1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Gestión Empresarial
- Código del Programa de Formación: 621201 Versión 102
- Nombre del Proyecto:
- Fase del Proyecto:
- Actividad de Proyecto: Identificar programas de transferencia documental, primaria y secundaria de la organización
- Competencia: Promover la Interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laborales y sociales

Resultados de Aprendizaje:

- Redimensionar permanentemente proyecto de vida de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva

2. **INTRODUCCIÓN**

El área de formación profesional, del curso pretende mostrar la importancia de tener iniciativa emprendedora a través de un proceso social y dinámico en el que los individuos, solos o en colaboración, identifican oportunidades para innovar y actuar transformando las ideas en actividades prácticas dentro de un contexto social, cultural o económico.

Con la presente guía se trata primero en conocerte para que aprendamos a de diagnosticar inconvenientes y síntomas para encontrar los problemas de raíz, visualizando opciones que podrían servir como posibles soluciones, aclarando la información que tienes y buscando lo que necesitas, desarrollando opciones viables y posibles soluciones enfocadas a ideas viables de negocios.

DURACION GUIA DE APRENDIZAJE: 30 HORAS

3. **Actividades de Reflexión inicial.**

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 ACTIVIDAD DE REFLEXIÓN INICIAL: Es importante que el estudiante se conozca así mismo a través del fortalecimiento de sus cualidades y tenga pleno conocimiento de sus debilidades, sólo a través de este conocimiento logrará fortalecer sus capacidades empresariales a través de las competencias personales de emprendimiento. **2 horas**

- Identificar claramente los elementos que conforman su proyecto de vida y elaborar su propio proyecto de vida.
- Identifica su perfil como emprendedor.
- Manejar los conceptos de creatividad, trabajo en equipo, motivación al logro y liderazgo.

- ❖ Elaboración de su proyecto de vida.
- ❖ Elaboración del perfil emprendedor
- ❖ Taller de creatividad, trabajo en equipo, motivación al logro y liderazgo.

.

Se les pide a los estudiantes que identifiquen sus Fortalezas, Debilidades y Oportunidades personales frente a su propia vida, para lo cual deben elaborar el árbol de la vida:

EL ARBOL DE LA VIDA

4.-Qué cosas bonitas tengo para dar? (Flores)

5-Qué personas importantes hay en mi vida? (Pajaritos)



1. Cuál es mi Origen? (Raíces)

3.-Qué metas tengo que aspiro? (Ramas)



6.- ¿Cuáles han sido mis logros? (Frutos) **7- Cosas de las que debo desprenderme. (Parásitos)**

1. Raíces: _____

_____

2.Tallo:

_____

3. Ramas y hojas:

_____

4. Flores:

_____

5.Frutos _____

6.Pajaritos: _____

7.Parásitos: _____

Sueños, Anhelos y Propósitos: Se busca establecer las metas y propósitos reales de los emprendedores para el futuro.

¿Sueños, aspiraciones o ideales en la vida?

¿Qué es lo que realmente anhelo? (Descríbalo o dibújalo)

_____

¿Cuáles realmente puedo realizar? ¿Qué debo hacer para lograrlos?

_____

¿Cuál es el trabajo que puedo desarrollar como un medio para alcanzarlos?

_____

¿Debo cambiar algo en mi vida para alcanzar mis sueños?

(Escriba los aspectos que debo cambiar).

_____

Plantee sus Metas a uno, tres y cinco años, teniendo en cuenta su situación actual y las nuevas oportunidades que se presentan en su vida de acuerdo a lo analizado en los ejercicios anteriores.

Visión de futuro:

Metas a un año:

_____

Metas a tres años:

_____

Metas a cinco años:

_____

Propósitos: Que me propongo para realizar mis metas:

_____ ***Estos años serían muy buenos si:***

_____

LA CARRERA DE LA VIDA

1. ***Recuerdo cuales son mis principales METAS DE VIDA:***

_____

2. ***Qué acciones o actividades debo realizar para alcanzar mis metas:***

Acciones o actividades a realizar	**En cuanto tiempo realizo la acción**	**Fecha de terminación de la acción**
1		
2.		
3.		
4.		

3. ***Qué RECURSOS requiero para lograr mis metas y propósitos:***

Dispongo de los siguientes recursos propios	***Debo conseguir los siguientes recursos (Que no tengo)***

4. ***Qué OBSTÁCULOS se pueden presentar y cómo los voy a superar:***

Enumere los posibles obstáculos	*¿Cómo voy a vencer los obstáculos?*

5. ***¿Cuál es la RECOMPENSA que espero al realizar mi Proyecto de vida?***

3.2 Actividades 1 - contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje. – 2 horas

3.2.1 Idea de negocio en una hoja, con la presentación de la instructora, y con tu idea clara de que te gustaría emprender realiza el plan de negocio.

taller 1. plan de negocios de una página:

Responde las siguientes preguntas, pensando en tu emprendimiento, dado que es tu etapa inicial al emprendimiento

1. Comienza con tu visión

Comienza el plan pensando en el final.

Debes comunicar de frente a dónde quieres llevar tu negocio para fijar el tono de tu plan. ¿Quieres hacerlo crecer para que venda?

