

GUÍA INCUBADORA DE EMPRENDIMIENTOS

Del impulso
a la acción



ÍNDICE

¿Para qué esta guía?	6
¿Qué es incubación?	7
Por qué incubar emprendimientos	8
Diccionario del emprendedor	9
Metodologías innovadoras	10
Enfoque	15
Etapas de incubación	16
Módulo 1: crecimiento	21
Módulo 1: crecimiento	22
Módulo 2: escalamiento	23
Módulo 3: consolidación	25
Módulo 4: despegue	27
Metodología de enseñanza - aprendizaje	28
Desarrollo de sesiones por módulos	29
Módulo 1: crecimiento	29
Módulo 2: escalamiento	47
Módulo 2: escalamiento	48
Módulo 3: consolidación	59
Módulo 4: despegue	71
Tipología de emprendimientos	76
Conclusiones	77

Introducción

El punto de partida: una oportunidad para transformar

Bolivia atraviesa un momento clave. Las brechas de desigualdad, el desempleo juvenil y la falta de oportunidades estructurales configuran un escenario desafiante, especialmente para las juventudes. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), más del 60% de los jóvenes bolivianos trabaja en condiciones de informalidad, sin estabilidad ni acceso pleno a derechos laborales. Ante esta realidad, el emprendimiento se ha convertido en una alternativa creciente para quienes buscan autonomía, sentido y desarrollo personal y colectivo.

Desde ChildFund Bolivia, apostamos por una visión distinta del emprendimiento: una que trascienda lo económico y apueste por lo social, lo sostenible y lo transformador.

No se trata solo de generar ingresos, sino de generar impacto. De responder a desafíos reales en las comunidades, fortalecer identidades, crear redes de apoyo y contribuir a una sociedad más justa e inclusiva.

El ecosistema emprendedor en Bolivia ha mostrado avances importantes, pero también evidencia vacíos preocupantes. Muchas iniciativas se enfocan en talleres puntuales o capacitaciones técnicas sin continuidad, sin metodología de

“Mucha gente pequeña, en lugares pequeños, haciendo cosas pequeñas, puede cambiar el mundo.”

Eduardo Galeano

acompañamiento y sin una mirada de sostenibilidad. Esto provoca que numerosos emprendimientos, especialmente liderados por jóvenes, queden estancados o desaparezcan por falta de respaldo, red de apoyo o herramientas adecuadas para escalar.

Esta guía metodológica surge como una respuesta concreta a esa necesidad. Nace del trabajo realizado en el marco del programa PACTO, impulsado por ChildFund Bolivia, que ha acompañado a cientos de jóvenes emprendedores y emprendedoras en distintos territorios del país. Su estructura y contenidos recogen aprendizajes reales, adaptaciones locales, herramientas probadas y una visión de incubación que pone al joven en el centro del proceso.

No buscamos copiar modelos externos, sino construir una metodología arraigada en la realidad boliviana, que sea flexible, contextualizada y centrada en el ser, hacer y crecer del emprendimiento. Esta propuesta promueve una incubación integral que combina conocimientos técnicos, acompañamiento emocional, liderazgo con propósito y articulación territorial.

Creemos firmemente que los cambios más potentes no siempre empiezan en grande, pero siempre lo hacen con intención.

Por eso, esta guía está pensada para multiplicar posibilidades, generar comunidad y apoyar el desarrollo de emprendimientos con propósito que puedan nacer, crecer y permanecer en el tiempo.

¿Para qué esta guía?

Esta guía nace en el marco del programa “PACTO” de ChildFund Bolivia como una herramienta práctica y reflexiva para fortalecer la incubación de emprendimientos juveniles con propósito en todo el país.

Su enfoque es acompañar procesos reales, integrales y adaptados a contextos donde las juventudes enfrentan barreras estructurales al empleo digno y al desarrollo sostenible.

Aunque el interés por emprender ha crecido en Bolivia, aún existe una gran distancia entre iniciar un emprendimiento y lograr que éste se consolide. Muchas iniciativas actuales ofrecen capacitaciones de corto plazo, sin continuidad ni acompañamiento técnico, lo que provoca que numerosos emprendimientos —especialmente los liderados por jóvenes en situación de vulnerabilidad— no logren sostenerse más allá del primer año.

Frente a esta realidad, la guía propone una doble contribución:

1

Compartir conocimientos, metodologías y herramientas diseñadas a partir de la experiencia local.

2

Impulsar emprendimientos juveniles con impacto social, económico ambiental, comprometidos con su comunidad y con una visión de país más inclusiva.

Esta metodología nace de procesos reales desarrollados con juventudes en diversos territorios de Bolivia. No es una receta única, sino una construcción práctica y adaptable, diseñada para inspirar, replicar y fortalecer otras iniciativas.

La guía aborda todos los componentes de una incubación integral: acompañamiento técnico y humano, desarrollo de capacidades, sostenibilidad, redes de apoyo y enfoque de impacto.

Incluye además buenas prácticas, ejemplos y recursos útiles para quienes quieran potenciar emprendimientos desde una mirada inclusiva y transformadora.



Incubar emprendimientos con propósito es una forma concreta de transformar vidas.
Y esta guía quiere ser parte de ese cambio.

¿Qué es incubación? El primer impulso hacia negocios con impacto real

Cuando hablamos de incubación de emprendimientos no nos referimos solamente a un programa de formación para emprendedores. La incubación es, en realidad, una plataforma estratégica que permite transformar ideas en modelos de negocio viables, sostenibles y con proyección de crecimiento.

Una incubadora es el punto de partida de un viaje empresarial: proporciona acompañamiento técnico, mentoría especializada, redes de contacto, recursos compartidos y un entorno de aprendizaje dinámico que ayuda a reducir la tasa de fracaso en las etapas más vulnerables del desarrollo emprendedor.

Pero incubar no es solo enseñar a hacer negocios. Es construir desde la raíz: validar un problema real, diseñar una solu-

ción que agregue valor, conectar con el mercado y aprender a escalar con propósito. ***Las incubadoras de nueva generación ya no son solo aulas, sino verdaderos laboratorios de impacto donde el ensayo y error están acompañados de datos, retroalimentación ágil y visión estratégica.***

En este espacio de incubación, el talento se mezcla con la oportunidad, y las ideas encuentran el músculo técnico, emocional y financiero para convertirse en negocios con futuro.

La incubación es, en realidad, una plataforma estratégica que permite transformar ideas en modelos de negocio viables, sostenibles y con proyección de crecimiento.



La gran mayoría de las empresas que nacen en el mundo nunca llegan a desarrollarse.



Por qué incubar emprendimientos

Incubar un emprendimiento es una decisión clave para cualquier fundador que quiera no solo emprender, sino permanecer. *En un mercado competitivo y en constante cambio, la incubación ofrece mucho más que conocimientos: entrega estructura, acceso a redes de inversión, validación de mercado y una visión centrada en el cliente.*

Los emprendimientos que se incuban correctamente logran anticiparse a los errores comunes, validar su propuesta de valor antes de lanzarla a gran escala y establecer bases sólidas para atraer inversión.

No se trata de acortar el camino, sino de recorrerlo con inteligencia estratégica y acompañamiento profesional.

Pero el verdadero valor de la incubación está en el impacto. Porque incubar bien no solo significa sobrevivir los primeros años: significa consolidarse como un actor relevante en el mercado, capaz de generar empleo, innovación y transformación social.

Una incubadora exitosa no se mide por la cantidad de ideas que acoge, sino por la calidad de los negocios que emergen de ella: negocios con propósito, con modelos adaptables, y con el potencial de escalar sin perder su esencia.

Por eso, incubar es una apuesta por el futuro: por un ecosistema emprendedor más maduro, por soluciones más reales y por empresas que no solo nacen, sino que trascienden.



No se trata de acortar el camino, sino de recorrerlo con inteligencia estratégica y acompañamiento profesional.

Porque no basta con tener una buena idea: hasta el mercado... y hacerla exitosa.

Diccionario del Emprendedor



Design Thinking: Método creativo para resolver problemas centrado en el usuario. Etapas: Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear.

Cuadro de Mando Integral (CMI): Herramienta para medir el rendimiento de un negocio en 4 áreas: finanzas, clientes, procesos y aprendizaje.

Mindfulness: Técnica de atención plena al presente. Ayuda a reducir estrés y mejorar la concentración y toma de decisiones.

One to One (1:1): Reuniones personalizadas entre emprendedor y mentor para dar seguimiento y apoyo durante el proceso.

Escalabilidad: Capacidad de un negocio para crecer sin aumentar proporcionalmente sus costos.

Funnel de ventas: Modelo que representa el recorrido del cliente desde que conoce el producto hasta que lo compra.

Power Skills: Habilidades clave como liderazgo, comunicación, empatía o resiliencia, esenciales para emprender.

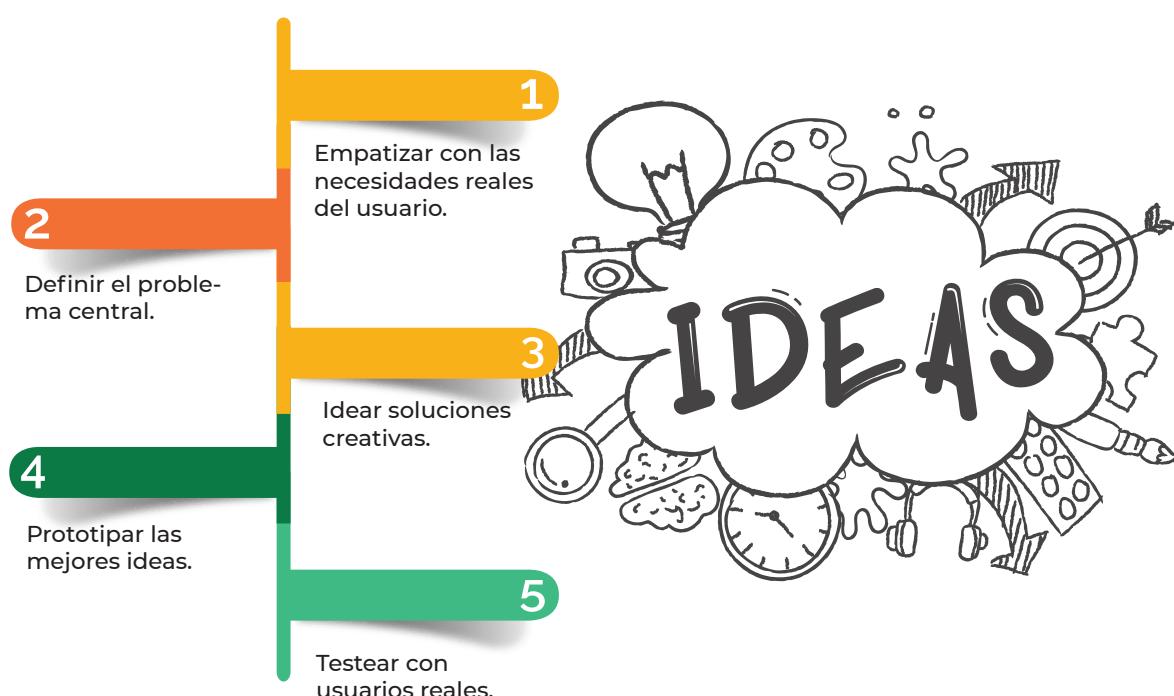
Storytelling: Técnica para contar historias que conecten emocionalmente con el público y comuniquen mejor tu marca.

Metodologías innovadoras

1. Design Thinking

Se presentan distintas metodologías que guiarán todo el proceso de incubación de empresas, aportando estructura, enfoque y herramientas prácticas para cada etapa del emprendimiento. *Estas metodologías han sido seleccionadas por su efectividad en fomentar la acción, el aprendizaje y el crecimiento sostenible.* A continuación, se detallan cada una de ellas.

Se basa en cinco etapas:



2. Seguimiento 1:1 (One to One)

La metodología 1:1 o One to One consiste en realizar reuniones semanales de seguimiento personalizado entre cada emprendedor/a y un facilitador/mentor del programa.

Estas sesiones tienen como objetivo monitorear avances, resolver obstáculos, ofrecer retroalimentación oportuna y adaptar los contenidos a las necesidades reales de cada participante.

Este acompañamiento cercano permite sostener el ritmo de trabajo, generar confianza, mantener la motivación y garantizar que cada proyecto evolucione de forma coherente con sus objetivos. Es una herramienta esencial para lograr impacto real en los procesos de incubación.

3. Método E.R.C.A.

(Experiencia.Reflexión.Conceptualización.Aplicación)

El modelo ERCA es una metodología de aprendizaje vivencial que facilita la internalización de conocimientos a través de experiencias significativas. Es muy útil en sesiones formativas porque promueve la participación activa y el aprendizaje profundo.



- **Experiencia:** Se vive una dinámica o caso práctico.
- **Reflexión:** Se analizan las emociones, aprendizajes y reacciones.
- **Conceptualización:** Se vincula la experiencia con teoría o conceptos clave.
- **Aplicación:** Se traslada lo aprendido a la realidad del emprendimiento.

Esta metodología se utiliza en toda la incubadora para estructurar sesiones participativas, dinámicas y contextualizadas.

4. Modelo CANVAS

El Modelo Canvas, desarrollado por Alexander Osterwalder, es una de las herramientas más ampliamente utilizadas en el ámbito emprendedor y empresarial para diseñar, visualizar y ajustar modelos de negocio. **Su simplicidad y versatilidad permiten aplicarlo en cualquier fase del emprendimiento.**

Se estructura en nueve bloques clave que abarcan desde la propuesta de valor hasta los canales de distribución, segmentos de clientes, fuentes de ingresos y estructura de costos. Esta herramienta ha dado lugar a múltiples versiones adaptadas, como:

- **Lean Canvas (enfocado en startups),**
- **Social Canvas (para negocios con impacto social),**
- **Eco Canvas (para emprendimientos verdes), y otros.**

Es una herramienta visual, colaborativa y estratégica que permite iterar ideas y construir modelos centrados en el cliente y en el valor generado.

5. Enfoque de coach de vida



El coaching de vida es un proceso de acompañamiento personalizado que ayuda a las personas a alcanzar sus metas, superar obstáculos y mejorar su calidad de vida.

A través de preguntas y reflexión, el coach guía al cliente en su autodescubrimiento, estableciendo objetivos claros y diseñando un plan de acción.

El enfoque se centra en el presente y futuro, promoviendo el desarrollo de habilidades, la toma de decisiones y la creación de hábitos positivos.



Beneficios:

- Mayor autoestima
- Claridad en metas
- Mejor manejo emocional
- Aumento de la motivación.

6. Learn By Doing (Aprender Haciendo)

Es una metodología basada en el principio de que el conocimiento se consolida mejor cuando se experimenta directamente en la práctica. Aquí, los participantes no solo escuchan teoría, sino que aplican lo aprendido en la construcción real de su emprendimiento.

Ejemplos de aplicación:

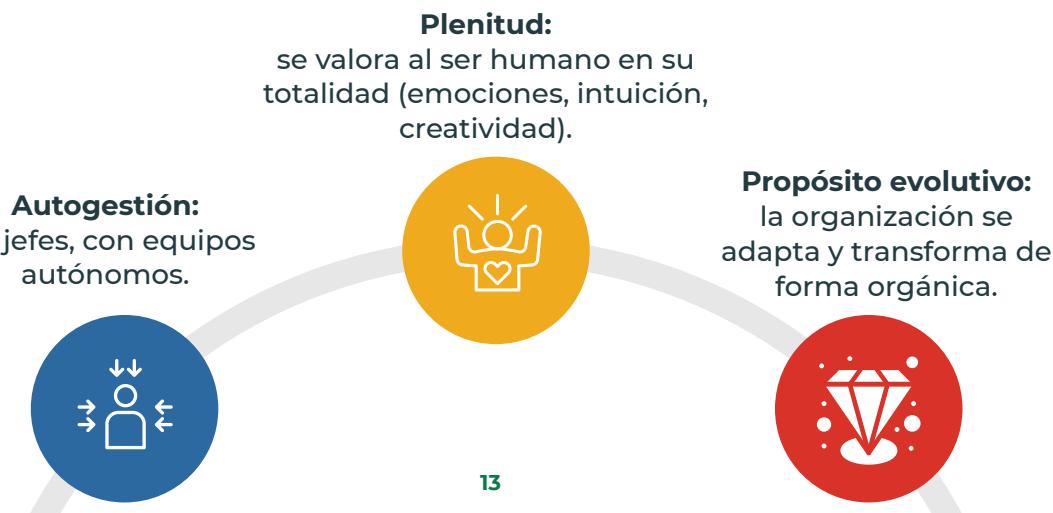


Es clave para fomentar la confianza, el aprendizaje activo y la acción temprana, muy necesarios en las primeras etapas de emprender.

7. Organizaciones TEAL

Inspiradas en el trabajo de Frederic Laloux, las organizaciones TEAL son estructuras evolutivas que rompen con los modelos jerárquicos tradicionales. Se basan en tres principios fundamentales:

Son ideales como inspiración para nuevos emprendimientos que buscan generar cultura organizacional coherente, ágil y humana desde el inicio.



8. Metodología de Mentorías Personalizadas

El proceso de mentoría es una herramienta fundamental en los programas de incubación, ya que permite una guía individualizada, basada en la experiencia de mentores expertos, para fortalecer habilidades, validar decisiones y acelerar el desarrollo del negocio.

Las mentorías pueden ser técnicas (marketing, finanzas, legal), estratégicas (modelo de negocio, escalabilidad), o personales (liderazgo, gestión del tiempo, visión). Se recomienda estructurar un proceso regular (semanal o quincenal), con objetivos claros y seguimiento constante, para garantizar impacto real en el crecimiento del emprendimiento.



Recomendar algunas otras metodologías ágiles....

9. Método Kaizen

Kaizen es una filosofía japonesa que significa “mejora constante”. En el contexto emprendedor, se utiliza como una metodología para evaluar, ajustar y mejorar los procesos del emprendimiento de forma iterativa y progresiva.

Aplicación en la incubadora:

- Revisar cada semana qué funcionó y qué no.
- Hacer pequeñas mejoras continuas en la propuesta de valor, atención al cliente, costos, etc.
- Inculcar la cultura de la autoevaluación y la adaptabilidad.

- 1 Desing Sprint
- 2 SCAMPER
- 3 SCRUM
- 4 Dragon Dreaming
- 5 Art of hosting
- 6 Cuadro de Mando Integral (CMI)
- 7 Scaling Up

Es una metodología fácil de aplicar, altamente motivadora, y que cultiva una mentalidad de resiliencia y evolución constante.

ENFOQUE CENTRADO EN LA - ÉL EMPRENDEDOR



Camino emprendedor



Etapas de Incubación



INSPIRACIÓN Y MOTIVACIÓN DE LA CULTURA EMPRENDEDORA

Este enfoque integral busca incubar emprendimientos con propósito, viables y sostenibles, con impacto económico, ambiental y social real.

Este programa de incubación es el resultado de más de siete años de experiencia activa en el ecosistema emprendedor boliviano, así como del reciente estudio de cualificación del componente de emprendimiento del programa PACTO impulsado por ChildFund.

