GUÍA PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN JÓVENES

Manual del Estudiante

Jóvem



Educación Emprendedora

Guía 1

Guía Jóvenes Emprendedores N.º 1

Manual del Estudiante



Jóvem

Guía para el desarrollo de competencias emprendedoras en jóvenes

Guía 1

Rosa María Solís Gamboa

Contenido

Introducción 05

Presentación Guía 1 06

Objetivos de la Guía 08

I UNIDAD: La empresa 11

II UNIDAD: Los jóvenes emprendedores 28

III UNIDAD: Generando mi idea de negocio 47

IV UNIDAD: Mi primer prototipo 70

V UNIDAD: Costos de mi producto 92

VI UNIDAD: Estrategias para vender 107

VII UNIDAD: Presentando mi producto 119

Actividades de apoyo 128

Bibliografía 150

Introducción

El enfoque de la política educativa costarricense se centra en el estudiante, quien se considera un agente activo en su propio proceso de aprendizaje, buscando su empoderamiento y la transformación propia y de la sociedad.

En un mundo en constante cambio y con nuevos retos, la educación asume un papel fundamental. Este proceso no se limita a la adquisición de conocimientos técnicos, sino que se enfoca en el desarrollo de habilidades, actitudes y valores que permitan a los jóvenes enfrentar los retos del presente y del futuro.

A través de la educación emprendedora, los estudiantes pueden vincular el aprendizaje teórico con aplicaciones prácticas en la vida real.

La integración de la educación emprendedora en la formación académica no solo enriquece el proceso de aprendizaje, sino que también prepara a los estudiantes para ser ciudadanos activos y exitosos en los ámbitos laboral, económico y social.

La Guía para el desarrollo de competencias emprendedoras en jóvenes, tiene el siguiente objetivo: “Desarrollar en los jóvenes una mirada emprendedora del futuro del país, a través del emprendimiento, con un enfoque ambiental y sustentado en valores cooperativistas”.

Los contenidos de esta guía estarán dirigidos a actividades prácticas que estimulen la investigación, la reflexión y la aplicación del conocimiento en situaciones reales. Además, busca promover la resolución de problemas sociales y fortalecer las competencias de los estudiantes.

Presentación Guía 1

La Guía para el Desarrollo de Competencias Emprendedoras 1 ha sido elaborada con el propósito de facilitar a los jóvenes la creación de su primera idea de negocio. La guía utiliza el modelo de emprendimiento tradicional lineal, estructurando el proceso de manera lógica y progresiva para que, mediante ejercicios prácticos, los estudiantes puedan aplicar sus conocimientos y habilidades en el diseño de un proyecto real, desde la concepción hasta el prototipo inicial.

El modelo de emprendimiento utilizado en esta guía sigue un proceso de desarrollo lineal y secuencial, que va desde la generación de la idea hasta la ejecución del prototipo en un contexto real. Este enfoque es ideal para una primera experiencia en el mundo empresarial, pues brinda al estudiante una estructura clara y progresiva para organizar sus conocimientos, aplicar habilidades clave (como la investigación y la reflexión) y experimentar la creación de un proyecto de manera práctica y organizada.

A través del desarrollo de esta guía, los jóvenes podrán mejorar sus habilidades y aplicar lo aprendido en la ejecución de un proyecto empresarial. Este proceso les permitirá adquirir experiencia valiosa, consolidar conocimientos teóricos y experimentar de manera práctica los saberes educativos.

Para el desarrollo de la Guía 1, los jóvenes se organizarán en equipos de hasta tres integrantes. Se ofrece la flexibilidad de realizar el proyecto de manera individual, si así lo prefiere el estudiante. Los estudiantes deberán completar los casos planteados, las plantillas y los ejercicios propuestos en cada unidad.

La guía está organizada en siete unidades didácticas, diseñadas para guiar al estudiante paso a paso en el proceso de creación de su proyecto:

I : La empresa.
II : Los jóvenes emprendedores.
III : Generando mi idea de negocio.
IV : Mi primer prototipo.
V : Costos de mi producto.
VI : Estrategias para vender.
VII : Presentando mi producto.

Esta guía incluye anexos y actividades de apoyo complementarias. Estas actividades complementarias constituyen una herramienta valiosa para el docente que desee profundizar en ciertos temas o reforzar el aprendizaje de los estudiantes.

Recursos de apoyo

Para saber más — **Cápsulas de conocimiento**



Recursos audiovisuales

Actividad 1 — **Actividad en clase**



Audiovisuales de reflexión

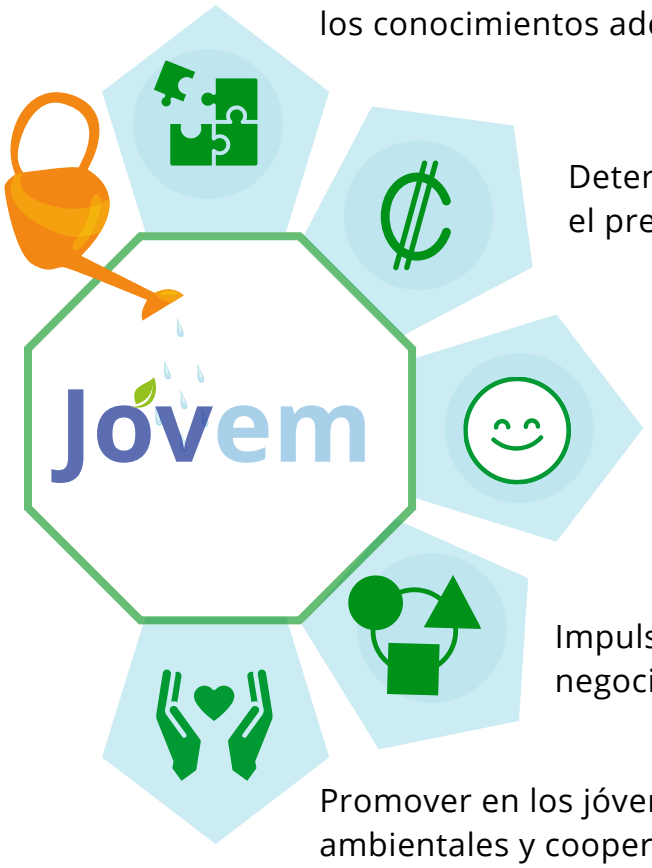


Actividad de apoyo

Objetivos de la Guía 1

Esta guía tiene como finalidad acompañar a los jóvenes, paso a paso, en su primera experiencia emprendedora: desde comprender qué es una empresa y reconocer su potencial como emprendedores con valores cooperativistas y compromiso ambiental, hasta generar una idea de negocio, construir un prototipo inicial, analizar costos, definir estrategias de venta y presentar su producto final.

A través de actividades prácticas y secuenciales, el estudiante desarrolla conocimientos, habilidades y actitudes esenciales para transformar una idea en un proyecto real, económico y sostenible, consolidando así sus competencias emprendedoras de forma organizada, reflexiva y aplicada al contexto educativo y comunitario.



Desarrollar una propuesta de negocio que integre los conocimientos adquiridos en el aula.

Determinar la estructura de costos y el precio final del producto o servicio.

Desarrollar habilidades emprendedoras en los jóvenes.

Impulsar la generación de ideas de negocio innovadoras.

Promover en los jóvenes valores éticos, sociales, ambientales y cooperativistas.

Reglas de convivencia JovEm

Estas normas de convivencia tienen como finalidad promover el cumplimiento de las obligaciones, responsabilidades y deberes en JovEm. Su propósito es fomentar una conducta adecuada, mantener una actitud positiva y llevar a cabo las actividades educativas con responsabilidad y respeto.

- Saludar de manera amable a todos.
- Escuchar y respetar las ideas y opiniones de los demás.
- Respetar a los demás como individuos y valorar su conocimiento como miembros y compañeros.
- Ofrecer un trato cordial, respetuoso y amable hacia todas las personas.
- Respetar el tiempo de los demás, evitando interrupciones innecesarias y cumpliendo con las tareas asignadas.
- Ser puntual y constante a lo largo del proceso educativo.
- Mantener el orden al entrar, salir y durante las lecciones.
- Mantener una comunicación respetuosa, evitando el uso de lenguaje inapropiado.
- Promover el uso de expresiones como “por favor” y “gracias“ para reforzar valores de cortesía y sana convivencia.
- Valorar y respetar las diferencias individuales.

¡Hola! Soy Semillín y te doy la más cordial bienvenida a ***"Joven Emprendedor"***.

Soy tu guía a través de esta experiencia. Te acompañaré en cada etapa de la Guía 1, que está diseñada para que puedas transformar tus conocimientos teóricos en un proyecto real y tangible.

Como joven emprendedor, tienes en tus manos la oportunidad de hacer una diferencia. Por ello, te animo a que desde ahora asumas una responsabilidad activa en la conservación del ambiente.

Queremos que tu proyecto se distinga por ser respetuoso de la naturaleza y los animales, e incorpore acciones y elementos ecológicos innovadores.

En tus acciones está que nuestro mundo: "La tierra", pueda brindarnos vida, salud y paz.

¡Te deseo el mayor de los éxitos en esta aventura!



I Unidad

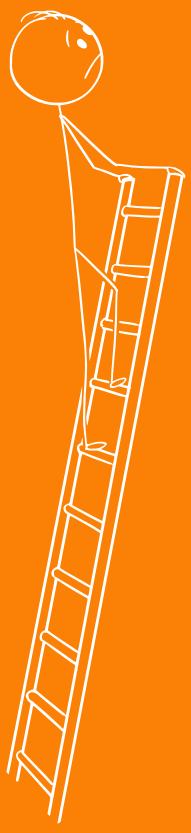
La empresa



“Hay una fuerza motriz, más poderosa que el vapor, la electricidad y la energía atómica: la Voluntad”

ALBERT EINSTEIN





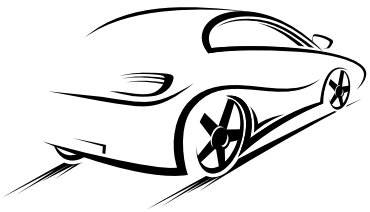
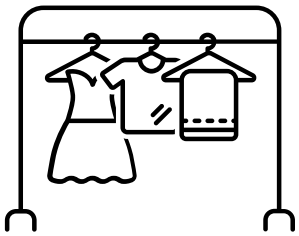
Generalidades de la empresa

¿Qué es una empresa?

Una empresa es una organización que produce bienes o presta servicios para satisfacer necesidades, a cambio de un precio.

¿Qué es un bien?

Productos que hacen las empresas y que satisfacen una necesidad. ***Ejemplos***:

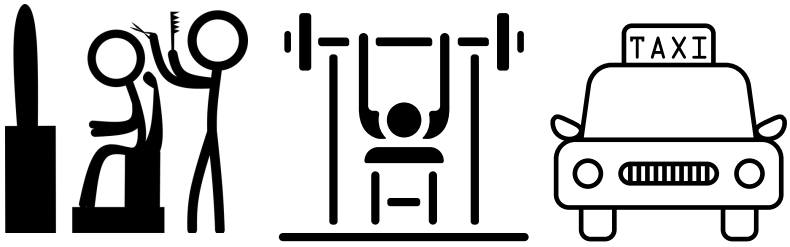




¿Qué es un servicio?

Son acciones o esfuerzos ofrecidos por las personas para satisfacer una necesidad. ***Ejemplos***:

Para saber más

La **administración** de una empresa se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades para lograr las metas establecidas.



Las empresas son parte fundamental del sistema económico: producen bienes y servicios necesarios y generan empleo. A su vez, los ingresos que reciben las personas trabajadoras permiten adquirir esos bienes y servicios.



¿Qué es un empresario?

Generalmente, las empresas son el resultado de la iniciativa de una o varias personas que conocemos como empresarios.

Un empresario es una persona con iniciativa y visión que identifica una necesidad o problema y crea una empresa para resolverlo, asumiendo un riesgo.

El empresario no solo es el dueño, es el líder que organiza y dirige. Sus funciones clave son:



Lograr las metas propuestas

Tomar decisiones

Organizar los recursos de la empresa

Generar ingresos

Tipos de empresas

Las empresas comparten ciertos elementos, pero a su vez tienen características diferentes. **Por ejemplo:**

Empresas por su tamaño y actividad

Por su tamaño:



De acuerdo a su actividad:



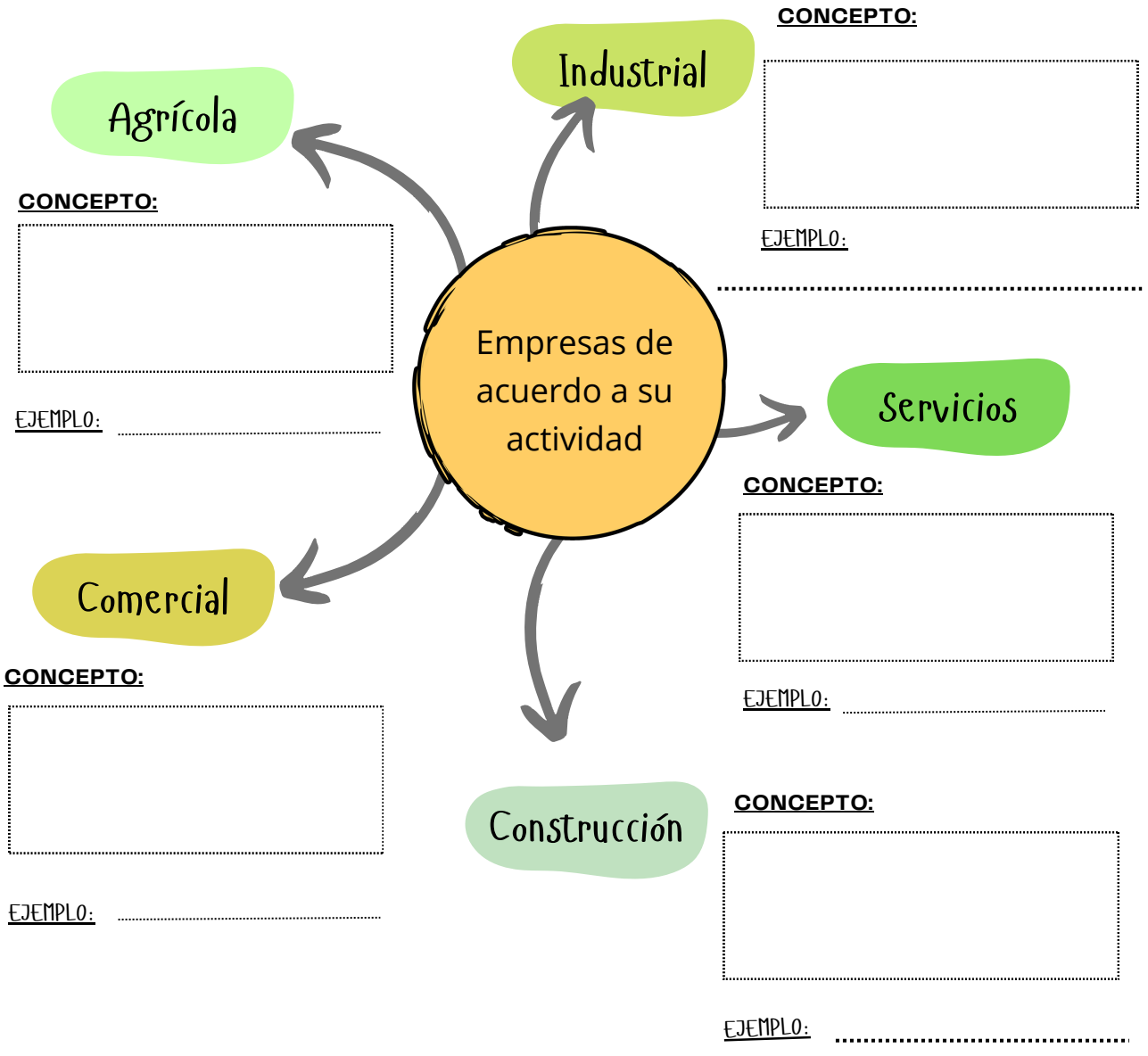
Actividad 1

Instrucciones: Completa el siguiente diagrama.

Define el concepto: Explica brevemente cada actividad económica.

¡**A Investigar!** Para cada concepto, identifica una empresa real en tu comunidad o a nivel nacional que se dedique a esa actividad económica.

Completa el diagrama: Escribe la definición y el ejemplo de la empresa en el espacio correspondiente.



Actividad 2

Identifique cinco empresas (nacionales o internacionales) que le resulten especialmente interesantes por su innovación, impacto o por la forma en que hacen negocios.

Para cada empresa, complete la siguiente información:

- **Nombre de la Empresa**
- **Productos o servicios clave que ofrecen en el mercado.**

Empresas	Productos o servicios
1	
2	
3	
4	
5	



Actividad de apoyo 1

Identificando las empresas de mi comunidad.

¿Cuáles son los recursos básicos de la empresa?

Los elementos de las empresas

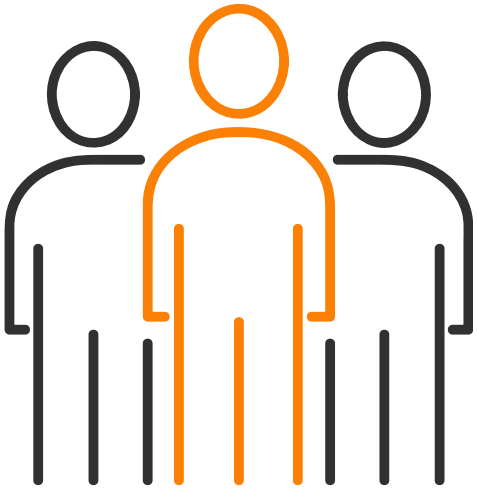


Dentro de las empresas, existen diversos elementos fundamentales, conocidos como RECURSOS, que permiten su funcionamiento.

N º	Recursos	Descripción
1.	**Humanos**	Es todo el personal que trabaja en la empresa. Es el elemento más importante de la organización, ya que aporta el talento y el esfuerzo.
2.	**Materiales**	Todos los bienes tangibles o físicos, como los edificios, la maquinaria, los vehículos, los insumos y las herramientas que se utilizan.
3.	**Financieros**	Es el recurso monetario con el que la empresa funcionará. El dinero con el que la empresa opera: capital, préstamos, inversiones y las ganancias obtenidas.
4.	**Técnico - Administrat.**	Es el conjunto de métodos y sistemas que hacen funcionar la empresa. Por ejemplo: el sistema de contabilidad, técnicas de inducción, técnicas de evaluación del desempeño y otros.

Elemento Humano

Instrucciones: Utiliza tus propias palabras y lo que has aprendido en la unidad para redactar una definición clara y completa de cada concepto.



Trabajadores

Empresario

Elemento Material

Recursos naturales

Materias primas que se obtienen directamente de la naturaleza y que sirven como insumos básicos para la producción

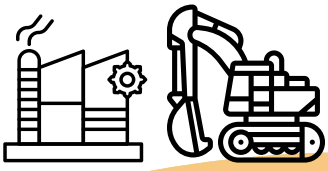
Ejemplo:



Capital físico

Bienes creados por la acción del ser humano, que se emplean para transformar los recursos naturales y generar bienes o servicios.

Ejemplo:



Elemento Inmaterial

El elemento inmaterial se refiere al conjunto de activos de una empresa que no son físicos y, por lo tanto, no se pueden tocar, pero que poseen un valor económico fundamental para el negocio.

