



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUPERIOR JAPÓN

---

**GUÍA**  
**METODOLÓGICA**  
**DE**  
DESARROLLO DE  
EMPREENDEDORES

---

**COMPILADO POR:**

MAGÍSTER MARCO ALVAREZ  
PARVULARIA 2019

AMOR AL CONOCIMIENTO

---



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN  
 GUIA DE APRENDIZAJE

<b>Nombre de la Asignatura:</b> DESARROLLO DE EMPRENDEDORES	<b>Componentes del Aprendizaje</b>	Docencia: 16 Prácticas: 4 Trabajo Autónomo:60
--	------------------------------------	---

**Resultado del Aprendizaje:**

Que el alumno tenga actitud para la creatividad, innovación y emprendimiento para solucionar problemas básicos de su formación profesional, con visión para proponer alternativas.

**COMPETENCIAS:**

- Mostrar permanente actitud y creatividad.
- Innovar y emprender técnicas para la solución de problemas básicos en la formación profesional del estudiante.

**OBJETIVOS:**

Reconocer y desarrollar el potencial emprendedor, mediante el planeamiento, organización y realización de actividades innovadoras y creativas y que al mismo tiempo le alienten adoptar la concepción emprendedora de vida

**Docente de Implementación: Econ/Dr. Marco Alvarez Mejía, Mgs**

**Duración:** 80 horas

Unidades	Competencia	Resultados de Aprendizaje	Actividades	Tiempo de Ejecución
<b>UNIDAD 1</b>	Define competencia emprendedora sus características y capacidades. Líneas de trabajo para Microempresario y Pyme. Liderazgo	Identificar su perfil personal y del empresario considerando sus características personales y los campos de ocupación laboral	Explicación teórica y realización de ejercicios	5
<b>UNIDAD 2</b>	Análisis del FODA y su utilidad. Autoevaluación del	Desarrollar habilidades y capacidades de emprendimiento	Explicación teórica y	5



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN  
GUIA DE APRENDIZAJE

	perfil CEP's. Perfiles real e ideal. Autorrealización como proyecto de vida		realización de ejercicios	
<b>UNIDAD 3</b>	Aplicación y visión del futuro en base a la Planificación y el cumplimiento de contratos. Propuesta innovadora.	Formular un plan de vida con visión empresarial.	Explicación teórica y realización de ejercicios	5
<b>UNIDAD 4</b>	Análisis del emprendimiento.- Antecedentes y proyección a futuro	Evaluar diversas experiencias exitosas e iniciativas empresariales	Explicación teórica y realización de ejercicios	5

## 2. CONOCIMIENTOS PREVIOS Y RELACIONAD

Co-requisitos

## 3. UNIDADES TEÓRICAS

### • Desarrollo de las Unidades de Aprendizaje (contenidos)

#### A. Base Teórica



## **Unidad 1:**

### **DEFINE COMPETENCIA EMPRENDEDORA SUS CARACTERÍSTICAS Y CAPACIDADES.**

Emprender es una forma de enfrentarse a la vida, una manera diferente de ver las cosas. Es encontrar oportunidades en las peores situaciones, y aprender a aprovechar el lado más positivo de cada momento. Es creer en uno mismo más allá de lo que digan los demás, y seguir adelante con nuestras ideas hasta el final. Durante años, muchas generaciones de adolescentes han recibido el mensaje de que debían estudiar 'aquello que más salidas tuviera' o a 'aquello que les permitiera tener un mayor nivel económico'. Afortunadamente, este hecho está cambiando poco a poco. Ahora, valores como la vocación personal o la responsabilidad social empiezan a crecer en importancia, cambiando la forma de enfrentarse al mundo de los más jóvenes.

Por ello, es muy importante trabajar desde pequeños los recursos que les permitirán, más adelante, llevar a cabo sus propios proyectos; tanto laborales, como personales y sociales. Potenciar su creatividad, para que sean capaces de plasmar y dar formas a sus ideas, además de facilitar así el surgimiento de otras nuevas. O desarrollar la confianza en sí mismos, para que obtengan el valor para lanzarse al vacío con la única compañía de la certeza de que su proyecto llegará lejos, aunque nadie más lo crea. Y aprender a gestionar la frustración y la derrota en caso de que, finalmente, no sea así.

No podemos olvidar tampoco que deberemos trabajar con ellos su capacidad de análisis, que les permitirá comprender la realidad y reflexionar sobre ella, para poder encontrar sus propias soluciones y nuevas formas de entenderla. Una habilidad que, sin duda, debe ir fuertemente unida al desarrollo de una conciencia social. Así, por ejemplo, podremos motivarles a que desarrollen modelos de negocio comprometidos con el medio ambiente, la educación o la sociedad, como las cooperativas, o que basen su proyecto en la economía del bien común.

Ser emprendedor es algo que conceptualmente se reivindica desde los más variados foros. Hablamos de emprendeduría a los estudiantes de último curso de grado, a los que quieren prosperar en una empresa, a los que se han quedado sin trabajo y no saben por



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

dónde tirar, nos lo aplicamos a nosotros cuando pensamos en clave de futuro y hasta lamentamos su ausencia cuando nos referimos a la realidad empresarial de nuestro país.

A los emprendedores los echamos en falta cuando no están y los criticamos cuando nos deslumbran con proyectos arriesgados. Uno de mis jefe comentaba que su situación ideal hubiera sido una empresa sin clientes ni empleados ni proveedores y siempre que lo decía me imaginaba el cuerno de la abundancia del que manaban las pesetas de la época en forma de monedas, billetes y cheques con fondos, mi jefe también decía que el no había nacido para empresario si no para administrador, para directivo porque en definitiva le tenía un miedo cerval al riesgo.

El riesgo y la incertidumbre están siempre presentes en nuestras vidas porque controlamos sólo una pequeña parte de las variables que influyen en nosotros, nuestros proyectos y nuestro entorno. Tomando consciencia de la realidad somos capaces de identificar los riesgos que nos acechan y reducir la incertidumbre pero controlarlos es técnicamente imposible y querer eliminarlos es una quimera. El riesgo y la incertidumbre son inherentes a la condición humana.