¿Quieres que sea un legado que dure toda una vida?

¿Cuál es tu gran enfoque para la meta final? Planéalo a 5 años.

Es importante comenzar con la última etapa en mente. Tu visión debe resumir eso también,

2. Formaliza tu misión

Sabes cuál es tu visión, ahora necesitas describir lo que vas a hacer para conseguirla de una manera breve y accesible.

Debes mostrar esta declaración para que tú equipo de compañeros puedan verla y recordar porqué hacen lo que hacen todos los días.

Recuerda las características de debe tener una Misión

Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje.

3.2.2 Actividades 2 – la primera etapa del emprendimiento es conocer si el producto o servicio es viable, la metodología que utilizaron para identificar el problema y/o las necesidades del segmento de clientes es a través de la investigación directa para lo cual se realizara la entrevista problema , un modelo utilizado en el contexto empresarial a nivel nacional e internacional **– 3 horas**

Material de apoyo:https://www.youtube.com/watch?v=c4C98fJAmvI&feature=emb_logo

con base en la orientación de la instructora, entrevista a 3 ó 4 posibles clientes recuerda que debe estar enfocado en tu idea de negocio. La estructura de la entrevista problema del taller es una guía de cómo hacerla, no necesariamente debe estar tan estructurada, pero si debe cumplir la finalidad que es conocer el problema, la instructora entrega y explica cómo realizarla.

Así pues, **las preguntas que deberías plantearte al inicio** de una nueva aventura emprendedora son:

- ¿Realmente conozco a mis clientes?
- ¿Son los problemas que quiero solucionar los suficientemente importantes para mi cliente?
- ¿Existen suficientes clientes como para generar un negocio viable?

Éstas son las preguntas a las que podremos responder después de realizar la entrevista de problema.

PROCESO PARA REALIZAR UNA ENTREVISTA PROBLEMA

1. Bienvenida
2. Datos demographics
3. Principales problemas
4. Ranking
5. Hora de profundizar
6. Breve Pitch

7. Compromiso

Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, recuerda ir contextualizando el cuadro correspondiente del lean canvas .

3.2.3 Actividades 3 – la siguiente actividad permite identificar el segmento de mercado a través del las variables y características requeridas, enfocados a satisfacer las necesidades segmento de clientes que el producto o servicio esta dirigido. -2 horas

Taller 3 Solución y segmentación del cliente

Con base en el taller 2 entrevista problema

Materializa tu producto o sevicio, los problemas que detectaste, escríbelos por cada una de las entrevistas que se realizaron

1.----------

2.----------

3.----------

4----------

Despues que acabes de escribir los problemas encontrados, concéntrate y desarrolla óptimamente las características de tu producto o servicio que van a permitir dar una solución a los problemas detectados. Debes tener en cuenta que solo es una parte de todo un problema que estamos solucionando, un emprendimiento es una gran cantidad de elementos y la solución o soluciones solo son una de ellas.

La solución Responde a 1 pregunta ¿Cómo cumples con tu respuesta de valor? , la respuesta de valor es una promesa , tu emprendimiento es una promesa, el espacio que vamos a dar solución es ¿Cómo vamos a resolver y como vamos a cumplir esa promesa?

Escribela puede que la solución sea solo una idea, aunque no tengas claro como se va ha desarrollar ¡no dejes que esto te limite! una solución no se adapta a los problemas , las soluciones resuelven problemas, entonces escribe tu solución sin poner ningún limite.

Ten en cuenta la orientación de la instructora para realizar la segmentación del cliente , con base en tu modelo de negocio y a quien va dirigido.

SEGMENTACIÓN DEL CLIENTE

Para segmentar los clientes debes hacerte las siguientes preguntas Quienes son sus clientes?
Dónde encuentra los clientes?
Cuales son las características de sus clientes?

Describa el perfil de su cliente, junto a su localización. Justifique las razones de su elección: debes tener encuenta si tu modelo de negocio a personas naturales o jurídicas , utiliza el perfil que te corresponde.

Perfil consumidor final

Variables demográficas	
Región	
Ciudad	
Ubicación	
Variables socioeconómicas	
ingreso	
Edad	
Estado civil	
Religión	
Ocupación	
Educación	
Nivel socioeconomico	
Variable psicográficas	
Estilos de vida	por ejemplo, horarios de compra, formal, casual , moda , personalidad
Varibles conductivas	
Que espera el cliente?	

