



METODOLOGIAS PARTICIPATIVAS COMO PRACTICA PROFESIONAL EN LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACION

PRACTICA PROFESIONAL LA 2023 – TRABAJO DE CAMPO



Alumno: Testa Astigueta, Matias Gabriel

Modalidad: Trabajo de aplicación de conceptos y técnicas de administración en ambiente real

Tutor: Medina, Marcelo



Índice

Contenido

Resumen.....	3
Introducción	5
Situación Problemática	6
Preguntas de Investigación.....	6
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos.....	7
Marco Metodológico.....	7
Marco Teórico.....	8
Desarrollo del proyecto – Taller “Potencia tu Emprendimiento”	12
Situación Inicial	12
Planeación y diseño - Primer Encuentro	14
Conclusiones del Primer Encuentro:.....	18
Planeación y diseño - Segundo Encuentro	20
Conclusiones – Segundo Encuentro	24
Planeación y diseño - Tercer Encuentro	25
Conclusiones – Tercer Encuentro	28
Conclusiones – “Taller potencia tu Emprendimiento”.....	29
Desarrollo del Proyecto - Comunidad Entre Alumnos.....	30
Reunión Inicial	30
Preparación del “Primer Encuentro”	35
Metodologías participativas – Primer Encuentro	36
Resolución “Primer Encuentro”	39
Preparación del “Segundo Encuentro”	40
Metodologías participativas – Segundo Encuentro	41
Formalización y Estrategias a mediano y largo plazo para la comunidad.....	46
Conclusiones Comunidad “Entre Alumnos”	46
Conclusión general del Trabajo de Investigación	48



Encuentros Interprovinciales en búsqueda de retroalimentación	50
Conectando Saberes: Jornada Inter facultades.....	50
XXIX Jornada de Epistemología de las Ciencias Económicas 2023 UBA.....	51
X Simposio de Economía de Comunción de la UBA	52
Apéndice.....	53
1. Capacitaciones “Fundación ACDI”	53
1.1 Material Primer encuentro taller ¡“Potencia tu Emprendimiento!”:.....	53
1.2 Material Segundo encuentro: “¡Organízate con eficacia!”:.....	57
1.3 Material Audiovisual de los Encuentros	59
1.4 Guiones y Videos Promocionales ACDI:.....	59
2. Comunidad “Entre Alumnos”	60
2.1 Primer Encuentro “Entre Alumnos”: Hablar con Impacto, como potenciar tu oratoria”	60
2.2.: Segundo Encuentro “Entre Alumnos”: “Sumérgete al mundo laboral: C.V. y LinkedIn”	61
2.3.: Grabaciones de los Encuentros.....	61
Bibliografía.....	53



Resumen

La Fundación ACDI (Asociación Cultural de Desarrollo Integral) y la Comunidad “Entre Alumnos” de la UNT representan dos enfoques distintos pero relacionados en la búsqueda del crecimiento, desarrollo y la construcción de comunidades sólidas. La Fundación ACDI es una organización sin fines de lucro que se dedica al desarrollo comunitario integral y sostenible en el sur de la provincia de Tucumán. Por otro lado, 'Entre Alumnos' es una comunidad exclusiva para estudiantes y graduados en Administración que busca fortalecer las conexiones y el aprendizaje continuo.

La Fundación ACDI ha identificado obstáculos significativos para los emprendedores locales respaldados por la organización al tratar de llevar sus productos al mercado. Estos desafíos están relacionados con la organización, la viabilidad económica y las estrategias de comercialización. Por otro lado, la Comunidad “Entre Alumnos” se ha enfrentado a la creciente necesidad de establecer una red de contactos sólida y lograr un crecimiento de aprendizaje constante, actual y dinámico.

El objetivo general de este trabajo es formular y evaluar las estrategias de desarrollo comunitario, enfoques empresariales y desafíos enfrentados por la Fundación ACDI y la Comunidad “Entre Alumnos”. Esto se hace con el propósito de identificar lecciones aprendidas y oportunidades de mejora para impulsar el crecimiento sostenible y el desarrollo integral en sus respectivos contextos.

En el marco teórico se abordan las definiciones de las metodologías participativas, donde se exploran estrategias y procesos caracterizados por su enfoque inclusivo hacia la participación de todos los actores involucrados y su influencia en la estructura de la investigación social, como lo expuso Francisco José en 2015. Por otro lado, la Investigación-Acción-Participativa (IAP) se define como una teoría del conocimiento (epistemología) y de la acción (metodología). Según nuestra perspectiva, su contribución más relevante ha sido la reconciliación de las dos principales brechas en el conocimiento científico: la separación entre el sujeto que conoce y el objeto que es conocido, así como entre el análisis y la intervención, tal como propuso Palazón en 1993.

Este estudio utiliza un enfoque mixto que combina perspectivas cualitativas y cuantitativas. Se aplica un diseño anidado concurrente de modelo dominante cualitativo, permitiendo obtener una comprensión profunda de los contextos y perspectivas de los participantes, respaldado por datos cuantitativos objetivos. Las herramientas de recolección de datos incluyen documentos proporcionados por la Fundación ACDI, observación participativa, entrevistas semiestructuradas, bitácoras de campo y encuestas. El análisis se basa en la validación y relevamiento de datos, la triangulación de datos y estadísticas descriptivas para los datos cuantitativos.

Hasta la fecha actual, se han llevado a cabo los tres encuentros planeados en la localidad de “Lamadrid” dándole apertura y cierre al espacio “Taller para Emprendedores”. Un taller cuyo fin de enseñar lecciones específicas en base a metodologías participativas planteadas por los emprendedores llegó a su objetivo.



Además, se realizó el primer encuentro “Entre Alumnos” titulado “Hablar con Impacto: Como potenciar tu Oratoria”. Asimismo, se ha planificado el segundo encuentro denominado “Taller de Orientación Profesional: ¿Como destacar en el mundo laboral?”. Dos hitos en la comunidad de estudiantes que marcaron un antes y después en la formalización y sentimiento de pertenencia de los integrantes.

Estos eventos son objeto de análisis que concluyeron en situaciones iniciales y perspectivas de las propias comunidades fomentando el uso de metodologías participativas para el crecimiento y puesta en práctica en los siguientes encuentros.