¿Y en medio de este berenjenal qué pintan los emprendedores? .Un emprendedor es alguien capaz de desarrollar un proyecto en condiciones extremas de incertidumbre ya sea dentro de una organización, arriesgando los recursos ajenos por delegación, o por su cuenta, arriesgando sus propios recursos.

### **CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR**

**¿Qué se necesita para ser emprendedor?** En los tiempos que corren con una realidad que fluye de manera constante, sin referentes claros y con un horizonte poco halagüeño cuando es visible es imprescindible tener una sólida formación humana y técnica para poder llegar con conocimiento donde no se pueda llegar a través de la experiencia o para poder aprovechar en nuestro beneficio las experiencias y las reflexiones de los que nos han precedido. Quien afirme que para emprender no se necesita formación o se equivoca o esconde alguna carencia propia y todo ello a pesar de ejemplos notorios que siempre



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

salen de alguna chistera que pueden parecer demostrar lo contrario pero que sólo constituyen una excepción.

**Disciplina.**- Permite completar actividades difíciles.

**Resiliencia.**- Capacidad que tiene para superar circunstancias adversas y frustrantes.

**Creatividad.**- Generar nuevas ideas y conceptos que se traduce en soluciones originales.

### **Habilidades interpersonales**

**Respeto.**- Reconocer las habilidades de los demás. Se traduce en un apoyo mutuo.

**Comunicación.**- Todo emprendedor debe tener la capacidad de escuchar y transmitir ideas de forma efectiva.

**Delegación.**- Saber distribuir las funciones y trasladar los recursos para concretar los objetivos de manera oportuna.

### **Capacidades de negocio**

**Red de relaciones.**- Mantener contacto y conexiones para el desarrollo de nuestro negocio.

**Visión estratégica.**- Visualizar oportunidades y/o amenazas.

**Negociación.**- Saber llegar a acuerdos satisfactorios.

**Gestión de recursos.**- Administrar de manera efectiva los recursos disponibles en función de los objetivos del negocio.

Para ser emprendedor se necesita también actitud entendida cómo la manera de estar y de comportarse y que viene soportada por determinadas habilidades personales que o bien se poseen de antemano o se pueden adquirir a través de la práctica y de la voluntad.

### **CAPACIDADES DE UN EMPRENDEDOR**

1. **Curiosidad:** Sin curiosidad la realidad pasa por nuestro lado sin que nos demos cuenta porque ser curioso es tener los ojos y los oídos muy abiertos a las cosas y a las ideas nuevas y querer estar aprendiendo siempre.

2. **Innovación y creatividad:** Para poder resolver problemas complejos con soluciones ingeniosas y útiles.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

3. **Empatía:** Para poder estar conectados con los demás. Un emprendedor que no es capaz de conectarse con su público acaba siendo un náufrago solo en una isla desierta.
4. **Resiliencia:** Palabrita muy repetida y no por ello muy importante. En definitiva es la capacidad para volver a empezar cuando se recibe un revés.
5. **Confianza en uno mismo:** La confianza es algo que se transmite y quien no cree en sus posibilidades para tirar adelante difícilmente podrá emocionar a los demás para que le sigan.
6. **Optimismo:** Del mismo modo que las ideas viejas no sirven para solucionar problemas nuevos, creer que lo pasado es mejor que lo que vendrá lejos de motivar desmoviliza. Mirar el futuro con confianza es pues imprescindible.
7. **Humildad:** Para pedir ayuda cuando sea necesario. Acudir a profesionales que pueden completar las propias debilidades, aceptar la guía de un mentor o utilizar herramientas que facilitan la vida son algunos de los beneficios que obtienen las personas humildes.
8. **Trabajo.:** Porque cada cual debe empujar la parte del carro que le corresponde. Hay que estar dispuesto a arremangarse, tragar saliva y tirar adelante cuando los demás abandonan porque al final quien la persigue la consigue trabajando duro.

Quien se sienta identificado con estas habilidades o es un emprendedor consagrado o acaba de descubrir su auténtica vocación y quien eche en falta alguna que no se desanime porque se pueden adquirir y desarrollar.

### **LINEAS DE TRABAJO PARA MICROEMPRESA Y PYMEs**

El Banco Interamericano de Desarrollo tiene una larga tradición de apoyo a la micro, pequeña y mediana empresa, parte de sus esfuerzos por promover el crecimiento del sector privado en América Latina y el Caribe. Tomadas como una sola categoría, estas empresas son la mayor fuente de empleo en la región. Casi nueve de cada 10 trabajadores de la región se desempeñan en emprendimientos de estas características. En la mayoría de los países generan entre 40 y 65 por ciento del ingreso nacional.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

En América Latina y el Caribe no existe una definición única sobre micro, pequeña y mediana empresa. Por el contrario, los criterios varían en función de los países, los sectores económicos y las instituciones de apoyo. El número de empleados y el volumen de negocio son las variables más comunes para identificar a estas empresas. Por ejemplo, en Bolivia las PYME tienen menos de 50 empleados, mientras que en México o Brasil el límite es de 500 trabajadores. En términos generales, el sector PYME está conformado por empresas cuyo tamaño está entre el de las grandes corporaciones y las microempresas, que emplean a menos de 10 trabajadores.

Dado el papel económico y social fundamental que juegan las micro, pequeñas y medianas empresas, el Grupo BID, que incluye el Banco, la Corporación Interamericana de Inversiones (CII) y el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), ha dedicado más de 12.000 millones de dólares en la última década para apoyar su desarrollo mediante diversos instrumentos y estrategias. Estos financiamientos cubrieron una gama desde grandes programas para mejorar el entorno de regulaciones para el sector privado y créditos globales diseñados para ampliar el acceso a préstamos para las PYME a modestas donaciones para apoyar a cooperativas rurales o instituciones microfinancieras.

