

IICA
C10
56

Manual de Capacitación para Emprendimientos Rurales



Esta publicación se realiza con el auspicio de la Agencia Sueca de Cooperación para el Desarrollo Internacional – ASDI – que acompaña el proceso de desarrollo de la nueva ruralidad y la institucionalización de la perspectiva de género en el desarrollo rural sostenible en el marco del proyecto Género en el Desarrollo Rural Sostenible.



Fotografía de portada: Julie Anne Coimbra

Manual de capacitación para emprendimientos rurales. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura – Centro Internacional de Desarrollo Rural / Edgar Castillo Cruz, Carlos Quesada Carvajal. 1 ed. San José, Costa Rica, Universidad para la Cooperación Internacional, 2001.

122 páginas: 21 x 27 cm.

Serie documentos pedagógicos / IICA; No. 2001-005

ISBN 9968-860-00-X

1. Emprendimiento rural – Manuales
2. Capacitación campesina.
3. Participación local.
4. Proyectos de desarrollo económico.
5. Desarrollo rural. I. Quesada Carvajal, Carlos. II. Título

DEWEY 307.72-C352m

Impreso en Imprenta y Litografía: **Edisa, S.A**
Tel.: (506) 234-7634

IICA
BIBLIOTECA VENEZUELA
2 - MAYO 2002 #
RECIBIDO

11CA
C10
50

30115 42



**Instituto Interamericano de Cooperación
para la Agricultura - IICA
Centro Internacional de Desarrollo Rural - CIDER**

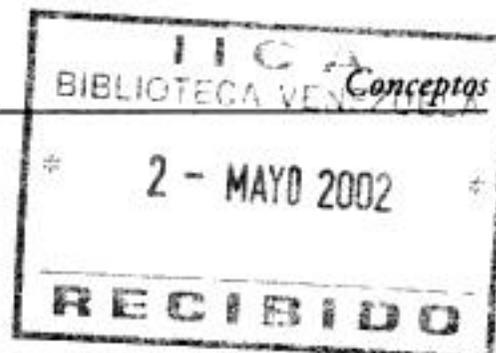
**Manual de Capacitación
para
Emprendimientos Rurales**

Por:

Edgar Castillo, M.Sc. / Carlos Quesada, MBA

San José, enero 2001

00002987



PRESENTACIÓN

El siguiente documento está orientado a facilitar a la comunidad del medio rural, un instrumento de apoyo al fortalecimiento de su estructura social, económica, ambiental y política. La constante variación del entorno de los países de la región latinoamericana cada vez les hace más vulnerable su espacio rural, pues tradicionalmente este se ha desarrollado sobre los sectores agrícola, agroindustrial y forestal, los cuales en la actualidad sufren de importantes transformaciones de índole global y además la nueva ruralidad demanda de la integración de otros sectores de la economía. Además, en el medio rural convive un importante conglomerado de personas que diariamente procura alcanzar mejores niveles de vida mediante el acceso a las diferentes oportunidades que ofrece su entorno, relacionado esto a la recuperación y consolidación de sus valores culturales y de respeto a los recursos naturales.

Los nuevos escenarios del medio rural de la región indican que su desarrollo estará basado en las habilidades y destrezas de las personas para generar mecanismos de autogestión orientados a ideas productivas que les provean de empleo, ingresos y mejores niveles de escolaridad, de manera que les asegure la motivación y autoestima necesarios para acercarse a condiciones de desarrollo humano adecuadas.

Esto implica la importancia de acceder al medio rural en enfoques diferentes de intervención en sus comunidades. La facilitación de instrumentos para la promoción humana es indispensable, la autogestión, de las comunidades es el espacio para que sus miembros planteen escenarios de desarrollo más justos y apegados a su realidad y valores.

El manual que se presenta en esta oportunidad busca capacitar personas que están estrechamente vinculadas con el medio rural, de modo que estas hagan llegar de manera sistematizada sus conocimientos a las comunidades rurales de las cuales provienen. Particularmente, el documento está dirigido a fortalecer e incentivar la creación de emprendimientos rurales exitosos, para lo cual se han integrado enfoques empresariales a la realidad social, económica y ambiental que exhibe el medio.

ALCANCES

El documento está enfocado al desarrollo de pequeñas y medianas empresas del medio rural, las cuales persiguen integrarse al encadenamiento productivo que presenta el sector formal de la economía rural, así como a la oferta de servicios que la comunidad misma demanda.

Por otra parte, este instrumento está dirigido a la formación de personas que una vez capacitadas, estarán en condiciones de facilitar su aprendizaje a las comunidades rurales en que interactúan. Es propicio para la formación de técnicos y técnicas pertenecientes a la estructura gubernamental de los países, así como pertenecientes a otro tipo de organizaciones de apoyo al desarrollo rural que deseen estimular, en las comunidades, la autogestión de nuevas ideas productivas.

Es importante señalar que este manual aporta los elementos básicos y aplicables para el planteamiento y operación de los emprendimientos rurales, de tal forma que las personas participantes del proceso estarán preparadas para sistematizar y entender el desempeño empresarial que requieren sus ideas productivas. Por ello, en lo sucesivo del desarrollo del emprendimiento se requiere del complemento de recursos humanos y materiales más precisos para el desempeño empresarial, según la naturaleza, complejidad y entorno del negocio, por ejemplo en la evaluación financiera y de impacto. Asimismo, las personas facilitadoras deben recurrir a la adaptación de técnicas didácticas y pedagógicas para atender, en forma adecuada, los grupos participantes según sus características particulares.

METODOLOGÍA

Dado que el manual está dirigido en especial a formadores de personas con características emprendedoras, quienes por su naturaleza humana tienen una percepción particular de la realidad que le rodea, se propone adoptar la metodología de enseñanza experiencial para el uso del manual, la cual se destaca por ser un proceso a través del cual, las personas participantes construyen conocimiento, habilidades y valores a partir de acciones y experiencias directas.

La aplicación de la metodología de enseñanza experiencial es propicia en sus contribuciones para el desarrollo de procesos for-



mativos como el que se busca con este instrumento, especialmente porque los recursos humanos merecen repensar su futuro en función de su experiencia y actitud ante la vida; entre esas contribuciones se pueden citar las siguientes:

- ✓ Aumenta el nivel de agilidad y coordinación personal.
- ✓ Aumenta la conciencia de las personas en sí mismas, así como el papel que desempeña como parte de un grupo.
- ✓ Desarrolla confianza personal y en las demás personas.
- ✓ Hace meditar sobre actitudes y hábitos.
- ✓ Permite comprender y respetar las diferencias personales y de cómo estas enriquecen el equipo.
- ✓ Facilita el expresar ideas y sentimientos.
- ✓ Se adquieren habilidades para resolver problemas y la toma de decisiones.

Para desarrollar procesos basados en la metodología de enseñanza experiencial, deben tenerse claros los siguientes principios básicos para asegurar el éxito de las jornadas de trabajo.

1. Las experiencias deben ser estructuradas de manera que la persona participante utilice iniciativa, tome decisiones y sea responsable por los resultados.
2. Las personas participantes deben actuar activamente en los procesos de hacer preguntas, investigar, experimentar, probar, resolver problemas, ser creativos y construir significados.
3. Las personas participantes se deben involucrar intelectual, emocional, social, espiritual, y físicamente para obtener una sensación de que el aprendizaje es auténtico y el desarrollo es integral.
4. Los resultados del aprendizaje son personales y forman las bases de aprendizaje y experiencias futuras.
5. Las personas facilitadoras y participantes pueden experimentar éxitos, derrotas, aventuras y riesgos, ya que los resultados de las actividades no pueden ser totalmente predichas.
6. El diseño de la experiencia de aprendizaje incluye la posibilidad de aprender a partir de consecuencias natura-

les, errores y éxitos.

Finalmente, debe enfatizarse, que como todo proceso metodológico, se requiere que las personas facilitadoras planifiquen adecuadamente las actividades según la naturaleza del grupo, para lo cual se requiere del breve diagnóstico, la planeación de actividades, la preparación de materiales y crear un ambiente propicio para el encuentro con el grupo y la evaluación integral del proceso.

ESTRUCTURA Y FUNCIONALIDAD DEL MANUAL

El manual ha sido estructurado en cuatro grandes módulos con el fin de facilitar la sistematización del proceso emprendedor, y la mejor comprensión de sus contenidos por parte de las personas beneficiarias. Al inicio de cada módulo, se presenta el objetivo general de su contenido, de manera que las personas que lo utilizan interpreten sus alcances. Los módulos que componen el manual son los siguientes:

- ✓ Módulo 1. Valorando nuestra capacidad para el emprendimiento rural.
- ✓ Módulo 2. Concretamos nuestra idea de emprendimiento rural.
- ✓ Módulo 3. Diseñamos el Plan de Negocio.
- ✓ Módulo 4. Evaluación de la actividad en la comunidad o medio rural.

Cada uno de estos módulos, a su vez, está conformado por diversos apartados según la naturaleza de la fase de estudio. Igualmente estos apartados inician con la definición de los objetivos generales y específicos del aporte de sus contenidos al proceso empresarial que requieren los emprendimientos rurales.

Con la intención de que las personas usuarias del manual se desenvuelvan en un ambiente dinámico y participativo, cada apartado ha sido estructurado de manera que se integre, el razonamiento conceptual, al aplicado en la realidad de la persona participante, de manera que este se ejercite en cada componente del proceso emprendedor. Para tal fin, los apartados cuentan con tres secciones claramente identificadas correspondientes a los componentes conceptuales, instrumentos de aplicación y el plan de negocio.

Los conceptos teóricos pretenden aportar los elementos básicos del tema en estudio en forma concisa y clara. Se busca que las per-

sonas asimilen conceptos que luego aplicarán a su medio. Asimismo, el componente de aplicación de instrumentos corresponde a un nivel intermedio de ejercicio para las personas participantes, pues su fin es que apliquen los conceptos teóricos en el contexto de las comunidades de que provienen o en escenarios simulados según la conveniencia del tema.

El componente de plan de negocio intenta que las personas que participan apliquen lo asimilado en los dos componentes anteriores en el planteamiento de sus propios emprendimientos rurales, por lo tanto es el momento más delicado y que merece mayor razonamiento de parte de todas las personas que están involucradas en el proceso.

Con el fin de identificar estos tres componentes a lo largo del desarrollo del manual, estos se han identificado con una banda de color en la parte superior de la página, donde además se indica el nombre del componente y el tema en estudio. Los conceptos teóricos se identifican con el color naranja, los instrumentos de aplicación con banda verde y el plan de negocio se destaca con el color rojo.

Finalmente, es importante hacer notar que, tanto los ejercicios de los instrumentos de aplicación como del plan de negocio, necesariamente, deben ser adaptados en su forma y estilo al momento de la capacitación de grupos.

TABLA DE CONTENIDO

<i>Presentación</i>	III
Módulo 1.	
Valoremos nuestras capacidades para el emprendimiento rural	1
1.1 La empresa rural	1
1.2 El proceso emprendedor	4
El espíritu emprendedor	4
Perfil de la persona emprendedora	5
La pequeña y mediana empresariedad y su personalidad emprendedora	7
La decisión propia de ser pequeños negocios	8
<i>Instrumentos de aplicación</i>	11
Módulo 2.	
Concretemos nuestra idea de emprendimiento rural	17
2.1 Identificación de oportunidades de negocios	17
¿Qué entendemos por medio rural?	18
Definamos qué es la idea:	19
Perfil de la idea:	20
<i>Instrumentos de aplicación</i>	21
<i>Plan de negocio</i>	26
2.2 La idea como proyecto	31
¿Qué es un proyecto?	31
<i>Instrumentos de aplicación</i>	33
<i>Plan de negocio</i>	36
2.3 Análisis de la inserción del emprendimiento en el mercado	38
¿Qué entendemos por mercadotecnia?	38
<i>Instrumentos de aplicación</i>	42
<i>Plan de negocio</i>	44

Módulo 3.

Diseñemos el plan de negocios	47
3.1 Estructura organizacional y la estrategia	47
¿Por qué es necesario administrar?	47
¿Qué es planear?	48
¿Qué es organizar?	49
¿Qué es dirigir?	49
¿Qué es controlar?	50
¿Qué es la estrategia?	50
Visión	51
Misión	52
Objetivos estratégicos	52
Acciones	52
<i>Instrumentos de aplicación</i>	53
<i>Plan de negocio</i>	57
3.2 Planificación del recurso humano	61
¿Qué significa planificar el recurso humano?	62
¿Qué significa el trabajo en equipo?	63
<i>Instrumentos de aplicación</i>	64
<i>Plan de negocio</i>	66
3.3 Componentes del área de mercadeo	68
¿Qué es el mercado?	69
¿Qué es el precio?	69
¿Qué entendemos por clientela?	69
<i>Instrumentos de aplicación</i>	70
<i>Plan de negocio</i>	72
3.4 Economía de la Producción	76
¿Qué es el proceso productivo?	76
¿Qué son costos de producción?	76
Cadena de valor:	77

Punto de Equilibrio	79
<i>Instrumentos de aplicación</i>	81
<i>Plan de negocio</i>	83
3.5 Contabilidad y Finanzas	89
Balance General	89
Estado de Resultados o Ganancias y Perdidas	94
Flujo de Caja	97
¿Qué entendemos por Riesgo?	98
¿Cómo analizar el Riesgo?	99
<i>Instrumentos de aplicación</i>	101
<i>Plan de negocio</i>	104
 Módulo 4.	
Evaluación de la actividad en la comunidad o medio rural	111
Impacto Social	111
Impacto Económico	112
Impacto Ambiental	112
<i>Instrumentos de aplicación</i>	113
<i>Plan de negocio</i>	119

Módulo 1.

Valoremos nuestras capacidades para el emprendimiento rural.

Objetivo

Facilitar los argumentos básicos de la empresa rural y el proceso emprendedor con el fin de valorar las capacidades de las personas para iniciar o fortalecer un emprendimiento rural.

1.1 LA EMPRESA RURAL



Este módulo lo iniciamos con la definición de lo que significa una empresa rural. Por la naturaleza y alcances de este manual, la presentación se centra en pequeñas y medianas empresas del medio rural, cuyo desarrollo en la actualidad radica en su incorporación a las diferentes cadenas productivas que ofrecen los procesos de transformación de este medio, especialmente del sector formal de la economía, así como de actividades de servicios para las mismas comunidades.

OBJETIVO GENERAL:

Conceptualizar la empresa rural como eje central de desarrollo en el espacio rural, a partir del cual la persona emprendedora tendrá la capacidad de plantear nuevas opciones de desarrollo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar las funciones a que está llamada la empresa rural para atender las necesidades del medio.
- Reconocer la conformación que normalmente identifica a las empresas rurales.
- Caracterizar la gestión de la empresa rural en el medio en que se desenvuelve.

La empresa rural es la locación donde se hace sostenible la riqueza. Se ponen en operación recursos intelectuales, humanos, materiales y financieros para producir, transformar o distribuir

La empresa rural debe operar bajo aspectos de sostenibilidad económica, social y ambiental; así como de orientaciones de género, visión estratégica y nueva ruralidad.

productos y/o servicios, de acuerdo con los objetivos fijados por la organización, integrando los recursos disponibles en el medio rural.

