



**Consejo Nacional de Rectores
Programa de Regionalización
Interuniversitaria
Universidad Estatal a Distancia**

**Programa de capacitación
en el área de Desarrollo
Humano dirigido a los
grupos comunales que
participan del Proyecto de
Emprendedurismo**

Proyecto:

“Fortalecimiento de las capacidades psicosociales y gerenciales de la persona joven para el desarrollo de emprendimientos, a través de un proceso de capacitación y seguimiento en comunidades y Colegios Técnicos de los cantones de: Liberia, La Cruz, Cañas, Tilarán, Santa Cruz y Nicoya de la Región Chorotega”

Elaborado por:

Zeidy Mata Mejía – CEU La Cruz

Hellen Trejos Rodríguez – CEU
Liberia

Cindy Chavarría Soto – CEU Santa
Cruz

Período 2015

-Nombre del Curso: Desarrollo Humano para Personas Emprendedoras

-Modalidad: Presencial

- Duración: En los grupos comunales el curso tiene una duración de 6 meses, 12 sesiones (2 sesiones al mes), 36 horas efectivas (3 horas en cada sesión).

- Nombre de las Facilitadoras: Zeidy Mata Mejía, Cindy Chavarría Soto y Hellen Trejos Rodríguez.

- Año: 2015

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

La iniciativa “Fortalecimiento de las capacidades psicosociales y gerenciales de la persona joven para el desarrollo de emprendimientos, a través de un proceso de capacitación y seguimiento en comunidades y Colegios Técnicos de los cantones de: Liberia, La Cruz, Cañas, Tilarán, Santa Cruz y Nicoya de la Región Chorotega”, tiene como propósito que las personas jóvenes fortalecidas desarrollen alguna modalidad de emprendimiento o idea productiva, a través de un proceso de capacitación y seguimiento interinstitucional.

Las personas beneficiarias de esta iniciativa son personas entre los 15 y 35 años en su mayoría; pertenecientes a comunidades de los cantones de La Cruz (Asentamiento Orosí), Liberia (Curubandé), Cañas centro y Agua Caliente de Cañas, Tilarán, Santa Cruz (Las Palmas y Río Cañas) y Nicoya centro; con índices de rezago social, pobreza, falta de empleo, así como dificultades para la organización comunal y para emprender una idea de negocio. No obstante, también se cuenta con la participación de personas adultas que han solicitado ser incorporadas al proceso.

Se les facilitarán las temáticas de espíritu emprendedor, seguridad personal y liderazgo empresarial, identificación de habilidades e inteligencia emocional, hábitos de una persona emprendedora, aprovechamiento efectivo del tiempo para la planificación de mi proyecto de vida, expresión en público a través de la comunicación asertiva, excelencia en el mercado de mis productos y el servicio al cliente, trabajando en equipo y resolución de conflictos, así como diferentes tipos de organizaciones para desarrollar proyectos.

Las estrategias que se utilizarán para el logro de los objetivos son fundamentalmente técnicas que promueven la participación activa, la integración grupal y el análisis de experiencias; bajo los métodos deductivos, inductivos y de trabajo de los participantes. De esta manera, se espera que las personas que participan en la capacitación, adquieran habilidades individuales y grupales para la autogestión de acciones de mejora en su calidad de vida, y a la vez fortalezcan sus capacidades psicosociales y gerenciales con lo que logren el desarrollo de emprendimientos e ideas productivas.

OBJETIVOS DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

General

Fortalecer las capacidades humanas de las personas participantes en el proyecto, para la potencialización de sus emprendimientos e ideas productivas, a través de la implementación de un programa de capacitación en el área de desarrollo humano.

Específicos

- Promover la seguridad personal y la identificación de habilidades personales por parte de los y las participantes para su aprovechamiento en la ejecución de sus emprendimientos.

- Facilitar un proceso de capacitación en temáticas de desarrollo humano, en el que los y las participantes identifiquen las características propias de una persona emprendedora.
- Estimular el desarrollo de habilidades sociales como el trabajo en equipo y la comunicación asertiva, como una forma de fortalecer las alianzas grupales para la ejecución de sus emprendimientos.
- Dar a conocer los resultados del proceso de capacitación en el área de desarrollo humano, con el propósito de que las personas participantes validen el proceso realizado en el período 2015.

CONTENIDOS E INFORMACIÓN TEÓRICA

Unidad Temática I “Despertando mi espíritu emprendedor para el desarrollo de actividades productivas y emprendimientos”

Ejes temáticos:

- 1-Definición conceptos básicos: motivación, emprendimiento, idea productiva, espíritu emprendedor.
- 2- Identificación de “sueños” personales.
- 3- Determinación de ideas de emprendimientos o productivas.
- 4-Análisis de experiencias de emprendimientos desarrollados en el país.
- 5-Sensibilización con respecto al perfil de una persona emprendedora.

Idea productiva: Una idea es una ocurrencia que viene a nuestra mente cuando estamos buscando soluciones ante un problema o una necesidad. Es por ello que una idea productiva es la idea que le sirva para mejorar su situación financiera.

Pero esta idea productiva para que sea efectiva debe de no quedarse únicamente como idea, sino comenzar a desarrollarla, valorando su viabilidad y efectividad.

Muchas personas poseen ideas productivas, pero las personas que logran desarrollar un espíritu emprendedor serán más propensas a lograr sus ideas.

Espíritu emprendedor: es verdaderamente un estilo de vida que se refleja en las personas que desean hacer cambios en sus vidas para mejorarlas, tomando siempre la iniciativa, tendrá una influencia e impacto en todas las personas que se encuentren en su trayectoria emprendedora. Por lo general las personas emprendedoras comparten cualidades personales, habilidades sociales y habilidades de dirección, que otras personas no han desarrollado. Con lo que logran definir y ejecutar sus emprendimientos.

Emprendimiento: es el modo en el que pensamos y actuamos frente a la idea de crear o iniciar un proyecto, pensando en ideas y oportunidades, para desarrollarlo, además de conocer su entorno, y lograr obtener beneficios de lo que la naturaleza y su espacio le ofrece, logrando con éxito alcanzar sus objetivos.

Una persona emprendedora logra identificar sus sueños o expectativas personales y luchar por ellos, buscando técnicas o alternativas para lograrlo y superando los obstáculos o pruebas que se presenten en el proceso de inicio del proyecto.

Identificación de “sueños” personales: Cada persona emprendedora debe conocer sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, para ser capaz de tener claridad sobre sus sueños o deseos más importantes para su vida y trabajar por alcanzarlos.

Una vez identificado su sueño, es necesario **determinar la idea de emprendimiento**, lo que va a ofrecer a sus clientes, el lugar en donde lo desarrollará, los materiales con los que dispone y los que requerirá, sus posibilidades de

financiamiento, la preparación técnica que poseer y la que necesita para llevar a cabo su emprendimiento.

Análisis de experiencias de emprendimientos desarrollados en el país. Para lograr desarrollar sus ideas de emprendimientos es importante, investigar y adquirir información sobre experiencias de otras personas, que formaron sus emprendimientos, como iniciaron, los obstáculos que enfrentaron, y el éxito alcanzado. Además de la actitud que debe de existir para no darse por vencido.

Unidad Temática II “Desarrollando seguridad personal y liderazgo empresarial”

Ejes temáticos:

- 1-Identidad y Autoestima
- 2-Seguridad personal
- 3-Motivación
- 4-Liderazgo

Identidad y autoestima.

Según la teoría psicosocial de Erickson, en sus estudios de desarrollo humano, identifico la etapa cinco, como una etapa de cambios, por ende de crisis: Identidad v/s confusión de roles (12 a 18 años) en esta etapa se empieza a formar la identidad personal y los jóvenes deben responder a las siguientes preguntas: ¿Quién soy? ¿A dónde voy? ¿Qué puedo hacer? Estas preguntas se manifiestan en crisis valóricas, existenciales, de búsqueda de identidad.

Cuando se responden a las dudas internas se encuentra un camino a seguir. Ese camino se quiere buscar de manera autónoma, libre, sin que le digan lo que tiene que hacer. Pero el individuo, desea formarse con una imagen que los demás realizan o piensan de él. Aparecen las necesidades de estima y autoestima (que me quieran y querer). Aquí se manifiestan las crisis afectivas, sobretudo en la etapa del pololeo (peligro).