El apoyo del Grupo BID a estas empresas va más allá de ofrecer recursos financieros. A través de la División de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa de su Departamento de Desarrollo Sostenible, el BID apoya reformas legales y regulatorias, provee asistencia técnica y disemina prácticas óptimas para ayudar a generar las condiciones apropiadas para que florezca la empresa privada.

En la mayoría de los países de la región las pequeñas y medianas empresas representan cerca de 10 por ciento de las empresas formales y generan entre 20 y 40 por ciento de los empleos. Las PYME también hacen una importante contribución al producto bruto interno, en algunos países en el orden del 50 por ciento del ingreso nacional. Estas empresas tienden a hacer un uso más intensivo de mano de obra que las empresas grandes. Los gobiernos aprecian ese aspecto y cifran grandes esperanzas en estas



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

empresas, a las cuales ve como ágiles y flexibles para enfrentar cambios económicos y adaptarse rápida y exitosamente a nuevas tecnologías y presiones competitivas.

Sin embargo, las PYME latinoamericanas y caribeñas también enfrentan una serie de obstáculos. Por lo general no suelen tener el acceso a préstamos a largo plazo o inversiones de capital que tienen las empresas grandes, que incluso pueden buscar financiamiento en mercados externos. Las empresas pequeñas y medianas tienden a tener menos experiencia en los negocios de exportación. Sus costos para cumplir con regulaciones e impuestos son proporcionalmente más altos. Sus presupuestos de investigación y desarrollo y capacitación laboral típicamente son exiguos o nulos. Dadas sus dimensiones, muchas veces carecen del peso político necesario para conseguir la atención de los gobiernos. En síntesis, necesitan reglas de juego más equilibradas.

Durante la década pasada los países latinoamericanos y caribeños realizaron reformas para mejorar las condiciones para los negocios. No obstante, los empresarios suelen quejarse de problemas similares: la escasez de crédito, la complejidad de las regulaciones y los impuestos, la inestabilidad económica, la incertidumbre generada por la inflación y las políticas cambiarias, la violencia y la corrupción. El Grupo BID apoya una variedad de programas que buscan remediar algunos de estos temas cruciales, en particular para estimular el espíritu empresarial, facilitar el acceso de las PYME a cadenas globales de producción y aumentar su competitividad.

El BID, la CII y el FOMIN han desarrollado diversos programas dirigidos a ampliar el acceso al financiamiento a mediano y largo plazo para las PYME. El Banco ofrece programas de crédito globales a instituciones financieras de segundo piso, tales como los bancos nacionales de desarrollo, para que canalicen recursos a intermediarios financieros calificados, quienes a su vez hacen préstamos a las pequeñas empresas. La CII, que funge como la banca de inversión del Grupo BID, provee préstamos e inversiones de capital a las PYME, con especial atención a los países con menor acceso a los mercados de capitales internacionales. El FOMIN, un fondo autónomo creado para impulsar el desarrollo del sector privado en la región, es un pionero en el uso de las inversiones de capital como herramienta para el desarrollo de la pequeña empresa.



Otras iniciativas apoyan a los países en sus esfuerzos por mejorar sus políticas y regulaciones para generar mejores condiciones para los negocios, promueven el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación para aumentar la productividad de las PYME, alientan la inversión en capacitación para mejorar las destrezas laborales y administrativas de los trabajadores e impulsan la formación de redes y asociaciones de pequeñas empresas y cadenas de proveedores.

El liderazgo al igual que la motivación, se refiere a " la influencia que se ejerce en otras personas para que actúen en favor del cumplimiento de una meta".

### LIDERAZGO

Un líder es: "Una persona capaz de ejercer influencia en otros para, dirigirlos y guiarlos efectivamente, influyendo en la cultura organizacional al grado de transformarla hacia el logro de objetivos y metas organizacionales".

Un líder requiere de cuando menos 5 aptitudes básicas que le permiten llevar a cabo su función. Estas son:

## APTITUDES BÁSICAS DE LOS LÍDERES





Pero no basta con poseer las aptitudes básicas, los líderes requieren de poder para lograr que los seguidores cumplan con sus instrucciones. Entendiendo como poder a " la cualidad para influir en el comportamiento de los demás" o "como energía básica para iniciar y sostener la acción " y sin la cuál los líderes no pueden dirigir"

El tipo de poder que ejercen los líderes reflejan en gran medida las motivaciones de sus seguidores.

John French y Bertram Raven, identificaron 5 tipos de poder: de experiencia, de referencia, légitimo, de retribución, y coercitivo.

Un líder eficaz debe utilizar sabiamente el poder. El uso que el líder haga del tipo de poder que ejerza puede resultar en uno de 3 tipos de comportamientos por parte de sus subordinados: compromiso, cumplimiento, o resistencia. En el siguiente cuadro se hace una relación del tipo de poder con la conducta esperada por los subrodinados.





## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Los líderes integran sus **aptitudes** y **poder** para influir en los demás, lo que trae como consecuencia una gran variedad de líderes, con comportamientos y características diferentes. A través de los años han surgido diferentes modelos tratando de describir como se da la relación entre aptitudes y poder y que características particulares se obtienen.

Los primeros estudios al respecto buscaron identificar a los líderes por ciertas características físicas, sociales y personales, estas teorías se les denominan teorías o modelos de rasgos.

De acuerdo a esta visión, la presencia o ausencia de esas características distingue a los líderes de los no líderes. Algunos de los rasgos principales son:

- Características físicas
- Antecedentes sociales
- Personalidad
- Características sociales
- Características relativas a tareas

### **Unidad 2:**

#### **ANÁLISIS DEL FODA Y SU UTILIDAD.**

Un análisis **FODA**(acrónimo de **D**ebilidades, **A**menazas, **F**ortalezas y **O**portunidades) es un método de análisis de una empresa o proyecto. Aunque es sencillo requiere de reflexión sana y seria, y las conclusiones que extraigamos nos servirán como base para trazar una **estrategia** .

