



BICENTENARIO DE
BOLIVIA



ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

GUÍA PARA LA MODALIDAD DE GRADUACIÓN EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

PARA EL NIVEL TÉCNICO MEDIO





ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

Edgar Pary Chambi

MINISTRO DE EDUCACIÓN

Viviana Mamani Laura

VICEMINISTRA DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA Y ESPECIAL

César Alfredo Bobarín Zárate

DIRECTOR GENERAL DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA a.i.

Cómo citar este documento:

Ministerio de Educación (2023). "Guía para la modalidad de graduación emprendimiento productivo (Nivel Técnico Medio)" La Paz, Bolivia.

Con el apoyo de:

Proyecto Formación Técnica Profesional de la Cooperación para el Desarrollo de la Embajada de Suiza en Bolivia.

Depósito Legal:

XXXXXXXXXXXX

LA VENTA DE ESTE DOCUMENTO ESTÁ PROHIBIDA

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Av. Arce, Nro. 2147

www.minedu.gob.bo

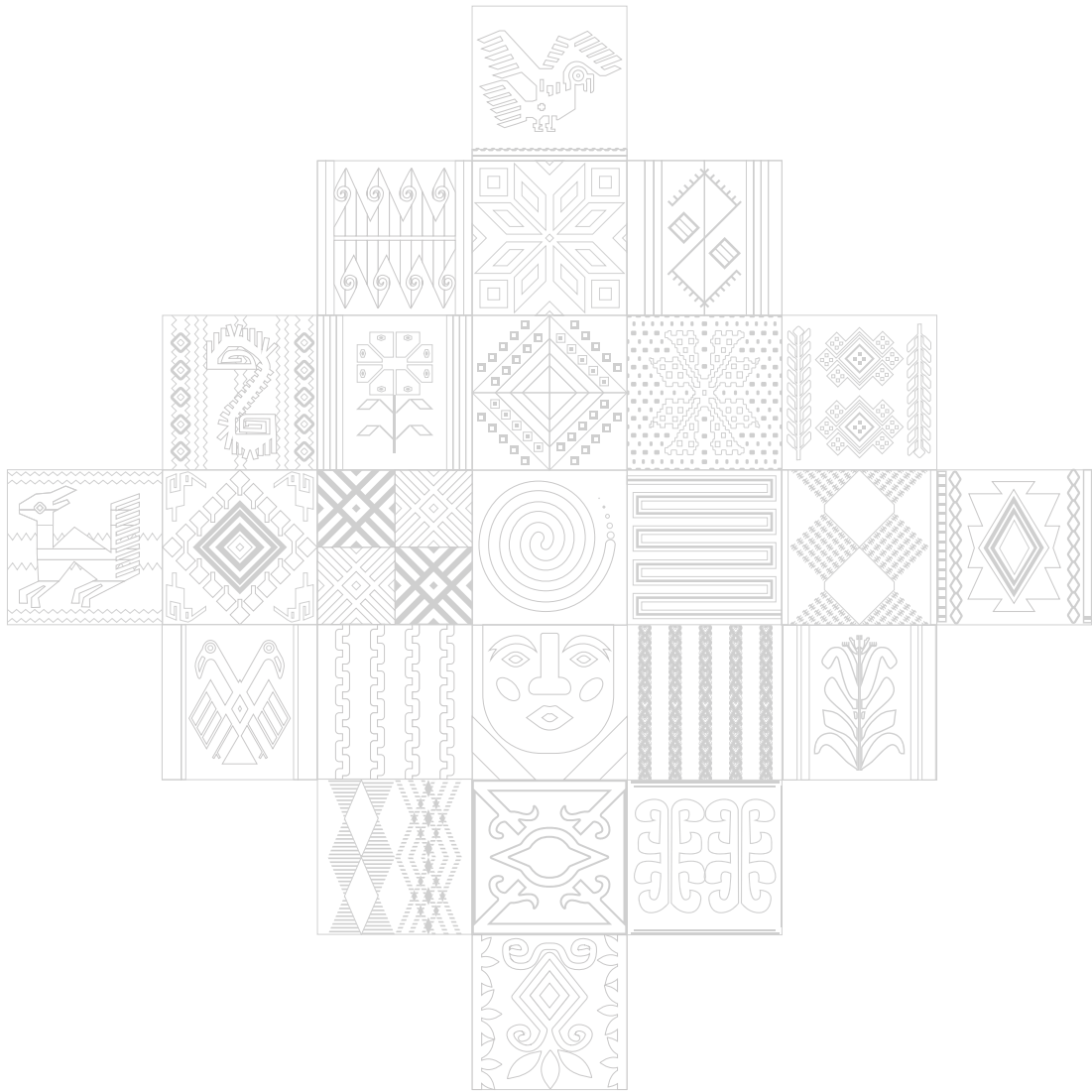
La Paz, Bolivia

2023



GUÍA PARA LA MODALIDAD DE GRADUACIÓN EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

DEL NIVEL TÉCNICO MEDIO



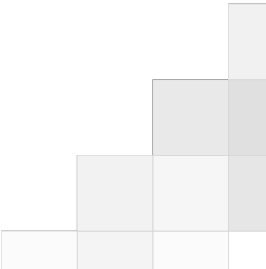
ÍNDICE

PRESENTACIÓN	1
Objetivo de la guía.....	2
1. ¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO?	3
1.1. ¿Qué es un emprendimiento?	4
1.2. ¿Qué es un emprendedor?.....	5
1.2.1. Características, capacidades y cualidades del emprendedor.....	5
1.3. ¿Qué es un emprendimiento productivo?.....	8
1.4. El emprendimiento productivo como modalidad de graduación.....	9
2. PASOS PARA ELABORAR EL PLAN DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO	11
2.1. Estructura del proyecto de emprendimiento productivo	11
2.2. Elaboramos el proyecto de emprendimiento productivo	13
a. Título de Proyecto de Emprendimiento Productivo	13
b. Datos Generales	17
c. Introducción	18
d. Localización de emprendimiento.....	19
e. Identificación de la Población Beneficiaria.....	20
f. Plano de distribución del emprendimiento productivo.....	23
g. Logotipo	24
h. Diagnostico.....	26
i. Objetivo	30
j. Costos para el emprendimiento	31
k. Ciclo de producción o de servicio	37
l. Organigrama	38
m. Estrategias de mejora y proyecciones.....	40

CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFÍA 44

3. CONCLUSIONES 45

4. BIBLIOGRFÍA 45



PRESENTACIÓN

El Ministerio de Educación a través del Viceministerio de Educación Alternativa y Especial, la Dirección General de Educación de Alternativa, y la R.M. N° 0281/2022 establece la modalidad de graduación en Emprendimiento productivo para el nivel de Técnico Medio dentro del Ámbito de la Educación Alternativa.

En ese sentido, se pone a disposición de las y los participantes de la formación técnica otorgada en los Centros de Educación Alternativa, la guía denominada: “Guía Metodológica Modalidad de Graduación en Emprendimiento Productivo”.

La guía desarrolla aspectos que son fundamentales para crear un emprendimiento productivo individual, familiar o comunitario. En su primera parte, aborda las nociones conceptuales, definiendo qué es un emprendimiento, qué es un emprendedor, las características, capacidades y cualidades que posee, para terminar, planteando el concepto de emprendimiento productivo y lo que implica.

En la segunda parte, se presenta los pasos para elaborar el plan de emprendimiento productivo de acuerdo a la estructura compartida por la R.M. N° 0281/2022, realizando para cada punto una breve explicación conceptual y luego una ejemplificación de lo que implica el desarrollo de cada etapa del planteamiento del emprendimiento productivo.

La guía, en ese sentido, propone acercar a las y los participantes, al manejo de herramientas conceptuales y metodológicas que implica la realización de un emprendimiento productivo, fortaleciendo los conocimientos, las capacidades y el espíritu emprendedor que favorezca el desarrollo de emprendimientos productivos.

OBJETIVO DE LA GUÍA

Compartimos herramientas conceptuales y metodológicas para el desarrollo de emprendimientos productivos, planteando los diferentes pasos de su desarrollo, como una modalidad de graduación para alcanzar el nivel de Técnico Medio en el Ámbito de la Educación Alternativa, dentro los procesos desarrollados por los Centros de Educación Alternativa.

1. ¿QUÉ ES EL EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO?

Actividad 1: Partimos de la Práctica

Para comenzar miramos el Video “El Ceibo, Historias de éxito de emprendedores bolivianos”.¹



El Ceibo - Historias de éxito de emprendedores bolivianos

Mismo que podemos reproducir en el siguiente enlace en YouTube o escaneando el siguiente QR:

<https://www.youtube.com/watch?v=OMhElpAUgck>



Luego, individualmente respondemos las siguientes preguntas:

1. ¿Es el Ceibo un emprendimiento?

2. ¿Cuándo el Ceibo dejó de ser una idea o iniciativa para consolidarse como un emprendimiento?

Luego compartimos nuestras respuestas con el grupo

¹Alternativamente, el facilitador puede compartir la historia del Ceibo

1.1. ¿Qué es un emprendimiento?

Alzate, F. (2017) refiere el emprendimiento “tiene sus orígenes desde el mismo inicio de la historia de la humanidad, dado que, desde ese entonces, el hombre siempre ha buscado la manera de superarse y mejorar su calidad de vida. Muchos autores refieren el término emprendimiento como algo nuevo, novedoso; sin embargo, desde la misma existencia del hombre se ha logrado demostrar la capacidad que tiene el ser humano de crear y ser innovador” (Alzate, F., 2017, p. 12).

Según Rosero y Molina (2008, como fue citado por Martínez, Juan, 2017, p. 203) el emprendimiento “es asumido como un factor generador de desarrollos, ya sea económicos, tecnológicos e igualmente de tipo social, con incidencia en diversos contextos”. Stevenson, nos plantea que el emprendedurismo es la búsqueda de oportunidades, independientemente de los recursos controlados inicialmente (Stevenson, 2000).

Según la definición compartida por Romero, R. (2004, p. 4), “emprendimiento es la acción de crear empresa, emprendedor a la persona o empresario, intraemprendimiento a la generación de empresas, proyectos y/o nuevas líneas de negocio desde la organización, y emprendimiento social cuando su objetivo no es el lucro”.

De manera que el término emprendimiento se asocia a la persona que es capaz de emprender, es decir, que los conceptos de emprendimiento y el emprendedor van ligados. “La palabra emprender se utilizaba inicialmente para referirse a la persona capaz de asumir riesgos o lanzarse a una aventura, aunque posteriormente, se refiere a aquella persona capaz de valorar los riesgos y beneficios para innovar formas de hacer e iniciar nuevos proyectos e ideas” (González, A., 2005, como se citó en Hernández, A. y Quirosa, C., 2018, p. 198).