La identidad que se busca, por tanto, es individual y también social. Él ya posee una, pero es dependiente. Tiene que reestructurar ésa, más la nueva que el momento y el medio le exige (reestructuración de las identidades previas para formar la presente) (¿Qué soy?)

Se buscan ideales que se demuestran en un sentimiento de solidaridad. Se quiere construir el mundo y tiene todas sus potencialidades en ello.

Si se soluciona el conflicto de identidad v/s confusión de roles va a encontrar una decisión de compromiso. Compromiso que es con él mismo ya que él escogió el camino en el que está (sentido del deber, autenticidad, honestidad, entre otros.)

El problema fundamental que se encuentra también es la identidad sexual. Aquí se define esto, en esta etapa. Se acepta el rol masculino o femenino. Tiene que adoptar las características que dentro de su cultura pertenecen al hombre o a la mujer.

Los peligros: Los peligros que se presentan están a cargo de la “confusión de roles”. El individuo se encuentra en una confusión ya que no es, por ejemplo, ni adulto ni niño, y, aprovecha de excusarse con los dos roles, el de niño y el de adulto.

El segundo peligro que se presenta en esta edad del ser humano es la sobre identificación con los ídolos, en lo que influyen los medios de comunicación.

El otro peligro es el excluir. Se excluye a la gente que no es igual y no piensan o actúan como se quisiera. Esta exclusión es un mecanismo de defensa de la identidad.

Concepto de Autoestima y seguridad personal

La autoestima también denominada amor propio, es la percepción emocional profunda que las personas tienen de sí mismas. El amarse así mismo, permite que desarrolle una seguridad personal para la toma de decisiones, para la defensa de derechos

sin odiarse a sí mismo al ser juzgado por otro, la seguridad personal además de fortalecer el amor propio, fortalece el respeto por los demás y las relaciones interpersonales sanas.

La percepción emocional puede fácilmente llegar a sobrepasar en sus causas a la racionalización y la lógica de la persona. Por ello, tener una buena autoestima implica ser conscientes de las virtudes y defectos propios.

La autoestima se forma desde el momento mismo en que se es concebido, cuando el vínculo de padres se consume y las células sexuales masculina y femenina se funden para dar origen al nuevo ser, desde ahí comienza la carga de mensajes recibidos, primero de manera energética y luego psicológica.

La psicóloga Virginia Satir define la autoestima con el poema “Yo soy yo” el cual hace referencia a que en el mundo no existe nadie que se igual a sí mismo, a pesar de que existan personas que tengan algo en común, por tanto, todo lo que salga de sí mismo, amor, ira, frustración, desilusión, malos y buenos pensamientos, triunfos y fracasos, son para sí mismo no para otros, eso hace a cada quién responsable de su propia existencia, de su cuerpo y de lo que haga con él, y no trasladar la responsabilidad a otros por las malas decisiones.

Motivación y Liderazgo

La motivación es la voluntad de desarrollar y llevar a cabo esfuerzos para alcanzar sueños, objetivos, metas y proyectos que se concretan en acciones para el logro satisfactorio.

Tanto los sueños hasta las acciones responden a necesidades muy particulares e individuales. Estas necesidades se convierten en el motor que hace que se mueva todo nuestro accionar hacia el objetivo o meta propuesta.

La motivación es, en síntesis lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos, sociales y

psicológicos, que decide en una situación dada, con qué vigor se actúa y en qué dirección se encauza la energía.

Si bien es cierto que la motivación nace y se desarrolla internamente en cada persona, no se puede olvidar que existen factores externos que influyen para motivar o desmotivar a las personas, esto se le conoce como motivación extrínseca.

Cuando se está motivado, se desarrollan estrategias y habilidades de liderazgo, el liderazgo puede definirse como la capacidad y voluntad de conducir a hombres y mujeres a un propósito común, y a un carácter que inspire confianza, consiste en la capacidad o habilidad que tiene una persona para influir, inducir, animar o motivar a otros a llevar a cabo determinados objetivos, con entusiasmo y por voluntad propia.

Existen diferentes tipos de liderazgo, entre ellos, el líder autoritario, el líder democrático y el líder liberal. A los líderes autoritarios se le llama los líderes del: “si o si” porque son personas que “si o si” se va a hacer lo que ellos digan. Son personas dominantes y habitualmente muy posesivas que creen como suyo lo que por naturaleza y humanidad no puede poseer. El líder democrático prioriza la participación de todo el grupo, promueve el diálogo entre sus miembros para que entre todos se llegue a la mejor conclusión. De ahí la denominación liderazgo democrático o participativo.

Y por último el líder liberal delega toda la autoridad a sus seguidores, dejando así de asumir las responsabilidades mientras que los seguidores obtienen su propia motivación, guía y control alcanzando así una mayor independencia operativa y es entonces cuando el líder depende de los seguidores para establecer los objetivos.

Unidad Temática III “Identificando mis habilidades e inteligencia emocional”

Ejes temáticos:

1-Inteligencia emocional

- 2-Inteligencias múltiples
- 3-Creatividad empresarial

Inteligencia emocional

Es la capacidad y habilidad que tienen algunas personas para dominar sus emociones, sus impulsos, su autoconciencia y sus motivaciones, también la habilidad para establecer relaciones interpersonales satisfactorias.

Según Goleman, el cerebro cuenta con dos hemisferios el hemisferio izquierdo, el cual hace referencia a la parte lógica-matemática y al desarrollo de la escritura y el lenguaje, por su parte el hemisferio derecho se refiere a que las personas disfrutan actividades que tengan que ver con el arte, las emociones, la música, la fantasía y la creatividad. Las personas que tienen un buen uso de su inteligencia emocional, el hemisferio derecho es el de mayor predominio.

La inteligencia emocional ayuda a identificar y orientar emociones y sentimientos, eleva la autoestima, mejora el rendimiento laboral, brinda autonomía y seguridad, potencia y estimula las relaciones interpersonales y mejora la salud física y mental.

Inteligencias múltiples

La inteligencia es la capacidad desarrollable y no sólo la capacidad de resolver problemas.

La inteligencia no sólo se reduce a lo académico sino que es una combinación de todas las inteligencias. Ser hábil en el deporte o en las relaciones humanas implica unas capacidades que no están seriamente contempladas en los programas de formación académica.

El psicólogo Howard Gardner identifico ocho tipos de inteligencias basadas en que cada persona tiene inteligencias o habilidades cognoscitivas (musical, físico-kinestésica, lógico-matemática, lingüística, viso-espacial, interpersonal e intrapersonal).

Inteligencia Lingüística: Capacidad para comprender el orden y el significado de las palabras

en la lectura, la escritura y, también, al hablar y escuchar.

Inteligencia Musical: También conocida como “buen oído” es el talento que tienen los grandes músicos, cantantes y bailarines. La persona necesita ser estimulada para desarrollar todo su potencial, ya sea para tocar un instrumento o para escuchar una melodía con sensibilidad.

Inteligencia Lógico-matemática: De los diversos tipos de inteligencia, éste es el más cercano al concepto tradicional de inteligencia. En las culturas antiguas se utilizaba éste tipo de inteligencia para formular calendarios, medir el tiempo y estimar con exactitud cantidades y distancias.

Inteligencia Viso-Espacial: Esta inteligencia la tienen las personas que puede hacer un modelo mental en diferentes dimensiones del mundo o en su defecto extraer un fragmento de él. Esta inteligencia la tienen profesiones tan diversas como: la ingeniería, la cirugía, la escultura, la marina, la arquitectura, el diseño y la decoración.

Inteligencia corporal – kinestésica: Los kinestésicos tienen la capacidad de utilizar su cuerpo para resolver problemas o realizar actividades. Dentro de este tipo de inteligencia están los deportistas, cirujanos y bailarines. Una aptitud natural de este tipo de inteligencia se manifiesta a menudo desde niño.

Inteligencia intrapersonal: Este tipo de inteligencia nos permite formar una imagen precisa de nosotros mismos; nos permite poder entender nuestras necesidades y características, así como nuestras cualidades y defectos. Capacidad para plantearse metas, evaluar habilidades y desventajas personales y controlar el pensamiento propio.