Este modelo de análisis puede ser aplicado en cualquier situación de gestión, tipo de empresa (independientemente de su tamaño y actividad) o área de negocio. La primera tarea es **analizar** tanto los factores internos y externos que condicionan el funcionamiento del proyecto o empresa y en base a los cuales podemos fijar unos objetivos (medibles y reales) y tomar **decisiones estratégicas**.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Veamos cuáles son estos factores:

Con el **análisis externo** identificamos los factores externos a la empresa que pueden afectar el funcionamiento de la misma, generando **amenazas y oportunidades** en nuestro mercado. Estos son algunos de ellos:

- **Tendencias demográficas** de la población: envejecimiento, emigración, inmigración.
- **Legislación vigente**
- **Situación de la economía:** impuestos, inflación, globalización.
- **Tecnológicos:** cambios de hábitos en el consumo y comunicación mediante internet.
- **Políticos:** sistema de gobierno de un país, estabilidad política, relaciones internacionales.
- **Competencia** y situación respecto a la misma
- **Proveedores** e intermediarios.
- **Clientes** y potenciales: hábitos de consumo y necesidades.

Con el **análisis interno** detectaremos los factores internos de la empresa que crean las **fortalezas** y **debilidades** de la misma, y poder identificar así, ventajas o desventajas competitivas que generan:

- **Organización:** estructura y proceso de dirección.
- **Producción:** calidad, costes de producción, innovación tecnológica.
- **Personal:** formación, motivación, **rotación**.
- **Finanzas:** recursos financieros disponibles, nivel de endeudamiento, rentabilidad y liquidez.
- **Investigación y Desarrollo.** Nuevos productos, patentes y ausencia de innovación.
- **Marketing:** gama de productos, promociones y servicios al cliente, equipo de ventas, distribución, cuota de mercado.

Si tenemos en cuenta las posibles combinaciones entre los diferentes factores vemos cómo surgen las potencialidades, limitaciones, riesgos y desafíos de nuestro proyecto:

**Fortalezas + Oportunidades = Potencialidades**, las cuales señalan las líneas de acción más prometedoras para la organización.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN  
GUIA DE APRENDIZAJE

**Debilidades + Amenazas = Limitaciones** de nuestro negocio, y por tanto, serán los puntos para estar alerta y trabajarlos para mejorarlos

**Fortalezas + Amenazas = Riesgos**

**Debilidades y Oportunidades = Desafíos**, este punto junto con el anterior, exigirán una cuidadosa consideración a la hora de marcar el rumbo que la organización deberá asumir hacia el futuro deseable.

Por tanto a mayor detalle del análisis FODA, mayor será el conocimiento que tengamos de nuestras posibilidades y más acertada será la toma de decisiones.

**AUTOEVALUACION DEL PERFIL CEPs. PERFILES REAL E IDEAL**

El primer paso es reconocer las debilidades y fortalezas de cada uno y después realizar un esfuerzo para potencializar las unas con otras..

En los 60s Dave McLelland realizó estudios tomando como muestra a personas empresarias exitosas, resultando comportamientos comunes. El fortalecimiento y aplicación de las CEPs da como resultados **líderes creativos**.

La **responsabilidad** de la persona consigo misma y con lo que se ha propuesto es lo que hace la diferencia entre el éxito y el fracaso. Hay 4 roles que están interrelacionados entre ellos para lograr ser eficientes dentro de lo laboral

Emprendedor	Administrador	Empresario	MLM
Persona que irradia una fuerza natural que la hace líder, por ser capaz de ver y enfrentar la realidad de distintas maneras (creatividad)	Persona que utiliza los recursos eficientemente	Persona que inicia o maneja una empresa	
Fijación Objetivos y Metas	Planeadoras y Organizadas		



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN  
 GUIA DE APRENDIZAJE

Planificación Sistemática			
Persistencia sensata (Insistencia inteligente con perseverancia)		Insistente	
Auto exigencia de calidad	Capacidad de dirigir		
Asumir Riesgos Calculados		Corre Riesgos Moderados	
Cumplimiento de contratos o Lealtad a compromisos (Eficiencia)	Controlador	Lealtad	
Aprovechar Oportunidades (Iniciativa)		Claridad en lo que buscan	
Búsqueda de Información		Investigadores	
Autoconfianza		Creativas	
Construcción de Redes de Apoyo		Líderes Buenas relaciones con los demás	
		Inteligentes	

**Persistencia Sensata:** capacidad de no perder de vista el rumbo previsto independientemente de lo adverso que sea el camino, pero considerando los aprendizajes positivos o negativos que dejan las experiencias enfrentadas. (resiliencia)



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

**Fijación de Objetivos y Metas:** dando claridad de lo que queremos en el futuro canalizando o enfocando nuestro potencial (recurso y tiempo) en esa dirección.

**Construcción de redes de apoyo:** Crecer lisa de contactos de forma gradual que resulten estratégicos para tus objetivos, Haciéndoles parte cuando se requiere de algún tipo de ayuda. Son **resultado de un seguimiento continuo y dinámico a través de la comunicación**, no permitiendo que mueran y estableciendo beneficios mutuos.

**Asumir riesgos calculados:** Si se quiere alcanzar algo (aprovechar una oportunidad) que aún no se conoce se tiene que evaluar el riesgo y crear contramedidas

**Autoconfianza:** actitud positiva, autoestima y proactiva poniendo en funcionamiento todas las demás CEPs. Resultado de un esfuerzo consiente y constante sobre otras variables de nuestra personalidad y actitud.

**Planificación sistemática:** Capacidad de dividir en pasos nuestras actividades optimizando los tiempos y recursos necesarios para alcanzar los objetivos. Siendo flexibles para adaptarse a un entorno cambiante y exigente.

**Cumplimiento de compromisos:** cumplir con los contratos u obligaciones hechos con los demás y con uno mismo de forma verbal o por escrito, sin presiones externas, sin desistir ni posponer las cosas para después o en cualquier momento (procastinación).