Hoy día se habla de diferentes emprendimientos y emprendedores; su transformación se ha dado gracias a los cambios sociales y económicos del mundo que buscan líderes que propongan cambios profundos en la estructura productiva e industrial, pero también social de los países. Por lo tanto, se puede hablar de emprendimiento tradicional y emprendimiento social.

El primero (emprendimiento tradicional), está enfocado a la creación de organizaciones que generan utilidades económicas; el segundo (emprendimiento social), se enfoca al desarrollo de alternativas de solución a problemas sociales previamente detectados.

1.2. ¿Qué es un emprendedor?

Según el autor Weinberger (2009), emprendedor/a es aquella persona que a partir de una idea (innovadora), saca adelante por sus propios méritos la misma, creyendo de manera firme y apasionada en su emprendimiento buscando alcanzar sus objetivos y metas, asumiendo los riesgos, consecuencias y beneficios que esto representa.

Hernández, A. y Quirosa, C. (2018, p. 200), nos comparte la siguiente recopilación de definiciones de emprendedor Duarte y Tibana (2009):

- Richard Cantillon, “agente que compra los medios de producción a ciertos precios y los combina en forma ordenada para obtener de allí un nuevo producto”.
- Say, “un individuo líder, previsor, tomador de riesgos y evaluador de proyectos, y que moviliza recursos desde una zona de bajo rendimiento a una de alta productividad”.
- Joseph Schumpeter, “la función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo, o reorganizar una industria. Apunta también Schumpeter que son estas actividades las responsables primarias”.

De manera que la definición de emprendedor se asocia tanto a las características personales como a atributos sociales y económicos que debe reunir el mismo. En todo caso, un emprendedor es una persona que haciendo uso de la información, los conocimientos, contactos y altos niveles de motivación, decisión, innovación y creatividad pone en marcha un emprendimiento.

1.2.1. Características, capacidades y cualidades del emprendedor

El emprendimiento tiene “como elemento clave del éxito al emprendedor, es decir, aquella persona capaz de llevar adelante un sueño, que se traduce en metas u objetivos sobre la base de un plan previamente establecido” (Weinberger, K., 2009, p 1).

Pero. ¿Cuáles son las capacidades que diferencian a los emprendedores exitosos de aquellos que no lo son?

En el cuadro N°1, se puede observar las características, de los emprendedores exitosos.

Cuadro N° 1: Características fundamentales de los emprendedores exitosos

<p>Capacidad para innovar o crear</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor debe tener la capacidad de innovar o crear nuevos productos, servicios o procesos, para satisfacer de una manera más eficiente las necesidades de sus clientes. Para ello debe estar muy bien informado y ser capaz de utilizar su inteligencia para la producción y comercialización de nuevos y mejores productos, en favor de los clientes o con la finalidad de obtener mejores resultados”. (Weinberger, K., 2009, p 18).
<p>Iniciativa y búsqueda de oportunidades</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un emprendedor visualiza (creatividad) e identifica oportunidades donde los demás ven problemas (innovación), y toma la iniciativa para hacer realidad el negocio. De igual manera es incansable en la búsqueda de nuevos mercados, canales de comercialización, clientes, productos o servicios innovadores que se diferencien de la oferta actual en el mercado, además de la optimización en el uso de los recursos, antes de verse obligado por los acontecimientos.
<p>Persistencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Una persona emprendedora persevera y no se rinde ante los obstáculos, persiste para garantizar la consecución de sus objetivos, adapta sus acciones o estrategias a las características de su entorno y toma la responsabilidad del alcance de sus objetivos.
<p>Cumplimiento de los compromisos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • “Un emprendedor mantiene su palabra, a pesar de tener que hacer esfuerzos extraordinarios y sacrificios personales. Se compromete firmemente en la finalización de los trabajos, en el cumplimiento de su palabra y acuerdos pre establecidos”. (Autocopacio.org, 04-10-2021).
<p>Exigencia de calidad y eficiencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Un emprendedor busca producir los mejores productos y/o servicios, de manera rápida y con el uso óptimo de recursos, hace lo posible para cumplir y superar la expectativa con su trabajo y aplica los pasos necesarios para finalizar a tiempo y con el nivel de calidad esperado.

Asunción de riesgos calculados	<ul style="list-style-type: none"> • “Un rasgo que diferencia al emprendedor, es la capacidad de asumir riesgos, evaluando las consecuencias. Los emprendedores asumen riesgos moderados, explorando alternativas y tomando medidas para reducirlos y para controlar los resultados”. (Autocopacio.org, 04-10-2021).
Fijación de metas	<ul style="list-style-type: none"> • Un emprendedor sabe lo que quiere, piensa en el futuro y sabe dónde quiere llegar. Fija objetivos claros y específicos a largo plazo, y cuantificables a corto plazo, que suponen un desafío personal.
Búsqueda de Información	<ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor se mantiene actualizado con información relacionada y precisa, dejando de lado las suposiciones, y dedica mucho de su tiempo a buscar información sobre clientes, competidores, proveedores, oportunidades o tecnología, requisitos técnicos y/o legales entre otros.
Planificación y seguimiento Sistemáticos	<ul style="list-style-type: none"> • “Un emprendedor decide de antemano lo que va a hacer, evalúa previamente la viabilidad de sus planes, divide el trabajo con plazos, responsabilidades bien definidas y dispone de indicadores que le ayudan a adaptar los planes en función de los resultados”. (Autocopacio.org, 04-10-2021).
Persuasión y contactos	<ul style="list-style-type: none"> • Un emprendedor utiliza estrategias claras para establecer una o varias redes de contactos (lo más amplia posible) y utilizar estas acciones, para alcanzar los objetivos y metas del negocio.
Independencia y autoconfianza	<ul style="list-style-type: none"> • “Los emprendedores generalmente son optimistas, confían en sí mismos, están seguros de sus posibilidades, se fijan retos ambiciosos y asumen la responsabilidad de alcanzarlos, independientemente de las actuaciones de los demás”. (Autocopacio.org, 04-10-2021).

1.3. ¿Qué es un emprendimiento productivo?

Un emprendimiento productivo es una iniciativa que se realiza sobre las oportunidades que otorga el contexto con el fin de generar beneficios, frutos o resultados. Según Fautapo (s.f., mencionado por Ovando, L. y Valencia, S., 2021, p. 124) “el emprendimiento productivo es una iniciativa de un individuo que asume un riesgo económico o que invierte recursos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que brinda el mercado”.

Lo productivo en todo caso hace referencia a un aporte que genera un bien, producto o servicio que es beneficioso para la sociedad, trátase de una comunidad, región, municipio, etc. De modo que para que un emprendimiento sea productivo debe aportar un beneficio o valor tanto para el emprendedor como su familia, así como para la sociedad.

Para entender mejor ello sigamos el ejemplo que comparte Henrekson, M.:

¿Cuándo un emprendimiento es productivo?

Digamos, por ejemplo, que usted ha creado un medicamento que puede salvar millones de vidas. Vender ese medicamento lo hará rico, pero mucha gente también se beneficiará de él, de poder conseguirlo. Incluso si usted se vuelve súper rico, solo obtendrá una fracción muy pequeña, que generalmente es menos del cinco por ciento, del valor total que se ha creado por la venta de ese medicamento. El resto va a la sociedad: la gente consigue mejores productos nuevos o productos existentes a un precio más bajo. El emprendimiento productivo tiene que ver con hacer algo que su país, el sistema legal de su país, ha decidido que es bueno para la sociedad. (2020, p. 8)

Entonces, un emprendimiento es productivo cuando genera un beneficio para el emprendedor, y de modo paralelo para la sociedad; pero también cuando respeta el marco legal y ético establecido en el país. En ese caso, ocurre la existencia de emprendimientos no productivos, como en el siguiente ejemplo que nos comparte Henrekson, M.

¿Cuándo un emprendimiento no es productivo?

Poner en funcionamiento un plan inteligente para cobrar a las personas por cosas que normalmente no deberían pagar. Esto es algo que los gobiernos suelen hacer. Introducen obstáculos artificiales para impedir que usted obtenga un permiso, una licencia, lo que sea, de modo que tenga que pagar una prima o sobornar a alguien para obtenerlo. Personalmente, yo diría que esta es quizás una de las principales razones por las que algunos países son realmente pobres en comparación con los países occidentales.

(2020, p. 9).

¿Cuáles son los beneficios del emprendimiento productivo?

Tomado de la web de Inca Visionario (<https://incavisionario.com/significado-y-beneficios-del-emprendimiento-productivo/>) compartimos los siguientes beneficios que trae consigo cualquier emprendimiento productivo:

- “Generación de empleo: Los emprendimientos productivos crean puestos de trabajo, lo que reduce el desempleo y mejora la calidad de vida de la población”.
- “Impulso al desarrollo económico: Los emprendimientos productivos contribuyen al crecimiento económico del país, ya que generan riqueza y valor agregado” (Ídem).
- “Fomento de la innovación: Los emprendedores suelen tener ideas innovadoras y creativas, lo que impulsa la innovación y el desarrollo tecnológico” (Ídem).
- Mejora de la calidad de vida: Los emprendimientos productivos ofrecen bienes y servicios que satisfacen las necesidades de la población, lo que mejora su calidad de vida (Ídem).

1.4. El emprendimiento productivo como modalidad de graduación

El Reglamento de Modalidades de Graduación para el nivel Técnico Medio del Ámbito de la Educación Alternativa, define como emprendimiento productivo a “una iniciativa de concreción de un proyecto, con el objeto de aprovechar una oportunidad, podrá ser personal, familiar o comunitaria, que articule criterios de innovación, considerando las vocaciones y potencialidades territoriales, para fortalecer y desarrollar la economía familiar y comunitaria en convivencia con la Madre Tierra” (R.M. 0281/2022, art. 6, inc. a.).

Estableciendo, además, dos modalidades de emprendimiento productivo (Ibid., art. 8):

1. Emprendimiento productivo implementado. Las y los participantes relatan y demuestran un emprendimiento productivo implementado, en relación a la especialidad Técnica, Tecnológica y Productiva que cursa, este emprendimiento podrá ser personal, familiar o comunitario dirigido por la persona que se titulará en el Nivel Técnico Medio al que adjunta respaldos.
2. Emprendimiento productivo a implementar. Las y los participantes deben plantear como diseño teórico metodológico, un emprendimiento personal, familiar o comunitario a implementar, como resultado del proceso formativo de la especialidad Técnica, Tecnológica y Productiva en el Centro de Educación Alternativa. Este emprendimiento productivo proyectado debe ser dirigido por la persona que se titulará en el Nivel Técnico Medio.