Palabras claves: IAP, estrategias de desarrollo, comunidad, metodologías participativas



Introducción

La Fundación ACDI (Asociación Cultural de Desarrollo Integral); conocida organización sin fines de lucro que trabaja en el desarrollo internacional y asistencia técnica por medio de diversas metodologías participativas en las que propone que el individuo moldee la organización en torno a sus necesidades despliega sus esfuerzos con un objetivo claro: fomentar un desarrollo comunitario integral y sostenible.

En el sur de la provincia de Tucumán, específicamente en las localidades de La Madrid, Taco Ralo y Los Pérez, a través de su compromiso en áreas clave como la agricultura, la seguridad alimentaria y el fortalecimiento económico, la fundación trabaja mano a mano con las comunidades locales para impulsar un cambio significativo y duradero.

La Fundación ACDI prevé que, en el poder de la comunidad, es decir, la capacidad de las personas para unirse, colaborar y afectar positivamente su entorno.

Coherentemente con su filosofía, uno de sus principales objetivos es fomentar una sólida red de emprendimiento en cada una de las localidades, buscando promover la comercialización y el desarrollo de una amplia gama de productos elaborados por las propias comunidades en cuestión.

En contraposición, la Comunidad 'Entre Alumnos' se esfuerza por alcanzar sus metas fundamentales, las cuales incluyen fomentar una red de contactos y estimular un desarrollo constante en áreas que enriquezcan la vida profesional y personal de los estudiantes y graduados en Administración

De manera consensuada, dicha Comunidad estudiantil comparte el enfoque del “poder de la comunidad” y centra su enfoque en el crecimiento constante y la consolidación del espacio compartido a medida que evoluciona y se formaliza.



Situación Problemática

A lo largo del transcurso de los años, ACDI llevó a cabo una serie de talleres y actividades en el sur de la provincia con el propósito de impulsar la creación de diversos productos, con la meta de fomentar el espíritu emprendedor y establecer una base económica sólida a través de la comercialización de dichos productos.

No obstante, a pesar de que los miembros interesados de la comunidad local participaron en múltiples programas de capacitación y lograron desarrollar sus propios productos con fines comerciales, se encontraron con obstáculos al intentar introducirlos en el mercado. Surgieron dificultades en la organización, la evaluación de la viabilidad económica, la promoción y la comercialización de los proyectos. ACDI identificó el panorama adverso que enfrentaban estos emprendedores primerizos, lo cual sirvió de base para la concepción de este proyecto.

Por otro lado, la continua demanda de los estudiantes y graduados en Administración de contar con una red de contactos sólida y un espacio recreativo para el encuentro entre miembros se contrapuso con la falta de organización, estrategias de futuro y formalizaciones necesarias para impulsar un crecimiento constante.

Es por ello que surgen las siguientes preguntas de investigación:

Preguntas de Investigación

- ¿Cómo se contrastan las estrategias de la Fundación ACDI para promover emprendimientos locales, respecto a los objetivos de crecimiento continuo y desarrollo de la Comunidad “Entre Alumnos”?
- ¿Cuáles son los obstáculos que enfrentan los emprendedores respaldados por la Fundación ACDI, y de qué manera estos desafíos podrían estar vinculados a cuestiones organizativas, viabilidad económica y estrategias de comercialización?
- ¿Cómo afecta la falta de estructura organizativa, estrategias a largo plazo y formalizaciones en la Comunidad “Entre Alumnos” comparado con la organización y los objetivos de desarrollo de la Fundación ACDI?



Objetivo General

- Evaluar y proponer las estrategias de desarrollo comunitario por la Fundación ACDI y la Comunidad “Entre Alumnos”, con el propósito de identificar lecciones aprendidas y oportunidades de mejora para impulsar el crecimiento sostenible y el desarrollo integral en sus respectivos contextos.

Objetivos Específicos

- Identificar estrategias de la Fundación ACDI para fomentar el desarrollo sostenible en emprendimientos locales, comparándolas con los objetivos de la Comunidad “Entre Alumnos”.
- Releva los obstáculos enfrentados por emprendedores locales respaldados por la Fundación ACDI al introducir sus productos en el mercado, proponiendo soluciones para superar estas barreras.
- Reconocer la gestión interna de la Comunidad “Entre Alumnos”, señalando áreas de mejora en términos de organización y estrategias a largo plazo, ofreciendo recomendaciones para un crecimiento sostenible.

Marco Metodológico

- Enfoque: Mixto

El enfoque para abordar el trabajo se da con perspectivas tanto cualitativas como cuantitativas considerando las herramientas de recolección de datos y datos percibidos a analizar.

Buscando en el aspecto cualitativo encontrar la amplitud del contexto situacional propio de las comunidades. Tal como el punto de vista de los participantes del ambiente académico de la Facultad de Ciencias Económicas tanto como el propio de la comunidad de emprendedores de La Madrid, el estudio y transmisión de las diferentes materias que buscan transferir y nuestra propia interacción con el medio.

A su vez, tenemos presente que un enfoque *cuantitativo* enriquecerá la investigación. La perspectiva objetiva de dicha rama nos ofrecerá datos concretos de avances en la investigación, aportándonos números y cifras concretas de progresos en dicho proyecto sobre los investigadores, dándonos indicios iniciales, intermedios y finales sobre el punto situacional en el que nos encontramos inmersos en cada paso de la investigación, siendo clave para evaluar correcciones y ajustes objetivos en el plan de acción.

- Diseño: Anidado concurrente de modelo dominante cualitativo

Este tipo de diseño nos otorgará un punto de vista claro cualitativo sobre el contexto situacional propio de los diferentes miembros de la comunidad estudiantil como local de La Madrid, así como los aspectos comerciales y estratégicos presentes



y posibles planes de acción del sur de la provincia.

A su vez nos otorgara un punto de vista prometedor sobre la recreación de la comunidad en base a expectativas y enfoque provisto otorgado por los alumnos y licenciados en Administración, anidamos el aspecto cuantitativo al eje central cualitativo para lograr obtener una visión diferente y objetiva que aporte información relevante a la investigación.

