**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del programa de formación: tecnologo en animación digital
- Código del programa de formación: 513601
- Nombre del proyecto ( si es formación titulada): divulgacion de la industria creativa en el quindio.
- Fase del proyecto ( si es formación titulada): Ejecución
- Actividad de proyecto(si es formación titulada): Realizar un render preview y el render final para la composición de la animación con base en la pre-producción y producción del proyecto planeado.
- Competencia: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- Resultados de aprendizaje alcanzar: Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social
- Duración de la guía: 6 horas

## 2. PRESENTACIÓN

La comprensión de esta guía le permitirá fortalecer conocimientos que, en su calidad de aprendiz se convertirán en herramientas para alcanzar y desarrollar sus competencias técnicas fundamentales en el desempeño de su perfil como emprendedor de proyectos sostenibles.

Como estrategias metodológicas aplicaremos: la exploración de saberes previos, la apropiación de conceptos y la aplicación del conocimiento; herramientas que los conducirán a alcanzar los resultados de aprendizaje planteados en esta guía y reunir así, las evidencias requeridas.

Debe tener presente el aprendizaje independiente para el desarrollo de las actividades planteadas, lo invito para que se apoye en las lecturas complementarias publicadas en el espacio asignado de la conforme el pasar de las actividades; es válido para ampliar sus conocimientos realizar investigaciones adicionales en la base de datos de la biblioteca virtual del SENA y participar activamente por medio del trabajo colaborativo en las actividades asignadas cuando ello lo requieran.

***"Emprender es un juego solitario. El camino al éxito es largo y lleno de obstáculos, muchas veces con caídas constantes antes de alcanzar nuestros sueños.***

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

**Actividad de Reflexión Inicial**

Leer el caso otorgado por el instructor y realice una historieta la cual consiste en una secuencia de viñetas o representaciones gráficas que narran una historia con mínimo 5 secuencias, mediante imágenes y texto que aparece encerrado en un globo.

Para contextualizar la actividad le presentamos un ejemplo práctico de cómo realizar una historieta.




**Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.**

En socialización en clase se identificará si el aprendiz conoce y se relaciona con los siguientes términos para llevar a cabo la evaluación propuesta por la caracterización de negocios.

- ¿Identifica los datos y fuentes en la recolección de datos?
- ¿Sabe que es segmentación de mercados?
- ¿Sabe que son datos macroeconómicos y como interpretarlos para posterior análisis?
- ¿Sabe lo que es un mercado de Nicho?
- ¿Sabe que es un nivel de acceso al mercado?
- ¿Sabe que es un análisis del entorno?

Conforme al diagnóstico realizado para la identificación de los conocimientos necesarios para el aprendizaje y desarrollo de esta guía de aprendizaje, se conformarán por los grupos de trabajo del proyecto y debatirán con sus propios conocimientos previos, la definición y utilización de cada uno de los temas anteriormente descritos.

Ambiente Requerido: virtual

Materiales: computador, hojas o el requerido por el instructor.

**FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

**Actividades de Apropiación:**

**MODELO DE VIABILIZACION DE IDEAS DE NEGOCIO**

**Paso No. 1.** Identificar lo que es planeación estratégica empresarial, determinando los aspectos mas relevantes en la vida empresarial de cada uno de los proyectos y el como el conocer las instituciones refleja el primer paso de emprendimiento.

**Paso No. 2.** Buscar 5 ideas de negocios que desee implementar, aplique la caracterización de generación de ideas de mercados e identifique su mejor idea de negocio.

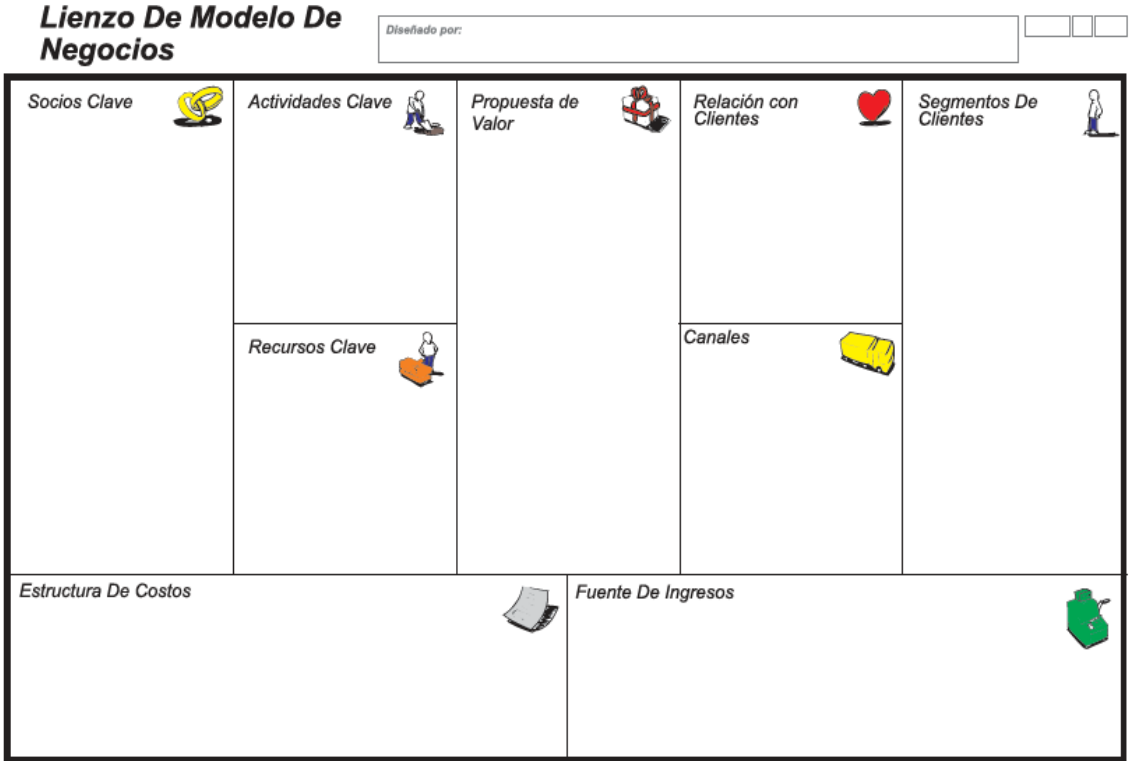
Ambiente Requerido: virtual.