Ejemplo

- **Marca**
  El nombre y la identidad que hacen que la empresa sea reconocida.
- **Prestigio / imagen**
  La buena reputación y confianza que la empresa ha ganado en el mercado.
- **Experiencia:**
  El conocimiento, las habilidades y los procedimientos acumulados que hacen eficiente a la empresa.

Para saber más



El corazón de la empresa

Aunque los edificios y el dinero son importantes, el recurso humano es el elemento más valioso y el verdadero motor de la organización. El recurso humano es todo el personal, desde la gerencia hasta los operarios. **¿Qué aportan?** Aportan el talento, la creatividad, la experiencia y el esfuerzo necesario para que los demás recursos funcionen. Su diferencia clave es que el recurso humano es el único elemento capaz de tomar decisiones, innovar y generar soluciones. Sin personas, la maquinaria se detiene y el dinero no se invierte. Por ello, invertir en la capacitación y el bienestar de los trabajadores no es un gasto, ¡es una inversión que garantiza el éxito y la evolución de la empresa!



Actividad de apoyo 2

Elementos de las empresas.

Proceso productivo

El Proceso productivo es la secuencia organizada de pasos que sigue una empresa para transformar sus recursos (materias primas, trabajo y dinero) en un producto final o un servicio que pueda vender a sus clientes.



Finalidad de una empresa



Finalidad	Descripción
Satisfacer necesidades de los clientes	Ofrece productos o servicios que solucionan problemas o mejoran la vida de las personas.
Obtener rentabilidad	Genera ingresos para cubrir los costos o gastos y alcanzar ganancias.
Producir bienes y servicios	Transforma los recursos (materiales, humanos y financieros) en resultados concretos que aportan valor al mercado.
Generar empleos	Brinda oportunidades de trabajo, impulsa el talento humano y mejora la economía de las familias que dependen de ella.
Beneficiar a la comunidad y al entorno	Contribuye al desarrollo y bienestar de la sociedad y su entorno.

Formas jurídicas para emprender

Existen diversas maneras de emprender:



Persona física

Individualmente



Colectivamente

Una de las formas de emprender colectivamente es siendo parte de una:

¿Qué es una cooperativa?



COOPERATIVA

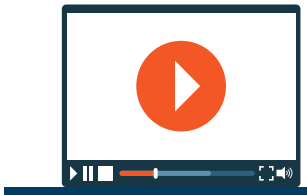


Actividad de apoyo 3

Conociendo las pymes de mi comunidad

¿Qué es una cooperativa?

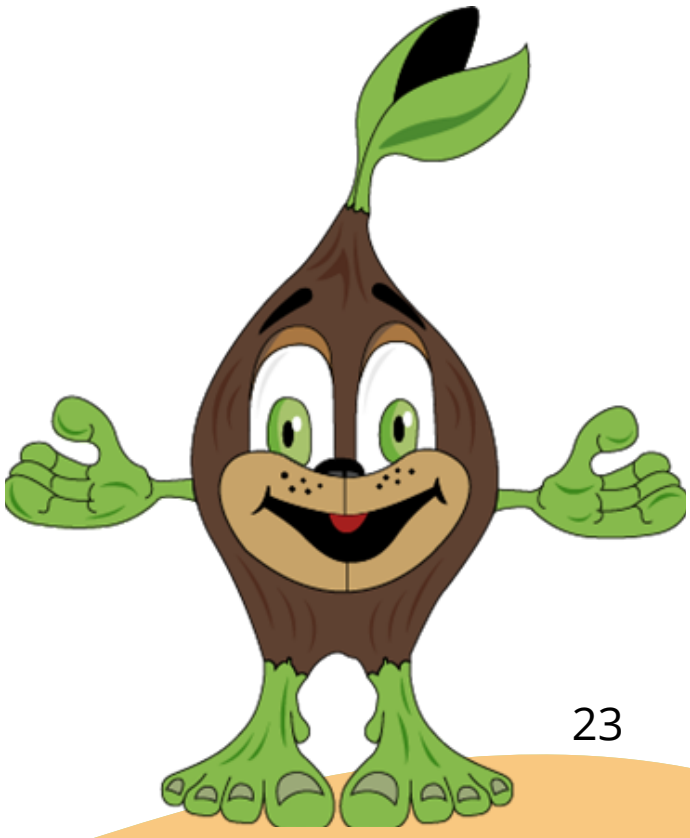
Las cooperativas son asociaciones voluntarias de personas y no de capitales, con plena personalidad jurídica, de duración indefinida y de responsabilidad limitada, en las que los individuos se organizan democráticamente a fin de satisfacer sus necesidades y promover su mejoramiento económico y social, como un medio de superar su condición humana y su formación individual, y en las cuales el motivo del trabajo y de la producción, de la distribución y del consumo, es el servicio y no el lucro. (Artículo 2, Ley 4179, Asociaciones Cooperativas)



Cortometraje

Para saber más

El cooperativismo es un modelo empresarial que prioriza la formación integral de sus miembros, fomenta habilidades de liderazgo, innovación y emprendimiento, y se basa en valores como el trabajo en equipo, la solidaridad, la ayuda mutua, el respeto y la responsabilidad social.



Ventajas de ser parte de una cooperativa

Ayuda a sus asociados



Aporta desarrollo a sus comunidades



Genera empleos





La cooperativa es de todos. Todos sus asociados tienen los mismos derechos.



Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua, responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad,

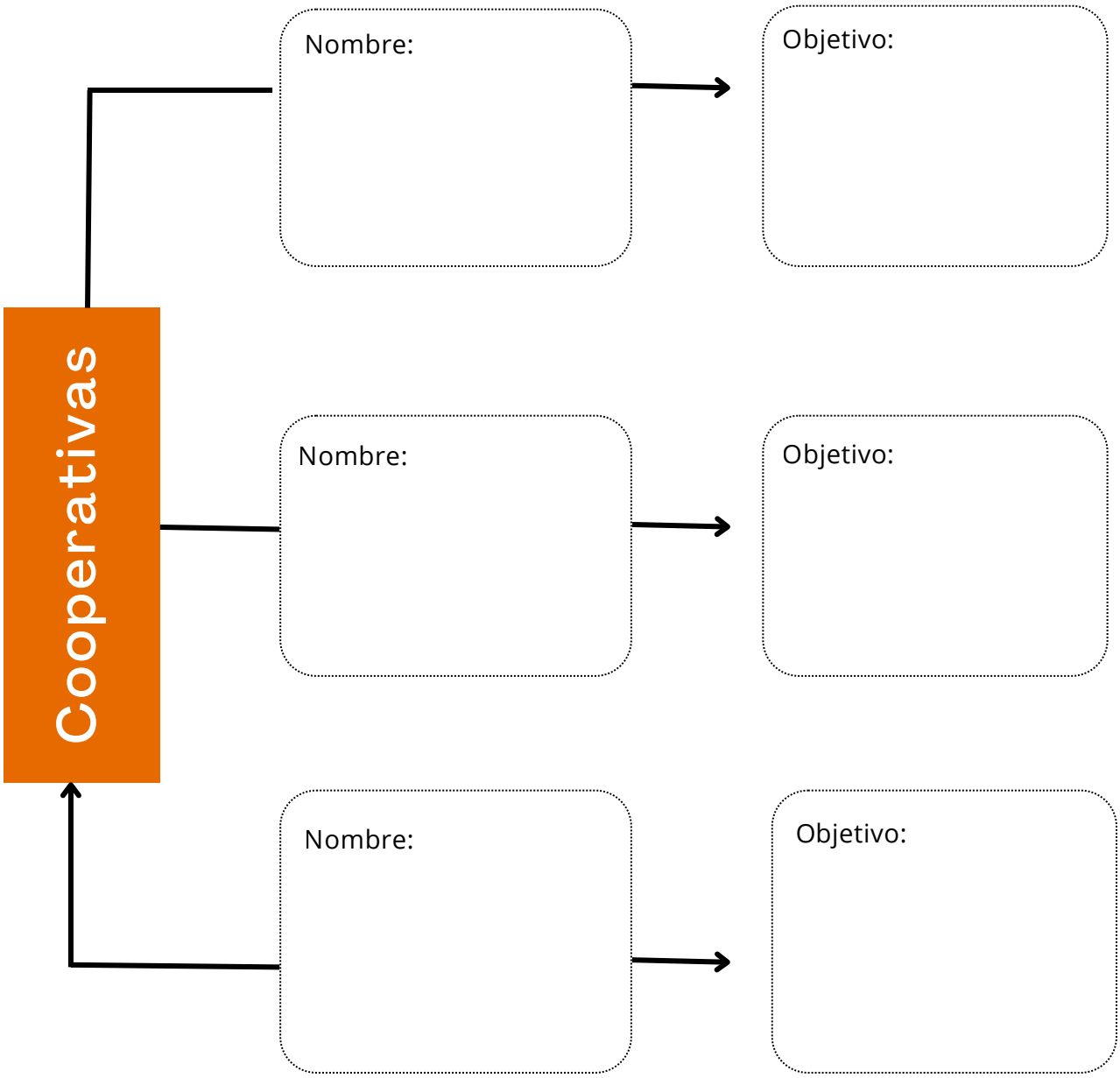
Promueven la integración humana de la persona



Actividad 3

Identifica tres cooperativas que operen o tengan un impacto significativo en la comunidad o región donde vives.

- **Menciona su nombre.**
- **Describa brevemente cuál es su objetivo principal.**





Mis sueños y proyectos de vida

Siempre piensa positivo. Es importante para lograr el éxito, que definas claramente los sueños y metas que quieres alcanzar en el futuro.

Reflexiona y contesta las siguientes preguntas.

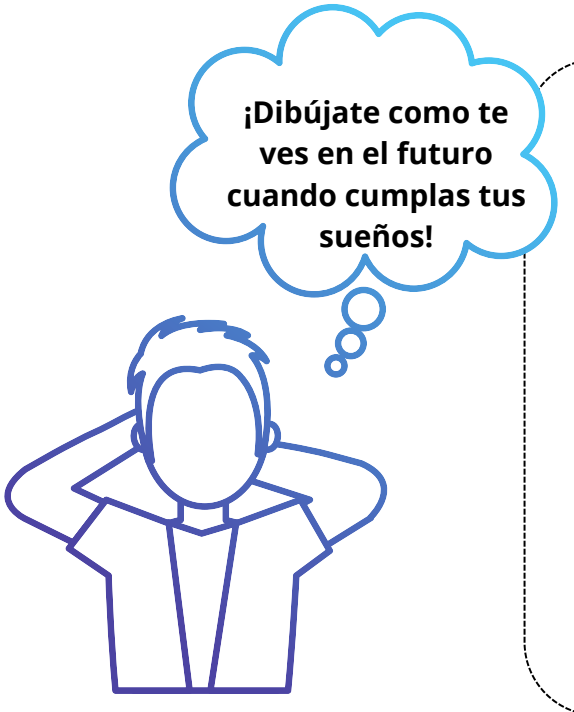
¿Quién soy?

(Describe tus valores, fortalezas e intereses actuales)

Visión a 15 años

Profesional o empresarial: ¿Cómo te imaginas dentro de quince años?

Sueños cumplidos: ¿Qué logros te gustaría haber alcanzado?



Qué frase o palabra te define

¿Cuál es tu mejor cualidad?

¿Que acciones realizas para proteger el medio ambiente?



Actividad de apoyo 4

Identificando empresarios o emprendedores en mi comunidad.

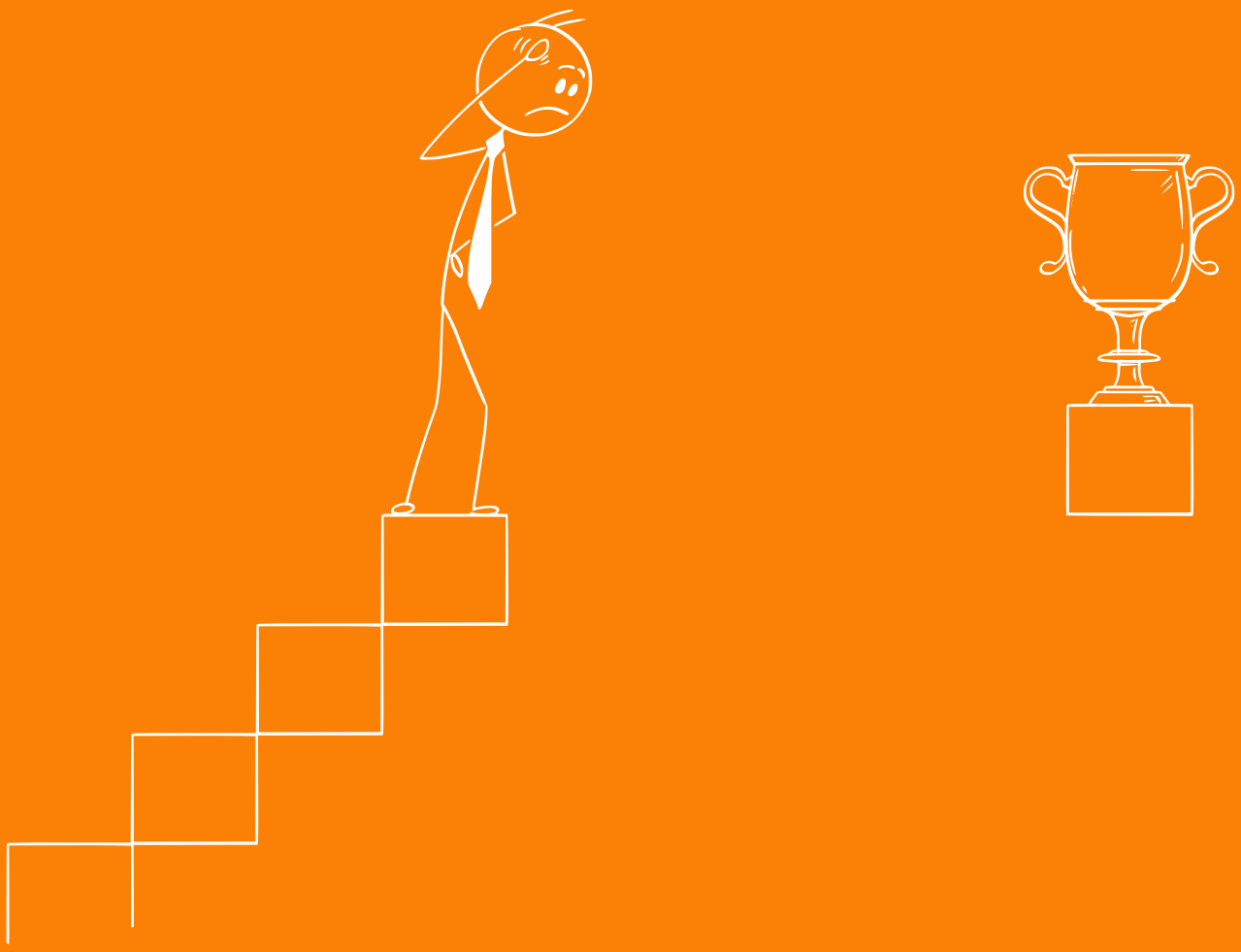
II Unidad

Los Jóvenes Emprendedores

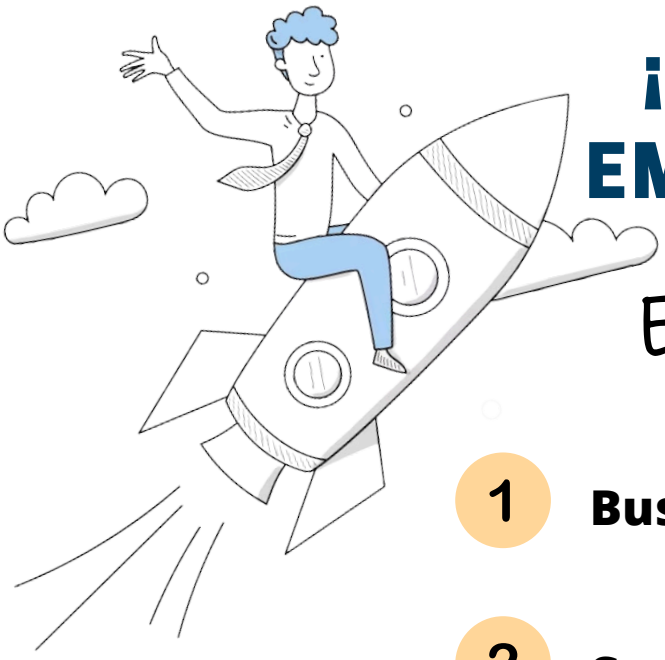


“No existe el fracaso, salvo cuando dejamos de esforzarnos.”

-JEAN PAUL MARAT



Los jóvenes emprendedores



¡TODOS SOMOS EMPRENDEDORES!

Soy emprendedor

El emprendedor:

1. **Busca mejorar su vida**
2. **Sueña con un futuro**
3. **Participa en actividades para mejorar su comunidad**
4. **Tiene metas**
5. **Aprende constantemente y se adapta a los cambios.**
6. **Acepta el error como parte del aprendizaje.**
7. **Es perseverante y nunca se rinde.**

DINÁMICA

¡El avión de papel!



Propósito:

Fortalecer la colaboración, comunicación y organización del equipo para alcanzar las metas propuestas.

Materiales:

Tijeras, goma, hojas bond de colores para cada equipo que se forme, cinta, 2 planos para realizar un avión.

Desarrollo:

Formación de equipos y entrega de materiales:

1.	Se forman los equipos.
2.	A cada equipo se le entregan los materiales junto con los planos del avión que deben de realizar. Se le entregarán 10 hojas de colores por equipo (todas de un mismo color). Un color diferente por equipo. Por ejemplo el equipo A tendrá el color rojo, el equipo B el color azul y así sucesivamente.

Definición de la meta

3.	El docente establece la meta de producción: "Cada equipo tiene 10 minutos para construir 10 aviones (5 del Plano A y 5 del Plano B) y colocarlos en la línea de despegue." La línea de despegue o de lanzamiento la define el docente.

Producción

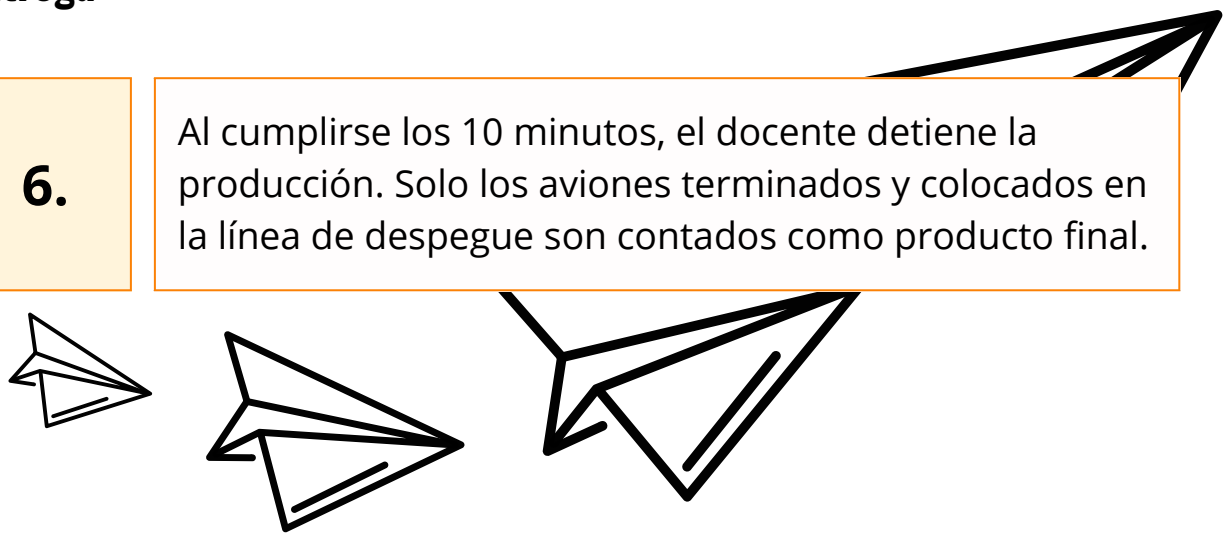
4.	Al recibir la señal, los equipos deben organizarse inmediatamente: asignar roles, entender los planos, y dividir la producción de los dos modelos (A y B).