Se propone un proceso de incubación de 4 meses de duración, estructurado en cuatro etapas clave:

- Crecimiento
- Escalamiento
- Despegue
- Consolidación

Cada etapa tiene una duración aproximada de un mes, combinando formación técnica, fortalecimiento de habilidades blandas, mentorías personalizadas y desarrollo práctico.

Previo a la incubación, se recomienda una etapa de convocatoria de 3 semanas, dirigida a captar perfiles adecuados mediante estrategias de scouting y comunicación focalizada. **Además, se sugiere trabajar transversalmente durante todo el proceso una fase de inspiración y fortalecimiento de la cultura emprendedora, promoviendo la motivación, la mentalidad de crecimiento y la conexión con referentes locales.**

1. Inspiración y motivación

Descripción de la etapa:

La etapa de inspiración y motivación constituye la fase inicial y transversal del proceso de incubación. **Su propósito es activar el ecosistema emprendedor desde la base, mediante acciones que generen conexión emocional, identificación con casos reales y confianza en el potencial transformador del emprendimiento.**

Esta etapa debe implementarse de manera permanente durante todo el año para cumplir dos funciones esenciales:

1

- Asegurar una base sólida de personas motivadas para futuras convocatorias.

2

- Posicionar a la institución como un referente en formación, acompañamiento y cultura emprendedora.

Objetivo:

Fomentar de forma constante una cultura emprendedora proactiva, resiliente y con propósito, que conecte emocionalmente con las personas y motive el desarrollo de ideas con impacto. **Esta etapa busca despertar el interés por emprender de manera accesible y cercana, fortaleciendo la confianza, el sentido de comunidad y el posicionamiento institucional como referente en el ecosistema emprendedor, además de asegurar una base continua de futuros postulantes a programas de incubación.**



Impacto esperado:

- **Construcción de una base sólida de personas motivadas para futuras incubaciones.**
- **Mayor tasa de conversión en postulaciones y permanencia en programas.**
- **Posicionamiento institucional como referente visible y confiable en emprendimiento.**
- **Activación del ecosistema emprendedor local a través del contenido, las alianzas y los eventos recurrentes.**
- **Generación de comunidad, visibilidad y redes de colaboración.**

Acciones Recomendadas:

- Diálogos inspiracionales: Encuentros con emprendedores y referentes que comparten sus historias y aprendizajes, normalizando el fracaso en el negocio.
- Eventos con mentores: Espacios interactivos con mentores locales que brindan orientación práctica.
- Cursos introductorios: Capacitación básica en modelos de negocio, ideación y herramientas ágiles.
- Masterclasses en habilidades blandas: Entrenamiento en liderazgo, comunicación, resiliencia y pensamiento crítico, autoestima, empoderamiento.
- Cápsulas de inspiración en redes sociales: Videos breves con consejos y microhistorias para mantener presencia de marca.
- Charlas motivacionales: Participación de figuras inspiradoras que conectan con el espíritu emprendedor.
- Ruta del emprendedor: Visitas a negocios reales para aprender directamente de experiencias exitosas.



2. Convocatoria

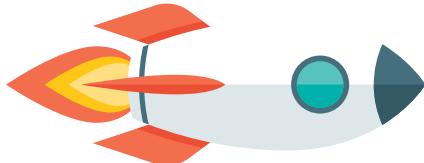
Objetivo:

Implementar un proceso eficaz, inclusivo y competitivo que permita identificar, atraer y seleccionar a los emprendedores con mayor potencial para ingresar a la incubadora.

Duración sugerida: 3 semanas



Etapas del proceso de Convocatoria



1. Lanzamiento público de la convocatoria

Se realiza la publicación oficial en redes sociales y medios aliados. Se recomienda incluir un banner o video atractivo con llamados a la acción claros y postulaciones en línea

La convocatoria debe explicitar los objetivos, edades límite, verticales o rubros de negocios, tiempos, logística, contrapartes, otros.



2. Difusión estratégica multicanal

Durante esta fase es clave “hacer bulla” en todos los canales posibles para captar la atención del público objetivo. **El objetivo es generar alto alcance, recordación y urgencia para postular.**

Formulario ágil y accesible que incluye:



- Datos personales (nombre, edad, contacto, nivel de formación, domicilio, etc.)
- Nombre del emprendimiento o idea de negocio
- Breve descripción
- Pregunta abierta: ¿Qué innovación tiene tu emprendimiento, que lo diferencia a los demás? Explica su potencial de crecimiento y ¿Por qué quieres formar parte de esta incubadora?
- (Opcional, pero recomendado): Video de máximo 2 minutos explicando su motivación y compromiso.
- Sesiones informativas virtuales y/o presenciales para explicar el programa.
- Webinars y charlas con exalumnos o mentores.
- Campaña digital bien estructurada:
 - » Publicación de reels, testimonios, y videos explicativos.
 - » Uso de medios no tradicionales (influencers locales, grupos de WhatsApp, radios comunitarias, asociaciones barriales).
 - » Inversión en publicidad pagada segmentada (Meta Ads).

3. Evaluación técnica y asignación de puntaje:

Se conforma un comité de evaluación que asigna puntajes de acuerdo a criterios como:

- Viabilidad de la idea o grado de avance del negocio
- Claridad del propósito y motivación del emprendedor
- Potencial de impacto y escalabilidad
- Compromiso demostrado (testimonio o video)



4. Selección

Una vez que se tenga la evaluación se priorizan perfiles con mayor puntaje.

5. Notificación a participantes:

Se emiten cartas de aceptación y se comunica formalmente la decisión a todos los postulantes o por llamada telefónica.

Opcional y recomendado

Para garantizar compromiso y retención de la participación, se solicita a los seleccionados un aporte único simbólico que puede oscilar entre 30, 50 o 100 Bs o más, esto demuestra y evidencia el compromiso de las y los emprendedores.



MÓDULO 1

CRECIMIENTO

Objetivo

Conectar con el propósito emprendedor, desarrollo de habilidades blandas fundamentales y aplicar el Design Thinking (Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear). **Esta es una metodología centrada en el usuario que impulsa la innovación, la empatía y la solución creativa de problemas.** Su enfoque iterativo permite crear soluciones viables y deseables basadas en necesidades reales. Aunque se usa comúnmente en ideas nuevas, también es muy útil para mejorar o reinventar negocios en marcha.

En nuevos emprendimientos:

- Permite entender al cliente antes de construir la solución.
- Reduce el riesgo al validar ideas con prototipos simples.
- Fomenta la creatividad y el enfoque en problemas reales.
- Ayuda a construir propuestas de valor sólidas desde el inicio.



En emprendimientos en marcha:

- Ayuda a rediseñar productos, servicios o procesos.
- Permite reconectarse con el cliente y descubrir nuevas oportunidades.
- Fomenta la innovación continua dentro del equipo.
- Valida mejoras antes de invertir en cambios grandes.

En ambos casos, Design Thinking mejora la capacidad de adaptarse, innovar y crear valor real para el usuario.

En este módulo debe acabar con un Producto Mínimo viable.

SEMANA 1

Sesión 1.1. Evento de Bienvenida

Contenido: Propósito emprendedor (Ikigai), síndrome del impostor, el camino del emprendimiento, presentación del programa, cerca con la práctica: poder de la mente.

Sesión 1.2. Design Thinking EMPATIZAR

Contenido: Empatizar; conexión profunda con las necesidades/problems del cliente.



Power skills: Pensamiento creativo

MÓDULO 1

CRECIMIENTO

SEMANA 2

Sesión 1.3. *Design Thinking DEFINIR + IDEAR*

Contenido: Redefinir el problema en base a la información de cliente, formulación del MVP, técnicas de ideación creativa, selección de ideas viables.

Sesión 1.4. *Inteligencia Emocional y Mindfulness*

Contenido: Gestión de emociones, autoconocimiento, herramientas de regulación emocional, el poder del presente y nuestras emociones.

SEMANA 3

Sesión 1.5. *Design Thinking PROTOTIPAR*

Contenido: Creación de prototipos simples (mockups, storyboards, role plays). Presentar ideas tangibles, y prepararlas para el testeo. (MVP).

Sesión 1.6. *Liderazgo Disruptivo y Escucha activa*

Contenido: Dinámicas para desarrollar un verdadero liderazgo emprendedor y de vida. Técnicas para la aplicación efectiva de la escucha activa

SEMANA 4

Sesión 1.7. *Design Thinking TESTEAR Y EVALUAR*

Contenido: Pruebas de prototipo con usuarios simulados o reales, técnicas de feedback, validación rápida, ajustes e iteración.

Sesión 1.8. *Evento Inspiración: Historias de Éxito y Fracaso*

Contenido: Encuentro con empresarios invitados que comparten experiencias reales, aprendizajes clave y motivación. Espacio de networking y reflexión.

MÓDULO 2

ESCALAMIENTO

Objetivo

Desarrollar habilidades estratégicas y operativas en branding, marketing digital, ventas y finanzas, utilizando herramientas tecnológicas y pensamiento creativo.

Los participantes aprenderán a posicionar su marca, fortalecer sus canales de venta y gestionar sus finanzas para consolidar y escalar su negocio de forma sostenible. Al finalizar este módulo se debe tener el modelo de negocio establecido y definido claramente.



SEMANA 1

Sesión 2.1. *Marketing Estratégico 1: Branding*

Contenido: Propuesta de valor, creación de identidad de marca y posicionamiento, desarrollo de buyer persona, creación de RRSS, creación de contenido. IA para contenido y storytelling.

 **Power skills:** Vendemos emociones

Sesión 2.2. *Marketing Estratégico 2: Redes Sociales*

Contenido: Herramientas y canales para ventas: uso de cada red social: Facebook, Instagram, WhatsApp Business, TikTok. Calendario de contenidos y formatos atractivos.

SEMANA 2

Sesión 2.3. *Edición de videos*

Contenido: Herramienta capcut y otras para la edición de videos.

Sesión 2.4. *FINANZAS 1: Bases Financieros para Emprendedores Costos, Precios y Punto de Equilibrio*

Contenido: Introducción a las finanzas emprendedoras, terminología contable esencial, herramientas de registro, identificación de costos, gastos, fijación de precios, punto de equilibrio.

MÓDULO 2

ESCALAMIENTO

SEMANA 3

Sesión 2.5. *FINANZAS 2: Flujos de Caja y Planeación Financiera*

Contenido: Planeación de ingresos y egresos, presupuestos y control, herramientas para flujo de caja, análisis de estados de resultados, márgenes de contribución.

Sesión 2.6. *MODELO CANVAS*

Contenido: Explicación y aplicación del Lienzo modelo Canvas que es una herramienta visual que resume cómo un negocio crea, entrega y captura valor en 9 bloques clave.

SEMANA 4

Sesión 2.7. *Evento Campeón*

Contenido: Actividad práctica de 3 a 4 horas tipo rally trabajo en equipo, liderazgo, comunicación y aplicación de aprendizajes en una dinámica lúdica e intensa.



MÓDULO 3

CONSOLIDACIÓN

Objetivo

Fortalecer la consolidación del negocio a través del desarrollo de capacidades técnicas, administrativas, legales, tributarias y otras del emprendimiento, así como habilidades comunicativas para presentar el negocio ante aliados estratégicos.

En esta etapa, los participantes deberán iniciar o ampliar su presencia en el mercado, evaluando oportunidades de mejora en sus procesos comerciales, profesionalizando su gestión operativa y sostenibilidad a través del incremento de ventas y posicionamiento real en su entorno económico.



Este mes es para cubrir y resolver la necesidad de soporte específico de las y los emprendedores. Ejemplo, contratar especialistas para el acompañamiento ,guía y capacitación como: cursos de gastronomía especializada en masa madre, producción textil con máquina robotizada, jardines verticales, servicios de turismo vinculados a espacios culturales, nuevas tendencia de producción que requiere conocimiento nuevo, trámites - certificaciones, cadena de producción, transformación y vínculos comerciales.

IMPORTANTE:

En esta etapa, se deben concentrar los esfuerzos en el acompañamiento y asesoramiento en habilidades duras y técnicas por rubro/vertical, para la estandarización de procesos, control de calidad y crecimiento en ventas. Dependiendo de la necesidad latente del emprendimiento se debe contratar servicios de especialistas que puedan guiar, capacitar, acompañar en 1 o 2 o 3 semanas o todo el mes si es necesario.

Si se tiene 2 o más emprendedores con el mismo problema, dificultad o necesidad de desarrollo, se puede contratar a un solo especialista, pero si existe solo un emprendedor a especializar, se aconseja IGUAL contratar un especialista individual.

Es trascendental no incluir a los emprendedores en una sola bolsa, en la especialidad - estandarización - innovación radica una de las clave para el éxito emprendedor.

MÓDULO 3

CONSOLIDACIÓN

SEMANA 1

Sesión 3.1. *Administración del emprendimiento*

Contenido: Diseño del pensamiento estratégico: visión, valores, conformación de equipos, operaciones del negocio, standarización de procesos, etc.



Power skill: Poder de la visión y administración del tiempo.

Sesión 3.2. *Formalización del negocio y certificaciones*

Contenido: Tipos societarios, requisitos legales en Bolivia, obligaciones tributarias y cómo se obtiene el NIT, SENASAG, SEPREC, propiedad intelectual, registros, licencias, etc.

SEMANA 2

Sesión 3.3. *Estrategias Empresariales, Plan de crecimiento y expansión*

Contenido: CRM básicos, funnel de ventas, retención y fidelización.

SEMANA 3

Sesión 3.4. *BOOTCAMP*

Contenido: Oratoria, Autoestima y seguridad, Ventas, Anatomía del Pitch, Tipos de Pitch, qué es un Demo Day Seguridad, Simulacro de Pitch y Feedback Diálogos Empresariales.

SEMANA 4

Sesión 3.5. *Expansión y Nuevos Mercados, Puntos de Venta y Modelos de Escalamiento*

Contenido: Modelos de sucursales, franquicias, puntos en retail y marketplaces.

MÓDULO 4

DESPEGUE

SEMANA 1

Sesión 4.1. *Acceso a Capital Semilla, Financiamiento e inversión*

Contenido: Ciclo de inversiones y desarrollo del negocio y tipos de inversiones, tipos de financiamiento disponibles, convocatorias, requisitos, cómo preparar una postulación exitosa.

SEMANA 2

Acompañamiento en penetración y expansión de mercado

SEMANA 3

Sesión 4.2. *DEMO DAY FINAL*

Contenido: Presentación oficial ante jurados e inversionistas. Premiación, networking y visibilidad de los proyectos.

SEMANA 2

GRADUACIÓN

Evento de graduación, certificación pública, conclusión del programa.



METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Esta Guía es una herramienta de apoyo diseñada para facilitar procesos de formación emprendedora. *Es importante entender que no es un manual rígido, sino un recurso base que debe ser adaptado, ampliado y enriquecido por la facilitadora/or, según las características del grupo, el contexto local y los objetivos específicos de cada sesión.*

El E.R.C.A. es una metodología de aprendizaje activo basada en cuatro etapas clave:



E Experiencia: Etapa en la que se activa la experiencia previa o se crea una experiencia nueva, el emprendedor se involucra emocional y mentalmente con el tema



R Reflexión : Por medio de preguntas de descubrimiento se analizan y verbalizan las emociones, aprendizajes que surgieron de la experiencia.



C Conceptualización: Se introduce el marco teórico: conceptos clave, herramientas y modelos



A Acción: El emprendedor se compromete a accionar el conocimiento.

“La enseñanza que deja huella no es la que se hace de cabeza a cabeza, sino de corazón a corazón.”

- Howard G. Hendricks

DESARROLLO DE SESIONES POR MÓDULOS

Módulo 1: Crecimiento

Sesión 1.1: Evento de Bienvenida

Duración total del evento: 2 horas y media

Objetivo: Generar un espacio motivador donde los participantes inician su camino emprendedor conectando con su propósito personal, identificando y superando el síndrome del impostor, y comprendiendo los retos y etapas del emprendimiento. Se presenta el programa, sus objetivos, cronograma, logística y compromisos. Se reflexiona sobre el poder del pensamiento positivo y la mentalidad emprendedora como motor del cambio.



Actividad 1.: Propósito emprendedor

Duración: 30 min

Objetivo: Ayudar a los participantes a entender cual es su verdadero propósito para emprender.

ERCA	Actividades
	Dinámica: Con música suave de fondo, se invita a los participantes a cerrar los ojos y realizar tres respiraciones para concentrarse. Luego, se les guía a imaginar que están en una sala semioscura, rodeados de personas queridas: familia, amigos y colegas, todos muy tristes. Al fondo, hay un ataúd... y esta usted. Es el día de su muerte. Una persona muy cercana se levanta para dar las palabras de despedida. ¿Qué diría de usted ?
	Preguntas para reflexionar: ¿Estarías orgulloso de lo que diría?, ¿Cumpliste con tu sueño y objetivo de vida o aun te falta?, ¿Qué nos hace falta para cumplir lo que queremos? ¿Hemos generado el impacto que hemos querido? ¿Qué esperas para hacerlo? Se pide que abran sus ojos y se comparte como se han sentido y se explica que no esperemos más tiempo para accionar. Se introduce el Ikigai
	IKIGAI. <ul style="list-style-type: none"> -Alineación personal y profesional: El propósito surge cuando lo que amas, lo que sabes hacer, lo que el mundo necesita y por lo que pueden pagarte se conectan. Esta alineación da sentido profundo a tu emprendimiento y te permite trabajar con autenticidad. -Motor emocional: El propósito actúa como una fuente de energía interna que te sostiene frente al miedo, el fracaso o la incertidumbre. No solo impulsa la acción, sino que da resiliencia y dirección en el camino emprendedor. -Conexión con el impacto: Emprender con propósito significa crear algo que no solo genera ingresos, sino que representa tu identidad, tu historia y tu deseo de aportar al mundo. Esa autenticidad es la que conecta genuinamente con clientes, aliados y comunidades.
	Cada participante completa su propio mapa Ikigai

Actividad 2: Síndrome del impostor

Duración: 30 min

Objetivo: Identificar el síndrome del impostor como una barrera emocional que afecta la confianza personal, especialmente en el camino emprendedor. La sesión busca ayudar a los participantes a reconocer sus logros, fortalecer su autoestima y aprender herramientas prácticas para manejar la autocritica y creer más en su propio potencial.

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: Albert Einstein, quien, pese a sus contribuciones revolucionarias a la ciencia, dijo una vez: “. Pienso en mí mismo como un involuntario estafador.” Este testimonio muestra cómo incluso las mentes más brillantes han dudado de sí mismas.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: “Seguro alguien más lo haría mejor”, “Estoy fingiendo ser un emprendedor”, “No voy a poder”. Se refuerza que esta sensación es más común de lo que parece y que no es un defecto, sino parte del crecimiento.</p>
	<p>Síndrome del impostor. Es una creencia distorsionada que impide reconocer el propio mérito, haciendo que la persona atribuya su éxito a la suerte, a factores externos o piense que “engaña a los demás”. Es común en emprendedores, especialmente cuando deben exponerse o tomar decisiones importantes. Se explican sus consecuencias: inseguridad, bloqueo creativo, postergación de oportunidades. Se resalta que el síndrome no desaparece, pero se aprende a gestionarlo con conciencia y autovaloración.</p>
	<p>Cada participante identifica una frase limitante que se repite internamente y la transforma en una afirmación positiva, por ejemplo: “No soy lo suficientemente experto” → “Estoy en constante aprendizaje y eso me hace crecer cada día.”</p> <p>Luego, escriben 3 logros concretos que hayan alcanzado por mérito propio. Se invita a compartir en voz alta o con un compañero, para generar reconocimiento mutuo y normalizar la conversación emocional en el mundo emprendedor.</p>

Actividad 3: El camino del emprendimiento

Duración: 30 min

Objetivos: Aprender los conceptos más importantes de todo el camino del emprendedor, diferenciar los mismos, identificar en que etapa están y entender los pasos a seguir y oportunidades que tienen dentro de este mundo maravilloso.