Inteligencia interpersonal: Este tipo de inteligencia nos permite entender a los demás. Está basada en la capacidad de manejar las relaciones humanas, la empatía con las personas y el reconocer sus motivaciones, razones y emociones que los mueven.

Inteligencia naturalista: Este tipo de inteligencia es utilizado al observar y estudiar la naturaleza. Los biólogos son quienes más la han desarrollado. La capacidad de poder estudiar nuestro alrededor es una forma de estimular este tipo de inteligencia, siempre fijándonos en los aspectos naturales con los que vivimos.

Creatividad empresarial: La creatividad empresarial podría definirse como la capacidad de idear o crear algo nuevo y original, pero a la vez útil y beneficioso para una empresa.

Algunas maneras de estimular o fomentar la creatividad empresarial son:

Proponer retos: los retos prácticamente obligan a que la creatividad aflore en los empleados, pero especialmente aquellos retos que tienen carácter de urgencia, por ejemplo, aquellos que ameriten por parte del trabajador encontrar en un breve periodo de tiempo la solución a un problema que podría afectar el rumbo de la empresa.

Motivar: trabajadores motivados suelen ser los más creativos en una compañía, pero antes que motivarlos a través de incentivos económicos, lo deseable es motivarlos fomentando su participación, dándoles mayor autonomía, dándoles mayor variedad, y generando un buen ambiente de trabajo.

Fomentar la participación: para estimular la creatividad debemos también fomentar la participación activa de los trabajadores, por ejemplo, escuchando sus ideas o propuestas por más alocadas que sean, y no matarlas tan pronto como aparezcan; debemos tener en cuenta que las ideas más radicales podrían llegar a ser las más innovadoras.

Dar mayor autonomía: mientras el trabajador tenga mayor autonomía para tomar sus propias decisiones, resolver los problemas por su propia cuenta, desempeñar sus funciones o ejecutar sus tareas de la manera que crea conveniente, y menor sea el control ejercido, mayor creatividad aflorará en ellos.

Dar variedad: otra vía de estimular la creatividad es dándoles mayor variedad a los trabajadores, por ejemplo, rotándolos de puestos, dándoles nuevas funciones, aumentándoles las tareas, e incluso dándoles mayor tiempo libre en horas de trabajo, por ejemplo, para que desarrollen sus proyectos personales.

Generar un ambiente que estimule la creatividad: para generar un ambiente que fomente la creatividad podemos, por ejemplo, promover el trabajo en equipo, la armonía y la buena relación entre los trabajadores, la confianza entre jefes y subordinados, la generación de ideas, entre otros.

Unidad Temática IV “Hábitos de una persona emprendedora”

Ejes temáticos:

1. Conceptos básicos: proactividad, efectividad, hábitos.
2. Los 7 hábitos de una persona altamente efectiva
3. Valores de una persona emprendedora
4. Visión de futuro

La palabra hábito debe entenderse como el modo habitual de obrar o proceder, que se ha establecido por tradición o bien por la repetición del mismo acto, que se realiza comúnmente hasta que este toma fuerza.

Para que una acción se constituya en un hábito, debe ocurrir un proceso de integración de tres componentes: el conocimiento es una herramienta que le indicará a la persona qué hacer y por qué; las habilidades le enseñan cómo hacer las cosas, y el deseo (o actitud) es la motivación y sus ganas de hacerlas.

Hábito 1: Proactividad

La palabra proactividad significa que cada persona es responsable de sus actos, de tener la iniciativa de hacer que las cosas sucedan.

Aplicado al hábito de la responsabilidad; que a su vez implica concepciones como «responder» y «habilidad»; esta última comprende la capacidad para elegir la respuesta adecuada. Las personas proactivas reconocen esa responsabilidad y están atentas para influir en las soluciones.

La proactividad motiva a la persona a hacer las cosas por conducción o principios, lo que conlleva a potenciar la capacidad para incidir sobre eventos de los que no se tiene control.

“La persona proactiva no espera a que los demás tomen decisiones por ella, actúa con determinación anticipándose a los problemas”.

Hábito 2: Empezar con un fin en mente

Este hábito se relaciona con el principio del liderazgo personal, ya que requiere la fijación de metas o proyectos que se desean lograr.

Se dice que el tener un fin reconocido de lo que se quiere lograr, da sentido a la vida, ya que la persona dirige sus esfuerzos hacia un punto de referencia, lo que funciona como un motivador para continuar. Tienen que ver con una visión de lo que se desea, y permite que las acciones estén dirigidas a lo que verdaderamente es significativo en la vida.

“Después de todo, para un velero sin puerto cualquier viento es bueno”.

Hábito 3: Establecer primero lo primero

Esto está relacionado con el principio de la administración personal, tanto de recursos como de tiempo. Para ello la persona debe poner primero lo primero, esto le permite liberarse de la tiranía de lo urgente para dedicar tiempo a las actividades que verdaderamente dan sentido a la vida.

Para esto, es necesario clasificar las metas en orden de prioridad, de manera que se priorice lo importante versus lo urgente y las acciones diarias se dirijan al logro de la planificado.

Hábito 4: Pensar en ganar ganar

Se relaciona con el hábito del beneficio mutuo, el cual genera equidad ya que implica que la persona no esté centrada únicamente en sus propios intereses y beneficios, sino en los de quienes están a su alrededor; esto favorece el trabajo en equipo.

Pensar en ganar/ganar permite desarrollar una mentalidad de abundancia material y espiritual, pues cuestiona la premisa de que la vida es un “juego de suma cero” donde para que se gane alguien tiene que perder. Cuando establecemos el balance entre los objetivos propios y los objetivos de los demás, podemos lograr el bien común.

En este hábito de interacción humana existen varias posibilidades: Ganar-Ganar, Gano-Pierdes, Pierdo-Ganas, Pierdo-Pierdes, Gano y Pierdo.

Hábito 5: Procurar comprender primero y luego ser comprendido

Para desarrollar este hábito es necesario practicar el principio de la comunicación empática o asertiva, lo cual indica que se debe escuchar primero, antes de emitir un juicio.

Buscar comprender primero y después ser comprendido es la esencia del respeto a los demás. La necesidad que tienen todas las personas de ser comprendidas es uno de los sentimientos más intensos de todos los seres humanos.

Este hábito es la clave de las relaciones humanas efectivas y posibilita llegar a acuerdos de tipo ganar/ganar

Hábito 6: Sinergizar

Para que se cumpla este hábito debe existir una interdependencia entre todas las personas de un equipo. Es decir, requiere que se tenga una misma visión aunque existan diferentes puntos de vista, los cuales hay que respetar e integrar al logro del objetivo.

Implica entonces la cooperación creativa y el trabajo en equipo: las personas con mentalidad ganar/ ganar, y que escuchen con empatía, pueden aprovechar sus diferencias para generar opciones que no existían. El logro de trabajo en equipo y la innovación son el resultado de este hábito.

Hábito 7: Afilar la sierra

Esta consigna se relaciona con el hábito de la mejora continua y consiste en usar la capacidad de renovarse física, mental y espiritualmente.

Es lo que le permite establecer un balance entre todas las dimensiones del ser, a fin de ser efectivos en los diferentes papeles (roles) que se desempeñan en la vida.

Los tres primeros hábitos tratan del auto-dominio. Es decir, están orientados a lograr el crecimiento de la personalidad para obtener la independencia.

Los siguientes tres hábitos tratan de las relaciones con los demás – trabajo en equipo, cooperación y comunicaciones; están orientados a lograr la interdependencia. Finalmente, el hábito siete, se refiere a la renovación continua que le llevará a entender mejor los hábitos restantes.

El propósito de poner en práctica estos siete hábitos es alcanzar la efectividad en todas las áreas de la vida así como los proyectos que se emprenden, orientados a la mejora continua así como a la visualización a futuro de los emprendimientos que se desean conseguir.

Unidad Temática V “Aprovechamiento efectivo del tiempo para la planificación de mi proyecto de vida”

Ejes temáticos:

- 1-Jornada diaria /Enfoque de género
- 2-Autocuidado
- 3-Metas, toma de decisiones y logros
- 4-Proyecto de vida
- 5-Autorrealización

Definición de jornada diaria, enfoque de género y autocuidado

La jornada diaria hace referencia a las actividades realizadas día a día y al tiempo atribuido a cada una. El tiempo es algo que ya fue creado, todas las personas tienen las mismas 24 horas al día, lo que varía es el buen uso que se le da a cada una y su aprovechamiento efectivo.

