

GUÍA DE FORMACIÓN EN INICIATIVA EMPRESARIAL

EN UN ENTORNO CRISTIANO



AUTORES :

DR. ALBERTINE BAYOMPE KABOU
M. NAMONGNON ADAMA SORO
PASTEUR ARMEL B. AGBOHOUTO

Traducido por Anja Rajaobelina-Morvan

JUNIO 2025

RESUMEN

INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I: LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA	4
I. Definir la mentalidad emprendedora y sus principios básicos	4
II. Evaluar su cociente empresarial	7
III. Conocer las características de la mentalidad emprendedora	9
IV. Aplicar las estrategias para desarrollar la mentalidad emprendedora y la mentalidad empresarial	25
CAPÍTULO II: LIDERAZGO PARA LA TRANSFORMACIÓN	26
I. Definición del autoliderazgo	26
II. Conceptos fundamentales del autoliderazgo	27
III. La definición divina del éxito de un personaje	29
CAPÍTULO III: LA INICIATIVA EMPRESARIAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS DE POBREZA	32
I. Definir los conceptos básicos: la iniciativa empresarial social, innovación y pobreza	32
II. Cómo la iniciativa empresarial social y la innovación pueden jugar un rol central en mejorar las condiciones de vida	33
III. Definir y realizar un análisis de mercado	33
IV. La venta	37
V. La elaboración de planes de negocios	42
VI. Estrategias de financiamiento de proyectos empresariales	47
CAPÍTULO IV: LA REGLAMENTACIÓN	49
I. Instalarse	49
II. Afrontar los impuestos	50
III. Personal y asociados	50
CAPÍTULO V: DIOS Y LOS NEGOCIOS	51
I. El plan de Dios	51
II. Modelos bíblicos de éxito en negocios	51
CONCLUSIÓN	57
BIBLIOGRAFÍA	58

INTRODUCCIÓN

El desarrollo socioeconómico parece ser el resultado de una combinación de factores, tanto en sociedades pobres como ricas. Es fundamental comprender tanto la evolución social como la capacidad individual para la creación de empresas. En esta última, el emprendedor ocupa un lugar central.

Hoy en día, cada vez más en nuestros países en desarrollo, el emprendimiento parece ser una solución para superar los rezagos en el desarrollo. Sin embargo, aunque presenciamos el surgimiento de una población emprendedora en África, la representación de los cristianos parece ser muy baja. Un estudio realizado en 2025 como parte de nuestro proyecto de la ILC reveló que los cristianos en el África francófona muestran una actitud pasiva ante el emprendimiento.

Este manual pretende impulsar la cultura del emprendimiento entre los cristianos del África francófona. Es una herramienta de desarrollo y empoderamiento para apoyar y capacitar a los cristianos en su desarrollo personal y en su proceso de creación de empresas, basado en principios y valores cristianos.

El contenido y los ejercicios se diseñaron para apoyar y guiar a los cristianos en el descubrimiento y desarrollo de su personalidad, preparándolos o fortaleciéndolos para sus habilidades empresariales.

Este manual abarca cinco capítulos esenciales para desarrollar una personalidad emprendedora y apoyarnos en la creación de una empresa guiada por los valores y principios cristianos.

CAPÍTULO I: LA MENTALIDAD EMPRENDEDORA

I. Definir la mentalidad emprendedora y sus principios básicos

1.1 Definición de la mentalidad emprendedora

De manera general, la mentalidad puede definirse como un conjunto de actitudes, de creencias, de valores, de modelos de pensamientos y de disposiciones de espíritu habituales que influyen la manera en la que una persona percibe el mundo, interactúa con él y reacciona a las situaciones. Dicho de otro modo, es la manera integral de pensar de un individuo o un grupo, que influye su interpretación de los eventos, su juicio, sus decisiones y sus comportamientos. Constituye un cuadro de referencia interno. A través de este cuadro, la experiencia se filtra y se entiende. De esta manera, un individuo puede ser de mentalidad optimista o pesimista.

Con respecto a la mentalidad emprendedora, no puede ser ni pesimista ni desanimado. Puede definirse como un espíritu despierto caracterizado por la proactividad, la toma de iniciativas, la creatividad, la resolución de los problemas, la toma de riesgo calculado, la perseverancia y la orientación permanente hacia la oportunidad. Esta mentalidad se puede observar en diversos contextos de la vida: desarrollo de un proyecto, creación de una empresa, gestión de una organización o incluso en el desarrollo personal de una persona.

1.2 Principios básicos de la mentalidad emprendedora

La mentalidad emprendedora se caracteriza por un conjunto de principios y de actitudes que promueven la innovación, la toma de riesgo y el éxito en el mundo de los negocios.

Entre los principios fundamentales que la componen, encontramos:

- a. Una visión bien clara y objetivos bien definidos: los empresarios exitosos tienen una visión clara de lo que deciden de realizar y fijan metas claras. Son capaces de visualizar en su mente los objetivos que desean alcanzar.
- b. Una toma de riesgo calculado: Están dispuestos a tomar riesgos, pero con medida. Evalúan las ventajas potenciales y aceptan la posibilidad de un fracaso como una etapa del aprendizaje. Para ellos, no tendrán éxito sin riesgo.

- c. Una adaptabilidad y una resiliencia: Frente a los retos y a las situaciones imprevistas, los empresarios han de ser flexibles y perseverantes, al ajustar sus estrategias para superar los obstáculos. Si no es por el portal, será por la ventana o por el techo.
- d. Una orientación hacia la acción: Otorgan prioridad a la acción concreta y la implementación rápida de las ideas, al evitar la indecisión y la inacción. La acción es el ingrediente que convierte los sueños en realidad.
- e. Una innovación y una creatividad: La capacidad de pensar diferentemente y de proponer soluciones nuevas es esencial para diferenciarse en el mercado. Saben que la creatividad resulta de la combinación de la sabiduría y del conocimiento. Y siguen abiertos a nuevas perspectivas.
- f. Un liderazgo de trabajo en equipo Un empresario eficaz sabe dirigir y motivar un equipo, al fomentar la colaboración y la sinergia para lograr las metas comunes.
- g. Una orientación hacia el cliente: Entender y responder a las necesidades de los clientes están el eje de la estrategia emprendedora. Garantizan la relevancia y el éxito de los productos o servicios propuestos. Sin el cliente, todo el edificio cae en ruina cualquiera sea la inversión bajo los escombros.

Estos principios constituyen la base de una mentalidad emprendedora sólida, que favorece la innovación y el éxito en el mundo de los negocios.

1.3 Obstáculos al desarrollo de la mentalidad emprendedora en el entorno cristiano evangélico.

Pero varias concepciones o comprensiones de las Santas Escrituras han arrastrado al mundo cristiano a vivir una mentalidad que tiende a la baja. Nos urge a enumerar estos obstáculos que pueden servir de advertencia a nuestros futuros jóvenes empresarios:

a. Pobreza como criterio de piedad

La mayoría de los cristianos evangélicos de las iglesias ortodoxas, iglesias de las misiones, protestantes creen que la pobreza es mejor que la riqueza para ser un buen cristiano. Porque por largo tiempo, predicamos el evangelio de la pobreza. Este factor impide al cristiano evangélico esforzarse suficientemente para lograr sus objetivos financieros. Como dice el refrán, si es demasiado duro, no está seguro de que Dios esté dentro. No es su voluntad. Una psicología de escasez gangrenó a la iglesia de Jesucristo.

Las iglesias descritas de la tercera ola han llegado con el evangelio de la prosperidad. Los dos extremos son falsos. El equilibrio está en el horizonte.

b. Noción de satisfacción bíblica mal entendida

La noción de satisfacción enseñada por las iglesias supone la aceptación de su condición lamentable con el pretexto de que es la voluntad de Dios. El lujo sería un pecado. Los que disponen de más medios que nosotros, por cierto, nos estafaron o robaron a alguien.

c. La lucha contra los ricos

Los cristianos han causado la maldición al maldecir al rey y al rico. Según Eclesiastés 10:20, no maldigas al rey ni maldigas al rico, pues las aves del cielo pueden correr la voz.

d. La salvación por gracia

La noción de salvación por gracia es teológicamente establecida y verdadera para ir al cielo. Pero, el éxito en los negocios o en la iniciativa empresarial no sería por gracia. Esta teología influye seriamente nuestras comunidades que se niegan a hacer el esfuerzo necesario para alcanzar los objetivos de Dios en nuestras vidas: seremos la cabeza y no la cola. Levanta del polvo al desvalido y saca del basurero al pobre para sentarlos en medio de príncipes. Estas promesas no se cumplen porque se instaló una confusión entre la vida cotidiana aquí y la entrada al cielo.

II. Evaluar su coeficiente empresarial

Evaluar su coeficiente empresarial (CE), es buscar a medir su potencial, sus competencias, sus aptitudes empresariales, un poco como se evaluaría un coeficiente intelectual (CI) o CE (coeficiente emocional). No existe una prueba única o universal pero varias dimensiones se pueden considerar. Aquí está un método sencillo y estructurado para la autoevaluación:

2.1 Motivación y visión

- ¿Tengo una visión clara de lo que quiero cumplir?
- ¿Estoy lista/o a hacer sacrificios para mi proyecto?.....
- ¿Tengo realmente ganas de enfrentar un problema o aportar un valor?.....

Puntaje (de 1 a 5) : ____

2.2 Creatividad e innovación

- ¿Encuentro fácilmente ideas nuevas?.....
- ¿Soy capaz de pensar diferentemente de los demás?.....
- ¿Veo oportunidades donde otros ven obstáculos?.....

Puntaje (de 1 a 5): : ____

2.3 Toma de riesgo y audacia

- Estoy cómoda/o con la incertidumbre?.....
- ¿Me aventura a salir de mi zona de confort?.....
- ¿Tomo decisiones valientes sin controlar todo al 100%?
?.....

Puntaje (de 1 a 5) : ____

2.4 Resiliencia y perseverancia

- ¿Me recupero rápidamente después de un fracaso?.....
- ¿Soy capaz de seguir incluso cuando es difícil?.....
- ¿Mantengo mi motivación a pesar de los obstáculos?.....

