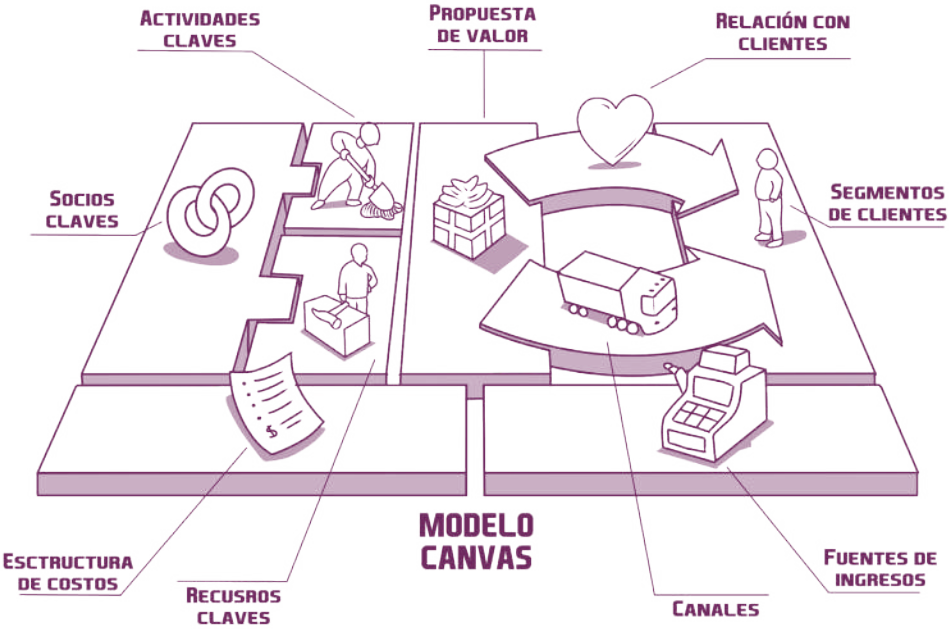
Actividad 2.1

Escribe aquí las ideas de emprendimiento que surgieron en base a las problemáticas que viste en esta sesión.

Sesión 3: El modelo de negocio CANVAS (primera parte)

Objetivo de aprendizaje: Aprender y desarrollar la primera parte del Modelo de Negocio CANVAS.

EL MODELO DE NEGOCIO CANVAS



Fuente: LEDE (2021). www.laescueladeemprendedores.com

¿Qué es el modelo de negocio CANVAS?

Es un esquema teórico compuesto por nueve bloques que describe gráficamente y de forma simplificada como va a funcionar un negocio para lograr sus objetivos.

¿Para qué sirve?

El modelo de negocio nos sirve para responder estas preguntas sobre nuestro emprendimiento:

- ¿Qué voy a vender?
- ¿A quién se lo voy a vender?
- ¿Cómo lo voy a distribuir?
- ¿De dónde salen los ingresos?
- ¿Qué recursos necesito?
- ¿Quiénes serán mis aliados?
- ¿Cuáles son mis costos?

¿Cuáles son las partes del modelo CANVAS?

Actividades clave

Las actividades clave describen las **acciones** más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione.

- Producción
- Fomalización
- Diseño
- Armado de productos
- Entrenamiento
- Resolución de problemas
- Operación
- Distribución
- Marketing

Socios clave

El campo de socios clave describe las **alianzas** más importantes que se requieren para que el modelo de negocios funcione.

Motivaciones para crear alianzas

- Optimización y economías de escala
- Reducción de riesgo e incertidumbres
- Adquisición de recursos y actividades particulares

Recursos clave

Los recursos clave describen los **activos** (elementos que tienen valor) para que el modelo de negocios funcione.

- Recursos humanos
- Equipos
- Maquinarias
- Automóviles
- Puntos de venta
- Recursos intelectuales
- Conocimientos
- Financieros
- Tecnología
- Bodegas
- Infraestructura
- Logística
- Oficinas
- Patentes
- Derechos de uso

Propuesta de valor

La propuesta de valor es el por qué los clientes prefieren una empresa sobre la otra. Es un conjunto de beneficios que una organización ofrece a sus consumidores. Algunas propuestas pueden ser innovadoras y presentan una idea nueva o disruptiva.

- Desempeño
- Accesibilidad
- Novedad
- Velocidad de servicio
- Personalización
- Diseño
- Marca
- Reducción de costos

Clientes

El bloque de clientes define los diferenctes grupos de personas u organizaciones que la empresa desea alcanzar y servir.