Manejo del tiempo

5.	El docente avisará cuando falten 5 minutos y cuando falte 1 minuto.

Entrega

6.	Al cumplirse los 10 minutos, el docente detiene la producción. Solo los aviones terminados y colocados en la línea de despegue son contados como producto final.



Lanzamiento

7.

7.1 Cada equipo seleccionará a sus miembros para lanzar el avión de papel desde la pista de despegue.

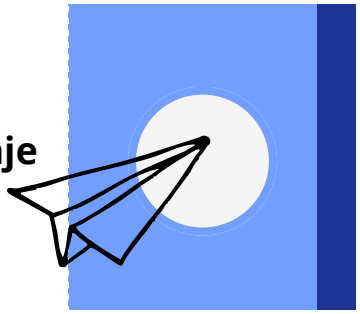
7.2 Formando una fila por equipo, al recibir la señal de inicio del docente, los estudiantes lanzarán su avión y deberán intentar aterrizarlo en el tablero que estará colocado al frente. La distancia entre la línea de despegue y el tablero o caja será determinada por el docente.

7.3 En un tiempo de 5 minutos, el equipo que logre más aterrizajes en la caja será el ganador.

Los demás integrantes de los equipos animarán a sus compañeros.



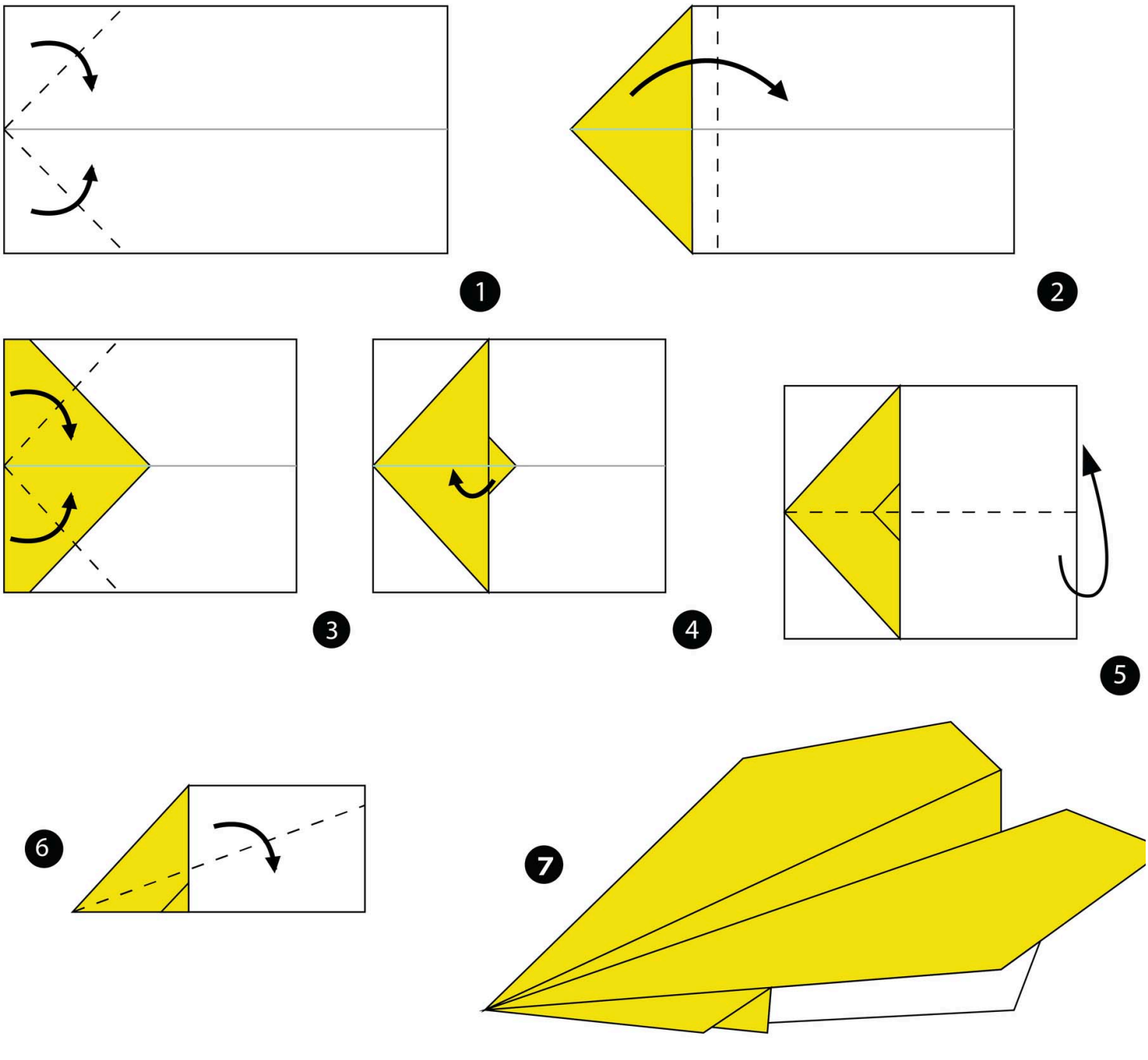
Nota importante: Cada equipo deberá planificar y coordinar sus tareas de manera que todos los integrantes participen activamente en la construcción de los aviones y contribuyan al logro de la meta común.



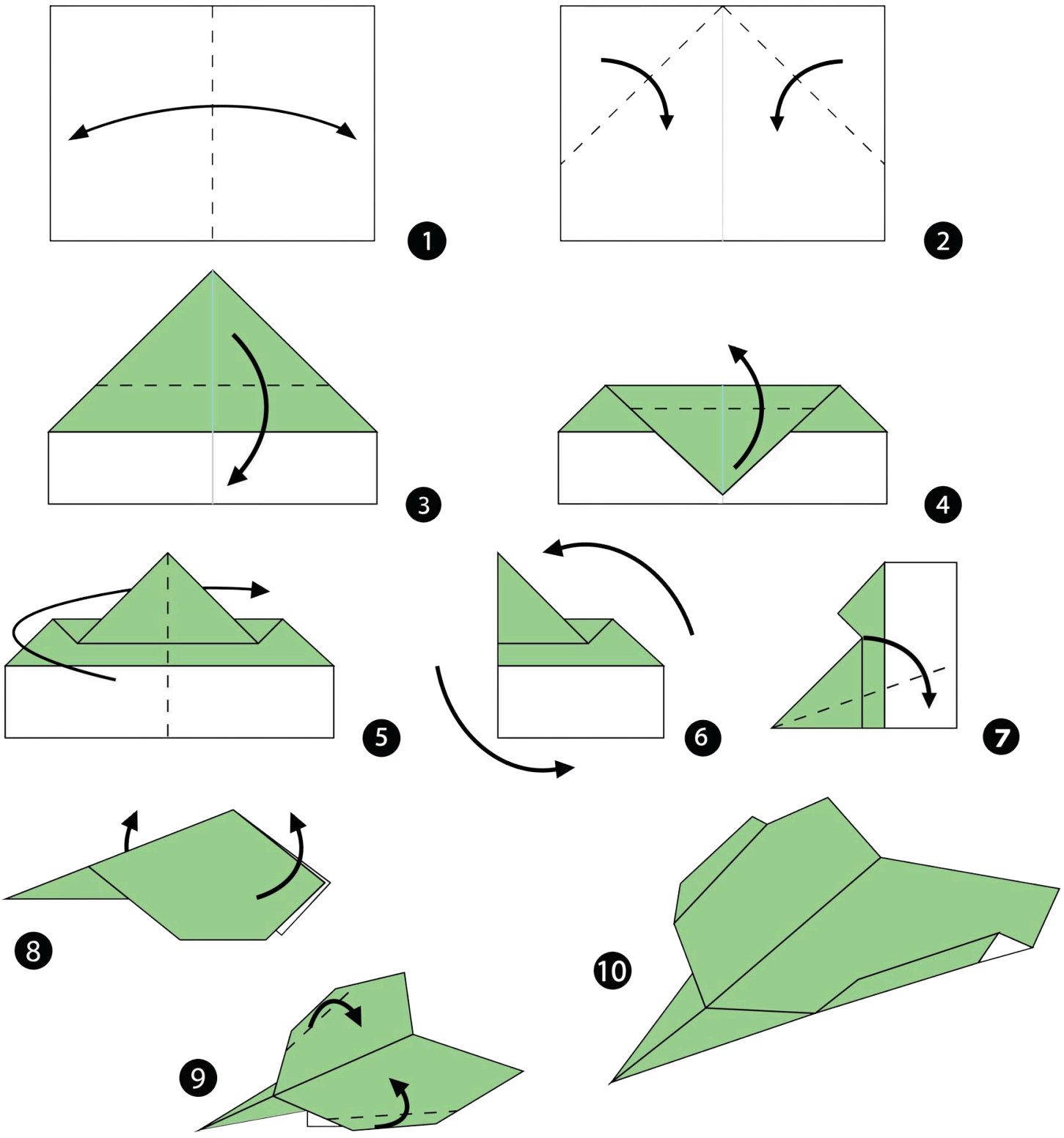
Caja elaborada con material de reciclaje para aterrizaje de los aviones

La dinámica se desarrolla y se ajusta a las condiciones y al entorno del aula y del centro educativo.

Plano 1:



Plano 2:

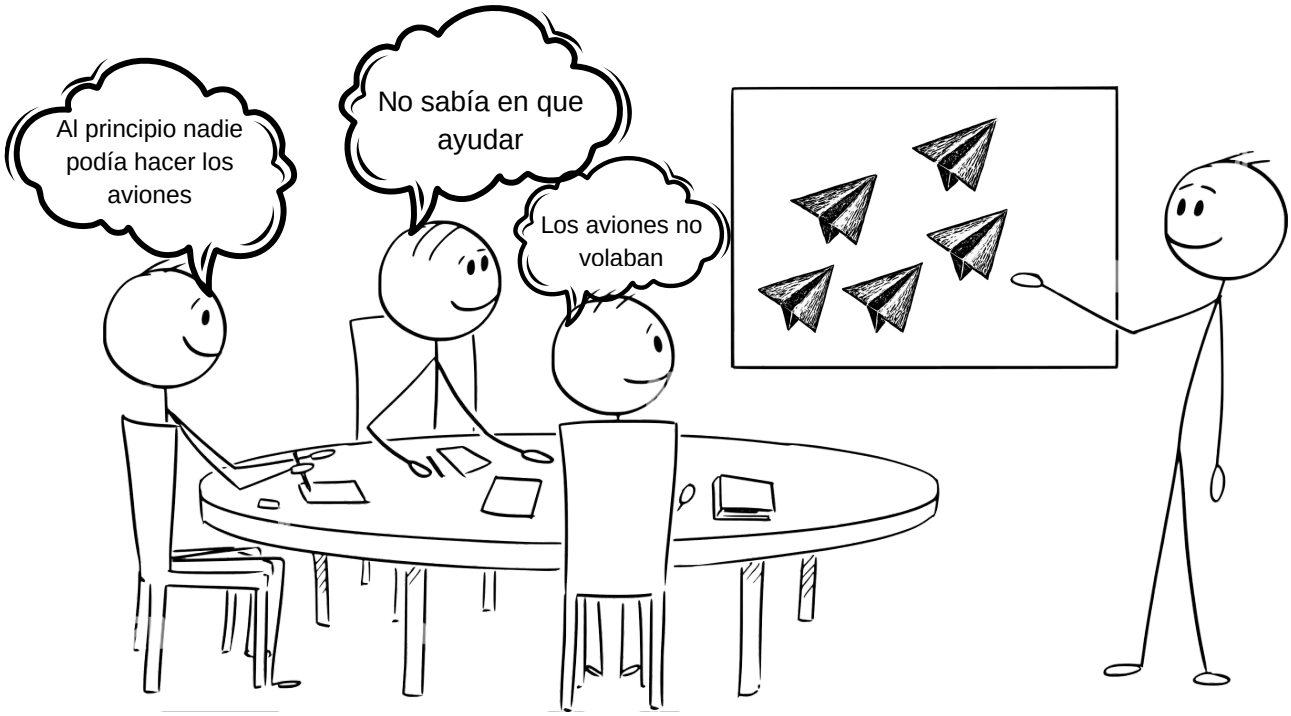


Preguntas de análisis:

El docente iniciará un plenario donde cada equipo contará su experiencia:

- ¿Cómo se organizaron al inicio? ¿Hubo conflictos? ¿Cómo los solucionaron?
- ¿Lograron alcanzar la meta de producción? ¿Cuál fue el proceso más difícil?
- ¿Cómo se compara esto con un negocio real?

  Enseñanza de la actividad



¿Qué es un emprendedor?



Un emprendedor es la persona que identifica una **oportunidad** y pone en marcha un proyecto innovador para generar valor económico, social o ambiental.

Posee visión, asume riesgos y mantiene una actitud positiva frente a los desafíos.

¡El emprendimiento es, ante todo, una actitud. Puedes aplicarla y convertirte en emprendedor en tu colegio, en tu trabajo o dentro de tu comunidad.!

¡Tu reto emprendedor!



Observa tu colegio o tu comunidad: ¿qué problema o necesidad te gustaría solucionar y cuál sería la primera acción o paso emprendedor que darías para lograrlo?

¡Reflexionemos!



Analiza la imagen y el texto y conteste la siguiente pregunta:

¿Qué es para usted el RESPETO? y mencione una acción que haría usted para fomentarla en su colegio:

Concepto: _____

_____

_____

Acción para fomentar el respeto:

_____

_____



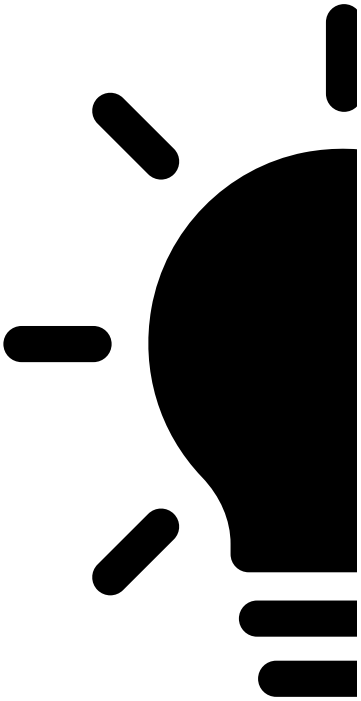
Cortometraje



Actividad de apoyo 5

Describiendo a emprendedores o empresas exitosas.

El espíritu emprendedor



Es la capacidad para realizar cambios, innovarlos, ser creativos, inventar nuevas cosas y lograr metas

El espíritu emprendedor



Actividad 4

Nombra **dos personas** que en tu opinión, ejemplifiquen el espíritu emprendedor. Pueden ser empresarios, familiares, vecinos o integrantes de la comunidad.

	Persona seleccionada	¿Por qué la consideras con espíritu emprendedor?
1		
2		



Actividad de apoyo 6

Dinámica: caminando con globos

Características de los emprendedores



Características de un emprendedor

Cortometraje

Actividad 5

1. Según el video y la imagen, **identifica una cualidad adicional** que consideres importante para un emprendedor.
2. Explica de qué forma esa cualidad ayuda al emprendedor a alcanzar sus metas.

Justifica tu elección a continuación:

Habilidades Blandas

Las habilidades blandas se asocian con la personalidad, es decir la forma como las personas se relacionan entre sí:

TRABAJO EN EQUIPO



Colaborar y apoyar al grupo.

LIDERAZGO



Guiar y motivar con ejemplo.

GESTIÓN DEL TIEMPO



Organizar tareas y cumplir plazos.

PERSEVERANCIA



Avanzar sin rendirse.

NEGOCIACIÓN



Buscar acuerdos que beneficien a todos.

COMUNICACIÓN Y ESCUCHA ACTIVA



Expresar con claridad y escuchar con atención.

Habilidades Blandas



Actividad 6 ¡Mis fortalezas blandas!

1. Elige una de las habilidades mostradas en el diagrama.
2. Explica cómo la aplicas en tu vida cotidiana.

Habilidad: _____

Aplicación en mi vida: _____

_____

La comunicación

- Es la capacidad de escuchar e interpretar un mensaje.
- Elegir las palabras y el tono adecuado.
- Lograr que el mensaje llegue de manera correcta.
- Explicar ideas de forma clara.





Reglas para una correcta comunicación

1. **Habla** con claridad, empatía y respeto.
2. **Elige** palabras adecuadas.
3. **Mantén** un tono amable.
4. **Espera** el momento oportuno para hablar.
5. **Escucha, escucha, escucha.**
6. **Tolerancia** a las ideas de la otra persona.

Actividad 7 ¡Reflexiona!

De acuerdo con estas reglas de comunicación, **¿cuál consideras la más importante y por qué?**



Actividad de apoyo 7

Dinámica: ¿Es así?

Emprendimiento

La Real Academia Española define emprendimiento como la “acción y efecto de emprender”. **Emprender significa llevar adelante una obra o negocio con esfuerzo y determinación para alcanzar un objetivo.**



Actividad 8

Lectura: Lee atentamente el cuento proporcionado de Miguel Delibes, *La Cucaña Imposible*. Después de leer el cuento, redacta un análisis que cumpla con dos objetivos:

1. Determinar la enseñanza central.

2. Explicar con un ejemplo concreto, cómo pondrías en práctica esa lección en tu vida cotidiana.

La cucaña imposible

MIGUEL DELIBES

En un pueblo, un día se organizó una gran prueba. Se instalaron cincuenta mástiles de madera lisos de 10 metros de altura que luego se cubrieron de grasa. El reto para los participantes consistía en llegar a lo alto de la cucaña alzando una carga adicional equivalente al peso de cada individuo.

Viendo la dificultad de la prueba, los habitantes del pueblo miraban a los participantes y comentaban en voz alta: “eso es imposible, ninguno lo puede conseguir, no pasarán de dos metros”.

A medida que los 50 candidatos intentaban desesperados trepar por el palo y no conseguían elevarse, las afirmaciones del público cogían más fuerza: “veis, no lo va a conseguir nadie, esta prueba es imposible”.

Rápidamente, la mayoría de los participantes dejó de intentarlo. Pero un grupo de una decena conseguía muy poco a poco elevarse con su pesada carga a lo largo del mástil resbaladizo.