Puntaje (de 1 a 5) : ____

2.5 Liderazgo y comunicación

- ¿Sé motivar a los demás en mi proyecto?.....
- ¿Sé bien expresar mis ideas?.....
- ¿Me siento cómoda/o para convencer, escuchar, federar?.....

Puntaje (de 1 a 5) : ____

2.6 Gestión y organización

- ¿Gestiono bien mi tiempo y mis prioridades?.....
- ¿Sé planificar, trabajar de acuerdo a un presupuesto, delegar?.....
- ¿Tengo una buena disciplina personal?.....

Puntaje (de 1 a 5) : ____

2.7 Sentido de negocios

- ¿Entiendo las necesidades del mercado?.....
- ¿Tengo una intuición para lo que puede funcionar o no?.....
- ¿Me siento cómoda/o con las nociones de ventas, marketing, finanzas?.....
- Puntaje (de 1 a 5): _____

Resultado

Si eres objetivo/a, sin juicio de otra persona, sin condescendencia o dureza hacia ti mismo/a.

Suma todos los puntos. Consigues un total sobre 35 puntos.

- **30–35:** Eres probablemente un/a emprendedor/a nacido/a o emergente confirmado/a.
- **24–29:** Tienes un excelente potencial, algunas competencias que has de consolidar.
- **18–23:** Vas por el buen camino, pero hay aspectos que has de trabajar.
- **<18:** ¡Necesitas formarte o ganar confianza, pero todo es posible!

III. Conocer las características de la mentalidad emprendedora

La mentalidad emprendedora se manifiesta por una combinación de características que favorecen la innovación, la toma de iniciativas y el éxito en el mundo empresarial. Competencias y comportamientos caracterizan los empresarios exitosos. El conocimiento de estas competencias descompuestas en comportamientos permitirá a los jóvenes empresarios a mejor prepararse para enfrentarse a los obstáculos y los desafíos. La iniciativa empresarial como fuente de riqueza no es para todo el mundo. Enumeramos estos diez (10) competencias que se descomponen en treinta (30) comportamientos:

3.1 Competencia 01: Búsqueda de oportunidad y de iniciativa

Un pasajero en clase business se encuentra en un vuelo, sentado cerca del hombre más rico de África o del Presidente de la República y durmió durante todo el viaje. ¿Qué le inspira esta historia?

Tres (3) fuentes pueden ayudar a financiar o hacerse acompañar para lograr en negocios, a saber:

- **La credibilidad de otras personas:** un joven emprendedor creíble podrá hacer uso de la credibilidad de otras personas para avanzar en sus negocios. La libreta de direcciones de alguien puede servir como trampolín hacia una oportunidad mayor.

➤ **El conocimiento de otras personas:** podemos aprovechar o utilizar los conocimientos de otras personas para darse a conocer.

➤ **El dinero de otras personas:** el empresario no siempre tiene todo lo que necesita para un proyecto. Ir acompañado/a por alguien cercano, un familiar, un responsable que le otorgue la confianza, sería muy útil como último recurso.

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir la primera competencia son:

1) Actúas antes de que se te lo pida o antes de ser obligado/a por los eventos.

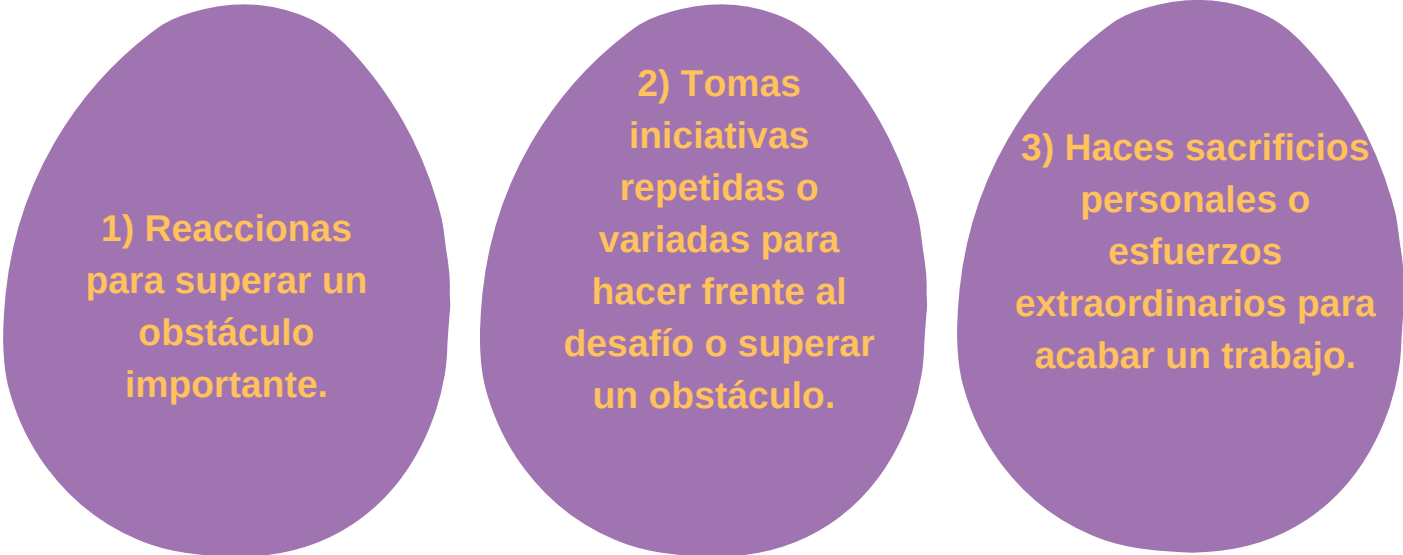
2) Desarrollas tu negocio, tus productos o servicios hacia nuevos sectores.

3) Aprovechas las oportunidades para conseguir recursos financieros, un equipamiento, un terreno, un espacio de trabajo o cualquiera ayuda para iniciar su negocio.

3.2 Competencia 02: Perseverancia

Para inventar la bombilla eléctrica, Thomas Edison tuvo que hacer pruebas infructuosas

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:



1) Reaccionas para superar un obstáculo importante.

2) Tomas iniciativas repetidas o variadas para hacer frente al desafío o superar un obstáculo.

3) Haces sacrificios personales o esfuerzos extraordinarios para acabar un trabajo.

La historia de Eliseo cuando su maestro Elías fue llevado al cielo ilustra en gran medida esta competencia. Desde Guilgal hasta Betel, desde Betel hasta Jericó, desde Jericó hasta el Jordán con todos los obstáculos encontrados. 2 Reyes 2. Dios condujo esta misión de perseverancia con mano maestra. El Eclesiastés dirá, Tendrás éxito en tus decisiones y en tus caminos brillará la luz. Job 22: 28. En otros lugares, dirá, Siembra tu semilla en la mañana y no te des reposo por la tarde, pues nunca sabes cuál siembra saldrá mejor, si esta o aquella, o si ambas serán igualmente buenas. (Eclesiastés 11 :6)

3.3 competencia 03: Cumplimiento de los compromisos

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:

1) Aceptas la responsabilidad total de los medios necesarios a fin de alcanzar tus objetivos.

2) Trabajas con tus empleados, y no dudes en ocupar su lugar para acabar un trabajo a tiempo.

3) Asegúrate que tus clientes están satisfechos y des preferencia a la creación de relación de largo plazo a la baja ganancia.

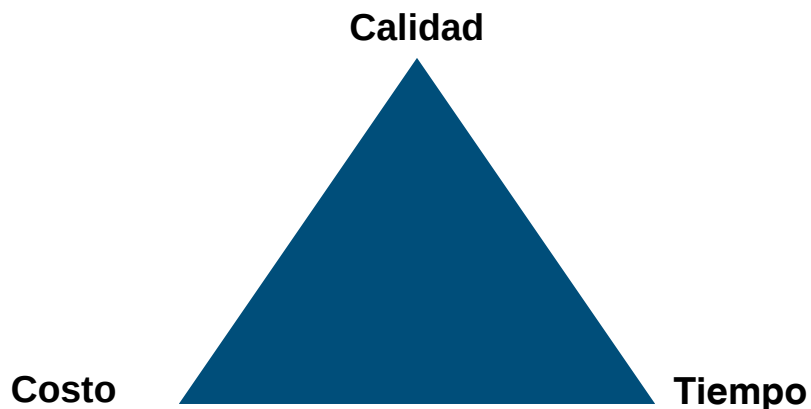
3.4 Competencia 04: Exigencia de eficiencia y de calidad

Definiciones de la Calidad

- Viene de la convicción de que todo puede ser mejorado
- Viene de la insatisfacción de la manera como algo se hace;
- Esto implica el orgullo de lo que hacemos y la satisfacción en cuanto a lo que producimos o vendemos. Significa consideración y coherencia;
- Es una mentalidad. Una pasión. Esto se expresa en todas las cosas, y todo el tiempo. Esto no es una aptitud, una capacidad o una técnica;
- La calidad necesita perseverancia.

«Podríamos ser mucho mejores si no quisiéramos ser tan buenos».
Sigmund Freud

Relación entre coste, tiempo y calidad



La innovación se produce cuando uno de los cumbres se mejora sin disminuir los demás.

DEFECTO CERO

1.Defecto
 2.Defecto
 3.Defecto
 4.Defecto
 5.Defecto
 6.Defecto
 7.Defecto

Calidad
 Plazo
 Existencias
 Fallo
 Lugar
 Material, Modernidad
 Recepción

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son :

- Te esfuerzas por hacer mejor, más rápido y menos caro.

2- Te esfuerzas por satisfacer o superar las normas de calidad.

3- Desarrollas medios para asegurarte que el trabajo se acabó a tiempo y que alcanzó la calidad convenida.

3.5 Competencia 05: Toma de riesgo calculado

Toma el riesgo

Mídelo

Manten el equilibri

Avanza con el riesgo de caer



Los tres (03) comportamientos que hay que convertir en hábito para aprender esta primera habilidad son::

1- Calculas los riesgos y evalúas las alternativas.

2- Actúas para reducir los riesgos y controlas los resultados.