- Herramientas de recolección de datos:
 - Documentos y datos recolectados propuestos por la fundación ACDI
 - Observación participativa
 - Encuestas
 - Historial de los Alumnos
- Análisis de datos:
 - Validación y relevamiento de datos.
 - Triangulación de datos
 - Bitácora de análisis
 - Estadísticas descriptivas
 - Nube de Palabras
 - FODA

Marco Teórico

Metodologías Participativas

Según Francisco José (2015) las metodologías participativas se conciben como una estrategia o proceso transversalizado por la concepción abierta a la participación de todos los actores involucrados y también como procesos que atraviesan la estructura de la investigación social. Estos dos ámbitos de actividad (el proceso participativo y las fases que componen la investigación) caminan de forma articulada y estrechamente vinculada, en unos momentos de forma fásica, en otros de forma paralela, y finalmente en otros de manera conjunta.

Metodologías Implicativas

Definidas como procesos investigadores que incluyen negociaciones y participación plural en procesos complejos de diagnóstico, análisis y acción social (Alberich, 2008)

Investigación-Acción-Participativa (IAP)

Supone, en palabras de Palazón (1993), “una teoría del conocimiento



(epistemología) y de la acción (metodología). Su mayor aportación, a nuestro juicio, ha sido volver a soldar las dos grandes rupturas del conocimiento científico [...]: sujeto cognoscente-objeto cognoscible y análisis-intervención”.

Desde otros acercamientos, la IAP es y ha sido considerada, como cualquier método de investigación, como una opción de conocimiento investigador capaz de generar nuevas teorías y metodologías en el acervo de las ciencias sociales, primando en este caso la elección de este enfoque por su potencialidad diferencial para afrontar el análisis complejo de la realidad social.

Montañés (2009) describe una de las premisas fundamentales de la IAP argumentando: todo conocimiento producido es útil en tanto en cuanto sirva para aportar soluciones a los asuntos con los que la población vinculada a la investigación se enfrenta-

Por su parte, Basagoiti, Bru y Lorenzana (2001) sostienen: la IAP “es al mismo tiempo una metodología de investigación y un proceso de intervención social; propone el análisis de la realidad como una forma de conocimiento y sensibilización de la propia población, que pasa a ser, a través de este proceso, sujeto activo y protagonista de un proyecto de desarrollo y transformación de su entorno y realidad más inmediatos”

El poder de la Comunidad

Según Sarason (1974) y McMillan y Chavis (1986) hace referencia a la capacidad colectiva de un grupo de personas para influir, colaborar y lograr objetivos comunes. Implica la idea de que cuando las personas se unen y trabajan juntas, pueden generar un impacto significativo en diferentes áreas de la sociedad, desde lo social y económico hasta lo político y cultural.

El poder de la comunidad a menudo se manifiesta a través de la participación activa, la solidaridad, la colaboración y la capacidad de generar cambios positivos. Las comunidades fuertes pueden abogar por sus necesidades, defender causas importantes, proporcionar apoyo mutuo y crear un sentido de identidad y pertenencia.

Economía de Comuni3n

Chiara Lubich desarrolló y presentó la idea de la Economía de Comuni3n en la década de 1990. La idea general hace referencia a la creaci3n y gesti3n de empresas que, adem3s de ser econ3micamente viables y eficientes, tambi3n se centran en la solidaridad y en compartir los beneficios con la comunidad. Est3 arraigada en principios 3ticos y valores sociales, promoviendo un enfoque m3s humano y solidario de la actividad econ3mica.

La EdC busca combinar eficiencia econ3mica con solidaridad y compartir los frutos de la actividad empresarial para el bien com3n. Se enfoca en la idea de que las empresas pueden contribuir al desarrollo integral de la persona y la sociedad.



Pilares de la Economía de Comunión

La Economía de Comunión (EdC) se fundamenta en tres pilares clave:

1. Comunión:

Relaciones fraternas: Basada en la fraternidad y reciprocidad (Chiara Lubich, Movimiento de los Focolares, década de 1990).

Compartir: Propugna compartir los beneficios no solo entre dueños, sino con empleados y la comunidad (Chiara Lubich, década de 1990).

2. Cultura de dar:

Generosidad y gratuidad: Promueve una cultura empresarial generosa (Luigino Bruni y Stefano Zamagni, "Economía de Comunión: una nueva cultura", década de 1990).

Bien común: Busca contribuir al bien común mediante la producción y la caridad (Luigino Bruni y Stefano Zamagni, década de 1990).

3. Justicia:

Distribución equitativa: Aboga por una distribución justa de beneficios (Luigino Bruni y Stefano Zamagni, década de 1990).

Respeto a la dignidad humana: La justicia está vinculada al respeto por la dignidad humana (Chiara Lubich, década de 1990).

Estos principios éticos buscan transformar la actividad económica en una fuerza positiva para el bienestar humano y la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

Participación Ciudadana:

La teoría de la participación ciudadana, propuesta por Sherry Arnstein en 1969, destaca la importancia de involucrar a los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones que afectan sus vidas. Arnstein desarrolló la "Escala de Participación Ciudadana", que va desde la manipulación y la terapia hasta la plena ciudadanía. Esta teoría subraya que la participación auténtica implica no solo recibir información o ser consultado, sino tener un impacto real en las decisiones y políticas que afectan a la comunidad.

Teoría de la Acción Comunicativa:

Jürgen Habermas, en su obra "Teoría de la Acción Comunicativa" (1981), postula que la comunicación efectiva es esencial para la toma de decisiones democráticas y el entendimiento mutuo en la sociedad. Su teoría destaca la importancia de un discurso racional y libre de distorsiones para lograr un consenso legítimo. En el contexto de metodologías participativas, esta teoría resalta la necesidad de crear espacios comunicativos donde los participantes puedan expresar sus opiniones de manera abierta y constructiva.

Teoría del Cambio Social:

La teoría del cambio social, influenciada por Kurt Lewin en la década de 1940,



sostiene que las comunidades pueden contribuir a cambios positivos a través de la participación activa. Lewin desarrolló el concepto de "descongelar, cambiar y volver a congelar" para describir el proceso de transformación social. En el ámbito de metodologías participativas, esta teoría subraya la capacidad de las comunidades para desafiar el statu quo y ser agentes de cambio en la construcción de soluciones sostenibles.

