

| | |
|---|---|
|  | INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ EUSEBIO CARO Emprendimiento |
| Docente | Jesús Eduardo Madroñero Ruales |
| Propósito del taller | Diferenciar los tipos de actividades y recursos, dentro de la planeación de tareas o proyectos. Entender los aspectos básicos de la planeación. Aplicar los aspectos de la planeación, para la realización de tareas o proyectos escolares. |
| Competencias | Desarrollo de tareas y proyectos de emprendimiento a partir de la planeación. |

La planeación de tareas / proyectos

¿Qué es hacer un plan?

Un **plan** es definir los **pasos** o **tareas** que se deben realizar para llevar a cabo una **actividad** o un **proyecto**. Un plan se puede aplicar a muchas ideas o actividades:

- **Actividades Personales:** Como elaborar una cometa, construir un pequeño motor, diseñar una maqueta u organizar un paseo para el fin de semana.
- **Actividades Escolares:** Como el desarrollo de tareas, la participación en el día de la familia o el desarrollo de actos culturales.
- **Actividades Ambientales:** Como organizar una siembra de árboles en un parque o una campaña de limpieza en el colegio o en el barrio.
- **Actividades Económicas:** Como el manejo de recursos físicos, naturales, tecnológicos, técnicos y financieros.
- **Actividades de Salud:** Como actividades enfocadas en la comunidad, como una campaña de vacunación.
- **Actividades Empresariales:** como la búsqueda de nuevos mercados o la ampliación o apertura de una sucursal.

Actividad 01

1. ¿Qué entiendes por hacer un plan o proyecto?
2. Escribir en el cuaderno, los diferentes tipos de actividades que se pueden llevar a cabo dentro de un plan o de un proceso de planeación.
3. Leer el siguiente relato:

Juan durmió toda la noche después de haber realizado sus tareas. Al otro día su mamá lo despertó, tomó un baño, desayunó, arregló su cuarto y sacó al perro al parque, por lo que su mamá lo felicitó. Cuando salió para el colegio, se despidió de cada uno de los miembros de su familia con un abrazo y un beso. Al llegar allí, se profesora le revisó las tareas y le puso una carita feliz por lo bien que las hizo; en el recreo jugó con sus amigos y compartió las onces con su amiga Laura.

4. Elaborar una lista de las actividades que realizó Juan en el relato anterior.
5. Para la lista de actividades de Juan, describir a qué tipo de actividad corresponde.

Elementos de un plan

Todo proyecto tiene un **inicio** y un **final** definidos. El éxito de su desarrollo depende de la buena planeación. Los elementos de un proyecto son los siguientes:

1. **Objetivos:** Son las intenciones concretas o propósitos claros que se pretenden alcanzar.
2. **Metas:** Los pasos intermedios para lograr un objetivo.
3. **Recursos:** Son los medios o requerimientos que se necesitan para cumplir con un proyecto.
4. **Cronograma:** Es la organización de las actividades o tareas de un proyecto en el tiempo.

Ejemplo de proyecto: Construcción de la torre Eiffel



Para llevar a cabo la edificación de la Torre Eiffel, se realizó un proyecto con los elementos que se detallan en la tabla 1:

Tabla 1 - Proyecto para la construcción de la Torre Eiffel

| OBJETIVO | RECURSOS | METAS | CRONOGRAMA |
|---|--|--|-------------------------|
| Construir una torre de 330 metros de altura, con una estructura de hierro que sirva como presentación a la Exposición Universal de París de 1889 y se convierta en un emblema de París. | Para la base de la torre: hormigón, grava, acero. Para el primer nivel: hierro pudelado. Para el segundo nivel: Hierro pudelado. | Montaje metálico de las pilas | 18 de julio de 1887 |
| | | Montaje de la parte inferior sobre los postes de armazón | 7 de diciembre de 1887 |
| | | Montaje de las vigas horizontales sobre el andamiaje de en medio | 20 de marzo de 1888 |
| | | Montaje de los pilares por encima del primer piso | 15 de mayo de 1888 |
| | | Montaje de la segunda plataforma | 21 de agosto de 1888 |
| | | Montaje de la parte superior | 26 de diciembre de 1888 |
| | | Montaje del campanil | 15 de marzo de 1889 |
| | | Vista general de la obra terminada | Marzo de 1889 |