3- Te pones en situaciones que comportan un desafío o un riesgo moderado.

3.6 Skill 06: Setting of goals

Visión y objetivos personales

¿Quién soy?

Toma un momento y escribe un ensayo titulado: ¿Quién soy? Describe, tus objetivos, tus aspiraciones, tus calidades, tus límites tales como les ves, al considerar todos los aspectos de tu vida.

Ventana de Johari



Precisión de los 4

I- Lo que conoces de ti y lo que conocen de ti

II- Área desconocido de ti y conocido de los

III- Conocido de ti y desconocido de los demás

IV- Desconocido de ti y desconocido de los demás

Dentro de 20 años

¿Cómo te ves dentro de 20 años? ¿Qué harías en aquel momento? Enumera todos los detalles posibles de manera objetiva y clara:

Dentro de 10 años

¿Cómo te ves dentro de 10 años? Enumera todos los detalles posibles de manera objetiva y clara:

Dentro de 5 años

¿Cómo te ves dentro de 5 años? Enumera todos los detalles posibles de manera objetiva y clara, al tratar todos los detalles de tu vida:

Dentro de 1 año

¿Cómo te ves dentro de 12 meses? Enumera todos los detalles posibles de manera objetiva y clara, al tratar todos los detalles de tu vida:

3.7 Competencia 07: Búsqueda de la información

La creatividad es la combinación de la sabiduría y del conocimiento. Se manifiesta por tres (03) claves, a saber:

1-Las Ideas

2-Las Invenciones

3-Las Innovaciones

Se tiene que aprender a reflexionar para tener ideas nuevas. Estadísticas del ámbito de los negocios.

Estadísticas del área de negocio



Presentación de los resultados

“Pitch” (Presentación) de 3 minutos	¿Quién es el cliente y que necesita?
	¿A quién el cliente compra y que falta?
	¿Cuál es tu propuesta y por qué el cliente vendría a ti?
	¿Qué es la prueba de que tienes razón?

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:

**1- Buscas
informaciones
sobre tus clientes,
tus proveedores o
competidores para
ti mismo.**

**2- Haces
investigaciones
para ti mismo sobre
la manera de
proporcionar un
producto o un
servicio.**

**3- Consultas
expertos a fin de
obtener
asesoramientos
empresariales o
técnicos.**

3.8 Competencia 08: Planificación y seguimiento sistemático

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:

**- Planificas
mediante la
subdivisión de
grandes tareas en
pequeñas y el
establecimiento de
plazos límites.**

**2- Modificas tus planes
en función de nuevas
circunstancias
cambiantes o des
informaciones
(feedback) sobre los
resultados de las
acciones
emprendidas.**

**3- Mantienes
registros
financieros y los
utilizas cuando
tomas decisiones.**

Liderazgo y planificación

El liderazgo y la planificación son dos temas relacionados. El liderazgo que viene del término inglés “leadership” expresa la capacidad de un individuo a dirigir otras personas u organizaciones a fin de lograr objetivos asignados.

El líder es entonces alguien que es capaz de guiar, de influir e inspirar a los demás. Tiene la visión. Conoce los objetivos. Sabe estimular a los demás

Cuatro (04) pilares esenciales son las bases del liderazgo, a saber:

- 1- Ser reconocido/a como competente*
- 2- Ser capaz de instaurar un clima de confianza*
- 3- Tener la audacia de hablar y actuar*
- 4- Demostrar coherencia*

¿Cuáles son los roles esenciales del líder?

- 1. Responsable de la toma de decisiones estratégicas*
- 2. Fuente de inspiración para los empleados*
- 3. Creador de una cultura empresarial positiva.*

Planificación y gestión de tiempo

Se decía que “el tiempo es dinero” pero ahora, “el tiempo es más bien la vida” porque crecemos en función de los segundos y los minutos.

Más perdemos minutos, más perdemos la vida.

Los días transcurren cualquiera sea lo que hacemos.

En términos de tiempo, lo que haces con tus 24 horas cada día, determinará lo que serás.

Salmo 90: 12

Enséñanos a contar BIEN nuestros días

Calculo mi edad en minutos

Example: I am 20,

- Mi edad en meses: $20 \times 12 = 240$ meses
- Mi edad en semanas $20 \times 52 = 1040$ semanas
- Mi edad en días: $20 \times 52 \times 7 = 7280$ días
- Mi edad en horas: $20 \times 52 \times 7 \times 24 = 174\,720$ horas
- Mi edad en minutos: $20 \times 52 \times 7 \times 24 \times 60 = 10.483.200$ minutes

Tipos de eventos que exigen tiempo

1. Lo urgente
2. Lo importante
3. Lo prioritario

¿Cómo planificar su tiempo?

1. Estimar: El tiempo para realizar las tareas
2. Arbitrar: Las prioridades y/o las urgencias
3. Reservar tiempo

3.9 Competencia 09: Persuasión y trabajo en red

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:



- Tienes estrategias para influir o convencer a los demás.

2- Utilizas personas claves para alcanzar tus propios objetivos.

3- Actúas para desarrollar y mantener tu red de contactos.

Todo el mundo debe saber convencer y vender un producto.

Hacer parte de una red es una virtud cristiana. Mejor son dos que uno, pero lamentablemente, como africanos, no tenemos esta cultura empresarial.

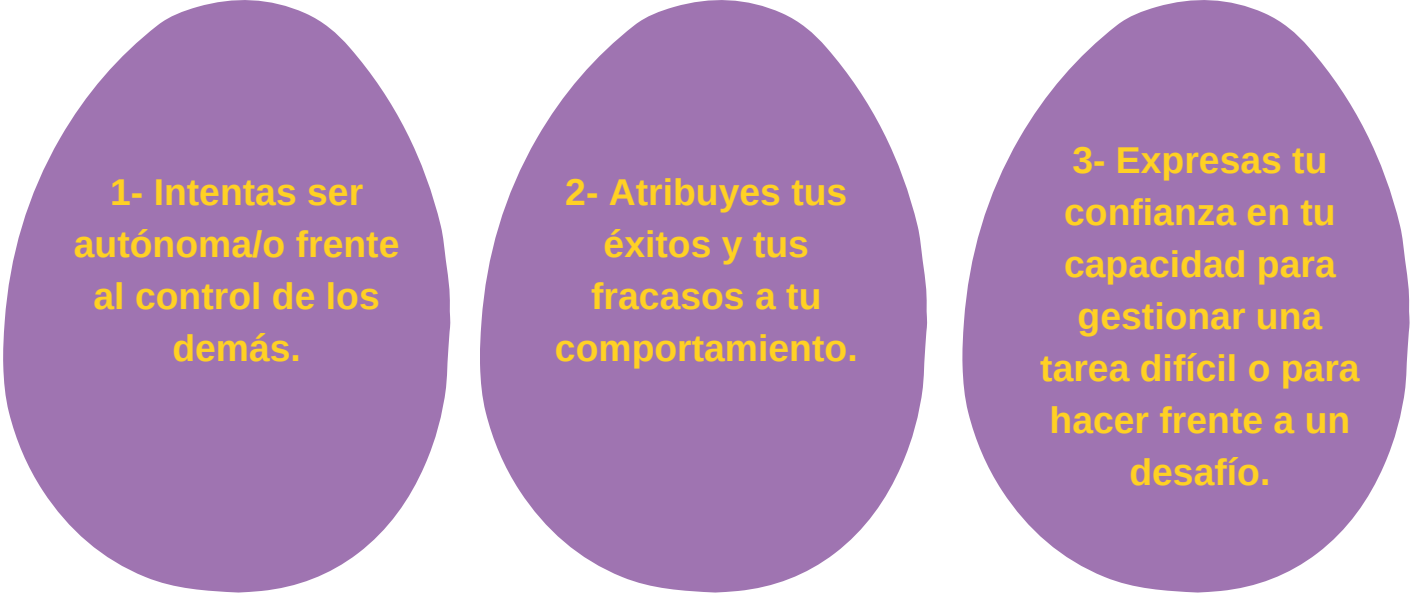


Para una comunidad fuerte, conseguimos iniciar una Caja de Compensación de 10 000 FCFA al mes entre 24 miembros de una comunidad cristiana. Al cabo de dos años (02), 2023 y 2024, conseguimos reunir más de 6.000.000 FCFA, esto incluye los intereses. Así, pudimos comprar más de 3.000.000 acciones BIIC en enero 2025.

En el segundo lanzamiento para 2025 y 2026, reunimos 510.000 FCFA cada mes. Así, nos lleva a los 12.000.000 FCFA al fin de 2026. El trabajo en red es una oportunidad para la financiación empresarial, si reunimos las calidades empresariales necesarias.

3.10 Competencia 10: Independencia y autoestima

Los tres (03) comportamientos habituales a adoptar para adquirir esta competencia son:



1- Intentas ser autónoma/o frente al control de los demás.

2- Atribuyes tus éxitos y tus fracasos a tu comportamiento.

3- Expresas tu confianza en tu capacidad para gestionar una tarea difícil o para hacer frente a un desafío.

IV. Aplicar las estrategias para desarrollar la mentalidad emprendedora y la mentalidad empresarial.

Hay de preparar ejercicios prácticos, juegos basados en cada competencia para los comportamientos a fin de crear estas dos mentalidades entre los jóvenes emprendedores.

Estos ejercicios y juegos permitirán a los jóvenes de:

- Retarse regularmente
- Salir de la zona de confort
- Aprender a hablar en público, desarrollar una red, ir hacia lo desconocido
- Participar en eventos, concursos, talleres, seminarios
- Tener un cuaderno con ideas de negocios que mejorar cada semana
- Interesarte por otros sectores que la tuya
- Adquirir la psicología emprendedora
- Adoptar una lógica de aprendizaje permanente a fin de reemplazar “no sé” por “quiero aprender”.
- Formarse continuamente (cursos en línea, taller, podcast...)
- Aceptar los errores como lecciones
- Lanzar mini-proyectos para aprender haciendo.

CAPÍTULO II: LIDERAZGO PARA LA TRANSFORMACIÓN

Referencias: Génesis 1:26-31; Mateo 5:13-16

- a. Ser creado a la imagen significa que fuimos creados por.....(completar)
- b. Dios dio a los seres humanos(completar) en toda la tierra
- c. Si Dios nos dijo de gobernar, tenemos la.....(completar) de hacerlo.