Empoderamiento Comunitario:

La teoría del empoderamiento comunitario, desarrollada por Rappaport y Zimmerman en la década de 1980, se centra en fortalecer a las comunidades para que tomen control sobre sus propias vidas y mejoren su bienestar. En el contexto de metodologías participativas, esta teoría destaca la importancia de proporcionar a las comunidades las herramientas y el conocimiento necesarios para influir en las decisiones que las afectan. El empoderamiento comunitario reconoce la capacidad intrínseca de las comunidades para ser agentes activos en la mejora de sus condiciones de vida.



Desarrollo del proyecto – Taller “Potencia tu Emprendimiento”

Situación Inicial

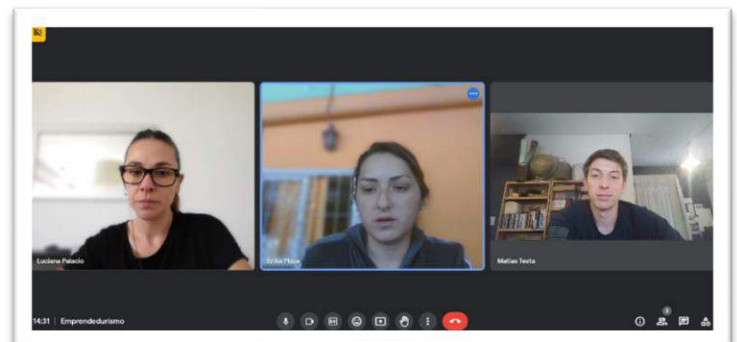
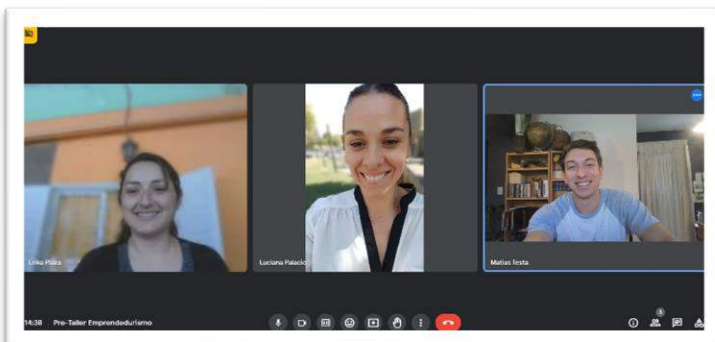
Como miembro activo del equipo de ACDI, se participó en la elaboración de un proyecto con un claro propósito: desarrollar un taller dedicado a residentes de Taco Ralo, Los Pérez y La Madrid. El objetivo principal era ampliar sus conocimientos en áreas emprendedoras, abordando temas como motivación y disciplina emprendedora, marketing, costos y organización a lo largo de tres encuentros participativos y dinámicos.

Las sesiones se llevaron a cabo de manera virtual a través de Google Meet, aprovechando la tecnología disponible para superar las limitaciones de tiempo y la considerable distancia entre los miembros involucrados en las reuniones, entre ellos, Erika, Luciana y Matías.

Se establecieron objetivos específicos para cada uno de los tres encuentros con el fin de garantizar la efectividad y consolidación de un taller productivo. La meta era crear un ambiente en el cual el aprendizaje fuera altamente enriquecedor para la formación tanto personal como profesional de los participantes de La Madrid.

A lo largo de tres reuniones virtuales o las fehacientemente llamadas “Puestas en común”, consolidadas cada una con una semana de por medio se pactaron los siguientes puntos principales:

- Planeación y diseño del primer encuentro
- Diagrama de Gantt de los próximos tres meses
- Video Promoción encuentro
- Establecimiento de lugar, fecha y hora del “Primer Encuentro”



Fuente: Propia. Reuniones de planificación.



Diagrama de Gantt propuesto

Metodologías Participativas como Practica Profesional en Administracion	Duración del Proyecto (Semanas)											
	Septiembre				Octubre				Noviembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 PLANIFICACIÓN GENERAL												
1.1 Analisis de Fuentes Secundarias	■											
1.2 Planificacion General del Taller	■	■										
1.3 Planificacion Primer Encuentro		■	■									
2 PRIMER ENCUENTRO												
2.1 Primer Encuentro				■	■							
2.2 Análisis de datos obtenidos mediante bitacora de campo				■	■							
2.3 Documentación de Información				■	■							
2.4 Planificación Segundo Encuentro					■	■						
3 SEGUNDO ENCUENTRO												
3.1 Segundo Encuentro						■	■					
3.2 Análisis de datos obtenidos mediante bitacora de campo						■	■					
3.2.1 Documentación de Información						■	■					
3.2.2 Triangulación de datos						■	■					
3.3 Planificación Tercer Encuentro							■	■				
4 TERCER ENCUENTRO												
4.1 Tercer Encuentro									■	■		
4.2 Análisis de datos obtenidos mediante bitacora de campo									■	■		
4.3 Documentación de Información									■	■		
4.4 Triangulación de datos									■	■		
5 DOCUMENTACIÓN												
5.1 Registro y Triangulación de resultados										■	■	
5.2 Elaboracion y presentación de informe final										■	■	■

Fuente: Propia. Diagrama de Gantt



Planeación y diseño - Primer Encuentro

Objetivos:

- Realizar una evaluación inicial de los diversos emprendimientos en torno a producto, medios de venta, servicio otorgado, grado de personalización.
- Conocer el contexto, punto de vista y visión a futuro de los emprendedores
- Descubrir la relación entre los diferentes emprendedores.

Uso de Metodologías Participativas como herramienta y comunicación:

Dado los objetivos pactados, se dividió la organización del primer encuentro en cinco puntos principales (*Apéndice 1.1: Material Primer encuentro taller: ¡“Potencia tu Emprendimiento!”*):

- Punto inicial: Presentación del coordinador del taller, dictado de puntos principales, motivacionales y emocionales de los emprendimientos:
 - Fomentar el intercambio y la colaboración para mejorar los emprendimientos.
 - Enfatizar la importancia de la reflexión, identificación de fortalezas y debilidades, así como el aprendizaje mutuo.
 - Abordar durante la charla la introspección en el emprendimiento.
 - Subrayar la superación de fracasos como un elemento clave.
 - Resaltar la importancia de la visión a largo plazo.
 - Invitar a los participantes a contribuir activamente en este proceso de construcción conjunta."