Las actividades diarias varían según el género, dado que socialmente se han atribuido funciones distintas a hombres y mujeres aunque se debe de reconocer que las tareas en el hogar son responsabilidad de todas las personas que integran la familia.

Autocuidado

Son las practicas dirigidas hacia el cuidado personal, además el auto cuidarse permite desarrollar una buena salud mental, cuidar la salud física y emocional de la familia también es parte del autocuidado.

Socialmente se ha creído que el autocuidado es cuestión de las mujeres, lo cierto es que tanto hombres como mujeres deben de cuidarse. Los mandatos sociales y el patriarcado han restringido al hombre a estas prácticas, inhibiendo la expresión de sus emociones y desarrollando conductas hostiles.

Enfoque de Género

El enfoque de género o la igualdad entre hombres y mujeres consiste en la capacidad de que las mujeres y los hombres disfruten por igual de los bienes valorados socialmente, las oportunidades, recursos y recompensas.

La igualdad no significa que un hombre sea igual a una mujer o una mujer sea igual al hombre, sino más bien se refiere a las oportunidades que tengan y los cambios que existan, que no dependan del sexo, sino del coeficiente intelectual.

Metas, toma de decisiones y logros

Una meta es el fin hacia el que se dirigen las acciones o deseos, para alcanzar los objetivos propuestos.

Las metas tienen relación al proyecto de vida de cada persona. Estas metas se establecen en función de aspiraciones y deseos personales, el esfuerzo y persistencia es lo primordial para poder alcanzarlas. En este sentido, las metas en la vida son

los objetivos o propósitos que una persona se marca en función de sus principios y valores.

La toma de decisiones es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida: a nivel laboral, familiar, personal, sentimental o empresarial.

En la construcción de proyecto de vida, la indecisión es uno de los problemas más comunes por la falta de autonomía y la priorización de actividades que dan sentido a lo que se busca lograr.

Logros: Un logro es la obtención de aquello que se ha venido intentando desde hace un tiempo y a lo cual también se le destinaron esfuerzos tanto emocionales como físicos para finalmente conseguirlo, es importante hacer una reflexión y análisis de los logros obtenidos a lo largo de la vida y ser consciente de lo lejos que se puede llegar aún.

Proyecto de vida

El psiquiatra Viktor Frankl, establece la importancia de dar un sentido a la vida. Tanto la teoría como la terapia de este autor, se desarrollaron a partir de sus experiencias en los campos de concentración nazis. Al ver quien sobrevivía y quién no (a quién se le daba la oportunidad de vivir), concluyó que el filósofo Friederich Nietzsche estaba en lo cierto: Aquellos que tienen un por qué para vivir, pese a la adversidad, resistirán. Fue posible percibir cómo las personas que tenían esperanzas de reunirse con seres queridos o que poseían proyectos que sentían como una necesidad inconclusa, o aquellos que tenían una gran fe, parecían tener mejores oportunidades, que los que habían perdido toda esperanza.

Una de sus metáforas favoritas es el vacío existencial. Si el sentido es lo que se busca, el sin sentido es un agujero, un hueco en tu vida, y en los momentos en que lo sientes, necesitas salir corriendo a llenarlo. Frankl sugiere que uno de los signos más conspicuos de vacío existencial en la sociedad es el aburrimiento. Puntualiza en cómo las personas con frecuencia, cuando al fin tienen tiempo de hacer lo que quieren, parecen no querer

hacer nada. La gente entra en barrena cuando se jubila; los estudiantes se emborrachan cada fin de semana; se sumergen en entretenimientos pasivos cada noche; las salidas de los fines de semana les llama.

De manera que se intenta llenar esos vacíos existenciales con "cosas" que aunque producen algo de satisfacción, también se espera que provean de una última gran satisfacción: se puede intentar llenar sus vidas con placer, comiendo más allá de las necesidades, teniendo sexo promiscuo, dándose "la gran vida". O se puede llenar con el trabajo, con la conformidad, con la convencionalidad. También se pueden llenar esos vacíos con ciertos "círculos viciosos" neuróticos, tales como obsesiones con gérmenes y limpieza o con una obsesión guiada por el miedo hacia un objeto fóbico. La cualidad que define a estos círculos viciosos es que, no importa lo que se haga, nunca será suficiente.

Entonces, ¿cómo hallar nuestro sentido a la vida? Frankl presenta tres grandes acercamientos:

El primero es a través de los valores experienciales, o vivenciar algo o alguien que valoramos.

La segunda forma de hallar nuestro sentido es a través de valores creativos, es como "llevar a cabo un acto", como dice Frankl. Esta sería la idea existencial tradicional de proveerse a sí mismo con sentido al llevar a cabo los propios proyectos, o mejor dicho, a comprometerse con el proyecto de su propia vida. Incluye, evidentemente, la creatividad en el arte, música, escritura, invención y demás. También incluye la generatividad de la que Erikson habló: el cuidado de las generaciones futuras.

La tercera vía de descubrir el sentido es aquella de la que pocas personas además de Frankl suscriben: los valores actitudinales. Estos incluyen tales virtudes como la compasión, valentía y un buen sentido del humor, entre otros. Pero el ejemplo más famoso de Frankl es el logro del sentido a través del sufrimiento. El autor brinda un ejemplo de uno de sus pacientes: un doctor cuya esposa había muerto, se sentía muy triste y desolado. Frankl le preguntó: ¿Si usted hubiera muerto antes

que ella, cómo habría sido para ella? El doctor contestó que hubiera sido extremadamente difícil para ella. Frankl puntualizó que al haber muerto ella primero, se había evitado ese sufrimiento, pero ahora él tenía que pagar un precio por sobrevivirle y llorarle. En otras palabras, la pena es el precio que pagamos por amor. Para este doctor, esto dio sentido a su muerte y su dolor, lo que le permitió luego lidiar con ello. Su sufrimiento dio un paso adelante: con un sentido, el sufrimiento puede soportarse con dignidad.

Algunas ventajas de establecer un proyecto de vida.

1. Ayuda a aprovechar el tiempo para el logro personal.
2. Es útil para vivir buscando un futuro que brinde satisfacción y bienestar personal.
3. Favorece el ejercicio y desarrollo de una libertad responsable.
4. Ayuda a tomar decisiones reflexivas y no impulsivas.
5. Brinda una visión esperanzadora del propio futuro.
6. Favorece el autoconocimiento y fortalece la autoestima.
7. Evita conflictos vacíos existenciales, al tener claridad de lo que se quiere de la vida.

Unidad Temática VI “Conquistando la expresión en público a través de la comunicación asertiva”

Ejes temáticos:

- 1-Conceptos básicos: comunicación asertiva, agresiva y pasiva.
- 2- Personalidad / temperamento
- 3- Consejos prácticos para la expresión en público.

La comunicación se entiende por comunicación al “proceso mediante el cual el individuo se interrelaciona con su entorno social, donde vive y participa.

Es algo más que transportar un mensaje, es el proceso que incluye la respuesta, la interpretación

y la réplica, cerrando el circuito significativo que va del emisor al receptor y viceversa”.

Virginia Satir compara el proceso de la comunicación con una gran sombrilla que abarca e influye todo lo que acontece entre dos personas. Considera que, una vez que el individuo llega al mundo de la comunicación, resulta ser “el factor más importante que determina el tipo de relación interpersonal que se vaya a tener con los demás”

Influye la personalidad, que se atribuye al conjunto de características que suelen mantenerse estables en el tiempo. Por lo que en gran parte de los casos permiten realizar predicciones de conducta; lo que no sólo incluye lo manifiesto, sino que también aquello que ocurre en el mundo interno de las personas.

La asertividad se define como la “habilidad de expresar los deseos de forma amable, franca, abierta, directa y adecuada, logrando decir lo que queremos sin atentar contra los demás, negociando con ellos su cumplimiento”.

La asertividad está en el tercer vértice de un triángulo en el que los otros dos son la pasividad y la agresividad. Situados en el vértice de la pasividad evitamos decir o pedir lo que queremos o nos gusta, en la agresividad lo hacemos de forma tan violenta que nos descalificamos nosotros mismos.