ERCA	Actividades	
	<p>Storytelling. Carla fabrica productos de limpieza ecológicos. Empezó vendiendo a familiares. Participó en un taller de emprendimiento, aprendió a validar su idea (preincubación), entró a una incubadora local donde formalizó su empresa, recibió mentorías y estructuró su modelo de negocio. Después, fue seleccionada para una aceleradora, consiguió capital semilla, creó un equipo, escaló su marca y hoy exporta a Perú. Carla no solo vende productos, también educa sobre el consumo responsable. Su emprendimiento tiene triple impacto: económico, social y ambiental. El camino no fue lineal, pero en cada etapa tuvo aliados, aprendizajes y desafíos diferentes. Carla pasó por todas las fases del camino emprendedor.</p>	
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Te identificas con alguna parte del camino que vivió Carla? ¿En qué etapa crees que estás tú actualmente? ¿Sientes que te faltan herramientas, aliados o claridad para avanzar? ¿Has escuchado sobre incubadoras, aceleradoras o capital semilla antes? ¿Te has preguntado si tu emprendimiento es tradicional, de impacto o startup?</p>	
	<p>Camino Emprendedor</p> <p>Sensibilización/Motivación: Descubrir el mundo emprendedor, inspirarse, conocer casos, identificar ideas</p> <p>Preincubación: Validar ideas y construir el modelo de negocio, talleres, validación, primeras ventas</p> <p>Incubación: Consolidar la empresa formalmente, mentoría, formalización, primeros ingresos</p> <p>Aceleración: Escalar y crecer de forma rápida y sostenible, accede a fuerte capital semilla, equipos, expansión</p> <p>Inversión: Levantar fondos para crecer, presentaciones a inversionistas</p> <p>Expansión: Replicar o internacionalizar el negocio Nuevos mercados, alianzas estratégicas</p>	<p>Tipología de emprendimiento.</p> <p>Tradicional: Actividad económica basada en oficios o comercio</p> <p>Triple impacto: Busca generar beneficios económicos, sociales y ambientales</p> <p>Startup: Modelo escalable, tecnológico o innovador</p> <p>Ecosistema Emprendedor: Conjunto de actores, recursos, instituciones y condiciones que interactúan y se conectan entre sí para apoyar, impulsar y hacer posible el nacimiento, desarrollo y crecimiento de emprendimientos en un territorio.</p>
	<p>Los emprendedores identifican la etapa donde se encuentra hoy: Se muestra el gráfico del "camino del emprendedor"</p>	

Actividad 4: Presentación del Programa de Incubación

Duración: 30 min

Objetivo: Compartir con los participantes, los objetivos del programa PACTO, objetivos del proceso de incubación, compromisos que debe asumir la/el emprendedor, logística y horarios de las sesiones.

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: Los participantes escriben en post-its qué esperan lograr en el programa de incubación, qué habilidades desean adquirir o qué metas desean alcanzar. Luego, colocan sus notas en una pared o pizarra bajo el título “Mis expectativas”. Se leen algunas en voz alta y se agradece la confianza. El facilitador vincula estas expectativas con los pilares del programa, explicando que este proceso ha sido diseñado para responder a esos anhelos, y también para llevarlos más allá de lo que hoy creen posible, abriendo nuevas perspectivas de crecimiento personal y emprendedor.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: “¿Qué compromiso personal estás dispuesto a asumir para aprovechar al máximo esta oportunidad?”. Se invita a reflexionar internamente y luego, si lo desean, compartir una palabra o frase que resuma ese compromiso (por ejemplo: constancia, apertura, foco, humildad). Esta etapa busca que los participantes pasen de la expectativa a la acción, entendiendo que la incubadora es una herramienta, pero el cambio depende de ellos.</p>
	<p>Incubadora PACTO: Es un proceso que acompaña a emprendedores en el desarrollo, validación y fortalecimiento de sus ideas de negocio, integrando herramientas técnicas, habilidades blandas y una comunidad de apoyo.</p> <p>Objetivo: Apoyar a emprendedores a construir modelos de negocio sostenibles, conectarlos con el ecosistema emprendedor y fomentar una cultura de aprendizaje colaborativo.</p> <p>Proceso: 4 etapas: Crecimiento, escalamiento, consolidación, despegue</p> <p>Logística: 2 sesiones por semana, durante 4 meses, con metodología ERCA</p> <p>Compromiso emprendedor: Asistencia activa, cumplimiento de actividades y una actitud abierta al crecimiento personal y profesional.</p> <p>Compromiso ChildFund: Formación práctica, mentorías, especialización y espacios de reflexión y motivación, capital semilla de acuerdo al financiamiento</p>
	<p>Cada participante firma un compromiso simbólico para comprometerse a asistir a las sesiones de formación, mentores, actividades especiales. Se puede tomar una foto grupal inicial.</p>

Actividad 5: Poder de la Mente - Visualización positiva y manifestación

Duración: 30 min

Objetivo: Explorar el poder de la mente como herramienta clave para el éxito personal y profesional, con técnicas para reprogramar su pensamiento, visualizar objetivos positivos y manifestar resultados alineados con sus metas.

ERCA	Actividades
	Dinámica: Se guía a los participantes a través de una visualización creativa y sensorial, en un ambiente de calma (ojos cerrados, música suave). Se les invita a imaginar su emprendimiento funcionando con éxito: visualizan su espacio de trabajo, a sus clientes satisfechos, escuchan frases de reconocimiento, sienten orgullo, seguridad y felicidad. Se estimulan todos los sentidos para que vivan la experiencia como si fuera real. Esta experiencia busca activar emociones positivas y conectar con su visión más potente.
	Preguntas para reflexionar: ¿Qué parte te inspiró más?, ¿Qué imagen o palabra se quedó contigo?, ¿Cómo te sentiste al imaginar tu éxito?. Esta etapa permite que cada participante valide internamente su visión y reconozca la fuerza de imaginar desde la posibilidad. También ayuda a reforzar la autoestima y la conexión emocional con su proyecto.
	Visualización positiva y la neuroplasticidad: Explicar que el cerebro no distingue entre lo imaginado y lo real, y cómo las imágenes mentales repetidas fortalecen nuevas conexiones neuronales. Se muestra cómo el lenguaje interno puede impulsar o bloquear el crecimiento. Se introducen frases de poder (afirmaciones) como herramienta de entrenamiento mental y emocional, destacando su uso diario para reprogramar creencias limitantes
	Cada participante redacta una afirmación personal poderosa con el inicio: "Soy un emprendedor que..." completando con sus fortalezas, valores o visión. Ej.: "Soy un emprendedor que transforma ideas en soluciones reales con pasión y perseverancia." Pueden escribirla en una tarjeta o hoja y guardarla como recordatorio. También se invita a compartir voluntariamente en voz alta, lo cual fortalece la seguridad, la identidad emprendedora y la inspiración colectiva del grupo. Para el cierre, como tarea se invita a llenar la herramienta del "Perfil emprendedor"; dando la siguiente explicación: El perfil emprendedor es el conjunto de características personales, habilidades, actitudes y valores que una persona desarrolla o posee y que la impulsan a identificar oportunidades, asumir riesgos y transformar ideas en proyectos sostenibles y con impacto. El análisis se debe realizar uno a uno (1.2.1.) en una sesión personalizada con su mentor/facilitador, para realizar un plan de fortalecimiento en base a los resultados. Test de emprendedor:

Sesión 1.2. Design Thinking: Empatizar

Duración: 2 horas

Objetivo: Desarrollar una comprensión profunda de los clientes y sus necesidades a través de la empatía, estableciendo una base sólida para la innovación centrada en el ser humano.

Parte 1: Power Skills: Pensamiento creativo

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: Se inicia la sesión con un reto breve y divertido llamado “Usos alternativos”. Se entrega (o se menciona) un objeto cotidiano — por ejemplo, una cuchara, una caja o un clip— y se lanza la consigna: “Tienes 2 minutos para anotar todos los usos no convencionales que se te ocurran para este objeto. No importa si suenan locos o imposibles.” Luego se leen algunos en voz alta. El objetivo es liberar la creatividad, romper el juicio interno y demostrar que todos pueden generar ideas nuevas si sueltan la necesidad de ser lógicos. Esta actividad permite experimentar en carne propia la apertura mental necesaria para aplicar el pensamiento creativo en los negocios.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué límites mentales has aceptado en tu negocio que podrían romperse con una idea disruptiva? ¿Cómo sería tu emprendimiento si el dinero o el fracaso no fueran obstáculos?</p>
	<p>Pensamiento creativo: es la capacidad de generar ideas nuevas, útiles o disruptivas a partir de lo que ya existe. No se trata solo de “ser original”, sino de conectar elementos de forma inesperada. Se presentan brevemente conceptos clave como:</p> <p>Divergencia vs. convergencia: primero se generan muchas ideas sin juzgar (divergente), luego se filtra y selecciona (convergente).</p> <p>Bloqueos creativos: miedo al error, juicio interno, exceso de lógica.</p> <p>Técnicas útiles: brainstorming, SCAMPER, analogías, mapas mentales, asociación libre.</p> <p>Se refuerza que la creatividad es una habilidad entrenable, esencial para emprendedores que enfrentan problemas sin soluciones “ya hechas”</p>
	<p>Anclaje de estado óptimo: Elige una canción o gesto (ej. puño cerrado) que asocies a tu “modo creativo”. Úsalo antes de brainstromings.</p>

Sesión 1.2. Design Thinking: Empatizar

Parte 2: Empatizar

ERCA	Actividades
E	<p>Dinámica: Entrevistas en parejas, cada participante entrevista a otro sobre un desafío cotidiano significativo (por ejemplo, algo que les cause molestia o frustración en su día a día). REGLA: no se puede interrumpir ni aconsejar, solo escuchar y hacer preguntas abiertas.</p> <p>Preguntas guía para la entrevista: ¿Cómo te hace sentir eso? ¿Qué impacto tiene en tu día? ¿Qué has intentado hacer para solucionarlo? ¿Qué sería ideal para ti en esa situación?</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué aprendí del comportamiento, más allá de las palabras del usuario? ¿Qué me sorprendió al encontrar patrones en diferentes usuarios? ¿Cuáles son las tensiones, frustraciones o aspiraciones más relevantes? ¿Estoy resolviendo un síntoma o la causa raíz?</p>
C	<p>Empatizar: Capacidad de ponerse en el lugar del otro para entender cómo piensa, qué siente, qué necesita y por qué actúa de cierta manera. Su objetivo es comprender profundamente a los usuarios, en respuesta al problema de su necesidad identificada: sus emociones, motivaciones, frustraciones, deseos, comportamientos y necesidades, muchas veces no expresadas directamente.</p> <p>¿Cómo se empatiza? Entrevistas profundas - Observación directa - Shadowing - Mapa de empatía - Storytelling del usuario.</p> <p>¿Por qué es importante empatizar para los emprendedores? Evita suposiciones, conecta con necesidades reales, genera ideas más acertadas, mejora el diseño de productos y servicios, fortalece la propuesta de valor.</p>
A	<p>Llenado del Mapa de Empatía:</p> <p>Formación de equipos: grupos pequeños de 3 a 5 emprendedores.</p> <p>Selección del cliente: Se escoje un emprendimiento y seleccionan un usuario real o potencial (por ejemplo: madre soltera emprendedora, joven desempleado, adulto mayor consumidor, estudiante universitario, etc.).</p> <p>Asignación de roles: Una persona del equipo asume el rol de entrevistado, representando al cliente seleccionado (puede basarse en alguien real que conozcan o en una historia ficticia bien construida).</p> <p>El resto del equipo actúa como entrevistadores u observadores activos.</p> <p>Desarrollo de la entrevista: Se realiza una breve entrevista guiada para conocer al cliente desde su punto de vista. Es clave hacer preguntas abiertas para explorar sus pensamientos, emociones, comportamientos, preocupaciones y deseos.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué es lo más difícil que has vivido al tratar de realizar X tarea o enfrentar X situación? 2. ¿Puedes contarme una historia o una vez específica en la que viviste eso? ¿Qué pasó exactamente? 3. ¿Qué haces actualmente para resolver este problema? 4. ¿Qué esperas o te gustaría que pasara diferente la próxima vez que enfrentes esta situación? 5. ¿Qué te hace sentir más tranquilo, feliz o satisfecho cuando encuentras una solución a este problema? <p>Cierre de la actividad: Cada grupo presenta brevemente a su cliente y comparte los insights más relevantes que surgieron en el ejercicio. Tarea cada uno debe hacer el mismo ejercicio pero aplicado a su emprendimiento.</p>

Sesión 1.3: Definir e Idear

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Definir

Objetivo: Delimitar con claridad el problema o necesidad real del cliente, a partir de la información recopilada en la etapa de empatía. Busca ordenar lo que sabemos del cliente para entender cuál es su verdadero problema, y así poder enfocarnos en encontrar buenas soluciones

ERCA	Actividades
E	<p>Storytelling: Verónica emprendedora de El Alto, quiso crear un bolso ecológico para mujeres, pensó que el problema era “la falta de opciones sostenibles”, tras entrevistar a varias mujeres vendedoras del mercado, se dio cuenta que el verdadero problema no era el material del bolso, sino que sus carteras se rompían porque llevaban demasiado peso y no encontraban diseños resistentes ni prácticos. Verónica redefinió el problema real como la necesidad de bolsos funcionales, duraderos y con identidad cultural, no solo ecológicos. Su producto hoy se vende en ferias y tiendas de diseño en el país.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Estamos definiendo los problemas desde nuestra perspectiva o desde la del cliente? ¿Qué hábitos antiguos estamos defendiendo que nos impiden ver oportunidades?</p> <p>¿Qué señales del mercado estamos ignorando por miedo al cambio?</p> <p>¿Estamos solucionando problemas reales o inventados?</p>
C	<p>Definir: Es el proceso de sintetizar lo aprendido durante la empatía, para formular el reto real del usuario. Es como afinar una lente: pasamos de lo borroso a lo nítido.</p> <p>Puntos de vista: Declaración clara y concisa del problema desde la perspectiva del usuario</p> <p>Información Clave: Revelaciones profundas sobre las necesidades, deseos o frustraciones del usuario</p> <p>Necesidades reales: Frases que articulan <i>lo que el usuario necesita realmente, no lo que dice que quiere</i>.</p>
A	<p>Para definir debemos seguir los siguientes pasos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisar los resultados de la encuesta de Empatía. Organiza la información del cliente: ¿Qué dice? ¿Qué hace? ¿Qué piensa? ¿Qué siente? 2. Identificar la información clave. Subraya patrones en la información. ¿Dónde hay frustraciones comunes, deseos no atendidos o contradicciones? 3. Redactar los puntos de vista. <p>Usa esta fórmula:</p> <p>[Cliente] necesita [necesidad] porque [insight profundo].</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Redefinir tu producto mínimo viable (PMV). Ajusta lo que estás construyendo al problema real detectado. 5. Iterar. Vuelve a hablar con los usuarios y valida que tu problema definido resuene con ellos. <p>“Si defines mal el problema, todas las soluciones serán inútiles.”</p>

Sesión 1.3: Definir e Idear

Parte 2: Idear

Objetivo: Generar la mayor cantidad posible de ideas creativas y diversas que puedan dar solución al problema definido, sin restricciones ni juicios. Esta etapa busca activar la imaginación colectiva, explorar alternativas fuera de lo convencional y seleccionar ideas con potencial para ser prototipadas y validadas posteriormente.

ERCA	Actividades
E	<p>Dinámica: ¿Cómo podríamos mejorar la experiencia de los clientes en una cafetería local?</p> <p>Actividad: Elaborar una lista con todas las ideas que se pueda escribir en 1 minuto.</p> <p>Ejemplos de ideas que podrían surgir: cafés con frases motivadoras escritas a mano, app para pedir desde la mesa sin hacer fila, tarjetas de fidelidad con retos semanales, zona de lectura con libros locales, eventos de micrófono abierto en las noches, pedido anticipado por WhatsApp, promos para estudiantes con carnet, café + donación: por cada taza vendida, se dona a una causa.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Cómo se sintieron al tener que generar ideas rápido? ¿Les costó soltar las primeras ideas? ¿En qué momento empezaron a ser más creativos? ¿Qué diferencia notaron entre las ideas que salieron primero y las que salieron al final?. El facilitador puede reforzar la idea de que la creatividad no surge esperando la idea perfecta, sino explorando muchas posibilidades sin miedo a equivocarse. Idear se trata de abrir el panorama, no de encontrar la solución perfecta al primer intento.</p>
C	<p>Idear. busca generar la mayor cantidad posible de soluciones al problema definido, desde enfoques diversos, sin juzgarlas.</p> <p>Se presentan algunas técnicas comunes de ideación, como: Brainstorming estructurado, SCAMPER (Sustituir, Combinar, Adaptar, Modificar, Poner en otro uso, Eliminar, Reordenar), Crazy 8s (8 ideas en 8 minutos), Mapa mental de soluciones, Método del peor plan posible. También se reflexiona sobre la importancia de crear en equipo, aprovechar la diversidad de pensamientos y salir del pensamiento lógico.</p>
A	<p>Cada emprendedor debe escribir todas las ideas que se le ocurran para resolver el problema encontrado en la etapa previa y quedarse con las 3 mejores.</p>

Sesión 1.4: Inteligencia Emocional y Mindfullness

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Inteligencia Emocional

Objetivo: Desarrollar habilidades de inteligencia emocional en las y los emprendedores para fortalecer su autoconocimiento, autorregulación, empatía y gestión de relaciones, con el fin de mejorar su toma de decisiones, resiliencia ante la incertidumbre y liderazgo efectivo en contextos de emprendimiento.