Metodología Participativa: “¡Buen día! Me presento...”: La idea principal de esta dinámica es que los emprendedores o futuros emprendedores se presenten a ellos mismos y sus proyectos a través de un dibujo a libre albedrío.

- Reflexión sobre 4 ejes principales de un emprendimiento: Transmisión de conocimientos y reflexión sobre los considerados cuatro puntos principales y sus respectivas características en un emprendimiento: Producto, Servicio, Canales de venta, Organización.

Metodología Participativa: “Realiza tu FODA”: Buscamos que cada uno de los emprendedores identifique su fortaleza, debilidad, oportunidad y amenaza tanto de ellos como líderes y dueños del emprendimiento como del propio emprendimiento con el fin de realizar una introspección propia de su punto de partida y a su vez, interiorizar como investigador los puntos fuertes o francos considerados por los miembros. A su vez buscamos que entre los debatan y lleguen a múltiples conclusiones sobre las diferentes posibilidades y amenazas que adoptan en conjunto considerando su contexto tal como fortalezas y debilidades que observan en el otro debido a que se conocen con anterioridad.



- Reflexión sobre trabajo conjunto y devolución: Buscamos la reflexión sobre la sinergia, trabajo en equipo, colaboración, comunicación y la gran oportunidad de tomar ventaja sobre las fortalezas y salvar las debilidades de los compañeros.

El último punto a considerar, conlleva la devolución de los miembros participantes al coordinador.

Video Promoción – Primer Encuentro

En búsqueda de concretar un primer encuentro alentador, con participantes entusiasmados y amplia convocatoria, realizamos un video publicitario para alentar la participación, el cual sería compartido en un futuro en las redes sociales de la fundación y propias de la ciudad de La Madrid. (*Apéndice 1.4: Guiones y Videos Promocionales ACDI*)

En el mismo se describe:

- Presentación del coordinador general
- Descripción general del primer encuentro
- Punto de encuentro: CIC La Madrid
- Fecha de encuentro: 30/09/2023
- Horario: 09:30 hs



Fuente: Fundación ACDI. Imágenes del video promocional ACDI.



Bitácora de Campo: Taller de Emprendedurismo - Primer Encuentro

A continuación, se presenta la bitácora de campo realizada en el primer encuentro del taller “Potencia tu Emprendimiento”:

Fecha y Hora: 30/09/2023 | 09:30 hs

Lugar: CIC La Madrid (Descripción General: Una habitación del tamaño de un aula con 20 sillas, una pizarra, y dos mesas grandes donde ACEDI proporcionó un desayuno para los participantes.)

Cantidad de Participantes: 17

Imágenes y videos del encuentro: *Apéndice 1.3.: Material Audiovisual de los Encuentros*

Observaciones Iniciales y Representaciones Gráficas: Al inicio del taller, los emprendedores se presentaron y compartieron sus emprendimientos actuales o ideas del mismo, los cuales fueron representados mediante dibujos realizados en el punto dos del encuentro. Entre los rubros mencionados se encuentran:

- Venta de ropa
- Producción y venta de repostería
- Venta de comida rápida
- Venta de artículos para celulares
- Producción caprina y venta de productos derivados
- Venta de productos holísticos
- Venta de accesorios de moda
- Venta de artículos desechables
- Personas interesadas en emprender en la venta de helados, pizzas y minisúper.

Participación Activa: Los participantes fueron sumamente participativos en todo momento, compartiendo experiencias personales entre risas y reflexiones.

Luego de las presentaciones generales y la breve descripción de los “Cuatro pilares del emprendimiento”, se exploró el perfil de cada emprendedor, fomentando una reflexión sobre las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas relacionadas con sus trabajos.



ANALISIS FODA PRIMER ENCUENTRO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Buena atención al cliente.	No considerar los costos de la jornada de trabajo al establecer precios.
Carisma y disponibilidad.	Falta de control de los gastos del negocio.
Dedicación al emprendimiento.	Dificultad para delegar tareas.
Deseo de crecimiento y gestión proactiva.	Desafío de manejar la diversidad de clientes, especialmente cuando los productos son personalizados según las solicitudes.
Habilidad para conseguir artículos diferenciados.	Dificultad para realizar la organización del inventario
Enfoque en la distinción de productos para cada cliente, entre otros.	Dificultad para realizar planificaciones a corto y mediano plazo
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Trabajo conjunto entre los participantes asistentes.	Inflación pertinente en Argentina.
Realización de una feria en la plaza principal para darse a conocer.	Inestabilidad del país.
Rápido crecimiento de emprendimientos exitosos.	Competencia proveniente de ciudades vecinas.
Facilidad de capacitación a través de internet.	
Difusión masiva por redes sociales.	

Fuente: Propia. FODA emprendedor, Primer Encuentro.

Reflexión sobre Trabajo Conjunto: Durante la sesión, se profundizó en la importancia del trabajo conjunto, la sinergia, la comunicación y la colaboración. Se resaltó la necesidad de aprovechar las fortalezas individuales para superar las debilidades colectivas.

Devolución y Expectativas Futuras: En general, las personas se describieron muy conformes y participes del primer encuentro. Se dieron cuenta de que en el trabajo conjunto podían obtener una sinergia muy fructífera. Asimismo, quedaron expectantes del próximo encuentro y expresaron su interés en las siguientes temáticas:

- Cálculo de costos de productos.
- Organización eficiente del emprendimiento.
- Desarrollo de habilidades para solicitar ayuda.
- Estrategias de marketing, difusión y propaganda.
- Disciplina y gestión del tiempo en el emprendimiento.



Se decidió que la temática del segundo encuentro sería sobre "**Organización de tiempos y costos de tu emprendimiento**".

La retroalimentación proporcionada será fundamental para mejorar futuras sesiones y adaptar el contenido según las necesidades expresadas por los emprendedores.