Actividad 2: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente miramos el Video “Emprendimientos Productivos - Coroico, Los Yungas” difundido el YouTube por el programa Bolivia Agropecuaria, el mismo que lo podemos ver en el siguiente enlace o escaneando el siguiente QR:



Emprendimiento Productivo - Coroico Los Yungas

<https://www.youtube.com/watch?v=3Ta67QbEDno>



Luego realizamos las siguientes actividades:

1. Hacemos un recorrido por nuestra comunidad, zona, barrio o sector identificando los emprendimientos productivos que existen y cuáles son los beneficios que aportan.

Emprendimientos existentes	Beneficios
1	
2	
3	
4	
5	
6	

2. PASOS PARA ELABORAR EL PLAN DE EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO

Actividad 3: Partimos de la práctica

En grupos de trabajo elaboramos un esquema en el que planteamos cuáles son los pasos que debemos seguir para llevar adelante un emprendimiento productivo:

Pasos para llevar adelante un emprendimiento productivo

2.1. Estructura del proyecto de emprendimiento productivo

El emprendimiento productivo, como se ha señalado, es una de las modalidades de graduación para optar a alcanzar el título de técnico medio. Cuyo propósito es aprovechar las oportunidades que otorga el contexto, considerando las vocaciones y potencialidades productivas, para desarrollar la economía familiar y comunitaria en armonía con la Madre Tierra.

Asimismo, el objetivo de esta modalidad de graduación, es promover la innovación en sus distintos niveles como puede ser la innovación tecnológica, en servicios o productos, comercialización o de otro tipo. En lo personal, es una forma de valorar las capacidades alcanzadas por los participantes elaborando un proyecto de emprendimiento productivo que implicará investigación, creatividad y espíritu emprendedor.

En ese sentido, la estructura para realizar el Proyecto de Emprendimiento Productivo es la siguiente (Ver R.M. 0281/2022, anexo a):

ESTRUCTURA PARA EMPRENDIMIENTO PRODUCTIVO	
Título	
Dedicatoria	
Agradecimiento	
Índice	

Datos generales	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre completo del participante. • Departamento. • Centro de Educación Alternativa. • Carrera. • Facilitador/a.
Introducción	(Redactar el texto describiendo el resumen de la propuesta.)
1. Localización del emprendimiento	(Zona, barrio, comunidad donde se encuentra el emprendimiento.)
2. Identificación de población beneficiaria	(Niñ@s, adultos, mujeres, varones y otros)
3. Plano de distribución del emprendimiento	(Infraestructura y equipamiento)
4. Logotipo	(Dependiendo del negocio y si es necesario un lema)
5. Diagnóstico	(Se realiza a través del análisis FODA u otras)
6. Objetivo del emprendimiento	Visión (opcional) Misión (opcional)
7. Costos para el emprendimiento	(Inversión económica que requiere o requirió para el emprendimiento)
8. Ciclo de producción o de servicio	(Ciclo de los procesos productivos o de servicio, dibujar un esquema cuáles son los pasos que sigue hasta obtener el producto)
9. Organigrama	(Describir el esquema de cómo esta organizado el personal en el emprendimiento)
10. Estrategias de mejora y proyecciones	(Cuáles son las proyecciones para mejorar el emprendimiento 5 años)
11. Resultados obtenidos	(Perspectiva de mejorar el documento bajo sugerencias o consejos.)
12. Conclusiones	
13. Recomendaciones	
Conclusiones	(Es una lista completa y ordenada alfabéticamente de todos los materiales que se utilizaron.)

Recomendaciones

- Fotos.
- Esquemas.
- Gráficos.
- Otros.

2.2. Elaboramos el proyecto de emprendimiento productivo

a. Título de Proyecto de Emprendimiento Productivo

El nombre de la empresa es en cierta medida la imagen de la misma: “Es una herramienta de comunicación que estará presente en muchas de las relaciones que establecerás, con los clientes por supuesto, pero también con proveedores, administraciones, inversores, bancos, etc” (Cokike.com, 2013, sitio web: <https://crearmiempresa.es/elegir-nombre-empresa.html>).

Algunos ejemplos de nombres de pequeños emprendimientos productivos exitosos en Bolivia, son los siguientes:

1. QUINOABOL Sitio web: https://www.quinoabol.com/historia/	“Es una Empresa que está especializada en el procesamiento de la quinua real orgánica certificada, sus derivados y otros cereales andinos”.
2. APINAL Bolivia S.R.L.	Proveedor de equipamiento comercial e industrial para la producción apícola.

A pesar que no existe una receta para elegir el nombre adecuado de una empresa o emprendimiento productivo, algunas características de un buen nombre son las siguientes (Cf Cokike.com, Ibid.):

- Sea corto.
- Sea fácil de recordar.
- Sea fácil de deletrear.
- Exprese valores positivos.

Para que sea todavía mejor nombre también convendría:

- que guarde relación con tu actividad.
- que se entienda en varios idiomas.

Actividad 4: Producimos sobre lo aprendido

Planteamos el título de nuestro emprendimiento productivo.

----- -----

Cómo encontrar una buena idea de emprendimiento productivo

Uno de las premisas más importantes para desarrollar un emprendimiento productivo es partir de una buena idea. Estas se presentan en lugares y horarios imprevistos en donde estamos solos y relajados para pensar. Pensando, por tanto, en los problemas y dificultades que atravesamos al realizar las tareas de nuestra empresa, actividad económica o en un acontecimiento que vivimos cotidianamente. También, al hablar con otros productores, empresarios, profesores y padres. Estos pueden ser inclusive tus parientes o amigos.

Además, hallar una idea para un emprendimiento productivo atractivo o con gran potencial requiere la capacidad de observación y sentido de oportunidad. Las ideas de emprendimiento potenciales existen, hay que saber dónde y cómo encontrarlas.

Muchas de las ideas de emprendimientos son descubiertas por emprendedores sobre la base de:

1. Análisis de la información del entorno.
2. Experiencia laboral previa.
3. Conocimientos del entorno y del mercado.

La página web Muchos Negocios Rentables, comparte 15 Negocios rentables en Bolivia/15 ideas para emprender, las cuales pueden verse en el siguiente enlace: <https://muchosnegociosrentables.com/negocios-rentables-en-bolivia/>


Compartimos dos de ellas:



1. Restaurante de comida típica

“La gastronomía de Bolivia tiene fuertes influencias indígenas y españolas, por lo que los platillos típicos son muy apetecidos por el público nacional y extranjero. Del mismo modo, los establecimientos gastronómicos cobran un gran protagonismo dentro del sector turístico y de servicios”.

(<https://muchosnegociosrentables.com/negocios-rentables-en-bolivia/>)

	<p>“Por eso, montar un restaurante de comida típica es uno de los negocios rentables en Bolivia con altas proyecciones de éxito. Si bien se trata de un mercado competido, la diversidad gastronómica del territorio permite la llegada de nuevos emprendimientos. Y que estos puedan contribuir a potenciar la cultura del país y que diversifiquen la oferta, brindando más opciones a los consumidores” (Ídem).</p>
	<p>2. Productos ecológicos</p> <p>“La preocupación por el cuidado del medio ambiente es una constante no sólo en Bolivia sino en países de todo el mundo. Cada vez son más las personas que se interesan por incorporar en su diario vivir artículos que contribuyan a disminuir el impacto negativo generado por el consumo humano. Por lo que comercializar productos ecológicos resulta una opción viable para emprender y ganar dinero. Puedes montar una tienda física en un local, vender a domicilio o crear tu propia tienda en línea” (Ídem).</p> <p>“Dentro de tu catálogo puedes incluir productos como bolsas biodegradables, cosméticos naturales, artículos de material reciclado, purificadores de agua, alimentos orgánicos, etc.” (Ídem).</p>

Actividad 5: Producimos ideas de emprendimiento y realizamos su priorización

Seguidamente tomando en cuenta el recorrido que hicimos por nuestra comunidad, zona, barrio o sector (actividad 2), identificando los emprendimientos productivos que existen y cuáles son los beneficios que aportan, o pensando en aquellos aspectos que representan algún tipo de dificultad o problema en la actividad que realizamos, identificamos ideas para emprender.

De inicio realizamos la siguiente actividad:

Identificamos las dificultades que presenta la actividad que desarrollamos o los problemas o dificultades que presentan los emprendimientos existentes en nuestra comunidad, zona, barrio o sector.

Emprendimientos existentes	Problemas y/o Dificultades
Por ejemplo: Producción apícola	Por ejemplo: Muy poca producción de productos derivados de la miel que ayuden a expandir el mercado.
1	
2	
3	
4	

Luego convertimos los problemas en soluciones en ideas de emprendimiento:

Cuadro 2: De un problema a una idea de emprendimiento		
Problema	Soluciones	Idea de emprendimiento
Por ejemplo: Derivar productos de la miel para expandir el mercado.	Por ejemplo: 1. Cursos de especialización ocupacional en derivados de la miel. 2. Participar en ferias productivas para encontrar clientes de productos derivados.	Por ejemplo: 1. Productos farmacéuticos derivados de la miel: Apitoxina y propóleo.

Puede ocurrir que nos veamos ante varias ideas para llevar adelante un emprendimiento productivo, la siguiente matriz tiene el propósito de priorizar la más adecuada:

Cuadro 3: Seleccionando la mejor idea de emprendimiento					
	Puntaje (0 a 5)				
	Idea 1 -----	Idea 2 -----	Idea 3 -----	Idea 4 -----	Idea 5 -----
No es muy costosa de llevarla adelante					
Tengo tiempo para llevarla adelante					
Es un negocio que me gusta					
Tengo experiencia en este negocio					
Tengo apoyo para realizarla					
Cuento con la capacidad para realizar el producto					
Total (0-25)					

A partir de la anterior tabla anotamos en el siguiente cuadro la idea priorizada:

Cuadro 4: La mejor idea de emprendimiento
Idea de emprendimiento

b. Datos Generales

Son los datos referenciales del estudiante que plantea el proyecto de emprendimiento productivo, el Centro de Educación Alternativa al que pertenece, la especialidad y el facilitador/a que asesoró el proceso. Como se muestra en el siguiente ejemplo:

Datos Generales	
• Nombres y apellidos del estudiante/ participantes:	Edgar Raymundo Nina Quispe
• Departamento:	Cochabamba
• Centro de Educación Alternativa:	CEPRA
• Carrera:	Apicultura
• Facilitador/a:	Lina Álvarez

Actividad 6: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente, identificamos los datos generales del proyecto:

Datos Generales	
• Nombres y apellidos del estudiante/ participantes:	
• Departamento:	
• Centro de Educación Alternativa:	
• Carrera:	
• Facilitador/a:	

c. Introducción

Se trata de un planteamiento breve que tiene el propósito de presentar una síntesis del proyecto de emprendimiento productivo, la estructura del documento y las diferentes partes que la componen.