Considera en su operación los aspectos de sostenibilidad económica, social y ambiental; asimismo relaciona aspectos de género, nuevos retos de la ruralidad y visión estratégica, tomando como eje central el desarrollo humano, y por ende, el desarrollo del medio rural.

La empresa rural está llamada a crear nuevos escenarios en su medio, para ello se requiere invertir en el capital humano, de manera que adquiera aptitudes emprendedoras y genere nuevas opciones de desarrollo en beneficio de la comunidad.

La persona emprendedora del medio rural representa a aquellas que son capaces de integrar los recursos disponibles en ese medio y plantear actividades económicas que generarán:

- Respuestas a demandas concretas de los consumidores.
- Creación de nuevos productos y servicios.
- Oferta de empleo.
- Contribución al crecimiento económico local.
- Reforzamiento de la productividad, a fin de que la economía rural ocupe un buen lugar en los mercados nacionales y regionales.
- Respeto en cuanto al uso racional de los recursos naturales y la salud pública.

Las empresas rurales normalmente están CONFORMADAS por:

- Personas organizadas del medio rural.
- Un grupo familiar dedicado a una actividad económica.
- Una persona propietaria del negocio con personal/asalariado a su cargo: sociedad anónima.
- Organizaciones comunales formales: Juntas de Desarrollo Local, Asociaciones de Vecinos, Comités de Acueductos, Juntas de Educación, Asociaciones de productores y/o productoras, cooperativas, etc.

Entre las características más importantes que denotan las empresas rurales, a que esta dirigido este manual se pueden citar los siguientes:

- Son empresas pequeñas y medianas en crecimiento, tanto en su tamaño organizacional como en su operación. Constituidas por familias, grupos organizados y organizaciones locales.
- Su operación da respuesta a necesidades locales o regionales. Así como de integración a cadenas productivas del sector formal mediante sus productos o servicios.
- Tienen una relación cercana con sus clientes, hay un grado alto de lealtad por mucho tiempo.
- Crecen primordialmente por medio de los ahorros individuales y la reinversión de estos.

Una vez que hemos conceptualizado la empresa rural, relacionemosla con el proceso emprendedor, de manera que la persona reconozca el significado de este espíritu, el perfil de la persona emprendedora y su carácter empresarial.

1.2 EL PROCESO EMPRENDEDOR



Antes de iniciar el fomento de emprendimiento rural, es importante detenerse por un instante a tratar de entender qué es el espíritu emprendedor, cuáles son las características o rasgos que distinguen a una persona emprendedora, así como su relación con el ser una persona pequeña o mediana empresaria.

OBJETIVO GENERAL:

Caracterizar el proceso emprendedor en relación con la persona humana y el contexto empresarial que tipifica el medio rural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Distinguir el significado del espíritu emprendedor en su relación al cambio, así como la importancia y beneficios que representa para el desarrollo de las comunidades rurales.
- Identificar los principales rasgos que caracterizan a una persona emprendedora y asociar a su personalidad en particular.
- Identificar las principales características o rasgos de ser empresario o empresaria y su relación con una personalidad emprendedora.

El espíritu emprendedor:

Es la capacidad humana para iniciar cambios a partir de la percepción de oportunidades que otros no identifican.

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR

- Es la capacidad humana para iniciar cambios a partir de la percepción de oportunidades que otros no identifican. Es una condición del ser humano que le permite desenvolverse en un ambiente de cambio continuo.
- A diferencia de la administración que coordina en forma constante el proceso productivo, el espíritu emprendedor se concentra en iniciar cambios en la producción de bienes y servicios, con el fin de aumentar la oferta.

Para el medio rural es necesario impulsar nuevas formas de producción de bienes y servicios a partir de los recursos disponibles; precisamente, en este sentido merece reconocer algunos beneficios generales hacia la comunidad, derivadas del espíritu emprendedor:

- Crea nuevas formas de empleo y autoempleo.
- Promueve una forma de pequeña y mediana empresa a menor riesgo.
- Genera negocios de rápida expansión y crecimiento.
- Facilita una oferta de servicios más diversificada.
- Mejora la productividad de los factores de la producción local: tierra, trabajo y capital.
- Desarrolla una cultura de investigación y desarrollo.
- Diversifica las capacidades humanas para el trabajo.

PERFIL DE LA PERSONA EMPRENDEDORA

La persona emprendedora es aquella capaz de transformar la realidad a partir de una nueva idea, con la habilidad para proyectar la imagen del futuro que desearía para su organización o plan de vida.

La conducta de la persona emprendedora del medio rural no está completamente definida ante la complejidad de adaptación al entorno en que se desenvuelve; sin embargo, es posible identificar algunos rasgos relacionados con sus intereses, aptitudes, motivación, actitudes y antecedentes.

- Intereses:** Tender a la autorrealización personal.
Mejorar su condición de vida.
Adaptar la forma de trabajo a sus necesidades e intereses.
- Motivación:** Necesidad de logro al establecer metas realistas y concretas.
Posición de control absoluto de su negocio, su existencia no la controla la suerte ni el destino.
Cuenta con autonomía para trabajar y hacer las cosas a su manera y para aceptar la información y orientación que le brindan las demás personas.

La persona emprendedora requiere de una instrucción adecuada para la creación y desarrollo de planes de negocio.

- Aptitudes:** Capacidad para asumir sus responsabilidades por sus iniciativas.
 Iniciativa para generar y desarrollar nuevas ideas.
 Capacidad de insistencia, voluntad de conquista y espíritu de logro.
 Tolerancia al riesgo, establece estrategias para reducirlo.
 Percepción de oportunidades en el entorno.
- Actitudes:** Crea, innova y descubre nuevas formas para hacer las cosas y solucionar problemas.
 Confianza en su propia capacidad para influir y modificar su entorno.
 Optimismo ante los retos que le plantea la vida.
 Respeto por el trabajo en equipo y el aporte de los demás.
 Capacidad de compartir ideas, para reconocer sus limitaciones y favorecer su conocimiento.
- Antecedentes:** Trayectoria emprendedora de miembros de la familia.
 Disponibilidad de sus servicios a la comunidad.
 Cultura familiar hacia la creatividad, responsabilidad y provecho del talento.
 Pertenencia a organizaciones comunitarias.
 Actividades de comercio individuales.

Estos rasgos o características no son concluyentes para el éxito de una persona emprendedora como empresario o empresaria, requiere de una instrucción y orientación adecuada para la creación y desarrollo de planes de negocio, propósito que se pretende alcanzar con este proceso de formación.

Por otra parte, respecto a la actitud emprendedora surge la interrogante si esta puede aprenderse y en ese sentido, se externan algunas opiniones.

→ *¿Puede aprenderse la actitud emprendedora?*

- Se requiere una personalidad especial.
- Mayor opinión de la gente en que sí se puede aprender.
- Una persona emprendedora puede ser administradora por profesión, pero no todas estas pueden ser emprendedoras.
- No se puede enseñar el impulso, ni el ingenio, ni la individualidad, ni las experiencias aprendidas.
- Existe un decir de que las buenas ideas son comunes, raro es quien puede llevarlas a cabo.

**LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESARIEDAD
Y SU PERSONALIDAD EMPRENDEDORA**

Además de conocer el perfil y los rasgos de la persona emprendedora en el contexto del espíritu emprendedor, se requiere ahora relacionar esta condición con la naturaleza empresarial.

→ *¿Qué es el ser empresaria o empresario?*

- Adoptar una posición negociadora entre las personas proveedoras y compradoras.
- Tomar el riesgo calculado de llegar a tener éxito.
- Tomar acciones humanas, creativas, para construir algo de valor a partir de prácticamente nada.
- Tener la creatividad y capacidad de ver tendencias antes que otras personas.
- Buscar en forma insistente oportunidades en el entorno.

→ *Características empresariales*

- Gusto por los negocios.
- Tenacidad a pesar del fracaso.
- Confianza en el trabajo e ideas.
- Conocimiento del riesgo que se asume en un negocio.
- Reconoce que los cambios del entorno pueden generar oportunidades.
- Iniciativa y necesidad de realización personal.
- Mentalidad de mediano y largo plazo.
- Creatividad para iniciar nuevos negocios.

→ *Factores de motivación al autoempleo*

- Utiliza las capacidades y habilidades personales.
- Controla su propia vida.
- Deseo de independencia.
- Construye algo para la familia.
- Genera recursos económicos.
- El gusto por el desafío.
- Vive cómo y dónde elija.

→ *Ventajas y Desventajas del ser empresario o empresaria*

Ventajas:

- *Autonomía:* independencia y libertad para tomar decisiones.
- *Desafío de un inicio:* sensación significativa de triunfo, único responsable de la idea.
- *Control financiero:* no se buscan grandes riquezas, sino más control sobre su situación financiera.

Desventajas:

- *Sacrificio personal:* se ve limitado su accionar respecto a su vida familiar y momento de recreación.
- *Carga de responsabilidad:* la persona empresaria sabe que se encuentra sola en la cumbre, sensación de soledad.
- *Poco margen de error:* los pequeños negocios operan con un colchón financiero muy delgado y una decisión errónea o débil administración puede provocar el cierre.

LA DECISIÓN PROPIA DE HACER PEQUEÑOS NEGOCIOS

Es común que en el medio rural se inicien pequeños negocios, caracterizados estos por estar estrechamente vinculados con la gestión de atender los quehaceres del hogar u otras actividades económicas y sociales. Entre estos pequeños negocios se identifican aquellos de mujeres y grupos minoritarios, de índole familiar y establecidos en el hogar. Veamos algunas características de cada uno.

→ *Negocios de Mujeres y de Grupos Minoritarios*

- Para estos fines, la flexibilidad es más importante que el dinero.
- Las personas están dispuestas a redefinir su trabajo personal y no a reestructurar la economía local o regional.
- Las mujeres definen su autonomía personal cuando ejercen control sobre su propio destino y realizan algo satisfactorio para ellas.
- Estas personas mantienen pequeños sus negocios para satisfacer sus necesidades, pero cuando llega una oportunidad apropiada, buscan activamente negocios adicionales.
- Normalmente se enfrentan a obstáculos como:
 - Falta de acceso al capital cuando lo necesitan.
 - Carencia de garantías necesarias para acceder financiamiento.
 - Discriminación en algunos sectores económicos.
 - Restricción de fondos económicos que limita el crecimiento sostenido.
 - Ausencia de política pública para estimular su accionar.

→ *Los Negocios Familiares*

“El éxito de una familia y un negocio se basan en criterios diferentes: una familia está basada en lo afectivo, el desarrollo y la seguridad; pero un negocio gira alrededor de la productividad, las metas alcanzadas y las utilidades”.

Ventajas:

- La familia trabaja mucho por el éxito del negocio.
- Se pueden turnar las actividades del negocio y la casa.
- Se estrecha la relación de pareja y familia.
- Se incorporan los hijos al negocio.

Una familia está basada en lo afectivo, el desarrollo y la seguridad; pero un negocio gira alrededor de la productividad.

Desventajas:

- Demasiada cercanía de parentesco entre personas para compartir poder y toma de decisiones.
- La conversación en casa es dominada por asuntos de negocio.
- Una eventual separación del núcleo familiar puede llevar a la pérdida de uno de los socios(as) y al desequilibrio del negocio.

→ Negocios establecidos en el hogar

Este tipo de pequeños negocios se diferencian de los anteriores en el sentido de que físicamente el negocio se desarrolla en el hogar, donde comparte el quehacer de éste y sus integrantes. De tal forma, es conveniente tener presente que:

- Responden en especial al área de servicios de la comunidad.
- Debe tenerse una personalidad centrada en el hogar.
- La cooperación de la familia es un factor importante.
- La persona emprendedora con base en su hogar debe ser capaz de aguantar el aislamiento de su entorno.
- Se necesita autodisciplina, no hay restricciones en lo que respecta a los deberes de familia.
- Se debe considerar el impacto en la vida de familia.
- Deben separarse los objetivos del negocio con los de la familia.

Con el fin de ejercitar el espíritu emprendedor tratemos de reconocer algunas características de la comunidad para identificar posibles cambios en la producción de bienes y servicios.



- Identifiquemos en nuestra comunidad cuáles son las principales actividades económicas que nos proveen de productos y servicios.

- De acuerdo con los servicios de que dispone la comunidad. ¿Qué otros servicios hacen falta en la población?

- Tómese un momento e identifique los recursos disponibles de su comunidad: naturales, valores culturales, tradiciones, comercio, educación, humanos, etc. ¿Cree usted que alguno(s) de estos se están desaprovechando para generar otras opciones de negocios que favorezcan la oferta de empleo y servicios? Indíquelos.

Ya que hemos conocido algunas características de la persona emprendedora, tratemos ahora de explicar nuestra condición personal en ese sentido. Para ello llenemos el siguiente cuadro:



Marque con una equis (X) en alguna de las tres columnas de la derecha, su condición respecto a las aseveraciones indicadas. (N: nunca; C: casi siempre; S: siempre)

ASEVERACIÓN	N	C	S
Tengo iniciativa			
Normalmente soy una persona positiva y optimista			
Acepto fácilmente responsabilidad personal			
No tengo ningún problema para trabajar en forma individual			
Soy una persona competitiva			
Me comprometo fuertemente			
Soy flexible			
Confío en lo que hago			
Me relaciono bien con los demás			
Sé fijar objetivos			
Resuelvo los problemas en forma creativa			
Me gusta planificar			
Sé tomar decisiones			
Me gusta trabajar con dedicación			
Puedo tolerar el riesgo			
Rara vez me retraso en mi trabajo			
Soy una persona innovadora			
Manejo bien el estrés			
Soy independiente por naturaleza			
Pienso lógicamente			
Soy persistente			
Me comunico bien con los demás			
Administro bien mi tiempo			
Tengo un alto grado de sentido común			
Tengo talento para pensar objetivamente			
Tengo buena salud			
Me gusta aprender cosas nuevas			
Acepto críticas			
Tengo grandes aspiraciones			
TOTAL DE RESPUESTAS			

- Determine su puntuación para conocer si ¿Debe iniciar su propio negocio?
- Cuente como positivas las veces que respondió *Siempre* y *Casi Siempre*.

Si obtuvo el siguiente puntaje:

- 30 Tiene excelentes cualidades de gerente para una gran empresa.
- 26 a 29 Tiene buenas capacidades de emprendedor.
- 21 a 25 Si se esfuerza le irá bien en su emprendimiento.
- 15 a 20 Dudoso; debe trabajar con mucho esfuerzo y convicción para que le vaya bien en su emprendimiento.

Además de conocer nuestra condición personal para el emprendimiento, es importante reconocer la razón por la que se quiere iniciar un negocio. En este sentido revisemos algunas razones.



Marque con una equis (X) las respuestas que sean aplicables a su persona:

QUIERO INICIAR UN NEGOCIO PORQUE:	(X)
Simplemente quiero hacer dinero	
Simplemente quiero tener más tiempo libre	
Necesito más logros personales	
Detesto a mi jefe	
Simplemente creo que sería divertido	
Acaban de despedirme	
Necesito un estilo de vida más satisfactorio	
Necesito un reto	
Creo que puedo producir un producto mejor	
Simplemente quiero trabajar en forma independiente	
Necesito controlar tanta parte de mi vida como sea posible	
Creo que puedo utilizar mejor mis habilidades trabajando independientemente	

Si eligió las razones que comienzan con, “simplemente”, necesita una nueva brújula; su sentido de orientación está totalmente equivocado. Por otra parte, si lo atrajeron las razones que comienzan por, “necesito” y “creo”, está bien encaminado. La iniciación de un negocio debe basarse en la fuerte motivación que implican las palabras, “necesito” y “creo”.