Materiales: computador, modelo de excel requerido por el instructor.

**Actividad de transferencia de conocimiento.**

**Nombre de la actividad:** Desarrollar modelo CANVAS de modelo de negocio.

**Instrucciones para el desarrollo de esta actividad:** Determinar en las ideas viabilizadas previamente según un lienzo modelo CANVAS, el cual será socializado previamente por el instructor, para desarrollado por los grupos e ir adicionando las ideas innovadoras.




Posteriormente envía la evidencia por el medio establecido por el instructor.

Ambiente Requerido: virtual.

Materiales: computador, hojas o el requerido por el instructor.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACION

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento**<br><br>Propuesta física o digital de lienzo modelo canvas. | Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial | Quiz de concepto por plataforma virtual de kahoot. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

**Assessment Center:** Es una técnica que se utiliza para evaluar recursos y potenciales para la gestión, en la que se utilizan varias técnicas de evaluación, basándose en la búsqueda del potencial de las personas.

**Ayudante:** Empleado o empleada que presta ayuda a otra persona, pero con categoría inferior y bajo sus órdenes.

**B2E (Bussiness to Employee):** Comercio hacia los empleados, consiste en la venta a través del website corporativo, o desde las páginas de la Intranet de acceso restringido, a los empleados de una empresa o conjunto de las mismas.

**Back Office:** Área de las empresas en las que el personal no tiene contacto con los clientes y se dedica a tareas administrativas.

**Balanced Scorecard:** Cuadro de Mando Integral - Conjunto ordenado de indicadores que determinan la marcha de la empresa (emanan de la visión y la estrategia) al identificar cómo las personas crean valor desde las distintas unidades de negocio. Combina indicadores financieros tradicionales con otros de actuación que sirven de predictores.

**Benchmarking:** Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores. / También se puede definir como un proceso continuo y constante mediante el cual una organización analiza cómo otra organización realiza una función específica con el fin de mejorar su eficacia y eficiencia en una función igual o similar.

**Benchmarking:** Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores.

**Best practices:** Son las mejores prácticas utilizadas en la gestión de una organización.

**Blended Learning:** Es una mezcla de formación a distancia y presencial, también llamada semi-presencial.

**Brainstorming:** Término inglés que suele traducirse como “Lluvia de ideas” y que se utiliza para designar una técnica de grupo empleada en la investigación cualitativa. Básicamente consiste en la reunión de un pequeño grupo heterogéneo de 8-12 personas a las que se convoca para hallar ideas o soluciones nuevas sin ninguna restricción ni limitación. / Técnica creativa de obtención de información sobre un tema que el grupo desconoce, en el los participantes vierten lo primero que pasa por sus cabezas.

**Burnout:** El síndrome de “burnout”, también llamado síndrome de “estar quemado” o de desgaste profesional, se considera como la fase avanzada del estrés profesional, y se produce cuando se desequilibran las expectativas en el ámbito profesional y la realidad del trabajo diario.

**Business game:** Técnica de simulación utilizada en la formación, en la que se forman varios equipos que compiten entre sí, representando cada uno a una empresa. Cada grupo se organiza por su cuenta (asignando tareas y cargos a sus miembros), recibiendo información completa sobre la situación y actividades de su empresa, con el objeto de tomar decisiones para solventar los problemas que se le presentan.

**Barreras en la comunicación:** Interfieren negativamente en nuestra comunicación interpersonal, y se hallan: EN EL EMISOR Y/O EL RECEPTOR. SÓLO EN EL EMISOR. EN EL CONTEXTO.