Es decir, se trata de escribir una síntesis que permita al lector entender básicamente de que trata dicho documento, por ello, lo pertinente es escribir la misma una vez tengamos redactado el proyecto.

Actividad 7: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente, redactamos la introducción del nuestro proyecto de emprendimiento productivo:

Introducción
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>

d. Localización de emprendimiento

La localización del emprendimiento es uno de los factores más importantes de la consolidación del emprendimiento productivo. Es el lugar elegido por el emprendedor donde desarrollará su actividad productiva.

El libro **Economía de la Empresa** señala:

“El empresario tendrá que analizar detenidamente las diferentes posibilidades de localización y elegir aquella que contribuya, de la forma más eficaz y con menor coste, a alcanzar los objetivos planteados. No solo se trata de minimizar los costes de producción y distribución, sino también de garantizar un acceso eficaz a los mercados, tanto de factores (materias primas, trabajo y capital), como por parte de los consumidores a nuestros productos” (s.a., p. 2, sitio web: <https://www.docsity.com/es/libro-economia-de-la-empresa-tema-2-desarrollo-de-la-empresa/8000162/>).

La ubicación es entonces un factor estratégico para cualquier empresa. Según López, Víctor (2020, sitio web) los factores que se deben tener en cuenta a momentos de elegir la localización de empresas tratándose del sector terciario es el siguiente:

1. El coste del terreno (polígono, parque tecnológico, etc.).
2. Existencia de infraestructuras apropiadas (carreteras, etc.).
3. Acceso a los suministros necesarios (agua, luz, internet, etc.).
4. Existencia de mano de obra cualificada.
5. Facilidad de acceso a las materias primas necesarias.
6. Posibilidad de obtener ventajas fiscales o subvenciones.
7. Facilidad de acceso a la financiación (entidades cercanas).
8. Normativa vigente relacionada con la actividad industrial.
9. Desarrollo económico de la zona.

Por, ejemplo, la Empresa Quinoabol S.R.L que tiene “una planta en la localidad de Lahuachaca perteneciente a la ciudad de La Paz, debido a la creciente demanda decide abrir una nueva planta en la ciudad de Oruro km 10.5 carretera panamericana comunidad Vichuloma para lograr satisfacer las necesidades de nuestros clientes” (QUINOABOL, <https://www.quinoabol.com/historia/>).

Ubicación de quinoabol



Calle 6 de octubre #1246, Calle cochabamba y ayacucho, Edificio constancia, Piso 2, Oficina 02

Actividad 8: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente, establecemos la ubicación de nuestro proyecto de emprendimiento productivo, especificando los criterios y la ubicación de la empresa:

Criterios por los que elegimos esa ubicación
Ubicación

e. Identificación de la población beneficiaria

La población beneficiaria se refiere a las personas u organizaciones, que se beneficiaran con la implementación del proyecto productivo. Estos beneficios para el caso son los resultantes del conjunto de acciones que implicará la puesta en marcha de la innovación tecnológica.

Un emprendimiento puede beneficiar a un conjunto de personas o instituciones de diferentes formas, entre ellas:

- A productores del insumo principal u otros insumos que se necesita para elaborar el producto. “El caso de Chocolates el CEIBO que tiene afiliadas 49 cooperativas de base distribuidas en toda la región del Alto Beni, en las Provincias Caranavi, Sud Yungas y La-recaja del Departamento de La Paz”. (CNCJ – BOLIVIA, Central de Cooperativas “EL CEIBO” LTDA)

- A personas que se dedicarán a la venta o comercialización del producto logrando obtener una fuente de ingreso para su subsistencia. Siguiendo con el ejemplo de Chocolates el CEIBO existe un conjunto de pequeños comerciantes que comercializan los productos como una forma de generar ingresos.
- A los clientes el beneficiario directo de cualquier emprendimiento es el cliente, es decir, la persona que adquiere el producto ofertado y lo hace con regularidad. En ese sentido, es necesario conocer las características de producto y que beneficios le dará el mismo al cliente.

Definimos las características del producto o servicio del emprendimiento

Toca precisar con claridad el tipo de producto y/o servicio que se pondrá en el mercado. Es la parte en la que vamos a exponer o que queremos producir. El propósito principal de la mayor parte de los emprendimientos es dar solución a un problema existente en el mercado, es decir, que el producto o servicio debe satisfacer una necesidad del cliente. Por ello, todo emprendimiento necesariamente comienza con la identificación de esta necesidad y la propuesta de una solución. ¿Qué es lo que hará de esta idea algo irresistible en el mercado? Si tenemos un buen producto o servicio, mejoramos las posibilidades de éxito de la empresa.

- Según el concepto compartido por Santesmases, un producto es “cualquier bien material, servicio o idea que posea un valor para el consumidor y sea susceptible de satisfacer una necesidad” (citado por Pérez, D. y Martínez, I., 2006).
- En ese sentido, siguiendo a Pérez, D. y Martínez, I (ibid.) “un producto está formado por diferentes atributos, englobables entre los tangibles y los intangibles que lo caracterizan y le dan personalidad”. Para conocer más en detalle un producto, son nueve los elementos que se pueden analizar de forma genérica, aunque siempre dependerán de la naturaleza del propio producto:

Atributos que reúne un producto

1. Núcleo: se refiere a las propiedades físicas y técnicas del producto.
2. Calidad: valoración de los elementos que componen el núcleo, de acuerdo con unos criterios que son comparativos con la competencia.
3. Precio: valor último de adquisición.
4. Envase: elemento de protección del que está dotado el producto y que, junto al diseño, aporta un gran componente de imagen.
5. Diseño: forma y tamaño: permiten la identificación del producto o la empresa y, generalmente, configura la propia personalidad del mismo.
6. Marca: nombres y expresiones gráficas, igualmente, facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno u otro atributo.

- 7. Servicio: conjunto de valores añadidos a un producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás.
- 8. Imagen del producto: opinión que se crea en la mente del consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto.
- 9. Imagen de la empresa: opinión en la memoria del mercado que interviene positiva o negativamente en los criterios y actitudes del consumidor hacia los productos. Una buena imagen de empresa avala, en principio, a los productos de nueva creación; así como una buena imagen de marca consolida a la empresa y al resto de los productos de la misma”.

(Cortez, G., 2017)

Actividad 9: Definimos el o los productos de nuestro emprendimiento

Seguidamente, identificamos:

Primero, la población beneficiaria de nuestro emprendimiento productivo:

1. ¿Quiénes son las personas, instituciones u organizaciones que se beneficiaran con nuestro emprendimiento productivo?	
2. ¿De qué forma se beneficiarán dichas personas, instituciones u organizaciones con nuestro emprendimiento productivo?	

Segundo, identificamos las características del o los productos y los beneficios que dará a los clientes el mismo:

Tabla Productos/Servicios

¿Qué producto o servicio introducirá nuestra idea en el mercado?	
1. Núcleo: ¿Cuáles son las propiedades físicas, químicas y técnicas del producto o servicio?	
2. Calidad: ¿Qué valoración tienen los elementos que componen el núcleo, de acuerdo con unos criterios que son comparativos con la competencia?	

<p>3. Precio: ¿Cuál será el precio último de adquisición de producto o servicio?</p>	
<p>4. Envase: ¿Cuál es el elemento de protección del que está dotado el producto y que, junto al diseño, aporta un gran componente de imagen?</p>	
<p>5. Diseño: ¿Cuál es la forma y tamaño que tendrá nuestro producto?</p>	
<p>6. Marca: ¿Cuáles es el nombre y expresión gráfica, que tendrá nuestro producto?</p>	
<p>7. Servicio: ¿Cuáles son los valores añadidos a nuestro producto que nos permite poder marcar las diferencias respecto a los demás?</p>	
<p>8. Imagen del producto: ¿Qué opinión esperamos que se forme el consumidor según la información recibida, directa o indirectamente, sobre el producto?</p>	
<p>9. Imagen de la empresa: ¿Qué opinión sobre nuestra empresa esperamos que se forme en la memoria de los clientes en función del producto introducido?</p>	

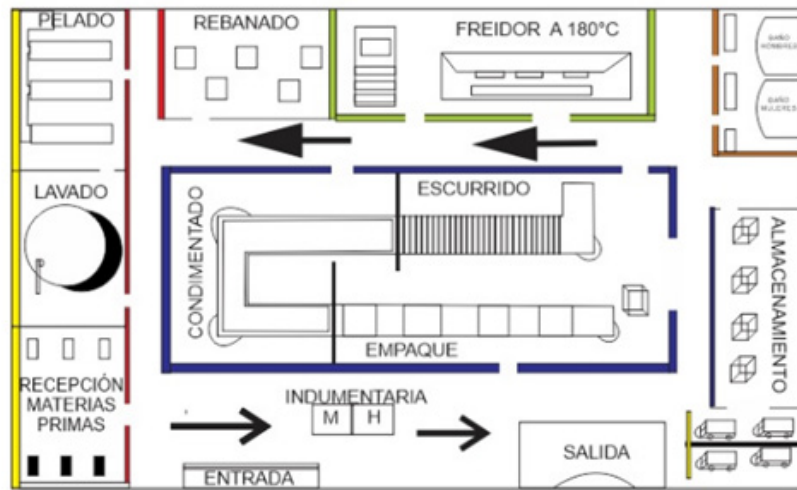
f. Plano de distribución del emprendimiento productivo

El plano de distribución del emprendimiento es una representación gráfica de cómo estará distribuida y organizado el espacio en el que funcionará el emprendimiento.

Se trata de describir las diferentes secciones en las que funcionara el emprendimiento. En el caso del emprendimiento de la Fábrica de Papas Yhonys, que se muestra en la siguiente figura, puede identificarse las diferentes secciones del emprendimiento, por ejemplo, una sección de recepción de papás, pelado, rebanado, freidor y otras.

De modo tal que el plano permite establecer las diferentes secciones que tiene un emprendimiento, pensando además en las instalaciones y servicios que son necesarios para el funcionamiento de cada sección: agua, energía eléctrica, gas y otros.

Plano fabrica de papas jhony's



Fuente: <https://gerencia139945630.wordpress.com/2018/03/14/plano-fabrica-de-papas-jhonys/>

Actividad 10: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente, elaboramos el plano de nuestro emprendimiento productivo:



g. Logotipo

El logotipo “es la imagen compuesta de ícono y tipografía que representa una institución, es un objeto gráfico que diferencia y a la vez transmite un mensaje institucional. El Logo no sólo distingue una empresa de otra sino que representa o dice algo acerca de ella” (PYME-HLP, s.a., p 1, sitio web: <https://www.pymehelp.com.ar/articulos/logo.pdf>).