**Autoexigencia por la calidad:** ligada con la responsabilidad y el cumplimiento de compromisos. la calidad debe ser una auto exigencia, estableciendo tus propios estándares sin permitir la mediocridad. la calidad es un sello de confiabilidad que favorece las relaciones.

**Búsqueda de la información:** lo valioso de la información es si es útil y aplicable para el logro de nuestros objetivos. Habilidad de buscarla, identificarla, clasificarla y hacer uso de ella en el momento oportuno.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

**Búsqueda y aprovechamiento de oportunidades:** poner atención a todo lo que tiene que ver con mis objetivos, identificándola cuando está aparezca, es el encuentro de la preparación y la situación inesperada

Al estudiar casos de personas con estudios propietarios de negocios exitosos por Mclelland resultó que el éxito es la combinación de conocimiento y experiencia empresarial con actitud emprendedora denominada con **empresarialidad (no se debe usar la palabra emprendedurismo)**

Desde la niñez presentamos ciertos rasgos de conducta o comportamiento los cuales se debilitan o se fortalecen cuando crecemos. Si se toma conciencia de que son útiles empezamos a utilizarlas sistemáticamente haciéndonos buenos en una cosa hasta el punto de ser reconocidas por los demás, esto las convierte en características personales. La oportunidad para que este potencial despiste es algo que nos interesa y se convierte en un objetivo importante. Si las aprovechamos en forma decidida y cotidianamente evolucionaran a capacidades emprendedoras, hasta el punto de aplicarlas inconscientemente lo que se conoce como competencias empresariales

### **AUTOREALIZACION COMO PROYECTO DE VIDA.**

De acuerdo con Alberto Zuazua (s.f., p. 2), la autorrealización “es el fruto del crecimiento personal, del desarrollo de todas las capacidades de las personas: es la plenitud como ser humano”. Para llegar a ella, es necesario realizar un trabajo interno. Esto implica el descubrimiento de nuestra identidad -el sentido de nosotros mismos-, mediante una conciencia propia, pensando que somos los únicos responsable de lo que vivimos, que el entorno puede producir determinadas situaciones, pero que la solución depende únicamente de nosotros. **La definición de un plan de vida** contribuye a identificar las áreas que son importantes para tener control sobre nuestras acciones. Nos permite hacer un alto en nuestra vida para reorientar el sentido que le daremos a nuestra existencia. En tu lecho de muerte, ¿cómo valorarías los días vividos?, ¿qué cosas serían realmente significativas para ti? De preguntas como éstas, surgen las metas que tienen un impacto



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

en la existencia de todo ser humano. Para la elaboración del plan de vida, identifica que es necesario:

1. Analizar los antecedentes y el contexto del momento,
2. Establecer metas en cada una de las áreas,
3. Fijar las estrategias o acciones necesarias en el tiempo,
4. Determinar un indicador para saber si se acerca o se aleja de esa meta.

### **COMO ELABORAR UN PLAN DE VIDA.-**

“• Analizar los antecedentes personales y el contexto actual. Es llevar a cabo un proceso de autoconocimiento que permita identificar quiénes somos, cuáles son nuestros talentos y fortalezas, cuáles son nuestras áreas de oportunidad, cuál es nuestra situación actual (física, laboral, familiar, etcétera). La sinceridad con que lo realices te permitirá tener una apreciación objetiva sobre tu realidad. Por ejemplo, podríamos identificar que nuestra salud física no es la ideal, que tenemos sobrepeso o que no estamos comiendo saludablemente.

• Establecer las metas. Éstas se definen con base en nuestro sentido de autorrealización personal, mediante una visión clara y específica del lugar a dónde queremos llegar, pues nosotros seremos los únicos responsables de cumplirlas. El cumplimiento de este punto nos permite tener una dirección y significado de lo que queremos lograr, mejorando nuestra autoestima y satisfacción personal, a medida que vamos realizándolas. Siguiendo con nuestro ejemplo, podríamos establecer como meta: Gozar de una condición física saludable.

• Definir nuestros objetivos por escrito. Establecer los objetivos que nos permitirán alcanzar nuestras metas, dando respuesta a las preguntas ¿qué?, ¿cómo?, ¿para qué? Es importante que al determinar nuestros objetivos se cubran los siguientes requisitos: o



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Ser calendarizados, es decir tener una fecha en la cual deberán cumplirse. o Ser realistas, para que puedas cumplirlos. o Ser estimables, es decir, incorporar un dato numérico que te permita medir su avance. o Ser concretos, entendibles y claros. o Ser congruentes, con tus valores familiares y personales. Volviendo a nuestro ejemplo, un objetivo para alcanzar la meta sería: Mejorar mi salud, haciendo ejercicio y teniendo una dieta balanceada, para que en mayo de 2019 llegue a pesar 60 kilos. Si observas, este objetivo da respuesta a las preguntas: ¿qué? bajar de peso, ¿para qué? mejorar mi salud, ¿cómo? haciendo ejercicio y teniendo una dieta balanceada. ¿El objetivo es medible? Sí, pesándome cada mes podré revisar la pérdida de peso. ¿Es claro? Sí, no hay ambigüedades que dejen dudas de lo que quiero lograr. ¿Es real? Sí, dispongo de seis meses (a partir de noviembre de 2018) para implementar acciones que den resultados. ¿Es alcanzable? Sí, siempre y cuando lleve a cabo dichas acciones.

♣ Fijar acciones o estrategias para alcanzar los objetivos. Un objetivo debe estar integrado por acciones (varias o una sola), las cuales deben ser claras y con secuencia lógica. Siguiendo con nuestro ejemplo, algunas de las acciones serían:

1. Consultar a un nutriólogo para establecer un plan alimenticio saludable.
2. Establecer un plan de acondicionamiento físico adecuado para mi persona

♣ Determinar un indicador de medición de avance en el logro del objetivo para saber si te acercas o te alejas del objetivo establecido. El tener el objetivo sin indicadores es como tener solamente un buen deseo, por tal motivo es necesario establecer un indicador que te permitirá evaluar los avances que tengas. En el ejemplo de bajar de peso, los indicadores serían: 1. Para la acción de consultar con un nutriólogo, el Indicador es porcentaje de adhesión al plan alimenticio establecido. 2. Para la acción de establecer un plan de acondicionamiento físico, el indicador sería el tiempo destinado a realizar el ejercicio físico.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

♣ Establecer una fecha de cumplimiento que proporcione una certeza del tiempo que tendremos disponible para llevar a cabo cada una de las acciones que nos permitan alcanzar el objetivo.