- Mercados masivos
- Nichos de mercado
- Segmentos específicos
- Segmentos diversificados

Relación con clientes

El bloque de relación con clientes describe los tipos de vínculos que una compañía establece con un segmento específico.

- Asistencia individual
- Asistencia personalizada
- Autoservicio
- Comunidades
- Co-creación de productos
- Servicios automatizados

Canales

Los canales describen cómo una compañía comunica y llega a su segmento de clientes para entregar su propuesta de valor

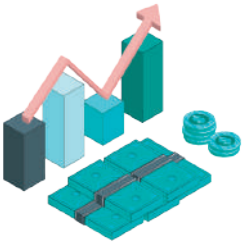
Etapas:

- Reconocimiento
- Evaluación del cliente
- Compra
- Entrega del producto
- Post venta
- Propios
- Subcontratados

- Directos
- Indirectos
- Fuerza de ventas
- Ventas web
- Tiendas propias
- Distribuidores
- Concesiones
- Publicidad

Fuentes de ingreso

El flujo de ingresos representa la caja que una empresa genera, proveniente de los distintos segmentos de clientes.



- Venta de bienes tangibles
- Fee de uso
- Suscripciones
- Alquiler
- Préstamo
- Rentas
- Licencias
- Comisiones

Estructura de costos

La estructura de costos describe los egresos en que debemos incurrir para operar el modelo de negocios.

- Alquileres, recursos humanos y otros costos fijos.
- Costos de materias primas, movilidad, empaques y otros insumos

Reflexiones de la actividad

Actividad 3.1: El cliente fantasma

Investigar el mercado que abordaremos con nuestro bien o servicio es fundamental para tomar decisiones sobre qué producir, cómo y para quién; además de las otras preguntas que nos proponemos resolver con el modelo CANVAS.

Una dimensión clave del mercado es nuestra **competencia**. Esta es **directa** cuando ofrece un producto muy similar al nuestro y en el mismo mercado (por ejemplo, dos gaseosas de cola). La competencia es **indirecta** cuando busca responder al mismo problema o necesidad que motiva nuestro producto, pero lo hace de una forma distinta, con otro bien o servicio. En el ejemplo de las gaseosas, un jugo de frutas puede satisfacer la misma necesidad, pero no con el mismo producto.

Consejo:

Mientras más compleja sea la necesidad, menos productos serán competencia

Para examinar con más detalle nuestra competencia directa, vamos a realizar el ejercicio del cliente fantasma. Esto consiste en que nos haremos pasar por cliente de un competidor directo para entender su operación.

Paso a paso

1. Definir en grupo qué competidores van a abordar. Cada integrante debe hacer el ejercicio con un competidor distinto. El competidor puede ser una persona, una empresa, una tienda presencial o en línea.

2. Cada integrante contacta al competidor en la forma habitual que este disponga. Por ejemplo, si es una bodega, puede ir y observar el flujo de clientes y hacer algunas preguntas sobre los productos, especialmente aquellos que sean nuestra competencia directa. Si es una tienda en línea, puede contactarlos por sus redes sociales para cotizar productos.

   ¡Recuerda que no solo deben saber el precio, sino también la calidad de los productos, condiciones de entrega o garantía, si las hay!

3. Tomar nota y responder las preguntas de la tabla a continuación:

PREGUNTA	MI RESPUESTA
¿En qué zona está el o los negocios que vi? ¿Por qué escogí esa zona?	
¿Cuántos negocios similares hay?	
¿Cuál es el mejor qué observé? ¿Por qué?	
¿Vi muchos clientes? ¿Cuáles eran sus preferencias?	
¿Cuáles son los principales productos o servicios que se ofrecen?	
¿Cuáles son los precios?	
¿Qué promociones tiene el negocio?	
¿Qué me llamó la atención del espacio físico o virtual del negocio?	
¿Qué me llamó la atención de la atención al cliente?	
Otras observaciones	

¡ANOTA TUS REFLEXIONES DEL TRABAJO EN EQUIPO!

Actividad 3.2: Escribe aquí el modelo de negocio de tu grupo de trabajo

Socios	Actividades clave	Propuesta de valor
	Recursos clave	

Estructura de costos

Relación con clientes

Segmentos de clientes

Canales

Fuentes de ingresos

Sesión 4: El modelo de negocio CANVAS (segunda parte) y presupuesto

Objetivo de aprendizaje: Aprender y desarrollar la segunda parte del Modelo de Negocio CANVAS y cómo hacer un presupuesto para el desarrollo del emprendimiento.