Viendo el tremendo esfuerzo de los que seguían, el público volvió a hablar. “Apenas han ganado terreno. Se están cansando para nada. Estos mástiles son demasiado largos. Nadie lo puede conseguir”.

A los pocos minutos, casi todos los candidatos que quedaban se desanimaron y abandonaron. Solo quedo un hombre. Bajo las miradas atónitas del público, un señor de pequeña complexión avanzaba poco a poco y con gran esfuerzo hacia la cima.

Cuando llegó a mitad de camino, mostrando un gran cansancio, los espectadores comentaban: “Ha demostrado ser valiente. Que pena que no le vaya a servir para nada. Ya está muy cansado. Debería dejarlo ya. Mejor abandonar ahora que cuando este totalmente agotado y se arriesgue a caer y herirse”.

Pero el hombre siguió, y después de un tremendo sacrificio, consiguió llegar a lo alto del mástil. Cogió la bandera que representaba su logro y se dejó deslizar hacia abajo.

Enseguida la muchedumbre le rodeó y le preguntó: “¿Cómo lo ha hecho?”

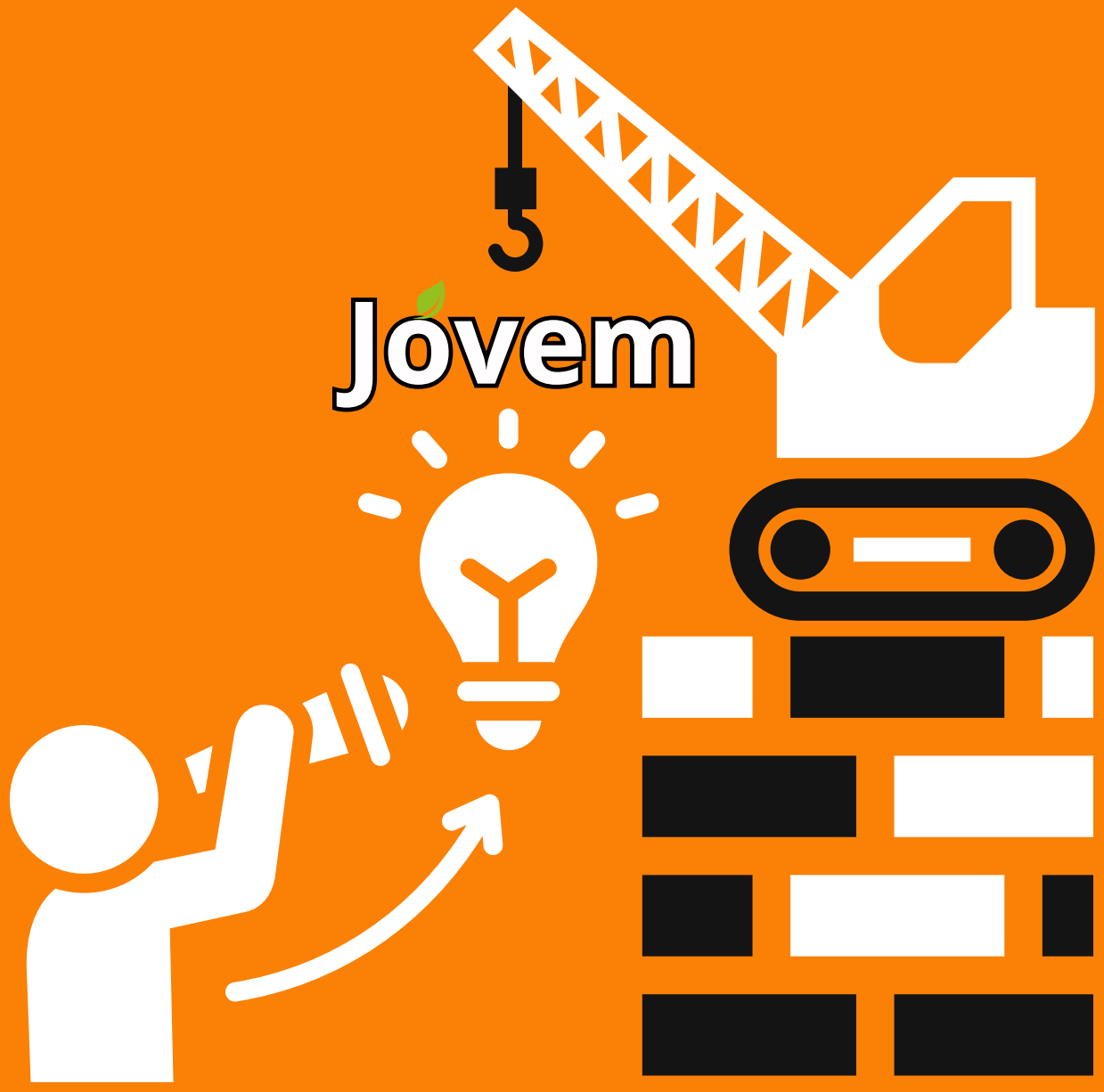
El hombre no respondió. Era sordo.

Enseñanza

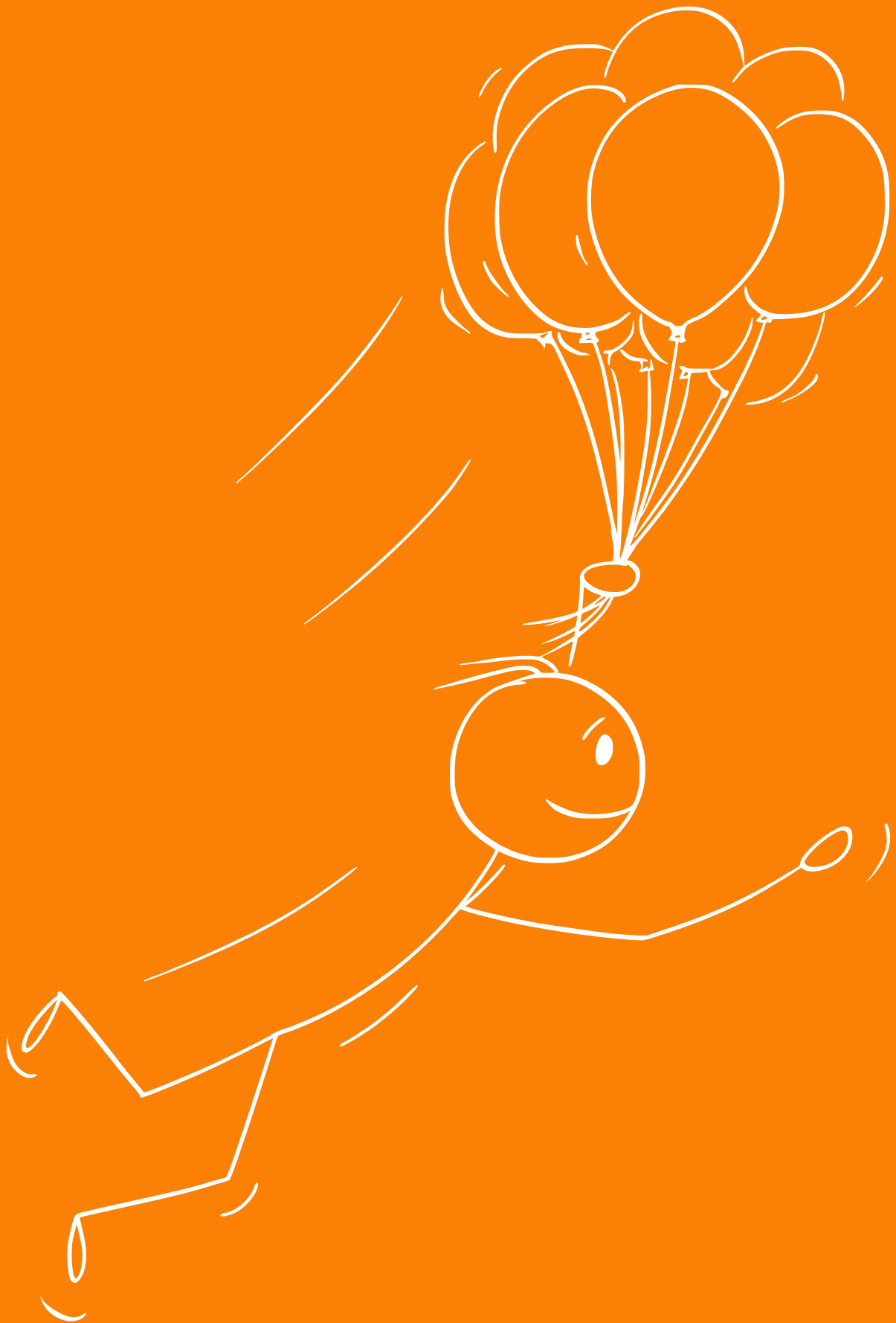


III Unidad

Generando mi idea de negocio



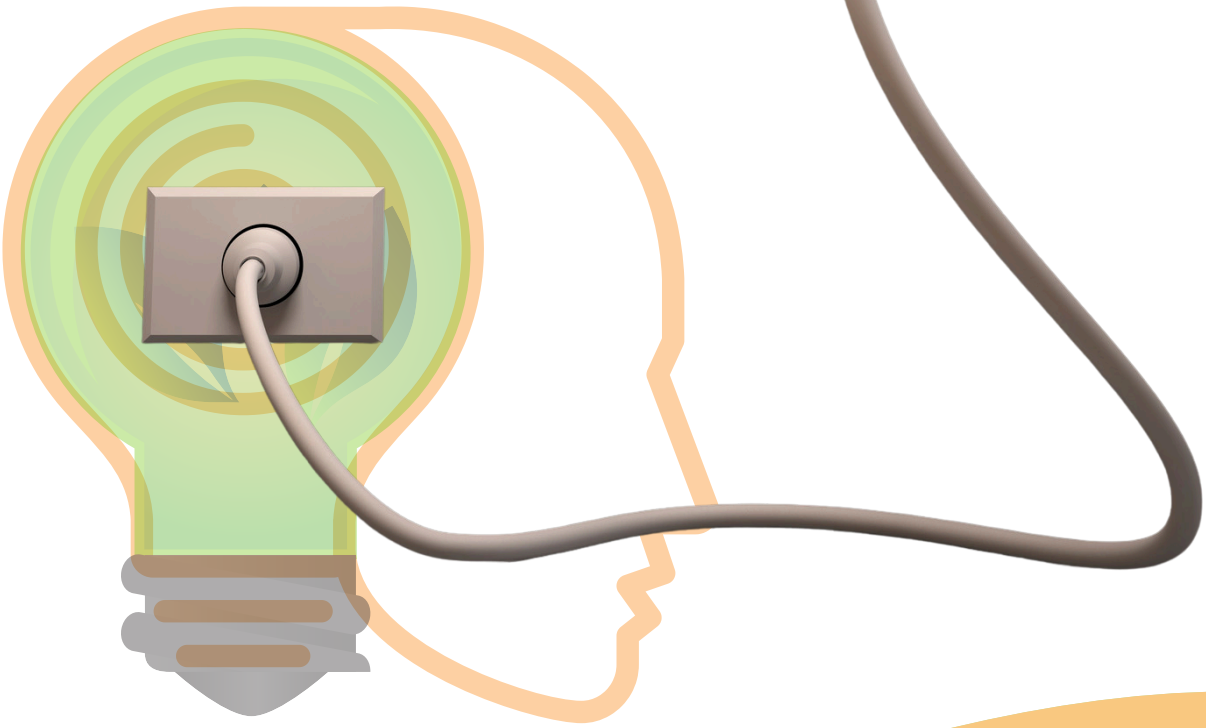
“Sueña, pero no te duermas.”



Generando mi idea de negocio



Cómo iniciar mi emprendimiento



DINÁMICA

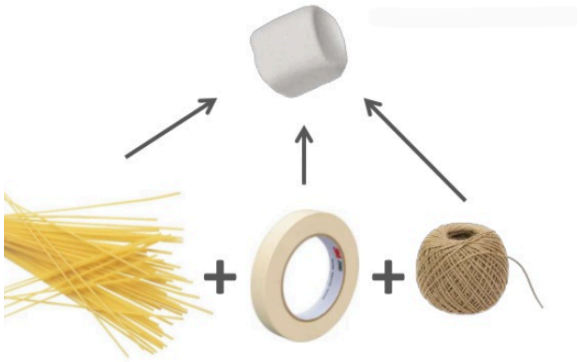
¡Construye una torre!

Propósito:

Mejorar las habilidades de resolución de problemas y la comunicación dentro del equipo de trabajo.

Materiales:

30 espaguetis crudos.
Un metro de cinta adhesiva.
Un metro de hilo.
Un malvavisco (marshmallow).
Tijera.



Desarrollo:

Formación de equipos y entrega de materiales:

1.	Se divide el grupo en equipos de cuatro a cinco estudiantes.
2.	Se les entrega a cada equipo los materiales: 30 espaguetis crudos, un metro de cinta adhesiva, un metro de hilo y un malvavisco.

Fase de planificación (5 minutos):

3.	El equipo debe planificar su diseño y estrategia sin tocar los materiales (solo con notas, si lo desean). Todos los integrantes deben de participar en la dinámica.

Fase de construcción (17 minutos):

4.	Cada equipo debe construir una estructura que se sostenga sola y que en la cima tenga un malvadisco. **Reglas:** *Los materiales pueden ser cortados. La estructura debe apoyarse sobre la mesa o piso.*
5.	Gana la torre más alta, que se sostenga por sí sola y con el malvavisco en la parte superior.

Medición y validación

6.	Una vez terminado el tiempo, el docente procederá a medir la estructura. La medición se realiza desde la base de apoyo hasta el punto más alto del malvavisco. La estructura debe permanecer estable por 30 segundos para ser validada.

Preguntas de análisis:



1. ¿La estrategia inicial funcionó o la cambiaron rápido?

2. ¿Cómo califican la comunicación del equipo? ¿Qué mejorarían?

3. ¿Cuál fue el mayor desafío técnico (físico) que enfrentó la torre ? ¿Qué hicieron para superarlo?

4. Si la torre no se sostuvo, ¿cuál creen que fue el error? Si la torre se sostuvo, ¿cuál fue el factor clave del éxito?

5. ¿Qué emociones sintieron cuando el tiempo se estaba acabando o cuando la torre se cayó? ¿Cómo afectaron esas emociones la toma de decisiones?

6. De las reglas de comunicación (Actividad 7), ¿cuál habría sido la más útil en esta dinámica?

Enseñanza:

_____

_____

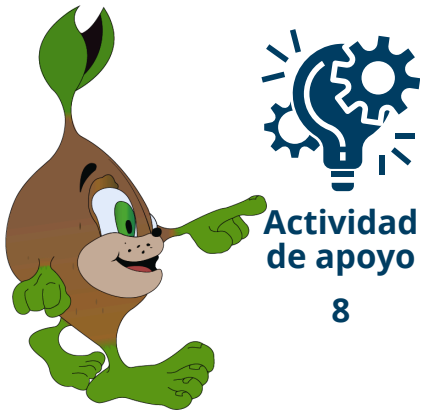
_____

_____

Ejercicio de creatividad - Taller creativo

Objetivo:

Fomentar la creatividad y el pensamiento crítico en los estudiantes para la generación de ideas innovadoras.



Taller:
Diseño de un nuevo producto o servicio innovador

En la sección "actividades de apoyo", se presenta un ejercicio titulado **"Taller: Diseño de un nuevo producto o servicio innovador".**

Esta actividad de apoyo se desarrolla en la fase introductoria, con el fin de despertar la creatividad antes de que el grupo inicie su proyecto emprendedor.

Importante: El resultado de esta actividad no se considera el proyecto final; se trata de un juego destinado a estimular la imaginación y abrir camino a futuras ideas.

Jóvem



Iniciemos

A EMPRENDER

¡Generando mi idea de negocio!

Los proyectos exitosos necesitan más que una simple buena idea; requieren la energía, el esfuerzo y la creatividad del emprendedor. Para lograr el éxito, es fundamental que un emprendedor fomente una actitud positiva, tenga la capacidad de innovar y desarrolle habilidades para enfrentar desafíos y buscar oportunidades en el mercado.

¿Qué es una idea de negocio?

Una idea de negocio es la descripción fundamental de un producto o servicio que se desea poner en marcha. Sin embargo, una idea va más allá de un concepto: **es la solución a un problema o una necesidad insatisfecha.**

Criterios de una idea de negocio exitosa

Una idea de negocio se considera innovadora y con potencial de éxito cuando cumple con los siguientes tres elementos:

Elementos	Descripción	Importancia
I. Soluciona un Problema	Identifica una necesidad del cliente que no está siendo satisfecha.	El mercado paga por soluciones a sus problemas.
II. Innovación y Diferenciación	La solución proporciona algo único o lo hace de manera mejor que las opciones actuales.	Genera un valor agregado que capta la atención de los clientes y marca la diferencia.
III. Viabilidad de Mercado	Los clientes están dispuestos a pagar por la solución ofrecida.	Garantiza la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.

Características de la idea de negocio

Una idea de negocio debe de responder a las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es la necesidad del cliente que el nuevo producto o servicio resolverá? ¿Qué desea el cliente de ese producto?

2. ¿Cuál es el producto que se venderá a los clientes? ¿Qué innovación tiene el nuevo producto o servicio?

3. ¿Qué características tienen los clientes que adquieren el producto o servicio?

4. ¿Cómo se venderá el producto o servicio?

5. ¿Cuáles serán los ingresos y la ganancia que obtendré?

Las necesidades de los clientes

Es lo que motiva a una persona a adquirir un producto o servicio

Las necesidades de un cliente

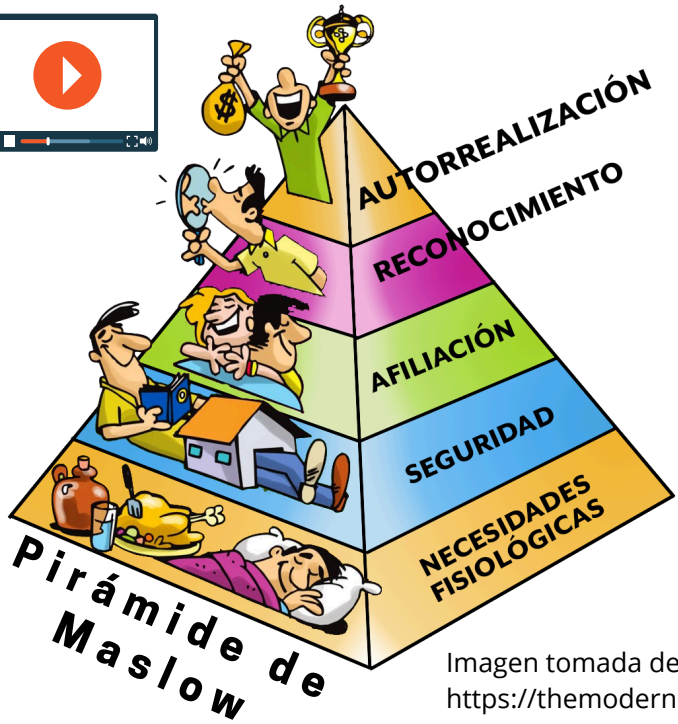


Imagen tomada de https://themodernkids.com

Para saber más

Una propuesta de valor es el método a través del cual se definen los aspectos de un producto o servicio que un cliente puede necesitar. Es una manera de presentar todas las ventajas de ese producto o servicio que satisfacen los requisitos de un segmento del mercado determinado, algunas de las cuales los competidores no pueden ofrecer. En otras palabras, la propuesta de valor hace referencia a todo aquello que hace única y atractiva una idea de negocio para sus clientes. *Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica. MEIC. Edición 2019*

Actividad 9 ¡Identifica necesidades del cliente!