ERCA	Actividades
E	<p>Dinámica: "El Nudo en la Garganta": Se pide que cierren los ojos y que recuerden un momento donde sintieron una emoción intensa negativa (tristeza, enojo, miedo) ya sea en su vida o en el emprendimiento.. En silencio, conectan con esa sensación física y emocional, permitiéndote sentirla plenamente sin juzgarla. Piensen cómo reaccionaron y que provocó esa reacción (una pelea, una decisión mala, herir los sentimientos de alguien, pérdida de tiempo)</p>
R	<p>Discusión grupal sobre cómo las emociones influyen en las decisiones y acciones empresariales.</p> <p>Preguntas para reflexionar: ¿Cómo afecta esta emoción a tu productividad y creatividad? ¿Cómo reaccionas normalmente ante esta emoción (positiva o negativamente)? ¿Qué señales físicas o mentales experimentas cuando sientes esa emoción?</p>
C	<p>Inteligencia emocional: capacidad de reconocer, comprender y gestionar nuestras emociones y las de los demás. El 85% del éxito determina la inteligencia emocional.</p> <p>Mostrar la diferencia de sentimiento y emoción. Frase: Los sentimientos vienen de los pensamientos, de modo que si controlo mis pensamientos, controlo mis sentimientos</p> <p>Cinco componentes clave: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales.</p> <p>Se presentan herramientas prácticas de regulación emocional como el diario de las emociones, técnica de la pausa, respiración consciente, escucha activa, el mindfulness y el uso de frases ancla para gestionar el estrés y mantener el enfoque. Además, se reflexiona sobre cómo la inteligencia emocional impacta en la forma de vender, liderar y relacionarse en el entorno emprendedor.</p>
A	<p>Dar los tips de: Hacer pausas y nombrar la emoción. Usar la respiración como regulador. Identificar detonantes emocionales. Ejercitarse la compasión hacia uno mismo. Pedir ayuda sin culpa. Practicar gratitud y anclajes positivos.</p> <p>Dinámica de cierre: "Carta a mí mismo" Cada persona escribe una carta breve al "yo emprendedor" del futuro, recordando lo valiente que ha sido, animándose a seguir, y reconociendo que las emociones no lo hacen débil, sino humano.</p> <p>Frases clave para incluir durante la sesión:</p> <p>"Las emociones no se controlan, se comprenden y se transforman."</p> <p><i>"Ser emprendedor emocionalmente inteligente es saber cuándo avanzar, cuándo respirar y cuándo pedir ayuda."</i></p>

Sesión 1.4: Inteligencia Emocional y Mindfulness

Parte 2: Mindfulness

Objetivo: Promover la atención plena y la conexión con el momento presente, ayudando a los participantes a reducir el estrés, mejorar el enfoque y fortalecer su bienestar emocional.

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: Comenzar con un monólogo de cómo se imaginan una vida sin estrés? sin preocupación? enfocándose en el presente? Sin pensar en el pasado o en lo que vendrá mañana? Si, se puede con atención plena en nuestro presente. Mientras se pasa un plato con uvas pasas para compartir mientras escuchan al facilitador y luego se les dice: se dan cuenta que no estamos prestando atención PLENA a todo lo que hacemos? Acaban de comer una que otra mosquita en ese plato de uvas pasas! (todos se asombrarán) y decirles que es broma pero pudo no haber sido broma y así se introduce a lo que es el mindfulness.</p>
	<p>Invitar a todos algo diferente, una uva o algo de comery pedir que se queden con una, que observen textura, olor, sabor y reflexionar; "¿Qué notaste?": Después del ejercicio, se invita a los participantes a compartir sus experiencias. Preguntas para reflexionar: ¿Qué tan diferente fue comer la uva de esta manera a como lo haces normalmente? ¿Qué sensaciones o pensamientos surgieron durante el ejercicio? ¿Fue difícil mantener la atención?</p>
	<p>"Mindfulness: Aquí y Ahora": Presentación de los conceptos clave del mindfulness: * Atención plena al momento presente. * Aceptación sin juicio de los pensamientos y sentimientos. * Observación de la respiración como ancla para la atención. * Beneficios del mindfulness para la salud mental y física.</p>
	<p>"Mi Mini-Meditación Diaria": Se guía a los participantes en una breve meditación de respiración (5 minutos). Se les anima a practicar esta meditación diariamente durante la próxima semana ya observar cómo afecta su nivel de estrés, concentración y bienestar general.</p>

Sesión 1.5 Design Thinking: Prototipar

Objetivo: Guiar a los emprendedores en la creación de prototipos simples y funcionales que les permitan representar su solución de forma tangible, rápida y económica, con el fin de visualizar, comunicar y validar sus ideas antes de invertir en su desarrollo completo.

Duración total de sesión: 2 horas

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: Tomás Alba Edison creador de Bombilla Eléctrica. Fue un inventor y empresario estadounidense, conocido por su incansable espíritu innovador. Edison y su equipo probaron más de 6,000 materiales diferentes para encontrar un filamento que no se quemaría rápidamente. Después de miles de prototipos, encontró que un filamento de bambú carbonizado podía durar más de 40 horas encendido. "No fracasé, sólo descubrí 10,000 formas que no funcionaban."</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué parte de tu idea podrías mostrar o simular hoy, sin construir del todo? ¿Tu solución se entiende con una imagen, historia o simulación? ¿Estás esperando a tenerlo perfecto para mostrarlo? ¿Qué pasaría si lo mostraras ahora? ¿Qué es lo mínimo que necesita tu idea para "cobrar vida"?</p>
	<p>Prototipeo: Es el proceso de hacer tangible una idea de forma rápida y económica, para explorar, visualizar y validar soluciones con clientes reales. En emprendimientos, prototipar no es construir el producto final, sino representar su esencia para aprender lo máximo con lo mínimo. Puede tomar forma de boceto, storyboard, landing page, maqueta, demo interactiva, role-play o incluso una simulación manual del servicio.</p> <p>Herramientas:</p> <p>Producto tradicional: Maquetas físicas (cartón, papel, plastilina, cartulina), sketching (dibujos a mano), prototipos funcionales simples (hechos a mano o con materiales reciclados), modelos 3D con arcilla o impresión 3D básica Representar la forma, el uso y las funciones de un producto físico. Sirve para observar ergonomía, empaque, percepción visual, etc.</p> <p>Producto tecnológico: Wireframes (papel o digital: Figma, Canva, Balsamiq), prototipos clicables (Figma, Marvel, Adobe XD), mockups en powerpoint o canva, flujos de usuario en notion o miro Representar visualmente interfaces de apps, webs o plataformas. Permite testear usabilidad, navegación y experiencia digital antes de programar.</p> <p>Servicio: Role play (simulación de atención, proceso o interacción), storyboard o journey map, escenificación con objetos, videos simulados del servicio, plantillas de experiencia del cliente.</p>
	<p>Escoger una herramienta que se ajuste a su tipo de negocio y proceder a prototipar.</p>

Sesión 1.6. Liderazgo Disruptivo y Escucha activa

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Liderazgo Disruptivo

Objetivo: Fortalecer en los emprendedores las competencias de liderazgo estratégico y actitudes de impacto, fomentando la capacidad de cuestionar lo establecido, liderar con visión de futuro, impulsar la innovación dentro de sus emprendimientos y movilizar equipos hacia el cambio, en contextos de alta incertidumbre.

ERCA	Actividades
E	Dinámica: “El Status Quo Challenge”: Se divide a los participantes en grupos y se les presenta un problema común en su industria o empresa. Se les pide que, en 10 minutos, generen ideas “locas” o inusuales para abordar ese problema, sin preocuparse por la viabilidad o la lógica.
R	“¿Qué nos detiene?”: Después de la lluvia de ideas, cada grupo comparte sus propuestas más disruptivas. Se facilita una discusión sobre qué creencias, miedos o estructuras organizacionales suelen impedir la innovación y el pensamiento disruptivo. Preguntas para reflexionar: ¿Por qué estas ideas no se implementan normalmente? ¿Qué riesgos percibimos al desafiar lo establecido?
C	“La Caja de Herramientas del Líder Disruptivo”: Presentación de los principios clave del liderazgo disruptivo: Identificación de oportunidades donde otros ven problemas. Cuestionamiento constante de las normas y procesos. Fomento de la experimentación y el aprendizaje rápido. Creación de una cultura de “seguridad psicológica” donde se valoren las ideas diferentes. Comunicación inspiradora de una visión audaz. Inspirar no Mandar. Diferencia entre el líder y el jefe. Liderar todos los aspectos de nuestra vida con el buen ejemplo no solo la empresa
A	“Mi Compromiso Disruptivo”: Cada participante identifica un área específica de su trabajo o empresa donde puede aplicar un enfoque más disruptivo. Redacta un compromiso personal que incluya una acción concreta para desafiar el status quo y generar un impacto positivo, por pequeño que sea. Se comparten los compromisos en un círculo para generar apoyo mutuo

Sesión 1.6. Liderazgo Disruptivo y Escucha activa

Parte 2: Escucha Activa.

Objetivo: Desarrollar en los emprendedores la habilidad de prestar atención de forma consciente, empática y sin interrupciones, como herramienta clave para mejorar la comunicación con clientes, equipos y aliados estratégicos, promoviendo la empatía, la comprensión profunda de necesidades y la toma de decisiones más acertadas en sus procesos emprendedores.

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: “La Conversación Difícil”: Se empareja a los participantes y se los hace sentar en dos filas uno a lado del otro y con su pareja a frente, primero se les hace que traten de presentarse , pero será difícil porque se escucha a los de a lado, luego cambiar de pareja y se les venda los ojos o se les piden que cierren unos y igual tratan de presentarse ambos pero es igual complicado por que no se tiene todos los sentidos y por último se pone una música muy fuerte como por ejemplo un heavy metal y se piden que traten de conocer a su nueva pareja.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Fue fácil o difícil entender a la pareja y ¿Qué conclusiones sacan de esa dinámica? Cómo se sintieron en la dinámica?”. Se anima a reflexionar si suelen escuchar para comprender o para responder. También se les pregunta: ¿Qué importancia tiene la escucha real en las ventas, el liderazgo o el trato con clientes?. Esta reflexión permite tomar conciencia de cuánto valoramos ser escuchados y cómo la empatía y la atención son herramientas poderosas para conectar, influir y construir relaciones auténticas en el entorno emprendedor.</p>
	<p>“Las Claves de la Escucha Activa”: Presentación de las técnicas de escucha activa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Prestar atención total al hablante (contacto visual, postura). 2.Mostrar empatía y comprensión (paráfrasis, reflejo de sentimientos). 3.Hacer preguntas abiertas para aclarar y profundizar. 4.Evitar interrumpir, juzgar o dar consejos prematuramente. 5.Resumir periódicamente para confirmar la comprensión
	<p>“El Reto de la Escucha Empática”: Durante la próxima semana, cada participante se compromete a practicar la escucha activa en al menos tres conversaciones importantes con compañeros, clientes o colaboradores. Llevará un registro de sus experiencias y de los resultados obtenidos. En la siguiente sesión, se compartirán las lecciones aprendidas.</p>

Sesión 1.7. Design Thinking: Testear y Evaluar

Objetivo: Validar prototipos con clientes reales para identificar mejoras y refinar las soluciones finales.

Duración total de sesión: 2 horas

ERCA	Actividades
E	<p>Storytelling: El Cofundador de Netflix, empezó con un servicio de alquiler de DVDs por correo. Al testear el comportamiento de los clientes, descubrieron que la gente no quería esperar días por una película. Así nació el streaming, (transmitir contenido multimedia a través de internet sin necesidad de descargarlo). No fue un gran lanzamiento. Fue una serie de pruebas, aprendizajes e iteraciones lo que convirtió a Netflix en lo que es hoy.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Cuándo fue la última vez que un cliente real usó tu producto o servicio antes de lanzarlo? ¿Estás validando lo que tú crees o lo que el cliente realmente necesita? ¿Tienes miedo de recibir feedback negativo? ¿Por qué? ¿Qué parte de tu idea podrías probar mañana mismo con cero costo? ¿Cómo sabrás si tu idea realmente funciona y genera valor?</p>
C	<p>Testeo de prototipos: Es mostrar tu idea o producto (aunque no esté terminado) a clientes reales o simulados, para ver cómo reaccionan, cómo lo usan y qué problemas encuentran.</p> <p>Prototipo: El primer prototipo puede ser un dibujo, una maqueta, una demo, una presentación o un servicio mínimo funcional. A partir del segundo prototipo se debe presentar el producto o servicio real. Lo importante es que permita al cliente interactuar, es decir probar, tocar, pesar, escuchar, etc.</p> <p>Feedback: Información real que obtienes de los clientes sobre su experiencia, emociones, ideas o críticas, acerca de tu producto o servicio.</p> <p>Validación rápida: Prueba ágil de una hipótesis clave, sin invertir tiempo o dinero excesivo.</p> <p>Mejora continua: Mentalidad de nunca conformarse con lo que ya funciona. Siempre hay algo que se puede ajustar para entregar más valor.</p>
A	<p>Muestra el prototipo y validalo con clientes reales observa cómo interaccúa y reacciona, lee hasta el lenguaje corporal.</p> <p>Anota lo que dice, lo que no dice y cómo lo usa. Así volver a prototipar una y otra vez si es necesario hasta tener el producto o servicio final</p>

Sesión 1.8. Evento Inspiración: Historias de Éxito y Fracaso

Objetivo: Inspirar y motivar a los emprendedores a través del contacto directo con experiencias reales de éxito y fracaso, promoviendo el aprendizaje reflexivo, la identificación con los testimonios y la adquisición de consejos prácticos que contribuyan a fortalecer su mentalidad emprendedora.

Duración total de sesión: 1 hora

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: Se organiza un encuentro con tres emprendedores invitados que comparten sus historias de forma auténtica y sin filtros, incluyendo errores, fracasos y momentos críticos. Un moderador guía la conversación con preguntas que fomentan la honestidad, el humor y la emoción. El foco está en el proceso, no solo en el éxito, lo que genera una conexión emocional con los asistentes y refuerza la idea de que fallar también es parte del camino emprendedor.</p>
	<p>Luego de cada testimonio, se abre un espacio de reflexión colectiva. Se anima al público a identificar en qué parte del relato se vieron reflejados y qué emociones les despertó. Preguntas para reflexionar: “¿Te ha pasado algo similar?”, “¿Cómo reaccionaste frente a un error?”, “¿Qué decisiones tuyas podrías ver hoy como un aprendizaje?”. Esta fase busca normalizar el error, resignificarlo como parte del crecimiento y reforzar la idea de que los fracasos no definen al emprendedor, sino lo que se hace después de ellos.</p>
	<p>A través del diálogo entre moderador e invitados, se extraen aprendizajes clave:</p> <p>¿Qué le dirían a alguien que recién está comenzando? ¿Qué errores se podrían evitar con una mejor preparación? ¿Qué decisiones marcaron una diferencia en tu proceso? ¿Cómo manejó emocionalmente el fracaso? ¿Qué hábitos recomienda para construir el éxito?</p> <p>Estos momentos permiten transformar las historias en conocimiento aplicable, con enseñanzas valiosas sobre resiliencia, toma de decisiones, gestión emocional y reinvenCIÓN.</p> <p>“No es necesario conceptos si no enriquecerse con la experiencia”</p>
	<p>Dinámica: Se culmina con una ronda de preguntas abiertas del público a los invitados, generando un intercambio enriquecedor, donde los participantes pueden profundizar en temas específicos, obtener consejos personalizados y compartir brevemente sus propias inquietudes. Se invita a cada asistente a anotar una lección concreta que se lleva y una acción que aplicará en su propio camino emprendedor, fomentando el paso de la inspiración a la implementación.</p>

Sesión 1.7. Design Thinking: Testear y Evaluar

Objetivo: Validar prototipos con clientes reales para identificar mejoras y refinar las soluciones finales.

Duración total de sesión: 2 horas

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: El Cofundador de Netflix, empezó con un servicio de alquiler de DVDs por correo. Al testear el comportamiento de los clientes, descubrieron que la gente no quería esperar días por una película. Así nació el streaming, (transmitir contenido multimedia a través de internet sin necesidad de descargarlo). No fue un gran lanzamiento. Fue una serie de pruebas, aprendizajes e iteraciones lo que convirtió a Netflix en lo que es hoy.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Cuándo fue la última vez que un cliente real usó tu producto o servicio antes de lanzarlo? ¿Estás validando lo que tú crees o lo que el cliente realmente necesita? ¿Tienes miedo de recibir feedback negativo? ¿Por qué? ¿Qué parte de tu idea podrías probar mañana mismo con cero costo? ¿Cómo sabrás si tu idea realmente funciona y genera valor?</p>
	<p>Testeo de prototipos: Es mostrar tu idea o producto (aunque no esté terminado) a clientes reales o simulados, para ver cómo reaccionan, cómo lo usan y qué problemas encuentran.</p> <p>Prototipo: El primer prototipo puede ser un dibujo, una maqueta, una demo, una presentación o un servicio mínimo funcional. A partir del segundo prototipo se debe presentar el producto o servicio real. Lo importante es que permita al cliente interactuar, es decir probar, tocar, pesar, escuchar, etc.</p> <p>Feedback: Información real que obtienes de los clientes sobre su experiencia, emociones, ideas o críticas, acerca de tu producto o servicio.</p> <p>Validación rápida: Prueba ágil de una hipótesis clave, sin invertir tiempo o dinero excesivo.</p> <p>Mejora continua: Mentalidad de nunca conformarse con lo que ya funciona. Siempre hay algo que se puede ajustar para entregar más valor.</p>
	<p>Muestra el prototipo y validalo con clientes reales observa cómo interaccúa y reacciona, lee hasta el lenguaje corporal.</p> <p>Anota lo que dice, lo que no dice y cómo lo usa. Así volver a prototipar una y otra vez si es necesario hasta tener el producto o servicio final</p>

Módulo 2: Escalamiento

Sesión 2.1. Marketing Estratégico 1:

Objetivo: Fortalecer las capacidades de comunicación estratégica de los emprendedores mediante el desarrollo de su propuesta de valor, construcción de identidad de marca, definición de su cliente ideal y creación de contenido relevante utilizando herramientas digitales e inteligencia artificial.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Power Skills: Vendemos Emociones

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: Fotografía de Steve Jobs presentando el primer iPod (2001) con el eslogan: “1,000 canciones en tu bolsillo”. En 2001, Apple no vendía un reproductor de música. Vendía libertad, identidad y emoción. Jobs no habló de ‘MB de almacenamiento’ o ‘tecnología MP3’. Dijo: ‘Lleva toda tu música contigo, en un dispositivo del tamaño de una baraja de cartas’. La gente no compraba un gadget; compraba la emoción de llevar su vida musical en el bolsillo. “La gente no compra productos, compra emociones y soluciones a sus deseos ocultos.”</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué tipo de emoción vendes con tu producto?. Nike no vende zapatillas, vende “Superación Personal”. Coca-Cola vende “Felicidad y Momentos en Familia”. Apple vende “Innovación Simplicidad y Estatus”. Disney vende “Magia, Nostalgia y Sueños”</p> <p>Elegir 3 marcas de mayor admiración y escribir: ¿Qué emoción principal venden? ¿Cómo lo comunican?. Si [Marca X] fuera mi competidor, ¿qué emoción me diferencia?</p>
	<p>Vender Emociones: Las decisiones de compra son 90% emocionales y 10% lógicas.</p> <p>Propuesta de Valor Emocional: No es lo que vendes, sino por qué lo vendes. La gente no compra productos, compra soluciones a sus deseos y miedos ocultos. No le digas a la gente qué vendes; hazla sentir por qué lo necesita.</p>
	<p>Escribe en una hoja las Emociones: Define: ¿Cuál es el dolor oculto de tu cliente? y conecta: ¿Cómo tu producto alivia ese dolor o genera placer?</p> <p>Lee el libro. Vende a la mente no a la gente (Jürgen Klärle)</p>

Módulo 2: Escalamiento

Sesión 2.1. Marketing Estratégico 1:

Parte 2: Marketing Estratégico 1

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: La sesión inicia con la exposición de casos reales y contrastados de emprendimientos que ofrecen productos o servicios similares, pero con resultados muy distintos. Se presenta, por un lado, una marca que ha logrado posicionarse gracias a una estrategia de marketing coherente, creativa y constante, y por otro lado, una marca que ha descuidado completamente su comunicación, imagen y conexión con el cliente. Esta comparación permite evidenciar cómo el marketing no es un gasto, sino una inversión clave para crecer, diferenciarse y vender. Los participantes analizan brevemente qué hizo bien una marca y qué descuidó la otra, conectando de inmediato con la importancia de aplicar el marketing desde el inicio del emprendimiento.</p>
	<p>Preguntas para Reflexionar: ¿En qué se parece mi emprendimiento a los casos vistos?, ¿Estoy invirtiendo suficiente tiempo y atención en comunicar lo que hago?, y ¿Qué oportunidades estoy dejando pasar por no trabajar estratégicamente mi marketing?". También se plantea la pregunta: "¿Qué mensaje está transmitiendo hoy mi marca, y es ese el que我真的 quiero que el cliente perciba?". Esta reflexión busca que los emprendedores tomen conciencia del rol del marketing como puente entre su producto y el cliente, y de cómo una buena propuesta puede pasar desapercibida si no se comunica con intención y coherencia.</p>
	<p>Propuesta de valor: Qué ofreces, a quién y por qué es diferente. Identidad de marca y posicionamiento: Nombre, slogan, logo, tono, diseño, línea gráfica, emociones que transmite tu marca. Buyer Persona: Perfil detallado del cliente ideal. Storytelling: Cómo contar tu historia de forma emocional y memorable. Redes Sociales: Elección de plataformas, coherencia visual y narrativa. Identifica el modelo de mercado a operar: B2B, B2C, B2G Creación de contenido e IA: Uso de herramientas como Canva y Chat GPT, y otras de edición de artes y videos para generar contenido atractivo, rápido y relevante.</p>
	<p>Dinámica: Cada participante trabaja en su propia propuesta de valor, define un buyer persona y diseña una pieza gráfica (post o historia) utilizando Canva. Opcional: genera un primer borrador de storytelling con ayuda de IA. Se cierra con una exposición breve de los resultados.</p>

Sesión 2.2. Marketing Estratégico 2:

Objetivo: Brindar a los emprendedores herramientas prácticas para gestionar estratégicamente sus redes sociales, comprendiendo el uso adecuado de cada canal digital, aplicando empatía en la comunicación y diseñando un calendario de contenidos que potencie la visibilidad, conexión y ventas de su marca.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Redes Sociales

ERCA	Actividades
	Dinámica: Se inicia con una actividad comparativa, se muestran dos perfiles reales de redes sociales (uno exitoso y uno desorganizado). Los participantes evalúan cuál genera más confianza y por qué.
	Preguntas para reflexionar: Se analiza en grupo: ¿Qué nos hace seguir una cuenta de RRSS? ¿Qué formatos nos atrapan? ¿Qué errores cometemos como marcas?
	Se brinda una mirada práctica y estratégica al uso de las principales redes sociales para emprendedores. En Facebook, crear y optimizar páginas profesionales, gestionar publicaciones y diseñar campañas pagadas desde Meta Ads, uso de marketplace En Instagram, trabajo con cuentas de negocio, el uso de reels, historias, tienda, y otras funciones clave para conectar con clientes, potenciar ventas y análisis de métricas. En TikTok, se explora su potencial orgánico, la creación de contenido viral, la edición nativa desde la app y el funcionamiento de su algoritmo. En WhatsApp Business, se configura el perfil comercial, se crea un catálogo de productos y se aprende a automatizar respuestas para mejorar la atención al cliente.
	Los participantes eligen una red social clave para implementar en su negocio, deben optimizarla, planifican campañas y acciones estratégicas y por último miden los resultados.

Sesión 2.3. Edición de videos

Objetivo: Desarrollar habilidades básicas de edición de video en emprendedores, utilizando herramientas digitales como CapCut para crear contenido visual atractivo que proyecte confianza, profesionalismo y conecte con su audiencia de manera efectiva.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Edición de videos

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica: Se inicia con una actividad comparativa, se muestran dos perfiles reales de redes sociales (uno exitoso y uno desorganizado). Los participantes evalúan cuál genera más confianza y por qué.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué transmite tu contenido visual actual: confianza, profesionalismo o inseguridad?;¿Cómo influye la calidad visual en la percepción que tienen los demás sobre tu emprendimiento?;¿Qué bloqueos o miedos sueles sentir al momento de grabarte o editar tus videos?</p>
	<p>Uso práctico de herramientas de edición como CapCut, InShot o Canva Video, que permiten crear contenido atractivo desde el celular. Se explican los conceptos básicos de edición, incluyendo: Cortes y ritmo visual, transiciones limpias, selección de música libre de derechos, incorporación de subtítulos, inserción del logo o identidad visual, estructura de un reel efectivo (inicio con hook, desarrollo del mensaje, y cierre con llamado a la acción), edición en formato vertical 9:16, uso de hooks visuales y narrativos para retener la atención, principios clave de los algoritmos de Instagram y TikTok, como duración, retención y tiempo de publicación.</p>
	<p>Dinámica: Cada participante graba un pequeño video introductorio sobre su emprendimiento y realiza una edición básica usando CapCut. Agrega texto, música y transiciones simples. Se comparten los resultados entre pares y se da retroalimentación constructiva</p>

Sesión 2.4. Finanzas Saludables 1:

Objetivo: Que los emprendedores comprendan los principios básicos de las finanzas aplicadas a sus negocios, terminología contable esencial para una gestión financiera saludable, estratégica y orientada a la toma de decisiones informadas.

Duración total de sesión: 2 horas

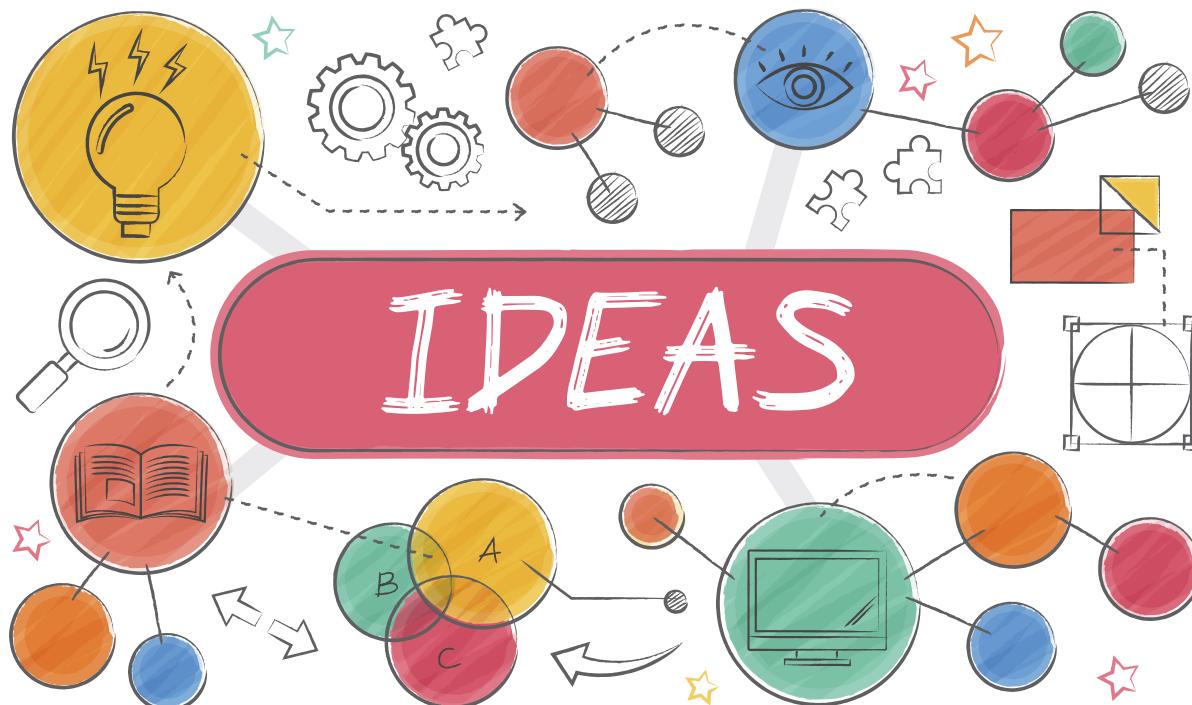
Parte 1: Power Skill: Mindset (Pensamiento) financiero, Autoconocimiento y relación con el dinero.

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling. Marcelo Claure, empresario boliviano, es un ejemplo real de cómo el autoconocimiento y un mindset financiero sólido pueden romper barreras sociales, culturales y económicas. Claure nació en La Paz, Bolivia. Emigró a EE.UU., donde fundó una pequeña empresa de distribución de teléfonos que la vendió por millones. Más tarde dirigió compañías como Brightstar y Sprint, y fue parte del equipo ejecutivo de SoftBank.</p> <p>Pero lo más potente de su historia es cómo aprendió a ver el dinero no como un fin, sino como una herramienta para crear impacto. Él entendió, gracias a su autoconocimiento, que su motivación más profunda era ayudar a comunidades a través del emprendimientos y la inversión. Ese cambio de mentalidad transformó su relación con el dinero y lo llevó a crear fondos de inversión como "Bicicleta Capital" "Inversionista en "Shein".</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: Llevar a los emprendedores a identificar sus propias creencias, patrones y emociones respecto al dinero. ¿Qué ideas sobre el dinero aprendiste en tu infancia? ¿Quiénes te las enseñaron? ¿Cuándo fue la última vez que te sentiste en paz con tus finanzas? ¿El dinero es malo?</p>
	<p>Mindset financiero.- Es la forma en que piensas, sientes y actúas respecto al dinero. No se trata solo de conocimientos financieros, sino de creencias y actitudes. Un buen mindset financiero incluye resiliencia, mentalidad de abundancia, capacidad para tomar riesgos calculados y ver el dinero como un aliado, no como una amenaza.</p> <p>Autoconocimiento.- Es la capacidad de observarte a ti mismo con honestidad: tus patrones emocionales, tus creencias limitantes, tus motivaciones profundas. En el plano financiero, implica identificar tus emociones al gastar, invertir o hablar de dinero.</p> <p>Relación con el dinero.- Es el conjunto de emociones, pensamientos y hábitos culturales que has desarrollado en torno al dinero. Puede ser una relación basada en miedo, escasez, culpa o, por el contrario, una relación basada en confianza, gratitud y responsabilidad.</p>
	<p>Acciones para desarrollar un Mindset financiero saludable: Lectura diaria de 10 minutos sobre finanzas (libros, blogs, podcasts).</p> <p>Visualización creativa: Cada mañana, visualizar con detalle el estilo de vida que deseas y cómo el dinero forma parte de él como un vehículo, no un fin.</p> <p>Reformular creencias: Escribe tres creencias limitantes sobre el dinero y transforma cada una en una afirmación positiva.</p> <p>Acciones para fortalecer el Autoconocimiento financiero: Diario emocional del dinero: durante una semana, anota cada gasto con la emoción asociada ¿culpa? ¿placer? ¿ansiedad?.</p> <p>Acciones para mejorar tu Relación con el dinero:</p>

Sesión 2.4. Finanzas Saludables 1:

Parte 2: Fundamentos Financieros para Emprendedores: Costos, gastos, precios y punto de equilibrio

ERCA	Actividades
E	<p>Storytelling. Andrea es una emprendedora que abrió un pequeño café en Cochabamba. Su idea era original: café gourmet con repostería boliviana saludable. Las redes sociales le ayudaron a atraer clientes desde el primer mes. Sin embargo, 9 meses después, cerró. ¿Por qué?</p> <p>Nunca llevó un registro real de sus ingresos ni gastos. No sabía cuánto le costaba realmente producir un café ni cuánto ganaba por cada venta. Pagaba el alquiler, a su ayudante y compraba insumos, pero no sabía cuánto estaba quedando para ella. Lo que parecía rentable, era sólo ilusión.</p> <p>Cuando revisó con su mentor, se dio cuenta que vendía sus productos con apenas un 10% de margen, mientras sus costos variables superaban el 40%. Resultado: el negocio crecía en clientes, pero no en dinero. Sin punto de equilibrio claro ni precios bien definidos, Andrea vendía mucho, pero perdía dinero en cada venta.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Sabes cuánto te cuesta realmente producir cada producto o servicio? ¿Estás seguro de que tus precios te permiten ganar, o son una copia de la competencia? ¿Tienes claro cuáles son tus costos mensuales fijos y variables? ¿Sabes cuánto deberías vender cada mes para no perder dinero?</p>



	<p>Registro financiero.- Es el proceso de anotar todo lo que entra y sale de dinero en tu negocio.</p> <p>Una buena práctica diaria:</p> <p>Registrar Ingresos: ventas, comisiones, otros ingresos.</p> <p>Registrar Egresos: compras, sueldos, alquiler, servicios, etc.</p> <p>Costos.- Es todo el dinero que usas directamente para la fabricación, para la producción o servicio. Son indispensables.</p> <p>Tipos de costos:</p> <p>Costo de inicio: es el dinero, monto único necesario para iniciar el negocio o que utilizas para arrancar con el emprendimiento.</p> <p>Costos fijos: es la inversión que no cambia con el nivel de producción, y deben ser cubiertos cada mes o de manera recurrente (ej.: servicios básicos: alquiler, luz, agua, gas, sueldos fijos).</p> <p>Costos variables: esta inversión depende de cuánto se produce o se vende (ej.: insumos, materia prima, hilo, tela, pan, huevos, comisiones por venta, necesito 6 huevos para producir 2 queques, 3 metros de tela para un vestido).</p> <p>Gastos.- Es el dinero que pagas pero que no está directamente relacionado con producir (ej.: transporte, publicidad, papelería,</p> <p>Fijación de precios.- El precio de un producto o servicio debe cubrir: *Usar calculadora de AECIF</p> <p>Sumatoria total=Costos (fijos y variables) + gastos + impuestos + margen de ganancia</p> <p>Fórmula simple de cálculo de precio de venta:</p> <p>Precio = Sumatoria total + (% margen de ganancia deseado)</p> <p>Ejemplo: Producir una empanada cuesta Bs. 4 y quieres ganar un 50%, entonces tu precio debería ser Bs. 6 = (Bs. 4 + 50%).</p> <p>Punto de Equilibrio.- Es el nivel mínimo de ventas que necesitas alcanzar para no perder dinero. A partir de ahí, cada venta comienza a generar ganancias.</p> <p>Fórmula básica del punto de equilibrio:</p> <p>Punto de equilibrio = Costos fijos / (Precio de venta – Costo variable por unidad)</p> <p>Ejemplo: Costos fijos mensuales = Bs. 2,000, precio por unidad = Bs. 10, costo variable por unidad = Bs. 4</p> <p>Punto de equilibrio = 2,000 / (10 – 4) = 334 unidades por mes</p>
	<p>Realizar por lo menos 10 ejercicios en la calculadora de AECIF y luego iniciar el llenado de la matriz excel AECIF del plan financiero del plan de negocios.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Usar la plantilla de registro diario de Egresos e Ingresos y balances diarios. 2. Identificar sus costos de capital inicial, fijos y variables. 3. Calcular su punto de equilibrio mensual. 4. Revisar y ajustar sus precios. 5. Agendar una “cita financiera” semanal. 1 hora a la semana para revisar registros, corregir desviaciones y planificar.

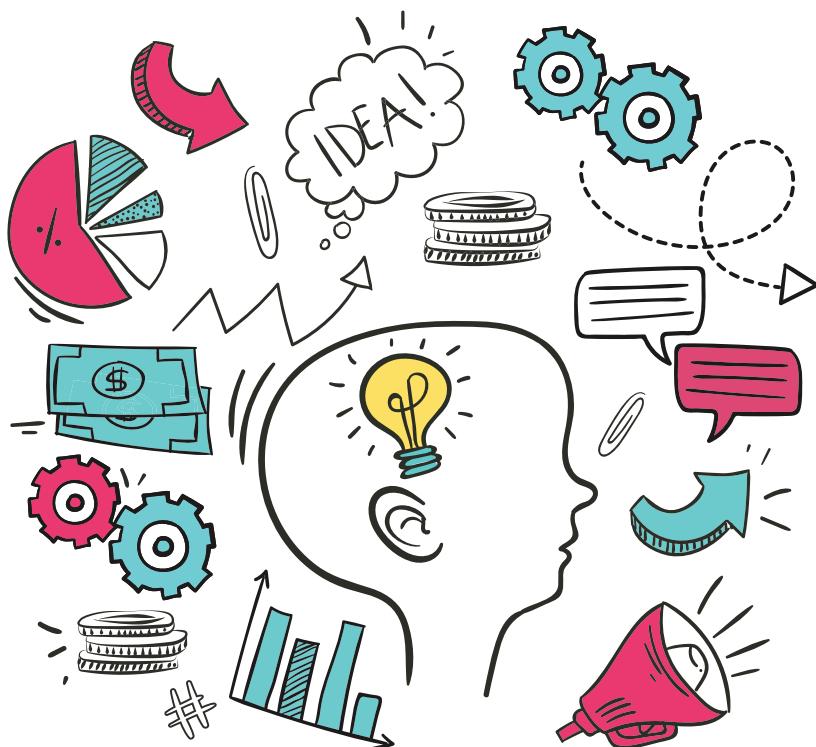
Sesión 2.5: Finanzas 2: Flujo de Caja y Planeación Financiera

Objetivo: Brindar a los emprendedores las herramientas y habilidades necesarias para comprender, proyectar y gestionar su flujo de caja, y desarrollar una planeación financiera efectiva que les permita tomar decisiones informadas, anticiparse a crisis de liquidez y garantizar la sostenibilidad y crecimiento de su negocio.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Flujo de caja y planeación financiera.

ERCA	Actividades
E	Storytelling: El colapso de ECOBOL, la Empresa de Correos de Bolivia, que fue por años una de las cadenas de comunicación más grandes del país. En su momento, tenía el dominio del mercado nacional. Sin embargo, en el año 2018 se declaró en quiebra con 229 millones de dólares de deuda. ¿Qué falló? No fue falta la falta de clientes. El problema fue la falta de planeación financiera, control de egresos y análisis del flujo de caja. Con márgenes cada vez más ajustados, deudas acumuladas y sin una proyección real de sus ingresos frente a sus gastos operativos y 500 empleados, la empresa no logró reaccionar a tiempo. Competidores como Amazon, empresas de courrier, medios digitales y otros abarcaron el mercado
R	Preguntas para reflexionar: ¿Tienes claridad sobre cuánto vas a gastar y ganar este mes en tu negocio? ¿Planificas tus ingresos o solo los registras después de que suceden? ¿Has proyectado cuánto dinero necesitas para operar tu negocio los próximos 6 meses? ¿Tomas decisiones financieras con datos o con intuición?