♣ Seguimiento del plan de vida. Muchas veces establecemos metas y objetivos que pueden ser muy ambiciosos o muy sencillos, sin hacer un análisis detallado de las acciones concretas a realizar y luego nos frustramos por no alcanzarlos. En la medida en que los determines de manera adecuada, estén bajo tu control y surjan de tu propia necesidad de autorrealización, serán más factibles de cumplirse. Es necesario llevar un seguimiento del logro de tus objetivos, pues esto contribuirá a identificar las acciones que deben modificarse o adaptarse de acuerdo a las situaciones que se vayan presentando. Así mismo, te permitirá fortalecer tu motivación a medida que alcances cada uno de los objetivos previstos. Las áreas más frecuentes para el establecimiento de metas dentro del Plan de Vida son:

- Profesional. Se refiere a la ocupación que necesita un conocimiento especializado, una capacitación específica, control sobre el trabajo, organización propia, elevadas normas éticas.
- Intelectual. Consiste en el desarrollo intelectual de la capacidad de razonamiento y resolución de problemas cotidianos. Como por ejemplo: aprendizaje de idiomas, mejoramiento del nivel de lectura, entre otras.
- Personal. Son aquellos aspectos que directamente deseamos mejorar en nuestra persona, como la salud, nuestra condición física, hábitos alimenticios, entre otros.
- Familiar. Aquellos aspectos que tienen incidencia con el mejoramiento de nuestras relaciones familiares, como disponer de tiempo para nuestros hijos, visitar a nuestros padres.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

- Social. Son aquellos aspectos que están enfocados a mejorar nuestro entorno y a nuestra comunidad como participar en causas de beneficencia o apoyar a personas enfermas.
- Económico. Son aquellos aspectos que se requieren para cubrir las necesidades materiales”.

### **Unidad 3:**

#### **APLICACIÓN Y VISION DEL FUTURO EN BASE A LA PLANIFICACION Y EL CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS. PROPUESTA INNOVADORA.**

#### **Sin ideas no hay innovación**

Aunque tenemos que tener en cuenta que, como dicen “una idea, por sí sola, no vale nada”.

Lo importante es coger esa idea y llevarla a práctica, a través de un modelo de negocio rentable, que nos permita generar riqueza.

Una vez definidos los retos a los que tenemos que hacer frente y las estrategias de innovación que vamos a utilizar, empezamos con la fase más operativa: los procesos de innovación propiamente dichos y las herramientas que podemos utilizar para ejecutarlos.

El primer de ellos es la generación de ideas. La pregunta a la que debemos responder en esta fase del proceso de planificación operativa es

¿Cómo vamos a generar ideas innovadoras mejores para responder a los retos de la organización?

¿Todas las ideas son innovadoras?

Las ideas son producto del conocimiento, combinado con la creatividad.

Responden a cómo nos imaginamos las personas que se puede resolver una situación determinada.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Todo el mundo puede tener ideas.

Los niños, por ejemplo son fuentes inagotables de ideas. Porque no tienen limitaciones mentales, que los adultos hemos ido construyendo «gracias» a nuestro sistema educativo y cultural.

Y de hecho, un buen responsable de innovación en cualquier organización debe intentar generar el mayor número de ideas posible de todos los ámbitos. Lo primero, es tener muchas

Un indicador clave para conocer el nivel de salud de un sistema de innovación es el volumen de ideas que genera.

El «% de personas han aportado ideas». Es un indicador super interesante que nos proporciona información sobre la cultura innovadora en la organización. Cuanto más alto se el porcentaje, mayor importancia de la innovación.

¿Cómo generar ideas innovadoras?

El modelo del Plan Real de Innovación está basado en la innovación abierta.

Por tanto, las ideas innovadoras no son solo responsabilidad de los locos del departamento de Innovación, sino que deben abarcar a toda la empresa e incluso colaboraciones externas.

La clave de este modelo es contar con una herramienta para registrar las ideas y un responsable para hacer seguimiento.

El objetivo es contar con la mayor cantidad de ideas posibles, de todas las fuentes posibles

Una alternativa muy interesante, y cada vez más al alcance de cualquier tipo de organización, es recoger ideas directamente del mercado, abriendo canales de recogida de información. Un simple formulario de Google Docs es suficiente, te lo digo por experiencia propia.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Otra vía para generar ideas son las convocatorias de proyectos de financiación pública. Este «mercado» también nos puede orientar sobre temas en los que generar ideas, a partir de las líneas de actividad que se financian, como en el caso de los programas europeos o como ocurrirá con la nueva distribución de fondos regionales.

### **Las ideas internas**

Los propios empleados son quizá la fuente más importante de ideas de una organización. Todo el mundo lo dice, pero pocas organizaciones son capaces de llevarlo a cabo.

Aunque existen diferentes herramientas para generar ideas innovadoras de los propios empleados, creo que las dos más efectivas son las sesiones de brainstorming y los sistemas de recogida de ideas.

En las sesiones de brainstorming pretendemos aprovechar la inteligencia colectiva de un grupo de personas, para generar ideas

El sistema de recogida de ideas, está más orientado a captar las ideas de las personas, aunque también se puede abrir a las ideas de grupo.

Como en el caso de las ideas de mercado, es clave contar con un proceso definido que facilite generar ideas innovadoras, hay cuatro elementos clave:

- promover y facilitar tiempo y condiciones para que los empleados puedan generar ideas innovadoras;
- disponer de un sistema de registro sencillo, que no genere burocracia;
- asegurar que todas las ideas son contestadas. No hay nada más desmotivador que dar una sugerencia y obtener el silencio por respuesta
- premiar a los empleados que generan ideas.