1. **Identifica** cuatro productos o servicios.
2. **Menciona** su nombre comercial.
3. **Describe** las necesidades que cubren o satisfacen para los clientes.

Productos	Nombre comercial	Necesidad que cubren

Instrucciones JOVEM

Para la generación de la idea de negocio o proyecto se formarán equipos de trabajo de 1 a 3 estudiantes. Si lo prefieren también el proyecto puede ser realizado de manera individual.



Aspectos clave para la idea de negocio

1. Crear un producto vendible para la Feria JOVEM.
2. Identificar a los clientes para comercializarlo.
3. Aportar innovación (algo nuevo o mejorado).
4. Que los estudiantes tengan las habilidades y los recursos para realizarlo.
5. Aplicar los conocimientos aprendidos en clase.
6. Motivación del estudiante para desarrollar esa idea de negocio.

¡Iniciamos!

Técnica: Lluvia de ideas o brainstorming

La lluvia de ideas es una técnica grupal diseñada para generar la mayor cantidad posible de ideas y soluciones creativas sobre un tema o problema definido, en un corto período de tiempo.

Actividad 10

Mi primera lista de ideas de negocio. Anota todas las ideas que te gustaría realizar, asegurándote de que sean factibles de implementar y respondan a una necesidad a satisfacer. Puedes utilizar internet como herramienta de investigación para enriquecer tus ideas.

Actividad 11

Al finalizar la Actividad 10, presenta la lista a tres personas y solicita su opinión y comentarios a las mismas.

Idea	Comentarios

Actividad 12

Una vez concluida la Actividad 11, seleccione las ideas de negocio más destacadas y elabore un análisis sobre sus características, así como los problemas que buscan resolver.

Producto o servicio	Características e innovación	Necesidad o problema que satisface

Actividad 13

- Anote las ideas de negocio seleccionadas en la actividad 12.
- Califica cada criterio del 1 (bajo) al 5 (alto).
- Sume los puntajes para elegir la idea con mayor potencial.

IDEA DE NEGOCIO	Motivación preferencia	Innovación	Mercado clientes	Conocimiento técnico	Disponibilidad de materia prima	TOTAL

Idea seleccionada: _____

Justificación:

_____

_____

_____

_____

¡Generando mi proyecto!

1 Escribe la idea seleccionada de la Actividad 13, la cual será tu proyecto empresarial.

2 Describa ampliamente la idea a desarrollar.

¡Generando mi proyecto!

3 ¿Qué necesidad o problema del cliente resolverá tu idea?

4 ¿Qué producto o servicio ofrecerás, en qué se diferenciará de la competencia y cuál será su valor agregado? Puedes incluir un dibujo.

¡Generando mi proyecto!

5 ¿Quién es mi cliente o público objetivo?

6 ¿Cómo venderé el producto o servicio?

7 **NOMBRE DE MI PROYECTO:** El nombre debe ser breve y creativo.

Nombre: _____

Justificación: _____

_____

_____

_____

¡Generando mi proyecto!

8 Objetivo General.

9 Potencial logo de mi proyecto. Realizar un dibujo.

¡Generando mi proyecto!

10 Misión de mi proyecto.

11 Visión de mi proyecto.

MISIÓN Y VISIÓN ¡La empresa debe crecer!

Definir la misión y la visión es fundamental para todo emprendedor, ya que orientan el crecimiento de la empresa y establecen las metas a alcanzar.

Misión:

La misión es la razón de ser de la empresa.

La misión se redacta en presente y define los objetivos diarios que guían al equipo.

Ejemplo: **La misión de la compañía es mejorar la calidad de nuestros servicios.**

Preguntas para elaborar la misión

1. **¿Quiénes somos?**
2. **¿Qué hacemos?**
3. **¿Qué buscamos?**
4. **¿Para quién trabajamos?**
5. **¿Dónde lo hacemos?**
6. **¿Por qué lo hacemos?**

La Misión





Actividad de apoyo 9 ***La misión***



La visión es el “sueño” de la empresa.

Es una declaración de lo que aspira la empresa a mediano o largo plazo, es la imagen a futuro de cómo deseamos que sea la empresa.

Debe ser realista y, a la vez, ambiciosa; su propósito es guiar y motivar al equipo.

La visión debe ser clara y coherente, reflejando los valores y principios de la empresa. Además, debe ser flexible para adaptarse a cambios futuros.

Preguntas para elaborar la visión

1. **¿Cuál es la imagen que queremos proyectar?**
2. **¿Cuáles son nuestros deseos o aspiraciones?**
3. **¿Hacia dónde nos dirigimos?**
4. **¿Hacia dónde queremos llegar?**

La Visión



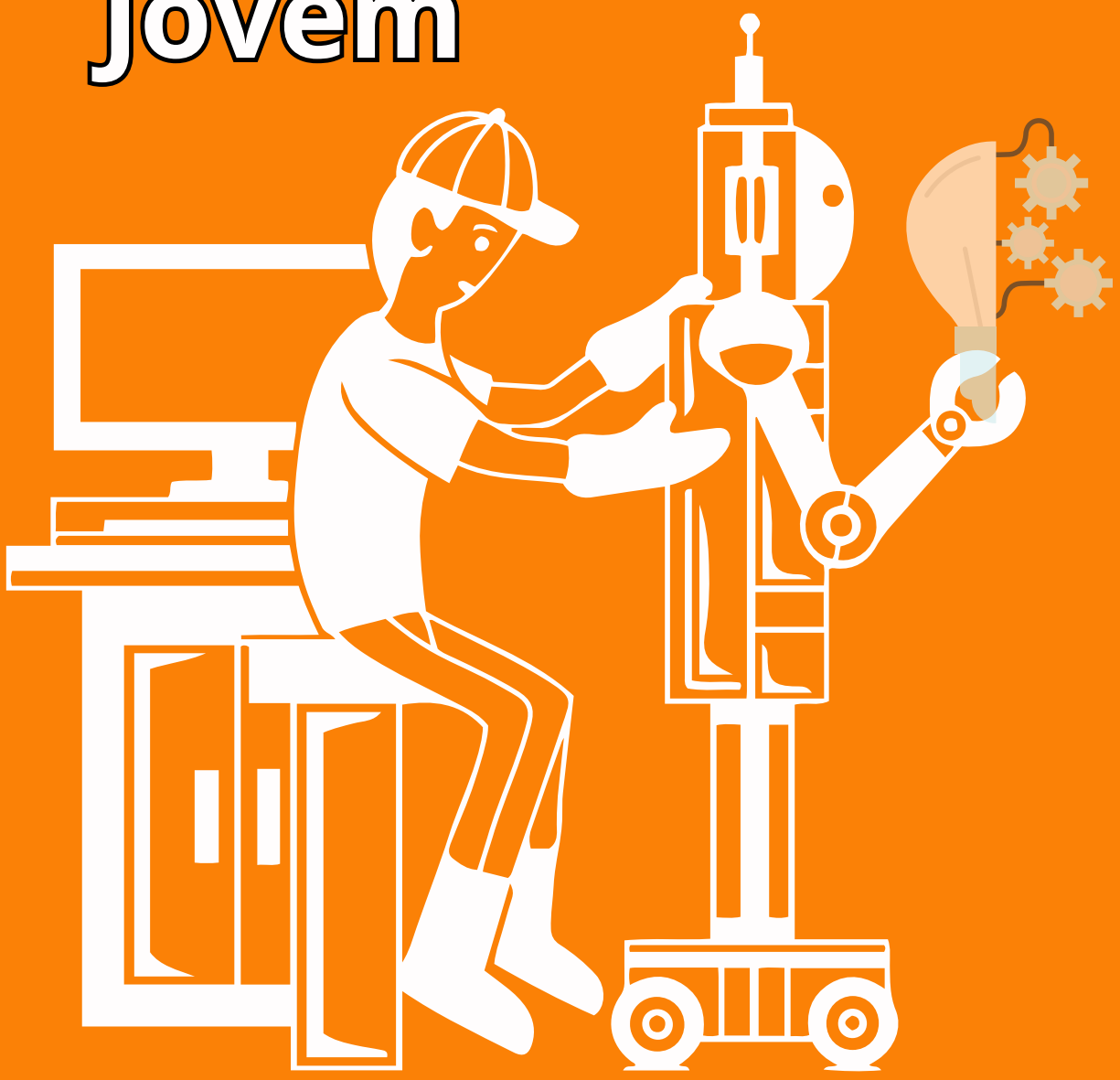


Actividad de apoyo 10 ***La visión***

IV Unidad

Mi primer prototipo

Jóvem



“Los problemas se deben convertir en retos, nunca en obstáculos.”



Mi primer prototipo

Estudio de mercado



Una vez definida la idea de negocio y el mercado potencial, realizaremos un estudio de mercado para recopilar, registrar y analizar datos específicos. Esto permitirá conocer la opinión del cliente en aspectos como:

- **Opinión sobre el producto o servicios.**
- **Precio que estaría dispuesto a pagar.**
- **Lugares donde adquiriría el producto o servicio.**
- **Otros elementos.**

El Estudio de Mercado



Segmentación

Las personas y las organizaciones tienen necesidades que satisfacer; comprarán productos o servicios que cumplan sus expectativas y deseos.

La segmentación consiste en dividir a los clientes potenciales en grupos más pequeños que comparten características similares. Esto permite enfocar los esfuerzos en aquellos que realmente necesitan la solución ofrecida.





Existen diversas técnicas para recopilar información que nos permiten analizar la opinión del cliente potencial.

¡Utilizaremos la ENCUESTA!



La encuesta es un conjunto de preguntas que se realizan a varias personas para obtener datos y conocer la opinión de estas sobre un aspecto específico.

En este caso, se desea conocer qué le parece a posibles clientes el producto que están diseñando.

Diseño de encuesta



Planifica la encuesta con cuidado.



Convierte cada dato que deseas saber en una pregunta clara.



Formula preguntas concretas y sencillas.



Las encuestas deben de ser breves.



Al contestar la encuesta el cliente, debe obtenerse la información que buscamos.

Actividad 14

En esta actividad aprenderás la estructura básica de una encuesta.

Se llevará a cabo un análisis de cada apartado, mientras elaboras tu propio instrumento de investigación. Al concluir la explicación del docente, podrás completar el desarrollo de la encuesta que aplicarás a un mínimo de 15 personas.

Estructura de una encuesta:

1 **Encabezado**	Incluye el nombre del emprendimiento o de la persona que realiza la investigación. Puedes agregar ubicación, teléfono o dirección. Ejemplo: **Sabores de mi Tierra** Ciudad Quesada, San Carlos

2 **Título**	Nombre de la investigación o tema central. Ejemplo: **Encuesta para conocer la aceptación de postres**

3 **Presentación**	Redacta un párrafo breve que explique el objetivo de la encuesta, el tema que aborda, quién la realiza y la confidencialidad con la que se tratará la información obtenida.

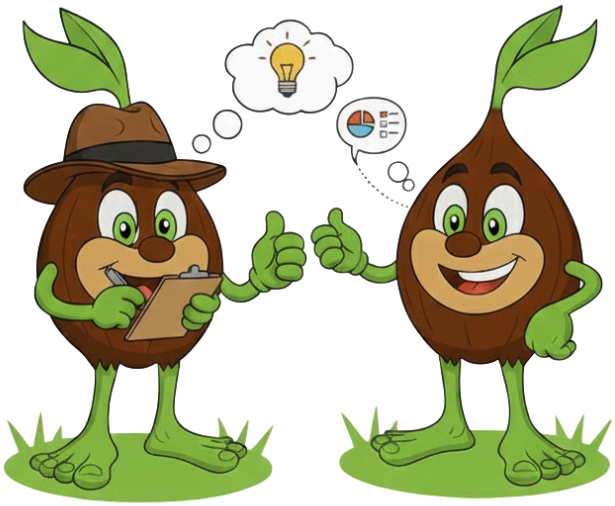
Ejemplo:

¡Hola! Somos estudiantes del Colegio _____ y queremos introducir en el mercado un nuevo postre. Se trata de un postre elaborado con _____, el cual se puede consumir frío o caliente. Tiene como beneficios nutricionales que es elaborado sin azúcar y _____.
La finalidad de la presente encuesta es conocer la aceptación de este nuevo producto en el mercado. Toda la información obtenida es de carácter confidencial. Agradecemos su colaboración.

4 **Cuerpo de preguntas**	Está formado por todas las preguntas que se aplicarán al entrevistado. Pueden ser abiertas o cerradas: las abiertas permiten que la persona exprese su opinión libremente; en las cerradas debe elegir una opción establecida.

Preguntas Abiertas

¿Qué deporte le gusta practicar y cuál es la razón?



Preguntas Cerradas

¿Qué deporte te gusta practicar?

( ) Natación
( ) Baloncesto
( ) Ciclismo
( ) Fútbol

Ejemplo de preguntas:

1.) ¿Le gusta _____ ? (Producto relacionado con lo que vamos a vender)

( ) Si ( ) No

2.) Si hubiera este producto _____ en el mercado, ¿lo compraría?

(bien que vamos a vender)

( ) Si ( ) No

3.) ¿Con que frecuencias lo comprarías ?

( ) Diario ( ) Una vez por semana ( ) Una vez por mes

( ) Otra. (Especifique) _____

4.) ¿Qué presentación le parece mas adecuada?

( ) 75g ( ) 100 g ( ) 150 g ( ) 200 g

5.) ¿Qué presentación le parece más adecuada?

( ) 100-500 ( ) 501-1000 ( ) 1001-1500 ( ) 1501-2000

6.) ¿En donde le gustaría encontrarlo para adquirirlo?

( ) _____ ( ) _____ ( ) _____ ( ) _____

7.) ¿Conoce otros productos similares a este?

( ) Si ( ) No

8.) ¿Qué mejoraría de este producto?

_____

¡Diseña tu propia encuesta!

Encabezado:

Título:

Presentación:

Cuerpo de preguntas:

Cierre de encuesta

¡ MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Resultados obtenidos:

Una vez aplicada la encuesta y recopilado la información requerida, se debe de tabular los resultados para lograr establecer las conclusiones y determinar la factibilidad del producto o servicio.

Tabulación

La tabulación de encuestas es la representación de datos en tablas y gráficas, los cuales se pueden realizar de manera manual o a través de programas automatizados.

Ejemplo de tabulaciones de las encuestas

1.) ¿Le gusta _____ ?

( ) Si **( ) No**

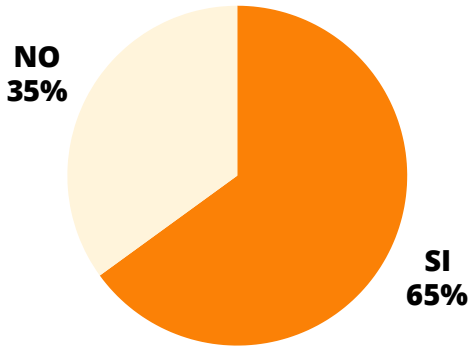
Contar las respuestas obtenidas

Si *contestaron = 13*
No *contestaron = 7*

Cuadro No. 1

Personas que les gusta el postre de chocolate

Respuestas	Cantidad	%
Si	**13**	**65%**
No	**7**	**35%**
Total	**20**	**100%**



Fuente: Datos tomados de encuestas aplicadas a estudiantes del Colegio _____

Interpretación:

De acuerdo a los resultados obtenidos, el 65% respondió que **Si** le gusta los postres de chocolate y el 35% contestó que **No**.

Prototipo

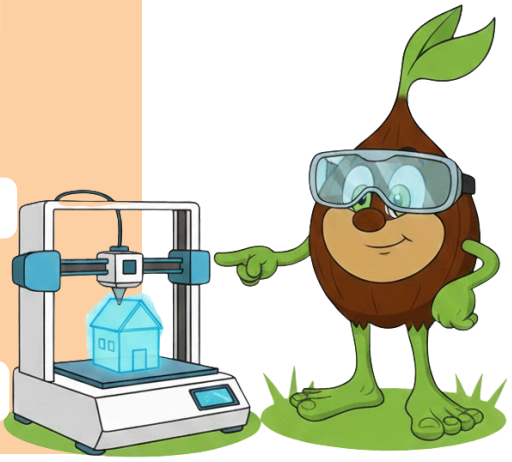
Es hacer realidad una idea de negocio

pasar de la idea a lo físico,

de forma rápida y sin mucha inversión,

para conocer cómo se visualizará

el nuevo producto o servicio diseñado.



Importancia

Validar la idea de negocio permite visualizar el proyecto antes de invertir tiempo y dinero. Así se minimizan riesgos y se corrigen errores a tiempo.



Pasos para prototipar

1 Planteamiento de Interrogantes

Formula las preguntas clave:

- **¿Qué quieres validar?** (funcionalidad, forma, experiencia de uso).
- **¿Con quién lo probarás?** (clientes o usuarios potenciales)

Cuando tenga claros estos objetivos y el público de prueba, se podrá construir y evaluar el prototipo de manera realmente efectiva.

Consulta la guía de prototipado en la Actividad 15 y completa esta sección de acuerdo al proyecto emprendedor.

2 Personas que utilizarán el prototipo.

Es fundamental establecer un vínculo con los clientes o usuarios potenciales que probarán el producto.

3 Construcción del prototipado

A continuación, se detallarán las técnicas que pueden emplearse en la construcción del prototipo:

Dibujos sencillos

Con lápiz, lápices de colores, rotuladores, hojas puedes realizar un dibujo del nuevo producto o servicio.



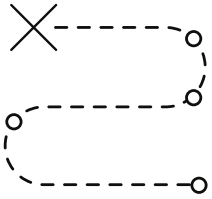
Storyboard

El storyboard permite ilustrar mediante una secuencia de imágenes las necesidades del cliente y como nuestro nuevo producto o servicio puede solucionarlo. El mas común del storyboard es el comic.



Mapa del viaje del usuario

Es una historia visual del cliente en su viaje de adquisición y utilización de un producto o servicio.



Storytelling

Es contar una historia relacionada con los usuarios y su experiencia con su nuevo producto. Puedes utilizar imágenes, realizar un video, figuras de lego, utilizando apps o programas gratuitos.



Teatralización

Recrear a través de una actuación el uso de un producto o servicio. Se debe de crear un guión y se recomienda grabar la actuación.

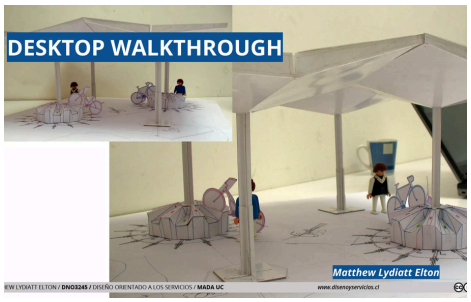


Role Playing

Los participantes improvisan situaciones reales en las que el cliente utiliza el servicio. Sin guión, se ponen en el lugar del usuario para comprenderlo y empatizar con él.



Desktop Walkthrough



También llamado recorrido de escritorio. Consiste en construir, a pequeña escala, un escenario que simula la interacción del cliente con el producto, desde el inicio hasta el final.