Inicie un negocio para fabricar un producto mejor, para imponerse un reto, para mejorar su estilo de vida o para controlar su vida de trabajo. Si su punto de partida es negativo, no lo haga. Debe estar motivado por un fuerte deseo, y ese deseo debe ser positivo y realista.

Con el fin de revisar su personalidad emprendedora, analice las características empresariales que usted posee, así como aquellas que le hacen falta para sus propósitos.

- Indique las principales ventajas y desventajas que inciden en usted para lograr ser empresario o empresaria.

VENTAJAS	DESVENTAJAS

- Conforme lo que hemos analizado hasta este momento, piense por un momento en cuál sería su principal factor de motivación para iniciar una opción de autoempleo.

- ¿Bajo qué aspectos podría usted definir el tener éxito en su emprendimiento rural?

- Identifique algunos de los obstáculos más importantes que limitarían el crecimiento de su emprendimiento rural.



Módulo 2.

Concretemos nuestra idea de emprendimiento rural.

Objetivo

Dar a conocer el proceso adecuado para elegir la idea de emprendimiento rural en función de su definición como oportunidad, proyecto e inserción en el mercado.

2.1 IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS



En este apartado destacamos la importancia de analizar el entorno del medio rural y sus componentes para poder identificar oportunidad de negocio en este.

OBJETIVO GENERAL:

Describir cada uno de los conceptos que identifican el *entorno* para ubicar oportunidades de negocios en el medio rural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Caracterizar el entorno en el medio rural y las oportunidades de emprendimiento.
- Identificar las oportunidades en el medio rural que permitan iniciar emprendimientos.
- Utilizar la lectura del entorno para descubrir los diferentes factores que harán posible desarrollar un negocio en el medio rural.

El estudio del entorno es el componente indispensable para identificar oportunidades de nuevos emprendimientos.

La mayoría de negocios dan inicio con la identificación de necesidades comunitarias (demanda) que no están satisfechas. Esto significa que una buena lectura del entorno nos va a permitir desarrollar o descubrir oportunidades de negocios o emprendimientos.

→ *¿Qué entendemos por medio rural?*

Es el sector geográfico en el cual se desarrollan una gran cantidad de actividades agropecuarias, no agropecuarias, agroindustriales, de manejo de recursos naturales, artesanales, de comercio de bienes y servicios, educativas, etc. En esta se conservan las tradiciones autóctonas de cada región.

Es un medio económico en el cual los habitantes explotan los recursos disponibles, sean o no estos los propietarios.

→ *Ahora definamos lo que es una oportunidad.*

Es la posibilidad de desarrollar alguna actividad económica que el medio lo permita. También la podemos reconocer como una necesidad no satisfecha por la comunidad.

Hemos identificado el entorno como el componente indispensable para ubicar oportunidades. Sin embargo, no hemos definido qué es el entorno, veamos:

→ *¿Qué entendemos por entorno?*

Son todos los actores y factores que hacen posible el desarrollo de actividades económicas y otras. Tanto personas físicas como jurídicas, instituciones del Estado, y órganos de apoyo técnico, entre otras.

Los factores del *entorno* nosotros no podemos manipularlos; estos se dan en el medio. Debemos adaptarnos a estos, tales como: Económicos, Sociales, Políticos, Tecnológicos, Ambientales y otros.

El desarrollo de la habilidad de entender qué pasa en el medio, el cual llamamos *entorno*, se conoce como lectura del entorno.

Para entender mejor el concepto, es necesario reconocer esos *factores y actores del entorno* que se deben considerar en el momento de analizarlo en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios o emprendimientos. A continuación destacamos algunos de estos factores y actores.

- Desarrollo de nuevas actividades económicas en el medio rural: empresas, turismo, comercio, agroindustrias, producción agrícola y forestal, conservación, etc.
- Desaparición de algunas actividades económicas en el medio rural. Productivas, comerciales, técnicas, de servicios y otras.

- Calidad de medios de comunicación del medio rural con otras comunidades centro de actividades comerciales: carreteras, puentes, servicio público, ferrocarril, transporte terrestre, aeropuertos y otras.
- Calidad y cantidad de servicios públicos: teléfono, alcantarillado, acueducto, internet, correo postal, electricidad, educación, salud, agua potable, seguridad ciudadana, recreación y otras.
- Gestión municipal, plan de desarrollo del medio rural, presupuesto público, relación con la comunidad.
- Otras organizaciones que desarrollan actividades en el medio rural.
- Apoyos técnicos en el medio rural tanto del sector público como privado.
- Agentes financieros en el medio rural: Bancos del Estado, banca privada, banca comunal y otras como asociaciones y cooperativas.
- Actividades económicas desarrolladas en el medio rural que se está analizando.
- Áreas de producción por productos e importancia para la comunidad.

El primer paso para iniciar un nuevo negocio o emprendimiento rural es el generar la idea, que precisamente proviene de esa lectura del entorno.

→ *Definamos qué es la idea:*

Es la primera sensación que percibe la persona emprendedora para satisfacer una necesidad, con el desarrollo de una nueva actividad económica. Tal persona debe sentirse empresaria capaz de dar a esa idea, la estructura de una empresa rural.

Una vez planteada la idea, es fundamental hacer el ejercicio de descubrir cuáles necesidades se están *satisfaciendo con la IDEA*.

→ *Evaluación de las oportunidades*

Es posible que leyendo el entorno nos aparezca más de una

La lectura del entorno nos genera la idea de negocio, primer paso para iniciar un nuevo emprendimiento.

IDEA, la cual descubrimos como oportunidad para desarrollar una nueva actividad económica en el medio rural.

Hay que evaluar cada una de esas oportunidades y darle una calificación, de la más probable por realizar, a la menos posible de llevar a cabo.

→ *Integración de recursos*

Para tomar la decisión de cuáles ideas vamos a desarrollar como emprendimiento, debemos tomar en cuenta:

- Recursos físicos: con que contamos o necesitamos para desarrollar la idea, a saber, planta, maquinaria, terrenos, tecnología, etc.
- Recursos humanos: los conocimientos requeridos para desarrollar la idea existente, o hay que capacitar a las personas.
- Recursos financieros: se cuenta con los recursos económicos para llevar a cabo la idea. O hay alguna entidad financiera capaz de financiarnos la idea.

→ *Toma de decisión:*

En esta fase es en la cual una vez seleccionadas las ideas como buenos emprendimientos, se toma la decisión de cuáles desarrollar, en firme, como emprendimientos rurales.

→ *Perfil de la idea:*

Es una descripción de la idea, pero ahora dándole la estructura de proyecto. Es la descripción del producto o servicio que se va a ofrecer, precio, clientes, proveedores, fuentes de financiamiento, inversión, plan de mercadeo, estado de resultados, tipo de empresa, organización, entre otras.

La persona que instruye debe ejercitar a las personas participantes acerca del tipo de análisis que a continuación se describe, de manera que cada una de ellas, aplique los conceptos de una personalidad emprendedora en su propio medio rural.

Analizados los aspectos anteriores con respecto al entorno y a las ideas para desarrollar emprendimientos rurales, mostramos los siguientes instrumentos que van a facilitar este proceso de describir oportunidades de negocios en el medio rural y los encadenamientos, productos para integrarse a la actividad económica rural.



- Comportamiento de las actividades en la región:

ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN	ACTIVIDADES NUEVAS QUE SE DESARROLLAN EN LA REGIÓN
ACTIVIDADES DESAPARECIDAS EN LA REGIÓN	NUEVAS OPCIONES DE ACTIVIDADES POR DESARROLLAR EN LA REGIÓN

- Calidad de medios de comunicación en la región:

MEDIO	CONDICIÓN

- Calidad de servicios públicos de la región:

SERVICIO	CONDICIÓN

Gestión Municipal: 

- Plan de Desarrollo Local:

- Presupuesto Público:

- Participación Comunal:

- Proyectos Nuevos:

- Identificación de actores: 

AGENTES FINANCIEROS LOCALES.	ÓRGANOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DE PROTECCIÓN DEL AMBIENTE.	ÓRGANOS QUE OFRECEN APOYO TÉCNICO A LA REGIÓN.

- Identificación del área productiva de la región: 

ÁREA	PRODUCTO

- Identificación de áreas para conservación natural: 

ÁREA CONSERVACIÓN NATURAL	CARACTERÍSTICAS

- Identificación de organizaciones locales: 

ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD

- Situación socioeconómica de la región: 

RASGO	SITUACIÓN

- Las cinco principales actividades de la región: 

ACTIVIDAD	CONDICIÓN

Analizado el entorno con los instrumentos contenidos estamos preparados para formular la IDEA para llevar a cabo un negocio.

Ahora damos inicio partiendo de la IDEA, para recoger información que nos permita crear un emprendimiento rural.

Identificación de la IDEA:

Descripción:

- Integración de recursos necesarios para desarrollar la IDEA:

FÍSICOS		HUMANOS (CONOCIMIENTO)	
EXISTENTES	NUEVOS	EXISTENTES	NUEVOS

- Tipo de oportunidad:

Es importante una vez identificadas y descritas las ideas, que se pongan estas en oportunidades, de modo que se identifique el tipo de oportunidades a las cuales se refieren las ideas.

TIPO	DESCRIPCIÓN
Producto nuevo	
Servicio nuevo	
Producto sustituto	
Servicio sustituto	
Producto complementario	
Servicio complementario	
Productos competidores	
Servicios competidores	

- Necesidad de recursos económicos:

FINANCIEROS	
Propios	Externos

Aquí recordamos que es necesario que la idea tenga la posibilidad de desarrollarse como actividad económica en el medio rural, de ahí la importancia que tiene “el perfil de la idea” y los conceptos que la componen.

- Perfil de la IDEA:

ASPECTO	SÍ	NO
1. ¿Hay mercado para la idea?		
2. ¿Es posible definir cual es la clientela en que ha pensado?		
3. ¿Tiene identificados a los competidores?		
4. ¿Existe al menos una ventaja del nuevo producto o servicio en comparación con la competencia?		
5. ¿Conoce los precios de la competencia?		
6. ¿Sabe dónde está su clientela?		
7. ¿La clientela es suficiente para que el negocio sea sostenible?		
8. ¿Se sabe cómo vender el producto o servicio		
9. ¿Se cuenta con recursos para pagar los costos de venta del producto o servicio?		
10. ¿Es posible fijar un precio competitivo al producto o servicio y obtener ganancias?		

- Escoger cinco (5) necesidades y su oportunidad para el medio rural que se vayan a resolver con la IDEA.

NECESIDADES	OPORTUNIDADES

Una vez seleccionada la idea como se estudió anteriormente, es relevante formular ésta como PROYECTO, de modo que los instrumentos propuestos a continuación busquen dar inicio a la elaboración del PROYECTO, para desarrollar con éxito, una actividad económica en el medio rural.

- La idea seleccionada:



- Qué oportunidades se están aprovechando?

- ¿Cuáles necesidades se están satisfaciendo?

Sobre la empresa rural:

- Mi empresa se dedicará a:



- Se dirigirá a los siguientes tipos de clientela:

- ¿Cuáles son los productos o servicios que ofrece la competencia?

- ¿Cómo se encadena este Proyecto en el medio económico en el cual se va a desarrollar?

- ¿Qué tipo de alianzas es posible desarrollar con otras organizaciones, instituciones o empresas que permitan el auge de este tipo de negocio en el medio rural?

- El éxito de mi negocio se basa en:

- Mi experiencia en este tipo de negocios es:

- Mi producto o servicio tiene las siguientes características:

Mi producto o servicio se vende y es favorecido por las siguientes condiciones:



- En lo social:

- En lo económico:

- En lo ambiental:

- ¿Cuál es la clientela potencial del producto o servicio?

- Las personas consumidoras de mi producto o servicio tienen las siguientes características:

- Las ventajas de mi producto o servicio para la clientela potencial son:

A partir de aquí, es importante que los integrantes del emprendimiento hagan el esfuerzo para cuantificar las unidades físicas y monetarias que es posible vender en el medio rural como su proyecto. De modo que se conozca cuánto sabemos del negocio o cuánto necesitamos saber de este.

- Qué cantidad en unidades y unidades económicas consume la clientela de mi producto o servicio en un año?

- Cómo espera que se comporte el consumo del producto o servicio para los próximos cinco años?

Año	Producto o Servicio	Cantidad
20__	Producto Servicio	

- Mencione su competidor más importante en la región

- El precio de mi producto o servicio es:

- El precio de la competencia es:

- Mis ventajas y desventajas con respecto a mi competencia son:

VENTAJAS	DESVENTAJAS

2.2 LA IDEA COMO PROYECTO



Este apartado trata de identificar los insumos y productos fundamentales para que la idea tome forma de proyecto, de manera que podamos desarrollar un plan para su implementación en el medio rural.

OBJETIVO:

Dar los conceptos formales de la formulación de la idea como proyecto; identificando las variables fundamentales para cada proyecto en particular.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Definir qué es un proyecto y sus partes esenciales para la formulación.
- Identificar las variables endógenas y exógenas en la formulación del proyecto.
- Identificar a las personas beneficiarias en el medio rural.

→ ¿Qué es un proyecto?

Un proyecto se define con las siguientes características:

- Contempla complejas y numerosas actividades.
- Es singular: un conjunto de eventos que solo se presentan una vez.
- Es finito: con una fecha inicial y una final.
- Con recursos y presupuesto limitados.
- Interviene un grupo de personas, en diversas áreas funcionales de la organización.
- Sus actividades están en secuencia.
- Está orientado a objetivos.
- Debe dar como resultado, un producto o servicio final a la comunidad.

El proyecto contempla una serie de aspectos, a saber: actividades, objetivos, recursos, personas y resultados.

Los emprendimientos rurales deben ser planteados como PROYECTOS, con las características antes mencionadas, para que se garantice su éxito.

El proyecto debe contar con un OBJETIVO GENERAL. Este debe definir los propósitos del negocio en el medio rural en el cual se implementaría, sea este un producto o servicio. Más claramente, aquí tratamos de dar respuesta a las necesidades de la comunidad.

Posteriormente, definiremos OBJETIVOS ESPECIFICOS para orientar la consecución del objetivo general. O sea, el cómo logramos el objetivo general. Deben versar sobre el producto o servicio, sobre la calidad, sobre la clientela, sobre las personas beneficiarias y proveedoras, y otros.

Para desarrollar los aspectos conceptuales de este tema es fundamental el conocimiento del medio rural y sus actores, su naturaleza y relaciones, de modo que este sirva de ejercicio para entender el proceso de la idea como proyecto.

A partir del apartado anterior, es posible que cada persona haga su propio proyecto, de manera particular según las propias características de su medio rural y los participantes del negocio. Los instrumentos aquí propuestos facilitan la obtención de la información fundamental para lograr esta meta.



- Describa la empresa rural en sus propias palabras

- ¿Qué productos o servicios va a ofrecer?

- ¿Cuál es el objetivo general del emprendimiento rural nuevo por usted propuesto?

¿Cuáles son los objetivos específicos que lograrían alcanzar con el objetivo general.



- Sobre el producto o servicio:

- Sobre la calidad de ese producto o servicio.

- Sobre la clientela de ese producto o servicio.