Un logotipo representa la imagen de la empresa, por lo que debe transmitir un mensaje que coadyuve a la aceptación por parte del público de la empresa y los productos que distribuye.

Un buen logotipo debe reunir las siguientes características:

1. “Sencillo. Los logos simples son fáciles de reconocer y recordar. La simplicidad es un ingrediente clave para los logos porque la mayoría de los consumidores solo se centra en un logo por un corto período de tiempo. Un diseño simple puede expresar la personalidad de tu marca de manera concisa y efectiva” (tomado de Tailorbrands, sitio web: <https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker/caracteristicas-de-un-buen-logo>).
2. Pertinente. Un buen logotipo comunica claramente la personalidad y la identidad de una empresa o emprendimiento. La elección de los colores, el tipo de fuente y el símbolo hacen parte de la pertinencia del logotipo, cuyo propósito es despertar diferentes emociones y sirven para mostrar la personalidad de tu marca a los consumidores
3. “Memorable. Otro aspecto clave de un buen logo es que sea memorable, incluso desde la primera vez que lo ves. El objetivo de un logo es crear una conexión con un consumidor y despertar interés por tu marca. Cuando los consumidores recuerdan fácilmente tu logo y marca, es más probable que se acuerden de tu empresa” (tomado de Tailorbrands, sitio web: <https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker/caracteristicas-de-un-buen-logo>).
4. Atemporal. Los mejores logos destacan porque siguen siendo relevantes y efectivos con el paso de los años. Siempre es tentador diseñar un logo con las tendencias y modas de diseño actuales, pero no siempre es la mejor decisión.
5. Versátil. Por último, pero no menos importante, un buen logo se puede usar de varias maneras, formas y situaciones. Por ejemplo, un logo que solo se puede usar en un tamaño en línea no es muy bueno, ya que limita las formas en las que puedes exponer tu marca al mundo. Por otro lado, elegir un logo que se pueda redimensionar, imprimir o colocar en diferentes medios hace que tu marca sea significativamente más visible.

Algunos logos de emprendimientos productivos bolivianos son los siguientes:



Actividad 11: Producimos sobre lo aprendido

Seguidamente, elaboramos el logotipo de muestra empresa, explicado sus características:

Logotipo de la empresa
Características del logotipo

h. Diagnóstico

La forma más adecuada de hacer el diagnóstico de nuestro emprendimiento productivo es hacerlo a través de un análisis de mercado. El mismo consiste en una investigación del mercado que permitirá al emprendedor identificar las posibles amenazas que podrían obstaculizar su entrada al mercado o requerir ajustes en la dirección del emprendimiento.

El estudio de mercado es una investigación cualitativa o cuantitativa, utilizada para garantizar la toma de decisiones y entender de mejor manera el panorama comercial llamado también el mercado.

Este tipo de estudio es especialmente útil para analizar aspectos como hábitos de compra, demanda o requerimientos, necesidad de la población en cuanto a servicios o producto requeridos, estos datos o información permitirá asegurar el buen funcionamiento y desempeño del emprendimiento.

Algunos conceptos claves para el análisis de mercado son los siguientes:

1. Importancia del análisis del mercado.

El éxito de un emprendimiento depende de la información recabada y analizada sobre las expectativas de los potenciales usuarios o clientes mediante la realización de un estudio de mercado. Dos pasos importantes para la realización de un estudio de mercado son:

- Averiguar, definir y concretar quienes van a ser nuestros futuros clientes o el también denominado “Target group” o público objetivo. Es decir, si nos vamos a dirigir a hombres o a mujeres trabajadoras, amas de casa, con hijos o sin hijos... El nivel de renta de nuestro público, si es alto, medio o bajo (CELL, s.f., p 8)
- Realizar la segmentación del mercado. La segmentación del mercado trata de concretar las características concretas que posee nuestro “Target Group” (Ídem).

2. Procedimientos para realizar un análisis del mercado.

Para poner en funcionamiento un emprendimiento debes preguntarte que necesitas hacer antes de concretar y poner en funcionamiento el mismo.

Lo primero que deberías hacer es:

- Recopilar información sobre el mercado, requerimiento o demanda del usuario o consumidor. La información y datos se puede recabar mediante el uso de los siguientes instrumentos:
- Observación directa. Esta técnica consiste en hablar con los dueños o propietarios de negocios o servicios establecidos en la zona geográfica, también observar la dinámica y características de las actividades diarias de los potenciales clientes o usuarios, visitar negocios, tiendas, negocios que ofrecen servicios y mercados de la zona para observar el comportamiento de las personas y sus preferencias
- Entrevista y encuesta. Se debe formular preguntas dirigida a los potenciales clientes o usuarios, para conocer o identificar aquella necesidad que no está cubierta o atendida por el mercado, el tipo de producto o servicio de preferencia, o con alta demanda, etc.

3. Definir público objetivo o target grupo.

Se trata de averiguar más datos de nuestro mercado potencial. Algunas cosas de gran importancia para el futuro de nuestro negocio, por ejemplo:

- Cuál es su volumen, en número. Esto dependerá de si nos dirigimos a un mercado local, provincial, nacional, internacional, etc. y por supuesto, del tipo de público objetivo consumidor de nuestra oferta.

- Cómo está repartido actualmente el consumo entre los diferentes competidores de nuestro negocio. A esto se le llama distribución de las cuotas de mercado.
- Cuál es el grado de satisfacción de dicho público objetivo con los actuales suministradores del producto que queremos ofertar.
- Cuál es la percepción del precio que consideran equivalente, es decir, el que están dispuestos a desembolsar por nuestros productos o servicios.
- Cuál es el coste de cambio de suministrador, suponiendo que nuestra oferta fuese percibida como más interesante por algunos de ellos. Hay que tener en cuenta que este coste no siempre es medible en términos económicos. En muchas ocasiones, coste se mide en términos conceptuales o psicológicos, de cambio de hábitos, de tiempo, etc.

4. Segmentación del mercado.

La segmentación de mercados consiste en seccionar al mercado objetivo en grupos más pequeños que comparten características similares, como:

- ¿Qué edad tiene?
- ¿Cuál es su género?
- ¿Qué actividad realiza?
- ¿A qué nivel socioeconómico pertenece?
- ¿Cuál es su nivel de ingresos?
- ¿Dónde está ubicado el público objetivo?
- ¿Cuál es su estilo de vida?
- ¿Qué hábitos tiene?
- ¿Es mayorista, minorista, productor o consumidor final?
- ¿Cuál es el tamaño de mercado objetivo?
- ¿Cuál es el potencial de crecimiento de este mercado objetivo?
- ¿Por qué comprarían determinado producto o contratarían determinado servicio?
- ¿Cuándo y bajo qué circunstancias adquirirían el bien o servicio?
- ¿Cuándo y bajo qué circunstancias adquirirían el bien o servicio?
- ¿Cómo toman la decisión de compra?
- ¿Cuáles son las necesidades insatisfechas?

La segmentación de mercado permite establecer estrategias para diferentes tipos de consumidores, dependiendo de la forma en la que perciben el valor total de ciertos productos y/o servicios.

La segmentación geográfica es un factor integral que determina el posicionamiento en el mercado y la venta de productos. La segmentación geográfica es un componente que complementa una estrategia de marketing, nos sirve para orientar productos o servicios hacia los consumidores correctos.

La segmentación demográfica consiste en dividir el mercado a través de diferentes variables como la edad, género, nacionalidad, nivel educativo, tamaño de la familia, ocupación, ingresos, etc.

- Existe muchas otras formas de segmentar el mercado, por ejemplo, por religión, por gustos, por hábitos, por niveles etarios, sin embargo, para esta propuesta de plan de emprendimiento productivo, sólo tomaremos los dos más importantes.

Actividad 12: Realizamos el estudio de mercado

Definimos el público objetivo de nuestro emprendimiento	
“¿Cuál es su volumen, en número del público objetivo consumidor?, ¿nos dirigimos a un mercado local, provincial, nacional, internacional, etc.?” (Tomado de Buenas tareas, sitio web: https://www.buenastareas.com/ensayos/Que-Es-Un-Estudio-De-Mercado/3369728.html)	
¿Cómo está repartido actualmente el consumo entre los diferentes competidores de nuestro negocio?	
¿Cuál es el grado de satisfacción de dicho público objetivo con los actuales suministradores del producto que queremos ofertar?	
¿Cuál es la percepción del precio que consideran equivalente, es decir, el que están dispuestos a desembolsar por nuestros productos o servicios?	
¿Cuál es el coste de cambio de proveedor, suponiendo que nuestra oferta fuese percibida como más interesante por algunos de ellos?	

Realizamos la segmentación del mercado	
¿Qué edad tienen? ¿Cuál es su género? ¿Qué actividad realiza? ¿A qué nivel socioeconómico pertenece? ¿Cuál es su nivel de ingresos?	

<p>¿Dónde está ubicado el público objetivo?</p> <p>¿Cuál es su estilo de vida?</p> <p>¿Qué hábitos tiene?</p> <p>¿Es mayorista, minorista, productor o consumidor final?</p> <p>¿Cuál es el tamaño de mercado objetivo?</p> <p>¿Cuál es el potencial de crecimiento de este mercado objetivo?</p> <p>“¿Por qué comprarían determinado producto o contratarían determinado servicio?” (Weinberger, K., 2009, p. 56)</p> <p>¿Cuándo y bajo qué circunstancias adquirirían el bien o servicio?</p> <p>“¿Cuándo y bajo qué circunstancias adquirirían el bien o servicio?” (Weinberger, K., 2009, p. 56)</p> <p>“¿Cómo toman la decisión de compra?” (Weinberger, K., 2009, p.56)</p> <p>“¿Cuáles son las necesidades insatisfechas?” (Weinberger, K., 2009, p. 56)</p>	
---	--

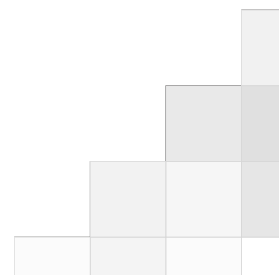
i. Objetivo

Para definir un objetivo es necesario preguntarse ¿Qué necesidad se pretende atender o satisfacer? Además, se debe pensar en cómo lograrlo, en qué tiempo, con qué recursos humanos, materiales y económicos, entre otros aspectos que conoceremos más adelante.

Para mayor comprensión, debemos considerar los siguientes elementos para formular los objetivos de emprendimiento, por ejemplo:

- Concentran el esfuerzo en un logro definido.
- Deben ser conocidos por todos los miembros del emprendimiento y compartirlos para unificar los esfuerzos mediante el trabajo en equipo

Un objetivo bien redactado tiene las siguientes características: es específico, es mensurable, es alcanzable, es realista y tiene plazo.