Materiales sugeridos: piezas de lego, figuras de papel, cartulina, pegatinas, etc.

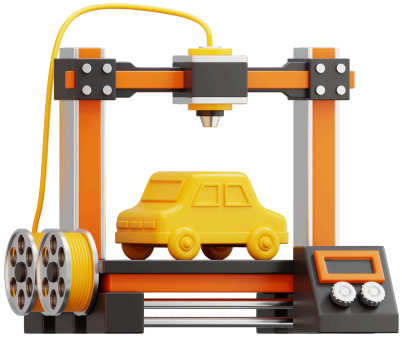
Prototipo de cartón

Es una maqueta hecha con cartón que representa las características básicas del producto o servicio.



Prototipo 3D

Para realizar un prototipo 3D se requiere del uso de impresión 3D. Esta herramienta permite visualizar casi las mismas características del producto final.



Maquetas a escala y Mockup

Son simulaciones a escala real del producto.





4 Técnicas para validación de prototipado

Entrevista Problema



La entrevista-problema es una técnica para validar el prototipo o la idea de negocio y entender qué necesitan los clientes.

1	2	3	4	5
Bienvenida	**Perfil del Cliente**	**Identificar - especificar problemas**	**Presentación del producto o servicio**	**Compromiso**

Analiza el siguiente video junto a tu docente para comprender cómo realizar una entrevista efectiva.



Paso	Descripción breve
1. Bienvenida	Explicar la dinámica y se agradece el tiempo de los entrevistados.
2. Perfil del cliente	Comprobar si la persona coincide con el segmento meta (edad, hábitos, intereses y otros).
3. Identificar - especificar problemas	Preguntar sobre las frustraciones y retos actuales relacionados con el tema a investigar.
4. Presentación del producto o servicio	Mostrar el prototipo o idea en pocos minutos y pide la opinión.
5. Compromiso	Cerrar la entrevista: Confirmar si le interesaría probar la versión final, dejar datos o participar en pruebas futuras.

Entrevista Solución:

Se utiliza para validar lo que se diseñó y entender la reacción del cliente potencial a la solución que se le está brindando con el nuevo producto o servicio.

1	**Planificar la entrevista**	Definir objetivos, cronograma y preguntas clave.
2	**Buscar los clientes a entrevistar**	Elegir personas que representen tu mercado meta.
3	**Definir el perfil del usuario**	Confirmar hábitos y contexto del entrevistado.
4	**Principales problemas**	Solicitar que los entrevistados describan las preocupaciones o frustraciones actuales relacionadas con el tema a investigar.
5	**Soluciones**	Explicar el producto o servicio (mostrar el prototipo) y obtener su opinión.
6	**Precios**	Preguntar cuánto pagarían o qué precio consideran razonable.
7	**Compromisos**	Preguntar si estarían dispuestos a probar, comprar o recomendar.



Focus Group

Un Focus Group consiste en reunir a un grupo de personas seleccionadas en función de características específicas, con el propósito de participar en un debate guiado sobre un tema particular.

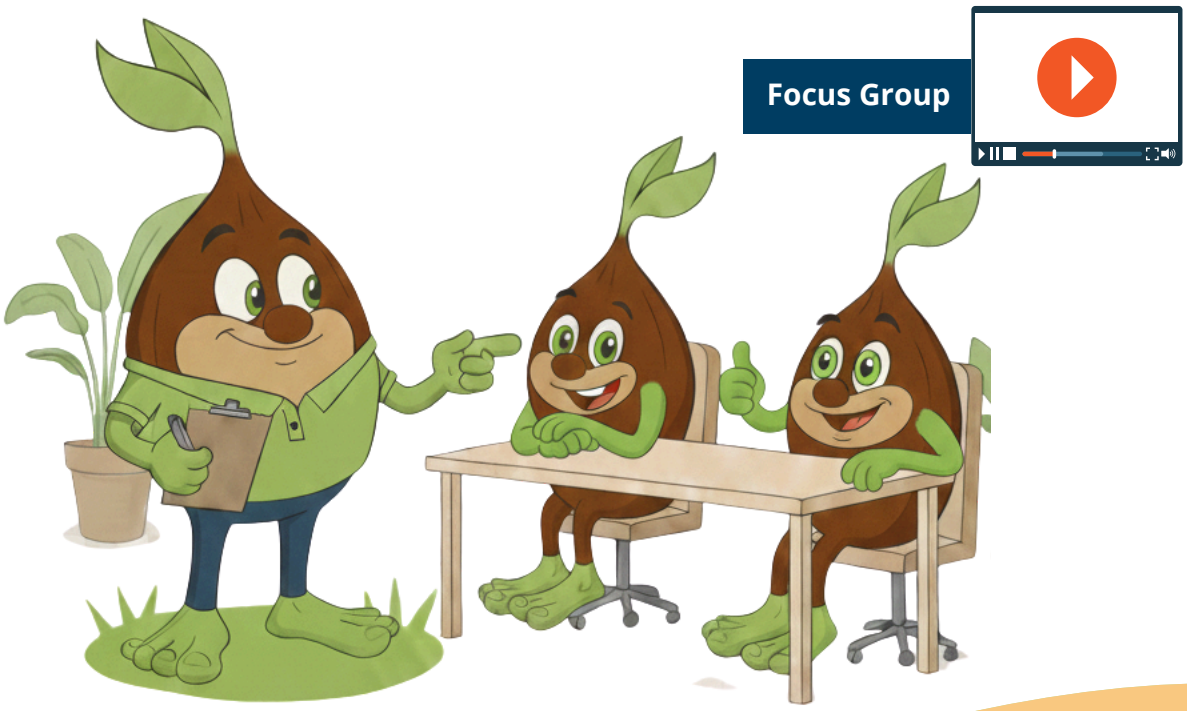
PASO 1:
Planificar el objetivo y el perfil de los participantes.

PASO 2:
Búsqueda de los integrantes del Focus Group.

PASO 3:
Escoger el lugar donde se realizará la reunión.

PASO 4:
Designar a un moderador.

PASO 5:
Elaborar un esquema con toda la logística del día del evento.



Presentación del proyecto emprendedor ante el panel de clientes

Para el proceso de validación se propone 3 técnicas:

- ✓ **Entrevista del Problema**
- ✓ **Entrevista de Solución**
- ✓ **Focus Group**



Se sugiere aplicar solo una técnica por sección para facilitar el proceso.

La actividad se contextualiza en función de las condiciones específicas de cada centro educativo.

Instrucciones sugeridas

Conformación del panel de clientes.

El panel de clientes puede estar conformado por funcionarios administrativos, invitados externos o docentes.

Logística

1. Cada equipo dispondrá de 5 minutos para exponer y 5 minutos para preguntas (10 minutos en total).

2. Cada equipo emprendedor debe completar y entregar la "**Guía del Prototipo**" al docente.

3. Durante la sesión, el equipo anotará todas las observaciones y recomendaciones que reciba.

4. El docente definirá lugar, fecha y hora, según las características del centro educativo y los recursos disponibles.

Actividad 15

COMPLETAR LA GUÍA DE PROTOTIPADO

Guía de Prototipado

Nombre del proyecto emprendedor: _____

Integrantes: _____

_____

_____

1 Planteamiento de Interrogantes

¿Cuál es el objetivo de este prototipo?

¿Qué se desea validar con este prototipo?

¿Qué solución va a dar este prototipo al cliente potencial?

2 Usuarios

Descripción de las personas usuarias que van a probar el prototipo. (Género, edad, características).

3 Construcción del Prototipo

Describir la técnica o herramienta que se utilizará para la construcción del prototipo.

Importante

- Documenta cada paso con fotos o bocetos.
- Anota materiales y costos.
- Guarda esta evidencia; la mostrarás en la presentación final.

Técnica elegida: _____

Descripción del trabajo a realizar: _____

4 Validación del Prototipo

De acuerdo a las tres técnicas vistas, seleccione una para realizar la validación del producto:

- ✓ **Entrevista del Problema**
- ✓ **Entrevista de Solución**
- ✓ **Focus Group**

Técnica elegida: _____

Descripción del proceso a realizar:

V Unidad

Costos de mi producto



“Todo parece imposible hasta que se hace.”

NELSON MANDELA



Costos de mi producto

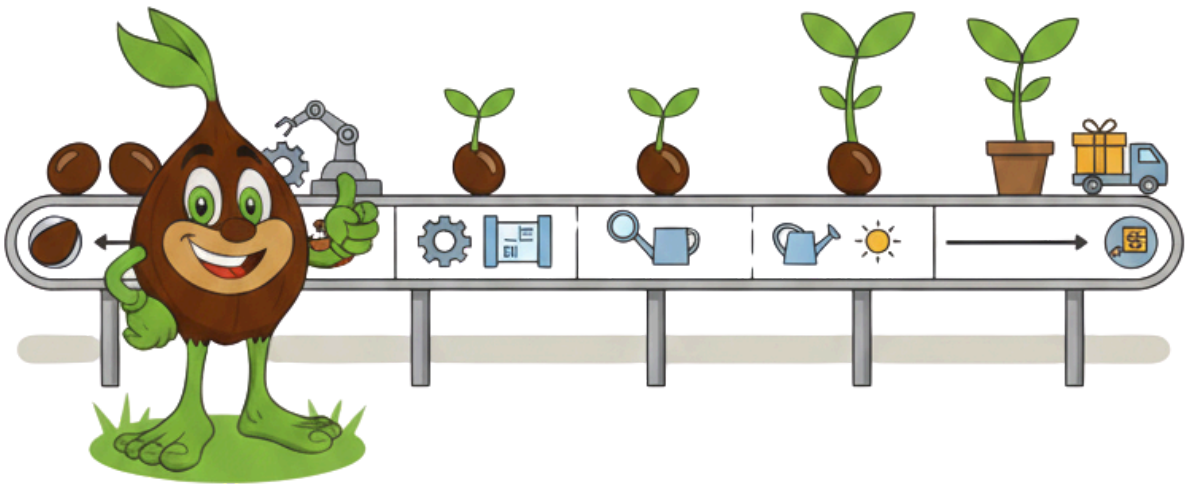
Proceso productivo

El proceso productivo son las actividades necesarias para elaborar un producto o prestar un servicio.

Proceso Productivo

Pasos

- **Determinar todas las actividades requeridas para desarrollar el bien o servicio.**
- **Organizar las actividades de forma lógica y secuencial.**
- **Asignar los tiempos para realizar cada actividad.**



Ejemplo ilustrativo

Proceso productivo pan tradicional

Bandeja doméstica estándar para 8 piezas

Paso	Proceso	Descripción del Proceso	Tiempo
1	**Mezclado**	Se colocan todos los ingredientes: harina, agua, fermento y se mezclan.	00 h 05 min
2	**Amasado manual**	Se amasan todos los ingredientes.	00 h 10 min
3	**Primer reposo**	Luego del amasado, la masa se coloca en un recipiente para que repose. Se da la primera fermentación.	01 h 00 min
4	**División en piezas horneables**	Se amasan y redondean para dar forma.	00 h 15 min
5	**Segundo reposo**	Se da la segunda fermentación. Se espera hasta que doble su volumen	00 h 45 min
6	**Horneado**	Se colocan las piezas de pan en el horno a una temperatura de 200°C.	00 h 30 min
Total tiempo estimado			**02 h 45 min**

Total tiempo estimado	**2 h 45 min (165 min)**
Piezas horneadas	**8**
Total tiempo estimado por unidad	**21 minutos**

El tiempo por unidad se ha redondeado al entero más próximo.

165 ÷ 8 = ₡20,625 → 21

Actividad 16

Diseña el proceso de producción de tu producto o servicio.

1. Enumera cada paso en orden lógico.
2. Describe brevemente cada tarea.
3. Estima la duración de cada paso.
4. Calcula el tiempo total del proceso y define la cantidad de unidades que producirás por lote.

Si tu proceso es corto, deja líneas en blanco; si es muy extenso, agrupa tareas similares para optimizar el espacio.

Paso	Proceso	Descripción del proceso	Tiempo
1			
2			
3			
4			
5			

continua .....

Paso	Proceso	Descripción del proceso	Tiempo
6			
7			
8			
9			
10			
11			
Tiempo total			
Unidades producidas			
Total tiempo estimado por unidad **(*tiempo total ÷ unidades*)**			

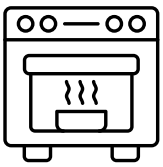
Inversión inicial

Inversión inicial

Se refiere a los costos y recursos necesarios que se deben adquirir antes de que la empresa comience a operar.

Este dinero se usa principalmente para:

Comprar bienes como maquinaria, equipos y terrenos, que ayudarán a producir a lo largo del tiempo.



También están los gastos pre-operativos como: permisos, publicidad de apertura o costos que se pagan para iniciar a operar la empresa.



Costos de inversión para una panadería

Cantidad	Inversión	Precio unitario (₡)	Costo total (₡)
2	Horno Industrial	100 000	200 000
1	Licuadora	20 000	20 000
2	Mesa de Trabajo	120 000	240 000
1	Olla Industrial	60 000	60 000
Total inversión			**₡520 000**

Costo total = cantidad × precio unitario

Actividad 17

A partir de su producto o servicio, elabore el plan de inversión inicial:

1. Complete la tabla detallando los equipos, mobiliario u otros costos que necesita antes de iniciar operaciones.
2. Indique la cantidad y el precio unitario estimado en colones (₡).
3. Calcule el costo total y, al final, sume para obtener la inversión inicial total.

Plan de inversión (₡)

Cantidad	Descripción de la inversión	Precio unitario (₡)	Costo total (₡)
Total inversión			₡

Precio

El precio es la cantidad de dinero que paga el cliente por obtener un producto o servicio.



Definirlo correctamente es fundamental:

- Influye en la percepción del consumidor.
- Si se calcula mal, puede generar pérdidas importantes para la empresa.

Existen dos métodos que se utilizan para su fijación:

1 **Método de fijación de precios de adentro hacia afuera:**

Consiste en sumar el valor de los materiales utilizados y el costo del trabajo realizado (mano de obra). A este resultado se le agrega el porcentaje de ganancia que se desea obtener para definir el precio de venta final.

COSTOS DE MATERIALES + MANO DE OBRA = COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTOS DE PRODUCCIÓN + MARGEN DE GANANCIA = PRECIO DE VENTA

---

2 **Método de fijación de precios de afuera hacia adentro:**

Se analizan los precios del mercado y de la competencia; luego se ajusta el precio de nuestros productos para ser competitivos sin comprometer la rentabilidad.

Costos de producción

Son los gastos directamente vinculados a la elaboración de un bien o servicio.

Costos de materiales:

Costos de materiales



Incluyen las materias primas, componentes y suministros esenciales para fabricar un producto.

Costos de mano de obra: Salarios del equipo que realiza la fabricación.



Costos de materiales

Cálculo por unidad

Producto: camiseta de algodón

Cantidad	Descripción de materiales	Precio unitario (₡)	Monto (₡)
50 cm	Tela de algodón	17	850
30 cm	Hilo	0,83	25
1	Estampado	500	500
Total de costos de materiales por camiseta			₡ 1 375

Los montos se presentan redondeados.

La conversión del precio total a precio unitario depende de la unidad de medida del insumo (metro, unidad, kilogramo, etc.).

Actividad 18

De acuerdo con su producto o servicio, establezca los costos de materiales correspondientes.

Enumere cada insumo que usa para elaborar una unidad de su producto. Indique la cantidad, el precio unitario y calcule el monto correspondiente.

Costos de materiales - cálculo por unidad

Cantidad	unidad medida	Descripción de materiales	Precio unitario (₡)	Monto (₡)
Total costo de materiales por unidad				₡

Costos de mano de obra

El costo de mano de obra es el pago para fabricar un bien o prestar un servicio.

Para comprender su cálculo, observe el siguiente video.



En Costa Rica, el Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) es el ente rector en materia salarial y establece el salario mínimo, el cual representa el monto que, por ley, debe recibir una persona por su jornada laboral.



MTSS
MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

Nota Importante

Para efectos de esta guía y de la Feria JOVEM, se recomienda utilizar un monto referencial o educativo por mano de obra (incluyendo cargas sociales). Así se logra un precio de venta ajustado al poder adquisitivo de la comunidad estudiantil, sin dejar de contemplar una ganancia razonable.

Cada equipo emprendedor deberá determinar este monto, considerando un precio justo que les permita obtener ganancias, al mismo tiempo que sea accesible para el público.

Recuerda: fijar un precio equilibrado, que cubra costos y se obtenga ganancia, es fundamental para la sostenibilidad del emprendimiento.

Actividad 19

- Con base en su producto o servicio, calcule el costo de mano de obra por cada unidad producida.
- Utilice el monto referencial o educativo de mano de obra definido por su equipo para asignar el costo por mano de obra por unidad (₡).

Ejemplo:

Cantidad de personas	Puesto o Tarea	Nombre del integrante	Mano de obra por unidad (₡)
1	*Cocinero*		*₡200*

Costos de mano de obra - cálculo por unidad

Cantidad de personas	Puesto - Tarea	Nombre del integrante	Mano de obra por unidad (₡)
Total mano de obra por unidad			₡



Cálculo precio de venta

El precio de venta de un producto es el valor total que paga el cliente. Incluye los costos de materiales y mano de obra, más el margen de ganancia deseado por el vendedor.

Fórmula para el cálculo del precio

Costo de materiales + **Mano de obra** + **Margen de ganancia** = **Precio de venta**

Ejemplo de aplicación



Imagine que su equipo elabora un frasco de mermelada artesanal. El cálculo se realizaría de la siguiente manera:

Concepto	Monto ¢
(+) Costo de materiales o materia prima (Fruta, azúcar, frasco)	¢500
(+) Mano de obra (Preparación y envasado)	¢150
(+) Margen de ganancia (Utilidad del equipo)	¢150
(=) PRECIO DE VENTA	**¢800**

% Margen de ganancia



1 Costos de producción

Materia Prima + Mano de Obra

¢1375 + ¢500 = ¢1875

---

2 % de ganancia deseado

El equipo emprendedor define el % de ganancia deseado. Se calcula sobre los costos de producción.

Ejemplo:

50% de los costos de producción.