- Sobre las personas beneficiarias del proyecto en la comunidad.

DIRECTAS	INDIRECTAS	OTROS

- Sobre las personas y las empresas proveedoras de materias primas o insumos necesarios para ofrecer el producto o servicio.

- Refiérase a otros aspectos que usted considere importantes como objetivo específico, que no esté contemplado anteriormente.

El proyecto se formula con datos obtenidos sobre la información de la idea, de ahí la importancia de recogerla para la elaboración del negocio en el medio rural.

- Nombre del negocio:



- Tipo de negocio (producto o servicio):

- Capital económico necesario para desarrollar el proyecto:

Conocimiento particular del negocio:

- Clientela:



- Precio:

- Proveedor:

- Personas beneficiarias con el proyecto:

- Describa las actividades necesarias para producir el producto o servicio.

- Identifique las actividades necesarias para vender el producto o servicio.

2.3 ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO EN EL MERCADO



Los elementos básicos de la mercadotecnia aplicada al medio rural es de mucha importancia para el éxito de la iniciativa de los emprendimientos.

OBJETIVO:

Integrar el proyecto “emprendimiento rural”, al mercado o medio en el cual se va a llevar a cabo todo el proceso comercial del producto o servicio ofrecido por la iniciativa económica (empresa rural).

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Destacar la aplicación de los principios de mercadotecnia a la iniciativa económica en el medio rural.
- Reconocer la importancia de ubicar la cadena productiva a la cual pertenece la iniciativa en el mercado local y regional.
- Reconocer las partes de un plan de mercadeo para promover y publicitar el producto o servicio ofrecido en el medio rural.

Mercadotecnia es la actividad necesaria para lograr la magia del producto o servicio ofrecido y de las personas consumidoras.

¿Qué entendemos por mercadotecnia?

Es la actividad necesaria para lograr la magia del producto o servicio ofrecido y de su consumidor o clientela.

El producto o servicio debe de ser capaz de satisfacer las necesidades para la cual fue ofrecido.

El usuario o clientela es aquella persona, organización o institución que adquiere el producto o servicio con el propósito de cubrir sus necesidades.

→ LA CADENA PRODUCTIVA

Entendemos por cadena productiva a las diferentes fases o procesos por el cual pasa el producto o servicio desde su proceso inicial (producción), su transformación y luego como se coloca en el mercado para ser adquirido por la clientela de este producto o servicio en el medio rural o regional.

Para tal propósito es fundamental conocer :

¿Quién produce el producto o servicio?
 ¿Quién comercializa el producto o servicio?
 ¿Quién lleva el producto o servicio al mercado?
 ¿Quién es la clientela o usuario del producto o servicio?

Es muy importante describir cuáles son los agentes (actores) que participan en la cadena desde la producción del producto o servicio hasta que llegue a la persona que consume y de qué manera usa ésta el producto o servicio adquirido.

De ahí que sea fundamental definir:

Producto

Corresponde a las características de empaque, tamaño, etiquetado, formulación, marca, etc.

Servicio

Descripción detallada del servicio que se ofrece.

Precio

Este debe ser competitivo o sea que pueda ser adquirido por la clientela y ésta lo valore adecuadamente con su uso y en su precio. El precio debe permitir cubrir los costos y gastos que se incurren en su proceso productivo y otros.

La cadena productiva contempla:

- *Producto o servicio*
- *Precio*
- *Distribución*
- *Promoción*

Distribución

Es necesario asegurarse cómo le llega el producto o servicio a la clientela o usuario. Hay que hacer una elección que permita que estos obtengan el producto o servicio. Las opciones son:

- a. De la persona que produce directamente a la que consume.
- b. De la persona que produce a la que intermedia y de esta a la que consume.
- c. De la persona que produce a la mayorista y de esta a la que intermedia y de esta a la que consume.

Este proceso de distribución se debe apoyar en la descripción que se hizo anteriormente de cadena productiva para el producto o servicio.

Promoción

Proceso por el cual damos a conocer el producto o servicio, usos y cualidades de este. Con este propósito es necesario usar la publicidad y la propaganda. Los cuales para un producto o servicio de un emprendimiento rural deben ser muy creativos e innovadores y de bajo costo.

Usar medios de comunicación colectiva como periódicos locales, emisoras de radio, boletines, mantas, panfletos, etc., apoya en gran medida este proceso.

Asimismo podemos usar algunas formas de propaganda como descuentos, docenas de trece, precio al detalle, precio mayorista, obsequios, sorteos y otros; así como concesión de crédito.

La publicidad y propaganda de los productos y servicios en el medio rural deben ser:

- *Creativas*
- *Innovadoras*
- *De bajo costo*

Los instrumentos que a continuación se proponen van a facilitar el conocimiento sobre el mercado y sus participante para así generar con mayor posibilidad de éxito el emprendimiento rural.

- Describa los agentes comerciales más importantes en el medio rural, en el cual se inserta la iniciativa del emprendimiento rural. 

AGENTES COMERCIALES	DESCRIPCIÓN

- Cuáles son las principales actividades económicas desarrolladas en el medio rural y su cadena productiva? 

ACTIVIDADES	CADENA PRODUCTIVA

- Qué forma de distribución usa la competencia del producto o servicio propuesto? 

- Describa el producto o servicio de la competencia que aporte los siguientes aspectos:

ASPECTOS	DESCRIPCIÓN
Producto:	
Servicio:	
Precio:	
Distribución:	
Promoción:	
Publicidad	
Propaganda	

- Mencione los medios de comunicación colectiva que se encuentran en el medio rural.

Televisivos

Prensa escrita

Radiofónicos

Impresos

Revistas

Telefónicos

Otros

Para cada iniciativa de emprendimiento es muy importante conocer los aspectos del mercado y sus relaciones, de ahí que los datos obtenidos con los siguientes instrumentos provocan esto.

- Definir el producto o servicio:



- Establecer los usos del producto o servicio:



- Definir la persona consumidora del producto o servicio:



Definir la presentación del producto o servicio:



PRODUCTO

SERVICIO

Tamaño:

Cantidad de servicios ofrecidos:

Envase:

Capacidad instalada para dar buen servicio:

Empaque:

Cantidad de opciones del servicio:

Etiqueta:

Horario en el cual se ofrece el servicio:

Formulación:

Promoción del servicio a través de agencias:

Marca:

Nombre o marca del servicio:

- Caracterizar la cadena productiva a la que pertenece el producto o servicio



- Establecer los medios por los cuales promocionaría y se haría publicidad al producto o servicio.



MEDIO	CARACTERÍSTICAS

- Definir los tipos de publicidad y de promociones que se utilizarán.



TIPO PUBLICIDAD	TIPO DE PROMOCIÓN

Módulo 3.

Diseñemos el plan de negocios

Objetivo

Definir a partir de la idea de emprendimiento, los componentes de establecimiento y desarrollo del negocio en términos de la estructura organizacional y estrategia, la planificación del recurso humano, la gestión de mercadeo, su economía de producción y la contabilidad y finanzas.

3.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL Y LA ESTRATEGIA



Los fundamentos de administración son la base para conducir y comunicar las diferentes áreas de acción del emprendimiento rural. Una buena administración es garantía de usar los recursos económicos, materiales y humanos de una forma racional y efectiva.

OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar el proceso administrativo en sus componentes: planear, organizar, dirigir y controlar para un emprendimiento rural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar la integración de la persona emprendedora como administradora del negocio rural y sus planes estratégicos.
- Analizar los fundamentos de una estrategia para el emprendimiento rural con todos sus alcances.
- Identificar los diferentes tipos de organizaciones según las necesidades del emprendimiento rural.

¿Por qué es necesario administrar?

Los desafíos del mundo moderno hacen necesario que toda actividad económica sea administrada en forma científica, o sea que se apliquen los fundamentos de la administración: *planear, organizar, dirigir y controlar*, de modo que se garantice el uso eficiente y eficaz de los recursos disponibles, con el objeto de alcanzar las metas propuestas.

El proceso administrativo se fundamenta en:

- *Planear*
- *Organizar*
- *Dirigir*
- *Controlar*

Los emprendimientos rurales no se eximen por tanto del proceso de administración, sean éstos negocios pequeños o familiares dentro del medio rural.

Las ventajas de llevar un proceso de administración para los emprendimientos rurales son:

- Conocer cuáles son los planes de desarrollo futuro del negocio en el medio rural.
- Conocer los agentes o actores que interactúan con el negocio en el medio rural.
- Interactuar con las diferentes organizaciones que realizan actividades en el medio rural:
 - bancos, municipios, intermediarios, compradores, vendedores, instituciones gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, otras.
- Conocer cómo actúa la competencia.
- Poder hacer cambios en los planes de mediano y largo plazo.
- Tomar decisiones con algún grado de certeza.
- Poder tomar control sobre el proceso de administración.

¿Qué es planear?

Planear es:

Preveer cuáles serán los resultados a futuro del emprendimiento rural.

Planear es preveer cuáles serán los resultados del emprendimiento rural. Los resultados tienen dos caras de una misma moneda, a saber:

- a. El logro de los objetivos por el cual fue creado el emprendimiento rural:
 - en lo social
 - en lo económico
 - en lo ambiental
- b. El logro de las metas planteadas por el emprendimiento.
 - Ganancias
 - Nivel de ventas
 - Calidad de vida de las personas beneficiarias

- Generación de empleo
- Uso de recursos del medio rural
- Otros

¿Qué es organizar?

Organizar es la forma cómo hacemos las actividades para lograr el producto y servicio que ofrecemos a la comunidad del medio rural.

Para el caso de los emprendimientos rurales es fundamental conservar el núcleo que generó la idea y que la llevaron hasta PROYECTO. Esto hace pensar en que es fundamental en primera instancia determinar desde el punto de vista jurídico el tipo de organización:

- Sociedad Anónima
- Asociación de la comunidad
- Empresa de hecho
- Otras formas

Luego, es necesario organizarse para realizar las actividades propias del emprendimiento, para los casos de pequeños negocios rurales, esta organización está enfocada al producto o servicio que se ofrece, esto quiere decir que las actividades se llevarán a cabo en función del producto o servicio.

La *estructura organizacional* por tanto es básica, o sea responderá a las actividades propias para ofrecer el producto o servicio propuesto.

Es de suma importancia desarrollar los fundamentos de LIDERAZGO, para poder sacar adelante el emprendimiento.

¿Quién es líder?

Es aquella persona capaz de causar en los demás la sensación de confianza y conocer cuáles son los resultados que se esperan del grupo que está a cargo de esta.

¿Qué es dirigir?

Dirigir es no sólo saber quién es responsable de las actividades, sino también quién tiene la autoridad sobre los colaboradores.

Organizar:

Es la forma cómo se hacen las actividades para lograr el producto o servicio ofrecido.

Líder:

Es la persona capaz de organizar la forma de como hacer las actividades para lograr el producto final.

Para poder dirigir actividades es fundamental tener normas y procedimientos para llevarlas a cabo y para lograr el resultado final, como producto o servicio.

El control permite tomar decisiones oportunas, según los cambios a lo interno de la organización y en su entorno.

¿Qué es controlar?

Es el mecanismo que hace posible corregir los errores u olvidos que se están cometiendo en el proceso de las actividades planeadas para lograr el producto o servicio. Va a permitir evaluar los resultados obtenidos. Además, este proceso es fundamental para tomar decisiones oportunas, según los cambios que se están sucediendo tanto en lo interno como en el entorno de la organización y que la están afectando.

Una vez puestos de acuerdo sobre el modo de cómo el emprendimiento rural se administra, viene la estrategia, o sea, la forma particular de cómo el emprendimiento va a hacer frente a la competencia, va llegar al consumidor y va a transar con su proveedor. Además, cuál será su actitud con respecto al medio ambiente.

¿Qué es la estrategia?

La *estrategia* se establece como un proceso dentro del proceso administrativo ya estudiado anteriormente en este mismo módulo, a saber: planear, organizar, dirigir y controlar. De modo que la estrategia permita identificar las ventajas del producto o servicio ofrecido con respecto a la competencia y llegarle a la clientela satisfaciendo sus necesidades.

La estrategia está compuesta de objetivos estratégicos por áreas, acciones con tal propósito, responsables y resultados obtenidos

Parte de la estrategia es, conocer a través de un diagnóstico FO-DA, qué aspectos internos y externos afectarán la iniciativa del emprendimiento rural.

A continuación se definen estos conceptos:

Fortalezas.

Son aquellos elementos o aspectos favorables dentro del emprendimiento rural, como recursos económicos, humanos y materiales, disponibles para llevar a cabo el emprendimiento con éxito.

Estrategia:

Es establecer las ventajas sobre la competencia, aprovechando las oportunidades existentes en el medio rural y las fortalezas del emprendimiento en un momento dado.

Oportunidades.

Son aquellos elementos o aspectos que se localizan en el medio ambiente y que la persona emprendedora debe aprovechar y no puede variar; para formular la estrategia, como leyes, regulaciones, políticas, sociales, regionales, ambiente y otros.

Debilidades.

Son aquellos elementos o aspectos desfavorables en el emprendimiento rural, como recursos económicos, humanos y materiales que, de alguna manera, ponen en peligro el desarrollo del emprendimiento.

Amenazas.

Son aquellos elementos o aspectos que se ubican en el medio ambiente y que atentan el desarrollo del emprendimiento. La persona emprendedora debe tener la capacidad para eludirlos, dado que no tiene control sobre éstos, como competencia, proveedores, materias primas, medio ambiente, regulaciones, manejo de desechos sólidos, zonas de amortiguamiento, áreas protegidas y otros.

Una vez analizado este entorno con sus componentes de Oportunidades, Fortalezas, Amenazas y Debilidades el emprendimiento debe establecer un proceso estratégico para potenciar las Oportunidades y Fortalezas que permitan mitigar el efecto de las Amenazas y Debilidades

Para iniciar este proceso es menester establecer una Visión y Misión de su emprendimiento que permita motivar su accionar en el medio rural y, de alguna manera, marque el rumbo de este.

Visión

La redacción de la visión debe contener tres factores fundamentales:

- El propósito o razón de su emprendimiento rural.
- La imagen del futuro de ese emprendimiento.
- Los principios y valores fundamentales del emprendimiento.

Una vez establecida la visión del emprendimiento rural, es muy importante la creación de la misión del mismo.

Visión

Se fundamenta en tres aspectos:

- *El propósito del emprendimiento.*
- *La imagen futura del emprendimiento.*
- *Principios y valores del emprendimiento.*

Misión

La misión es la declaratoria por escrito de los propósitos del emprendimiento rural, desarrollados para inspirar a las personas empleadas o emprendedoras a comprometerse con la VISIÓN.

La declaración de la misión debe contener la respuesta a la siguientes preguntas:

¿Quiénes somos?
 ¿Qué hacemos?
 ¿Para qué lo hacemos?
 ¿Porqué lo hacemos?

Con estos aspectos se está capturando *la razón de ser* del emprendimiento.

Objetivos estratégicos

Los objetivos estratégicos deben:

- *estar relacionados a los resultados esperados del emprendimiento.*
- *por áreas claves del emprendimiento.*
- *por un tiempo mayor a un año.*

Para los emprendimientos rurales donde, con antelación, se definió una estructura organizacional basada en el producto o servicio, los objetivos estratégicos también se van a establecer bajo este mismo criterio, o sea organizar una empresa en divisiones que reúnan a las personas involucradas en el tipo de producto o servicio. Los objetivos estratégicos deben estar relacionados directamente con los resultados esperados por el emprendimiento rural.