Según el tiempo, los planes pueden ser:

- **A corto plazo:** Los que se desarrollan en horas o días. **Ejemplo:** Realizar las tareas escolares.
- **A mediano plazo:** Los que se desarrollan en semanas o meses. **Ejemplo:** Pintar un cuadro para adornar un cuarto.
- **A largo plazo:** Se desarrollan en varios años. **Ejemplo:** Ser médico especialista o crear una gran empresa.

Actividad 02

1. ¿Cuáles son los aspectos básicos de la planeación? Describir cada uno de ellos.
2. ¿Qué puede suceder si nunca se planifica lo que se quiere hacer? Argumentar la respuesta con un ejemplo.
3. Teniendo en cuenta los aspectos básicos de la planeación, desarrollar un logotipo para una idea de negocio personal.
4. Definir la marca o el nombre de la idea de negocio.
5. Teniendo en cuenta la idea de negocio desarrollada, ¿a qué tipo de emprendimiento corresponde? Argumentar la respuesta.

Tipo de recursos

Los recursos pueden ser: **naturales, humanos, financieros, físicos, técnicos o tecnológicos**. Esto depende de cada proyecto.

- **Recursos naturales:** Son los que se encuentran en la naturaleza. Pueden ser utilizados como Insumos para elaborar o fabricar bienes. Por ejemplo, el carbón, la madera, el algodón, entre otros.
- **Recursos humanos:** Son las capacidades, actitudes, destrezas y conocimientos con los que cuenta una persona y pueda aportarlos para el desarrollo de una tarea o proyecto.
- **Recursos financieros:** Es el dinero que se requiere para iniciar una actividad económica, con el cual se pagan los recursos, el trabajo de las personas, los servicios públicos y, en algunos casos, el arriendo del sitio en el que se trabaja.
- **Recursos físicos:** Son los elementos que facilitan la realización de un trabajo, como los edificios, las oficinas o los locales.
- **Recursos técnicos:** Son las herramientas e instrumentos que sirven para el uso y la coordinación de otros recursos; por ejemplo, una máquina, una caldera, una impresora, entre otros.
- **Recursos tecnológicos:** Están constituidos por el soporte de sistemas, informática e internet o aparatos de alta tecnología que se necesitan para el buen funcionamiento de un negocio.

Insumos: Son productos o bienes que se utilizan en el proceso productivo de otros. Ejemplo: la madera, las puntillas, la sierra y el pegamento, son los insumos que se necesitan normalmente para hacer muebles.

Actividad 03

1. Describir los diferentes tipos de recursos mencionados en el texto.
2. Para una actividad o proyecto, ¿Por qué son importantes los recursos? Argumentar la respuesta.
3. Imagina un escenario, en el cual tienes un proyecto de preparación de limonada para su venta en un parque, en los fines de semana. Realiza el siguiente esquema en tu cuaderno y complétalo con los elementos de tu planeación.

| Objetivos | Metas | Recursos | Cronograma |
|-----------|-------|----------|------------|
| | | | |

4. Elabora un ejemplo de proyecto, similar al de la Torre Eiffel, por ejemplo: construir una maqueta, pintar un cuadro, plan una exposición en clase.
5. ¿Cuál es la importancia de un cronograma en el desarrollo de un proyecto?



INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ EUSEBIO CARO
Emprendimiento

| | |
|-----------------------------|--|
| Docente | Jesús Eduardo Madroñero Ruales |
| Propósito del taller | Aplicar el análisis DOFA en casos empresariales Comprender los conceptos básicos de la planeación de tareas o proyectos |
| Competencias | Desarrollo de tareas y proyectos de emprendimiento a partir de la planeación. |
| Estudiantes | |

1. Realizar el análisis DOFA y plantear estrategias para reducir debilidades y potenciar fortalezas, para la empresa del siguiente relato (**Valor: 2.0**):

EcoVida es una empresa emergente dedicada a la producción y venta de productos ecológicos y sostenibles, con especial enfoque en envases biodegradables hechos a base de materiales reciclados y compostables. La empresa nació hace cinco años en una pequeña ciudad y ha ido expandiéndose gracias al creciente interés por productos amigables con el medio ambiente.