### **La vigilancia tecnológica**

Este proceso está orientado a la innovación «tech – push», es decir, a tomar una tecnología y generar ideas innovadoras a partir de sus funcionalidades, para responder a retos del mercado.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Si contamos con un sistema de vigilancia tecnológica en nuestra organización, periódicamente necesitaremos realizar sesiones de creatividad con personas internas o externas (si es un grupo combinado, mucho mejor), para generar ideas innovadoras a partir del conocimiento de la tecnología.

### **Plataformas de innovación abierta**

La última opción que tenemos para generar ideas son las plataformas de innovación abierta.

Son herramientas basadas en Internet, que ponen en contacto oferta y demanda de ideas y de tecnologías. En ellas podemos lanzar retos, para los que buscamos soluciones o presentar nuestras tecnologías para que otras empresas puedan generar ideas a partir de ellas.

Algunos ejemplos de plataformas son la Enterprise European Network, la mayor del mundo, Innocentive, o la española Innoget o Infonomía. Estos casos, se conecta oferta con demanda.

Mención aparte merece Ideas4all.com, una red social española de generación de ideas, que son valoradas por los propios usuarios. Con más de 100.000 ideas registradas!!

¿Cómo aplico todo esto al plan operativo de innovación?

#### **El trabajo del director de innovación en este punto consiste en tres actividades:**

- Definir un objetivo de ideas recibidas y los indicadores a utilizar
- Definir qué acciones específicas se realizarán para conseguir ideas de los diferentes canales
- Cómo se va a recompensar y comunicar la generación de ideas



#### **Unidad 4:**

#### **ANÁLISIS DEL EMPRENDIMIENTO.- ANTECEDENTES Y PROYECCIÓN A FUTURO**

El emprendimiento corporativo no es fácil, y las compañías enfrentan innumerables barreras, por lo cual debe tenerse perfectamente claro que para ser competitivo, las empresas deben desarrollar nuevos negocios y perfeccionar las técnicas de los actuales; el éxito requiere de un balance entre las nuevas y viejas características de la organización, y para que prosperen deben mantener estos dos enfoques en equilibrio, balance que se puede conseguir a través de tres estrategias:

Crear una estrategia a través del ensayo y el error, con el fin de estrechar las opciones, aprender de otros ejemplos, hacerse de prototipos para evaluar modelos de negocio, mantener en constante supervisión el progreso a mediante criterios no financieros y saber cómo y cuándo dejar de lado un nuevo negocio.

Indagar respecto de la mejor composición de nuevos y viejos procesos operativos, contratar personal con experiencia, cambiar radicalmente formas antiguas de pensamiento, fusionar épocas y negocios.

Buscar el balance entre integración y autonomía para asignarla al nuevo negocio y crear responsabilidad, corporativas y operativas, e implementar las nuevas estructuras organizacionales.

Concepto: proceso mediante el cual se estimula, canaliza y capitalizan las energías y el espíritu emprendedor de los empleados para generar proyectos innovadores, nuevos negocios y mejoras organizacionales que contribuyan a fortalecer la competitividad de la empresa[1]definido como que el emprendimiento no es únicamente la creación de empresas, sino también para el lanzamiento de iniciativas para encontrar el entorno adecuado para el negocio y que sea el eje y centro de la propia empresa, conocido en el mundo de los negocios como ENTREPRENEURSHIP, y para le empresa para la cual se es empleado se llama intrapreneurship.



### **Ejemplos de análisis de emprendimiento corporativo:**

El de dos empleados de Toshiba que fueron en contra de los parámetros de la empresa y decidieron por cuenta propia iniciar en el mercado de los notebook, y obviamente triunfaron primero en el mercado europeo y luego en el japonés.

En la multinacional americana denominada 3M su principal misión fue la de convertirse en la empresa más innovadora y competitiva de cualquier mercado.

La organización OCTANTIS promueve el emprendimiento al interior de sus empresas, ya que es la potenciadora de negocios de la Universidad Chilena, y quien recientemente firmó un acuerdo millonario con Movistar, con el fin de fomentar el emprendimiento entre sus trabajadores, con la finalidad que asuman su trabajo como si fueran propietarios de la firma y de esta forma mantener sólidas y en permanente crecimiento los 30 empresas más importantes que representan como Xerox, Enap, Shell, Gerdau, Cintac y Chilectra.

Por otro lado Manuel Lorenzo de la City off Knowledge, afirma que el verdadero reto está en hacer comprender a las grandes empresas de la región que esto es más una oportunidad que una amenaza, la mayoría de los empresarios latinoamericanos piensa que es preferible mantener al personal de sus empresas lejos del tema del emprendimiento, y esto no es sino una gran oportunidad desaprovechada.

Para lograr este éxito, se siguen los siguientes lineamientos:

- El 30% de las ventas debe provenir de productos lanzados en los últimos 4 años.
- El 15% del tiempo de los empleados puede usarse en proyectos de su interés sin necesidad de reportar a sus superiores.
- Las unidades de negocios deben compartir tecnologías e información.
- Se debe proteger la propiedad intelectual.
- Cada división debe desarrollar un producto que rompa con los estándares del mercado.



### **Emprendimiento Corporativo en América Latina:**

De acuerdo al estudio realizado por la firma Hidalgo y Kantis, con la Universidad Adolfo Ibáñez y la Universidad Nacional de General Sarmiento, los países con mayor índice de emprendimiento corporativo son de mayor a menor, Chile, Argentina, Uruguay, Brasil, México, Costa Rica, Panamá, Venezuela y Colombia, no obstante la investigación también concluye que el potencial emprendedor en las empresas latinoamericanas está siendo bloqueado debido a que los procesos de surgimiento de iniciativas están centralizados en la alta dirección.