Tres maneras de enfrentar nuestras relaciones interpersonales:

La huida ansiosa	La respuesta asertiva	La respuesta agresiva
<p>Es una respuesta en la que las personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☛ Se comportan de manera pasiva. ☛ Permiten que violen sus derechos. ☛ Permiten que los de mas se aprovechen de ella. ☛ No logran sus objetivos ☛ Se sienten frustradas, infelices heridas y ansiosas. ☛ Se muestran inhibidas y retraidas. ☛ Permiten que los demás decidan por ellas. 	<p>En este tipo de respuesta las personas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ☛ Protegen sus propios derechos y respetan los de los demás ☛ Logran sus objetivos sin detrimentos de los otros. ☛ Se sienten bien consigo mismos y tienen confianza. ☛ Se muestran sociables y emocionalmente expresivos. ☛ Deciden por si mismos. 	<p>Aquí las personas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☛ Violan los derechos de demás. ☛ Logran sus objetivos a costa de los demás. ☛ Son beligerantes, hum y desprecian a los demás ☛ Son explosivos de reaco imprevisible, hostil iracunda. ☛ Se meten en las decisi de los demás.

Es importante tomar en cuenta que el estilo de comunicación que se desarrolle, depende en gran

medida de la personalidad y el temperamento de cada individuo.

La personalidad corresponde al patrón de pensamientos, sentimientos y conducta que presenta una persona y que persiste a lo largo de toda su vida, a través de diferentes situaciones; estos rasgos la hacen diferenciarse de las demás personas.

El temperamento corresponde a las características innatas del ser humano, es decir aquellas influencias que trae la persona por carga genética. Es la dimensión biológica de la personalidad.

Temperamento sanguíneo. Características:

Se trata de una persona cálida, campante, vivaz y que disfruta de la vida siempre que se pueda.

Es receptiva por naturaleza, las impresiones externas encuentran fácil entrada en su interior en donde provocan un alud de respuestas.

Tiende a tomar decisiones basándose en los sentimientos más que en la reflexión.

Es tan comunicativo que es considerado un extrovertido.

Tiene una capacidad insólita para disfrutar y por lo general contagia a los demás su espíritu que es amante de la diversión.

Este tipo de personas por lo general, hablan antes de pensar, son extrovertidas, muy activas e intuitivas.

Temperamento flemático. Características:

Es un individuo calmado, tranquilo, que nunca se descompone y que tiene un punto de ebullición tan elevado que casi nunca se enfada.

Son personas serias, impasibles y altamente racionales.

Son calculadores y analíticos.

Generalmente, es un temperamento de personas muy capaces y equilibradas.

Es el tipo de persona más fácil de tratar y es por esa naturaleza el más agradable de los temperamentos.

El flemático es frío y se toma su tiempo para la toma de decisiones.

Prefiere vivir una existencia feliz, placentera y sin estridencias hasta el punto que llega a involucrarse en la vida lo menos que puede.

Temperamento Melancólico. Características:

El melancólico es el más rico y complejo de todos los temperamentos.

Suele producir tipos analíticos, abnegados, dotados y perfeccionistas.

Es de una naturaleza emocional muy sensible, predispuesto a veces a la depresión.

Es el que consigue más disfrute de las artes.

Es propenso a la introversión, pero debido al predominio de sus sentimientos, puede adquirir toda una variedad de talentos.

Tiende a ser una persona pesimista.

Se enoja con facilidad, tiene cambios emocionales muy bruscos, y se puede decir que se puede hacer enojar fácilmente.

No le gusta que lo interrumpan cuando se concentra en algo que es importante para él /ella.

Se enamora con facilidad y lo hace muy seriamente.

Temperamento colérico. Características:

Está basado en un tipo de sistema nervioso rápido y desequilibrado, posee alta sensibilidad y un nivel alto de actividad y concentración de la atención, aunque tiene alta reactividad a los estímulos del medio y una muy alta correlación, también es flexible a los cambios de ambiente.

Cuando se le describe o dice algo que le fastidia o desagrada, trata de callar de forma violenta a las personas que se lo dicen.

Es rápido, muy activo, práctico en sus decisiones, autosuficiente y sobre todo independiente. Es extrovertido, pero no tanto como la persona de temperamento sanguíneo. Se fija metas y objetivos. Es muy ambicioso. Valora rápida e intuitivamente y no reconoce los posibles tropiezos y obstáculos que puede encontrar en el camino si busca lograr una meta.

Finalmente, a continuación, se ofrecen algunos consejos prácticos para la expresión en público, los cuales podrá enriquecer en la medida que adquiere experiencia personal en el tema:

- Esté dispuesto a consultar y aprender de quienes tienen experiencia.
- Conozca bien el tema y material a utilizar. Organice bien la introducción, desarrollo y conclusión de la charla, procure memorizar las partes fundamentales del texto, para evitar una continua lectura del mismo y estar mucho tiempo con la cabeza baja.
- Practique varias veces, primeramente solo (a), frente a un espejo o alguna persona de confianza.
- Prepare un “Plan B”, por si ocurre alguna eventualidad con el material o equipo que lleva, con el clima, o si en el momento considera importante hacer una variación para mantener la atención del público.
- No espere al último momento para prepararse.
- Cuide su apariencia y vestimenta.
- No dé explicaciones demás ni justificaciones.
- Emplee los recursos visuales como apoyo.
- Háblele a una persona a la vez.
- Incorpore su opinión personal y escuche y respete la de los demás.
- Hable claro, despacio y con tono audible para todo el público.
- Sea concreto.
- Muéstrese relajado y utilice el lenguaje corporal correcto.
- Mantenga la cabeza elevada y mire al frente y a la audiencia.
- Coloque el micrófono a la altura correcta y compruebe que el sonido llega a toda la sala.
- No abuse de los gestos y la expresión corporal.

- En la medida de lo posible, interactúe con los oyentes, para hacerlo más ameno.
- Sea puntual, pero si se retrasa, resuma partes poco importantes.
- Evite cualquier tipo de distracción: ruidos, móviles, música, objetos en la mano, tocarse el cabello, entre otros.

Unidad Temática VII “Excelencia en el mercado de mis productos y el servicio al cliente”

Ejes temáticos:

1-Conceptos básicos: servicio al cliente, quiénes son clientes, producto, servicio, mercadeo.

2- Tipos de clientes.

3-Claves para la excelencia en el mercado

4-Técnicas para tratar a los clientes

Producto: Un producto es cualquier bien que se ofrezca a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad.

Servicio: Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otro, y que es intangible y no tiene como resultado la posesión de algo.

Mercado: Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio.

Mercadeo: Proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen estrechas relaciones con ellos, para obtener a cambio un valor de los consumidores.

Se debe buscar satisfacer las necesidades del cliente, por lo que esto es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, creando e intercambiando valor con otros.

El proceso de mercadeo incluye cinco pasos

1. Entender el mercado y las necesidades y los deseos del cliente.
2. Diseñar una estrategia de mercadeo orientada a las necesidades y los deseos del cliente,

con la finalidad de obtener, mantener y cultivar clientes meta.

3. Establecer un programa de mercadeo para entregar realmente un valor superior.

4. Construcción de relaciones redituables con el cliente y lograr el deleite de éste.

5. La empresa se beneficia de las recompensas de las relaciones estrechas con el cliente, captando valor de los clientes.

Servicio al cliente: Es cualquier tipo de intervención que se lleve a cabo entre un representante de una empresa y un cliente. Este contacto puede ser: personal, por teléfono, o por correo.

La atención al/la cliente, y la excelencia en el servicio constituye una de las bases fundamentales para el éxito y desarrollo de una empresa en el mercado. Ya que un cliente satisfecho regresara y lo referirá a otras personas.

Cliente: Es cualquier persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, y que tiende a solicitar y utilizar los productos o servicios brindados por una empresa o persona que los ofrece. Por lo que debe de ser la persona más importante en cualquier negocio.

Tipos de clientes: existen diversos tipos de clientes, por lo que a continuación se muestran diversos tipos de clientes, sus características particulares y como es recomendable tratarlos.

Tipos de clientes/as Características y ¿Cómo tratarlos?

Discutidor: Son agresivos/ as, no estarán de acuerdo en cada cosa que digamos

- Solicitarle su opinión.
- Hablar suavemente pero firme.
- Concentrar la conversación en los puntos en lo que se está de acuerdo.