Perfil del cliente empresarial

Perfil de cliente empresarial	
Giro al que pertenece la empresa de tu cliente	
Cantidad de empleados	
Ubicación	
Años de operación	
Presupusto	
Tecnologia	
Marcas	
Extensión de empresa	
Situación de la empresa	

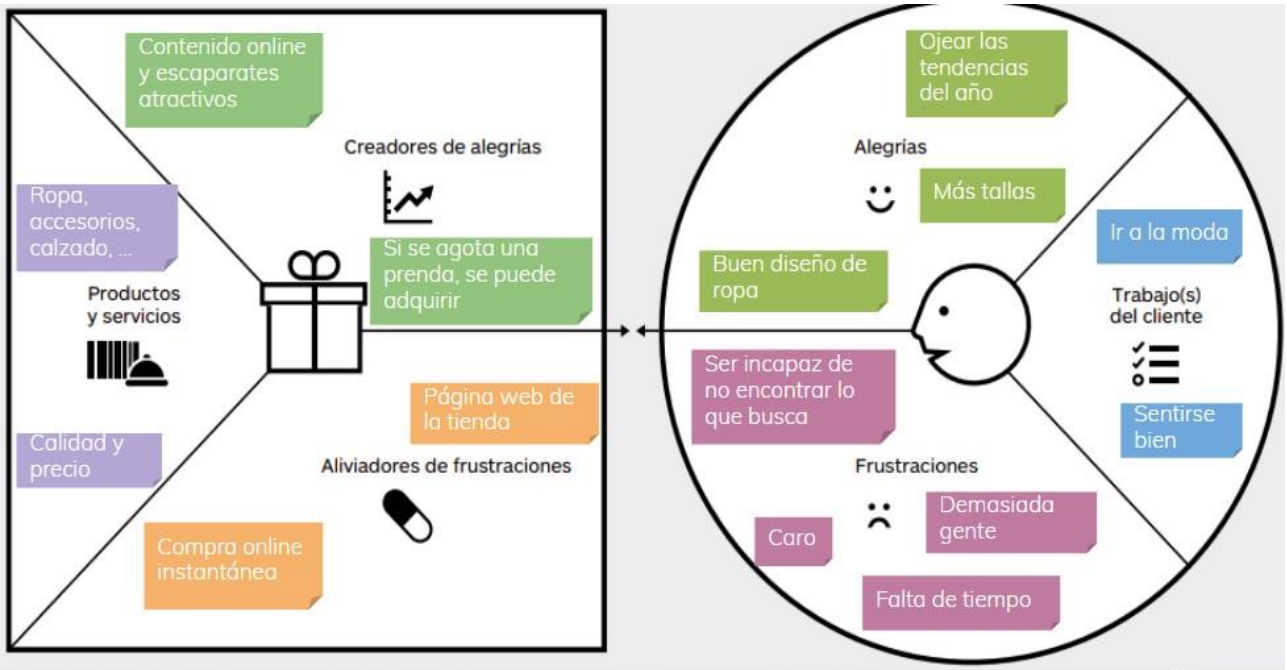
Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, recuerda ir contextualizando el cuadro correspondiente del lean canvas .

3.3 ACTIVIDADES DE APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO (CONCEPTUALIZACIÓN Y TEORIZACIÓN)

3.3.1 Actividades 4 con la siguiente actividad se propones dar soluciones, con la primera base de la investigación del segmento de clientes, el problema, con base en la explicación de la instructora y con la herramienta propuesta de valor – 3 horas

Taller 4 Propuesta de valor
Identifica paso a paso teniendo en cuenta que el lado izquierdo es la idea de negocio y el lado derecho es las necesidades del segmento de clientes, apóyate en el ejemplo que entrega la instructora en el taller y el material de apoyo.

Paso 1: Trabajos del cliente
Paso 2: Dolores o frustraciones del cliente
Paso 3: Alegrías del cliente
Paso 4: Aliviadores de dolor
Paso 5: Producto y servicio
Paso 6: Creadores de valor
Paso 7: Revisando lienzo de propuesta de valor
Paso 8: Validando la propuesta de valor
Paso 9: Ajustando el lienzo
.
Material de apoyo
https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=ZCJC1hI6qWQ&feature=emb_logo
Definidos los conceptos de propuesta de valor,



Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, recuerda ir contextualizando el cuadro correspondiente del lean canvas .

3.3.2 Actividades 5 cuando se quiere salir al mercado ,en el lugar que sea nacional o internacional , se debe conocer el mercado, a partir de la investigación de la competencia o benchkmarking , saber en que enfocar la ventaja especial, y permanecer en el mercado **– 3 horas**

Taller 5 Ventajas Especiales

Realice un análisis de la competencia, alrededor de los criterios* más relevantes para su negocio, puede modificar la descripción o agregar si ve que es necesario,

Nota: * Seleccione de las siguientes opciones de criterios, aquellos para los cuales se identifica como alto nivel de criticidad para la validación de la competencia.

Competencia				
Descripción	**Competidor 1**	**Competidor 2**	**Competidor 3**	**Comparate**
Localización				

Productos y servicios (atributos)				
Precios				
Logística de distribución				
Otros, ¿cuál? _____				

Fuente: fondo emprender SENA

Identificar claramente el competidor a través de los criterios e información solicitada en la tabla. Con esta información podrá realizar la comparación y análisis de la competencia y tener la visión de ser único en cualquiera de las 4 caracteristicas (única, sostenible, rentable , posicionda), En la casilla otros, podrá incluir: segmento, estrategias comerciales

Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, .