¢1875 X 50% = ¢937,50

---

3 Costo total + ganancia

¢1875 + ¢937,50

---

4 = PRECIO FINAL



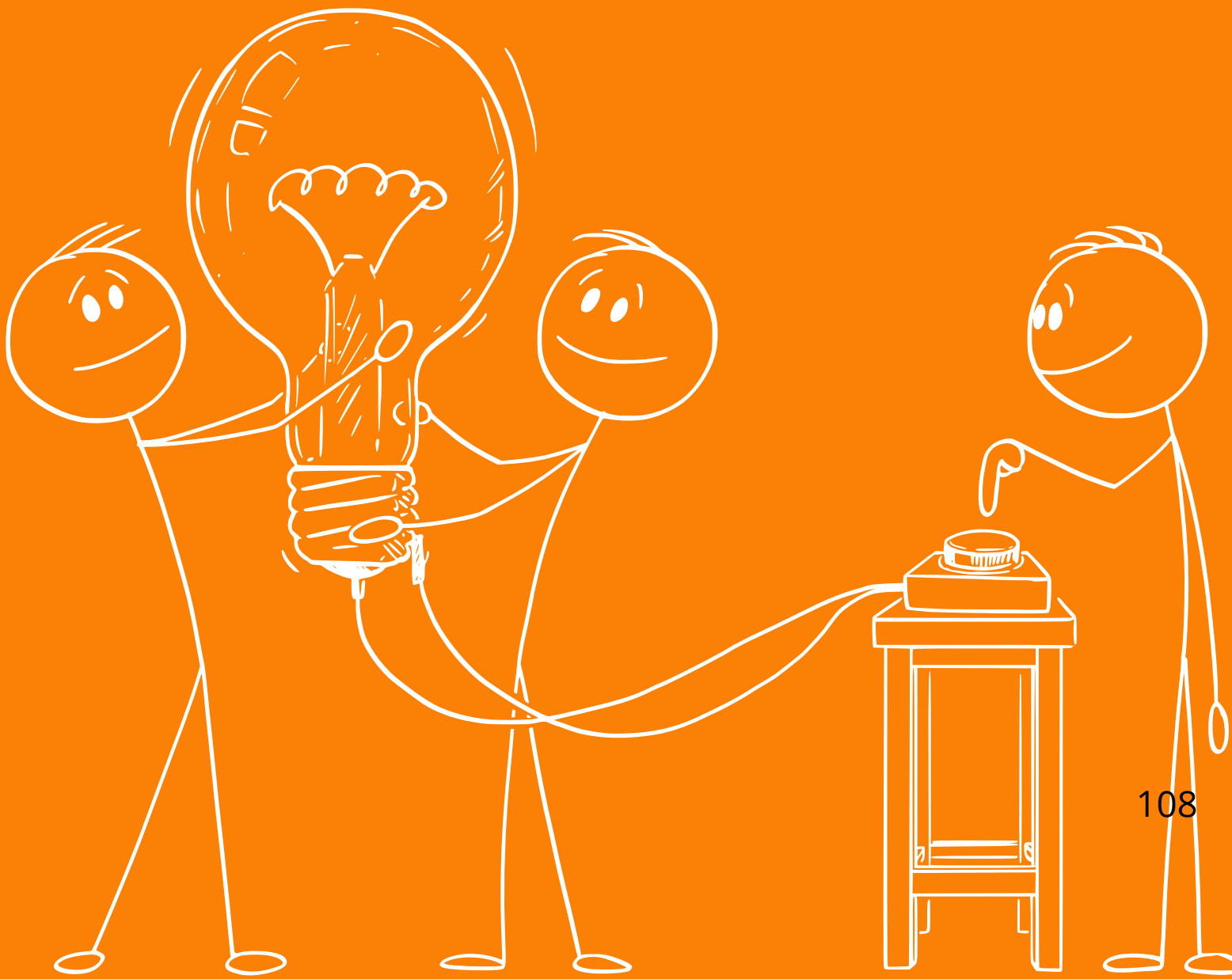
Compare su precio con el mercado y la capacidad de pago de su público. Ajuste si es necesario.

VI Unidad

Estrategias para vender



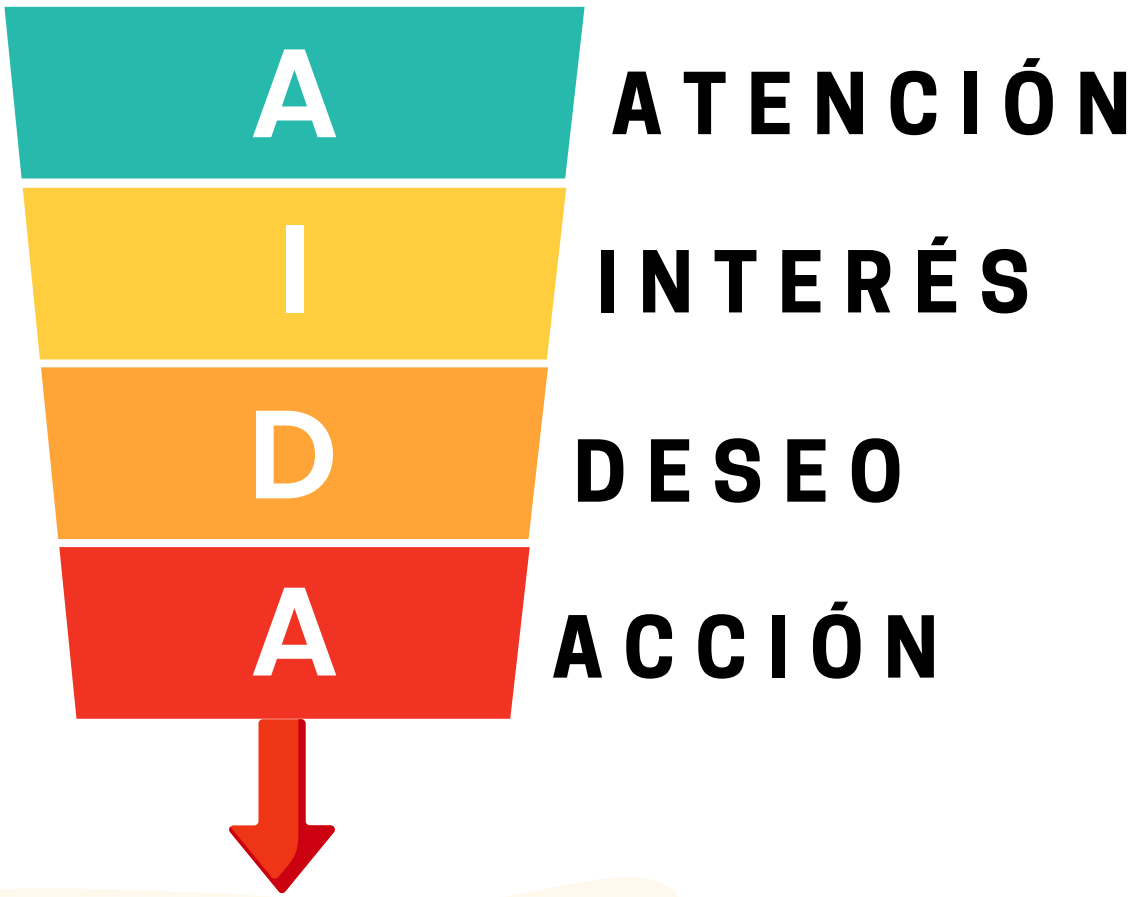
“El éxito de la vida no está en vencer siempre, sino en no darse por vencido nunca.”



Modelo AIDA

Es una estrategia de comunicación comercial que guía al público desde la atención inicial hasta la acción de compra.”

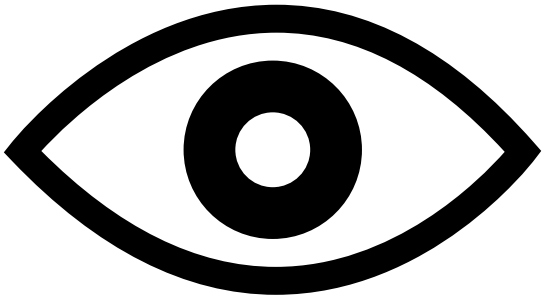
Modelo AIDA



Permite comunicar las ventajas del producto y motivar la decisión de compra.

ATENCIÓN

Es el primer paso para atraer a los clientes y comenzar un proceso de venta exitoso.



Ejemplo: Afiche con un mensaje breve y llamativo, demostración del producto, muestra gratuita o rótulo visible.

Actividad 20

Defina las acciones que se implementarán para captar la atención del cliente durante la feria institucional.

INTERÉS

Una vez captada la atención del cliente, se debe presentar información clara y relevante del producto o servicio para despertar su interés y motivarlo a conocerlo mejor.



Ejemplo: Informar sobre los beneficios del producto, ofrecer una demostración, explicar precios y promociones vigentes, y detallar condiciones de compra.

Actividad 21

Defina las acciones que se implementarán para captar el interés del cliente durante la feria institucional.

DESEO

El consumidor desea el producto o el servicio en el que está interesado. Este deseo, facilita que el comprador se encuentre dispuesto a comprar y probar el producto.



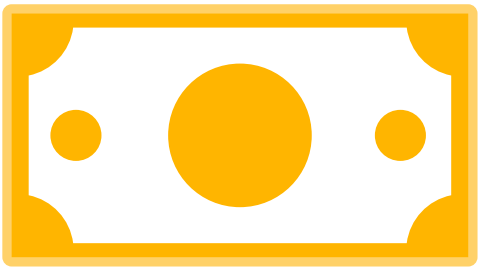
Ejemplo: Mensaje sobre cómo el producto o servicio satisface una necesidad del cliente y cuáles beneficios ofrece.

Actividad 22

Investigue y defina las acciones que podrían facilitar el DESEO del cliente de adquirir productos durante la feria institucional.

ACCIÓN

La acción corresponde a la etapa final del proceso de compra, en la cual se busca facilitar y motivar la decisión de adquirir el producto o servicio.



Ejemplo: Degustación o demostración, muestra gratuita, promoción por tiempo limitado, combos, incentivo por compra

Actividad 23

Investigue y defina qué acciones podrían incentivar al cliente a realizar una compra durante la feria institucional.

Plan de ventas

Un plan de ventas es la planificación que se llevará a cabo para alcanzar las metas en un periodo.

Plan de ventas



Actividad 24

Complete el siguiente plan de ventas para la feria.

Plan de ventas

Nombre del emprendimiento:

Integrantes:

Mercado: Defina el perfil del cliente que adquirirá el producto o servicio.

Descripción del producto o servicio:

Presupuesto para la Feria:

Inversiones:

Cantidad	Descripción inversión	Precio unitario (₡)	Costo total (₡)
Total			₡

Costos de materiales

Cantidad	Descripción materiales	Precio unitario (₡)	Costo total (₡)
Total			₡

Presupuesto para la Feria:

Otros costos:

Cantidad	Descripción	Precio unitario (₡)	Costo total (₡)
Total			₡
Total gastos para feria			₡
Meta de ventas para la feria			₡
Precio de venta por unidad			₡
Proyección de productos terminados (cantidad de unidades para la venta)			_____ unidades

Bosquejo del stand durante la feria: Dibujo, distribución, rótulos, decoración, ubicación del producto y otros elementos.

Precios: Lista de productos o servicios y precio por unidad.

Estrategias de promoción y ofertas

Equipo de ventas y responsabilidad: Roles: atención, cobro, inventario, promoción y otros elementos.

Otros aspectos

VII Unidad

Presentando mi producto



¡Prohibido rendirse!

¡Eres un triunfador!

¡Lo vas a lograr!





Presentando mi producto

Formato de presentación

01 Portada

02 Índice

03 Justificación

04 Participantes

05 Descripción del Proyecto

06 Estudio de Mercado

07 Plan Financiero

08 Programa Responsabilidad Empresarial

09 Conclusiones

10 Anexos

01 Portada

Incluye los datos principales del proyecto:

- Institución educativa.
- Nombre del proyecto (emprendimiento).
- Nombre del taller o asignatura.
- Integrantes del equipo (nombres completos).
- Nivel y sección.
- Nombre del docente tutor.
- Lugar y fecha.
- Otras indicaciones o el formato establecido por el docente o la institución educativa.

02 Índice

Lista ordenada de los apartados del informe y su página correspondiente.

03 Justificación

Párrafo 1. Problema o necesidad: Explique qué necesidad se identificó y por qué representa una situación que requiere atención.

Párrafo 2. La Solución. En esta sección, se explicará cómo el proyecto emprendedor aborda y resuelve el problema identificado.

Párrafo 3. La importancia del proyecto. Justifique la relevancia del proyecto para la comunidad educativa o local.

04 Participantes

En esta sección, el equipo emprendedor debe presentar a las personas que integran el proyecto. El propósito es identificar quiénes son los responsables, cómo se organizó el trabajo y cuáles funciones asumió cada integrante durante el desarrollo del emprendimiento.

Complete la siguiente tabla con la información correspondiente:

NOMBRE DE CADA INTEGRANTE	ROL EN EL PROYECTO	FUNCIONES

05 Descripción del Proyecto

En esta sección, el equipo emprendedor debe explicar de manera clara, ordenada y formal en qué consiste su proyecto. La descripción debe permitir comprender qué se ofrece, a quién se dirige, cómo funciona y por qué resulta una propuesta adecuada

Incluya lo siguientes aspectos:

5.1 Nombre del producto o servicio.

5.2 Descripción general: ¿qué es?, ¿mercado meta? y ¿cómo se utiliza o consume?

5.3 Materiales principales (sin incluir costos).

5.4 Diferenciación: ¿qué lo hace distinto o mejor?

06 Estudio de Mercado

- Con base en la Unidad IV: Prototipo, presente un resumen de los resultados principales del estudio de mercado.
- Incluya entre 3 y 5 hallazgos relevantes.

07 Plan Financiero

El plan financiero constituye una sección fundamental del informe final, en la cual el equipo emprendedor registra y organiza de manera sistemática la información económica esencial del proyecto. Su objetivo es evidenciar que el equipo comprende los costos asociados a la producción o prestación de su producto o servicio, así como la metodología utilizada para establecer su precio de venta y la meta de ventas proyectada.

De la unidad V: Costos de mi producto se tomará la información para explicar la forma en que se calculó el precio final de venta.

08 Programa Responsabilidad Empresarial

En esta sección, el equipo emprendedor detalla las acciones que implementará para desarrollar el proyecto con responsabilidad ambiental, social y ética.

El propósito es evidenciar un comportamiento respetuoso con las personas, el entorno y la comunidad educativa.

Ejemplos:

a) Responsabilidad ambiental

- Reducir el uso de plásticos y materiales desechables.
- Separar y disponer correctamente los residuos.
- Optimizar el uso de recursos (agua, energía y materias primas) para evitar desperdicios.

09 Conclusiones

En esta sección, el equipo emprendedor presenta las conclusiones finales del proyecto. Redacte tres conclusiones que sinteticen los principales resultados y los aprendizajes obtenidos.

10 Anexos

En esta sección se incluirán los documentos y las evidencias relevantes.

“Nosotros tenemos que ser el cambio que queremos ver en el mundo".

GANDHI



Actividades de apoyo 1

Identificando las empresas de mi comunidad.

Todos tenemos relación con alguna empresa. Muchas personas de nuestro entorno forman parte de una o consumen sus productos o servicios. Con base en lo anterior:

- Mencione tres empresas de su comunidad.
- Describa brevemente su actividad principal.
- Según su tamaño, indique la clasificación que corresponde (micro, pequeña, mediana o grande).

Actividades de apoyo 2

Análisis de los elementos de las empresas

Al hacer una valoración de los activos de una empresa internacional, un informe determina que vale más la marca que el conjunto de fábricas y establecimientos de la compañía por todo el mundo. Justifique con sus propias palabras lo anterior.

Actividades de apoyo 3

Conociendo las pymes de la comunidad donde vivo.

Explique la importancia de las mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas) para el desarrollo económico y social de su región.



Actividades de apoyo 4

Identificando empresarios o emprendedores en mi comunidad.

En su comunidad o barrio, identifique a un emprendedor o empresario y formule las siguientes preguntas

¿Cómo se llama su empresa?

¿Porqué eligió ese nombre?

¿Cuál es la actividad de su empresa o emprendimiento?

¿Cuál es su mercado meta (clientes)?

¿Qué valores debe tener un emprendedor o empresario para lograr el éxito?

¿Qué idea de negocio me recomendaría para emprender?

Actividades de apoyo 5

Describiendo a emprendedores o empresas exitosas.

Se organizarán grupos de trabajo con el objetivo de investigar sobre un emprendedor o empresa que admiren. Utilizando papel periódico, cada grupo realizará una exposición ante la clase, abordando los siguientes aspectos:

- **Nombre.**
- **Cómo inició.**
- **A qué se dedica.**
- **Por qué lo admira.**
- **Otro dato relevante.**
- **Dibuje al emprendedor o la empresa escogida, o bien un producto, marca o servicio que lo diferencie.**
- **Cada equipo designará a una persona expositora.**

Actividades de apoyo 6

Dinámica: caminando con globos

DINÁMICA



¡Caminando con globos!

Propósito:

fortalecer el espíritu emprendedor, mediante el cumplimiento de metas.

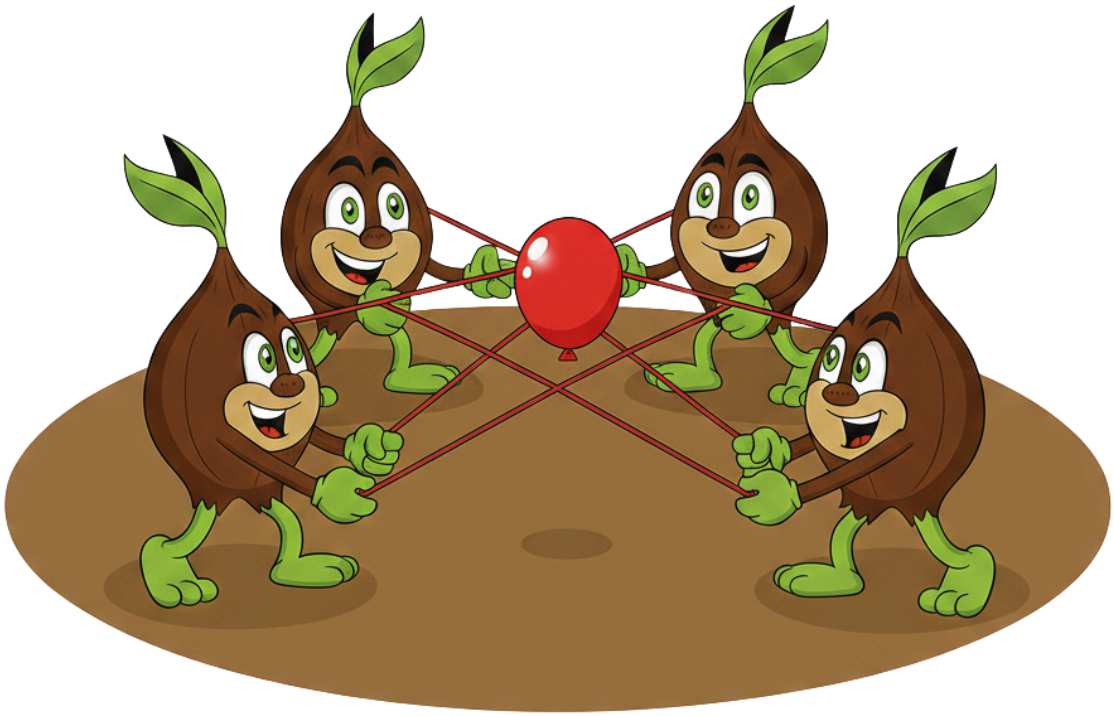
Materiales:

Globos, cinta de regalo o rollo de lana (también puede ser tiras de papel crepe), bolsa negra o caja para encestar los globos.

Desarrollo:

1.	Se conforman los equipos de trabajo.
2.	A cada equipo se le entrega un rollo de cinta o el material seleccionado. Además, se le asignan globos de un mismo color (un color por equipo). La cantidad de globos será definida por el docente.