Enojado/a: No esconde su molestia o indisposición.

- Evitar decirle “no hay motivo para enojarse”
- Calmar el enojo, negociando una solución.
- No estar a la defensiva.
- No prometer algo que no se podrá cumplir.

Conservador/a: Su atención puede ocupar mucho tiempo. Son muy arraigados a sus creencias o tradiciones, por lo general buscan una producto o servicio en específico.

- Demostrar interés en lo que desean.
- Tratarlos de forma sutil y explicar las demás opciones que existen en el mercados.

Ofensivo/a: Con alguna razón o sin ella, se comporta de manera grosera, con insultos e intentos de humillación.

- Solicitar respeto sin alterarse
- Demostrar cultura y tolerancia
- Hablar de forma respetuosa, sin ofender

Siempre se queja: No hay nada que le guste. Expresa que el servicio es malo o los precios son muy caros.

- Se debe intentar de separar las quejas reales de las falsas.
- Evitar que su mala actitud les afecte al atenderlo.

Exigente: Es el que apenas llega al lugar interrumpe y pide atención inmediata

- Tratarlos con respeto
- No acceder a sus demandas

Coqueteador/a: Las insinuaciones, comentarios que realiza pueden provenir tanto de hombres como mujeres. Tratan de coquetear para conseguir algo en específico.

- Se debe mantener una actitud calmada, ubicada y profesional.
- Ayudarles a encontrar lo que desean y así lograr que se retiren lo más rápido posible.

El/ la que no habla y el/la que es indeciso/a: Es callado/ a y no menciona al/ la vendedor/a lo que desea adquirir.

- Tener paciencia y ayudarlos.
- Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión, sin imponer sus intereses.
- Brindar toda la información sobre los productos o servicios que ofrece, para que el cliente se sienta satisfecho con su compra.

Técnicas para tratar a los clientes

- Mostrar atención; para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un/a cliente/a es demostrarle que para usted es una persona importante.
- Tener una presentación adecuada; un/a cliente/a es muy observador/a y para nada le gustan que el/la vendedor/a descuide su imagen.
- Atención personal y amable; El/la cliente/a es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos/as lo bien que fue recibido en su negocio y es más probable no solo que regrese sino que traiga a más clientes.
- En la comunicación con el cliente/ la clienta, debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.
- Desarrolle su actitud de servicio: esto le facilitara mantener una actitud positiva al estar trabajando.
- Sonría y el mundo sonreirá con usted: Una sonrisa es una señal de confianza y fomenta la confianza de sus clientes en usted.
- Llámelos por su nombre, pero si no lo recuerda, mejor no lo haga ya que es muy mal visto decirle otro nombre al cliente, es preferible decir señor, señora, señorita.
- Anticipe las necesidades del cliente y busque la forma de mejorar sus servicios.
- Siempre agradezca.
- Preste mucha atención a lo que le dice el cliente.
- Mire a los clientes a los ojos, cuando está hablando con ellos o al escucharlos.
- Conteste las preguntas, de buenas indicaciones, sepa dónde encontrar las cosas, lo que puede ofrecer y lo que no y porqué no.
- Nunca diga “no se” a un cliente y después váyase; averigüe la respuesta y comuníquese la.
- Considere que clase de impresión da, con su imagen y sus gestos.

Claves para la excelencia en el mercado

La excelencia es el proceso que se realiza en busca de la mejora continua, por lo que, siempre se

evoluciona en función de los cambios que se producen en el entorno en el que se aplican. A continuación se presentan algunos de los principales:

- Liderazgo visionario.
- Especialización.
- Diferenciación.
- Segmentar el mercado.
- Posicionamiento.
- Desarrollar su marca personal.
- Orientación hacia el cliente.
- Agilidad.
- Gestión basada en hechos y para la innovación.

Unidad Temática VIII “Trabajando en equipo y venciendo los conflictos”

Ejes temáticos:

1-Conceptos básicos: grupo y equipo, conflicto, mediación, negociación, mejoramiento de vida, autogestión.

2-Estrategias para trabajar en equipo

3-Estrategias para resolver conflictos.

Las 17 leyes incuestionables del trabajo en equipo

Esta es una propuesta de John Maxwell, escritor sobre temas de liderazgo. Este autor propone que es importante centrarse en la consolidación de un equipo que sea ganador.

Según Maxwell, un equipo verdaderamente efectivo es mucho más que la suma de los miembros que lo conforman, sino que comprende un conjunto que se ha constituido y que se desempeña según reglas precisas.

Además, se incentiva a la importancia de contar con una visión, los peligros del egocentrismo y los beneficios de asumir la voluntad del colectivo, entre otras cosas.

1. La ley de lo trascendental

Uno es demasiado pequeño como para pretender hacer grandes cosas.

2. La ley del cuadro completo

La meta es más importante que la participación individual.

3. La ley de la especialización

Cada jugador tiene un lugar donde dar lo mejor de sí.

4. La ley del Monte Everest

A medida que el desafío crece, la necesidad de un trabajo en equipo aumenta

5. La ley de la cadena

Todo equipo es tan fuerte como lo es su eslabón más débil.

6. La ley del catalizador

Los equipos triunfantes tienen jugadores que hacen que las cosas sucedan.

7. La ley de la brújula

La visión da confianza y dirección a los miembros del equipo.

8. La ley de la manzana podrida

Las malas actitudes arruinan al equipo.

9. La ley de la confiabilidad

Cuando de contar se trata, los compañeros de equipo deben poder contar los unos con los otros.

10. La ley del precio

El equipo no logra alcanzar su potencial cuando falla en pagar el precio.

11. La ley de marcador

El equipo puede hacer ajustes cuando sabe dónde está parado.

12. La ley de la banca de apoyo

Los grandes equipos tienen mucha fuerza colectiva.

13. La ley de la identidad

Los valores compartidos definen al equipo.

14. La ley de la comunicación

La interacción aviva la acción.

15. La ley de la ventaja

La diferencia entre dos equipos igualmente talentosos es el liderazgo.

16. La ley de la moral alta

Nada duele cuando se está ganando.

17. La ley de los dividendos

La inversión en el equipo crece mucho a través del tiempo.

Por otro lado, es importante tomar en cuenta que al trabajar en equipo se tienden a generar conflictos, el cual corresponde al choque de intereses, emociones, ideas, valores o acciones entre las personas que conforman el grupo.

Sin embargo, el conflicto no debe considerarse únicamente como una situación negativa, sino que es posible aprovecharla como una oportunidad para mejorar.

Los métodos alternativos de resolución de conflictos

Los métodos más conocidos para la resolución de conflictos son: la negociación, la mediación, la conciliación y el arbitraje.

La negociación es una alternativa que se establece de forma voluntaria e informal, en la cual las partes deben tener el control sobre el proceso y la solución; no requiere una persona intermediaria.

Por otro lado, la mediación corresponde a un procedimiento no adversarial, en el que se le solicita a una persona neutral, que colabore para facilitar la comunicación y guiar el proceso de negociación de manera que sea de beneficio para todas las partes.

En cuanto a la conciliación, esta consiste en que los diferentes intereses de las personas involucradas que por lo general son contradictorias, entren en armonía o acuerdo.

Finalmente, el arbitraje trata de que los diferentes asuntos se sometan a la decisión de una o varias personas que actúan como árbitros.

“El conciliador (a) se distingue del mediador (a) porque puede proponer fórmulas de arreglo que pueden ser aceptadas o no voluntariamente por las partes”.

Otra forma de abordar conflictos “La tercera alternativa”

Stephen Covey planteó una estrategia para la resolución de conflictos tradicional; explicó que la primera opción a la que se recurre siempre es a la propia manera de ver las cosas; la segunda contempla la forma en que la otra persona percibe la situación; por lo que la tercera alternativa es en la que ambas partes temporalmente suspenden sus posiciones y se disponen a un diálogo creativo y asertivo.