Los objetivos deberán ser:

- redactados en forma clara y sencilla.
- medibles y comparables con los resultados esperados.
- identificar el área del negocio a la cual se refieren.

Una vez conocidos los objetivos estratégicos se deben establecer acciones que permitan llevarlos a cabo en el tiempo para el cual se establecieron.

Acciones

Son todas las actividades y procedimiento que permiten el logro de los objetivos estratégicos establecidos. De ahí que sea muy importante el nombrar responsables para el cumplimiento de las acciones que a la postre, darán como resultado la obtención de los objetivos estratégicos.

Para poder desarrollar los conceptos sobre la estructura organizacional y la estratégica, es fundamental tener un ejemplo de una organización del medio rural, e ir descubriendo en esta cada uno de los aspectos referidos al proceso administrativo y el plantear estrategias conociendo los resultados del análisis FODA, objetivos estratégicos, acciones y otros elementos que permitan consolidar este proceso en las personas participantes. Cada instrumento requiere una amplia participación en su construcción, trabajo en equipo y compromiso en los conocimientos para elaborar el emprendimiento.

Escoja una empresa del medio rural para aplicar el proceso administrativo:



- Nombre de la empresa

- Actividad a la que se dedica

- Antecedentes de la empresa

- Objetivos principales de la empresa

- Proceso administrativo de la empresa

¿QUÉ SE?			
PLANEA	ORGANIZA	DIRIGE	CONTROLA

- Desarrolle un análisis FODA para la empresa en estudio: 

Oportunidades	Amenazas		
Fortalezas	Debilidades		

Observaciones:

- Qué estrategia sigue la empresa en estudio? 

Identifique:

Visión

Misión

Objetivos estratégicos

Acciones

Los emprendimientos rurales al igual que cualquier otra actividad económica requieren de una estructura organizacional, estrategia y acciones, además de personas responsables para poder desarrollar con éxito este negocio. De ahí la importancia que el equipo de cada emprendimiento disponga de los recursos humanos, materiales y económicos para elaborar los instrumentos que le permitirá establecer su negocio en el medio rural.

Para cada emprendimiento es fundamental realizar el mismo ejercicio desarrollado en los instrumentos de aplicación de la estructura organizacional y estrategia.

- Identifique el tipo de empresa que va a ser el emprendimiento rural:



<input type="checkbox"/> Sociedad Anónima	<input type="checkbox"/> Asociación
<input type="checkbox"/> Fundación	<input type="checkbox"/> Cooperativa
<input type="checkbox"/> Otra: _____	

Para poder establecer la estructura organizacional del emprendimiento, se parte de las actividades que va a desarrollar el emprendimiento, esto porque la estructura se basa en el producto o servicio por ofrecer. De modo que, conocer las actividades a la que se dedicará el negocio permitirá crear la estructura de ella.

- Indique la actividad a la que se dedicará.

- Identifique los conocimientos que se tienen del negocio para dar cabida al emprendimiento rural.

- Establezca los objetivos principales del emprendimiento.

Aquí se da inicio al proceso administrativo, estrategia, acciones y personas responsables para llevar a cabo el emprendimiento rural. Los instrumentos propuestos permiten recabar información particular del emprendimiento rural según sus actividades y locación en la cual se desarrolla.

- Establezca el proceso administrativo del emprendimiento.



OBJETIVOS PRINCIPALES DEL PROCESO ADMINISTRATIVO A:			
PLANEAR	ORGANIZAR	DIRIGIR	CONTROLAR

Es necesario recordar el proceso de cómo el diagnóstico FODA facilita el análisis de las variables internas y externas que afectan al emprendimiento de forma positiva o negativa según su relación con el entorno.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FORTALEZAS	DEBILIDADES

- Determine para el emprendimiento rural la:

Visión

Misión

Objetivos estratégicos por áreas:



AREA	OBJETIVO ESTRATÉGICO

Acciones por áreas:

ÁREAS	ACCIONES	RESPONSABLES

El siguiente cuadro permite integrar los componentes de la estrategia, de manera que se pueda establecer un control sobre este proceso.



Control

OBJETIVO ESTRATÉGICO	ACCIÓN	RESPONSABLE	RESULTADO OBTENIDO

- Plan de Mejoras:

Pretende volver al proceso administrativo para realimentar el proceso. Este es un proceso de mejora continuo, fundamental.

3.2 PLANIFICACIÓN DEL RECURSO HUMANO



El *Capital Humano* es el centro del desarrollo rural, de ahí su importancia dentro del proceso de la generación de los emprendimientos rurales.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar el verdadero potencial del recurso humano del medio rural y el desafío que significa la iniciativa de emprendimientos rurales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar la importancia de desarrollar habilidades en beneficio de cada individuo en el medio rural a través del proceso de capacitación en el trabajo.
- Destacar la cultura de la productividad en beneficio personal de cada persona dentro de los emprendimientos y la comunidad.
- Reconocer la necesidad de planear el desarrollo integral de la persona en el medio rural a través de los emprendimientos en favor del desarrollo rural sostenible.

El medio rural se caracteriza por tener una mano de obra conocedora del medio. Esto hace que exista un gran potencial a la hora de desarrollar las actividades económicas en el medio rural.

Por supuesto hablamos de entrenamiento del Recurso Humano para realizar labores sistematizadas y planeadas con antelación.

Es fundamental tener presente que los recursos humanos deben someterse por un proceso de PLANIFICACIÓN.

El capital humano, es el generador de los emprendimientos rurales y el desarrollo del medio rural.

→ *¿Qué significa planificar el recurso humano?*

La planificación del recurso humano es el proceso mediante el cual el emprendimiento se asegura las personas empleadas en número y capacidades que son idóneas para completar las tareas que ayudan a la organización a cumplir sus objetivos generales. Es fundamental además, que la organización permita que cada persona alcance su desarrollo integral, considerando la satisfacción de sus necesidades básicas.

De ahí que sea imperativo desarrollar un programa dentro de cada iniciativa de emprendimiento para desarrollar las potencialidades de cada uno de las personas del emprendimiento rural. Por tanto, es fundamental:

La equidad	Igualdad de acceso a tareas y responsabilidades.
Justicia	Respeto a la vida humana y sus derechos humanos.
Salario justo	Establecer una remuneración adecuada para cada persona que trabaja dentro del emprendimiento rural.
Estabilidad	Asegurar en todo lo que sea posible empleo permanente y sus respectivos ingresos.
Seguridad laboral	Proporcionar los equipos e implementos indispensables para salvaguardar la salud de las personas.
Igualdad real	Igualdad de oportunidades para todos los habitantes del medio rural (mujeres, hombres, jóvenes, discapacitados, adultos mayores, etnias, etc).
Entrenamiento	Las personas que trabajan deben ser entrenadas e instruidas en sus labores, para lograr su máxima productividad.
Derechos laborales	Las personas que trabajan deben estar protegidas en sus labores por sus garantías sociales y de salud ocupacional, seguro social, póliza de riesgos laborales y otras.

Para desarrollar el verdadero potencial del recurso humano es importante que este se integre al trabajo en equipo para lograr los objetivos del emprendimiento.

¿Qué significa el trabajo en equipo?

Un grupo de personas en busca de alcanzar un objetivo común. De ahí que es importante destacar en cada uno:

- El compromiso con el grupo y las ideas.
- El esfuerzo individual en favor del grupo.
- El interés particular compartido por el grupo.
- El aporte de ideas y soluciones a problemas del grupo.
- Que dos cabezas piensan mejor que una.
- Que juntos lo vamos a lograr.

El emprendimiento debe hacer una selección de las personas de la comunidad aptas para integrar este. Es necesario evaluar los puntos anteriores para considerar la participación de cada persona en la iniciativa. Además se debe saber:

- ¿En qué actividades apoyaría?
- ¿Qué conocimientos tiene de la actividad en la cual va a laborar?
- ¿En qué ha trabajado anteriormente?
- ¿Qué capacitación ha recibido?

Analizando los conceptos en este apartado referidos al recurso humano y su participación en los emprendimientos, vamos a explorar el medio rural para tomar información sobre algunos de estos aspectos, de manera que cada emprendimiento tenga elementos para formar su equipo de trabajo

- ¿Qué instituciones públicas o privadas brindan servicios de educación no formal en el medio rural? 

INSTITUCIÓN	SERVICIO EDUCATIVO

- ¿Cuál es en promedio el nivel de escolaridad de la comunidad rural? 

COMUNIDAD	NIVEL DE ESCOLARIDAD
Mujeres	
Hombres	
Jóvenes	
Adultos mayores	
Discapacitados	
Etnias	

- Identifique los líderes en el medio rural capaces de llevar a cabo una iniciativa de emprendimiento rural? 

NOMBRE	EDAD	OCUPACIÓN	ESCOLARIDAD

- ¿Qué organizaciones no gubernamentales en el medio rural pueden prestar ayuda en la formación del recurso humano para procesos de emprendimiento? 

ORGANIZACIÓN	ACTIVIDADES A LA QUE SE DEDICA EN EL MEDIO RURAL

- ¿Qué tipo de personas u organizaciones comunales existen en el medio rural, capaces de contribuir en el fortalecimiento del recurso humano para procesos de emprendimiento? 

PERSONA U ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD

Los instrumentos que a continuación se proponen tratan de recabar la información necesaria para formar el equipo de trabajo de los emprendimientos rurales y la relación con el recurso humano que la van a formar. Los emprendimientos deben contar con su propio personal que colaboren en su desarrollo en el medio rural.

- ¿Según las actividades que va a desarrollar por el emprendimiento, qué tipo de trabajadores requiere?



ESPECIALIZADOS	OBREROS	TÉCNICOS	OTROS

- Identifique para qué tareas se requieren:



TAREAS	MUJERES	HOMBRES	JÓVENES
Administrativas			
Contables			
Productivas			
Ventas			
Empaque			
Otras			

- ¿Cuál es la escala salarial de los diferentes puestos en el medio rural?



PUESTO	SALARIO	JORNADA

Analizando el recurso humano del medio rural, es posible que cada emprendimiento integre su equipo de trabajo para llevar a cabo los objetivos del mismo.

- ¿Qué tipo de trabajadores requiere el emprendimiento?



TIPO	CARACTERÍSTICAS
Permanentes	
Temporales	
Ocasionales	

- ¿Qué conocimientos requieren dominar las personas del equipo del emprendimiento?



CONOCIMIENTOS			
GENERALES	ESPECÍFICOS	TÉCNICOS	OTROS

- Detalle el equipo de trabajo del emprendimiento y sus labores.



NOMBRE	PUESTO	CONOCIMIENTOS	LABORES POR DESEMPEÑAR

3.3 COMPONENTES DEL ÁREA DE MERCADEO



Los productos y servicios que se ofrecen en el mercado, para que sean consumidos es necesario promocionarlos a través de la publicidad. La publicidad es el medio por el cual se persuade al consumidor sobre el producto o servicio, sus usos y en qué lugares se puede adquirir.

De aquí que sea fundamental entender los siguientes conceptos:

- Medios de comunicación colectivos de la comunidad rural y la región.
- Características generales del consumidor del medio rural.
- Características y usos que tiene el producto o servicio, según las características del consumidor.

OBJETIVO GENERAL:

Crear una estrategia de promoción que permita persuadir al consumidor del medio rural sobre las bondades del producto o servicio, el cual encontrará en el medio rural.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar las características generales de la clientela a la cual va dirigido el producto o servicio.
- Identificar los medios de comunicación colectivos que pueden ser el medio efectivo para dar a conocer el producto o servicio.
- Reconocer la importancia de plantear una estrategia publicitaria y su costo, en aras de provocar las ventas esperadas por el emprendimiento rural.

¿QUÉ ES EL MERCADO?

Es el medio en el cual las personas que compran y venden intercambian sus intenciones, a saber:

- Satisfacer una necesidad (comprador).
- Ofrecer un producto o servicio con ese propósito (vendedor).

Esto se logra a través de la promoción del producto o servicio mediante:

Publicidad Y Propaganda

Damos inicio al tema de la publicidad y propaganda mencionando el precio como el punto de partida del análisis del mercado y las acciones que debe realizar todo emprendimiento en el campo de la PROMOCIÓN; por ser este el factor más importante que afecta la demanda de un producto o servicio.

¿QUÉ ES EL PRECIO?

Para efecto de mercado es el justo valor en el cual la persona que compra está dispuesto a adquirir el producto o servicio.

→ *Ahora veamos qué entendemos por PUBLICIDAD:*

Es la forma de persuadir a la clientela sobre la existencia de nuestro producto o servicio, usos y lugares comerciales en los cuales se puede adquirir.

→ *Igualmente definamos el significado de la PROPAGANDA:*

Esta se refiere al mecanismo por el cual se motiva o induce a la clientela a adquirir el producto o servicio. Más conocido como gancho. Estos pueden ser:

Publicidad:

Medio por el cual la clientela conoce sobre el producto o servicio y sus usos, y donde comprarlos.

- | | |
|--|-------------------------|
| • Descuento por comprar cierta cantidad. | • Precio de detallista. |
| • Pago en efectivo. | • Rifas. |
| • Precio de mayorista. | • Sorteos. |
| | • Ferias y otros. |

¿QUÉ ENTENDEMOS POR CLIENTELA?

Es aquella persona u organización a las cuales va dirigido el producto o servicio ofrecido en el medio rural.

A continuación presentamos una serie de instrumentos que facilitarán la obtención de información atinente a la existencia de medios de promoción para los productos o servicios en el medio rural.

- Describa los medios de comunicación colectiva que actúan en el medio rural? 

- En el caso que exista periódico local, mencione las tarifas. 

ESPACIO	TARIFA
Una página	
Media página	
Un cuarto de página	
Otro	

- En el caso de que haya radioemisora local, mencione las tarifas. 

PROGRAMA RADIAL	TARIFA

- En caso que haya imprenta local, mencione las tarifas por confeccionar: 

MEDIO	TARIFA	CANTIDAD
Volantes		
Carteles		
Panfletos		
Otros		

- Mencione otros medios de comunicación que existan en el medio rural no mencionados y sus costos. 

MEDIO	COSTO

- ¿Cuáles son las características generales de la clientela del medio rural? 

Los instrumentos que a continuación se presentan tienen como propósito recoger información relevante para cada emprendimiento rural en su afán por posicionarse en el mercado a través de publicidad, propaganda y otros.

Para cada emprendimiento es menester establecer las condiciones particulares del producto o servicio ofrecido y cómo hacer para que la clientela lo adquiera.

- ¿Cuál es la clientela a la cual va dirigido nuestros productos o servicios?



- ¿Cuáles medios de comunicación colectiva serán empleados por el emprendimiento para persuadir a la clientela sobre el producto o servicio?



MEDIO	TARIFA	CANTIDAD

- ¿Cuáles son las características específicas del producto o servicio que ofrece el emprendimiento?



- ¿Cuál es el precio del producto o servicio?



- Establezca un pronóstico del posible comportamiento de las ventas en los 12 meses siguientes.



CLIENTES	CANTIDAD	INGRESOS ESPERADOS
		INGRESO TOTAL:

- Establezca un pronóstico de los costos de publicidad del producto o servicio.



MEDIO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO
			Costo total:

Comentarios:

- ¿Cuáles promociones van a usar y qué costo tienen?