	<p>Planeación de ingresos y egresos.- (Presupuesto) Es el proceso de anticipar o proyectar cuánto dinero entrará INGRESOS (ventas, servicios, ingresos adicionales) y cuánto saldrá EGRESOS (costos, sueldos, servicios, impuestos, etc.) en un periodo específico (mensual, trimestral o anual).</p> <p>Sirve para prever momentos de escasez o excedentes, tomar decisiones a tiempo, proyectar temporalidades, por ej. vacaciones, invierno, o actividades especiales como Ferias, espacios comerciales y otros.</p> <p>Control presupuestario.- Es la revisión periódica de si estamos cumpliendo ese plan y hacer ajustes. Ej: Presupuesté Bs. 2,000 para marketing al mes y gasté Bs. 4,000, debo ajustar el plan o la ejecución.</p> <p>Flujo de caja (cash flow).- Es el registro y la proyección del dinero que entra y sale del negocio en un período determinado (normalmente mensual). Es la herramienta clave que te dice si tu negocio tiene liquidez (dinero disponible en caja o banco) para operar día a día.</p> <p>Estado de resultados.- Nos permite conocer la rentabilidad y desempeño del negocio, utilidades, márgenes de y cómo se gestionan.</p> <p>Utilidad Bruta.- Es la ganancia que te queda después de restar tus costos variables.</p> <p>Estado de resultados.- Nos permite conocer la rentabilidad y desempeño del negocio, utilidades, márgenes de y cómo se gestionan.</p> <p>Utilidad Bruta.- Es la ganancia que te queda después de restar tus costos variables.</p> <p>Utilidad Bruta = Ventas Netas/Ingresos – Costos Variables</p> <p>Utilidad de Operaciones.- Es la ganancia que queda después de restar todos los gastos del negocio (publicidad, transporte,etc)</p> <p>Utilidad Operativa = Utilidad Bruta – Gastos Operativos</p> <p>Utilidad Neta.- Es la ganancia final, después de restar todos los gastos, incluyendo intereses, impuestos, depreciación y amortización. Es lo que realmente ganaste.</p> <p>Utilidad Neta = Utilidad Operativa – Intereses – Impuestos</p> <p>Ejemplo rápido. Supón estos datos mensuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas Netas/Ingresos: Bs. 100,000 • Costos Variables: Bs. 60,000 • Gastos Operativos: Bs. 20,000 • Intereses de préstamo bancario: Bs. 5,000 <p>Impuestos: Bs. 3,000</p> <p>Utilidad Bruta = $100,000 - 60,000 = \text{Bs. } 40,000$</p> <p>Utilidad Operativa = $40,000 - 20,000 = \text{Bs. } 20,000$</p> <p>Utilidad Neta = $20,000 - 5,000 - 3,000 = \text{Bs. } 12,000$</p>
	<p>Realizar por lo menos 3 ejercicios en la matriz de plan financiero del cuaderno emprendedor.</p> <p>Matriz plan financiero AECIF</p> <p>Agendar una “cita financiera” semanal. 1 hora a la semana para revisar registros, corregir desviaciones y planificar.</p>

Sesión 2.6. Modelo Canvas

Objetivo: Comprender la estructura y utilidad del Modelo de Negocio Canvas como herramienta estratégica que permite visualizar, analizar y diseñar modelos de negocio mediante nueve bloques clave que explican cómo una empresa crea, entrega y captura valor.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Modelo Canvas

ERCA	Actividades
E	<p>Storytelling. Juan hace unos cuantos años atrás empezó con su emprendimiento, el escribió más de 80 hojas de un plan de negocio, la verdad jjj no lo entendía, nunca lo uso, sin embargo siempre estaba en su mochila. Pasaron los años y Juna logró ingresar a una incubadora donde su nuevo plan de negocio era funcional, ágil, pocas hojas y aún mejor diseño una hojita de resumen donde podía ver todo de forma concreta de su negocio. Esa hojita era el “Lienzo modelo Canvas”.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Escucharon o estudiaron antes la matriz canvas? ¿Qué les parece una ayuda o le falta algo más? ¿Les resultaría útil? ¿Lo usarán?</p>
C	<p>Se explican formalmente los 9 bloques del Modelo Canvas:</p> <p>Propuesta de valor: ¿Qué problema resuelves o qué necesidad satisface? Es la razón por la cual los clientes eligen tu producto o servicio.</p> <p>Segmentos de clientes: ¿A quién vas a servir? Son los grupos de personas u organizaciones que consideras como clientes potenciales.</p> <p>Canales: ¿Cómo haces llegar tu propuesta al cliente? Son los medios a través de los cuales entregas el valor, comunicas y vendes.</p> <p>Relación con los clientes: ¿Cómo interactúas y generas vínculos con tus clientes? Puede incluir atención personalizada, automatizada, comunidad, etc.</p> <p>Fuentes de ingreso: ¿Cómo generas ingresos? Describe de qué manera se monetiza el negocio: ventas directas, suscripciones, alquileres, etc.</p> <p>Recursos clave: ¿Qué necesitas para operar? Son los activos esenciales (humanos, físicos, financieros o intelectuales) para entregar valor.</p> <p>Actividades clave: ¿Qué haces para que el negocio funcione? Incluye producción, comercialización, distribución, servicio, etc.</p> <p>Socios clave: ¿Con quién te alías para potenciar tu negocio? Pueden ser proveedores, aliados estratégicos, redes, instituciones, etc.</p> <p>Estructura de costos: ¿Cuáles son los gastos principales? Se identifican los costos fijos y variables necesarios para operar y escalar.</p>
A	<p>Cada participante desarrolla el lienzo Canvas de su propio emprendimiento. El facilitador acompaña con preguntas orientadoras. Algunos voluntarios presentan sus modelos al grupo para recibir retroalimentación.</p>

Sesión 2.7. Evento Campeón

Objetivo: Desarrollar y fortalecer competencias emprendedoras fundamentales como el liderazgo, la comunicación efectiva, la toma de decisiones y el trabajo colaborativo, mediante una dinámica experiencial de alta intensidad que favorece el aprendizaje significativo a través del juego estructurado.

Duración total de sesión: 2 horas

ERCA	Actividades
	Dinámica: Frase de inicio; La victoria no es para el equipo con mejores jugadores, la victoria es para los jugadores con el mejor equipo. Se invita a reflexionar y se comenta que dentro de una empresa habían dos equipos de trabajo importantes, que tenían a los profesionales más capacitados, en un equipo estaba Carlos, que era un ser de luz, alegre, positivo, proactivo, siempre sonriente, agradecido y de buen humor y en el otro equipo estaba Horacio, que era todo lo contrario, quejumbroso, andaba de mal humor, sin ganas de trabajar, trataba mal a todos. Al final del año se midió el desempeño de cada equipo y se evidenció que el equipo de Carlos había sido el mejor.
	Preguntas para reflexionar: ¿Por qué pasó eso, si ambos equipos eran super capaces? ¿Cómo el carácter de las personas afecta el clima laboral? ¿Qué nos deja esta historia para nuestros emprendimientos? Y se cierra con esta frase: Sacar la mejor versión de uno mismo saca la mejor versión de los otros



	<p>Conceptos clave para la conceptualización del trabajo en equipo</p> <p>Equipo vs. grupo: Un equipo comparte propósito, metas y roles definidos; un grupo solo trabaja junto sin necesariamente estar alineado.</p> <p>Cohesión y confianza: La base de un equipo funcional es la conexión emocional y la confianza entre sus miembros.</p> <p>Propósito compartido: Cuando el equipo conecta con un objetivo común, se fortalece la motivación y el compromiso.</p> <p>Motivación intrínseca: Se potencia al alinear lo personal con lo laboral, y se mantiene con reconocimiento y sentido.</p> <p>Comunicación assertiva: Expresar ideas con claridad y respeto mejora el clima del equipo y evita conflictos.</p> <p>Liderazgo inspirador: El líder motiva desde el ejemplo, la escucha y el acompañamiento.</p> <p>Toma de decisiones colaborativa: Involucrar al equipo genera responsabilidad y mejora los resultados.</p> <p>Reconocimiento apreciativo: Valorar los aportes de cada miembro fortalece la autoestima y la cohesión.</p> <p>Visión y valores compartidos: Son el eje que orienta las acciones y decisiones del equipo hacia un mismo destino.</p>
	<p>Dinámica experiencial de trabajo en equipo: Se forman grupos de 5 emprendedores, a cada equipo se le entrega un capital semilla de Bs. 200.-, con la consigna de multiplicar esa inversión en un tiempo limitado de 2 horas. El reto consiste en que los equipos deben organizarse internamente, identificar la forma de multiplicar ese dinero, identificar un producto, definir una estrategia de comercialización efectiva y ejecutar las ventas en tiempo real. Cada grupo cuenta con el acompañamiento de una o un mentor, cuya función es facilitar la reflexión colectiva, apoyar en la planificación y promover decisiones consensuadas, sin intervenir directamente en la ejecución y monitorear que el proceso sea transparente. Los emprendedores deben ir a las calles para movilizarse. Finalizado el tiempo, los equipos exponen su proceso de trabajo y resultados frente a un jurado, compartiendo su estrategia, organización interna, dinámica grupal y rendimiento económico. Y 3 grupos que tienen el retorno más alto son los ganadores, sin embargo en este evento se premia con medallas a todos. Esta actividad permite evaluar no solo el desempeño financiero, sino también la capacidad de liderazgo, colaboración, creatividad y adaptación al entorno real de mercado.</p>

Módulo 3: Consolidación

Sesión 3.1. Administración del Emprendimiento

Objetivo: Ayudar a los emprendedores a definir un norte claro, conocer y aplicar procesos de trámites y a gestionar su tiempo de forma estratégica, alineando sus acciones diarias con la misión, valores y objetivos de su negocio.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Power Skills: El poder de una Visión y Administración del Tiempo.

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling. Claudia de 38 años, tiene dos hijos y un pequeño emprendimiento de repostería saludable. Comenzó su negocio porque quería pasar más tiempo con sus hijos y generar ingresos sin dejar de ser madre presente. Su visión era clara: libertad, estabilidad y tiempo en familia. Al principio, horneaba desde casa, con pedidos pequeños y clientes cercanos. El negocio creció. Llegaron más pedidos, más redes sociales, más eventos. Pero también más desorden, más horas de trabajo, menos tiempo para ella.</p> <p>Claudia empezó a dormir 4 horas por noche. Dejaba a sus hijos frente al televisor para entregar los pedidos a tiempo. Estaba agotada, frustrada y lloraba en silencio pensando: "¿No era esto lo que quería evitar?" Un día, su hija le dijo: "Mami, extraño cuando tenías tiempo para jugar conmigo." Ese fue el quiebre. Claudia se dio cuenta de que había perdido de vista su visión de vida. Tenía un negocio "exitoso", pero no era feliz. Decidió detenerse, reorganizar su agenda, decir no a pedidos que no podía asumir, estandarizar procesos y contratar apoyo.</p> <p>Hoy, Claudia trabaja menos horas, gana lo suficiente, volvió a tener cenas en familia y recuperó el equilibrio entre su negocio y su propósito personal. , entendí el poder de una visión y aprendí a usar mejor mi tiempo."</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Recuerdas por qué decidiste emprender? ¿Cuál era tu visión inicial de vida? ¿Sientes que tu negocio actual está alineado con esa visión de vida o te aleja de ella?</p> <p>¿En qué momentos te has sentido como Claudia: haciendo mucho, pero sintiéndote vacío o desconectado de ti mismo/a?</p> <p>¿Qué cosas podrías empezar a cambiar para vivir de forma más coherente con la vida que quieres construir?</p>
	<p>La visión de vida. Es la capacidad de imaginar con claridad y propósito cómo quieres vivir, quién quieres ser y qué impacto quieres dejar en el mundo. Es un mapa interno que guía tus decisiones personales, profesionales y emocionales.</p> <p>La administración del tiempo. Es la capacidad de organizar y priorizar tus actividades diarias de manera consciente, para usar tu tiempo con mayor eficiencia, enfoque y equilibrio, alineado con tus metas y bienestar personal.</p>
	<p>Ejercicio "Tumba Epitafio": Escribir cómo quieras que recuerden tu negocio en 20 años (1 frase). Luego, realizar la definición de tres acciones este trimestre para acercarse más a la frase.</p>

Sesión 3.1. Administración del Emprendimiento

Parte 2: Pensamiento Estratégico, conformación de equipos y operación del negocio.

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: Mamut Bolivia es una empresa cochabambina pionera en desarrollar materiales de construcción sostenibles, como baldosas hechas con caucho reciclado. Fundada por Cristina Gutiérrez, comenzó como una solución ambiental, pero se transformó en una empresa altamente estructurada y escalable gracias a tres factores: visión estratégica, equipo diverso y procesos operativos claros. Durante sus primeros años, Cristina entendió que para crecer más allá de Cochabamba y entrar al mercado internacional, no bastaba con tener un producto innovador. Necesitaba una estrategia clara, un equipo técnico y comercial alineado con esa visión, y procesos definidos para producción, transformación, ventas y expansión.</p> <p>Grupo Mamut Caso de éxito de la metodología SCORE para la Acción Climática:</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Tienes una visión clara de hacia dónde quieres llevar tu emprendimiento en 1, 3 y 5 años? ¿Tu equipo actual te complementa o todos hacen lo mismo? ¿Cada miembro del equipo sabe cuál es su rol específico y cómo contribuye al objetivo general? ¿Tienes definidos procesos clave para producir, transformar, vender, entregar o atender clientes? ¿Qué pasaría si tú, como fundador, te ausentas una semana?</p>
	<p>Pensamiento Estratégico. Es la capacidad de visualizar el futuro deseado del negocio, analizar el entorno, definir metas claras y tomar decisiones alineadas con esa visión. Implica salir del día a día para planificar con enfoque, anticiparse a cambios y diseñar rutas de crecimiento sostenible. Ej. Saber cuándo diversificar, cuándo formalizar procesos o cómo priorizar inversiones.</p> <p>Visión del Negocio. Es la imagen clara y ambiciosa de lo que quieras que sea tu emprendimiento en el futuro. ¿Cómo se construye?. Hazte estas preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Dónde quiero que esté mi negocio en 3 a 5 años? • ¿Qué impacto quiero tener en mi comunidad, mi sector o el mundo? • ¿Qué quiero lograr más allá del dinero? <p>Ejemplo de visión:</p> <p>“Ser la empresa líder en Bolivia en productos de limpieza ecológicos, mejorando la salud de las familias y reduciendo el impacto ambiental.”</p> <p>Valores. Son los principios éticos y culturales que guían las decisiones y comportamientos del equipo. ¿Cómo se construye?. Hazte estas preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué no estás dispuesto a sacrificar para lograr el éxito? • ¿Qué comportamientos quieras promover en tu equipo? • ¿Qué te diferencia, no solo como producto, sino como cultura?

 <p>Ejemplos de valores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integridad: Hacer lo correcto, aunque nadie mire. • Innovación: Buscar nuevas formas de mejorar siempre. • Empatía: Escuchar y entender antes de actuar. • Sostenibilidad: Crecer sin dañar. <p>Conformación de equipos. Significa crear, liderar y mantener un grupo de personas con roles complementarios, que comparten valores y visión, trabajan con claridad de objetivos y responsabilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El emprendedor líder debe organizar y comunicar: • Perfiles bien definidos (ventas, operaciones, finanzas, etc.) • Roles claros y no duplicados • Comunicación y cultura interna positiva <p>Operación del negocio (procesos). Es el conjunto de pasos que se repiten para que el negocio funcione, sin depender 100% de la emprendedora líder. Se representan en forma de flujos o gráficos.</p> <p>Los macro procesos que se debe organizar son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procesos de Ventas • Procesos de Producción o servicio • Procesos de Entrega o logística • Procesos de Atención al cliente • Procesos de Administración y finanzas <p>Estandariza tareas. Es el proceso que define y aplica una forma fija, clara y repetible de hacer las tareas clave del negocio, para asegurar calidad, eficiencia y consistencia sin depender de una sola persona. Ej.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La receta exacta con medidas y tiempos. • El proceso de empaque siempre igual. • El mensaje al cliente al momento de la entrega. <p>Planificación. Organiza el tiempo según prioridades reales, no solo urgencias. Planifica tiempos concentrados y enfocados en horarios específicos para producir, vender, atender y revisar finanzas.</p> <p>Mide y mejora. Elige 3 indicadores clave para saber si tu operación va bien. Ej.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pedidos entregados a tiempo • Horas por unidad producida • Ventas diarias o semanales 	 <p>Dinámica: Cada emprendedor/ra debe completar las siguientes tareas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escribir su visión estratégica a 3 años. • Definir y comunicar 3 valores centrales del negocio. • Documentar al menos 1 proceso clave de su operación (ventas, entrega, producción). • Diseñar un pequeño panel con 3 indicadores clave a revisar mensualmente (ventas, clientes recurrentes, tiempos de entrega, etc.). • Hacer una revisión mensual de decisiones importantes: ¿están alineadas con mi visión o no? (Monitoreo)
---	---

Sesión 3.2. Formalización del negocio y certificaciones

Objetivo: Democratizar la información de procesos y trámites que los emprendedores deben operar para formalizar sus negocios

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Formalización del negocio y certificaciones

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling. Suma Qamaña es una pequeña empresa familiar de La Paz que comenzó vendiendo productos cosméticos naturales en ferias locales. Sus cremas, jabones y aceites, elaborados con insumos orgánicos bolivianos, eran bien recibidos, pero las ventas no pasaban de los fines de semana.</p> <p>Durante años, operaban de manera informal. Sin NIT, sin registro sanitario, sin empaque profesional. Tenían calidad, pero no podían acceder a tiendas, supermercados ni participar en ruedas de negocios. Un día, fueron invitados a una feria internacional de productos orgánicos y no pudieron participar. No tenían ni un solo documento formal.</p> <p>Eso fue un punto de quiebre. Decidieron formalizarse paso a paso: se registraron en el SEPREC, obtuvieron NIT, sacaron su licencia de funcionamiento y buscaron certificaciones de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).</p> <p>El proceso fue desafiante, pero al año siguiente no solo participaron en la feria, sino que lograron un convenio con una cadena de tiendas naturistas. Hoy, Suma Qamaña exporta a Chile y Colombia. Pasaron de improvisar a operar como una empresa formal con visión de futuro.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar. ¿Has perdido oportunidades por no tener documentos o registros? ¿Qué piensas y sientes cuando escuchas "formalización"? ¿Te genera miedo, frustración, motivación? ¿Qué tipo de certificación o aval te permitiría entrar a nuevos mercados o aumentar tu credibilidad? ¿Cuáles son tus razones para postergar la formalización?</p>
	<p>SEPREC – Matrícula de Comercio. Es el registro legal del emprendimiento o empresa ante el Servicio Plurinacional de Registro de Comercio (SEPREC). Te habilita legalmente para operar como una empresa formal.</p> <p>Requisitos: Fotocopia de cédula de identidad del titular (persona natural) o representante legal (sociedad), nombre del emprendimiento, domicilio legal, actividad económica</p> <p>Costo (aproximado 2024): Persona natural (unipersonal): Bs. 180 – 250. Sociedades (SRL, SA): Desde Bs. 500 en adelante (según capital registrado)</p> <p>Tiempo estimado: 1-5 días hábiles https://www.seprec.gob.bo</p> <p>NIT – Número de Identificación Tributaria (Impuestos Nacionales). Es el registro ante el Servicio de Impuestos Nacionales (SIN) como contribuyente. Es obligatorio para emitir facturas y declarar impuestos.</p> <p>Requisitos: Matrícula de Comercio (SEPREC), Cédula de identidad, fotocopia de contrato de alquiler o croquis del domicilio fiscal, formulario de inscripción (llenado en línea o en oficinas)</p> <p>Costo: Gratuito</p> <p>Tiempo estimado: 1-2 días</p> <p>https://www.impuestos.gob.bo</p>