Covey establece las siguientes premisas con respecto a la tercera alternativa:

- En el trabajo permite prosperar en la labor o negocio que se desarrolla, conforme la persona se convierte en socio “sinérgico” de otros.
- En el hogar este principio consiste en que se cree un ambiente de positivismo, creatividad y solidaridad, en medio de los conflictos sociales que puedan existir.
- En la escuela se propone la disposición a ir más allá de las discusiones y buscar que las situaciones sean beneficiosas.
- En cuanto a la ley, se aplica de forma que se cambie la cultura de litigio y se pase a una cultura de comprensión, empatía y sinergia.
- En la sociedad se estimula a tomar fuerza y organización para vencer los aspectos

negativos que puedan perjudicar las comunidades, tales como el crimen, la enfermedad, la degradación ambiental y la pobreza.

- En el mundo se incentiva al desarrollo de habilidades pacificadoras y conciliadoras.
- En la vida se propone acerca “vivir in crescendo”, es decir en crecimiento o avance, con la convicción de que siempre se puede mejorar.

Unidad Temática IX “Diferentes tipos de organizaciones para desarrollar proyectos”

Ejes temáticos:

- 1-Conceptos básicos: empresa, organización, proyecto
- 2-Aspectos claves a considerar antes de iniciar una empresa
- 3-Tipos de organización
- 4-Requisitos para la formalización de una empresa

Empresa: Según García J y Casanueva C, (2001) La empresa es una "entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" (pag.3)

Las Organizaciones: Son sistemas sociales diseñados para lograr metas y objetivos por medio de los recursos humanos o de la gestión del talento humano y de otro tipo.

La Administración: Hitt M, Black S y Porter L (2006) en su libro "Administración" definen la administración como "el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en un entorno organizacional" (pag. 8)

Para lo cual se debe de implementar un proceso básico de planificación, organización, dirección, integración y control.

Un proyecto: es un modelo de emprendimiento a ser realizado con las precisiones de recursos, de tiempo de ejecución y de resultados esperados.

Surge como respuesta a la concepción de una "idea" que busca la solución de un problema o la forma de aprovechar una oportunidad de negocio.

Se aplican en todos los ámbitos de la existencia humana, ya que proyectar es mirar hacia el futuro. Una persona sin proyectos, no aspira un progreso personal, y eso es contrario a la naturaleza humana, que tiende a darle un sentido a sus actos.

Aspectos claves a considerar antes de iniciar una empresa

- Tener claro lo que se va a ofrecer.
- Ser realista sobre las posibilidades de éxito que tendrá su empresa.
- Hacer un plan de negocios que incluya: La visión de la empresa, los productos que se ofrecerán, el personal que requerirá, el mercado meta, las estrategias de ventas, la contabilidad y los aspectos legales que se deben de cumplir.
- Poseer una noción básica de contabilidad.
- Contar con dinero para la inversión inicial que se requerirá, para los primeros meses de la empresa.
- Contar con una buena organización y administración, que sea sólida para lograr el éxito.
- Ser capaz de delegar responsabilidades.
- Definir la ubicación.
- Planear sus objetivos paso a paso.

Tipos de organización

Las empresas se pueden clasificar según diversos criterios, los más habituales para establecer una tipología de las empresas son los siguientes:

Según el Sector de Actividad

- **Empresas del Sector Primario:** El elemento básico de la actividad se obtiene directamente de la naturaleza: agricultura, ganadería, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, etc.
- **Empresas del Sector Secundario o Industrial:** Se refiere a aquellas que realizan algún proceso de transformación de la materia prima. Abarca actividades tan diversas como la construcción, la óptica, la maderera, el textil, entre otras.
- **Empresas del Sector Terciario o de Servicios:** Incluye a las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales. Comprende también una gran variedad de empresas, como las de transporte, bancos, comercio, seguros, hotelería, asesorías, educación, restaurantes, entre otros.

Según el Tamaño

Las empresas se clasifican según su tamaño en:

- **Grandes Empresas:** Se caracterizan por manejar capitales y financiamientos grandes, por lo general tienen instalaciones propias, sus ventas son de varios millones de dólares.
- **Medianas Empresas:** En ella intervienen varios cientos de personas y en algunos casos hasta miles, generalmente tienen sindicato, hay áreas bien definidas con responsabilidades y funciones, tienen sistemas y procedimientos automatizados.
- **Pequeñas Empresas:** Las pequeñas empresas son entidades independientes, creadas para ser rentables, que no predominan en la industria a la que pertenecen.
- **Microempresas:** La empresa y la propiedad son de propiedad individual, los sistemas de fabricación son prácticamente artesanales, la maquinaria y el equipo son elementales y

reducidos, los asuntos relacionados con la administración, producción, ventas y finanzas son elementales y reducidos y el director o propietario puede atenderlos personalmente.

Según la Propiedad del Capital

Se refiere a si el capital está en poder de los particulares, de organismos públicos o de ambos. En sentido se clasifican en:

- Empresa Privada: La propiedad del capital está en manos privadas.
- Empresa Pública: El capital le pertenece al Estado, que puede ser Nacional, Provincial o Municipal.
- Empresa Mixta: El capital es compartido entre el Estado y los particulares.

Según el ámbito de Actividad

Esta clasificación resulta importante cuando se quiere analizar las posibles relaciones e interacciones entre la empresa y su entorno político, económico o social. Se clasifican en:

- Empresas Locales: Aquellas que operan en un pueblo, ciudad o municipio.
- Empresas Provinciales: Aquellas que operan en el ámbito geográfico de una provincia o estado de un país.
- Empresas Regionales: Son aquellas cuyas ventas involucran a varias provincias o regiones.
- Empresas Nacionales: Cuando sus ventas se realizan en prácticamente todo el territorio de un país o nación.
- Empresas Multinacionales: Cuando sus actividades se extienden a varios países y el destino de sus recursos puede ser cualquier país.

Según el Destino de los Beneficios

Según el destino que la empresa decida otorgar a los beneficios económicos (excedente

entre ingresos y gastos) que obtenga, pueden categorizarse en dos grupos:

- Empresas con ánimo de Lucro: Cuyos excedentes pasan a poder de los propietarios, accionistas, etc...
- Empresas sin ánimo de Lucro: En este caso los excedentes se vuelcan a la propia empresa para permitir su desarrollo.

Según la Forma Jurídica

La legislación de cada país regula las formas jurídicas que pueden adoptar las empresas para el desarrollo de su actividad. La elección de su forma jurídica condicionará la actividad, las obligaciones, los derechos y las responsabilidades de la empresa. En ese sentido, las empresas se clasifican en términos generales en:

- Unipersonal: El empresario o propietario, persona con capacidad legal para ejercer el comercio, responde de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa.
- Sociedad Colectiva: En este tipo de empresas de propiedad de más de una persona, los socios responden también de forma ilimitada con su patrimonio, y existe participación en la dirección o gestión de la empresa.
- Cooperativas: No poseen ánimo de lucro y son constituidas para satisfacer las necesidades o intereses socioeconómicos de los cooperativistas, quienes también son a la vez trabajadores, y en algunos casos también proveedores y clientes de la empresa.
- Comanditarias: Poseen dos tipos de socios: a) los colectivos con la característica de la responsabilidad ilimitada, y los comanditarios cuya responsabilidad se limita a la aportación de capital efectuado.
- Sociedad de Responsabilidad Limitada: Los socios propietarios de éstas empresas tienen la característica de asumir una

responsabilidad de carácter limitada, respondiendo solo por capital o patrimonio que aportan a la empresa.

- Sociedad Anónima: Tienen el carácter de la responsabilidad limitada al capital que aportan, pero poseen la alternativa de tener las puertas abiertas a cualquier persona que desee adquirir acciones de la empresa. Por este camino, estas empresas pueden realizar ampliaciones de capital, dentro de las normas que las regulan.

Requisitos para la formalización de una empresa

- Para persona física se requiere la cedula de identidad al día.
- Para una persona jurídica, debe de estar inscrita en el Registro Nacional y estar al día con los pagos correspondientes. Pueden estar bajo las siguientes categorías: Sociedad Anónima, Sociedad de Responsabilidad Limitada, Sociedad en Comandita o Sociedad de Nombre Colectivo.
- Inscripción como contribuyente en la Dirección General de Tributación.
- Inscripción como patrono en la Caja Costarricense de Seguro Social.
- Póliza de Riesgos de Trabajo.
- Permiso sanitario de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud.
- Inscripción como PYME ante el Ministerio de economía, industria y comercio.