A continuación, se describe los elementos necesarios para formular o elaborar el objetivo del emprendimiento:

- “Específico: Un objetivo debe ser específico para una comprensión clara de lo que se tiene que lograr” (SYDLE, 04/08/2023, <https://www.sydle.com/es/blog/objetivos-de-una-empresa-mejores-metodos-617303753885651fa20ef5e9>).
- “Medible: Los objetivos deben ser medibles para saber si se logró o no” (Ídem).
- “Alcanzable: Necesitamos saber si el objetivo se puede lograr o no” (Ídem).
- “Realista: Cuando se crea un objetivo, se definen a los responsables de cumplirlo y se analiza si estos pueden lograr alcanzarlo, con los recursos que disponen” (Ídem).
- “Tiene plazo: Todo objetivo debe tener una fecha límite” (Ídem).

Dos ejemplos de objetivos de emprendimiento son los siguientes:

Ejemplo 1:

Posicionar en la ciudad El Alto, las Hamburguesas Vaggie como una alternativa de alimentación saludable para contribuir en la nutrición de las personas jóvenes, atendiendo las necesidades y demandas alimenticias de la población, prestando servicio de gastronomía, obteniendo en los 2 próximos años, hasta el 2024 una rentabilidad del 18% anual neta. Con proyección a incrementar la rentabilidad al 25 % hasta el 2025.

Ejemplo 2:

Producir hamburguesas saludables, hamburguesas Vaggie, destinadas a la ciudad de El Alto, logrando en los 2 próximos años, hasta el 2024, una rentabilidad del 18% anual.

Actividad 13: Planteamos el objetivo de nuestro emprendimiento productivo

Objetivo de mi emprendimiento productivo
<hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/> <hr style="border-top: 1px dashed black;"/>

j. Costos para el emprendimiento

Todo emprendimiento para su funcionamiento necesita comprar mínimamente algunas herramientas y artículos. Pero que no todos los gastos son iguales. Pues existen equipos y herramientas que sólo necesitan ser adquirirlas una sola vez y artículos que necesitamos adquirirlos cada cierto tiempo.

Las herramientas que se adquieren una sola vez son los costos preoperativos o costos de capital.

Los artículos que requerimos comprarlos cada cierto tiempo son los costos operativos.

Es importante, además, tener en cuenta que los costos mensuales por pago de servicios como alquiler, pago de luz, agua y teléfono entre otros deben ser tomados en cuenta como parte de los costos operativos.

- **Costos preoperativos o costos de capital**

En ese sentido, siguiendo el ejemplo del emprendimiento de producción apícola, tenemos el siguiente ejemplo:

Ejemplo de estimación de costos pre operativos de mí negocio

¿Qué equipo y herramientas debemos comprar una sola vez?	¿Cuántas de estas herramientas necesitamos?	¿Cuál es el costo por unidad de estas herramientas?	¿Cuál es el costo total de estas herramientas? (Cantidad x Costo por unidad = Costo total)
--	---	---	---

Herramientas	Cantidad	Costo por Unidad	Costo total
Máquinas			
Decantadora	1	2500	2500
Centrifugadora	1	2200	2200
Núcleos	10	400	4000
Equipos			
Láminas de Cera	200	12	2400
Prensa	1	150	150
Peineta	1	80	80
Escobilla	1	50	50
Rejillas	10	85	850
Traje	2	250	500
Ahumador	1	150	150
Guantes	2	80	160

Muebles y enseres			
Cajas de Abeja	10	530	5300
Caballetes	10	95	950
Mesa	1	150	150
Silla	1	70	70
Total Costos Pre Operativos			19.510

- **Costos operativos o costos de capital**

Los costos operativos, implican que se establezcan fundamentalmente: a. los costos en materiales en insumos necesarios para producción, b. los costos por infraestructura y servicios, y c. los costos de personal o mano de obra.

- a. **Determinando los costos en materiales en insumos necesarios para producción.**

El costo de la materiales e insumos por cada uno de nuestros productos o servicios, debe detallarse exhaustivamente, en términos de la cantidad y el costo que tendrá cada uno de los insumos, por ejemplo, para producir una salteña, necesitamos varios insumos o materias primas: la carne, la papa, el ají, las arvejas y otros. Por otro lado, para producir un servicio, de peluquería, los insumos son: los tintes, el champú y otros. Es importante especificar el costo de cada insumo, para obtener el costo total y el costo unitario.

Basándonos en el ejemplo de una microempresa de venta de hamburguesas tenemos el siguiente ejemplo de costos de materiales para la producción de 20 hamburguesas.

Estimando los costos en materiales e insumos de producción

¿Qué artículos debemos comprar cada cierto tiempo?	¿Qué cantidad necesitamos comprar?	¿Cuál es el costo por unidad de estos artículos?	¿Cuál es el costo total de estas Artículos? (Cantidad x Costo por unidad = Costo total)
--	------------------------------------	--	---

Artículos	Cantidad	Costo por Unidad	Costo total
Soya	1 libra	4,00	4,00
Orégano	4 cucharillas	0,50	0,50
Cañahua	100 grs.	3,30	3,30
Albahaca	1 cucharilla	0,20	0,20

Pan molido	4 cucharadas	0,20	0,20
Ajo	2 dientes	0,50	0,50
Pimentón rojo	4 cucharadas	0,50	0,50
Perejil	2 cucharadas	0,50	0,50
Cebolla	1 unidad	0,50	0,50
Comino	1/2 cucharilla	0,20	0,20
Salsa soya	4 cucharadas	0,50	0,50
Harina	4 cucharadas	0,19	0,19
Sal	3 1/2 cucharadas	0,30	0,30
Papas (al horno)	½ arroba	20,00	20,00
Pan	20 unidades	0,35	7,00
Total, costo materiales e insumos de producción (20 hamburguesas)			38,39

b. Costos de infraestructura y servicios.

El emprendimiento requiere normalmente un local, tienda o alguna instalación física para su funcionamiento y un conjunto de servicios básicos que son imprescindibles para su funcionamiento. El costo de infraestructura y servicios firman parte de los costos operativos del emprendimiento. Siendo necesario tener el detalle de los costos de los alquileres y servicios básicos, como: electricidad, agua, gas y otros servicios que requiere el emprendimiento para su funcionamiento.

Siguiendo el ejemplo de una microempresa de venta de hamburguesas tenemos el siguiente detalle de costos por alquileres y servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa.

Detalle	Cantidad	Costo Mensual (Bs.)	Total, Anual (Bs.)
Alquiler de kiosco	1	500	6.000
Servicio de Electricidad	1	50	600
Servicio de Agua	1	20	240
Servicio de Internet	1	50	600
Servicio de gas por garrafa	1	25	300
Total, costo infraestructura y servicio		645	

c. Costos de personal o mano de obra.

El costo de personal representa los costos directos porque implica el pago de sueldos del personal involucrado en el funcionamiento del emprendimiento, es decir, las personas que tienen responsabilidades directas con la elaboración del producto o proveer un servicio.

Los costos de personal, no están relacionados directamente con la producción, pero tienen gran influencia en la misma; es evidente que gracias al talento y capacidad humana que conforma parte del equipo de trabajo del emprendimiento es que se lograrán los resultados previstos en el presente plan de emprendimiento.

Este análisis está directamente relacionado al producto o servicio realizado, existen dos variables que deben ser considerados para identificar el costo y son: el tiempo de trabajo, asociado a la productividad y calidad del producto o servicio.

Siguiendo el ejemplo de una microempresa de venta de hamburguesas tenemos el siguiente detalle de costos de personal del emprendimiento.

Personal/Cargo	Cantidad	Costo O Sueldo Mensual (Bs.)	Total, Anual (Bs.)
Dueña del negocio	1	800	9.600
Ayudante	1	500	6.000
Total, costo de personal		1.300	15.600

Actividad 14: Determinamos los costos de producción de nuestro emprendimiento

1. Costos preoperativos o costos del emprendimiento

Determinamos inicialmente los costos preoperativos de nuestro emprendimiento.

¿Qué equipo y herramientas debemos comprar una sola vez?	¿Cuántas de estas herramientas necesitamos?	¿Cuál es el costo por unidad de estas herramientas?	¿Cuál es el costo total de estas herramientas? (Cantidad x Costo por unidad = Costo total)
--	---	---	---

Herramientas	Cantidad	Costo por Unidad	Costo total
Máquinas			

Equipos			
Muebles y enseres			
Total Costos Pre Operativos			

2. Costos operativos o costos de capital

Determinamos: a. los costos en materiales e insumos necesarios para producción, b. los costos por infraestructura y servicios, y c. los costos de personal o mano de obra.

a. Determinamos los costos de materiales e insumos necesarios para producción.

¿Qué artículos debemos comprar cada cierto tiempo?	¿Qué cantidad necesitamos comprar?	¿Cuál es el costo por unidad de estos artículos?	¿Cuál es el costo total de estas Artículos? (Cantidad x Costo por unidad = Costo total)

Artículos	Cantidad	Costo por Unidad	Costo total
Total, costo materiales e insumos de producción (20 hamburguesas)			

b. Determinamos los costos por infraestructura y servicios.

Detalle	Cantidad	Costo Mensual (Bs.)	Total, Anual (Bs.)
Total, costo infraestructura y servicio			

c. Determinamos los costos de personal o mano de obra.

Personal/Cargo	Cantidad	Costo O Sueldo Mensual (Bs.)	Total, Anual (Bs.)
Total, costo de personal			

k. Ciclo de producción o de servicio

El ciclo de producción es la descripción de proceso que se realiza para la elaboración del o los productos de la empresa y el aseguramiento de la calidad de los mismos.

Es la producción de bienes y servicios que comienza desde al acopio de los materiales o insumos, para su transformación que sigue unos planes organizados en factores de producción, empleándose para este proceso materiales, conocimientos y habilidades.

En el siguiente gráfico podemos ver el flujo de aseguramiento de la calidad de la leche y su derivado en lácteos:



Fuente: FAO, 2011, p. 3

Actividad 15: Elaboramos el ciclo de producción de nuestro emprendimiento



I. Organigrama

Una parte importante del emprendimiento son los recursos humanos que se encargaran de llevar adelante a la producción ya que son los que ponen en marcha su funcionamiento, para esto se debe tener una adecuada gestión de los recursos humanos considerando la siguiente estructura:

- Las principales funciones que se requieren en el emprendimiento.
- Las habilidades y conocimientos que cada función requiere.
- Los cargos que serán permanentes en el emprendimiento.
- Las tareas, el grado de especialidad.
- Los puestos clave para el funcionamiento del emprendimiento.
- El presupuesto de remuneraciones según los puestos clave.