Repasemos algunos conceptos clave:

Costos fijos y variables

Costos fijos

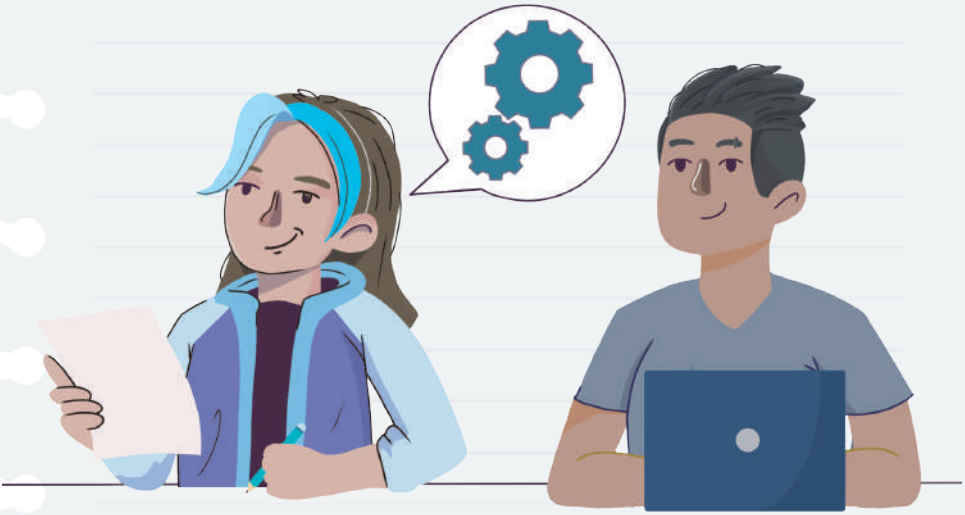
- Se pagan cada cierto tiempo.
- No dependen de si vendemos o producimos.

Costos variables

- Dependen de nuestro nivel de producción o ventas.
- Mientras más producimos o vendemos, más costos variables se pagan.

¿Cuáles son los costos de producción?

Producto	Insumos	Unidad de venta	Cantidad	Costo unitario	Cantidad producida	Costo por unidad producida	Costo del producto
Hot dog con vaso de cola	Pan	Paquete	24	3.6	24	0.15	0.97
	Salchicha	Paquete	24	6	24	0.25	
	Ketchup	Galón	100	11	100	0.11	
	Mayonesa	Galón	100	11	100	0.11	
	Mostaza	Galón	100	12	100	0.12	
	Papas	Funda	20	0.75	20	0.04	
	Gaseosa	Litros	20	2.6	20	0.13	
	Platos	Paquete	12	0.75	12	0.06	



Un nuevo concepto: las economías de escala

El costo unitario es el resultado de dividir el total de los costos entre las unidades producidas.

Cu: (Cf+Cv)/Up

Cu: Costo unitario
Cf: Costo fijo
Cv: Costo variable
Up: Unidades producidas

Estado de ganancias y pérdidas: utilidad bruta

Es el resultado de tomar nuestros ingresos por ventas y restarles los costos de ventas.

Ojo: Los costos de ventas están directamente relacionados al proceso de vender o producir lo que vendemos.

Ub= Iv - Cve

Ub: Utilidad bruta
Iv: Ingresos por ventas
Cve: Costos de ventas

Actividad 4.1: Establecer los costos de producción para 2 productos o servicios de tu emprendimiento.

Definiciones:

- **Cantidad:** ¿Cuántas unidades vienen en la "Unidad de venta"?
- **Costo unitario:** ¿Cuánto cuesta cada "Unidad de venta"?
- **Cantidad producida:** ¿Cuántas unidades del producto se pueden producir con una "Unidad de venta"?
- **Costo por unidad producida:** Costo unitario / Cantidad producida.
- **Costo del producto:** Suma de "Costo por unidad producida".

Producto / Servicio 1	Insumos	Unidad de venta	Cantidad	Costo unitario	Cantidad producida	Costo por unidad producida	Costo del producto

Producto / Servicio 2	Insumos	Unidad de venta	Cantidad	Costo unitario	Cantidad producida	Costo por unidad producida	Costo del producto

Actividad 4.2: Realizar la Proyección de ventas semanales

Producto	Unidades	Costo unitario	Precio unitario	Ganancia total

Ganancia total: (Precio unitario – Costo unitario) x Unidades

Sesión 5: Conceptos de Comercialización y Marketing

Objetivo de aprendizaje: Aprender y desarrollar conceptos de marca y Marketing Digital.