Las barreras de excusas

- Primera excusa: ¿quién soy yo? (Éxodo 3:11)
- Segunda excusa: ¿quién eres tú? (Éxodo 3:13)
- Tercera excusa: ¿y si no escuchan? (Éxodo 4:1)
- Cuarta excusa: Nunca me he distinguido por mi facilidad de palabra (Éxodo 4:10)
- Quinta excusa: Sé que puedes enviar a alguna otra persona. (Éxodo 4:13).

I. Definición del autoliderazgo

El autoliderazgo designa la capacidad de un individuo a influirse a sí mismo para lograr sus objetivos, gestionar sus comportamientos, sus pensamientos y sus emociones de manera autónoma y proactiva. El autoliderazgo es una forma de liderazgo personal, sin necesidad de una autoridad exterior.

El autoliderazgo puede también definirse como la capacidad a dirigirse de manera consciente y eficaz. Es decir, ser capaz de fijar objetivos para sí mismo, de automotivarse, de gestionar sus comportamientos y de tomar decisiones alineadas con sus valores y sus aspiraciones.

Se trata de saber influenciar a uno mismo para adoptar acciones coherentes con lo que quiere realmente realizar. Es esencial en un mundo donde la autonomía, la responsabilidad personal y la agilidad cada vez son más valoradas.

El autoliderazgo implica varias competencias clave:

- Autoconocimiento:
- Autodisciplina: mantener el compromiso con sus objetivos a pesar de las distracciones y de los obstáculos.
- Automotivación: encontrar en uno mismo la energía necesaria para avanzar, sin esperar incentivo exterior.

- Autorregulación: Saber gestionar sus emociones y sus reacciones en situaciones complejas.
- Visión personal: tener una dirección clara y objetivos bien definidos.

1.1 ¿Qué actitud ganadora necesitas para dirigirte con grandeza?

- Una disposición de aprendizaje abierta a las nuevas ideas
- El deseo de hacer un cambio de paradigma personal
- Una voluntad de definir objetivos personales mensurables
- Confianza en tu potencial de transformar tu vida personal
- Una actitud de práctica diaria y de autovigilancia
- Una determinación a hacer la diferencia

II. Conceptos fundamentales del autoliderazgo

Concepto 1 :

.....

.....

.....

Concepto 2 :

.....

.....

.....

Concepto 3 :

.....

.....

.....

Concepto 4 :

.....

.....

.....

Ejercicio 1: Evaluar los fundamentos del autoliderazgo

a. Haz tu evaluación personal: date una nota 1 a 4 en cada de estos ámbitos de tu autoliderazgo

b. ¿Qué excusas tienes actualmente para no dirigir tu vida? ¿Crees que la respuesta de Dio puede serlo?

Dimensiones del liderazgo (y del amor)	A Altura	A Anchura	L Longitud	P Profundidad
Integralidad del ser humano	Dimensión emocional	Dimensión mental	Dimensión física	Dimensión espiritual
Impacto sobre el autoliderazgo	Dirigir el líder	Formar el líder	Fortalecer el líder	Regar el líder
La nota personal				
Mis excusas para no dirigir				

III. La definición divina del éxito de un personaje

El principio fundamental del éxito como líder empieza por buscar, aceptar y adoptar la definición que Dios da del éxito.

3.1 ¿Para ti, qué es la definición del éxito según Dios?

.....

.....

.....

.....

El éxito consiste en efecto a realizar tu llamado y tu objetivo único en Dios. Esto necesita el abandono de sí, el ánimo, la humildad y la aceptación de las experiencias de vida y de los resultados que entran en conflicto con tu definición del éxito y con la del mundo.

Después de haber entendido, apropiándose de tu objetivo y tu dirección, debes utilizar la gracia y el amor de Dios para ser un “auditor y un ejecutante” para realizar tu misión de la mejor manera en función de tus dones y talentos que Dios te ha dado. Se trata también de un proceso de santificación que dura toda la vida, en que crecemos a la imagen de Cristo.

3.2 ¿Ejercicio individual: ¿Cómo trabajar su carácter como líder cristiano?

⇒

.....

⇒

.....

⇒

.....

⇒

.....

.....

a. Practicar la disciplina espiritual de la oración, de la lectura y meditación bíblica, de la participación en una iglesia y de la vida fraterna en pequeños grupos.

- La oración es una comunicación y una conversación intencional continua con Dios que tiene diversas formas. Permite también interceder con la dirección del Espíritu santo. La oración es esencial para entender, adquirir e implementar el carácter del líder cristiano. Es en la oración que el Señor nos ilumina durante las decisiones morales difíciles y matizadas que tenemos que tomar.
- La lectura y la meditación de la Biblia nos da una comprensión madura de la Palabra de Dios y de los principios que son asociados gracia a la lectura y al estudio sistemático de la Biblia. La lectura de la Biblia se debe hacer al nivel individual y colectivo (estudio bíblico en grupo o dentro de una familia) para reducir toda vulnerabilidad a las interpretaciones engañosas e incorrectas.
- El otro elemento esencial de nuestro crecimiento en conocimiento y aprendizaje del amor en una relación es el involucramiento en una iglesia.
- Por último, la comunión cristiana es necesaria para vivir la fe cristiana y obtener el apoyo y el estímulo para amar y vivir como Cristo.

b. El conocimiento

Se define como el proceso de crecimiento continuo consistiendo a adquirir una familiaridad, una consciencia y una comprensión de los principios morales bíblicos. “Pues por falta de conocimiento mi pueblo ha sido destruido” Oseas 4:6 Una comprensión más clara es expresada en el Salmo 119:34 “Dame entendimiento para seguir tu Ley y la cumpliré de todo corazón.” El conocimiento se cultiva principalmente a través de la búsqueda activa de las disciplinas espirituales de la oración, de la lectura de la Biblia, de la participación en la iglesia y de la comunión fraterna en pequeños grupos. Pero el elemento primordial del carácter del líder cristiano se encuentra en la práctica de la humildad con respecto al conocimiento. Sin embargo, incluso con el poder, el apoyo y los consejos, siempre habrá un desfase entre lo que sabemos y nuestra capacidad a aplicarlo y a vivirlo de manera coherente, por nuestra naturaleza pecaminosa. Por eso, es importante ser humilde y apacible de espíritu.

c. La creencia

La creencia es un acuerdo de libre voluntad en relación con la legitimidad y la eficacia de los principios morales bíblicos. Pero el conocimiento y la creencia, aunque necesarios, no son una condición suficiente. La epístola de Santiago 2:19 dice: “También los demonios lo creen, y tiemblan” pero se niegan a obedecer. Ilustran con acierto que la comprensión intelectual no es suficiente.

d. El motivo

El motivo de nuestras acciones es el elemento fundamental del carácter moral. El principio bíblico fundamental de motivación moral es la integración del amor en todos los ámbitos de la vida - 1 Corintios 13. El mayor reto de carácter consiste en cultivar el deseo y la práctica de descubrimiento del verdadero impulso y nuestras motivaciones a través de una oración continua y dirigida por el Espíritu y un análisis de la autoconciencia.

b. Medios divinos

El carácter divino exige que, para que una acción sea moral o ética, debe estar acorde a las normas “de la letra, y del Espíritu”, de los principios bíblicos como la integridad, la deontología y fundada sobre principios. Así, para alcanzar un objetivo, se debe utilizar los medios basados sobre la ética y los medios morales, y ser un auditor y un actor según Santiago 1:23.

f. Propósitos morales que honran a Dios y que promueven la voluntad de Dios

Hombres y mujeres de carácter persiguen objetivos y propósitos que honran a Dios, no por deber u obligación, pero por obediencia y convicción. En efecto, las motivaciones y los medios morales no son suficientes desde un punto de vista del carácter. Así, es importante perseguir propósitos que glorifican a Dios, obedeciendo a su voluntad para nuestra vida y la de los demás.

b. La sabiduría

La sabiduría última del carácter del líder cristiano. De este modo, es necesario tener una autoconciencia divina, una madurez en la toma de decisiones y las capacidades de razonamiento que honran los principios divinos. Cultivar una relación vital y viva con el Espíritu santo, buscando su presencia y desarrollando la escucha de su voz.

CAPÍTULO III: LA INICIATIVA EMPRESARIAL SOCIAL Y LA INNOVACIÓN PARA RESOLVER LOS PROBLEMAS DE POBREZA

I. Definir los conceptos básicos: la iniciativa empresarial social, innovación y pobreza

1.1 Iniciativa empresarial

La iniciativa empresarial social es un enfoque empresarial que pone el acento sobre el impacto social y ambiental de su actividad en vez del beneficio financiero. Los empresarios sociales crean empresas económicamente sostenibles para responder a necesidades sociales o ambientales específicas, volviendo a invertir los beneficios en su misión.

Es un enfoque que combina la iniciativa empresarial tradicional con una dimensión social y ambiental, para crear empresas sostenibles que responden a necesidades específicas y que tienen un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente.

1.2 Innovación

La innovación designa la introducción en el mercado de un producto o de un proceso nuevo o significativamente mejorado comparado a los procesos elaborados previamente por la unidad jurídica.

Dos tipos de innovación se distinguen: las innovaciones de productos (bienes o servicios) y de procesos (incluyendo las innovaciones de organización y de marketing).

Más precisamente:

- La innovación de productos incluye los cambios significativos de diseño y los bienes o servicios numéricos. Excluye la reventa en las mismas condiciones de bienes o servicios y las transformaciones estéticas;

- La innovación de procesos se refiere a la producción y a los métodos de desarrollo, a la logística y la distribución, al sistema de información y de comunicación, a las tareas administrativas y a la contabilidad, a la organización de los procedimientos, a la gestión de las relaciones con proveedores, a la organización del trabajo, a los procesos de decisión, a los recursos humanos, al marketing, al embalaje, a la fijación de precios y al servicio al cliente.