	<p>Permiso de Funcionamiento Municipal. Lo otorga el Gobierno Municipal para que el negocio funcione en un espacio físico determinado. Legaliza tu operación en la ciudad o localidad.</p> <p>Requisitos comunes: NIT, Croquis del local, Cédula de identidad, Contrato de alquiler o propiedad del inmueble, Cumplimiento de requisitos de seguridad y salubridad</p> <p>Costo: Varía según municipio y rubro, pero en general oscila entre Bs. 100 – 500</p> <p>Tiempo estimado: 3–7 días</p> <p>SENASAG (Servicio Nacional de Sanidad Agropecuaria e Inocuidad Alimentaria) otorga registro sanitario para alimentos, bebidas, productos agropecuarios, cosméticos naturales, veterinarios, etc. Este certificado avala que tu producto es seguro para el consumo y permite su venta legal en mercados, supermercados y para exportación.</p> <p>Requisitos (pueden variar según el producto): Solicitud escrita, Fórmula del producto, Etiquetado, Fotocopia de NIT y Matrícula de Comercio, Permiso municipal, Certificado de BPM (si aplica). Manual de buenas prácticas y procedimientos</p> <p>Costo: Registro sanitario de alimentos y bebidas: Desde Bs. 500 – 2.000 (según categoría)</p> <p>Tiempo estimado: 10–20 días hábiles</p> <p>https://www.senasag.gob.bo</p> <p>SENAPI (Servicio Nacional de Propiedad Intelectual) permite registrar tu: Marca comercial, Nombre comercial, Recetas, fórmulas, diseños industriales, obras originales. Esto protege tu propiedad intelectual y evita que otros copien o usen tu marca o fórmula sin tu permiso.</p> <p>Requisitos para registrar una marca: Nombre y logotipo (si aplica), NIT o cédula, Formulario de solicitud, Comprobante de pago, Descripción del producto o servicio asociado a la marca</p> <p>Costo (aproximado 2024): Registro de marca: Bs. 490 por clase, Registro de recetas o invenciones: puede variar desde Bs. 1.000 a más (depende del tipo de protección)</p> <p>Tiempo estimado: 4–6 meses</p> <p>https://www.senapi.gob.bo</p> <p>adecuada (pisos lavables, ventilación, etc.), Ropa de trabajo y normas de Tiempo estimado: 1 a 3 meses.</p> <p>Certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM). Garantiza que tu proceso de producción cumple con estándares de higiene, seguridad y calidad. Es requisito para el SENASAG y para vender en canales más exigentes.</p> <p>Requisitos básicos: Manual de BPM, Capacitación del personal, Control de plagas, Registro de limpieza, Infraestructura adecuada (pisos lavables, ventilación, etc.), Ropa de trabajo y normas de higiene</p> <p>Costo: Si lo haces con una consultoría o laboratorio: desde Bs. 1.000 – 5.000 dependiendo del tamaño y rubro. Puede gestionarse con apoyo gratuito en programas de incubadoras, gobiernos municipales o Pro Bolivia.</p> <p>Tiempo estimado: 1 a 3 meses.</p>
	<p>Dinámica: Cada emprendedor/ra debe analizar estos procesos y certificaciones y realizar una reunión con su mentor o asesor, para recibir un soporte a mayor profundidad.</p>

Sesión 3.3 Estrategias Empresariales, plan de crecimiento y expansión

Objetivo: Guiar a los emprendedores en la implementación de estrategias prácticas de crecimiento, utilizando CRM, embudos de venta y técnicas de fidelización para mejorar la experiencia del cliente, aumentar las ventas y fortalecer la sostenibilidad de su negocio.

Duración total de sesión: 2 horas

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling: Café Typica, una cafetería en La Paz, notó que su clientela aumentaba, y comenzó a registrar a sus clientes más frecuentes, guardando sus datos de contacto y registrando sus interacciones con la cafetería. Esto les permitió segmentar a sus clientes por intereses o etapas de compra. Con ello, pudo enviar promociones personalizadas y recordar sus pedidos favoritos a sus clientes, como el capuchino y chocolate caliente. En pocos meses, aumentaron la recompra y fidelizaron a sus clientes más leales, logrando un crecimiento en ventas mensuales nunca antes imaginado.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Aplicas alguna estrategia de ventas? ¿Conoces los diferentes tipos de estrategias que puedes tener en tu negocio?</p>
	<p>Concepto de estrategia y modelos estratégicos aplicados a emprendimientos como: Modelo de las 5 fuerzas de Porter y las estrategias genéricas de Porter: liderazgo en costos, diferenciación, enfoque</p> <p>Funnel de ventas: Visualización del proceso por el que pasa un cliente, desde que te conoce hasta que compra. Las etapas más comunes son: Atracción, Interés, Decisión, Acción (compra) y fidelización. Para desarrollar estrategias donde se tenga más dificultad.</p> <p>Estrategias de ventas: Promociones, Descuentos, Venta cruzada (cross-selling): ofrecer productos complementarios al que ya compró. Venta ascendente (up-selling): ofrecer una versión mejor o más costosa del producto.</p> <p>Estrategias de Fidelización: Proceso de convertir a tus clientes en promotores de tu marca. Va más allá de una recompra, implica una relación emocional y de confianza. Como: experiencia del cliente (Customer Experience), programas de lealtad o puntos, atención postventa y seguimiento personalizado, solicitar testimonios o recomendaciones, encuestas de satisfacción post-compra, revisar calificaciones en redes y plataformas, y responder activamente, etc.</p>
	<p>Dinámica: Para culminar cada emprendedor tendrá que imaginarse qué podrá conseguir dentro el siguiente año de operaciones y hacer el/ella con la guía del facilitador su propio plan de carrera incluyendo estrategias de expansión. Este puede ser en un diagrama gantt.</p>

Sesión 3.4. Bootcamp “Conecta – Convence y Vende”

Objetivo: Fortalecer las habilidades comunicacionales, de ventas y de oratoria de emprendedores, brindándoles herramientas y técnicas de autoconfianza y seguridad para mejorar su desempeño en presentaciones públicas, ventas y entornos de negociación.

Duración total de sesión: 8 horas

Parte 1: Autoestima

ERCA	Actividades
E	<p>Storytelling. Cristina Gutiérrez – Fundadora de Mamut Bolivia, al comenzar su emprendimiento de materiales sostenibles, enfrentó dudas externas: ¿Quién va a comprar baldosas de caucho reciclado?, Eso no es negocio para una mujer, Nadie pagará más por algo ecológico. Pero la voz más crítica no era la de afuera... era la de adentro. Al contar su historia, Cristina reconoce que el primer gran reto no fue técnico, ni financiero, sino personal: “confiar en su capacidad de liderar un proyecto diferente, en un rubro dominado por hombres, con pocos referentes locales”. Su éxito no vino solo de su producto, sino de cultivar una autoestima fuerte, que le permitió sostener su visión frente a las críticas y buscar apoyo estratégico en vez de rendirse.</p>
R	<p>Preguntas para reflexionar. ¿Cuántas veces has dudado de ti más que de tu producto? ¿Te cuesta poner precio justo a tu trabajo porque no crees que lo mereces? ¿Sientes que te comparas con otros emprendedores y eso te frena? ¿Qué frases te dices cuando algo no sale como esperabas? ¿Cómo reacciona tu negocio cuando tú estás emocionalmente inseguro o agotado?</p>
C	<p>Autoestima. Es la percepción y valoración que tienes de ti mismo: tu valor personal, tu capacidad de hacer, de aprender, de fallar y volver a intentar. Porque tu autoestima marca el ritmo de tu crecimiento personal y empresarial.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un emprendedor con autoestima sana: • Sabe decir “no” a clientes que no valoran su trabajo. • Cobra lo justo, porque reconoce su valor. • Acepta el error sin rendirse, porque entiende que fallar no lo define. • Toma decisiones con visión, no desde la inseguridad
A	<p>Accionar con los emprendedores:</p> <p>Actividad de “Reescritura interna”: Frases comunes que los emprendedores dicen (No soy bueno para vender, No soy creativo, Nadie me va a comprar). Trabajar en grupo y reescribir en positivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> → “Estoy aprendiendo a vender mejor” → “Puedo desarrollar mi creatividad con práctica” → “Puedo ser el mejor, soy suficiente” <p>Ejercicio de logros personales: Cada persona escribe 3 logros (no solo del negocio) que le recuerdan de qué es capaz. Se comparten en parejas para reforzar su impacto.</p> <p>Visualización guiada (5 minutos): Se conduce una meditación corta en la que el emprendedor se visualiza logrando un objetivo importante, con seguridad, decisión y alegría.</p> <p>Celebrar cada paso: Aplaudir por la sesión, auto abrazarse, no esperar grandes logros. Validar y reconocer cada avance.</p>

Sesión 3.4. Bootcamp “Conecta – Convence y Vende”

Parte 2: Oratoria

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling. Tania Sánchez, joven emprendedora paceña, creadora de la marca “Papa Negra”, una empresa de snacks saludables elaborados a partir de papa nativa boliviana, enfocada en la innovación alimentaria y el comercio justo con comunidades, cuando comenzó a emprender, su mayor desafío no fue solo desarrollar el producto, sino aprender a comunicar su propuesta de valor frente a diferentes públicos: concursos de emprendimiento, ruedas de negocios, ferias, aliados internacionales e incluso inversionistas. En sus primeras presentaciones, aunque tenía claro lo que hacía, le costaba transmitirlo con emoción, estructura y conexión. Era técnica, hablaba rápido, y no lograba generar impacto en quienes la escuchaban. Decidió entrenar su oratoria con AECIF, consultores expertos en la temática. Aprendió a hablar desde su historia personal, a usar metáforas simples (“llevamos la papa del altiplano al mundo”) y a presentar su emprendimiento con claridad, en menos de tres minutos. Ese cambio en su forma de comunicar le abrió puertas clave: ganó concursos, fue seleccionada por la Fundación VIVA, participó en eventos de innovación y fue reconocida por su liderazgo femenino.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar. ¿Qué sientes cuando tienes que hablar frente a otras personas? ¿Te cuesta expresar tus ideas de forma clara y segura? ¿Alguna vez has sentido que tu mensaje era bueno, pero no lograste transmitirlo bien? ¿Te preparas con estrategia o improvisas al hablar de tu negocio? ¿Qué crees que te ayudaría a mejorar tu forma de comunicar?</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Oratoria. Es la capacidad de expresarse en público con claridad, estructura, emoción y confianza, con el objetivo de transmitir un mensaje que impacte o genere acción. • ¿Qué debe lograr un emprendedor con su oratoria? <ol style="list-style-type: none"> 1. Comunicar su propuesta de valor en poco tiempo y de forma clara. 2. Conectar emocionalmente con su audiencia (clientes, inversores, aliados). 3. Inspirar, persuadir o vender, dependiendo del contexto. • Practicar y organizar los discursos en base a este protocolo: <ul style="list-style-type: none"> • Claridad: Mensaje simple, directo, sin tecnicismos innecesarios • Estructura: Introducción, desarrollo, cierre con llamada a la acción • Conexión emocional: Historias, metáforas, ejemplos reales • Lenguaje no verbal: Postura, mirada, manos, energía, pausas • Confianza: Preparación, práctica, mentalidad positiva
	<p>Dinámica: Escribir un guión de presentación personal (pitch de 60 segundos). – Usar estructura clara: quién soy, qué hago, a quién ayudo, qué busco. Grabar un video corto presentando su negocio. – Evaluar: ¿se entiende? ¿conecta? ¿Me representa? Practicar oratoria frente a otros 1 vez por semana. – En redes, ferias, familia, clases, eventos de networking, etc. Leer y adaptar su lenguaje corporal. – Postura firme, contacto visual, movimientos de manos intencionales. Identificar un referente de oratoria y analizar cómo comunica. – Aprender observando: cómo abre, cómo estructura, cómo cierra.</p>

Sesión 3.4. Bootcamp “Conecta – Convence y Vende”

Parte 3: Ventas Estratégicas

ERCA	Actividades
	<p>Dinámica “El Búnker”, consiste en formar grupos de 5 personas a quienes se les plantea la siguiente situación: el mundo está por acabarse y solo hay espacio para una persona por grupo en un búnker que garantiza la supervivencia. Cada participante saca al azar un papelito con una profesión o rol (ej. jardinero, payaso, urológico, tapizador, artista, cantante, etc.) y tiene 3 minutos para argumentar por qué su personaje merece ser el elegido para entrar al búnker, defendiendo la importancia de su oficio para la reconstrucción del mundo. Al finalizar todas las exposiciones, el grupo debe deliberar y elegir por consenso quién será la persona que ingresará al refugio, basándose en los argumentos presentados. La actividad fomenta la creatividad, la argumentación persuasiva, la toma de decisiones en grupo y la valoración de oficios y habilidades diversas.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Fue sencillo improvisar ? ¿Lo hubieras hecho mejor con más tiempo? ¿Qué fue lo más costoso? ¿Cómo te sientes ?</p>
	<p>Concepto de Venta estratégica</p> <p>Dominar el producto: Conocer a profundidad las características, beneficios, usos y ventajas del producto o servicio.</p> <p>Propuesta de valor: Saber comunicar claramente qué problema resuelve tu producto, qué lo hace único y por qué el cliente debería elegirte a ti y no a la competencia.</p> <p>El vendedor: Es más que quien ofrece: es asesor, guía y constructor de relaciones. Debe tener habilidades como empatía, escucha activa, comunicación clara, actitud positiva y resiliencia frente al “no”.</p> <p>El cliente: Conocer los diferentes tipos de clientes y como trabajar con ellos.</p> <p>Proceso de una venta efectiva</p> <p>Etapas clave: 1.Prospección: buscar clientes potenciales 2.Contacto inicial: captar su atención. 3.Diagnóstico: detectar necesidades. 4.Propuesta de solución: presentar el producto/servicio. 5.Manejo de objeciones: responder dudas o resistencias. Cierre de venta: llevar al sí. 6.Seguimiento postventa</p> <p>Fidelización del cliente: Una venta no termina en el cierre: mantener al cliente satisfecho, hacer seguimiento, brindar buen servicio y generar experiencias positivas crea relaciones duraderas y recomendaciones.</p> <p>Otros conceptos complementarios a incluir:</p> <p>Técnicas de venta (AIDA, SPIN Selling, storytelling, venta consultiva)</p> <p>Gestión de alianzas comerciales estratégicas: identificar buenas prácticas para cerrar acuerdos formales para la expansión de negocios.</p>
	<p>Dinámica: Práctica de Venta en 3 minutos sobre su emprendimiento en parejas.</p>

Sesión 3.4. Bootcamp “Conecta – Convence y Vende”

Parte 4: Anatomía del Pitch

ERCA	Actividades
	<p>Video: de un buen Elevator Pitch</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Qué fue lo que más te impactó o te enganchó desde el inicio del pitch? ¿En qué momento te diste cuenta de que querías saber más sobre el emprendimiento? ¿Cómo logró transmitir claridad en tan poco tiempo? ¿Te generó confianza y credibilidad? ¿Por qué?</p>
	<p>Concepto de diferentes tipos de Pitch: Elevator Pitch: Discurso corto 3 min para captar atención rápidamente e interesar al oyente. Pitch de Venta: Mensaje directo y persuasivo enfocado en convencer a un cliente potencial de comprar un producto o servicio. Pitch Deck: Presentación visual estructurada (de 5 a 10 minutos) para mostrar un modelo de negocio a inversionistas, aliados o instituciones. Demo Day: Evento donde emprendedores presentan sus proyectos ante inversionistas, aliados y público estratégico, con el objetivo de mostrar sus avances, generar oportunidades y atraer apoyo para su crecimiento.</p> <p>Anatomía del Pitch:</p> <ol style="list-style-type: none"> Problema: Explica qué necesidad, dolor o dificultad estás resolviendo. Debe ser concreto, real y fácil de entender. Ej.: “En Bolivia, 7 de cada 10 jóvenes emprendedores no acceden a mentorías de calidad para crecer su negocio.” Solución: Tu propuesta de valor: ¿qué ofreces y cómo resuelve el problema? Debe ser simple, directa y diferenciada. Ej.: “Creamos una plataforma que conecta a jóvenes emprendedores con mentores verificados en su misma industria.” Mercado: Describe brevemente a tu cliente ideal y el tamaño u oportunidad del mercado. Ej.: “Nuestro mercado meta son 50.000 jóvenes emprendedores en Bolivia entre 18 y 30 años.” Competencia: ¿Quién más está resolviendo este problema y cómo te diferencias? No se trata de negar la competencia, sino de mostrar tu ventaja competitiva. Ej.: “A diferencia de otras plataformas, ofrecemos mentorías en vivo y seguimiento personalizado.” Tracción: Resultados y logros concretos que validan tu solución. Puede ser número de usuarios, ventas, pilotos, alianzas, premios, etc. Ej.: “En 6 meses, hemos asesorado a 200 jóvenes con una tasa de satisfacción del 95%.” Solicitud: Cierra tu pitch con una solicitud clara: ¿qué necesitas y para qué? Inversión, alianzas, visibilidad, usuarios, mentoría, etc. Ej.: “Estamos buscando aliados institucionales para llegar a más regiones del país.”
	<p>Dinámica: Se inicia la elaboración del pitch personal siguiendo la estructura. El facilitador da apoyo y guía.</p>

Sesión 3.4. Bootcamp “Conecta – Convence y Vende”

Parte 5: Diálogos empresariales

Evento para fortalecer e inspirar a emprendedores donde se invitan especialistas, empresarios reconocidos por rubros de emprendimientos; como gastronomía, textil, tecnología, etc.

Se conforman mesas temáticas según el rubro con el especialista invitado por grupo.

Se comparten experiencias del rubro, problemáticas comunes, aprendizajes y oportunidades entre pares y con el mentor.

Preguntas de ejemplo: ¿Cuál fue el mayor obstáculo que enfrentó en sus primeros años y cómo logró superarlo?. ¿Qué decisión marcó un antes y un después en el crecimiento de su empresa?. ¿Cómo construyó un equipo comprometido y alineado con su visión?. ¿Qué consejo le daría a quienes hoy están enfrentando

un momento difícil con su emprendimiento?

Se identifican claves sectoriales: Procesos, gestión, cliente, tendencias. Se destaca el valor del diálogo y colaboración.

Parte 6: Simulacro de Pitch y Feedback 360°

Cada participante presenta su pitch frente al grupo en tiempo real (3min). Se puede grabar el ejercicio si es posible. Se recibe retroalimentación del grupo, del facilitador y se hace autoevaluación. Se valora el efecto del discurso.

Se refuerzan las buenas prácticas del pitch y la utilidad del feedback como herramienta de mejora.

Cada participante anota tres aspectos a mejorar y una fortaleza destacada para próximos espacios de presentación.



Sesión 3. 5 Expansión y nuevos mercados, punto de venta y modelos de escalamiento.