PROMOCIÓN	CANTIDAD	COSTO
		Costo total

Comentarios:

- Indague sobre la estrategia que usa la competencia para su producto o servicio.



ASPECTO	ESTRATEGIA	CALIFICACIÓN*
Publicidad		
Eslogan		
Marca		
Promoción		
Precio		
Clientela		

* Bueno, regular o malo

- Plan de mercadeo para el emprendimiento.



ASPECTO	ESTRATEGIA	CALIFICACIÓN*
Publicidad		
Eslogan		
Marca		
Promoción		
Precio		
Clientela		

* Bueno, regular o malo

3.4 ECONOMÍA DE LA PRODUCCIÓN



Cada actividad económica en el medio rural tiene en su composición un proceso muy importante, el cual es: LA PRODUCCIÓN, sea el emprendimiento de un producto o servicio ofertado en el medio rural.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar las condiciones del medio rural en el cual se llevará a cabo un proceso productivo, sea este un producto o servicio y sus implicaciones económicas, sociales y ambientales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Caracterizar las necesidades de materia prima, insumos, servicios, etc, costos que involucran un proceso productivo en el medio rural.
- Reconocer los costos que conlleva la transformación de insumos o materia prima en el proceso productivo.
- Clasificar los costos y los gastos que generan la actividad productiva y su proceso para los emprendimientos rurales, sean estos productos o servicios.

¿Qué producir?

¿Cuántos producir?

¿Cómo producir?

¿Qué es el proceso productivo?

Se refiere a la transformación o agregar valor a un producto o servicio, en el cual es necesario involucrar gastos y costos en el proceso.

¿Qué son costos de producción?

Son aquellos gastos que de forma directa afectan el proceso de transformación o valor agregado a un producto o servicio.

Ahora pasamos a los conceptos de costos y gastos de producción, es importante aclarar que se usa el término de costos para referirse a los egresos relativos al costo de producción, o sea, a los desembolsos que efectúan de forma directa la producción de un producto o servicio. El uso del término gasto es más común encontrarlo cuando se hace referencia a aspectos propios de la operación del negocio, como: gastos de arrendamiento, gastos administrativos, gastos por servicios públicos, etc.

Los costos de producción se pueden clasificar en:

- Materia prima.
- Mano de obra directa.
- Gastos de producción: agua, suministros, herramientas, alquileres, materiales varios.

Gastos relativos a la producción:

Son aquellos gastos relacionados con la producción: pero no van a formar, de alguna manera, factor directo a la cantidad de unidades producidas, como:

- Publicidad
- Propaganda
- Comisión de ventas
- Otros

Proceso productivo:

Este está formado por una serie de actividades que tienen como propósito obtener un producto o servicio disponible para la venta.

Cadena de valor:

La cadena de valor está compuesta por todos los costos y gastos que hacen posible poner en el mercado un producto o servicio que llene las necesidades de una clientela.

La cadena de valor podemos entenderla como el valor agregado que le añadimos al producto o servicio para satisfacer la necesidad de la clientela. De ahí que la cadena de valor tenga aspectos principales, indirectos y periféricos.

Costos de producción:

Gastos y costos involucrados de forma directa en la transformación del producto o servicio.

Los aspectos principales o directos lo componen:

- Materia prima
- Mano de Obra Directa
- Gastos de producción
- Insumos usados directamente en el proceso productivo del producto o servicio.

Los aspectos indirectos son:

- Publicidad
- Descuentos
- Rifas
- Propaganda

Los aspectos periféricos:

Son todos aquellos gastos en la operación de la empresa que se relacionan con el producto pero no tienen las características de los aspectos anteriores, pueden ser:

- Gastos de relaciones públicas
- Gastos discrecionales
- Obsequios a clientes

El conocer los costos y gastos y su relación con la cadena de valor permite tomar decisiones en virtud de la calidad, la competitividad y la productividad como estrategias fundamentales para el éxito del emprendimiento.

Punto de equilibrio

Es el nivel de producción en el cual los ingresos totales provenientes de las ventas son iguales a los costos totales en un momento dado.

$$IT = CT \quad \text{dónde:}$$

IT = Ingresos totales

CT = Costos totales

$$PE = CF / Pu - CVu \quad \Rightarrow \quad IT = CT$$

Donde: PE = Punto de Equilibrio
 CF = Gastos de Operación
 CVu = Costo del proceso por unidad
 Pu = Precio unitario

La producción debe superar el punto de equilibrio para obtener GANANCIAS.

Para ilustrar el cálculo del punto de equilibrio se presenta el siguiente ejercicio.

$$PE = ? \quad PE = \frac{CF}{Pu - CVu}$$

$$CF = \$50.000$$

$$PE = \frac{50.000}{8.00 - 4.00}$$

$$Pu = \$8.00$$

$$PE = \frac{50.000}{4.00}$$

$$CVu = \$4.00$$

$$PE = 12.500 \text{ unidades}$$

Las 12.500 unidades de producto o servicio da un nivel de producción en el cual los INGRESOS TOTALES = COSTOS TOTALES.

Punto de equilibrio:

Donde los ingresos totales del emprendimiento son iguales a los costos y gastos en un momento dado.

donde:

ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos por ventas

$$12.500 \text{ u} * \$8.00 = \$100.000$$

Costos variables total

$$12.500 \text{ u} * \$8.00 = \underline{\$ 50.000}$$

Utilidad bruta = \$ 50.000

Gastos de operación = \$ 50.000

Ganancia = 0

Por tanto es necesario producir por encima de 12.500 unidades para obtener ganancias

A partir de los instrumentos propuestos a continuación se obtendrán datos sobre los componentes que originan los costos de producción y los diferentes gastos de operación para los emprendimientos.

- Ubique y clasifique los principales proveedores de materias primas de la región: 

EMPRESA / PERSONA	MATERIAS PRIMAS	CALIFICACIÓN

- Indague la existencia de mano de obra disponible en la región. 

MUJERES	HOMBRES	JÓVENES	ETNIAS

- Tipos de materias primas propias de la región: 

Si los emprendimientos producen desechos sólidos, es importante conocer quiénes son los responsables de su manejo y cómo afectan estos los costos y gastos de los emprendimientos.

- Tipo de manejo de desechos y su costo. /

TIPO DE MANEJO DE DESECHO	COSTO

- ¿Cuál es la participación del gobierno local en el ordenamiento de las actividades económicas y de las de conservación natural? /

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	CONSERVACIÓN NATURAL

- ¿Qué organizaciones de la región pueden capacitar la mano de obra? /

ORGANIZACIÓN	ACTIVIDAD

A continuación, los instrumentos propuestos tratan de recabar la información relevante en el proceso productivo del emprendimiento. Se parte del conocimiento que se tiene sobre la demanda por el producto o servicio.

Los emprendimientos deben basar sus fundamentos de éxito en la demanda de una necesidad no satisfecha en el medio rural. Esto ha sido planteado con anterioridad; sin embargo es menester recordarlo.

- Estime la demanda en unidades físicas y monetarias del producto o servicio para los primeros doce meses de operación.



MES	UNIDADES FÍSICAS	UNIDADES MONETARIAS
ENERO		
FEBRERO		
MARZO		
ABRIL		
MAYO		
JUNIO		
JULIO		
AGOSTO		
SETIEMBRE		
OCTUBRE		
NOVIEMBRE		
DICIEMBRE		
TOTAL		



- Con base en la estimación anterior es necesario conocer los gastos y costos involucrados en el proceso productivo por 12 meses.

RUBRO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
GASTOS DIRECTOS													
MANO DE OBRA DIRECTA													
MATERIA PRIMA													
GASTOS DE PRODUCCIÓN													
GASTOS DE OPERACIÓN													
SALARIO ADMINISTRACIÓN													
ALQUILER													
SERVICIOS PÚBLICOS													
PATENTES													
OTROS													
TOTAL													

- Resumen de la actividad a 12 meses.



RUBRO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Proyección de Ventas													
Unidades Vendidas													
Unidades Monetarias													
Total Unidades Vendidas													
COSTOS DIRECTOS													
Gastos de Operación													
OTROS													
TOTAL													

Observaciones:

- Pronóstico de la actividad para 5 años



RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proyección de Ventas					
Unidades Físicas					
Unidades Monetarias					
Total Unidades Monetarias					
Costos directos del proceso productivo					
Total					
Gastos de Operación					
TOTAL					

Con los datos del primer año de los costos del proceso productivo y los gastos de operación, se va a establecer el Punto de Equilibrio.

Recordemos qué es el Punto de Equilibrio.

Es el nivel de operación en el cual los ingresos obtenidos cubren todos los costos y gastos de operación del emprendimiento; a saber:

$$Pe = CF / Pu - CVu \quad \Rightarrow \quad IT = CT = Pe$$

Donde:

Pe	=	Punto de equilibrio
CF	=	Gastos de operación del emprendimiento
CVT	=	Costo total del proceso productivo
Pu	=	Precio unitario del producto o servicio
IT	=	Ingresos totales
CT	=	Costos totales
CVu	=	CVT / n = Costo por unidad producida
N	=	Número de producto o servicio producido

Con el dato de Pe (punto de equilibrio) programamos las ventas futuras por encima del punto de equilibrio para obtener GANANCIAS.

- ¿Cuál es el punto de equilibrio para el emprendimiento rural?

CF = _____
 CVu = _____
 Pu = _____
 Pe = _____

$$Pe = CF / Pu - CVu$$

- Haga los comentarios necesarios sobre el emprendimiento rural:



- Describa el proceso productivo del emprendimiento rural.



- Identifique los costos directos del proceso productivo:



DESCRIPCIÓN	COSTO
	COSTO TOTAL:

- Identifique los costos de operación del emprendimiento rural:

DESCRIPCIÓN	COSTO
	COSTO TOTAL:

- Describa la cadena de valor del producto o servicio del emprendimiento rural.

DIRECTOS	INDIRECTOS	PERIFÉRICOS

3.5 CONTABILIDAD Y FINANZAS



Los aspectos contables y las finanzas son herramientas fundamentales para la toma de decisiones oportunas e inteligentes. Por eso, los estados financieros proporcionan información esencial con tal propósito.

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar la importancia de contar con información contable para la toma de decisiones y garantizar el éxito del emprendimiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Reconocer los elementos fundamentales de los Estados Financieros: Balance General, Estado de Resultados y Flujo de Caja.
- Identificar la importancia de planear las operaciones del emprendimiento con base en los Estados Financieros.
- Reconocer la necesidad de evaluar el resultado cuantitativo del emprendimiento en relación con los indicadores financieros, considerando el riesgo y los resultados esperados.

Los estados financieros nos ayudan en la toma de decisiones y la planificación de los resultados cuantitativos.

➡ ENTRE LOS ESTADOS FINANCIEROS MÁS IMPORTANTES ESTÁ:

BALANCE GENERAL

Este estado muestra las inversiones hechas por el emprendimiento y el origen de los recursos que hicieron posible las inversiones en un momento dado.

Es relevante conocer para esos efectos, la ecuación contable:

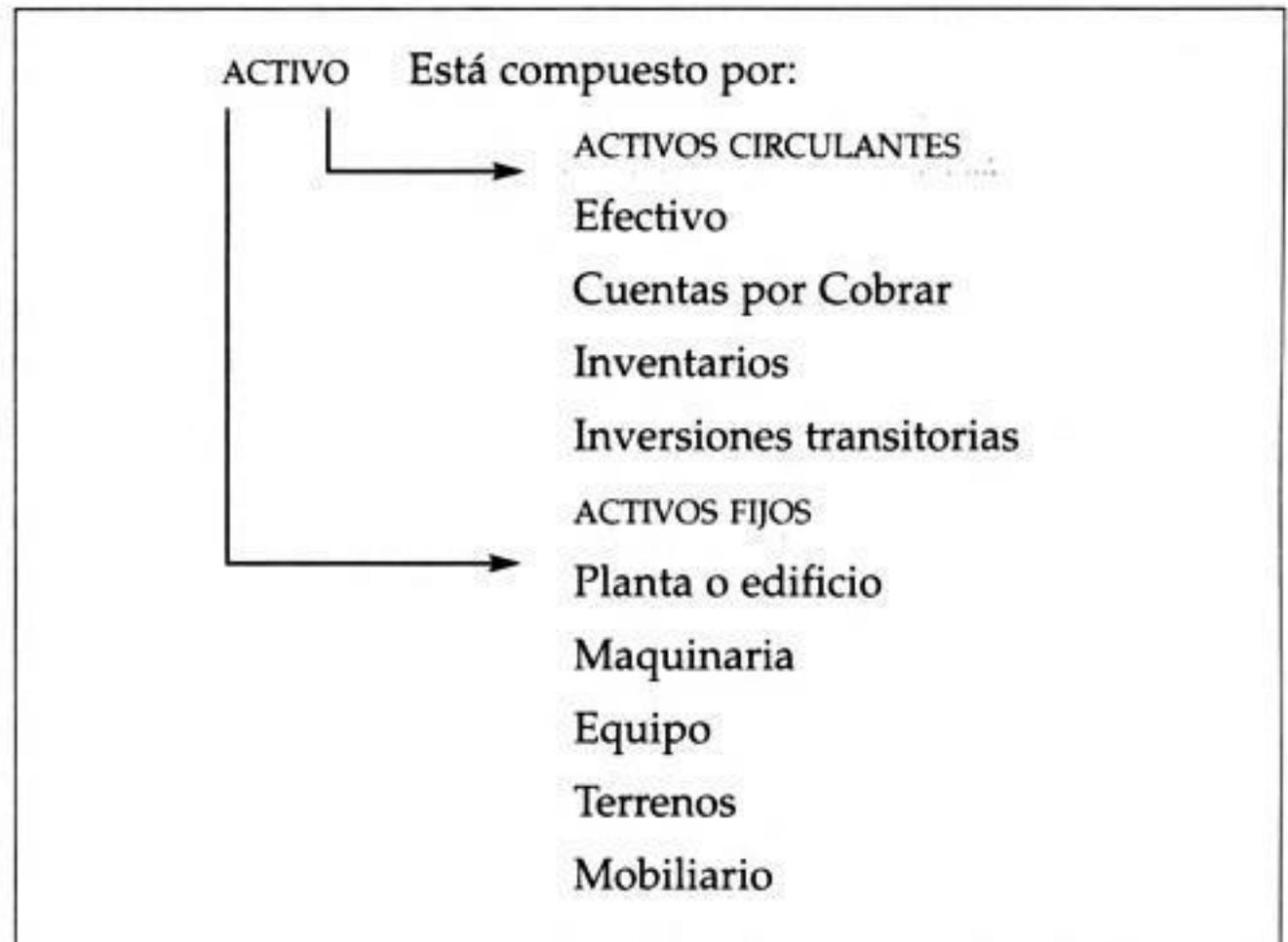
$$\text{ACTIVO} = \text{PASIVO} + \text{PATRIMONIO}$$

Los **activos** son las inversiones que hace el emprendimiento para lograr resultados en términos monetarios o **GANANCIAS**.

Los **pasivos y patrimonio** son las fuentes de los recursos económicos que se aplican en los activos o inversiones.

Activos:

Son todas las inversiones que lleva a cabo el emprendimiento rural en la operación propia.



ACTIVOS CIRCULANTES

Son todas aquellas inversiones que son recuperadas en un plazo no mayor a un año, como por ejemplo efectivo (caja), cuentas por cobrar, inventarios inversiones transitorias.