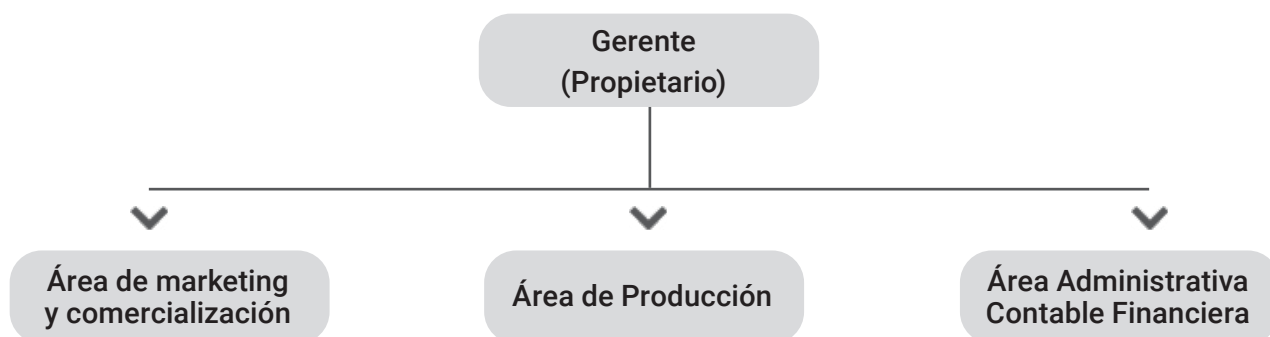
Asociado a la estructura del organigrama se debe determinar las funciones y las responsabilidades de cada puesto porque esto permite:

- Coordinar tareas.
- Supervisar el trabajo y a los trabajadores.
- Establecer medidas de control y criterios de calidad del servicio o producto.
- Evaluar el desempeño de los puestos clave.

A continuación, describimos los elementos más importantes que ha de reflejar el organigrama de un emprendimiento, por ejemplo: la cadena de mando, los departamentos o áreas como el gerencial, administrativo financiero, el de recursos humanos, los técnicos o operarios. Este análisis y determinación de los puestos más importantes está estrechamente

asociado a las tareas, responsabilidades que son clave para el funcionamiento eficiente y eficaz del emprendimiento.

Organigrama de nuestro emprendimiento



Luego de definir el organigrama, es necesario detallar las funciones, tareas y responsabilidades de cada uno de los miembros del equipo de trabajo.

Funciones y responsabilidades

Personal o empleado	Funciones y responsabilidades
Gerente propietario/ dueño.	“El gerente es la persona responsable de planear, liderar con el ejemplo y dirigir el trabajo de un grupo de individuos, de monitorear su desempeño y tomar acción correctiva cuando es necesario” (Tomado de Institución Educativa Libertad Bucaramanga, sitio web: https://p.plataformaintegra.net/lalibertad/arc/ptareas/gerente_y_empresaio_Germán_Santiago_Guevara_6b.pdf)
Área marketing y comercialización.	“El responsable de marketing organiza estudios de mercado, publicidad, venta, distribución, costes y servicio postventa para un producto o un grupo de productos. Redactan informes y trabajan en la planificación estratégica a largo plazo de productos y servicios” (Educaweb, sitioweb: https://www.educaweb.mx/profesion/jefe-marketing-155/). “El área de marketing y comercial es la responsable de crear la demanda y vender los productos en los distintos mercados” (Cámara Santa Cruz de Tenerife, sitio web: https://www.camaratenerife.com/servicios/emprendimiento/creacion-empresas/asesorate/plan-de-viabilidad/marketing-y-comercializacion).

Operario/técnico de producción.	El técnico es el encargado en realizar actividades dirigidas a la verificación de la seguridad e higiene en el ámbito laboral, mejora de procesos productivos, controlar inventarios de producción industrial, inspeccionar la calidad en la producción industrial.
---------------------------------	---

Actividad 16: Elaboramos el organigrama y las funciones y responsabilidades que formarán parte de nuestra empresa

m. Estrategias de mejora y proyecciones

Finalmente, planteamos las estrategias de mejora en función de la estimación de proyecciones de nuestro emprendimiento, en ese sentido es necesario estimar los costos de producción, ventas y ganancias globales de nuestro emprendimiento. Para lo cual elaboraremos fundamentalmente:

- a. la estimación mensual de las ganancias de producción,
- b. la estimación de ventas mensuales en la gestión del emprendimiento y la estimación global de ganancias, que incluye los costos de operación, los impuestos de ley, alquileres y servicios y los costos de servicios.

Para lo cual seguiremos el ejemplo de una microempresa denominada Fashion Vip, cuyo objetivo es importar mercadería (prendas de vestir: chaquetas, jeans poleras, sudaderas y otros para damas y varones) desde China para la venta en la Ciudad de La Paz.

a. Estimación mensual de las ganancias del emprendimiento

Estimación de Ganancia Empresa Fashion Vip (Mensual)

¿Qué productos o servicios venderé?	¿Cuál es el precio de producción o compra que tiene el producto o servicios?	¿A qué precio venderé estos productos?	¿Cuántos de cada uno de los productos estimó vender en el mes?	Total precio de compra	Total precio de ventas	Ganancia
-------------------------------------	--	--	--	------------------------	------------------------	----------

Producto/servicio	Precio de compra (por docena)	Precio de venta (por docena)	Cantidad por docena	Total Compra	Total venta	Ganancia
Jeans salvaje real de dama	840	1120	6	5040	6720	1680
Jeans de dama py	864	1150	8	6912	9200	2288
Jeans de dama play boy	960	1380	6	5760	8280	2520
Ganancia Mensual				17712	24200	6488

Esta estimación nos permite contar con un primer referente para mejorar las estrategias de venta de nuestra empresa. Por ejemplo, para bajar los precios de producción o de compra, podemos indagar sobre proveedores que tengan una mejor oferta con relación a los precios de los productos. Es posible que exista un proveedor que nos venda el jeans salvaje real de dama a un valor menor a los Bs. 840.- por docena.

b. Estimación de ventas mensuales del emprendimiento

Se trata de realizar la estimación mensual de ventas durante la gestión. La pregunta orientadora en este caso es: ¿cuántos de los productos de mi emprendimiento estimo vender durante la gestión?

Productos	mes1	mes2	mes3	mes4	mes5	mes6	mes7	mes8	mes9	mes 10	mes 11	mes 12
Jeans salvaje real de dama	6	6	6	6	8	8	8	8	10	10	10	10
Jeans de dama py	8	8	8	8	10	10	10	10	12	12	12	12
Jeans de dama play boy	6	6	6	6	8	8	8	8	10	10	10	10

Esta estimación nos permite contar con otro referente para mejorar las estrategias de venta de nuestra empresa. Por ejemplo, introducir un nuevo producto de venta al 7mo mes, nos permitiría estimar seguramente mayores ganancias para el 12vo mes.

c. Estimación anual de ganancias del emprendimiento

Se trata de una estimación de las ganancias en la gestión por meses, tomando en cuenta los siguientes referentes para hacerlo:

<p>Facturación Total</p>	<p>Es la multiplicación del precio total de venta de todos los productos por la cantidad total de productos que se estima vender cada mes.</p> <p>Siguiendo el ejemplo de la empresa Fashion Vip, para el mes 1 la estimación sería la siguiente:</p> <table border="1" data-bbox="537 743 1409 1121"> <thead> <tr> <th>Producto</th> <th>Venta mes 1 (docena)</th> <th>Precio de venta</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jeans salvaje real de dama</td> <td>6</td> <td>1500</td> <td>9000</td> </tr> <tr> <td>Jeans de dama py</td> <td>8</td> <td>1800</td> <td>14400</td> </tr> <tr> <td>Jeans de dama play boy</td> <td>6</td> <td>2100</td> <td>12600</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Total</td> <td>36000</td> </tr> </tbody> </table>	Producto	Venta mes 1 (docena)	Precio de venta	Total	Jeans salvaje real de dama	6	1500	9000	Jeans de dama py	8	1800	14400	Jeans de dama play boy	6	2100	12600	Total			36000
Producto	Venta mes 1 (docena)	Precio de venta	Total																		
Jeans salvaje real de dama	6	1500	9000																		
Jeans de dama py	8	1800	14400																		
Jeans de dama play boy	6	2100	12600																		
Total			36000																		
<p>Costo Directo</p>	<p>Es la multiplicación del precio total de compra de todos los productos por la cantidad total de productos que se estima vender cada mes.</p> <p>Siguiendo el ejemplo de la empresa Fashion Vip, para el mes 1 la estimación sería la siguiente:</p> <table border="1" data-bbox="537 1430 1409 1808"> <thead> <tr> <th>Producto</th> <th>Venta mes 1</th> <th>Precio de compra</th> <th>Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jeans salvaje real de dama</td> <td>6</td> <td>840</td> <td>5040</td> </tr> <tr> <td>Jeans de dama py</td> <td>8</td> <td>864</td> <td>6912</td> </tr> <tr> <td>Jeans de dama play boy</td> <td>6</td> <td>960</td> <td>5760</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Total</td> <td>17712</td> </tr> </tbody> </table>	Producto	Venta mes 1	Precio de compra	Total	Jeans salvaje real de dama	6	840	5040	Jeans de dama py	8	864	6912	Jeans de dama play boy	6	960	5760	Total			17712
Producto	Venta mes 1	Precio de compra	Total																		
Jeans salvaje real de dama	6	840	5040																		
Jeans de dama py	8	864	6912																		
Jeans de dama play boy	6	960	5760																		
Total			17712																		

Impuestos	<p>Los impuestos establecidos son el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA) equivalente al 13% y el pago del Impuesto a las Transacciones (IT) equivalente al 13%, que se estiman sobre la facturación total.</p> <p>Siguiendo el ejemplo de la empresa Fashion Vip, para el mes 1 el impuesto determinado sería el siguiente:</p>					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresa Fashion Vip</th> <th>Facturación total estimada</th> <th>Impuesto determinado (16%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mes 1</td> <td>36000</td> <td>5760</td> </tr> </tbody> </table>	Empresa Fashion Vip	Facturación total estimada	Impuesto determinado (16%)	Mes 1	36000
Empresa Fashion Vip	Facturación total estimada	Impuesto determinado (16%)				
Mes 1	36000	5760				

Finalmente hacemos la estimación total de ganancias, siguiendo la siguiente tabla:

Estado de Resultados Projectado Bs.	mes1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Facturación Total	36000	36000	36000	36000	46800	46800	46800	46800	57600	57600	57600	57600
Costo Directo	17712	17712	17712	17712	23040	23040	23040	23040	28368	28368	28368	28368
Impuestos	5760	5760	5760	5760	7488	7488	7488	7488	9216	9216	9216	9216
Total Ingresos	12528	12528	12528	12528	16272	16272	16272	16272	20016	20016	20016	20016
Gastos	mes1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Sueldo Administrador/vendedor	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Servicios básicos	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
Alquiler tienda	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00
Gastos Generales totales	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220	3220
Ganancia	9308	9308	9308	9308	13052	13052	13052	13052	16796	16796	16796	16796

Esta estimación nos permite contar con otros referentes para mejorar las estrategias de producción y venta de nuestro emprendimiento. Por ejemplo, en función de las ganancias proyectar abrir una nueva tienda en una zona y lugar diferente, pero manteniendo el concepto de nuestro emprendimiento productivo.

CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFÍA



3. CONCLUSIONES

La presente guía se constituye en un referente para que las y los participantes de la formación técnica del ámbito de la Alternativa, desarrollen o se motiven hacia la generación de un emprendimiento productivo. Tomando en cuenta que cualquier emprendimiento nos sólo es una opción personal, sino un aporte a los problemas y necesidades latentes en el sector productivo y laboral.

La guía proporciona a las y los participantes, un conjunto herramientas conceptuales y metodológicas para realizar un plan de emprendimiento. Aclarando la definición de emprendimiento y en particular de emprendimiento productivo. Diferenciando en cuando es un emprendimiento productivo y cuando no, debido a que no todos los emprendimientos son propiamente productivos.

La guía, además, comparte un conjunto de 6 pasos para desarrollar el plan de emprendimiento productivo. Entre estos: la idea de emprendimiento productivo, la definición del producto o servicio del emprendimiento, la realización del análisis de mercado, el análisis de la competencia, la determinación de los costos de producción y la estimación de los costos, ventas y ganancias de la empresa. Desarrollados de manera conceptual, pero sobre todo de manera procedimental y ejemplificativa.

4. BIBLIOGRAFÍA

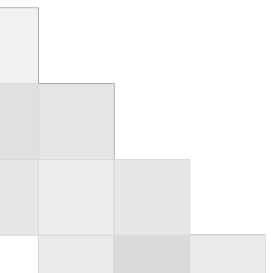
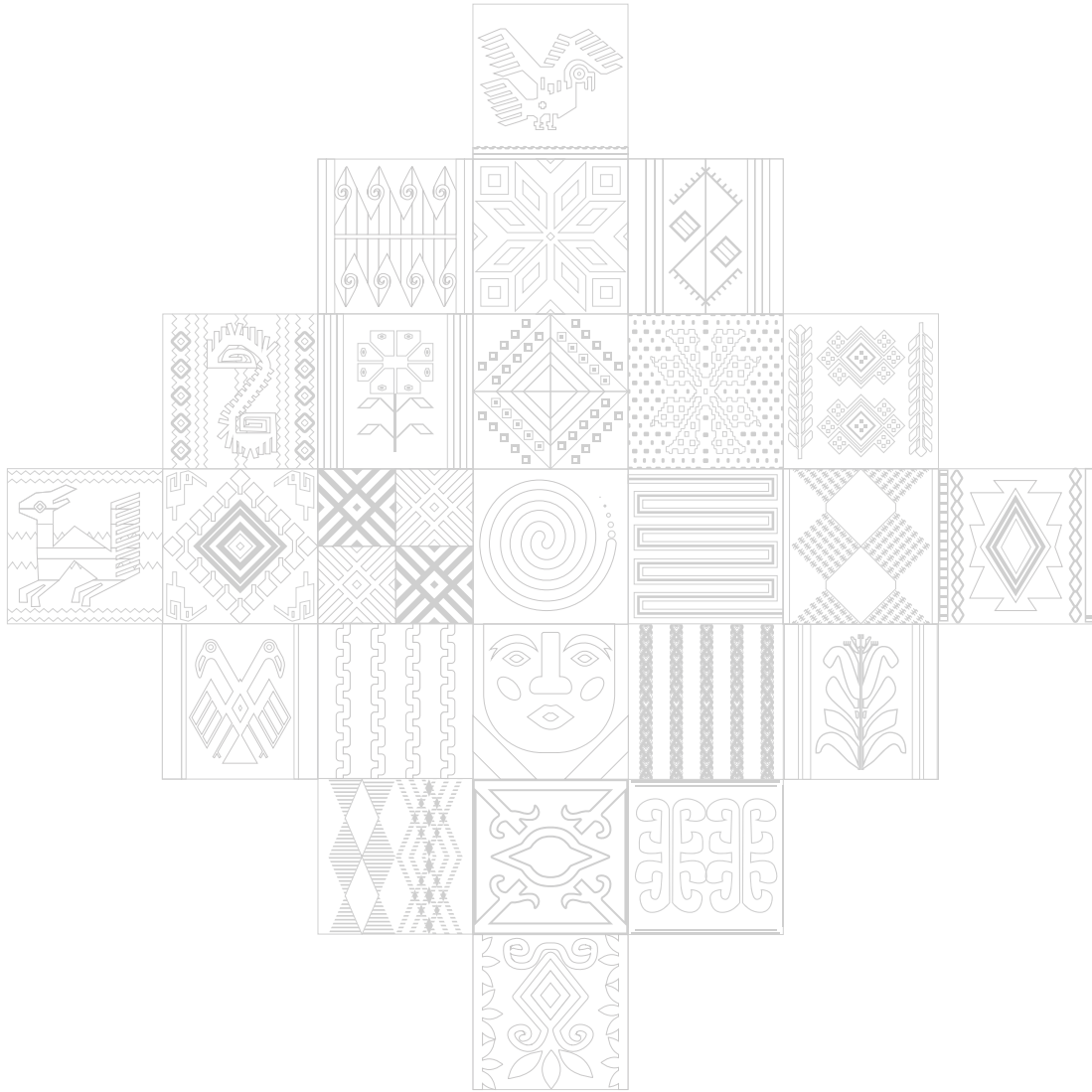
- Alzate, A. (2017). Emprendimiento. Colombia: Fondo Editorial Areandino.
- Arieu, A. (2005). La Educación de los emprendedores. Buenos Aires: Pigüe, Argentina.
- Beltran, R. F. (2011). Proyectos de Emprendimiento. Quito, Ecuador: Universitaria Abya - Ayala.
- Casi, S. (1999). Haciendo microempresa ¿Cómo hallar mis costos fácilmente? Lima: 4ta edición.
- Domiguez, I. (2007). Marketing y el Mercado. Calí Colombia: Protif Ltda.
- Drucker, e. F. (1985). La Era de la Discontinuidad. Viena.
- Fernandez, E. (2017). Depreciar los activos según su naturaleza. Lima: Shutterstock.
- Hernández, A. (2018). Una aproximación al concepto de emprendimiento. III Congreso internacional virtual sobre La Educación en el Siglo XXI.
- Ministerio de Educación (2022). Reglamento de Modalidades de Graduación para el Nivel Técnico Medio del Ámbito de Educación Alternativa. R.M. 0281/2022
- OIT. (1997). "Mejore su negocio. Básico" Administración Práctica para la Pequeña Empresa. Costeo.
- Ovando, L. y Valencia, S. (2021). Factores de éxito y fracaso al emprendimiento productivo de derivación de lácteos de mujeres en el Municipio de Batallas. Perspectivas, Año 24, N° 48 noviembre 2021. pp. 119 - 174. Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad

Académica Regional Cochabamba.

- Romero, R. (2010). *Emprendimiento y cultura para la perdurabilidad empresarial*. Bogotá: Administración de Negocios Internacionales Facultad de Administración, Universidad del Rosario
- Henrekson, M. (2020). Entrevista: “No Todo Emprendimiento es Productivo. Entrevistador Javier Toro”.
- Hernández, A. y Quirosa, C. (2018). Una aproximación al concepto de emprendimiento. III Congreso internacional virtual sobre La Educación en el Siglo XXI Weinberger, K., (2009). *Plan de Negocios. Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio*. Perú: USAID s.a., p. 2, sitio web: <https://www.docsity.com/es/libro-economia-de-la-empresa-tema-2-desarrollo-de-la-empresa/8000162/>, rev. 17-09-2023
- Cortez, G., (2017). Estos son los 9 elementos que posee un producto. <https://www.gestiopolis.com/marketing-de-servicios-conceptos-basicos/>
- Tomado de Institución Educativa Libertad Bucaramanga, sitio web: https://p.plataformaintegra.net/lalibertad/arc/ptareas/gerente_y_empresa_Germ%C3%A1n_Santiago_Guevara_6b.pdf
- Rosas Aniceto, R. S. (1999). *Teoría General de las Finanzas Públicas*. México D.F. Schumpeter, J. (2009). *Síntesis Neoclásica en Macroeconomía*. Medellín Dec,: Harvard.
- Stevenson, H. (2000). *Crea tu propia suerte: 12 pasos prácticos para asumir riesgos más inteligentes en los negocios*. Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos: Universidad de Harvard.
- Weinberger, K. (2009). *Plan de Negocios Herramienta para Evaluar la Viabilidad de un Negocio*. Perú: Narthan Associates Inc.

Pág. web:

- Inca Visionario: <https://incavisionario.com/significado-y-beneficios-del-emprendimiento-productivo/> (revisado el 09-09-2023)
- Cokike.com, 2013, sitio web: <https://crearmiempresa.es/elegir-nombre-empresa.html>
- QUINOABOL, sitio web: <https://www.quinoabol.com/historia/>
- Muchos Negocios Rentables <https://muchosnegociosrentables.com/negocios-rentables-en-bolivia/>
- Economía de la Empresa, sitioweb: [http://www.iesjovellanos.com/archivos/Libro_Economia_de_la_Empresa_Tema_2._Desarrollo_de_la_empresa_\(1\).1580986637.pdf](http://www.iesjovellanos.com/archivos/Libro_Economia_de_la_Empresa_Tema_2._Desarrollo_de_la_empresa_(1).1580986637.pdf)
- Fabrica de papas, sitioweb: <https://gerencia139945630.wordpress.com/2018/03/14/plano-fabrica-de-papas-jhonys/>
- Tailorbrands, sitio web: <https://www.tailorbrands.com/es/logo-maker/caracteristicas-de-un-buen-logo>





ESTADO PLURINACIONAL DE
BOLIVIA

MINISTERIO
DE EDUCACIÓN

VICEMINISTERIO DE
EDUCACIÓN ALTERNATIVA Y
ESPECIAL



www.minedu.gob.bo



@minedubol



@minedubol



@minedu_bol



Ministerio de Educación - Oficial



MinEduBol



(591) 71550970 - 71530671



informacion@minedu.gob.bo



@minedu_bolivia

DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN ALTERNATIVA

Av. Arce No. 2147 - Teléfonos: (591 -2) 2442144 - 2442074 - Casilla de correo:3116
La Paz - Bolivia