La misión de EcoVida es reducir la contaminación plástica ofreciendo alternativas sostenibles para empresas y consumidores conscientes del impacto ambiental. Su línea de productos incluye empaques para alimentos, bolsas reutilizables y envases biodegradables diseñados para reemplazar el plástico de un solo uso. Uno de los principales diferenciadores de EcoVida es su compromiso con la innovación y la calidad. Han desarrollado un material biodegradable propio que se descompone en menos de seis meses sin dejar residuos tóxicos. Además, trabajan con proveedores locales para reducir la huella de carbono en la cadena de producción.

A pesar de su éxito inicial, EcoVida enfrenta varios desafíos. La competencia en el mercado de productos ecológicos ha crecido, con grandes corporaciones lanzando sus propias líneas de envases biodegradables. Además, los costos de producción son más altos que los de los envases de plástico tradicionales, lo que dificulta ofrecer precios competitivos. También han tenido dificultades en la distribución, ya que muchas empresas aún prefieren opciones más económicas.

Por otro lado, EcoVida cuenta con una sólida base de clientes leales que valoran la sostenibilidad y están dispuestos a pagar un poco más por un producto ecológico de calidad. Además, el apoyo gubernamental a políticas medioambientales está abriendo nuevas oportunidades para la empresa, con incentivos y regulaciones que favorecen el uso de envases biodegradables. Ahora, EcoVida busca expandirse a nivel nacional y explorar mercados internacionales, pero necesita definir una estrategia clara para enfrentar los desafíos y aprovechar sus oportunidades.

2. Relacionar el tipo de actividad, con el ejemplo (**Valor: 0.5**):

| | |
|----------------|----------------------------------|
| 1. Empresarial | A) Leer un libro para una tarea. |
| 2. Escolar | B) Ir al médico. |
| 3. Personal | C) Ir al cine. |
| 4. De salud | D) Sembrar árboles. |
| 5. Ambiental | E) Montar un negocio. |

3. Relacionar las partes o etapas de la planeación con su concepto o significado (**Valor: 1.0**):

| | |
|---------------|---|
| 1. Objetivos | A) Medios o requerimientos que se necesitan para cumplir con un proyecto. |
| 2. Metas | B) Intenciones concretas o propósitos claros que se pretenden alcanzar. |
| 3. Recursos | C) Organización de las actividades o tareas de un proyecto en el tiempo. |
| 4. Cronograma | D) Pasos intermedios para lograr un objetivo. |

4. ¿A qué tipo de recursos corresponden los siguientes ejemplos? (**Valor: 1.0**):

- 4.1. Mesas y sillas: _____
4.2. Software y computadores: _____
4.3. Gas natural: _____
4.4. Oficinas: _____
4.5. Personal docente: _____

5. Completar las siguientes frases de acuerdo al tiempo en el que se desarrollarán (A corto plazo, a mediano plazo, a largo plazo) (**Valor: 0.5**):

- 5.1 Varios estudiantes se graduarán del colegio en este año (_____
5.2 Algunos estudiantes tienen pensado escribir un libro el próximo año (_____
5.3 Pedro sueña con lograr un título de doctorado en ocho años (_____
5.4 Sandra, es una estudiante de ingeniería, tiene planeado la sustentación de su tesis en dos días (_____
5.5 Tengo una cita médica en tres horas: (_____)



INSTITUCIÓN EDUCATIVA JOSÉ EUSEBIO CARO

EMPREDIMIENTO

| | |
|-----------------------------|--|
| Docente | Jesús Eduardo Madroñero Ruales |
| Propósito del taller | Comprender la diferencia entre el mercado tradicional y virtual. Diferenciar los bienes de los servicios. |
| Competencias | Identificación de los aspectos básicos del mercado. |

El mercado

Es un contexto, lugar o espacio en donde se venden y se compran bienes y servicios. Dicho contexto puede ser una plaza, un supermercado, una tienda, un local, una oficina, un centro comercial, entre otros. Actualmente, también existe el mercado virtual (o en línea), es decir, el que se realiza a través de medios electrónicos como internet.