Conclusiones del Primer Encuentro:

El primer encuentro del Taller de Emprendedurismo, realizado el 30/09/2023 en el CIC La Madrid, fue un evento sumamente enriquecedor y participativo, con la presencia de 17 emprendedores provenientes de diversos rubros.

1. Diversidad Emprendedora: La diversidad de emprendimientos presentes, desde la venta de ropa hasta la producción caprina y la oferta de productos holísticos, generó un ambiente enriquecedor que permitió a los participantes compartir experiencias y puntos de vista desde distintas perspectivas.
2. Humanización de Emprendedores: La dinámica inicial, donde cada emprendedor no solo describió su negocio, sino que compartió anécdotas personales, logró humanizar a los participantes. Esto contribuyó a crear un ambiente cálido y propicio para el intercambio de ideas.
3. Fortalezas y Debilidades Individuales: Durante las presentaciones, se destacaron tanto las fortalezas como las debilidades de cada emprendedor. Desde la dedicación y atención al cliente hasta los desafíos financieros y de gestión, cada uno pudo reflexionar sobre su situación actual.
4. Expectativas y Feedback Positivo: Las expectativas futuras expresadas por los participantes para los próximos encuentros revelaron un interés marcado en temas clave, como el cálculo de costos, la organización eficiente del emprendimiento y estrategias de marketing. Además, el feedback general fue positivo, destacando la participación activa y la oportunidad de trabajar de manera conjunta.
5. Oportunidades y Amenazas Identificadas: A través del análisis FODA, se identificaron oportunidades, como el trabajo conjunto entre los participantes y la posibilidad de realizar una feria en la plaza principal. Asimismo, se reconocieron amenazas relacionadas con la situación económica y la competencia de ciudades vecinas.
6. Sinergia y Trabajo Conjunto: La reflexión sobre la importancia del trabajo conjunto, la sinergia, la comunicación y la colaboración resaltó la necesidad de aprovechar las fortalezas individuales para superar desafíos comunes.



La interacción activa entre los participantes fue evidente a lo largo de la sesión.

7. Expectativas para el Próximo Encuentro: La elección de la temática "Organización de tiempos y costos de tu emprendimiento" para el próximo encuentro refleja la voluntad de abordar aspectos prácticos y fundamentales para el éxito empresarial.

En resumen, el primer encuentro sentó las bases para un proceso de aprendizaje colaborativo y enriquecedor. Las conclusiones reflejan el compromiso de los emprendedores y anticipan un desarrollo positivo en las futuras sesiones del taller.



Fuente: Propia. Fotografías del Primer Encuentro



1. Introducción:

El orador se presenta y utiliza la metodología participativa de presentación individual, fomentando que cada participante comparta su nombre y su emprendimiento.

Metodologías Participativas: Se implementa la técnica de presentación grupal para construir una conexión inicial y establecer un ambiente participativo. Además, se solicita a los participantes comentarios sobre el primer encuentro, estimulando la retroalimentación activa.

2. Comentar sobre el Tema - Organización:

Destaca la importancia de la organización y pide a los participantes comentar sobre diversos aspectos relacionados, como gestión, formalidad, jerarquía y roles.

Metodologías Participativas: Involucra a los participantes en la discusión de Objetivos SMART, fomentando la participación activa y la reflexión sobre la organización en sus propios emprendimientos.

3. Dinámica - Identificación en el Emprendimiento:

Propone una dinámica donde los participantes identifican roles, funciones y elementos de la cultura organizacional en sus emprendimientos.

Metodologías Participativas: Utiliza actividades de reflexión grupal para incentivar la participación activa y la aplicación práctica de los conceptos discutidos.

4. Aprendizaje:

Discute Factores Claves de Éxito (FCE) y estrategias de control de gastos, guiando a los participantes en la reflexión sobre sus propias experiencias.

Metodologías Participativas: Implementa la técnica de lluvia de ideas para abordar los FCE y promueve la participación activa al guiar a los emprendedores en compartir estrategias y experiencias sobre control de gastos.

5. Dinámica de Compartir Desafíos:

Invita a los dueños de emprendimientos a compartir desafíos, y otros participantes ofrecen retroalimentación y soluciones.

Metodologías Participativas: Fomenta el aprendizaje colaborativo mediante una dinámica que propicia la participación activa de los emprendedores, creando un espacio para la colaboración y el intercambio de ideas.



6. Charlar Tema Feria:

Propone discutir el nombre del espacio de feria, trabajando en la identidad del mismo.

Metodologías Participativas: Utiliza una metodología participativa al preguntar a los participantes cómo les gustaría llamar a los espacios de feria, involucrándolos en la construcción de la identidad del evento.

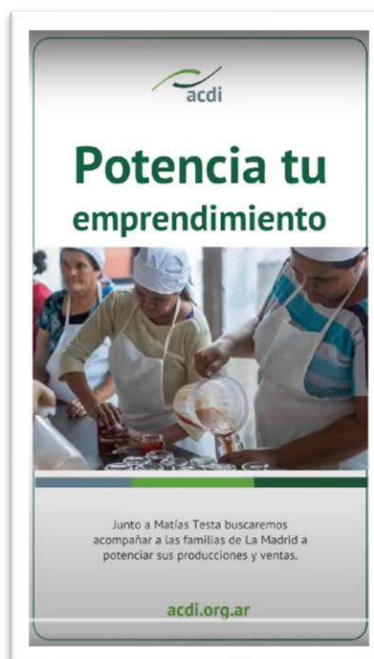
7. Reflexiones y Próximo Encuentro:

Introduce el tópico del próximo encuentro: Marketing

Video Promoción – Segundo Encuentro

En búsqueda de concretar un segundo encuentro, alentando a mayor participación y nuevos emprendedores entusiasmados, realizamos un video publicitario para alentar la asistencia al encuentro, el cual sería compartido en un futuro en las redes sociales de la fundación y propias de la ciudad de La Madrid. (*Apéndice 1.4: Guiones y Videos Promocionales ACDI*). En el mismo se describe:

- Presentación del coordinador general
- Breve relato del Primer Encuentro: “Potencia tu Emprendimiento”
- Descripción general del Segundo encuentro “Organiza con Eficacia”
- Introducción a la futura feria de emprendimientos en La Madrid
- Punto de encuentro: CIC La Madrid
- Fecha de encuentro: 21/10/2023
- Horario: 09:30 hs