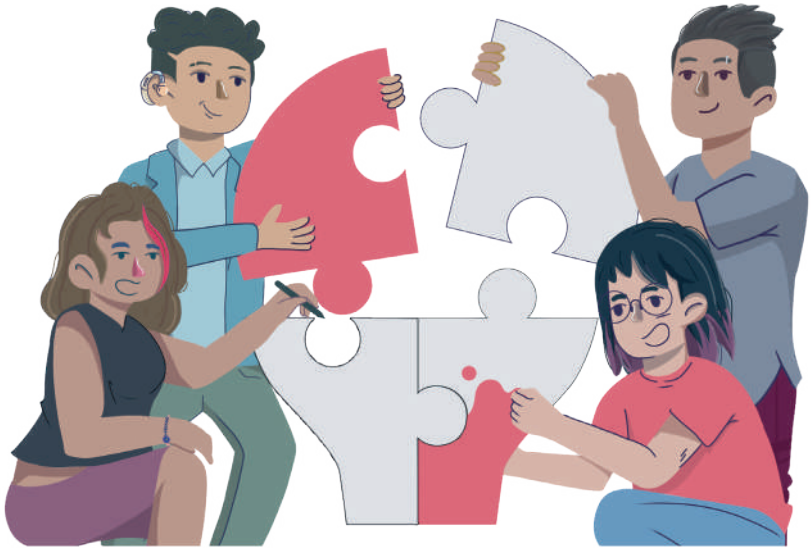
Misión

- La razón de ser de la empresa.
- Tiempo presente.

Visión

- Lo que la empresa quiere llegar a ser.
- Tiempo futuro.

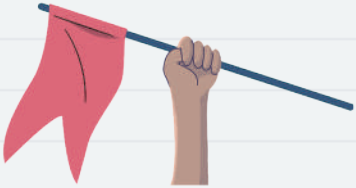
Beneficios del Marketing Digital



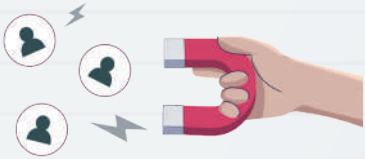
Flexibilidad y adaptabilidad

Bajos costos de operación

Competitividad



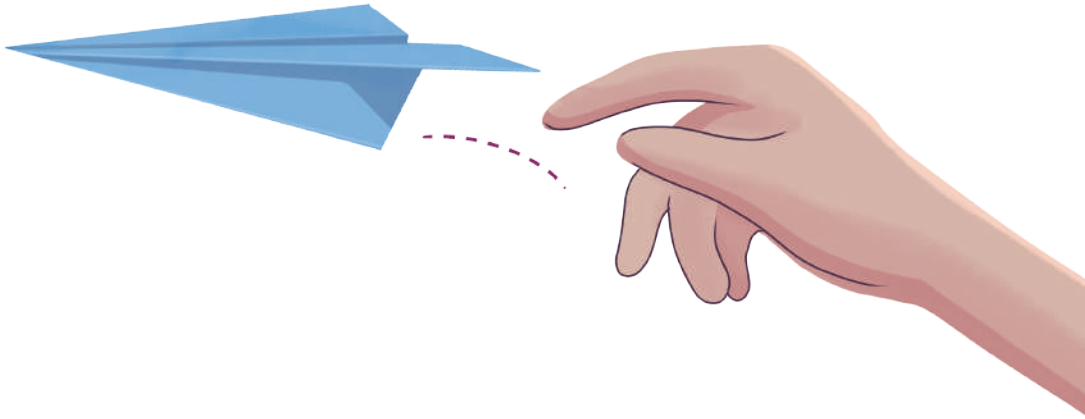
Retención de clientes



Ejemplo de marca

- Tarí resaltado en letras rojas.
- Promueve sentido de identidad.
- Significa "descubrir" en quechua.

Actividad 5.1: ¿Cuál es tu marca? ¿Cuál es tu logo y qué buscas promover a través de este?



+DIVERSIDAD

PROGRAMA MULTIANUAL DE **INCLUSIÓN EDUCATIVA**