METODOLOGÍA

La metodología general desde la cual se desarrolla la iniciativa, está fundamentada en los planteamientos básicos de la planificación participativa, la investigación-acción y la pedagogía crítica; esto debido a que lo que se pretende es desarrollar un proceso de fortalecimiento de las capacidades de las personas que participan en el proyecto de emprendedurismo, y se considera que al

promover la participación activa por ende mejora el desarrollo humano de la población meta.

Cabe rescatar que la implementación del proyecto de emprendedurismo se ha planificado por etapas; primeramente la realización de un estudio de línea base con el que se identificaron las necesidades de capacitación de las personas interesadas en el proceso; posterior a esto, se pasa a la etapa de diseño y ejecución de un programa de capacitación en el área de desarrollo humano, que se realizará de junio a diciembre del año 2015, como una etapa preparatoria y de adquisición de habilidades personales y sociales, para que durante el año 2016 se inicie la etapa de capacitación en el área gerencial y administrativa, y en el año 2017 se finalice con una etapa de seguimiento y sostenibilidad de los emprendimientos propuestos en el proceso por parte de los participantes.

Por ser educación popular, se estimula la construcción del conocimiento y el aprendizaje conforme a la vida y a la realidad cotidiana del individuo, es decir desde un enfoque deductivo principalmente, con estrategias que promueven el trabajo en equipo, y la reflexión y elaboración de acciones para la obtención de un desarrollo individual, familiar y comunal.

La modalidad principal desde la que se realiza la capacitación es **taller**, en el cual se desarrollan técnicas variadas tales como video foros, análisis de reflexiones y experiencias, exposición de ideas con respecto a una temática, así como dinámicas que propician el trabajo en equipo; además, se ofrece una charla en la temática por parte de la persona facilitadora.

EVALUACIÓN

La evaluación de este curso, permitirá constatar el avance en el logro de los objetivos, principalmente el fortalecimiento de las capacidades de las personas participantes.

Para los grupos comunales, se empleará una evaluación de tipo sumativa, sin embargo los rubros a calificar no contemplan trabajos extra clase, ni evaluaciones escritas tales como exámenes. Se estipula dar un mayor porcentaje a la asistencia a las sesiones, por lo que se aprueban máximo tres ausencias injustificadas; como respaldo se dispone de un registro de asistencia en cada sesión; además el porcentaje restante se asigna a la participación activa durante las sesiones, así como el interés que muestra la persona con respecto a la realización de su idea productiva, lo cual se refleja en las gestiones que realiza fuera del tiempo del curso para mejorar su idea, capacitarse y buscar apoyo financiero por parte de otras entidades.

El curso se acreditará con certificados de aprovechamiento a los participantes, que reconocen básicamente la participación de los capacitados, mas no se le acredita con un nivel de preparación, ya que el objetivo es que fortalezca habilidades humanas para el desarrollo de su emprendimiento. En el caso de los participantes de los colegios, no se implementará la evaluación sumativa, ya que se cuenta con la asistencia de la mayoría, pues participan en horario estudiantil y no podría excluirse a alguna persona; sin embargo, sí se realizan valoraciones de su nivel de agrado y aprendizaje en cada sesión.

Rubros a evaluar	Porcentaje	Especificaciones
Asistencia	60%	Se comprueba con las listas de asistencia
Participación activa en las sesiones	25%	Por observación, a criterio de la facilitadora
Interés de desarrollar su idea de emprendimiento	15%	A criterio de la facilitadora y cada participante (autoevaluación)

CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN DE SESIONES	
MES	UNIDAD TEMÁTICA
AGOSTO	Tema 1. “Desarrollando seguridad personal y liderazgo empresarial”
	Tema 2. “ Identificando mis habilidades e inteligencia emocional”
SETIEMBRE	Tema 3.”Hábitos de una persona emprendedora”
	Tema 4. “Aprovechamiento efectivo del tiempo para la planificación de mi proyecto de vida”
OCTUBRE	Tema 5.”Conquistando la expresión en público a través de la comunicación asertiva”
	Tema 6. “Excelencia en el mercadeo de mis productos y el servicio al cliente”
NOVIEMBRE	Tema 7.”Trabajo en equipo y venciendo los conflictos”
	Tema 8. “Diferentes tipos de organizaciones para desarrollar proyectos”

COMPROMISO DE LOS PARTICIPANTES

- Asistir a todas las sesiones y de forma puntual, de lo contrario justificar formalmente su ausencia, preferiblemente antes de iniciar la sesión.
- Respetar las reglas que se establecieron en el curso cuando se inició el proceso.
- Acatar instrucciones de la facilitadora y participar activamente de todas las actividades asignadas.
- Aportar ideas para la construcción de aprendizajes en el grupo, así como para el desarrollo de los emprendimientos.

- Mostrar interés por el cambio de actitud y las demás temáticas a desarrollarse en el curso.
- Mostrar perseverancia en la implementación de sus emprendimientos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilar-Morales, J.E. y Vargas-Mendoza, J. E. (2010) *Comunicación Asertiva*. Network de Psicología Organizacional. México: Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C.

Alvarado, M. (2007). José Martí y Paulo Freire: aproximaciones para una lectura de la pedagogía crítica. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 9 (1). Recuperado de

Branden, N. (2009). *Cómo mejorar su autoestima*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Campos, A. (1985) *Introducción a la psicología social* (1ª ed.). San José, Costa Rica: EUNED

Covey, F. (2011). *La 3ra alternativa: Resolviendo los problemas más difíciles de la vida*. USA.

Covey, S. (2003). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva* (1a ed.). Buenos Aires: Paidós.

Erickson, E. (2000). *Ciclo Vital Completo*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Frankl, V. (2004). *El hombre en busca de su sentido*. Barcelona: Herder.

García, J y Casanueva, C. (2001) *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid: McGraw Hill.

Gardner, H. (2011). *Inteligencias múltiples*. La teoría en la práctica. Barcelona: Paidós Ibérica.

Guillén G., C y Guil B, R. (2000). *Psicología del trabajo para relaciones laborales*. Madrid: McGraw Hill

Goleman, D. (1996). *Inteligencia emocional* (4a ed.). Barcelona: Kairos.

Hitt, M. Black, S.y Porter, L. (2006) *Administración*, (9ªed), México: Pearson Educación.

Ideas para Pymes. (2011) *¿Cómo evalúa el cliente tu servicio?* Recuperado de: <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/pymes-atencion-clientes-servicios-comunicacion-mercadotecnia.html>

Instituto Nacional de Aprendizaje (INA) / Pymes Costa Rica Ventana Única. (2015) *Cree su empresa*. Recuperado de <http://www.pyme.go.cr/cuadro2.php?id=1>

Kotler P. Armstrong G. (2007) *Marketing*. Versión para Latinoamérica (11a ed.). México: Pearson educación.

McKernan (2001). *Investigación acción y curriculum*. (2a ed.). Madrid, España: Ediciones Morata, S.L.

Mena, P., y Palacios, H. (2005). *Manual para multiplicadoras/es. Taller de gestión empresarial con perspectiva de género*. San José, Costa Rica: INAMU.

Medios alternativos de resolución de conflictos. Recuperado de: <http://www.monografias.com/trabajos92/medios-alternativos-resolucion-conflictos/medios-alternativos-resolucion-conflictos.shtml>

Moore, C. (1995). *El proceso de Mediación. Métodos prácticos para la resolución de conflictos*. Barcelona: Ediciones Granica.

Riso, W. (2002) *Cuestión de dignidad*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Terry, G (1981), *Principios de administración*, (6ª ed.). Buenos Aires: Editorial El Ateneo.

Thompson, G., Peteraf, M. y Strickland III, A. (2012). *Administración estratégica* (18a ed.). México: McGraw-Hill.

Torrealba, S. y Flores, J. (2009). Percepción de los indicadores de gestión de la empresa Eleoccidente. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura*, 15 (2), 121-140.

Thompson J (2009) *Todo sobre proyectos*. Recuperado de <http://todosobreproyectos.blogspot.com/2009/10/concepto-de-proyecto.html>

Toscano, M. (2005). *La atención al cliente*. Recuperado de: http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/cursos/material_de_apoyo-F-C-CIFH/2MaterialdeapoyocursosCICAP/8ComunicacionEfectivaServicioalCliente/Laatencionalcliente.pdf