El emprendimiento empresarial no es solo trabajo de las organizaciones, la contribución de los programas ejecutivos y de posgrado en el tema es mayor incluso que el de las universidades, y en la actualidad se habla cada vez con más intensidad del concepto denominado Entrepreneurial Management, que se basa en la formación del ejecutivo desde la configuración de la dirección general y con el entendimiento que todo alto directivo debe tener un perfil emprendedor.

Para ser competitivo, las compañías deben desarrollar nuevos negocios, y las nuevas compañías enfrentan innumerables barreras, puesto que el éxito requiere de un balance entre las nuevas y viejas características de la organización, y a menos que las compañías mantengan estas dos fuerzas opuestas en equilibrio, sus nuevos negocios no prosperarán.

### **Ejemplo de un EMPRENDIMIENTO COLOMBIANO.-**

Los Colombianos se han caracterizado y han sido reconocidos internacionalmente por ser gente creativa, trabajadora, que ha aprovechado muy bien la iniciativa propia de la cultura, claro que en algunos casos desafortunadamente mal canalizada en actividades ilegales, que si se hubiesen capitalizado en proyectos lícitos, sin embargo la energía generadora de emprendimiento colombiano no ha parado y día a día adquiere mayor relevancia.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

En el pasado siglo es de reconocer el proceso de industrialización del país, que grandes forjadores adelantaron principalmente en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga, sin desconocer los emprendimientos propios en otras localidades con participación de pequeñas y medianas empresas, que en muchos casos han sido escuela de aprendizaje de empresas de familia, algunas de las cuales con el tiempo se volvieron grandes, proceso que adicionalmente se complementó con la instalación de contadas empresas extranjeras.

Otro ejemplo de emprendimiento que es importante y vale la pena darle el reconocimiento respectivo a innumerables colombianos que con gran esfuerzo, con deseos de solucionar problemas de desempleo, de aprovechar algún dominio o conocimiento tecnológico, o simplemente de gozar de independencia encuentran oportunidades de negocio, casi de manera empírica e informal. Con un desarrollo progresivo desde la década del 70, arriesgaron pequeños ahorros personales o de familia, capitales logrados con tesón, o que recurriendo a fuentes informales de financiación destinaron a micro negocios, generalmente dedicados a actividades económicas tradicionales, dando inicio a un ejercicio más formal con el apoyo de entidades privadas .

### **PROYECCION A FUTURO.-**

Se puede decir que los mecanismos actuales para incentivar los procesos de emprendimiento en las empresas son adecuados para la situación primitiva que actualmente experimenta el país en este aspecto, no obstante el ritmo al cual se mueven algunas estructuras educativas exigen el planteamiento y estructuración de nuevos modelos educativos.

Se manifiestan claramente las prácticas de emprendimiento llevadas a cabo por distintos esquemas educativos que reflejan los beneficios socio-económicos, y que no son de resultados inmediatos.

Al establecer los procesos de emprendimiento en las empresas automáticamente se evidencian las fallas en cuanto a conocimiento, aplicación y tecnología, lo que convierte a este concepto en un potencializador de procesos y prácticas de emprendimiento a nivel nacional.



## INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR JAPÓN GUIA DE APRENDIZAJE

Existe un entendimiento generalizado sobre la importancia y las prácticas de este, como mecanismo para impactar positivamente al ambiente de una compañía, pero el tema no ha tenido la profundidad en cuanto a educación, capacitación y aplicación, y por lo tanto no es prioritario, razón por la cual las mayoría de quienes quieren implementarlo tienen tendencia a fragmentarlo y asignarlo por departamentos, cuando se debe aplicar en conjunto para que los resultados sean óptimos.

El fortalecimiento, desarrollo, y tratamiento de las prácticas internas de emprendimiento en las organizaciones, requieren de la interacción y soporte continuo para poder conjugar espacios e intereses en beneficios del objetivo general de la empresa.

### B. Base de Consulta

C. TÍTULO	AUTOR	EDICIÓN	AÑO	IDIOMA	EDITORIAL
LIDERAZGO TRANSFORMADOR	BASS BERNANRDM	PRIMERA	2009	CASTELLANO	TAYLOR Y FRANCIS
EL EMPRENDEDOR DE EXITO	RAFAEL ALCARAZ RODRIGUEZ	CUARTA	2011	CASTELLANO	MC GRAW HILL
COMO LLEGAR A SER LIDERES	BENNIS WARREN	PRIMERA	1995	CASTELLANO	NORMA

## 4. ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE

### ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE 1: Análisis y Planeación

#### Descripción:

Discusión sobre las lecturas, artículos y videos.

Observación atenta y detallada de las éticas que emiten los niños y las personas que están en su contexto para lograr la respuesta de los demás.

#### Ambiente(s) requerido:

Aula amplia con buena iluminación.

#### Material (es) requerido:

Infocus, pizarrón, marcador y borrador

#### Docente:

Con conocimiento de la materia.



## 5. ACTIVIDADES

- Clases magistrales
- Exposiciones
- Trabajos en grupo
- Trabajos individuales
- Uso de la plataforma
- Presentación del Trabajo final

## 6. EVIDENCIAS Y EVALUACIÓN

<b>Tipo de Evidencia</b>	<b>Descripción ( de la evidencia)</b>
De conocimiento:	Ensayo expositivo grupal de lecturas Definición del tema de investigación
Desempeño:	Trabajo grupal presentación del trabajo sobre estimulación temprana
De Producto:	Trabajo de realizado
Criterios de Evaluación (Mínimo 5 Actividades por asignatura)	

<b>Econ/Dr Marco Alvarez, Mgs</b>		
<b>Elaborado por:</b> (Docente)	<b>Revisado Por:</b> (Coordinador)	<b>Reportado Por:</b> (Vicerrector)



INSTITUTO TECNOLÓGICO  
SUPERIOR JAPÓN

---

AMOR AL CONOCIMIENTO

---

POMASQUI-

c/Marieta Veintimilla E5-471 y Sta. Teresa 4ta transversal

**Tlfs: 022356-368 - 0986915506**

---

[www.itsjapon.edu.ec](http://www.itsjapon.edu.ec)