EFFECTIVO

Es una cantidad de dinero que el emprendimiento necesita para prevenir sus obligaciones a un plazo menor a un año.

CUENTAS POR COBRAR

Son los saldos de las cuentas de la clientela de nuestro emprendimiento por las ventas a plazo.

INVENTARIO

Son los saldos de los productos o servicios que están disponibles para la venta.

Los inventarios pueden estar compuestos por:

- Inventario de productos terminados
- Inventario de productos en proceso
- Inventario de materia prima

INVERSIONES TRANSITORIAS

Son las inversiones a corto plazo que el emprendimiento hace para obtener algún rédito a través de una entidad financiera reconocida. Se ganan algunos intereses por esta operación financiera.

ACTIVOS FIJOS

Son aquellas inversiones permanentes que hace el emprendimiento en virtud de un proceso productivo y administrativo, por ejemplo, planta o edificio, maquinaria, equipo, terrenos y otros. Estas deben contribuir por completo a la transformación del producto para la venta o agregar valor a este.

Los **activos fijos** – **se deprecian** -, esto está relacionado con su vida útil o duración. Los **terrenos** son los activos tangibles que no sufren depreciación, más bien ganan plusvalía o sea su valor se aprecia – aumenta -. El Balance General mostrará el activo fijo neto, o sea el saldo de cada uno de ellos.

La **depreciación** de alguna forma la podemos definir como el mecanismo para recuperar este, al cabo de su vida útil. La depreciación se calcula así:

$$\frac{\text{Valor del Activo Fijo}}{\text{No. Años de vida útil}} = \text{Valor de depreciación anual}$$

Ejemplo:

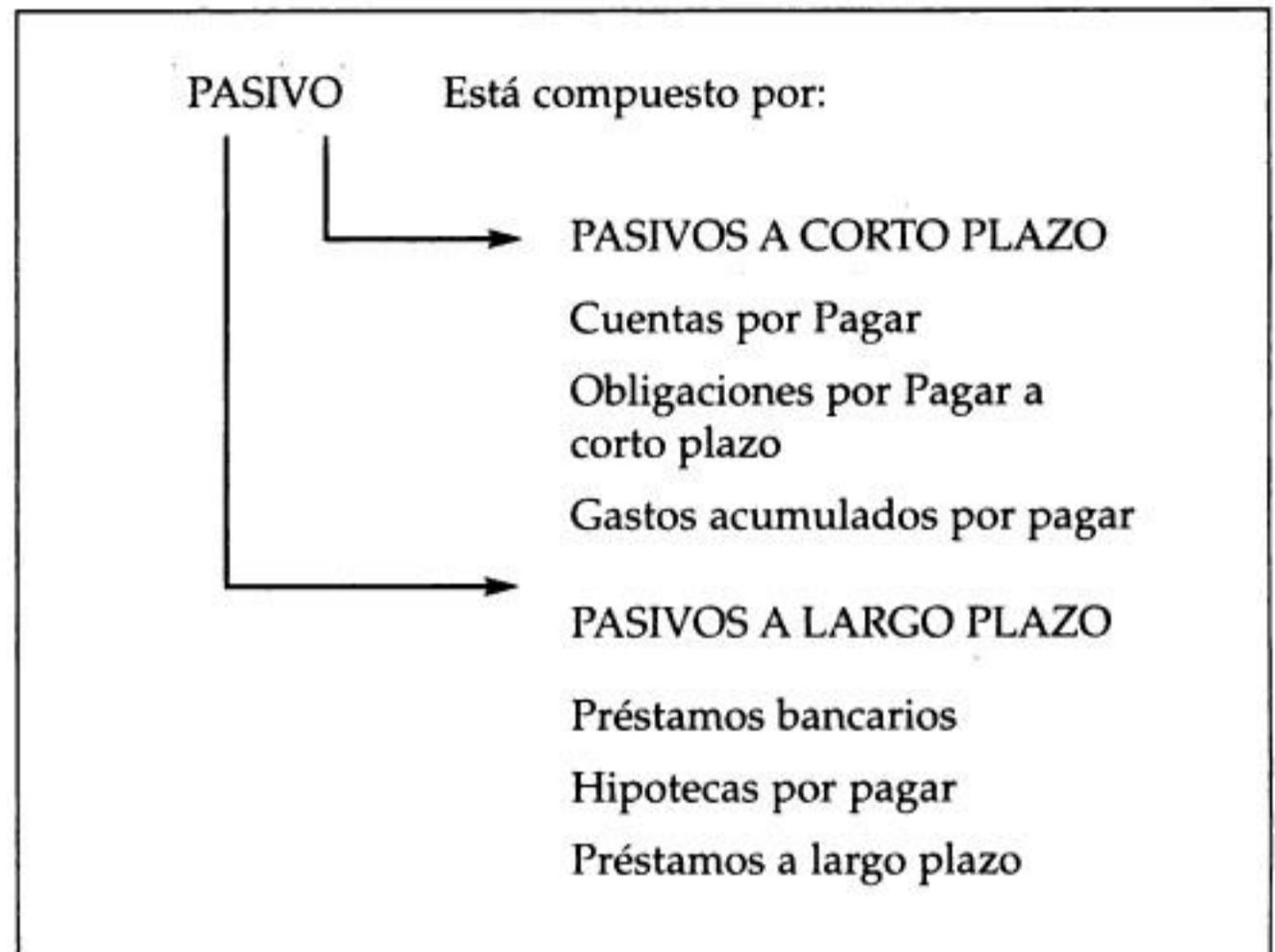
- Máquina cosechadora: Valor \$100.000
- Vida útil: 10 años

$$\frac{\text{Valor máquina cosechadora}}{\text{Número de años de vida útil}}$$

$$\frac{100.000}{10} = \$10.000$$

La depreciación anual de la máquina cosechadora es de \$10.000.

Ahora volvamos a la ecuación contable para referirnos al pasivo.



PASIVOS A CORTO PLAZO

Son las obligaciones que tiene el emprendimiento y su vencimiento es a un año plazo como máximo

CUENTAS POR PAGAR

Es el saldo de las facturas por compras a crédito, hechas a los proveedores del negocio.

OBLIGACIONES POR PAGAR A CORTO PLAZO

Es el saldo de las obligaciones de corto plazo que corresponden a las obligaciones de largo plazo. O sea, es la porción del préstamo u obligación que se cancelará en el corto plazo y corresponde a una obligación del largo plazo.

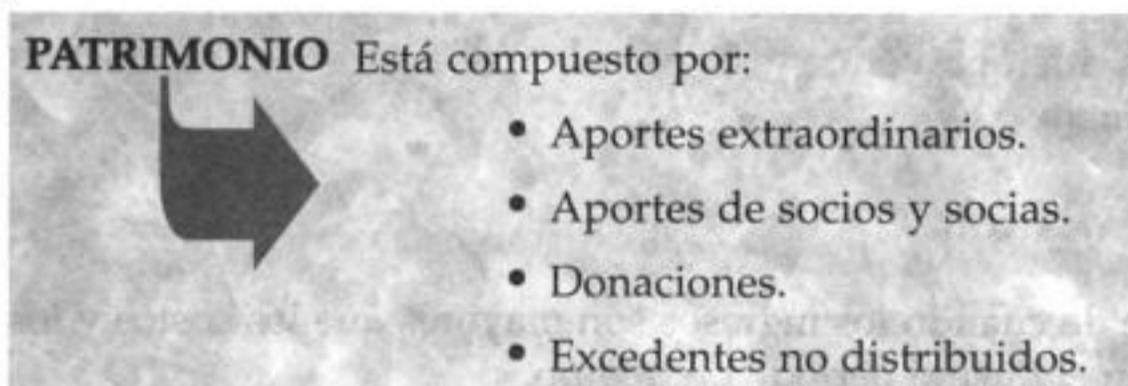
GASTOS ACUMULADOS POR PAGAR

Son las obligaciones pendientes de pago como por ejemplo, vacaciones, horas extras, sobresueldos y otros que deben ser pagados en el corto plazo.

PASIVOS DE LARGO PLAZO

Son las obligaciones o préstamos adquiridos por el emprendimiento cuyo vencimiento es de más de un año, normalmente 5 años, 6 años, 10 años o más.

Siguiendo con la **ecuación contable**, veamos ahora lo que significa patrimonio.



$$\begin{array}{r}
 \text{Ecuación} \\
 \text{contable} \quad \vdots \\
 \text{Activo} \\
 \text{total} \quad = \\
 \text{Pasivo total} \\
 + \\
 \text{Patrimonio}
 \end{array}$$

APORTES EXTRAORDINARIOS

Son aquellos aportes al capital que se acuerdan de forma extraordinaria.

APORTES DE SOCIOS

Son los aportes que cada socio y socia debe aportar para formar parte activa del emprendimiento.

DONACIONES

Son parte del capital que es donado por terceros, sean estos el Estado, Organizaciones no Gubernamentales, otros.

EXCEDENTES NO DISTRIBUIDOS

Es el saldo de las ganancias obtenidas en un periodo fiscal, que no fueron distribuidas entre los socios (as).

⇒ EL SEGUNDO ESTADO FINANCIERO ES EL:

**ESTADO DE RESULTADOS
O GANANCIAS Y PERDIDAS**

Es el estado que muestra las operaciones del emprendimiento, ¿cuáles son los ingresos? Y ¿qué gastos y costos se requirieron para lograr esos ingresos?

La diferencia entre los ingresos y los costos más los gastos, es la *ganancia*.

Ganancias:

Cuando los ingresos son mayores a los gastos y costos del emprendimiento en un momento dado.

GANANCIA

Se da cuando los ingresos son mayores que los costos y los gastos en el mismo periodo de tiempo.

INGRESOS POR VENTAS

Son los ingresos que el emprendimiento obtendrá por la venta de su producto o servicio en un periodo de tiempo.

COSTO DEL PROCESO PRODUCTIVO

Son los costos involucrados de forma DIRECTA con el proceso productivo, como por ejemplo:

Mano de obra directa
Materia prima
Gastos de producción

UTILIDAD BRUTA

Es el saldo que arroja la diferencia de:

Ingresos por Ventas - Costos del proceso productivo = UTILIDAD BRUTA

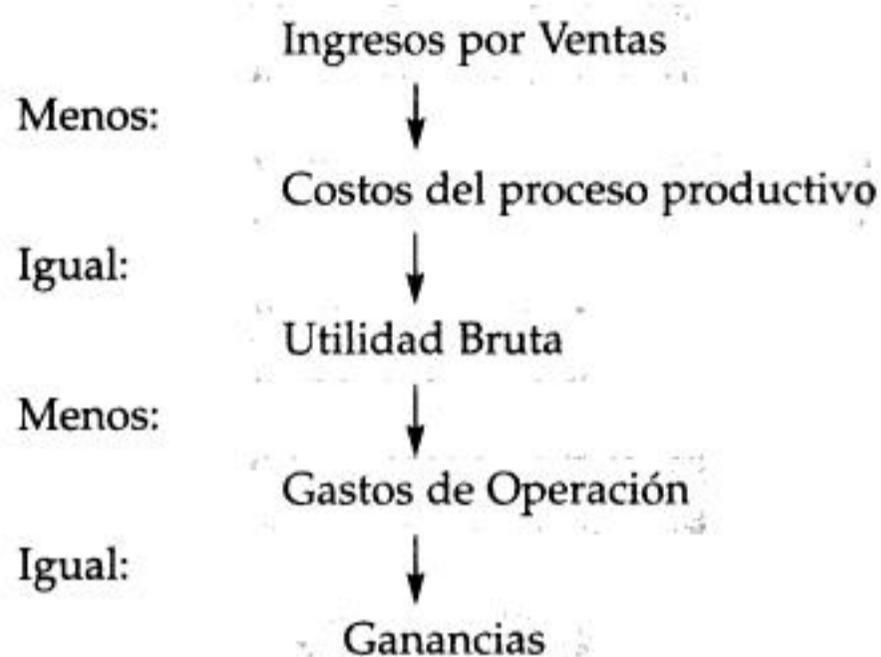
GASTOS DE OPERACIONES

Son todos aquellos gastos relativos al proceso productivo del emprendimiento como por ejemplo:

Salario administrativo
Gastos por ventas
Gastos financieros
Gastos de alquileres
Patentes
Servicios públicos: agua, luz, teléfono, internet, otros.

$$\text{Así: } \text{LA UTILIDAD BRUTA} - \text{GASTOS DE OPERACIÓN} = \text{GANANCIAS O PÉRDIDAS DEL PERIODO}$$

El Estado de Resultados muestra:

*Ejemplo:*

Estado de Resultados

Ingresos por ventas		\$800.000
Costos del proceso productivo		
(-) Mano de obra directa	\$200.000	
(-) Materia prima	\$100.000	
(-) Gastos de producción	\$50.000	350.000
Utilidad bruta		\$450.000
(-) Gastos de operación		\$100.000
Ganancias		\$350.000

⇒ El tercero y último estado financiero es el:

FLUJO DE CAJA

Este muestra los saldos mensuales en efectivo de la diferencia entre ingresos del emprendimiento y los gastos efectivos de cada mes.

La importancia del flujo de caja estriba en que muestra los saldos de caja para cada mes, esto nos permite evaluarlos en cuanto a la disponibilidad de efectivo por mes.

Con la información de este estado financiero se puede prevenir la necesidad de adquirir PRÉSTAMOS para cubrir los faltantes de Caja.

Flujo de Caja – Resumen

RUBRO	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
PRESUPUESTO DE INGRESOS												
(-) PRESUPUESTO DE EGRESOS												
(=) SALDO DE CAJA												
SALDO ACUMULADO												
NECESIDAD DE FONDOS												

Todas las actividades económicas conllevan riesgo, derivado de su operación y la relación con el medio, de ahí la importancia que tiene de tratar este aspecto.

¿Qué entendemos por RIESGO?

El riesgo se puede definir como:

- Peligro eventual más o menos previsible.
- Eventualidad que no pueden controlar las personas emprendedoras y puede causar daños o pérdidas en el emprendimiento.
- Seguro contra la ocurrencia de un acontecimiento externo o interno.
- Exposición a un peligro esperado con la esperanza de sacar alguna ventaja.

Consecuencias del RIESGO para el emprendimiento:

- Puede poner en peligro una parte de la totalidad del emprendimiento.
- Dependiendo de la gravedad del evento las consecuencias serán COSTOSAS O LEVES.
- Posponer el avance del emprendimiento, aumentar los costos, replantear el emprendimiento y otros.
- Establecer plan de contingencias: replantear todo el emprendimiento según las nuevas condiciones.

FUENTES DEL RIESGO**Mala definición del emprendimiento.**

Estudios incompletos de necesidades fijadas en el emprendimiento.
Objetivos imprecisos.
Desconocimiento de los campos funcionales.
Mala comprensión entre los emprendedores y sus compromisos.

Mala estimación monetaria (económica).

La falta de experiencia.
Tareas no valoradas: costos, oferta, plazo y otros.
La limitación de recursos disponibles en el emprendimiento.

El control deficiente de los cambios.

En la organización.
En el entorno.

¿CÓMO ANALIZAR EL RIESGO?

El análisis conlleva el estudio de su impacto en términos de daños benignos o gravísimos.