Objetivo: Brindar a los emprendedores una comprensión estratégica de los distintos modelos de escalamiento y expansión comercial, permitiéndoles identificar el formato más viable para su negocio (sucursales, franquicias, retail o marketplaces) y diseñar un esquema base de crecimiento hacia nuevos mercados.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Modelos de sucursales, franquicias, puntos de retail y marketplaces.

ERCA	Actividades
E	Dinámica: Revisión grupal de ejemplos reales de negocios locales que han escalado utilizando distintos métodos (sucursales, franquicias, marketplaces, puntos de venta físicos o alianzas con tiendas). Ej: Casa del camba, Burger King, Helados Vaca Fría. Se identifican factores clave en su expansión.
R	Preguntas para reflexionar: Se discuten las decisiones tomadas en los casos: ¿Qué funcionó? ¿Qué fracasó? ¿Qué capacidades necesitan? ¿Qué modelo sería viable para mi negocio? Se comparan según recursos, control y alcance.
C	<p>Se explican los principales modelos de escalamiento de forma accesible:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sucursales Propias: expansión con control total, pero alta inversión. • Franquicias: terceros replican el modelo a cambio de un pago, menor inversión, pero cediendo algo de control. • Retail/Distribución: productos colocados en tiendas aliadas; permite escalar rápido, pero con márgenes menores. • Marketplaces digitales: venta en plataformas como marketplace, ecommerce; acceso a gran público, pero con comisiones y alta competencia. • Pop-up Stores o puntos itinerantes: temporalidad para validar mercados nuevos sin gran inversión. • Explorar nuevos nichos de mercado (segmentación horizontal o vertical). • Ventas a por mayor, trabajo con distribuidoras, ventas bajo consignación • Entrada a canal moderno, tips y procesos • Se explican ventajas, riesgos y capacidades mínimas necesarias para cada modelo.
A	Dinámica: Cada emprendedor selecciona un modelo posible para su negocio, justifica su elección y diseña un esquema base de expansión (ubicación, canal, recursos y socios clave) O como hará su expansión cuando tenga los recursos.

Módulo 4: Despegue

Sesión 4.1. Acceso a capital semilla, financiamiento e inversión

Objetivo: Brindar a los emprendedores herramientas conceptuales y prácticas para comprender, identificar y gestionar opciones de capital semilla, financiamiento bancario e inversión ángel, con el fin de que puedan tomar decisiones estratégicas de financiamiento alineadas a la etapa de desarrollo de su emprendimiento y su modelo de negocio.

IMPORTANTE: Se recalca que durante esta etapa se debe realizar el acompañamiento en la penetración y expansión de mercados con monitoreo constante. Se debe asegurar que el emprendimiento este generando ventas por medio de varios canales.

Duración total de sesión: 2 horas

Parte 1: Acceso a capital semilla, financiamiento e inversión

ERCA	Actividades
	<p>Storytelling. En 2019, un grupo de emprendedores bolivianos liderado por José Carlos Márquez, decidió apostar por lo que parecía imposible: crear el primer auto eléctrico fabricado en Bolivia.</p> <p>El proyecto Quantum Motors, no inició con grandes fondos ni con préstamos bancarios. De hecho, ningún banco quiso financiarlos al principio, porque el modelo era arriesgado, el mercado nuevo, y no tenían garantías tradicionales. Entonces, los emprendedores buscaron capital semilla por otras vías: socios estratégicos, concursos de innovación e inversionistas ángeles que confiaron en ellos. Los emprendedores, en lugar de esperar el auto perfecto, diseñaron un prototipo funcional con lo que tenían, lo probaron, lo mostraron y lo vendieron. Hoy, Quantum exporta sus vehículos a países vecinos y representa un caso exitoso de cómo un emprendimiento boliviano puede escalar con visión, persistencia y un enfoque estratégico del financiamiento.</p>
	<p>Preguntas para reflexionar: ¿Cómo finanziaste el inicio de tu negocio? ¿Tienes claro cuánto capital necesitas para arrancar o crecer? ¿Has explorado opciones de financiamiento diferentes al crédito bancario? ¿Estás preparado para presentar tu negocio ante un inversionista? ¿Qué estarías dispuesto a ceder (porcentaje, control, participación) para conseguir capital?</p>
	<p>Capital semilla. Es el primer financiamiento externo que recibe un emprendedor, en etapas muy tempranas. Se usa para validar el modelo de negocio, crear el primer producto mínimo viable (MVP) o cubrir los costos iniciales de arranque del negocio. Puede venir de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa Pasanku Emprendedor - Fondo Rotativo de ChildFund • Capitales semilla a fondo perdido, que se otorgan otras ONGs y Fundaciones. • Capitales de familiares y amigos • Fondos públicos de Municipios, Gobernación, otras instancias gubernamentales, por medio de concursos de capital semilla emprendedor.

 <p> • Programas de incubadoras o concursos de emprendimiento privados de instituciones como Cervecería Boliviana Nacional, Fundación Doria Medina, Banca Privada. Programas académicos de universidad públicas y privadas. Es útil cuando: • El emprendimiento cuenta con un prototipo validado • El emprendimiento está arrancando con el negocio, iniciando su incursión en el mercado • El emprendimiento ya está en mercado con sus primeras operaciones. Financiamiento bancario. Es el dinero que una entidad financiera otorga al emprendedor, con obligación de devolución, intereses y garantías. En etapas muy tempranas no siempre es ideal, ya que los bancos exigen historial crediticio, garantías reales y un flujo de caja comprobado. Es útil cuando: • El emprendedor ya tiene ventas consistentes • El emprendedor tiene capital de trabajo o activos fijos • El emprendedor puede pagar con ingresos del negocio Inversión Ángel o Privada. Es una inversión realizada por personas que tienen capital y experiencia que apuestan por negocios con alto potencial, normalmente en etapas tempranas o en crecimiento. • Aportan dinero, mentoría y contactos • No exigen devolución como un banco, sino una participación accionaria (equity) Ideal cuando: • El MVP ya está validado • Hay visión de escalabilidad • El emprendedor busca también contactos estratégicos, relaciones con empresarios, asesoramiento técnico. </p>	<p>¿Cómo enseñamos esta temática a emprendedores?</p> <p>Dinámica de simulación de inversionistas: Cada grupo representa un tipo de inversionista (banco, inversor ángel, fondo público, fondo de ONG). Los emprendedores deben “venderles” su proyecto.</p> <p>Taller de ruta financiera: Hacer un mapa con todas las fuentes de financiamiento bancario disponible en su ecosistema local, realizar una visita con los emprendedores a los bancos y que los responsables expliquen en qué etapa, requisitos y cómo podrían acceder a estas fuentes de financiamiento.</p> <p>Concluida esta etapa, el emprendedor debe concretizar:</p> <p>1. Identificar su etapa actual de negocio: ¿Está en idea, prototipo, validación, MVP, crecimiento o expansión?</p> <p>2. Calcular cuánto capital necesita y para qué. ¿Necesita Bs. 50,000 para operar 6 meses? ¿Para marketing? ¿Desarrollo de producto?</p> <p>3. Elaborar una propuesta de uso de fondos Plan financiero básico de inversión.</p> <p>4. Investigar 3 fuentes de financiamiento disponibles en su ciudad o país. Ejemplo: fondos de gobierno, aceleradoras, bancos, inversionistas ángeles locales.</p> <p>5. Preparar una presentación del negocio en una hoja. Que pueda usar ante un fondo, incubadora o ángel inversor.</p>
 <p> 1. Identificar su etapa actual de negocio: ¿Está en idea, prototipo, validación, MVP, crecimiento o expansión? 2. Calcular cuánto capital necesita y para qué. ¿Necesita Bs. 50,000 para operar 6 meses? ¿Para marketing? ¿Desarrollo de producto? 3. Elaborar una propuesta de uso de fondos Plan financiero básico de inversión. 4. Investigar 3 fuentes de financiamiento disponibles en su ciudad o país. Ejemplo: fondos de gobierno, aceleradoras, bancos, inversionistas ángeles locales. 5. Preparar una presentación del negocio en una hoja. Que pueda usar ante un fondo, incubadora o ángel inversor. </p>	

Sesión 4.2. Demo Day Final

Objetivo: El Demo Day es el evento de cierre donde los emprendimientos presentan sus proyectos ante un público compuesto por inversionistas, aliados estratégicos, medios, instituciones, y la comunidad emprendedora. Tiene como objetivo visibilizar los avances, generar oportunidades de networking y abrir puertas a nuevas etapas de crecimiento.

Duración total: Depende del numero de emprendedores estimar 5 minutos por emprendedor

Estructura Sugerida del Evento:

1. Apertura institucional (10-15 min)

Palabras de bienvenida a cargo de autoridades de la entidad organizadora y aliados estratégicos.

Breve presentación del programa de incubación y sus resultados.

Agradecimientos a facilitadores, mentores, instituciones colaboradoras e inversionistas invitados.

2. Presentaciones de los emprendimientos (3 min por pitch)

Cada emprendimiento realiza un pitch estructurado

Se recomienda agrupar por categorías (tecnología, alimentos, servicios, impacto social, etc.) si aplica.

Posibilidad de preguntas breves del jurado o panel de expertos (opcional, 2-3 min por proyecto).

4. Reconocimientos y menciones (10 min)

Entrega de reconocimientos simbólicos o menciones destacadas (pitch más innovador, mayor crecimiento, impacto social, etc.).

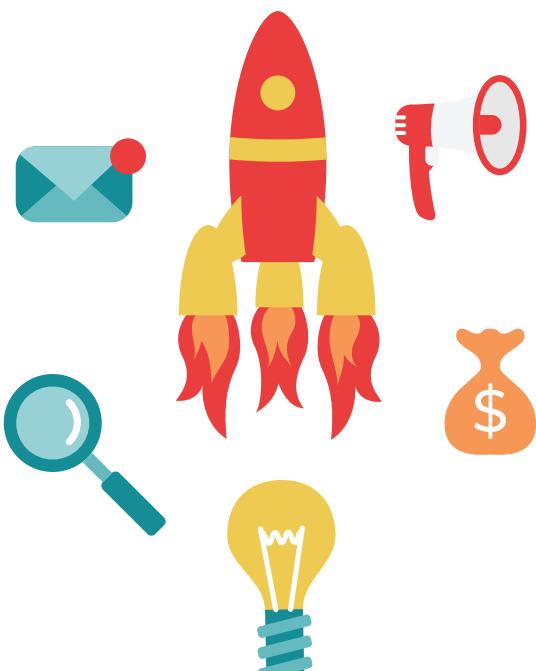
Agradecimiento a todos los participantes por su compromiso.

5. Cierre y networking libre (30-60 min)

Palabras de cierre motivacionales y espacio para intercambio entre emprendedores, inversionistas, invitados y medios.

Recomendaciones adicionales:

- Contar con maestro/a de ceremonias para dinamizar el evento.



- Todos los emprendedores deben pasar sus diapositivas 2 días antes del evento
- Tener una organización y orden exigido para no cometer errores
- Imprimir la matriz de calificación. Anexo *
- Diseñar un programa impreso o digital con la agenda y fichas de los emprendimientos.
- Preparar un espacio visualmente atractivo con branding del programa y zona de fotos.
- Facilitar medios de contacto directo entre emprendedores e interesados (códigos QR, tarjetas, links, etc.).

Evento de graduación

Objetivo: Certificar públicamente a los emprendedores, invitando a sus amigos y familiares. Es un momento de celebrar.

Duración total: 2 horas

Estructura sugerida del evento:

- 1. Palabras alusivas:** A cargo de autoridades y del/la director(a) de la entidad implementadora y del técnico/a resaltando el compromiso con el emprendimiento y el impacto del programa.
- 2. Testimonios de emprendedores:** Dos participantes comparten brevemente sus experiencias, aprendizajes y motivaciones, reforzando la idea de que la graduación es el inicio de una nueva etapa, no un final.
- 3. Mensajes clave a destacar:** El emprendimiento como proceso de mejora continua. La importancia del aprendizaje permanente. El valor de la comunidad emprendedora y la colaboración.
- 4. Entrega de certificados:** Cada emprendedor recibe su certificado acompañado de aplausos.
- 5. Foto grupal y espacio de recuerdos:** Se sugiere un lugar decorado para tomarse fotos, como recuerdo del cierre y símbolo de pertenencia a la comunidad emprendedora.

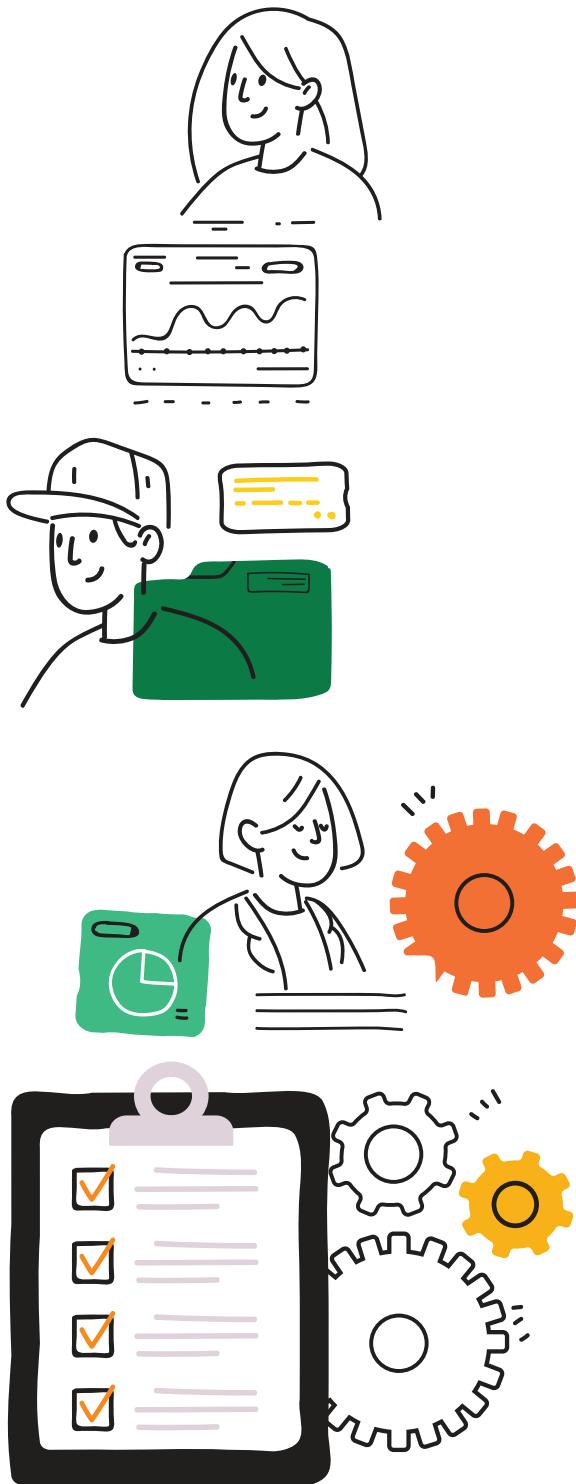


Monitoreo y seguimiento

Objetivo. Hacer seguimiento sistemático al progreso, impacto y sostenibilidad de los emprendimientos en desarrollo. Facilita la toma de decisiones, identifica áreas de mejora y mide resultados con base en indicadores clave.

Utilizaremos un listado de métricas clave que los emprendedores registrarán periódicamente para evaluar el desempeño de sus negocios y tomar decisiones informadas de mejora. Estas métricas se pueden usar en un excel que permita registrar y analizar el avance o de igual manera en una matriz en el cuaderno de trabajo.

Métricas Clave:



1. Ventas Mensuales (\$)
2. Nuevos Puntos de Venta
3. Aliados o Convenios Nuevos
4. Aumento de Presencia en Redes Sociales (%)
5. Número de Visualizaciones en Redes Sociales
6. Número de Likes o Interacciones
7. Participación en Ferias o Eventos
8. Nuevos Productos o Servicios Lanzados
9. Retroalimentación del Cliente (Satisfacción 1-5)
10. Capacitaciones Recibidas (Sí/No)
11. Número de Empleados o Colaboradores
12. Número de Clientes Nuevos por Mes
13. Ingresos Totales Mensuales (\$)
14. Costos Operativos Mensuales (\$)
15. Ganancias Netas Mensuales (\$)
16. Observaciones Generales

Tipología de emprendimientos



Emprendimiento verde: Negocio que ofrece productos o servicios con enfoque ambiental, promoviendo el uso sostenible de recursos y la reducción del impacto ecológico.



Emprendimiento plateado: Negocio de productos o servicios diseñados por adultos mayores, buscando mejorar su calidad de vida y autonomía.



Emprendimiento naranja: Negocio basado en la creatividad, el arte, la cultura, industrias creativas, que genera valor económico a partir del talento cultural.



Emprendimiento tecnológico: Emprendimiento que usa la tecnología como base o como herramienta clave para ofrecer soluciones innovadoras, escalables y digitales.

Conclusiones

-  La sostenibilidad y el impacto social son ejes transversales. No se busca solo generar ingresos, sino también resolver problemas reales en comunidades, fortalecer redes y contribuir a un desarrollo más justo e inclusivo.
-  La incubación no es solo formación técnica, sino un proceso integral que combina conocimientos duros (finanzas, marketing, modelo de negocio) con habilidades blandas (liderazgo, inteligencia emocional, propósito, comunicación).
-  La estructura de la incubadora (Inspira – Convoca – Crece – Escala – Consolida – Despegá) permite un acompañamiento ordenado y progresivo, con sesiones altamente participativas, mentorías personalizadas y eventos estratégicos (como Demo Day y Bootcamp).
-  La incorporación de metodologías modernas como Design Thinking, Canvas, SCAMPER, Coaching de vida y One to One, permite una experiencia de incubación más vivencial, efectiva y motivadora.
-  Todo emprendimiento que pase por la incubación debe salir comercializando activamente, con un modelo consolidado y un plan de crecimiento claro. Solo así se asegura su sostenibilidad y capacidad de mantenerse en el tiempo. La incubación no debe terminar en la idea, sino en la acción, con un negocio funcionando y listo para escalar.

Recomendaciones

-  Generar cercanía y confianza, abordando también aspectos personales del emprendedor. Escuchar sus miedos, motivaciones o dificultades fortalece su compromiso, reduce la deserción y mejora la toma de decisiones.
-  Un buen seguimiento técnico y humano impacta directamente en la sostenibilidad y crecimiento del emprendimiento.
-  Realizar eventos periódicos de inspiración y conexión permiten construir comunidad y ecosistemas. Espacios como charlas, encuentros con referentes, bootcamps o demo days son esenciales para mantener vivo el espíritu emprendedor. Estos momentos motivan, activan redes de contacto y refuerzan el sentido de comunidad.
-  Adaptar el acompañamiento al contexto y etapa del emprendimiento. Cada negocio y emprendedor avanza a un ritmo distinto. La incubadora debe ofrecer herramientas flexibles, mentorías específicas y contenido adaptado a la realidad y nivel de cada participante.

**“Emprender es construir
el futuro con las propias
manos. Que cada paso que
den acompañando este
camino impulse sueños que
transformen realidades.”**





AECIF Consultores

Zulema Torres Cervantes Cel: 72000489

Danahe Miranda Hayes Cel: 69681812