(Source www.insee.fr)

1.3 Pobreza

La pobreza es el hecho de no tener suficiente dinero para responder a sus necesidades básicas en términos de comida, vestidos y vivienda. Sin embargo, la pobreza, es más, mucho más que la falta de dinero. El Banco mundial describe la pobreza como sigue: La pobreza, es tener hambre.

Según datos de las Naciones Unidas, casi la mitad de la población mundial vive actualmente en la pobreza, definida por un ingreso menor a dos dólares diarios, incluso mil millones de niños. Entre esta población, más de 800 millones de personas viven en extrema pobreza, sobreviviendo con menos de 1.25 dólares por día.

II. ¿la iniciativa empresarial social y la innovación pueden jugar un rol central en mejorar las condiciones de vida

?

Podemos citar entre otras cosas:

- La provisión de soluciones a los asuntos sociales como la salud, el ambiente, las personas con discapacidad, la educación
- El desarrollo de las competencias de los promotores de proyectos sociales
- La creación de riquezas por medio de la venta de productos y servicios
- La creación de nuevos productos que mejoran las condiciones de vida
- Los intercambios comerciales entre naciones y entre comunidades
- El desarrollo de las relaciones humanas

III. Definir y realizar un análisis de mercado

3.1 Definición

Es una investigación o una prospección que se llevó a cabo para saber si la oferta que tenemos puede encontrar un comprador o para promover una oferta. El análisis del mercado te permitirá fijar mejor tus precios, clasificar tus clientes y encontrar mejores circuitos de distribución de tus productos. El estudio de mercado es una excelente herramienta para pilotar el despegue de un proyecto y la continuación de una empresa.

3.2 ¿Por qué un estudio de mercado?

- ☒ Conocer a los clientes y al mercado: todo lo que puede llevar dinero.
- ☒ Conocer los competidores y los precios que ofrecen para ajustar los precios.
- ☒ Reducir las cargas de inicio.
- ☒ Fijar provisionalmente los precios propuestos por el cliente.
- ☒ Conocer la buena ubicación.

3.3 ¿Cuándo llevar a cabo el estudio de mercado?

- ☒ • Antes de iniciar todo proyecto: es importante llevar a cabo un estudio de mercado antes de lanzar cualquier proyecto. Pero si conoces ya el sector, el estudio de mercado no es necesariamente obligatorio.
- ☒ • Cuando una oferta clara (para las empresas ya en funcionamiento, podemos hacer el estudio del mercado con los clientes existentes).
- ☒ • Cuando tenemos una idea reflexiva, a saber, ideas de productos o servicios que satisfacen ciertas necesidades.

3.4 ¿Cómo hacer el estudio de mercado?

El estudio de mercado se hace formulando preguntas, observando y también haciendo investigaciones. Pueden así preguntar a los clientes, a los clientes potenciales, a cualquiera persona, o haciendo investigaciones en el internet, etc.

3.5 Ejemplos de un estudio de mercado y de un proyecto piloto

Proyecto 1: CPEML, cursos en línea en iniciativa empresarial

- **Project holder:** SORO Namongon Adama
- **Ideation** (where does the idea originate from?): after taking part in several trainings and programs in entrepreneurship, I finally understood how to manage projects to start businesses. In 2019, after taking part in a program in entrepreneurship, I concluded that I too could be a trainer because I knew most of the contents that were developed by that program. It was then that I started to work on the content of a program that I was going to offer later.

- **Proceso de lanzamiento: (el lanzamiento consta de varias etapas)**

o Etapa 1: Consulta del mercado



Esta etapa consistió en publicar contenido, el 16 de octubre de 2020, en mis perfiles de Facebook y WhatsApp. Se trataba de consultar el mercado, a saber, si algunas personas estarían posiblemente interesadas en nuestros cursos. Recogimos 50 manifestaciones de interés.

Etapa 2: Redacción de directrices amplias de la oferta:

Aquí, redactamos los módulos y las diferentes lecciones de formación (todavía no el contenido de las lecciones).

oEtapa 3: Cuestionario Google en línea

Después, hicimos un formulario de encuestas que enviamos directamente a las 50 personas que habían manifestado su interés para nuestras formaciones. Sólo 19 personas respondieron a la encuesta

Etapas 4: Análisis de los datos del formulario

Después del análisis de los datos, hemos observado que:

- el 73.7% de los que respondieron eran trabajadores. Esto justificará las horas de formación escogidas (7, 8 o 9 de la tarde)
- El 78.9% de los que respondieron querían participar en el programa completo más que en las sesiones modulares. Esto justificará el lanzamiento del proyecto con el servicio único “programa completo de formación en iniciativa empresarial”.
- El 50% de los que respondieron propusieron que el presupuesto de formación estuviera fijado a 50.000 FCFA. Este precio era insuficiente para cubrir nuestros costes. Pero para empezar y asegurarnos que tuvimos participantes al principio, mantuvimos este precio con un pequeño excedente de 5000.
- El 63.2% de los que respondieron estaban disponibles para empezar la primera sesión en noviembre.

Etapas 5: Lanzamiento de la clase 1

El 10 de noviembre de 2020 con una participación individual de 55.000 FCFA. 12 personas se inscribieron a la clase 1. La redacción del contenido de los cursos se hacía justo antes de las teleconferencias para la clase 1.

Etapas 6: Después de los primeros cursos

Tuvimos buena retroalimentación. Entonces fue el momento cuando empezamos a lanzar las clases siguientes (Clase 2, Clase 3 y Clase 4). Para asegurarnos de la cobertura de los gastos y de la sostenibilidad del proyecto, revisamos la estrategia de comunicación y la tarifa a 118.000 FCFA. Después de 2 años, registramos aproximadamente 75 participantes.

Proyecto 2: FitnessOnline, club deportivo, lanzado después de un proyecto piloto.

- **Líder del proyecto:** SORO Namongon Adama
- **Ideación:** no era un deportivo importante antes del 2020. Pero durante período de la COVID-19, porque disponía de más tiempo, entrené intensamente. Al cabo de algunos meses, había un impacto positivo en mi salud, mi agilidad y mis actividades habituales. Cuando compartí las imágenes de nuestros entrenamientos en las redes sociales, varias personas manifestaron su interés para beneficiar de nuestros entrenamientos deportivos. Pero porque no conocía bien el sector deportivo, decidí hacer un proyecto piloto.

Step 1 :

lanzamiento de opiniones de manifestaciones de interés para un coaching gratis para los problemas de espalda.

Step2

oProyecto piloto con la Clase A en WhatsApp con 10 personas entrenados gratuitamente. Porque esta clase tuvo muy buenos resultados, lanzamos las clases siguientes. Esta vez, tuvimos una participación individual de 5000 FCFA/mes. Después de 6 meses, superamos los 40 participantes al programa deportivo.

IV. La venta

4.1 Definición

La venta es un proceso que consiste en reunirse con el cliente para ofrecerle productos y servicios que necesita y, a cambio, hacerle pagar. La venta es pues un proceso y no una acción mecánica que realizamos un día. ¿Pero, porqué y cómo vender?

4.2 ¿Por qué vender?

- ✓ Reunirse con el cliente, resolver su problema: si aceptamos que un buen producto o servicio consiste en resolver un problema en la vida de los demás, pues la venta es una ocasión para hacerlo.
- ✓ Hacer que tu proyecto, tu empresa y tu personal sean perennes: si no vendes, tu proyecto, por muy bueno que sea, morirá. Tú y tus colaboradores no recibirán una remuneración. Y la empresa no podrá hacer frente a los gastos.
- ✓ Avanzar profesionalmente: la venta es un medio para seguir mejorándose profesionalmente e impulsar la empresa. De hecho, el encuentro con el cliente, las exigencias del cliente son elementos que orientan nuestros métodos de trabajo y la reinvención de productos y servicios.
- ✓ Aumentar tu libreta de direcciones: cuanto más vendrás, más harás amigos y, sobre todo, verdaderos amigos. Aportar valor en la vida de los demás, es tener su amistad y su confianza.

4.3 ¿Cómo vender?

Para vender y vender mejor, hay que ver la venta como un triángulo con facetas dependientes entre sí. Cada lado del triángulo debe ser bien mantenido para facilitar el proceso de venta. Estas tres facetas son:

- ✓ FACETA 1: El producto o el servicio que propones.
- ✓ FACETA 2: la táctica y la estrategia que utilizas para aportar el producto al cliente
- ✓ FACETA 3: la actitud, el entusiasmo y los objetivos de venta que tienes.

¿Cómo accionar cada una de estas facetas para conseguir en la venta?

EI PRODUCTO

- ☒ Debe responder a una o varias necesidades: un producto o un servicio que responde a una o varias necesidades del cliente se vende más fácilmente y casi sin discurso.

- ☒ Debe ser suficientemente claro para el CLIENTE: es la profesión del vendedor de tener una oferta clara para el cliente y no el contrario. El cliente no conoce necesariamente todas las especificaciones del producto.

- ☒ Debe ser bien empaquetado: el producto debe ser bien empaquetado para que el cliente lo coja más fácilmente. Un producto bien empaquetado es la señal que el vendedor respecta al comprador (el cliente)

- ☒ Acceso fácil para el cliente: el acceso al producto es fácil para el cliente, si no esto puede aplazar o anular la compra.

- ☒ Venderse fácilmente: el producto no necesita siempre discursos para ser vendido. Tiene que ser tan bueno para el cliente que se vende naturalmente.

LA TÁCTICA Y LAS ESTRATEGIAS

- ☒ Comunicación clara: es necesario comunicar claramente sobre el producto, haciendo hincapié sus aportaciones para el cliente más que su precio o cualquier otra cosa.

- ☒ Redes sociales: se puede utilizar las redes sociales para reducir nuestros gastos comerciales y ponerse en contacto con miles de personas.

- ☒ Estudio de mercado: un buen estudio de mercado facilita la venta.

Recomendaciones: el vendedor no debe vacilar en obtener recomendaciones o Certificados de Buena Ejecución

- ✓ Cartas y SMS de agradecimiento: el vendedor debe escribir cartas y SMS para agradecer sus clientes o clientes potenciales.
- ✓ Contactos con los clientes: el vendedor debe mantenerse en contacto con sus clientes.

ACTITUDES, ENTUSIASMO,

- ✓ El vendedor debe tener una buena moralidad y una buena reputación: la reputación o la moralidad del vendedor venden más que su discurso.
- ✓ El compromiso del vendedor por el producto: un vendedor que demuestra ningún compromiso en favor de su producto no dará ganas a la gente de comprarlo.
- ✓ Objetivos: número de clientes periódicamente: el vendedor debe fijarse objetivos. ¡Sin objetivo, no llegará a ninguna parte!
- ✓ Discurso o argumento comercial, el vendedor debe desarrollar un argumento comercial.

4.4 Noción de PITCH

La venta es una actividad importante para la supervivencia de un proyecto (o una empresa). Pero, allá de los productos y los servicios que necesitarán procesos de venta, tendrás que defender (vender) tu proyecto o tu empresa ante los banqueros (o organismos de financiación), asociados e incluso proveedores. Esto implica que se debe trabajar sobre un argumento de venta bien atado y listo.

Este argumento debe ser sencillo, corto, conciso, y redactado en un lenguaje comprensible para su destinatario. Este argumento se llama generalmente PITCH.

Debes desarrollar un pitch para la venta de tus productos y servicios, un pitch para los asociados, un pitch para los administradores (el Estado), un pitch para los organismos de financiamiento (banqueros) y otras estructuras en función de tus realidades

Misiones del PITCH

La misión del PITCH es de vender, defender o presentar sintéticamente una empresa, un proyecto, un producto o un servicio. Sirve también a encontrar fondos en beneficio de la empresa.

El contenido del PITCH

El PITCH es un discurso escrito o verbal que debe contener los elementos siguientes;

- ✓ • Tu perfil de emprendedor (o proyecto): se trata de escribir un currículum que justifica tu habilidad a dirigir el proyecto; eso podrá llevar tranquilidad a los inversores potenciales.
- ✓ • El nombre del negocio, del proyecto o del producto: encuentra un nombre que se vende bien, un nombre que habla de sus actividades, un nombre que refleje sus valores.
- ✓ • La visión, la misión y los valores de la empresa: la misión es lo que el cliente recibirá cuando venga a ti, la razón por la cual tu empresa existe. La visión es lo que debería ser el éxito de la misión.
- ✓ • La ubicación de tu empresa: no es siempre obligatorio en el pitch, pero puede ser a menudo útil según el tipo de proyecto.
- ✓ • Los servicios (productos) ofrecidos, las promesas y el perfil tipo de tus clientes: el Cliente no necesita siempre tu visión (o misión), pero viene a ti para los productos y los servicios ofrecidos. Cada producto o servicio corresponde a ciertas promesas. Estas promesas deben justificar los precios que fijas.
- ✓ • Tus objetivos comerciales: es importante tener objetivos comerciales para dar una fecha del tiempo con el que cuentan para realizar tu visión

4.5 Anexos del Pitch

- ✓ Los elementos que siguen permiten demostrar a tus interlocutores que tu empresa tiene valor, es digna de confianza y que tu discurso se basa sobre lo concreto.
- ✓
 - El nombre de tus clientes
- ✓
 - Tus ingresos, si ya empezaste hace unos años, tu resultado u otro aspecto de tus finanzas
 - Los testimonios de los clientes
- ✓
 - Fotos de tus clientes, de tus productos, de tus asociados
- ✓
 - Tus recompensas y premios

V. La elaboración de planes de negocios.

Una empresa es como un carro o un avión que necesita una dirección y un conductor. El operador del vehículo o el piloto del avión debe tener algunas herramientas para bien conducir su máquina motriz. La empresa funciona de la misma manera. Necesita un conductor, que es no más ni menos que el conductor del proyecto o los promotores. Entre las herramientas más importantes para conducir tu empresa, tenemos:

- El plan de negocios
- El estudio de mercado
- El plan estratégico
- El Business Model Canvas

Otros ejemplos, el plan marketing o de ventas, el plan contable, pero en general, todas las otras pueden encontrarse en las cuatro primeras herramientas citadas. Además, estas cuatro (4) herramientas no son independientes las unas de las otras.

En esta guía, abordaremos algunas nociones esenciales sobre el plan de negocios..

5.1 Definición

El Plan de negocios se presenta como un documento escrito que presenta tu empresa desde la idea hasta la etapa de gestión. Se definen las principales orientaciones de tus logros y de tus previsiones de desarrollo. Este documento, si está bien escrito, debe permitir a cualquiera persona de leer y comprender fácilmente tu proyecto y su destinación.

5.2 ¿Por qué escribir un Plan de Negocio?

Hay varias razones que pueden justificar la redacción de un Plan de Negocio (PN). Pero citaremos los elementos siguientes:

- Dar valor a tu empresa o tu proyecto: el Plan de Negocio es primero para ti y tu proyecto antes de dirigirse a otras personas. El PN es para el líder del proyecto lo que el currículum es para cualquiera persona que tiene una cualificación.
- Definir tus productos y servicios: un proyecto comienza con una idea. Pero una idea que funciona es una idea que tiene productos y servicios bien clarificados. Gracias al Plan de Negocio, el líder de proyecto puede bien definir sus productos y servicios.
- Para buscar financiamiento y participar a los concursos de planes de negocios: se financia un proyecto sólo basado sobre un Plan de Negocio bien escrito.
- Para orientarte en el trabajo y el desarrollo de tu empresa

5.3 Elementos de base del Plan de Negocios

Antes de lanzarte en la redacción de un PN, es importante tener algunos elementos suficientemente clarificados.

- La idea del proyecto: la idea es el punto de partida.
- El perfil: como un currículum no es adaptado a todos los perfiles de tu diploma, de la misma manera, es preciso tener un buen perfil para el tipo de proyecto que quieres dirigir.
- Los productos y servicios: un proyecto que funciona es un proyecto que dispone de elementos destinados a la comercialización.
- el CLIENTE: una empresa, son primero los clientes. Un proyecto que tiene clientes disfruta de cierta ventaja respecto a la redacción de su PN.

5.4 Iniciar su empresa

Una empresa que tiene el potencial de perdurar en el tiempo es una empresa que al menos empezó. Un PN, por muy bueno que sea, no te llevará a ninguna parte. El líder del proyecto debe rápidamente tener clientes para esperar ver su empresa crecer. Para los proyectos nuevos o los líderes de los proyectos que tienen dificultades para tener clientes, es preciso pensar en:

- Unos proyectos piloto: iniciar su proyecto en una zona pequeña o con un pequeño grupo de clientes potenciales. Eso te permitirá limitar algunos riesgos financieros.
- Hacer pruebas: se puede hacer pruebas con voluntarios que estén de acuerdo de utilizar nuestros productos o servicios.
- Opciones gratis: puedes estar seguro de que tu producto es bueno y que no tienes clientes que aceptan comprar. La manera más sencilla de tener clientes es de proponer tu producto gratis o casi.

5.5 Preparación de la redacción del Plan de Negocio

Find an answer to the following questions, and you will have your Business Plan written.

- Cuándo y porqué empezó tu empresa?
- ¿A qué necesidad del mercado responde tu empresa?
- ¿Qué es tu solución y qué son sus beneficios?
- ¿Qué es el mercado objetivo (segmentación)?
- ¿Qué es el tamaño de tu mercado y tu cuota del mercado?
- ¿Quién son tus competidores?
- ¿Cuál es tu ventaja competitiva?
- ¿Quién son los miembros de tu equipo (experiencia, elementos más personales)?
- ¿Quiénes son tus asesores y asociados?
- ¿Qué precios practicas?
- ¿Qué es tu canal de distribución?
- ¿Cómo cobras?
- ¿Cómo y dónde tus clientes te conocerán?
- ¿Cómo promueves el posicionamiento?
- ¿Cuáles son tus principales logros hasta ahora (número de clientes, ingresos, precios, etc.)?

- ¿Cuáles son tus proyecciones financieras?
- ¿Cuál es tu desafío principal? ¿Qué respuesta propones?

5.6 Business Model Canvas

En el marco de la redacción del Plan de Negocio, es preciso redactar un Modelo Canvas, que es una cartografía de tu proyecto.

El Modelo Canvas, o matriz empresarial, es una manera sencilla de presentar tu proyecto o tu empresa en nueve componentes. Estos son distribuidos en un cuadro que cartografía una oferta en sus aspectos más importantes.

Se pueden establecer un Modelo Canvas después de llevar a cabo un estudio de mercado y definir claramente su modelo económico. El modelo económico es la manera como la empresa cobra.

Los nueve elementos que se encuentran en el Modelo Canvas

- La propuesta de valores
- Los socios principales
- Las actividades principales
- Los recursos principales
- Las relaciones con los clientes
- Los segmentos de clientes
- Los circuitos de distribución
- La estructura de costes
- Los flujos de ingresos.

¿Quiénes son nuestros socios principales? ¿Quiénes son nuestros principales proveedores? ¿Qué recursos principales adquirimos a los proveedores principales? ¿Qué actividades principales los socios principales tienen?	distribución? ¿Relación cliente? ¿Flujos de ingresos? Recursos principales ¿Qué recursos nuestras propuestas de valor necesitan? ¿Nuestros circuitos de distribución? Ejemplos: Personal, (patentes de propiedad, derechos de autor...)	¿Qué problemas de nuestros clientes ayudamos abordar? ¿Qué paquete de productos y servicios proponemos a cada segmento de clientes? ¿Qué necesidades de los clientes satisfacemos?	¿Cuáles son las relaciones que ya establecimos? Canales ¿Por qué circuitos de distribución nuestros segmentos de clientes quieren que les alcancemos? ¿Cómo alcanzamos a ellos ahora?	¿Para quién creamos valor? ¿Quién son nuestros clientes más importantes?
--	---	---	--	--

Estructura de los costes

¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo económico?

¿Qué recursos principales son más caros?

¿Qué actividades principales son más caras?

EJEMPLOS: Costes fijos (sueldos, alquileres, servicios públicos, suscripción)

Flujo de ingresos

¿Para qué valor nuestros clientes están realmente dispuestos a pagar?

¿Por qué pagan actualmente?