Tratamiento de los RIESGOS**• Prevención:**

Estar atentos a los cambios, planear todas las actividades del emprendimiento.

• Reducción del riesgo:

Atención permanente a las labores y costos de los procesos del emprendimiento.

Tratamiento del riesgo:

- *Prevención.*
- *Reducción del riesgo.*
- *División del riesgo.*
- *Pago del riesgo*

- División del riesgo:

Reconocer las debilidades y amenazas del emprendimiento. Hacer plan de contingencias para labores de alto riesgo de realización.

- Pago del riesgo:

Pagar póliza de seguros para actividades de alto riesgo.

Por último, la base para neutralizar el riesgo está en establecer un adecuado SEGUIMIENTO a todas las etapas del emprendimiento. Esto es garantía de ÉXITO y una forma de controlar los riesgos asociados al emprendimiento.

Es necesario ejercitar el conocimiento derivado de los aspectos contables, estados financieros y otros; con tal propósito se plantean una serie de instrumentos para su aplicación.

- Clasificar Activos en:

ACTIVOS CIRCULANTES	ACTIVOS FIJOS

- Clasificar Pasivos en:

PASIVOS DE CORTO PLAZO	PASIVOS DE LARGO PLAZO

- Clasificar Patrimonio en:

APORTE EXTRAORDINARIO	APORTE DE SOCIOS (AS)
DONACIONES	EXCEDENTE NO DISTRIBUIDOS

- Determine la Utilidad Bruta. 

_____ = _____ - _____

- ¿Cuáles son los componentes del costo del proceso productivo? 

- ¿Cuáles son los componentes de los gastos de operación? 

- ¿Cómo se determina la GANANCIA? 

_____ = _____ - _____

- Elabore un Flujo de Caja para los primeros 6 meses del año 200___. 
Proponga el ejemplo.

DETALLE	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
INGRESOS						
EGRESOS						
SALDO DE CAJA						
SALDO ACUMULADO						
NECESIDAD DE FONDOS						

- Identifique en el medio rural los riesgos del medio. 

RIESGO	CALIFICACIÓN

- ¿Cómo podemos mitigar su impacto? 

RIESGO	MITIGACIÓN

- ¿Cuáles son las fuentes de financiamiento de la región? 

INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	UBICACIÓN	ACTIVIDAD

Para cada emprendimiento rural es fundamental conocer sus resultados cuantitativos, con tal propósito se propone la posibilidad de generar el Balance General, Estado de Resultados y Flujo de Caja y su respectivas razones financieras para su evaluación.

BALANCE GENERAL
PERIODO _____



$$\text{Activo Total} = \text{Pasivo Total} + \text{Patrimonio}$$

ACTIVO CIRCULANTE

Efectivo _____
Cuentas por Cobrar _____
Inventario _____
Inversiones Transitorias _____
Otros _____
TOTAL _____

PASIVO CORTO PLAZO

Cuentas por pagar _____
Obligaciones por Pagar _____
Gastos acumulados por pagar _____
Otros _____
TOTAL _____

ACTIVO FIJO

Edificio _____
Terreno _____
Maquinaria _____
Equipo _____
Mobiliario _____
Otros _____
TOTAL _____

PASIVO LARGO PLAZO

Préstamo Bancario _____
Hipoteca por pagar _____
Otros _____
TOTAL _____

PATRIMONIO

Aporte extraordinario _____
Aporte de socios _____
Donaciones _____
Excedentes no distribuidos _____
Otros _____
TOTAL _____

ESTADO DE RESULTADOS
PERIODO _____

Ingresos:



Ventas	<input style="width: 95%; height: 20px;" type="text"/>
	(-) Costo del proceso productivo	<input style="width: 95%; height: 20px;" type="text"/>
	(=) Utilidad Bruta	<input style="width: 95%; height: 20px;" type="text"/>
	(-) Gastos de operación:	<input style="width: 95%; height: 20px;" type="text"/>
	Salario Administración	
	Alquileres	
	Gasto de ventas	
	Publicidad	
	Promoción	
	Mantenimiento	
	Servicios públicos	
	(=) Utilidad de Operación	<input style="width: 95%; height: 20px;" type="text"/>

Nota: Es necesario hacer los estados financieros para cinco años. Luego se evalúan los resultados obtenidos en éstos.

➡ INDICADORES FINANCIEROS:



Liquidez: Permite cubrir las obligaciones de corto plazo en los activos circulantes.

$$\bullet \text{ Liquidez} = \frac{\text{Activo Circulante}}{\text{Pasivo Corto plazo}} = \boxed{}$$

$$\bullet \text{ Acido} = \frac{\text{Activo Circulante} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corto Plazo}} = \boxed{}$$

Los inventarios se extraen por ser de los activos circulantes menos líquidos.

La liquidez debe ser al menos 1.5 veces, o sea que con los activos circulantes disponibles se cubren 1.5 veces las obligaciones de corto plazo del emprendimiento.

Actividad: Son indicadores que muestran la calidad de gestión financiera que tiene el emprendimiento.

$$\bullet \text{ Rotación Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Cuentas por Cobrar}} = \boxed{}$$

Muestran las veces que las ventas se realizan a través de las cuentas por cobrar y se vuelven efectivo. Este indicador dependerá del producto o servicio ofrecido. Debe ser al menos de 30 días.

$$\bullet \text{ Rotación de Inventario} = \frac{\text{Costo del proceso productivo}}{\text{Inventario}} = \boxed{}$$

Al igual que el anterior, depende del producto o servicio. Se espera que sea al menos de 30 días.

$$\bullet \text{ Rotación del activo fijo} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Fijo}} = \boxed{}$$

Debe mostrar la capacidad del activo fijo para colocar productos o servicios a la venta. Este debe ser superior a una vez en un periodo.

Rentabilidad: Son indicadores que miden la capacidad de obtener un rédito adecuado, según sea el negocio.

- *Utilidad Neta* = $\frac{\text{Utilidad de la Operación}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \boxed{}$

Este valor expresado en porcentaje debe satisfacer las necesidades de ganancia de las personas emprendedoras.

- *Utilidad con respecto A la inversión total* = $\frac{\text{Activo Total}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \boxed{}$

Este porcentaje debe satisfacer la inversión hecha en el emprendimiento. Comparable con los rendimientos de las tasas de interés del mercado financiero del medio rural.

- *Utilidad sobre el patrimonio* = $\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Ventas Netas}} * 100 = \boxed{}$

Porcentaje de ganancias del patrimonio con respecto a las ventas netas en un periodo determinado. Debe satisfacer a los socios (as) del emprendimiento.

Deuda: Son indicadores para reconocer el nivel de endeudamiento del emprendimiento.

- *Endeudamiento* = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Inversión Total}} * 100 = \boxed{}$

Muestra el grado de endeudamiento con respecto al Activo Total que es igual a la Inversión Total. Este no debe ser mayor al 50 %.

- *Deuda* = $\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio}} * 100 = \boxed{}$

Expresado en porcentaje, indica cuánto de la deuda -igual al pasivo total- equivale al patrimonio. No debe ser mayor al 50 %.

Control: Son indicadores para controlar los costos y gastos del emprendimiento.

- *Costos del proceso productivo* = $\frac{\text{Costos del proceso productivo}}{\text{Ventas Netas}}$ =

Muestra en porcentaje cuánto cuesta el proceso productivo a un nivel de venta en un periodo de tiempo. No debe ser mayor al 40 %.

- *Costos de Operación* = $\frac{\text{Costos de Operación}}{\text{Ventas Netas}}$ =

Muestra en porcentaje cuánto cuesta la operación del emprendimiento por periodo de tiempo. Este no debe sobrepasar el 20 %.

FLUJO DE CAJA



DETALLE	EN	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	TOTAL
Proyección de Ingresos													
TOTAL INGRESOS													
PROYECCIÓN DE EGRESOS													
TOTAL DE EGRESOS													
SALDO DE CAJA													
ACUMULADO DE CAJA													
NECESIDAD DE FONDOS													

- Enumere los riesgos del emprendimiento



A NIVEL DE LA ORGANIZACIÓN	A NIVEL DEL MEDIO RURAL

- ¿Cómo va a mitigar el impacto?



A NIVEL DE LA ORGANIZACIÓN	A NIVEL DEL MEDIO RURAL

Módulo 4.

Evaluación de la actividad en la comunidad o medio rural

Todas las actividades económicas por más básicas que éstas sean siempre ocasionan algunos efectos en el medio ambiente, social y económico. De ahí la importancia de conocer los impactos positivos, negativos y sus diferentes formas de corregir o amortiguar para preservar el medio.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar cuáles son los impactos en el medio rural derivado de las actividades económicas desarrollados en este y los mecanismos de amortiguamiento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Identificar el impacto social en el medio rural y los emprendimientos rurales en un periodo de tiempo.
- Identificar los impactos económicos en el medio rural derivado de las actividades desarrolladas por los emprendimientos rurales.
- Identificar los impactos en el ambiente derivado de las actividades económicas en el medio rural y los mecanismos de amortiguamiento.

➡ IMPACTO SOCIAL

Son todos los efectos mostrados en las condiciones generales de la sociedad (personas) que viven en el medio rural. Entre los aspectos importantes por analizar están:

- ➡ Salud.
- ➡ Vivienda.
- ➡ Salud Ambiental.
- ➡ Educación.
- ➡ Bienestar de las personas.
- ➡ Calidad de vida.

Impactos:

Son los efectos positivos y negativos de la actividad económica en el medio rural, en lo social, lo económico y en lo ambiental.

➤ IMPACTO ECONÓMICO

Son todos los efectos que tienen que ver con el bienestar económico de la comunidad rural, como:

- Ingreso per cápita de la población
- Desarrollo de nuevas actividades económicas
- Sostenibilidad de las actividades económicas vigentes
- Calidad de la infraestructura pública: carreteras, caminos, puentes, medio de comunicación.
- Calidad de servicios públicos: agua, teléfono, luz y otros.
- Programa de desarrollo del gobierno local
- Generación de empleo

➤ IMPACTO AMBIENTAL

Son todos los efectos derivados de la actividad económica y su relación con el medio ambiente y las áreas protegidas. Sus aspectos más importantes son:

- Programa de reforestación
- Programa de manejo de cuencas
- Programa de manejo de desechos: sólidos, líquidos y otros.
- Programa de amortiguamiento en áreas de actividades económicas
- Programa de capacitación que garanticen una actividad económica en armonía con el medio ambiente.

Es importante conocer cuáles han sido los impactos sociales, económicos y ambientales en el medio rural derivados de las actividades económicas desarrolladas en éste. De modo que a continuación se presentan una serie de instrumentos para capturar la información al respecto

EN LO SOCIAL:

- Indique los servicios de salud en el medio rural. /

CUÁLES SON	CALIFICACIÓN

- ¿Cuál es la condición de las viviendas de los habitantes del medio rural? /

TIPOS DE VIVIENDA	CONDICIÓN

- ¿Cuál es la salud ambiental en general del medio rural? /

- ¿Cuáles centros u oportunidades educativas existen en el medio rural? /

PRE-ESCOLAR	ESCOLAR	SECUNDARIA	TÉCNICO	UNIVERSITARIA

- ¿Cuál es su opinión sobre el bienestar de las personas en la región? /

- ¿Indique los factores que se pueden destacar dentro de la calidad de vida de la comunidad? /

FACTORES	CALIFICACIÓN

➔ **EN LO ECONÓMICO :**

- Identifique:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS VIGENTES	ACTIVIDADES ECONÓMICAS NUEVAS

- Indique los años que tienen de existencia las actividades económicas vigentes en el medio rural

ACTIVIDAD	AÑOS DE EXISTENCIA

- Describa la infraestructura pública del medio rural y su condición actual.

DESCRIPCIÓN	CONDICIÓN

- Describa los servicios públicos que se encuentran en el medio rural. /

DESCRIPCIÓN	CONDICIÓN

- Refiérase al Programa de Desarrollo del gobierno local. /

DESCRIPCIÓN	ÁREA

- Sobre el empleo y las actividades económicas, señale: /

ACTIVIDAD ECONÓMICA	NÚMERO DE NUEVOS EMPLEOS

 **EN LO AMBIENTAL:**

- Sobre los programas de reforestación y conservación en el medio rural, identifique. 

ÁREA	INCENTIVOS

- ¿Cuáles entidades desarrollan programas de manejo integral de cuencas en el medio rural? 

ENTIDAD	CONDICIÓN

- ¿Cuáles entidades desarrollan programas de manejo de desechos en el medio rural? 

ENTIDAD	CATEGORÍA DE DESECHO			
	LÍQUIDOS	SÓLIDOS	QUÍMICOS	OTROS

- Indique las instituciones y organizaciones que manejan programas de amortiguamiento para áreas de conservación natural. 

INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	INCENTIVOS

- Refiérase a los programas de capacitación existentes en el medio rural. 

INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	BENEFICIARIOS

Analizar los efectos que provoca el emprendimiento en el medio rural en lo económico, social y ambiental como parte de la responsabilidad de estos. La información que se obtenga permitirá elaborar planes al respecto. Por lo tanto, se adjunta una serie de instrumentos con tal fin.

➡ EN LO SOCIAL:



- Servicio de salud que recibe la persona asociada, miembro o empleada del emprendimiento.

SERVICIO DE SALUD	CONDICIÓN

- Condición de la vivienda del núcleo familiar de la persona asociada, miembro o empleada del emprendimiento.



TIPO DE VIVIENDA	CONDICIÓN

- Grado de escolaridad de la persona asociada, miembro o empleada del emprendimiento.



NÚMERO DE PERSONAS	NIVEL DE ESCOLARIDAD				
	ESCOLAR	TÉCNICO	SECUNDARIA	UNIVERSITARIA	OTROS ESTUDIOS
ASOCIADO(A) DIRECTO					
ASOCIADO(A) INDIRECTO (FAMILIA)					
EMPLEADOS(AS):					
PERMANENTE					
TEMPORALES					
OCASIONALES					

- Resuma las condiciones individuales básicas de las personas asociadas, miembros o empleadas del emprendimiento.



FACTOR	CONDICIÓN
INGRESO	
SALUD	
EDUCACIÓN	
VIVIENDA	
EMPLEO	

EN LO ECONÓMICO :



- ¿Cuántos empleos genera el emprendimiento?

PUESTOS	PERMANENTE	TEMPORAL	OCASIONAL

- ¿Qué tributos (impuestos) paga el emprendimiento?



TIPO TRIBUTO	INSTITUCIÓN	MONTO

- ¿Con qué infraestructura cuenta el emprendimiento?



DESCRIPCIÓN	CONDICIÓN

- ¿Qué actividades nuevas genera el emprendimiento?



ACTIVIDAD	ÁREA

➡ EN LO AMBIENTAL:



- Indique qué tipo de programas para el manejo de desechos tiene el emprendimiento?

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA	TIPO DE DESECHOS			
	SÓLIDOS	LÍQUIDOS	QUÍMICOS	OTROS

- ¿Qué necesidades de capacitación demanda el emprendimiento relativas al manejo sostenible de los recursos naturales?



ÁREA	NECESIDAD DE CAPACITACIÓN

- ¿Qué programas comunitarios desarrolla el emprendimiento en beneficio del medio ambiente?



ÁREA	PROGRAMA	BENEFICIARIO (AS)



EDICIONES SANABRIA S.A.

Impreso por:

Edisa, S.A

Tel.: (506) 234-7634