3.3.3 Actividades 6 – conocer como entregar la propuesta de valor al segmento de clientes , a través de la investigación inicial el problema es necesario conocer cuales son los canales que se adecuan al emprendimiento que estas desarrollando , en cada una de la etapas – 3 horas

Taller 6 Canales

Teniendo en cuenta la explicación de la instructora, contesta las preguntas que consideres que están relacionados con tu modelo de negocio, no es necesario contestarlas todas, para conocer cual es la que te ayudara a entregar la propuesta de valor o cual es el canal que utilizaras en cada una de las etapas .

1 ¿Cuáles son los canales de distribución que funcionan mejor actualmente en la categoría?

2 ¿Cuáles de los canales son los que más están creciendo? ¿Cuál es el principal factor que está generando un crecimiento en los canales? ¿Ha habido alguno cambio en los últimos años?

3 ¿Son canales directos (propios) o son canales indirectos a través de terceros?

4 ¿Nuestro principal canal de llegada al consumidor será físico o será digital o será una mezcla de ambos? ¿Por qué?

5 ¿Utilizaremos fuerza de ventas propia o de terceros para utilizar esta ruta al mercado?

6 ¿En dónde sería el mejor lugar de compra de nuestros consumidores? ¿Estaremos presente en ese lugar?

7 ¿Cuánto nos costaría atender cada uno de estos canales? (Esta información va a ir también en la sección de egresos)

8 ¿Cuáles son los canales que funcionan mejor a los actuales competidores? ¿Quién está comprando la categoría y a quién? ¿Cómo podemos llegar de una mejor manera que nuestros competidores?

9 ¿Se puede ubicar por tipos o grupos de personas los que compran en diferentes canales? (por ejemplo, las señoras compran en tienda física y los jóvenes en internet) ¿Cuáles son los principales grupos de prospectores de compra de suscripciones a instituciones? Describe el comportamiento de prospector en el punto de venta (como se comporta, que pregunta, etc.).

10 ¿Cuáles la comunicación que más atrae a los shopper o prospectores de compra?

11 ¿Cuáles serían las tendencias de los shopper hacia el futuro? ¿En que están cambiando?

12 ¿Está impactando a los shopper el cambio de tecnología en la forma en que prospectan sus inscripciones?

13 ¿Qué canales están en crecimiento y que canales están en caída?

14 ¿Hay alguna tendencia en esto? ¿Nos estamos subiendo al caballo ganador?

15 La atención será con camiones propios (entrega y despacho) o contrataremos a un tercero que nos distribuya.

16 En el caso digital, utilizamos una plataforma propia de venta o estamos contratando a algún proveedor de plataformas digitales para vender nuestro producto (por ejemplo si vendemos cursos podemos utilizar a alguna plataforma ya existente (en este caso esa plataforma será un medio para llegar a ellos).

Fuente: Ingenio y empresa

Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, recuerda ir contextualizando el cuadro correspondiente del lean canvas .

3.3.4 Actividades 7 – en la estructura del modelo de nogocio en la etapa inicial , se debe conocer los recurso con que se cuentan o si ya tienes tu emprendimiento si el valor y la cantidad mensual superan tus costos fijos -3 horas

Talle 7 costos fijos , variables , punto de equilibrio

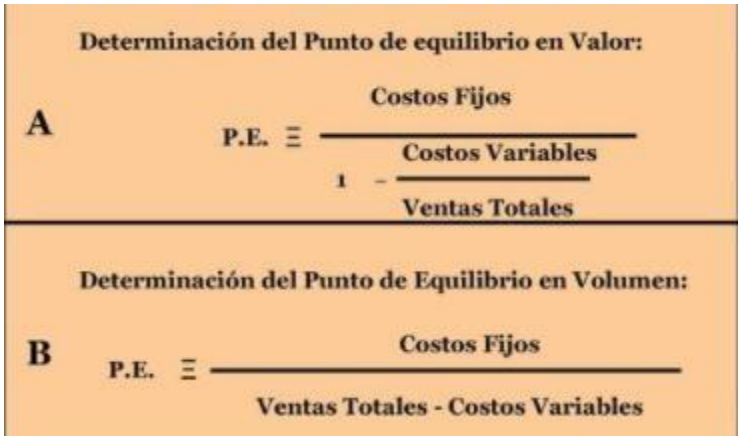
Recuerda tenene en cuenta la clasificación costos fijos y los costos variables, según orientación de la instructora en formación virtual.

COSTOS FIJOS	VALOR MES	OBSERVACION , Si lo requieres
TOTAL COSTO FIJO MES		

COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLE	VALOR MES	OBSERVACION , Si lo requieres
TOTAL COSTO VARIABLE		

Material de apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=CHLlMyMIz9E



Evidencia: No olvide conservar dentro de su portafolio las evidencias de aprendizaje, recuerda ir contextualizando el cuadro correspondiente del lean canvas .

3.3.5 Actividades 8 – en todos los modelos de negocio o en cada una de las etapas de investigación y elaboración de la idea de negocio , se deben trazar indicadores permitiendo el seguimiento continuo de los proceso según la etapa en la que se encuentre tu emprendimiento – 3 horas

Talle 8 metricas claves

De acuerdo a la explicación de la instrutura y con apoyo de el video según tu emprendimiento,

Plantea según la importancia de la métrica, teniendo en cuenta que son estrategias con la posibilidad de analizar medir , que se puedan hacer en nuestro negocio para mejorar

Solo plantea 3 metricas que consideres necesarias para tu negocio teniendo en cuenta tu misión y el desarrollo de todo el lean canvas .