¿Cómo pagan actualmente?

¿Cómo preferirían pagar?

EJEMPLOS: Gastos de utilización, gastos de suscripciones, préstamo/alquiler, crédito/arrendamiento, licencias

VI. Estrategias de financiamiento de proyecto empresarial

Las búsquedas de financiamiento

Montar un proyecto y tener financiamiento nunca ha sido algo fácil. Pero no se trata de una misión imposible. Un Plan de Negocio bien pensado puede interesar a los organismos de financiación.

Para la búsqueda de financiamiento, es preciso considerar múltiples vías.

6.1 La aportación personal

El que quiere crear una empresa, es la persona más responsable. Es el que debe dedicarse más al proyecto y aportar el conocimiento, la estrategia... La aportación personal más allá del hecho de que puede ser la liquidez, puede ser también aportaciones no monetarias en industria. Pero el elemento fundamental es la idea de la empresa. Cuanto más la idea es clara y sostenible, más tiene probabilidades de éxito.

6.2 La “Love money”

Se trata del dinero que viene de tus familiares. Al finalizar tu Plan de Negocio o demostrar tu determinación en la creación de empresa, puedes convencer algunos de tus familiares (hermanos, padres, amigos...) de conceder ayuda financiera. No temas de buscar ayuda y no tengas vergüenza de hacerlo. “El mundo de negocios se basa en personas que se ayudan mutuamente.” (Ankur Jain, fundador de Kairos Society). Como tú, los Estados, los hombres políticos, las celebridades o las grandes empresas buscan liquidez (emisiones de bonos, países pobres muy endeudados, solicitudes de patrocinio...)

NB Es importante notar que, en este punto, no deberías calificar una persona como mala si viene a ti para decirte que no tiene dinero a ofrecerte aun cuando dicha persona tiene una apariencia que te haría pensar lo contrario. En efecto, tenemos todos proyectos y nadie tiene suficiente dinero para dar gratis a los demás.

6.3 Los concursos abiertos a los jóvenes emprendedores

Es bueno que el joven emprendedor pueda mostrar interés por todo. Puede participar a los concursos literarios, los certámenes de filosofía, de poesía, de ciencias o de iniciativa empresarial que existen. Conseguir un lugar prominente a uno de estos permite obtener un premio, dinero o bien aumentar tu visibilidad, tus capacidades de éxito o darte ideas de empresas.

6.4 Estructuras de financiamiento

Diversas estructuras de financiamiento fueron establecidas para financiar y acompañar los jóvenes empresarios (FNS, AGEPE, ONUDI, INIE, FIPME...) Las personas que trabajan en estas estructuras lo hacen para ti. Pues, contáctalos, pide sus condiciones de financiamiento y sé paciente. Además de estas estructuras, se puede utilizar los bancos. Pero al principio, es preciso evitar los bancos.

NB: lo más importante es tener clientes y que estos clientes tengan placer en comprar tus productos. Esto debe ser tu prioridad en tu plan estratégico. Pero la liquidez no se puede controlar. Por eso, es preciso escoger opciones de captación de fondos para garantizar los costes y siempre dar una vida sostenible a tu empresa.

6.5 Financiamiento que viene de los clientes

El mejor financiamiento para la empresa es el financiamiento que viene de los clientes. Si los clientes están satisfechos de tus servicios, pagarán más fácilmente. Te recomendarán y podrán incluso hacer reservas y aceptar de pagar por adelantado. Debes realizar esfuerzos para obtener la confianza de los clientes.

6.6 Financiación colaborativa

- Plataformas de crowdfunding en línea (internet), modelo también utilizado por los operadores de telefonía móvil
- Financiamientos asociados, empresas familiares

CAPÍTULO IV: LA REGLAMENTACIÓN

I. Instalarse

1.1 La ubicación para una empresa

Un proyecto o una empresa, es también la ubicación. Pero es importante ver la ubicación como cualquier lugar donde puedes encontrar fácilmente al cliente y ofrecerle tus servicios. La ubicación no es necesariamente física al principio. Puedes trabajar desde tu casa o ir encontrar al Cliente.

Esto te permitirá reducir tus gastos iniciales. Pero una empresa en expansión es una empresa que tiene una sede, legalmente constituido a nivel administrativo.

1.2 La forma jurídica de la empresa

Una empresa es una persona jurídica. Así como cada ser humano necesita un certificado de nacimiento, de la misma manera una empresa necesita un documento administrativo que certifica su existencia. Este documento define la forma jurídica de la empresa. Tenemos varios tipos de formas jurídicas:

- Sector informal: que no es en sí mismo una forma jurídica pero un modo de funcionamiento. Toda empresa puede empezar en el sector informal. Pero es importante salir del sector informal muy rápidamente.
- Empresa individual: tu persona se confunde con la persona de la empresa.
- SL (sociedades con responsabilidad limitada SL) o EURL (empresa unipersonal de responsabilidad limitada).
- SA: Sociedad Anónima
- SAS: Sociedad por Acciones simplificadas

Todas estas formas jurídicas tienen ventajas y desventajas. Pero para el nuevo líder del proyecto, es bueno pensar a la forma jurídica EURL.

II. Afrontar los impuestos

Cada actividad comercial, dentro de una colectividad organizada, está sujeta al impuesto.

Como empresa o empresario, no se puede evitar los impuestos. Pero, se puede limitar los daños, escogiendo la buena forma jurídica. Cuando no estamos al corriente de las obligaciones fiscales, nuestras acciones comerciales o de ventas serán limitadas o incluso interrumpidas.

Para afrontar los impuestos, formulamos las siguientes recomendaciones:

- Podrás estar acompañado por un contable, que conoce la normativa vigente o las normas fiscales del país.
- Elegir la opción adecuada para la forma jurídica de tu proyecto, en función de tus actividades.
- Conocer la normativa del país relativa a las formas jurídicas.
- Informarse en los departamento de impuestos

III. Personal y asociados

El personal es un factor esencial del éxito de la empresa. Una gestión eficaz y proactiva del personal contribuye a la producción, al desarrollo, a la innovación y a la satisfacción de los trabajadores y de los clientes. Los éxitos en empresariado son generalmente activados por el personal.

La empresa tiene también varios componentes y asociados que interactúan con ella. Hay que prestar atención a las relaciones con los asociados. Al nivel de los asociados, se puede mencionar los proveedores, los prestadores, los distribuidores y cualquier otro actor cuya colaboración tiene un impacto en la vida de la empresa.

CAPÍTULO V: DIOS Y LOS NEGOCIOS

I. El plan de Dios

Dios, cuando creó al ser humano, le dio competencias y facultades para dominar y someter la tierra. Dios creó también al ser humano a su imagen. Dios envió a Jesús para restaurar la relación rota con los seres humanos. Su plan para la humanidad y para los seres humanos:

- Dominar y someter la tierra
- Que la lluvia... no paren
- Que sus hijos prosperen
- Que sus hijos trabajen
- La integridad (Daniel en Babilonia, sirvió a 2 reyes babilonios por lo menos y a 2 reyes medo-persas, José en la casa de Potiphar o en prisión)
- (Abrahán frente al rey de Sodoma - Leer: Gn14.14-24)
- La honestidad (Guiezi 2 Reyes 5:15-17)
- Formar a otros líderes (Discipulado)
- La humildad (Jesús: Ph2.6, Pablo:1Co9:20-22)
- La organización (planificación: Nehemías)
- Construir una visión a largo plazo (Jesus, Hechos 1.8)

II. Modelos bíblicos de éxito en negocios

En esta sección, estudiaremos dos modelos bíblicos relativos a los negocios, y un mal ejemplo de éxito en negocios.

2.1 ISAAC entre los Filisteos Génesis 26:1-6, 12-33

((Leer el texto bíblico antes de leer los comentarios))

¿Quién es ISAAC (el jefe de ISAAC SERVICIOS)

- *Nacimiento cuando su madre tuvo 90 años, su padre 100 años).*
- *Hijo único de su madre.*
- *Fue promovido para ser sacrificado.*
- *Huérfano de madre a los 37 años.*
- *Casado a los 40 años, padre a los 60 años (Gn 25:20, 26)*
- *Hijos en perpetuo conflicto*

ISAAC SERVICIOS (IS) y DIOS

- Escuchar la voz de Dios (v.1-6)
- Se sometió a la autoridad de Abimélec (v.16-17)
- Reconocimiento de la gracia de Dios y Dios como asociado de negocios (v.22-25)
- Hombre de oración (v.25)
- Se implicó en la obra de Dios (v.25, 30, 31)

IS (ORIGENES DE SUS BENEFICIOS O ACTIVIDADES)

- Agricultura (v.12)
- Ganadería (v.14)
- Pozo de perforación (v 18-22)

IS (ACTITUDES O FUERZAS DEL JEFE Y DEL PERSONAL)

- Paciencia
- Perseverancia
- El amor al prójimo (de los enemigos)
- El perdón y la reconciliación
- El compromiso de los trabajadores
- El tiempo para Dios

IS (RESULTADOS)

- Evangelización (v26-29)
- Paz con los antiguos enemigos (v 31)
- El compromiso de su personal (v 19, 21, 25, 32)
- La glorificación del nombre de Dios entre los paganos (v 26-29)
- La bendición financiera/social (v 22, 32)

CONCLUSIÓN

Dios utiliza cualquiera persona para hacer negocios. La iniciativa empresarial no es fácil. Pero Dios nos acompaña en los negocios si andamos en su palabra. Dios está presente incluso cuando todo va mal.

2.2 Pesca milagrosa 2 (Juan 21.1-13)

La 2^{nda} pesca milagrosa Juan 21:1-13: después de su resurrección, Jesús se reveló a 7 de sus discípulos, que habían decidido ir a pescar. Durante toda la noche, no tuvieron nada. Jesús apareció en la mañana y les permitió hacer una pesca milagrosa. Mejor, hizo incluso un fuego para ellos, para que coman... Jesús muestra que es el dueño de la naturaleza y de las finanzas. Los discípulos eran pescadores profesionales. Pero a pesar de sus competencias, no cogieron nada. Sólo Jesús nos permite producir buenos resultados en los negocios.