Fuente: Fundación ACDI. Video Promocional “Segundo Encuentro”

Bitácora de Campo: Taller de Emprendedurismo – “Organízate con eficacia”

A continuación, se presenta la bitácora de campo realizada en el segundo encuentro del taller “Potencia tu Emprendimiento”:

- Fecha y Hora: 21/10/2023 | 09:30 hs
- Lugar: CIC La Madrid (Una habitación del tamaño de un aula con 20 sillas, una pizarra, y dos mesas grandes donde ACDI proporcionó un desayuno para los participantes.)
- Cantidad de Participantes: 9
- Imágenes y videos del encuentro: *Apéndice 1.3*

Resumen de la Capacitación:

1. Introducción y Conexión Inicial:

La clase comenzó con una cálida introducción de Matías Testa, fomentando la participación activa desde el inicio mediante una dinámica de presentación individual. Esta actividad creó un ambiente colaborativo y propicio para el intercambio.

2. Retroalimentación del Primer Encuentro:

Los emprendedores expresaron de manera significativa sus recuerdos y experiencias del primer encuentro, estableciendo una conexión valiosa con las sesiones anteriores.

3. Enfoque en Organización - Reflexión y Participación Activa:

Se abordó la importancia de la organización en los emprendimientos, destacando aspectos como la gestión, la formalidad, la jerarquía y los roles. La metodología participativa, incluida la reflexión sobre Objetivos SMART, permitió a los participantes aplicar directamente estos conceptos a sus negocios.

4. Dinámica de Identificación en el Emprendimiento:

La dinámica de identificación en el emprendimiento resultó ser un punto álgido. Los participantes reflexionaron sobre roles, funciones y elementos culturales en sus empresas, fomentando la interacción y el intercambio de experiencias en un espacio de aprendizaje colaborativo.

5. Factores Claves de Éxito y Estrategias de Control de Gastos - Lluvia de Ideas Participativa:

La discusión sobre Factores Claves de Éxito (FCE) y estrategias de control de gastos fomentó una lluvia de ideas participativa. La participación activa se evidenció



en las experiencias compartidas y las sugerencias prácticas para mejorar la eficiencia y sostenibilidad financiera de los emprendimientos.

6. Dinámica de Compartir Desafíos - Apoyo Mutuo:

La dinámica de compartir desafíos generó un ambiente de apoyo mutuo. Los dueños de emprendimientos compartieron desafíos específicos, mientras que otros participantes ofrecieron retroalimentación y soluciones concretas, fortaleciendo la conexión entre los emprendedores.

7. Propuesta para la Feria de Emprendedores - Creatividad y Trabajo Colaborativo:

La propuesta para la feria de emprendedores reveló la creatividad de los participantes. La necesidad de gestionar en conjunto los aspectos logísticos resaltó la importancia del trabajo colaborativo y comunitario.

8. Anuncio del Próximo Encuentro - Expectativas y Anticipación:

Se anunció la temática del próximo encuentro: "Marketing y Marketing Digital". La anticipación y el interés fueron palpables entre los emprendedores, quienes se mostraron ansiosos por explorar estrategias de promoción.

Conclusiones – Segundo Encuentro

1. Participación Activa y Conexión Inicial:

Las dinámicas iniciales fomentaron la participación activa, estableciendo una conexión efectiva entre los emprendedores.

2. Metodologías Participativas:

La aplicación de metodologías como Objetivos SMART y dinámicas identificativas resultó efectiva para involucrar a los participantes en la aplicación práctica de conceptos clave.

3. Aprendizaje Colaborativo y Retroalimentación:

El aprendizaje colaborativo, destacado en la dinámica de compartir desafíos, facilitó un intercambio efectivo de experiencias y fortaleció la retroalimentación entre los emprendedores.

4. Creatividad y Trabajo Colaborativo:

La propuesta creativa para la feria subrayó la importancia del trabajo conjunto, reforzando la conexión comunitaria entre los participantes.

5. Enfoque Estratégico para Próximos Encuentros:



La anticipación hacia la temática futura sobre "Marketing y Marketing Digital" señala una disposición positiva para explorar estrategias avanzadas.

6. Reflexiones y Red de Apoyo Continua:

Las reflexiones finales evidencian que los encuentros cumplen su objetivo de generar reflexión, intercambio y construcción de una red de apoyo continua.

Estas conclusiones subrayan el impacto positivo del enfoque participativo en la dinámica de aprendizaje y fortalecimiento comunitario entre los emprendedores.



Fuente: Fundación ACDI. Segundo Encuentro

Planeación y diseño - Tercer Encuentro

Habiendo concluido, analizado y recolectado devoluciones del primer y segundo Encuentro "Potencia tu emprendimiento" y "Organízate con Eficacia" se dio lugar a la elaboración del tercer y último encuentro del taller emprendedor.

El contenido y tópico del mismo se dará considerando los análisis fehacientemente realizados anteriormente por el orador principal (Matias Testa), consultorías con las trabajadoras sociales y la información recabada mediante entrevistas y opiniones diversas consideradas de los propios participantes.



El encuentro se realizará el día Sábado 25 de noviembre del corriente año en el CIC de Lamadrid a las 9:30 am. Y será titulado “¿Llamamos un poco la atención?”

El contenido del tercer encuentro será centrado en el marketing, comercialización, ventas y en menor medida marketing digital. El contenido será principalmente basado en:

1. ¿Qué es el marketing?:

Realice una pequeña introducción al tema del día, “marketing” con el fin de adentrarnos y empezar a tomar consciencia sobre este concepto tan importante relacionado a la comunicación, comercialización, ventas, imagen y marca.

2. Segmentación del público objetivo:

El punto principal hace referencia a:

- La importancia de la segmentación de mercado en emprendimientos “afinar la mira”
- ¿Cómo identificar a nuestro público objetivo? Demográficamente, edad, genero, pasatiempos, creencias, cultura, etc.

3. Unidad de negocio, oficio y visión:

Explicación de conceptos, con el fin de apelar a la comunicación emocional (oficio) del público objetivo. A fin de “Apelar a comunicar la solución de la necesidad, no al producto en sí”.