Los mercados electrónicos o e-Marketplaces son plataformas en línea creadas por una empresa que actúa como un tercero neutral para poner en contacto a compradores y vendedores. Por medio de internet se pueden comprar bienes y servicios. Los vendedores y compradores se encuentran en una página web. Estos lugares actúan como punto de encuentro y deben cumplir al menos una función comercial, ya sea ofrecer catálogos de contacto de las empresas (directorios), ofrecer catálogos de productos anuncios clasificados, petición de presupuestos en línea, servicios de licitaciones o incluso permitir la compra en línea de productos de las empresas participantes. Los compradores o clientes pagan sus compras con una tarjeta débito o de crédito, que son formas de utilizar el dinero que tiene disponible en un banco.

Existen varias tipologías distintas de mercados electrónicos:

- **Verticales:** Según se dirijan únicamente a una industria concreta.
- **Horizontales:** Cuando engloban varios sectores.
- **Abiertos:** Cuando están abiertos a la participación de cualquier empresa.
- **Cerrados:** Cuando son exclusivos para determinadas empresas.
- **Orientados:** Si están enfocados a los compradores o a los vendedores.

Bienes y servicios

En economía, los **bienes y servicios** son el resultado de los esfuerzos humanos para satisfacer las necesidades y deseos de las personas. La producción económica se divide en **bienes físicos** y **servicios intangibles**.

Los bienes son objetos que pueden ser vistos y tocados, tales como libros, plumas, sal, zapatos, sombreros, y carpetas. Algunos bienes se pueden mover y se les llama *bienes muebles* (por ejemplo: carros, motos, bicicletas, entre otros). Otros son inmuebles o fijos (por ejemplo: casas, edificios, entre otros).

Los servicios son realizados por otras personas, tales como doctores, jardineros, dentistas, peluqueros o camareros. Se asume que el consumo de bienes y servicios provee de utilidad (satisfacción) al consumidor. En la tabla 1 se detallan algunas semejanzas y diferencias entre el mercado tradicional y el virtual.

Tabla 1 - Semejanzas y Diferencias entre el mercado tradicional y virtual

| Semejanzas | Diferencias |
|--|---|
| Los dos sirven para comprar bienes y servicios. | En el primero, se utiliza el efectivo, en el segundo se utiliza un medio de pago virtual. |
| Intervienen los mismos actores: compradores y vendedores. | El entorno físico es necesario en el mercado tradicional. En el virtual no. |
| En los dos mercados se pueden comprar productos similares. | La manera en la que se desarrolla la compra-venta, hace que en el mercado tradicional sea más complicado e inseguro realizar las compras que en el mercado virtual. |

Recursos complementarios

[1] Educatina (2013, 23 de diciembre). ¿Qué es mercado? [video]. <https://youtu.be/kKsgzNVu-e0>

[2] Steps genius (2020, 28 de septiembre). Bienes y servicios [video]. <https://youtu.be/7DDsSrMhyol>

Actividad

1. Describir en tus propias palabras, los conceptos de: **mercado**, **mercado tradicional**, **mercado virtual**, **bienes y servicios**.
2. Plantear tres ejemplos de mercados **tradicionales** y mercados **virtuales**.
3. Consultar semejanzas y diferencias entre los mercados tradicionales y virtuales.
4. Describir el significado y consultar un ejemplo de los mercados: **verticales**, **horizontales**, **abiertos**, **cerrados**, **orientados**.
5. ¿Cuál es la diferencia entre los **bienes** y los **servicios**?
6. Plantear tres ejemplos de bienes y servicios.