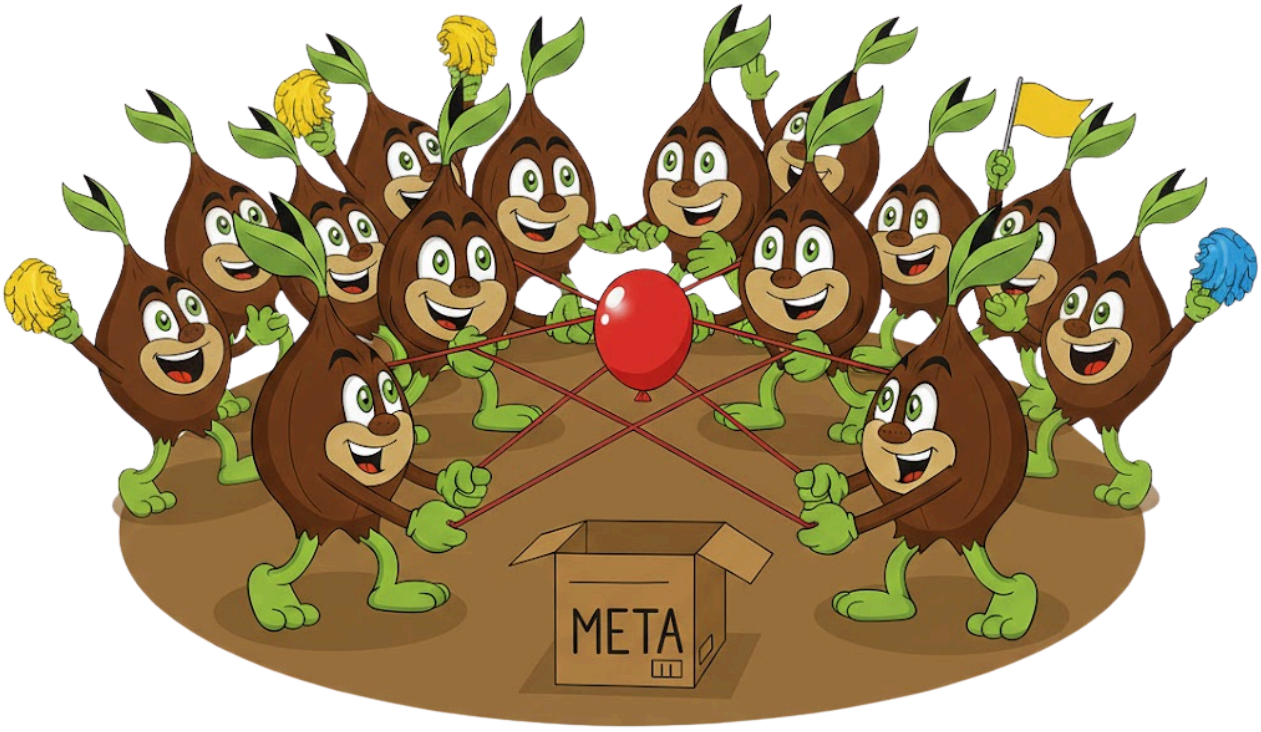
3.	Cada equipo infla sus globos.
4.	Cada equipo debe formar una telaraña para poder transportar el globo hasta la meta final. Es decir se inicia con un estudiante teniendo la cinta y se van pasando con sus compañeros de frente hasta formar una especie de malla o telaraña.



5.	Cuando todos los equipos tengan la telaraña lista y el globo colocado en el centro, el docente dará la señal de inicio.

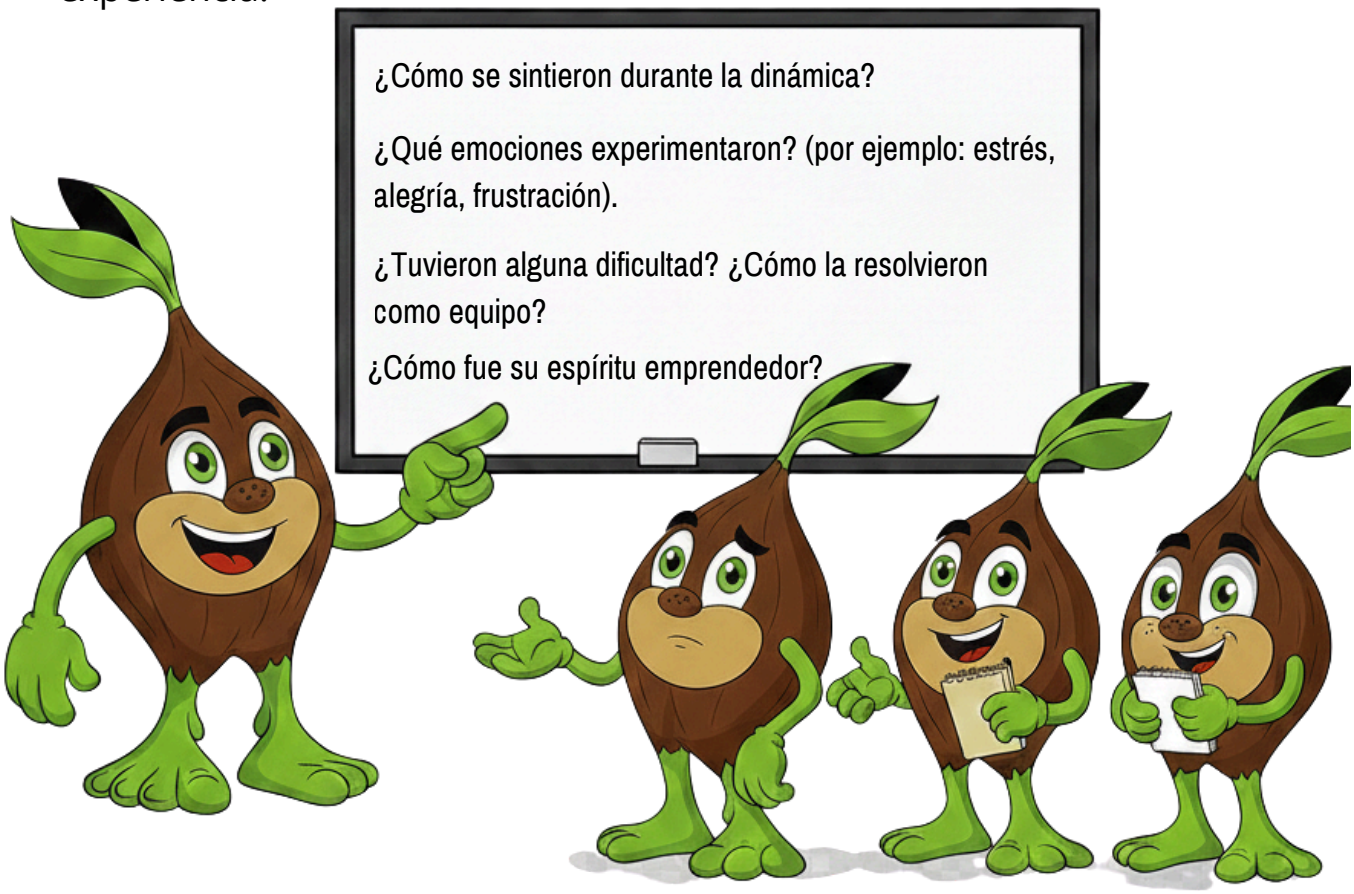
6.	Al frente se ubicará la meta (caja o bolsa), donde los equipos depositarán los globos.
7.	El tiempo de la actividad será de 10 minutos. Gana el equipo que, al finalizar el tiempo, haya colocado más globos dentro de la meta.
8.	Los demás estudiantes que no participen en la telaraña de los equipos, serán el público que animará a sus compañeros.

Regla clave: **Durante el traslado, el globo no debe tocarse con las manos; solo se sostiene con la telaraña.**



Preguntas de análisis:

El docente realizará un plenario, para que cada equipo comparta su experiencia:



Enseñanza de la actividad

Actividades de apoyo 7

Dinámica: ¿Es así?

DINÁMICA

¿Es así?

Propósito:

Analizar cómo se distorsiona la comunicación y reconocer los factores que afectan la transmisión de un mensaje.

Materiales:

Pizarra o papel periódico (papelógrafo), marcadores, cinta adhesiva y hojas con imágenes (seleccionadas por el docente encargado).

Desarrollo:

1.	Se conforman los equipos. Cada equipo selecciona a dos participantes: una persona será relatora y la otra dibujante.
2.	La persona dibujante se ubica frente a la pizarra o al papel periódico. La persona relatora se coloca de espaldas a la pizarra, observa la imagen asignada y la describe oralmente. La persona dibujante realiza el dibujo según la descripción. La persona relatora no podrá volver a mirar la pizarra durante el ejercicio.

Actividades de apoyo 7

Dinámica: ¿Es así?



Imagen y ejercicio tomado de "Técnicas participativas para la Educación Popular de Vargas Vargas Laura y Graciela Bustillos de Núñez.

3.	La persona dibujante debe intentar representar en la pizarra lo que se le describe. No se permiten preguntas. El resto del equipo únicamente observa y debe permanecer en silencio.
4.	Cada minuto, rota la persona relatora para que continúe la descripción un integrante distinto. La persona dibujante no rota. El tiempo total de la actividad es de 5 minutos.

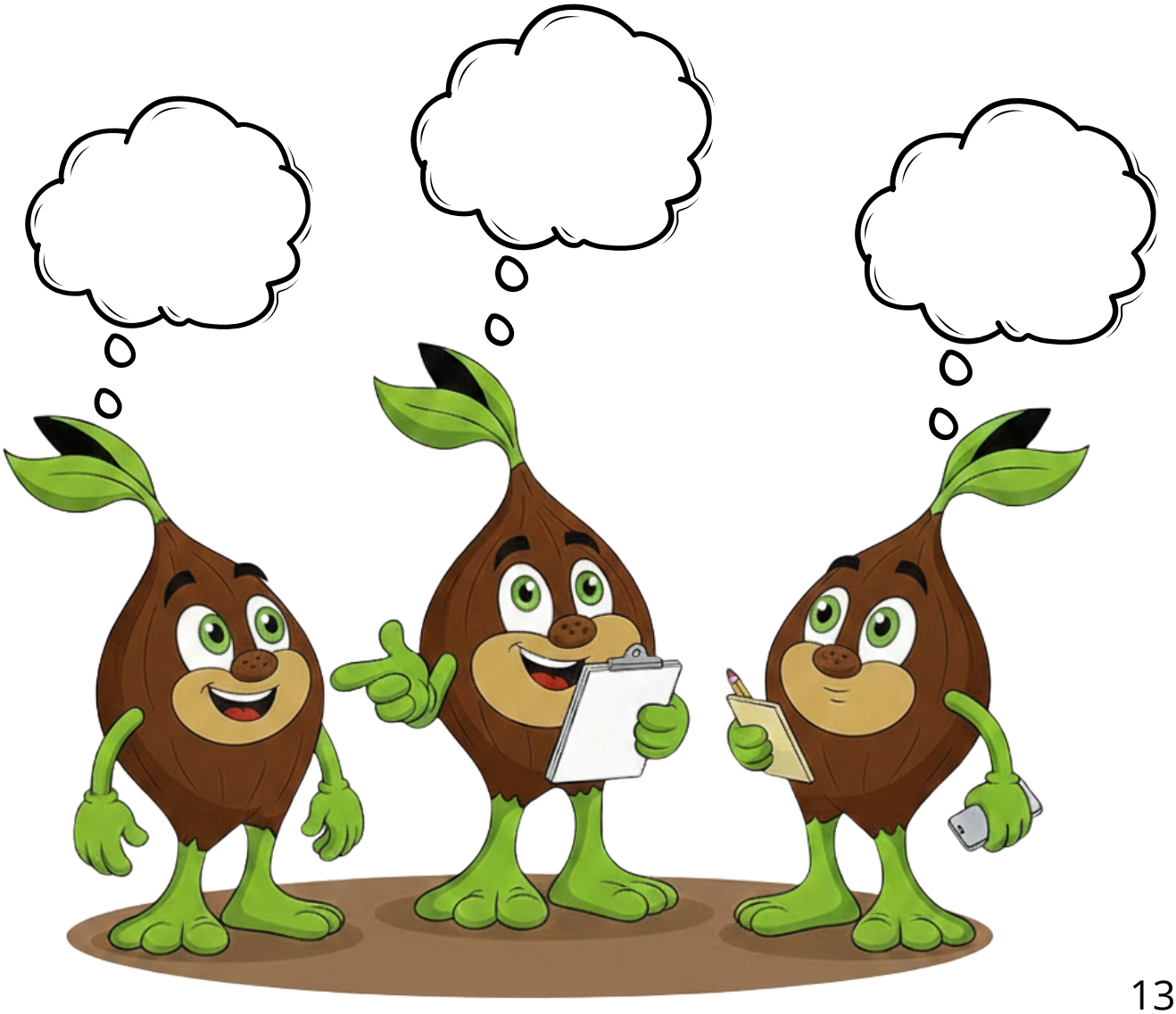
Preguntas de análisis:

¿Cómo se sintieron durante la actividad?

Al comparar los dibujos, ¿qué semejanzas y diferencias se evidencian?

¿Cuáles considera fueron los elementos que distorsionaron el mensaje?.

En la vida cotidiana, ¿qué situaciones pueden afectar la claridad y la calidad de la comunicación?



Actividades de apoyo 8

Diseño de un nuevo producto o servicio innovador

Ejercicio de creatividad grupal orientado a la generación de un producto o servicio innovador para la resolución de problemas.

Objetivo del taller

Desarrollar en los estudiantes la creatividad, la innovación, el pensamiento crítico y el trabajo colaborativo, a través de la generación de ideas aplicables a nuevos productos o servicios.

Habilidades a fomentar

- Creatividad
- Comunicación
- Visión emprendedora
- Trabajo en Equipo
- Pensamiento crítico

Materiales

Papel periódico, pilots, hojas bond.

Metodología

La metodología para el desarrollo del taller se organiza de la siguiente manera:

Conformación de equipos: Se deben de conformar equipos de 4 a 6 estudiantes.

Metodología

- Cada equipo deberá asignar roles de trabajo, tales como: Gerencia General, Producción, Mercadeo y Equipo de Producción.
- Todos los integrantes deberán participar en las actividades del proceso, según el rol asignado.
- Cada equipo diseñará, a partir de un producto existente, una propuesta mejorada que incorpore innovaciones.
- Una vez elaborado el prototipo, el equipo deberá presentar el bosquejo y la descripción del nuevo producto.
- Cada equipo deberá completar las guías del taller. Se completará una guía por equipo.

Guía 1: **Diseño y descripción de producto**

Los estudiantes observarán el entorno en el que se encuentran y seleccionarán un objeto para analizar (por ejemplo: cartuchera, mesa, silla, teléfono celular, marcador o pizarra), u otro recurso disponible que permita realizar el análisis correspondiente.

Preguntas de análisis:

En equipo y con la participación de todas las personas integrantes, respondan las siguientes preguntas sobre el objeto seleccionado:

1. ¿Qué tipo de objeto es?

2. ¿De que materiales está compuesto? ¿Cómo considera que es la calidad de estos materiales?

3. ¿Para qué se utiliza el objeto seleccionado?

4. ¿Quién lo utiliza, cuáles son los clientes que lo adquieren?

Diseño de un nuevo producto o servicio innovador

5 ¿Qué problemas, limitaciones o inconvenientes puede presentar el objeto seleccionado durante su uso?

6 Si se utiliza con frecuencia, ¿cada cuánto tiempo se recomienda reemplazarlo (o darle mantenimiento)? Indique un periodo aproximado.

Preguntas para generar el nuevo producto:

En relación con el objeto seleccionado, el equipo deberá proponer un nuevo producto que incorpore mejoras innovadoras y diferenciadoras respecto al producto base. La participación de todas las personas integrantes es esencial para el proceso de creación.

1 **Describa el nuevo producto innovador**

Diseño de un nuevo producto o servicio innovador

2 ¿Para qué servirá este nuevo producto? *(Indique su función principal).*

3 ¿Qué innovación incorporará este nuevo producto?

4 ¿Qué problema o necesidad resolverá este nuevo producto para la persona usuaria o cliente?

Prototipado del nuevo producto

Elabore un boceto o dibujo del diseño propuesto del nuevo producto.

Prototipado del nuevo producto

Guía 2: **Informe del nuevo producto**

1. Nombre del producto. _____

2. Descripción general del nuevo producto.

_____

_____

_____

_____

_____

_____

3. Clientes del nuevo producto.

_____

_____

_____

_____

4. Características principales.

_____

_____

_____

Guía 3: **Presentación del nuevo producto**

Cada equipo deberá elaborar una presentación del nuevo producto en uno de los siguientes formatos, a su elección: grabación, exposición oral o cartel informativo.

Duración máxima: 5 minutos.

Aspectos por incluir:

- **Presentación del equipo** (1 minuto): nombre del equipo e identificación de roles.
- **Características principales del producto** (1 minuto): qué es, cómo funciona y qué lo diferencia.
- **Utilidad y beneficios** (3 minutos): qué necesidad resuelve, a quién va dirigido y qué ventajas ofrece.

Una vez realizada la presentación de todos los equipos se procederá a la siguiente actividad:



Preguntas de análisis:

¿Cómo se sintieron durante la actividad y qué aprendieron del proceso?

¿Cómo fue la comunicación y la organización dentro del equipo?

¿Qué habilidades emprendedoras aplicaron?

Actividades de apoyo 9

La MISIÓN de una empresa

Investiga y anota tres misiones de empresas o marcas que sean de tu preferencia.

Actividades de apoyo 10

La VISIÓN de una empresa

Investiga y anota tres visiones de empresas o marcas que sean de tu preferencia.

BIBLIOGRAFÍA

Fundación Acción contra el Hambre. (2019). GUÍA PARA PROTOTIPAR PROYECTOS DE EMPRENDIMIENTO. Fundación Acción contra el Hambre con la financiación de Fondo Social Europeo, Iniciativa de Empleo Juvenil y Fundación INCYDE.

Fundación Emprender San Luis. (2014). ABC Emprendedor. Argentina.

Fundación Universidades y Enseñanzas Superiores de Castilla y León. (2012). Emprendimiento y Sistema Educativo Taller Primaria Manual del Profesor. España: FUESCYL.

Jaime José Antón Pérez, S. G. (2011). Empresa y Administración. España: MACMILLAN.

Laura Vargas Vargas, G. B. (1992). Técnicas participativas para la educación popular. Centro de Estudios y Publicaciones, ALFORJA.

Ley No. 4179, Ley de Asociaciones Cooperativas (22 de agosto 1968). Asamblea Legislativa Costa Rica.

MEP. (2008). El Centro Educativo de Calidad como eje de la Educación Costarricense. San José, Costa Rica: Consejo Superior de Educación.

MEP. (2016). Política Educativa. San José, Costa Rica: Consejo Superior de Educación.

Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (2019). Manual para las personas emprendedoras en Costa Rica. San Jose, Costa Rica: MEIC.

Ministerio de Educación Pública. . (2010). Guía verde. El Cooperativismo escolar y estudiantil en Costa Rica. San José, Costa Rica: INFOCOOP.

Organización Internacional del Trabajo, . (2009). Manual Jóvenes Emprendedores. Perú: FONDO PARA EL LOGRO DE LOS ODM, Programa Conjunto "Juventud Empleo y Migración".

Richard DuFour, R. D. (2016). Learning by Doing, A Handbook for Professional Learning Communities at Work. United States of America.

Rodríguez, R. A. (2011). El emprendedor de éxito. México. D.F.: The McGraw-Hill Companies, Inc.

UNICEF. (2020). Enfoque general de la propuesta y orientación para el diseño colaborativo de proyectos. Buenos Aires: Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Jovem