Ejemplos:
-métricas para establecer el registro de visitas a mi tienda

-Métricas para establecer el registro de clientes que compran

-Metricas para establecer el registro de clientes interesados en algún producto

Evidencia: debes registrar tus métricas que escogiste y escribirlas en la casilla 9 del lean canvas y entregar los nueve totalmente resueltos .

Material de apoyo: https://www.youtube.com/watch?v=tNCpFxOV-1E&t=1163s métricas fisicas

https://www.youtube.com/watch?v=CMplktc6gZg&t=5s métricas web

https://www.youtube.com/watch?v=nXekARa5Hok

3.4 ACTIVIDADES DE TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO.

3.4.1 Evaluación Estima do aprendiz, habrá un espacio de socialización en el ambiente deaprendizaje sobre los temas vistos, en cada una de las etapas de la investigación para el emprendimiento , para lo cual debes llevarlas a modelo de

negocio de etapa temprana enfocada en el producto y segmento de clientes para lo cual utilizaremos la herramienta lean canvas. 8 horas

4. Ambiente requeridos y materiales

Descripción de la actividad:	Ambiente requerido:	Materiales
3.1 Actividad Inicial- Reflexión 3.2 Actividades 1 - contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje. 3.2.1 Actividades 2 - contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje 3.3Actividades 3 – apropiación del conocimiento necesario para el aprendizaje	Ambiente de formación virtural	Conexión Internet , equipo de computo, celular
3.3.1Actividades 4 - apropiación del conocimiento necesario para el aprendizaje 3.3.2 Actividades 5 - apropiación del conocimiento necesario para el aprendizaje 3.3.3 Actividades 6 - apropiación del conocimiento necesario para el aprendizaje 3.3.4Actividades 7 - apropiación del conocimiento necesario para el aprendizaje 3.3.5 Actividades 8 – 3.4 Evaluación: Transferencia del conocimiento		

5. ACTIVIDADES DE EVALUCIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación

- Actividad Inicial- Reflexión - taller 1. plan de negocios de una página: - taller 2 entrevista problema -taller 3 Solución y segmentación del cliente Taller -taller 4 Propuesta de valor - taller 5 Ventajas Especiales taller 6 Canales taller 7 costos fijos, variables, punto de equilibrio -taller 8 métricas claves	Utiliza los tipos de conocimientos empíricos o de formación de una idea de negocio Presenta talleres por cada paso de su emprendimiento: problema, solución , segmento de clientes, propuesta de valor, ventajas especiales, canales, estructura de costes, ingresos, métricas claves .	Conocimiento: Producto : Instrumentos: Lean canvas

6. GLOSARIO DE TÉRMINOS

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
ÁNGELES INVERSIONISTAS	Personas o grupos de personas con experiencia en negocios que invierten capitales en nuevas empresas a las cuales les brindan acompañamiento y asesoría, aumentando sus probabilidades de éxito. Invierten en etapas tempranas

BORN GLOBAL	Nombre que se le da a las empresas que se internacionalizan rápidamente o que se introducen al mercado del exterior en sus primeros años de vida. Su aparición se da a través de la construcción de tres componentes: Factor Empresario, Factores Internos y Factores Externos.
CAPITAL INTELECTUAL	Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías
CAPITAL SEMILLA	Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de "semilla")
COMITÉ DE EVALUACIÓN Y SELECCIÓN	Comité conformado por expertos externos que evalúan, retroalimentan el proyecto empresarial, recomendando su continuidad o no a siguiente etapa.
COWORKING	Es un espacio que permite a la comunidad emprendedora, la interacción y el trabajo compartido de forma flexible y dinámica con personas del mundo empresarial, favoreciendo mucho el networking, por medio del aprovechamiento de las sinergias que ello conlleva, y enriquecerse de las relaciones con líderes, redes sociales, empresariales y profesionales de diversos ámbitos.
CULTURA	La cultura es la programación mental colectiva de una comunidad en un ambiente específico que cubre a un grupo de personas

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
	condicionadas por las mismas experiencias educativas y condiciones de vida. La cultura hace referencia al conjunto de valores, creencias, convicciones e ideas que un grupo ha adquirido a lo largo de sus experiencias y que forman parte de su vida.

EARLY STAGE	Modelo de negocio probado, cartera de clientes, estructura operativa probada, la compañía es sostenible. • Tiempo: 2 – 5 años • Montos: COP 500 – 2.000 millones. • *Montos USA: USD 5,81 millones.
EBT- EMPRESA DE BASE TECNOLÓGICA	Es una empresa que sustenta su modelo de gestión y sus líneas de bienes y servicios en nuevas tecnologías. Las empresas de base tecnológica mejoran sustancialmente la forma de hacer las cosas, habilitan las capacidades competitivas de otras industrias y satisfacen con efectividad necesidades reales o potenciales del mercado.
E-BUSSINESS	Negocios electrónicos. Vinculación de las nuevas tecnologías de la información a los conceptos administrativos y operacionales de una organización en el proceso del negocio
ENTREPRENEUR	Entrepreneur define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor "novato", que apenas inicia su actividad de crear una empresa, como aquellos más experimenados que han tenido la oportunidad de haber creado otras iniciativas empresariales. En este sentido, podriamos decir que cubre en una misma palabra al emprendedor y al empresario.
EMPRENDEDOR	Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa
EMPRESA	Actividad económica organizada para la producción, transformación, comercialización, administración o custodia de bienes o para la prestación de servicios. Tiene como propósito crear un cliente, en ese

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
	sentido la empresa comercial tiene dos funciones cruciales: la comercialización y la innovación.

EMPRESAS EN EDAD TEMPRANA	De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor, que lidera el Babson College, una empresa en etapa temprana o de reciente creación es aquella que no tiene más de 3 años y medio de existencia.
EMPRESARISMO	Concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas: las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo. Se concibe mas como una acción que como un resultado. Actitud continua de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente.
EXPANSIÓN	Identificación de nuevas oportunidades en el mercado, genera flujos de caja que es posible escalarlos, nueva generación en equipos directivos, repotenciación de compañías.
FUENTES DE FINANCIACIÓN	Mecanismos que permiten a una empresa contar con los recursos económicos necesarios para el cumplimiento de los objetivos de creación, desarrollo, posicionamiento y consolidación empresarial.
GESTIÓN	Acción de llevar a cabo un proceso complejo, que involucra factores como la creatividad, la innovación y que asume un enfoque proactivo.
GLOBALIZACIÓN	Aumento de la expansión y profundización de las distintas relaciones sociales, económicas y políticas, la creciente interdependencia de todas las sociedades entre sí, promovida por el aumento de los flujos económicos, financieros y comunicacionales.
INCUBADORA	Entidad provista de una metodología y un espacio físico que proporciona todas las herramientas y asesoría necesaria para que las nuevas empresas se desarrollen en un ambiente de negocios, maximizando el valor empresarial de las iniciativas que apoya en el menor tiempo y al menor costo posible, utilizando las ultimas tecnologías existentes.
INNOVACIÓN	Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN

INVESTIGACIÓN	Búsqueda arriesgada pero metodológica de insumos para los procesos de innovación. La investigación es una forma de vida para el empresario de la época.
LIQUIDEZ	Capacidad para hacer frente a las obligaciones económicas en la fecha de su vencimiento; se puede hacer por conversión de un activo en dinero efectivo o equivalente.
MARCA	Signo utilizados para distinguir los productos y servicios de una empresa de los de otra.
MARCO ESTRATÉGICO	El marco Estratégico comprende la Misión, las Estrategias Básicas y los Valores Corporativos.
MARKETING	Muestreo de mercados para iniciar y completar (intercambiar) transacciones que satisfagan las necesidades de los compradores; en muchos casos, se trata de una función dentro de la empresa (Departamento de Marketing); también es la filosofía que orienta las actividades de la empresa sistemáticamente en función de las exigencias del mercado.
MERCADO OBJETIVO	Segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.
MODELO DE NEGOCIO	Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.
NETWORKING	Es el arte de construir y mantener relaciones (personales) a largo plazo que impliquen (siempre) un beneficio para ambas personas.
PLAN DE NEGOCIO	Es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.
PLANEACIÓN EMPRESARIAL	Es la etapa del Modelo de Acompañamiento que tiene como objetivo preparar las iniciativas empresariales seleccionadas para que sean consolidadas en un plan de negocio.

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO

TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
PREINCUBACIÓN / PREACELERACIÓN	Proceso de acompañamiento de una iniciativa empresarial en la puesta a punto de su empresa y que formula la inversión del Plan de Negocio
PROCESOS DE SELECCIÓN	Actividad estructurada y planificada que permite atraer, evaluar e identificar las características personales de un conjunto de sujetos a los que se denomina "candidatos", las cuales los diferencian de otros y los hacen más idóneos, más aptos o más cercanos a un conjunto de características y capacidades determinadas de antemano como requerimientos críticos para el desempeño eficaz y eficiente de una cierta tarea profesional.
PROPIEDAD INTELECTUAL	Conjunto de derechos de exclusividad sobre obras creadas por una persona natural, fruto de su ingenio y creatividad, aplicadas a la industria, el comercio y las artes, con efectos económicos y sociales, en un área geográfica determinada. La propiedad Intelectual se divide en Propiedad Industrial y Derechos de Autor. A su vez, la Propiedad Industrial se divide en: Signos distintivos, en donde encontramos las marcas, los lemas comerciales y los nombres comerciales. La segunda división corresponde a nuevas creaciones, que corresponden a las patentes de invención, modelos de utilidad, diseños industriales y los secretos industriales. Los Derechos de Autor se dividen en obras artísticas, obras científicas, obras literarias y software
PRUEBAS DE HABILIDADES ESPECÍFICAS	Tipos de pruebas que buscan obtener información útil, tanto en los procesos selectivos como de orientación, acerca de los trabajos relacionados con las funciones gerenciales o administrativas.
PRUEBAS DE PERSONALIDAD	Pruebas psicológicas que permiten analizar los rasgos de personalidad de un individuo y que posibilitan tener una comprensión y predicción más certera del presente y futuro comportamiento del candidato.
PÚBLICO OBJETIVO	Conjunto de personas a las cuales van dirigidas las actividades y programas de generación de cultura emprendedora ambiental.
REDES INTEGRADAS DE TRABAJO	Comprenden el grupo de interconexiones que posee la empresa y que le generan valor competitivo de futuro. Se hace referencia a las redes de colaboración que establece la compañía con sus proveedores y con sus clientes, a la red interna para la tercerización de los negocios

TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
RENTABILIDAD	Beneficios que obtiene una empresa en relación con sus ingresos de ventas o con el capital empleado
RIESGO	Condición en la que existen posibilidades de que ocurra algo adverso que no permita el resultado positivo que se espera. Es el cálculo conjugado y anticipado de las posibles pérdidas ocasionadas de las amenazas y de las debilidades
ROL	Nombre que enmarca las funciones y responsabilidades derivadas del buen desempeño de un puesto o cargo dentro de una empresa
SENSIBILIZACIÓN	Proceso que despierta el interés por profundizar en temas específicos de emprendimiento empresarial, mediante diferentes estrategias y programas, cuya finalidad es motivar al público objetivo para que participe activamente en el proceso de creación de nuevas empresas.
SISTEMAS DE INCUBACIÓN DE EMPRESAS	Desarrollan una plataforma de gestión que permite a las empresas apalancarse para conseguir sus objetivos de tipo empresarial. Generan estrategias que le permiten ofrecer infraestructura de servicios empresariales
STAR (ESTRELLA CONDUCTUAL):	Método en el que se basa la entrevista de Incidentes Críticos y que busca se investigue progresivamente cada uno de los aspectos referentes a la situación que el candidato narra: Situación, Tarea, Acción y Resultado
TALENTO HUMANO	Activo base de una organización para alcanzar el éxito empresarial, ha suplantado al capital físico como fuente de riqueza en la economía de la época en el mundo
TECNOLOGÍA	Transformación del conocimiento en herramientas que facilitan las diversas actividades humanas e industriales. Comprende la aplicación de los conocimientos científicos con fines específicos, que se traduce en el reemplazo de los distintos tipos de trabajo por modernas máquinas, procedimientos y técnicas de producción más eficientes
TECNOLOGÍA ORGANIZACIONAL	Se refiere a la suma de conocimientos y métodos utilizados para transformar los insumos en los productos deseados
TECNOLOGÍAS BLANDAS	Conocidas como software. Son aquellos componentes tecnológicos que se concretan en lo intangible

GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
TECNOLOGÍAS DE GESTIÓN	Involucran las aplicaciones del conocimiento administrativo y económico con el objeto de proponer nuevas formas del que hacer empresarial
TECNOLOGÍAS DURAS	Conocidas como hardware. Son aquellos componentes tecnológicos que se concretan en lo tangible. Por ejemplo, máquinas, computadores
TECNOLOGÍAS PUNTA	Son el último enfoque de solución que se le da a un problema
VALIDACIÓN	Actividad mediante la cual se confrontan los aspectos técnicos y de mercados identificados en la investigación y la cohesión del equipo emprendedor con la información presentada por ellos en el formulario para la selección de proyectos. Como resultado final, el Gestor Empresarial obtiene los argumentos que se presentarán ante el comité de evaluación y selección.
VALIDACIÓN COMERCIAL	Proceso de interacción con competidores, clientes y proveedores para validar y retroalimentar las estrategias comerciales formuladas.
VALORACIÓN DE EMPRESAS	Estudio financiero completo de la empresa que contempla el rango de valor de transacción bajo diferentes metodologías, evaluando y determinando instrumentos de gerencia del valor.
RED DE ÁNGELES INVERSIONISTAS	Las Redes de Ángeles Inversionistas son una forma de agrupación que genera ambientes profesionales adecuados para poner en contacto a los Ángeles Inversionistas con los Entrepreneurs, brindando apoyo, capacitación y acompañamiento a ambas partes antes, durante y después de una negociación.
STARTUP / SEED	Compañías en proceso de gestación, validando modelo de negocios, primeros acercamientos comerciales, ventas de prueba. • Tiempo: Entre 0 – 2 años • Montos: Entre COP 150 – 500 millones. • *Montos USA: USD 3,21 millones.

WORK SHOP	Reunión de personas organizada, para alcanzar acuerdos, y cumplir los objetivos marcados, conjugando la destreza, los conocimientos y las experiencias de dichas personas. Como norma general, el Work Shop ha de contemplar las siguientes máximas:
GLOSARIO EMPRENDIMIENTO	
TERMINO / ABREVIATURA	DESCRIPCIÓN
	La composición de los grupos de trabajo ha de ser mixto, es decir, que deben participar integrantes de distintas áreas de conocimiento. Es necesario que los participantes se comprometan a alcanzar acuerdos concretos y a trabajar de forma sincera y abierta

Glosario tomado de: http://glosariocreame.blogspot.com/

6.1 Vocabulario de marketing y ventas inglés y español

Advertising: publicidad

Advertisement: anuncio

Advertising campaign: campaña publicitaria

Advertising agency: agencia de publicidad

Benchmark: parámetro

Benchmarking: evaluación comparativa

Brand: marca

Brand value: valor de marca

Brand identity: identidad de marca

Branding: desarrollo de marca

Brand loyalty: fidelidad a la marca

Brand name: nombre de la marca

Briefing: informe

Brochure: catálogo/tríptico informativo

Budget: presupuesto

Business: negocios

Businessman: negociante

Buying habits: hábitos de compra

Cash: efectivo

Cash refund: reembolso en efectivo

Catalogue: catálogo

Client: cliente

Commercial: comercial

Commercial strategy: estrategia comercial

Company: empresa

Competitor: competencia

Competitive advantage: ventaja competitiva

Consumer: consumidor

Consumer behavior: comportamiento del consumidor

Consumer needs: necesidades del consumidor

Consumer preferences: preferencias del consumidor

Consumer society: sociedad de consumo

Customer: cliente

Customer loyalty: lealtad del cliente

Customer satisfaction: conformidad del cliente

Customer service: servicio al cliente

Customization: personalización

Deal: acuerdo

Demand: demanda

Demographic: demografía

Demonstration: demostración

Design: diseño

Digital channels: plataformas digitales

Digital strategy: estrategia digital

Discount: descuento

Discount coupons: cupones de descuento

Distribution chain: cadena de distribución

Distribution plan: plan de distribución

Domestic market: mercado doméstico

E-commerce: comercio electrónico

7.REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Datos demográficos, estadísticos y de acondicionamiento de la localidad. Disponible en: http://www.aytohuescar.es/

Morales, Gustavo. Benchmarking [en línea]. Disponible en: http://www.monografias.com/trabajos3/bench/bench.shtml

Sánchez, Javier. Business Model Canvas: Aprende a crear modelos de negocio. [en línea] Octubre, 2011. Disponible en: http://www.emprenderalia.com/aprende-a-crear-modelos-de-negociocon-business-modelcanvas/

Ostenwalder, e Yves Pigneur: Generación de modelos de negocios , un manual para visionarios, revolucionarios y retadores – guía

Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito. 3ra Edición. México: McGraw-Hill

CAMERO, C Jesús B. Espíritu emprendedor. Cartilla No 1 de la Especialidad de microempresas. SENA, Regional Huila, Neiva. 2.002

CERQUERA, O Julia Edith. Fascículo 3, Creatividad. Proyecto empresarial Neiva 2.002.

Manual Básico para emprender SPRI.

CONTRERAS, B Marco Elías y Otros. Fenomenología de la empresa. UNAD Santafé de Bogotá.

VARELA, Rodrigo. Innovación empresarial: Un nuevo enfoque de desarrollo. ICESI Cali 1.991.

8. CONTROL DE DOCUMENTOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Sandra Milena Tejada López	Instructora	Centro y comercio servicios	Octubre 2020

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

9 LISTA DE ASISTENCIA

NOMBRE	CÉDULA	CORREO ELECTRONICO	TELEFONO /IP	3/07/2021	10/07/2021	14/07/2021	17/07/2021
Adriana Varona Ibarra	25281216	adriva_5@hotmail.com	3122638124	x	x	x	x
Diyer Augusto Joaqui Imbachi	1065097844		3182290991	x	x	x	x
Maria Alejandra Diaz Fajardo	1002846839	diazfajardo1998@gmail.com	3135062204	x	x	x	x
cristian david campo muño	1061797728	cristian970109@gmail.com	3226068818	x	x	x	x
Leidy viviana acosta	1007578043	acostaleidyviviana882@gmail.com	3226374087	x	x	x	x
Deisy astudillo	1003103409	dyastudillo9@misena.edu.co	3122153359	x	x	x	x
Brayan Montilla navia	1061088681	brayan.navia12@hotmail.com	3162885611	x	x	x	x
Shirli munive Guzmán	1065982589	felipegembuelrios@gmail.com	3226472166	x	x	x	x
Yuliana Bolaños Polo	1193150900	yulianapolo1@gmail.com	3135520416	x	x	x	x
Angie Valentina Cardona	TI: 1002778011	avcardona2003@gmail.com	3135706630	x	x	x	x
Lorena Mendez Tovar	cc:1061742278	jlmendez312@gmail.com	3103978082	x	x	x	x
Anyi Marcela Muñoz Hoyos	CC: 1061795735	mmunozhoyos@gmail.com	3207642680	x	x	x	x
Leidy Consuelo Chamorro Avirama	CC :1061690823		3123326064	x	x	x	x
Damaris Sanchez	Cc: 1002952679	damaris1990pt@gmail.com	3183557619	x	x	x	x
Daniela Rodallegs Arocemena	TI 10002952889	danielarodallega185@gmail.com	3225346041	x	x	x	x
Yazmin Mercedes Daniel Mendez	cc 34319934	jdaniels-29hotmail.com	3116460800	x	x	x	x
Diana Bolaños	cc1062297226	dianitabolanos16@gmail.com	3156469219	x	x	x	x