4. Propuesta de valor:

Desarrollo de propuesta de valor convincente, diferenciada, coherente, oportunista y creativa, en base a:

- ¿Qué tengo de diferente a mi competencia?
- ¿Cómo me puedo diferenciar? ¿Cómo hacer que se perciba esta diferencia?
En torno a: Publicidad, slogan, servicio, seguimiento.

5. Canales de venta:

Diferentes medios o rutas a través de las cuales un emprendimiento distribuye y vende sus productos y servicios. ¿De qué manera podemos ampliar nuestros canales? ¿Cuáles son y serán los máspreciados en torno a nuestro público objetivo?

6. Estrategias comerciales basadas en propuesta de valor, comunicación y público objetivo:

En base a la segmentación de público objetivo, el oficio, la propuesta de valor y los canales de venta disponibles se expondrán las diferentes estrategias de comunicación de los emprendimientos potenciales.

7. Embudo de ventas:



Explicación del modelo conceptual que describe las etapas que atraviesa un cliente potencial desde el conocimiento inicial de un producto o servicio hasta la compra final. Se le llama "embudo" porque, visualmente, la forma del modelo se asemeja a un embudo, con un amplio comienzo que se estrecha a medida que los prospectos avanzan en el proceso. Las ideas básicas del embudo son:

- Cuanta más gente entra, más gente convierte y fideliza.
- Si mejoro las herramientas, el embudo se hace más eficaz.
- ¿Cómo mejoramos las herramientas?
 - o Aprendiendo de cursos, videos, internet.
 - o Benchmarking
 - o Prueba y error

8. Técnicas de persuasión para ventas

Estrategias y métodos utilizados para influir en las decisiones de compra de los clientes y lograr que tomen acciones deseadas. Estas técnicas son fundamentales para convencer a los clientes potenciales de que adquieran un producto o servicio.

Analizaremos de forma superficial las siguientes:

- Reciprocidad
- Prueba social
- Autenticidad
- No exagerar
- Escasez
- Personalización
- Autenticidad

A partir de este modelo teórico se sumarán las siguientes estrategias participativas tales como:

- Estudio de la teoría aplicada a cada uno de los casos personales de los emprendedores.

Cada uno de los puntos tratados anteriormente será analizado y compartido por el emprendedor en cuestión, con el fin de que cada uno de ellos sepa aplicar la teoría y corroborando que lo puedan llevar a la práctica. Se dictarán dinámicas intermediando la teoría para dar espacio a ideas, reflexiones y compartir pensamientos entre los emprendedores.

- Estudiar y reflexionar en conjunto estrategias de marketing específicas y a la medida de los emprendimientos.

Luego de aplicar la teoría en cada uno de los emprendimientos para identificar los elementos principales, trabajaremos y profundizaremos fehacientemente en las estrategias a llevar a cabo para lograr un marketing coherente, firme e innovador en los emprendimientos. Llevando todo lo dado en el encuentro al terreno de la práctica.



Bitácora de Campo: Taller de Emprendedurismo – “Organízate con eficacia”

A continuación, se presenta la bitácora de campo realizada en el tercer encuentro del taller “Potencia tu Emprendimiento”:

- Fecha y Hora: 25/11/2023 | 09:30 hs
- Lugar: CIC La Madrid (Una habitación del tamaño de un aula con 20 sillas, una pizarra, y dos mesas grandes donde ACDI proporcionó un desayuno para los participantes.)
- Cantidad de Participantes: 7
- Imágenes y videos del encuentro: *Apéndice 1.3*



Fuente: Fundación ACDI. Tercer Encuentro

Conclusiones – Tercer Encuentro

1. Participación y Compromiso:

Se destaca el compromiso de los participantes que llegaron al tercer encuentro, 7 participantes estuvieron presentes en los tres encuentros, dándole especial importancia al taller en su vida diaria y el valor que podía causar en su emprendimiento

2. Comprensión de los Temas:

Los temas fueron comprendidos por los estudiantes emprendedores, comprobado por la charla y aplicación de conceptos en los emprendimientos propios posterior

3. Feedback de los Participantes:



Las estrategias de marketing y ventas pertinentes del encuentro fehacientes a lo dictado en la clase tuvieron sus frutos y los participantes se mostraron agradecidos y ansiosos por aplicarlo en sus propios terrenos

Conclusiones – “Taller potencia tu Emprendimiento”

1. Continuidad del Compromiso:

La participación activa y el compromiso demostrado por los emprendedores a lo largo de los tres encuentros reflejan un interés sostenido en el desarrollo y fortalecimiento de sus emprendimientos.

2. Diversidad y Conexión:

La diversidad de sectores representados en el grupo de emprendedores contribuyó a una rica dinámica de intercambio de experiencias. La conexión entre los participantes se consolidó, generando un entorno de apoyo mutuo.

3. Aprendizaje Colaborativo:

La metodología participativa y el enfoque colaborativo permitieron un aprendizaje efectivo. La aplicación práctica de conceptos clave y la reflexión conjunta fortalecieron la comprensión y la capacidad de aplicación en la realidad empresarial.

4. Enfoque Estratégico:

La evolución temática, desde la organización eficiente hasta estrategias de marketing y ventas, indica un enfoque estratégico que aborda aspectos fundamentales del desarrollo empresarial. La disposición de los participantes para explorar estrategias avanzadas subraya el deseo de ir más allá en sus conocimientos.

5. Creación de Red de Apoyo:

La red de apoyo creada entre los emprendedores es evidente en las reflexiones finales. El intercambio continuo de desafíos y soluciones demuestra una comunidad sólida que persistirá más allá de los encuentros del taller.

6. Aplicación Práctica:

La aplicación efectiva de los conceptos en los propios emprendimientos, evidenciada por la charla y la implementación en la práctica, indica una comprensión sólida y la capacidad de transferir los conocimientos adquiridos a situaciones reales.

7. Feedback Positivo y Agradecimiento:

El feedback positivo y el agradecimiento expresado por los participantes es indicativo del valor que el taller aportó a sus emprendimientos.

8. Valoración de la Continuidad:

La presencia constante de siete participantes en los tres encuentros subraya la importancia y relevancia del taller en la vida diaria de los emprendedores. Este nivel