1) Ganancia deshonesta: La joven esclava que tenía un espíritu de adivinación: Hechos 16: 16-26

- UNA EMPRESA DE ADIVINACIÓN (EA)
- Muy rentable (v16)
- Compuesto de una sola empleada: una esclava poseída por un demonio. (v.16)
- Varios amos. (v.16)
- Servicio único: la adivinación (v. 16)

EA Y CRISTO (LOS MISIONEROS PABLO, SILAS, TIMOTEO, LUCAS, ...)

- La liberación de la empleada (v.18)
- La quiebra de la empresa (de los jefes)

EA (LA REACCIÓN DE LOS JEFES)

- El engaño utilizando la ley y el pueblo (v.19-21)
- La humillación y la detención de los misioneros (v.22-24)

REACCIÓN DE LOS MISIONEROS

- La oración (v. 25)
- La alabanza (v. 25)
- El perdón (v.21)

FINALIDAD

- La conversión del carcelero y de su familia (v.32 -)
- La liberación sin condición de los misioneros (v. 35)
- La proclamación y la continuidad del evangelio

CONCLUSIÓN

Como cristianos, tenemos un papel que desempeñar en el mundo de los negocios, para sanear el sector de los negocios, ayudar a la gente, liberar a los cautivos. Jesús dijo (LUCAS 4: 18, 19) “El Espíritu del Señor está ...” ¿Es el mismo Espíritu que está con nosotros?

2.2 La pesca milagrosa 2 (Juan 21:1-13)

a. Algunas armas espirituales

En Efesios 6: 12-18, está escrito: “Porque nuestra lucha no es contra seres humanos, sino contra poderes, contra autoridades, contra potestades que dominan este mundo de tinieblas, contra fuerzas espirituales malignas en las regiones celestiales. Por lo tanto, pónganse toda la armadura de Dios, para que cuando llegue el día malo puedan resistir hasta el fin con firmeza. Manténganse firmes, ceñidos con el cinturón de la verdad, protegidos por la coraza de justicia y calzados con la disposición de proclamar el evangelio de la paz. Además de todo esto, tomen el escudo de la fe, con el cual pueden apagar todas las flechas encendidas del maligno. Tomen el casco de la salvación y la espada del Espíritu, que es la palabra de Dios. Oren en el Espíritu en todo momento, con peticiones y ruegos. Manténganse alertas y perseveren en oración por todos los creyentes.”

El cristiano no debería olvidar el aspecto espiritual en los negocios. La vida de los discípulos es una vida de batalla continua con las fuerzas del mal. La Biblia nos advierte y nos orienta sobre las acciones a realizar frente al enemigo. En este texto, podemos sacar los siguientes elementos:

- La batalla para empresas prósperas es una batalla espiritual.
- El cristiano no debe luchar con sus propias armas, pero con las armas de Dios, en particular
 - **La verdad:** vivir en la verdad en sus negocios.
 - **La justicia:** ser justo en los negocios para no dar lugar al diablo.
 - **La disposición de proclamar el evangelio:** comprometerse con el evangelio como emprendedor abra puertas.
 - **La fe:** la fe nos permite abrir la puerta a oportunidades. La Biblia dice “En realidad, sin fe es imposible agradar a Dios, ya que cualquiera que se acerca a Dios tiene que creer que él existe y que recompensa a quienes lo buscan.”
 - **La identidad de la salvación:** hay que trabajar con su identidad de hijo/a de Dios.
 - **La palabra de Dios:** meditar y aplicar la palabra de Dios en sus negocios.
 - **La oración:** tener programas regulares de oración para sus actividades.

b. Pedir socorro

Textos 1 Samuel 11.1-11

Tema: el socorro frente al adversario

Context:

Contexto:

Después del nombramiento público de Saul como rey de Israel, cuando una parte del pueblo se alegraba, algunos lo menospreciaron. Pero Saul no les hizo caso (1 Samuel 10:27). Poco después de esta ceremonia, Amón subió contra Jabés, un territorio judío.

Jabés quiso la paz tratando una alianza con Amón. Pero Amón quiso sacar a los habitantes de Jabés el ojo derecho, como una condición previa al acuerdo, sea una humillación infligida sobre todo Israel. Pues, Jabés pidió socorro al resto de Israel.

El adversario y sus estrategias

- asediar (impedir cualquiera cosa)
- hacer una alianza (servir a ídolos)
- sacar el ojo derecho (robar, degollar y destruir)
- denigrar (robar o destruir tu dignidad)

Como obtener el socorro frente al adversario

- nunca hacer una alianza con el adversario (v. 1, 2)
- contar con el Espíritu de Dios (v.6)
- unirse (v7)
- no quedar al margen cuando el vecino es atacado (v 7)
- emprender batallas ofensivas y no defensivas (v. 11)

Identificar al adversario / esto ocasiona situaciones de lucha

- el caminar cristiano (Jesús, los discípulos en los hechos de los apóstoles)
- la alegría, la tranquilidad en medio del pueblo de Dios
- las acciones de evangelización, las oraciones, el compartir de la palabra
- el progreso de los hijos de Dios en el mundo del trabajo y de los negocios.

NB: La estrategia utilizada por Amón es casi la misma hoy en las batallas contra los hijos de Dios (asediar, hacer alianza, sacar los ojos “espirituales”, denigrar).

Las buenas nuevas es que somos más que vencedores por Jesús, siguiendo las recomendaciones formuladas anteriormente para obtener socorro.

c. Seguir explorando nuevas posibilidades

ISAAC y sus pozos: Génesis 26:18-22

Esta historia que ya estudiamos anteriormente es una historia de la prosperidad de ISAAC entre los Filisteos. El texto que nos llama la atención aquí es el lugar de los pozos:

Génesis 26:18-22 “Isaac abrió nuevamente los pozos de agua que habían sido cavados en tiempos de su padre Abraham y que los filisteos habían tapado después de su muerte. Entonces les puso los mismos nombres que su padre les había dado. Cuando los siervos de Isaac estaban cavando en el valle, encontraron un manantial. Pero los pastores de Guerar discutieron acaloradamente con los pastores de Isaac, alegando que el agua era de ellos. Por eso Isaac llamó a ese pozo Esek, porque habían peleado con él. Después sus siervos cavaron otro pozo, por el cual también discutieron. Por eso Isaac lo llamó Sitna. Entonces Isaac se fue de allí y cavó otro pozo, pero esta vez no hubo ninguna discusión. A este pozo lo llamó Rejobot y dijo: ‘El Señor nos ha dado mucho espacio para que prosperemos en esta región’.

NB: hasta que Isaac encuentre un pozo sin discusión, señal que el Señor lo había puesto al lugar espacioso y que se había marchado para prosperar en el país, nunca paró de explorar nuevos horizontes. Frente al adversario, se debe también explorar nuevos horizontes.

CONCLUSIÓN

Este manual, cuyo objetivo es impulsar el emprendimiento en la comunidad cristiana, es el resultado de un proyecto del ILC realizado en cuatro países de los Grupos Bíblicos Universitarios del África Francófona (GBUAF) (Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil y Senegal).

Este manual fue elaborado por la Dra. Albertine Bayompe KABOU, catalizadora de la Iniciativa Logos y Cosmos de 2021 a 2025 y coordinadora del proyecto sobre emprendimiento en la comunidad cristiana del África Francófona; el Sr. Namongon Adama SORO, de Costa de Marfil, emprendedor e ingeniero de diseño de telecomunicaciones en el INP-HB de Yamusukro; y el pastor Armel B. AGBOHOUTO, de Benín, emprendedor, financiero y gestor de proyectos.

Este proyecto fue una maravillosa colaboración gracias al intercambio de experiencias enriquecedoras, no solo de los formadores, sino también de los movimientos de Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil y Senegal. El intercambio de experiencias entre los movimientos fue posible gracias a la activa participación de sus Secretarios Generales (SG) y a la eficaz facilitación de las actividades de nuestro proyecto ILC, nivel 4.

Quisiéramos concluir este trabajo expresando nuestro sincero agradecimiento a la Iniciativa Logos y Cosmos por la oportunidad que nos brindó durante estos cuatro años (2021 a 2025) de capacitarnos, aprender e interactuar en nuestras universidades, iglesias y comunidades a través del diálogo entre la ciencia y la fe. Nuestro agradecimiento también a la Fundación John Templeton, que amablemente financió esta maravillosa iniciativa. Agradecemos a todo el personal de la Iniciativa Logos y Cosmos en el IFES (Profesor Ross, Sophie, etc.) y en el África francófona (Dr. Albert Eteka Chabi, Dr. Stephen Ney, Sra. Monelle Late, Innocent, Roland, etc.), a todos los djadus, especialmente a Djadu Ahoga Kossi Augustin, y a toda la comunidad de catalizadores.

También agradecemos a los Secretarios Generales de Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil y Senegal, y a todos los demás miembros de estos movimientos que participaron en la implementación de este proyecto de la ILC.

BIBLIOGRAFÍA

Bible, Louis Segond. (2010).

BPIFRANCE CREATION. (2023). Guía práctica para el creador: Las etapas de la creación de empresas.

HOPKINS, Tom. (2002). Ventas para Dummies. Primero.

La Guía práctica del gerente 2010. (Enero de 2010). Edición especial de gestión. KAPEU, Allyne. (2023). Mentalidad emprendedora y capacitación en liderazgo transformacional. Serie de sesiones de capacitación.

MILLER, C. John. (2003). El corazón de un líder-servidor: Una colección de cartas pastorales para capacitar y guiar a líderes cristianos en su ministerio. Impact Publishing.

PIERRE, Josué. (2018). Emprendimiento y creencias cristianas de los afrodescendientes en Haití: Desarrollo socioeconómico y factores religiosos, educativos y políticos. Sociología. Universidad Sorbonne Paris Cité.

ROBERTS, Gary E. (2015). Desarrollo del liderazgo cristiano de servicio: Crecimiento del carácter basado en la fe en el trabajo. Palgrave Macmillan.

SORO, Namongon Adama. (noviembre de 2021). Cristianos y emprendimiento. Conferencia.

Diseñador: MAME BASSENE CESAR DIEDHIOU