**Base de datos (de empresas):** Una base de datos consiste en un archivo organizado de información referido a empresas con las que se tiene relación comercial.

**Boca a boca:** Expresión utilizada para definir la información que se transmite verbalmente. Es, probablemente, el canal de comunicación más antiguo, eficaz y con menor coste que existe.

**Boletines internos:** Pueden ser impresos o mediante la proyección de vídeos.Sus objetivos son de información sobre las actividades internas y externas de la firma, formando activamente una "cultura de empresa".

**Diagnostico Económico:** Consiste en la descripción, evaluación y análisis de la situación actual y la trayectoria histórica de la realidad económica, política y social de un país, o de algún fenómeno o variable que se desea estudiar, por lo tanto, implica un conocimiento cuantitativo y cualitativo de la realidad existente y una apreciación de las posibles tendencias de los fenómenos, lo cual permite realizar proyecciones de las diversas restricciones técnicas y políticas sobre las que se desarrolla la economía, a fin de solucionarlas en el corto, mediano y largo plazos.

**Clientes:** "Públicos de una empresa que demandan sus bienes o servicios. Existen, básicamente, tres tipos de clientes: 1. Clientes propiamente dichos o primarios, que son aquellas personas físicas o jurídicas que adquieren directamente a la empresa los bienes y servicios que produce o distribuye y, por lo tanto, son conocidos por la misma, siendo identificables en algunos casos; pueden ser o no consumidores de los productos. 2. Clientes secundarios. Son personas físicas o jurídicas que adquieren los productos a través de los clientes primarios o incluso de otros secundarios que no son conocidos, ni por tanto identificables directamente, y que pueden ser o no consumidores. 3. Consumidores. Son aquellas personas que usan el producto, pudiendo ser clientes primarios o secundarios o no serlo. Generalmente, no son conocidos ni identificables directamente, aunque a través de acciones especiales de marketing directo o promocionales se puede llegar a identificarlos. // Programa que demanda servicios de otro ordenador llamado servidor y se hace cargo de la interacción necesaria con el usuario."

**Medios Tecnológicos:** Definición de recursos tecnológicos. Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.



**Rentabilidad:** En Economía, la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración

recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores).

**Liquidez:** La liquidez es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. La liquidez se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.

**Satisfacción del cliente:** Satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

**Segmentación de mercado:** Acto y efecto de segmentar o dividir el mercado total que existe para un producto o servicio, en diferentes mercados homogéneos (conformados por un determinado tipo de consumidor con características similares) con el fin de poder elegir de entre dichos submercados resultantes, al más idóneo o atractivo para incursionar.

**Telemarketing:** Acto y efecto de promocionar o vender productos o servicios a través de medios de comunicación tales como el teléfono o el Internet.

**Universo:** Conjunto de elementos con características similares de los cuales se desea recoger información para realizar una investigación.

**Usuario:** Quien utiliza un producto o servicio, a diferencia de un cliente, un usuario, no necesariamente es quien ha adquirido el producto o el servicio.

**Valor agregado (valor añadido):** Característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio para darle un mayor valor, generalmente es una característica o servicio poco usual, o poco usada por los demás competidores, que le da al negocio o empresa cierta diferenciación.

**Venta al contado:** Se da cuando se vende un producto, y se cobra al momento de la transacción.

**Venta al crédito:** Se da cuando se vende un producto, y se acuerda cobrar a un plazo determinado, por ejemplo, a 30 días.

**Ventaja competitiva:** Ventaja en algún aspecto que tiene un negocio o empresa ante otros del mismo sector o mercado, que le permite tener cierta posición de liderazgo en dicho aspecto; un negocio puede, por ejemplo, tener ventaja competitiva en la atención el público, en sus costos, en la rapidez de su atención, en su distribución, en su infraestructura, en su localización, etc.

**Venta personal:** La venta personal hace referencia al acto de promocionar los productos de una empresa o negocio a través de un trato directo entre un vendedor y un cliente potencial. Se basa en una comunicación personal ya que va dirigida de una persona a otra, a diferencia de por ejemplo la publicidad, que utiliza una comunicación impersonal, ya que va dirigida a varias personas a la vez.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


- Reyes, Austín, (2000). Administración de Empresas: teoría y práctica, Mexico: Limusa, Noriega editores.
- Rodriguez, J. (2002), Administración de pequeñas y medianas empresas. 5 Ed. Mexico: Thompson.
- Thomas L. Wheelen. Hunger J. David, 2007. Administración estratégica y política de Negocios.
- http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-riesgo-y-liquidez.html
- https://www.gestion.org/gestion-financiera/instrumentos-financieros/25231/liquidez-riesgo-y-rentabilidad-financiera/
- https://www.mytriplea.com/blog/rentabilidad-riesgo-liquidez-claves-inversion/


## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Christian Orlando Sanchez Hernandez** | **Instructor** | **Centro de Comercio y Turismo regional Quindío.** | **4 de Febrero de 2021** |

## 8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |