PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE: EMPREDIMIENTO

- **Denominación del Programa de Formación:** cuidado estético de manos y pies.
- **código del programa de formación**: 637321- v2
- **nombre del proyecto:** garantizar el desarrollo de las competencias que tiene el programa cuidado estético de manos y pies.
- **Fase del Proyecto:** Evaluación
- **Actividad de Proyecto**: formular plan de negocio básico (mercadeo, operativo, organizacional y financiero)
- **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:**
  240201529-01: Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  240201529-02: Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
  240201529-03: Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado
  240201529-04: Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social
- **Duración de la Guía: 48 horas**

2. PRESENTACIÓN:

Según la Real Academia de la lengua española: **"un emprendedor es alguien que emprende con resolución de acciones dificultosas o azarosas"** por lo tanto el ser emprendedor requiere de una mentalización que nos lleve a actuar frente a la vida, el mundo del trabajo, y la creación de empresa con entusiasmo, proactividad, liderazgo, constancia y disciplina inquebrantable. Al descubrir el impacto que genera en la sociedad las personas de mentalidad emprendedora se justifica el enseñar y aprender habilidades de este tipo, lo que nos permitirá elevar la oportunidad de mejorar nuestro entorno, generar riqueza y transformar las formas tradicionales de empleo.

El aprender habilidades emprendedoras en esta formación comprenderá adicionar a la mentalización, el identificar, conocer y caracterizar el sector económico al cual pertenece el programa de formación del que actualmente

participa, logrando con este ejercicio visualizar el mundo de oportunidades existentes para la generación de empleo; en consecuencia, los aprendices SENA haciendo uso de la metodología Modelo Canvas para plasmar una idea de negocio innovadora y pertinente.
Esta guía de aprendizaje tiene como fin ser una pauta de las actividades a desarrollar en la competencia de gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal en su contexto social y productivo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad inicial:

Observa el video “EMPRENDIMIENTO” en el siguiente link: https://www.youtube.com/watch?v=YZi5vam33ow Reflexiona entorno a lo visto y participa en el conversatorio dirigido por el Instructor.

Actividad 1 "El emprendimiento que soñamos"

Se les informa que van a realizar una representación gráfica, para ello se pide a cada aprendiz que en una hoja coloque como título: “***El emprendimiento que soñamos”***. Posteriormente cada uno debe empezar a dibujar de acuerdo con lo que el título le sugiere teniendo presente que no puede utilizar ni letras ni signos de ningún tipo (suma, números u otro) y durante un tiempo de 20 minutos. Transcurrido este tiempo, se pide a los participantes que explique a sus compañeros en que pensó cuando comenzó a dibujar y espera a que sus compañeros le retroalimenten con lo que ellos dibujaron.
De esta manera, identifican las ideas comunes sobre emprendimiento.

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

Respetado aprendiz, la presente guía le permitirá desarrollar sus competencias en conocimientos de las bases fundamentales del emprendimiento, contribuyendo estos conocimientos a la consecución en la elaboración del plan básico de negocio, para ello se presentará la propuesta inicial de la idea de negocio, la cual debe partir de su capacidad creativa, gusto por la idea propuesta e innovación. Así mismo los conocimientos adquiridos en el programa de formación, le brindarán herramientas para el desarrollo de cada una de las actividades propuestas en esta guía y en el taller final de emprendimiento

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento, conceptualización y Teorización.

Estimado aprendiz, los conceptos aquí abordados le permitirán fortalecer conocimientos y habilidades acerca del emprendimiento, incluyendo el reconocimiento tipos de emprendimiento, entidades que brindan apoyo al emprendimiento y modelo presentación propuesta idea de negocio.

Utilizando técnica de conferencia por medios audiovisuales se dará a conocer a los aprendices aspectos de importancia para la apropiación del aprendizaje, dando pie a que se genere las siguientes actividades donde ustedes como aprendices deberán resolver

3.3.1 Actividad 2.

Conocer la legislación que comprende el emprendimiento en Colombia y a su vez reconocer el sector económico al que está vinculado el programa de formación.

Descripción de actividad: Conforme con sus compañeros cuatro equipos de trabajo con el fin de conocer acerca del ecosistema del emprendimiento en Colombia a través del siguiente taller:
Consultar:

- Ley 1014 de 2006 (Fomento de cultura emprendedora)
- Ley 2069 de 2020 (Emprendimiento en Colombia)
- Ley 789 de 2002
- Ley 1286 de 2009 - Ciencia, Tecnología e innovación y Fuentes de Financiación.
  para lo cual el instructor asignará la temática a trabajar por equipos. Seguidamente realizan una actividad lúdica para la apropiación de la temática expuesta.
- Consulte con su equipo de trabajo cuales son las oportunidades, amenazas, tendencias y situación actual del entorno económico que se relaciona con el programa de formación en el que está matriculado y participe en el debate direccionado por el instructor. Para la realización de esta actividad debe consultar páginas de su interés que contengan información sobre el sector económico.
- Realizar un resumen donde deben exponer la importancia de los temas mencionados anteriormente.

3.3.2 Actividad 3.

Dar a conocer a los aprendices conceptos y aspectos de importancia para plantear una idea y plan de negocio.

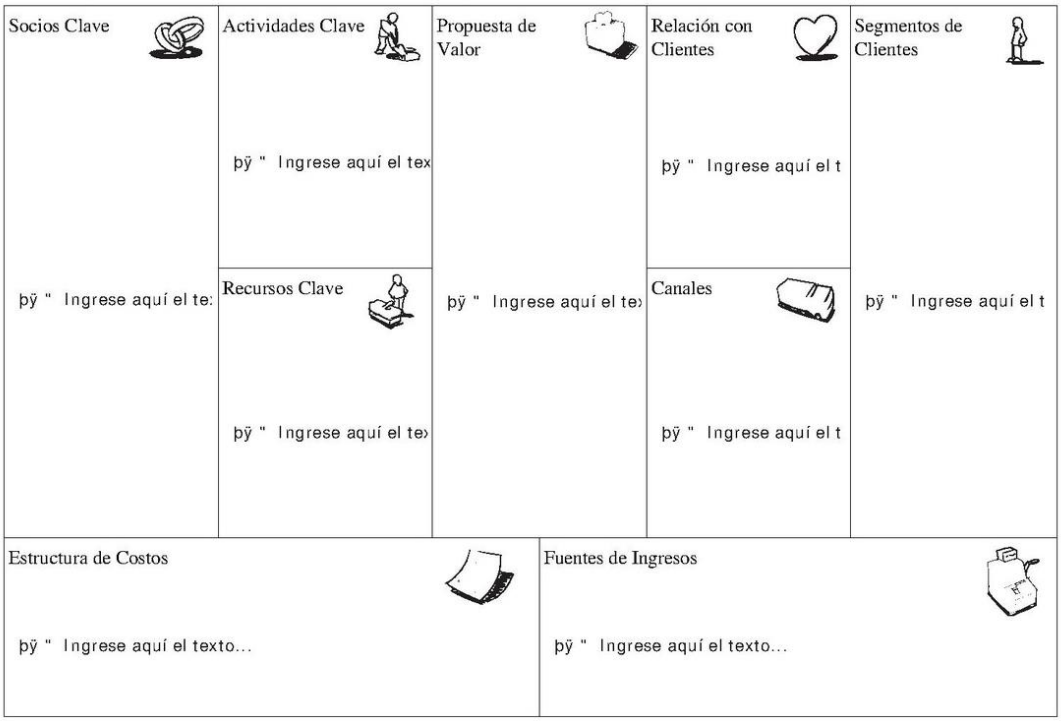
Descripción de actividad: conforme equipos de trabajo con una iniciativa empresarial acorde al proyecto formativo y las necesidades del sector económico de nuestra región, y desarrollar el taller "Identificación de Ideas de

Negocio”, el cual el instructor compartirá en el correo electrónico.

3.3.3 Actividad 4.Modelo de negocio Canvas

Desarrolle la lectura del documento “The Business Model Canvas”, el cual se encuentra en su material de apoyo, así como el vídeo “Modelo Canvas El Lienzo”, a partir de consultar la información elabore con su grupo un esquema del modelo dónde coloquen un ejemplo de un problema que ustedes podrían resolver desde su área de conocimiento o interés general del grupo, sí considera(n) pertinente fortalecer la propuesta de problema hecha en el ítem 3.3.2, pueden seguir haciendo uso del mismo, justificando su selección. Posterior a ello socialice en el ambiente de formación, recibiendo la debida retroalimentación del instructor

A continuación, desarrolle cada uno de los nueve bloques que conforman el modelo Canvas aplicado a su idea de negocio.



Bloque uno: segmento clientes

Establezcan diferentes grupos con características similares u homogéneas (rango de edad, estado civil, número de hijos) conforme a la orientación dada por el instructor hasta que el grupo de aprendices participantes quede totalmente dividido. El instructor pedirá a los aprendices que relacionen la actividad anterior con el concepto de segmento de clientes.

El instructor comparte el concepto de Segmento de Clientes desde lo teórico y realza la importancia de una adecuada identificación de este en la idea de negocio; se solicita a los equipos de trabajo conformados que definan cuál es el segmento de clientes para la idea de negocio que van a desarrollar.

Bloque dos: propuesta de valor.
La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador a nuestro producto/servicio y que beneficio tiene.
Una vez se tenga definido dichos elementos, plantea una frase corta, sencilla, motivadora y clara que permita identificar la propuesta de valor de la idea de negocio que ha estado desarrollando durante la formación.

Bloque Tres: Canales.
Una vez definidos nuestros clientes y la propuesta de valor que les ofrecemos, tenemos que llegar a ellos. Si no nos conocen, no nos van a comprar. Aquí vamos a definir los canales de distribución del producto o servicio.

Debemos dar respuesta a:

- ¿Con qué canales podemos llegar a nuestros clientes?
- ¿Qué canales funcionan mejor?
- ¿Cuáles de estos canales son los más rentables

describa dos canales de comunicación y dos de distribución que utilizará en su idea de negocio y explica por qué se consideran efectivos en la actualidad.

Bloque cuatro: Relación con los clientes.
Debemos comunicarnos correctamente con nuestros clientes y estar pendiente de ellos. Ellos son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que vamos a tener con cada segmento de clientes, es fundamental para el éxito de un negocio.
Cada grupo de clientes tiene necesidades específicas. Al anticipar las necesidades del cliente, sabrás de qué manera y por qué medio te comunicarás con ellos. Un buen servicio garantizará relaciones buenas y estables con tus clientes en un futuro.

Bloque Cinco: Fuente de Ingresos.
El flujo de ingresos va a proporcionar una visión clara de cómo la organización obtiene ingresos.
Para que un negocio sea rentable y podamos sobrevivir en el mercado, tenemos que pensar ¿Cómo monetizarlo? Es decir ¿De dónde se va a obtener la facturación?
Se debe dar respuesta a:
¿Cuál es nuestra principal línea de ingresos?

¿Cómo pagarán nuestros clientes?
¿Por qué están dispuestos a pagar nuestros clientes?

Bloque seis: Actividades Clave

En este bloque se determinan ciertas actividades que son necesarias para preparar el producto/ servicio antes de que llegue al mercado, Es decir, lo que se hace día a día.

Al tener un buen conocimiento de las actividades centrales del negocio se obtendrá una comprensión más completa de la propuesta de valor.

No se trata solo de producir, sino de enfocarte en la resolución de problemas, en las redes y en la calidad del producto o servicio.

Bloque siete: Recursos Clave

Los recursos clave son medios que una empresa necesita llevar a cabo. Se pueden clasificar como recursos físicos, intelectuales, financieros o humanos. Los recursos físicos pueden incluir activos, tales como los equipos comerciales; los recursos intelectuales abarcan, entre otras cosas, el conocimiento, las marcas, las patentes y las certificaciones; los recursos financieros están relacionados con el flujo de fondos, las fuentes de ingresos y los recursos humanos.

Bloque ocho: Socios Clave

Es imprescindible tener aliados. Estos aliados pueden ser;

Una serie de socios/colaboradores: una buena red de conocidos que pueden ayudar a llegar más rápido al cliente, a ir avalados por la reputación y experiencia.

Los proveedores: aquellos que nos proporcionan los recursos clave para poder ofrecer los servicios/producto final.

Debemos dar respuesta a:

¿Quiénes son nuestros socios clave en el mercado?
¿Quiénes son nuestros proveedores?

Bloque Nueve: Estructura de Costos

Aquí se deben definir cuáles son las prioridades y los gastos fundamentales en el negocio de aquellos que no lo son.

Tener bien clara esta estructura nos ayudará a no desviarnos de los presupuestos y que el negocio fracase por problemas de financiación.

Debemos dar respuesta a:

¿Cuáles son los costos más importantes dentro de nuestro modelo de negocio?
¿Qué recursos clave son los más costosos?
¿Qué actividades clave son las más costosas?

3.4 Actividades de desarrollo de transferencia de conocimiento

3.4.1 Respetado aprendiz, es hora de aplicar los conocimientos aprendidos. En esta parte de la guía, usted demostrará el grado de aprehensión del conocimiento frente al contexto real en la propuesta de un plan de negocios. Por lo tanto, deben realizar las siguientes actividades propuestas en el Taller de Emprendimiento, el cual estará disponible junto con el material de apoyo de su programa de formación en la plataforma dispuesta por la institución. Importante: La actividad debe conservarse en el portafolio del aprendiz, para efectuar retroalimentación, según actividades desarrolladas, aplicando para su presentación la norma Icontec. Importante: El desarrollo del taller requiere de su interés por la investigación y deseos de crear su propio emprendimiento.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia las técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Da cuenta de conocimientos sobre normatividad de emprendimiento, cultura emprendedora y metodología de ideación del negocio. **Evidencias de Producto:** Informe escrito sobre el desarrollo de la idea de negocios (Modelo Canvas) de acuerdo al sector productivo del programa de formación.	Aborda procesos de trabajo colaborativo orientados hacia la construcción colectiva en contextos sociales y productivos. Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. Optimiza los recursos requeridos en el desarrollo de sus actividades formativas y productivas. Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de	**Evidencia de Conocimiento** Técnica de evaluación: Formulación de preguntas Instrumento de evaluación**:** cuestionario. **Evidencia de producto** Técnica de evaluación: informe Instrumento de evaluación: Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Capital Semilla: Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de “semilla”)

Modelo de Negocio: Forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

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 sentido la empresa comercial tiene dos funciones cruciales: la comercialización y la innovación.

Plan de Negocio: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva

Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS.

Claver, P. (2012). Yo también puedo Emprender. Colombia. Ediciones LID.

Diaz, F. (2014). Convocatorias y oportunidades para iniciar o hacer crecer tu empresa. Negocios y Emprendimiento. Recuperado de: http://www.negociosyemprendimiento.org/2014/01/convocatorias-oportunidades-iniciar-hacer-crecer-empresa.html

El interés oculto. Portafolio (2015). Recuperado de http://www.portafolio.co/economia/interes-oculto-0

Espinal, J. (2006) (20 ed.). Skudmart: química con la muerte. Medellín, Colombia: Fondo editorial Universidad EAFIT

https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/LEY%202069%20DEL%2031%20DE%20DICIEMBRE%20DE%202020.pdf

Ley 2069 de 2020 por el medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia. https://drive.google.com/open?id=0B49mI5wzlHfwZVE4TU9ob3JlRlU

Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento. Enero 27 de 2006. Do. N° 46.1 64. Recuperado de http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Ley 1286 de 2009, por la cual se modifica la Ley 29 de 1990, se transforma a Colciencias en Departamento Administrativo, se fortalece el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación en Colombia y se dictan otras disposiciones. Enero 23 de 2009. Recuperado de http://www.colciencias.gov.co/normatividad/ley-1286-de-2009

Ley 789 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifica algunos artículos del código sustantivo del trabajo. (Diciembre 27 de 2002).

https://startpoint.cise.es/pdf/business-model-canvas.pdf?vgo_ee=A32XvKy2yCCE5OyYBQPF4HwFogDlMHNmyq65fGLdufk%3D

Perez, J. (2015). Mentalidad Emprendedora. Grupo de Emprendimiento y empresarismo. Dirección general del SENA. Dinero. Recuperado de http://es.slideshare.net/JuniorPerez7/1-mentalidademprendedora-46061127

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Sara María Hurtado Hurtado Esperanza Cardona Grisales York Ledy Rodriguez Juan Carlos Candamil Andrés Fernando Téllez Murillo	Instructores	Centro Gestión Tecnológica de Servicios	**Octubre de 2018**
	Aval metodológico Martha Cecilia Uribe	Instructora área	CGTS	Diciembre 5 del 2018

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	S	pedagogía y didáctica. CGTS		

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					



EMPRENDIMIENTO

Intructora. MARISOL GARZON ASTAIZA

solgarzon2@gmail.com – magarzona@sena.edu.co

FRASES MOVITACIONALES

- Haz lo que haces tan bien, que tus clientes querrán volver con sus amigos para verlo otra vez. **– Walt Disney**
- Escoge un trabajo que te guste y no tendrás que trabajar ni un solo día de tu vida. **– Confucio**
- Calidad significa hacerlo bien cuando nadie está mirando.**– Henry Ford**
- Si contratar a la gente sólo porque pueden hacer un trabajo, trabajarán por tu dinero. Pero si contratas a gente que cree en lo que tú crees, trabajarán para ti con sangre, sudor y lágrima.**– Simon Sinek**
- **Estoy convencido de que la mitad de lo que separa a los emprendedores exitosos de los no exitosos es pura perseverancia. – Steve Jobs**

FRASES MOVITACIONALES

- La única forma de tener un gran trabajo, es amando lo que haces. **-Steve Jobs**
- Tus clientes insatisfechos son tu mejor fuente de aprendizaje. **-Bill Gates**
- La inspiración existe, pero tiene que encontrarte trabajando. **-Pablo Picasso**
- Un empresario tiende a morder un poco más de lo que puede masticar con la esperanza de que aprenda rápidamente a masticarlo. **-Roy Ash**
- Lo que con mucho trabajo se adquiere, más se ama. **-Aristóteles**
- Está bien celebrar el éxito, pero es más importante aprender las lecciones del fracaso. **-Bill Gates**

“EL EMPREDIMIENTO QUE SOÑAMOS”



DEFINICIONES

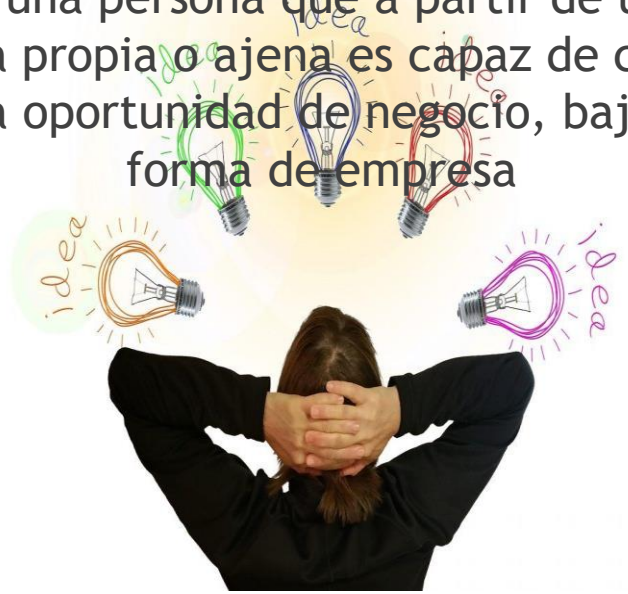
- **EMPRENDIMIENTO**

Ha sido definido como la "...capacidad y voluntad de desarrollar y administrar la apertura de un nuevo negocio, junto con los riesgos que esto implica, con el fin de generar ganancias¨"



- EMPRENDEDOR

Es una persona que a partir de una idea propia o ajena es capaz de crear una oportunidad de negocio, bajo la forma de empresa



CARACTERISTICAS DE UN EMPRENDEDOR



RAZONES PARA EMPRENDER



- Dinero.
- Flexibilidad al ser sus propios jefes.
- Control sobre las decisiones.
- Poder elegir el equipo con el que desean trabajar.
- Dejar una huella en el mundo.

LEY 2069 DE 2020 – LEY DE EMPRENDIMIENTO, UNA LEY PARA EL FOMENTO Y DESARROLLO COOPERATIVO Y DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA

- El Presidente de la República sancionó la Ley 2069 de 31 de diciembre de 2020, “Por medio del cual se impulsa el emprendimiento en Colombia”, cuyo objeto es “establecer un marco regulatorio que propicie el emprendimiento y el crecimiento, consolidación y sostenibilidad de las empresas, con el fin de aumentar el bienestar social y generar equidad. Dicho marco delineará un enfoque regionalizado de acuerdo a las realidades socioeconómicos de cada región”.

ETAPAS DE UN EMPREDIMIENTO



https://www.gestionar-facil.com/etapas-de-un-emprendimiento/



ETAPA 1.

IDEA

- Innovadora
- Idea ya existente

ETAPA 2. PUESTA EN MARCHA



"En la puesta en marcha de un emprendimiento, el emprendedor es un "hombre orquesta". ¡Hace de todo!"

ETAPA 3. CRECIMIENTO INESTABLE O IREGULAR

Si llegas a esta etapa es porque has logrado algunos ingresos, ya estás comenzando a facturar lo necesario para mantenerte a flote.

Has sobrevivido a la travesía del desierto con la poca agua que tenías. Pero sin duda, seguirás siendo el hombre orquesta, resolviendo problemas y atendiendo a los clientes.

Es decir, es muy probable que sigas soportando la carga del trabajo, haciendo todo lo necesario para seguir adelante. Tomas decisiones mientras administras.

ETAPA.4 CRECIMIENTO ESTABLE O REGULAR

En esta etapa es el momento de contratar y aprender a delegar.



ETAPA 5. FUNCIONAMIENTO OPTIMO

ETAPA 6. EXPANSIÓN O TRASPASO

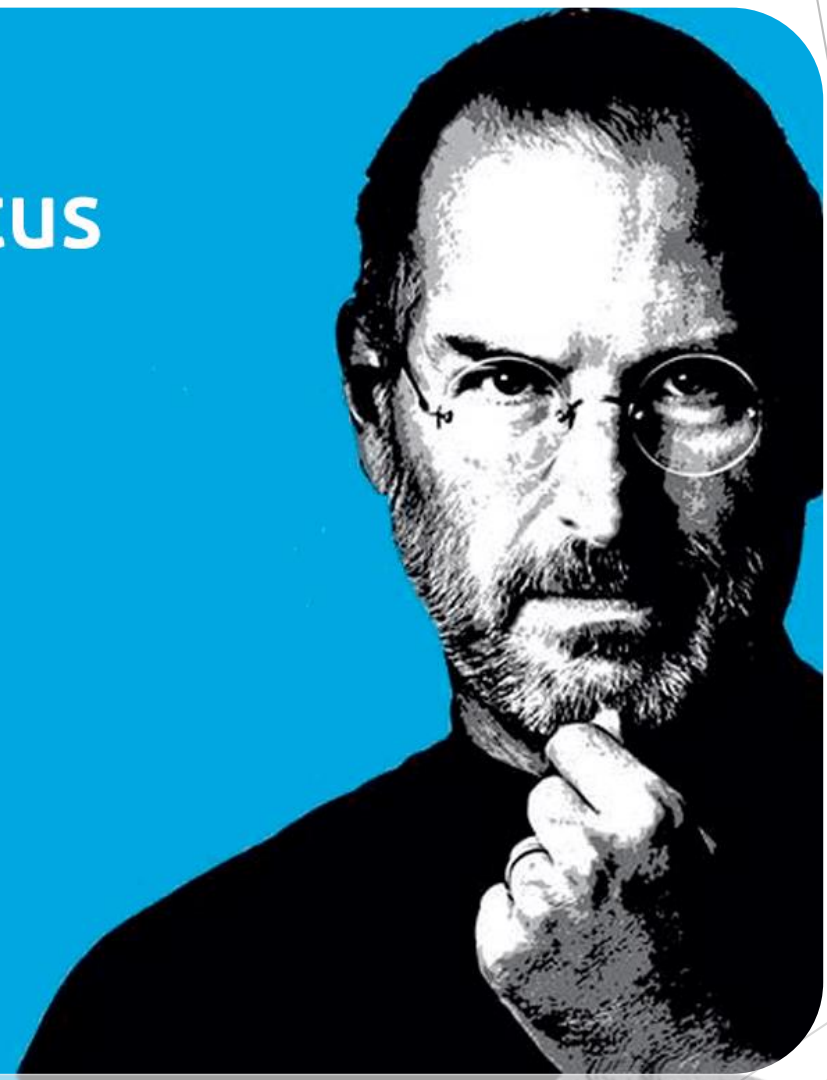
- Aumentar capital.
- Traspasar a otra empresa.
- Traspasar una parte del negocio.
- Vender parte de la empresa.
- O inclusive pedir un crédito.

LA CLAVE PARA TODAS LAS ETAPAS DE UN EMPRENDIMIENTO ESTÁ EN:

- PRIMERO, MANTENER EL ENFOQUE EN LO IMPORTANTE PARA CADA UNA DE LAS ETAPAS.
- SEGUNDO, NO PERDER DE VISTA LAS ACTIVIDADES QUE DEBEN ABORDARSE PARA PASAR A LA SIGUIENTE ETAPA.
- POR ÚLTIMO, AVANZAR EN LA “MADUREZ” DE LA EMPRESA. SIN ESTANCARSE.

Si tú no trabajas por tus sueños, alquien te contratará para que trabajes por los suyos

Steve Jobs



www.anaivars.com
@anaivarsparcero

paso 1

Ser empresario



para aprender a emprender

Dinero

SENA



- Capacidad de almacenamiento de hasta 2GB de información.
- Posibilidad de envío o recepción de mensajes con archivos adjuntos de hasta 20MB.
- Disponibilidad plena de todos los mensajes enviados y recibidos desde la cuenta accediendo desde cualquier equipo con acceso a Internet.
- Fácil acceso a través de la dirección http://correo.misena.edu.co
- No requiere la utilización y configuración de aplicativos de correo electrónico complementarios.
- Adicional, el usuario tendrá acceso a los servicios complementarios: Agenda electrónica, calendario, sistema de administración de documentos colaborativos, Grupos de trabajo administrables a través de los contactos y sesiones de chat a través de la aplicación Google Talk.

Para la creación de la cuenta de usuario sólo se requiere ingresar a la dirección http://www.misena.edu.co y adelantar el procedimiento de registro correspondiente.

SENA
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE

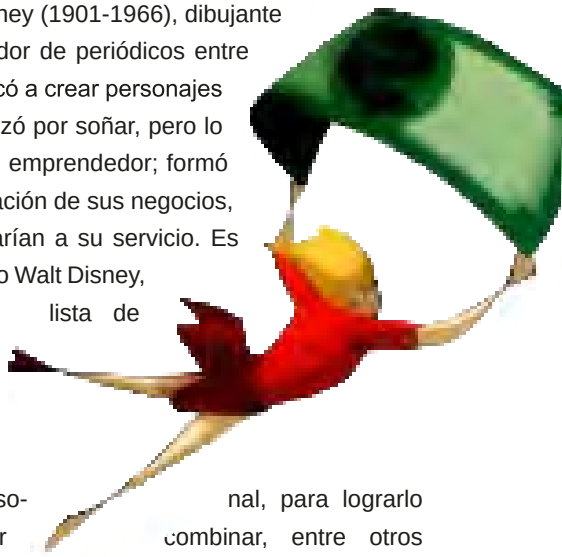
Mayor información:
Teléfono: (1) 5461500 ext 2269 o al E-mail: yrusinque@sena.edu.co

SENA: CONOCIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional.

Paso 1
Mentalidad emprendedora

Si alguna o muchas veces ha rondado en su cabeza la idea de montar un negocio propio, y se ve en él ganando dinero, alégrese, ya tiene el primer requisito para ser empresario: soñar. Soñar es la primera de una serie de motivaciones que conducen al emprendimiento; soñar con la independencia, soñar que se dispone de muchos recursos, soñar con ser exitoso y construir grandes proyectos que trasciendan al mundo.



"Si lo sueñas puedes lograrlo", decía Walter Elías Disney (1901-1966), dibujante que luego de ser conductor de ambulancia y repartidor de periódicos entre otros oficios, perfeccionó su talento artístico y se dedicó a crear personajes que de su cabeza saltaron al cine. Walt Disney empezó por soñar, pero lo que más hizo fue trabajar y poner a rodar su espíritu emprendedor; formó equipo con su hermano, que le ayudó en la administración de sus negocios, y con los mejores dibujantes ue posteriormente estarían a su servicio. Es interminable la lista de grandes empresarios que, como Walt Disney, empezaron por soñar, pero también hay una larga lista de quienes no continuaron sus sueños.

¿Por qué?
No todos logran lo que sueñan

Si bien convertirse en empresario es un sueño personal, para lograrlo se requiere mentalidad emprendedora, es decir, satber combinar, entre otros factores, el talento y el trabajo para transformar su destino. Un buen ejercicio consiste en cerrar los ojos y proyectarse durante unos minutos, por lo menos cinco años hacia adelante. ¿Se ve usted en el mismo trabajo? ¿Tendrá el mismo auto, la misma casa? ¿Estará haciendo lo que hace actualmente? Si bien el entorno puede hacerle tomar decisiones o tomarlas por usted, el hecho de querer ser emprendedor lo obliga sacar las respuestas de usted, de lo que quiere hacer con su vida de aquí en adelante, no importa si está ganando un buen salario y es exitoso en su empleo.

En estas seis cartillas trataremos de orientar a los que quieren hacer empresa y sueñan ser empresarios.

Consejo editorial: **Rosario Córdoba, Dario Montoya**. Concepto y edición general: **Promopress / Beatriz Vásquez Gómez.** Textos: **Oscar Pantoja.** Revisión técnica: **Grupo de Emprendimiento y Empresarismo. Dirección General del SENA.** Corrección de estilo: **Jesús Delgado Argotty.** Ilustraciones: **Daniel Rueda**. Concepto gráfico: y diseño: **Ángel David Reyes Durán.** Producción: **Pre Prensa Publicaciones Semana.** Coordinación general del proyecto: **Mario Restrepo Quintero.**

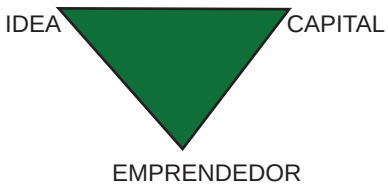
COPYRIGHT 2007 PUBLICACIONES DINERO S.A Todos los derechos reservados

Emprendimiento

El emprendimiento es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Constituye una forma de razonar y proceder centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado; su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, a la economía y a la sociedad. (Ley 1014 de 2006, Artículo 1°, numeral C, República de Colombia)

Proceso emprendedor

Según la teoría del Triángulo invertido propuesta por Andy Freire*, todo proceso emprendedor combina tres componentes:



Como vemos en esta gráfica, el punto de apoyo es el emprendedor, que necesita dos compo-nentes adicionales para llegar al equilibrio: la idea de negocio con viabilidad de mercado, y el capital. Cuando un emprendimiento no es exi-toso, siempre se debe a la falla de una de estas tres variables, o la combinación entre ellas: el emprendedor no hizo una buena gestión, no se obtuvo el capital o el proyecto emprendido era equivocado.



De la firmeza del emprendedor depende, en gran medida, que el modelo no se derrumbe; el emprendedor 'exitoso' siempre logra el capital o el gran proyecto, por lo que se puede afirmar que la base del emprendimiento es el individuo o el equipo de personas que conjuga su energía creativa y su capacidad de gestión.

Por eso el problema trascendental no es el capital ni la idea, porque emprender va más allá de una mera actitud mercantil o un conjunto de
conceptos. Se trata de un proceso en el que se integran en forma armónica los tres componentes para alcanzar un resultado exitoso y próspero.

La pasión por emprender

Si usted es una persona que quiere hacer algo diferente y no se conforma con pasar por la vida viendo cómo otros la realizan y asumen roles protagónicos.
Si usted es hombre o mujer de acción, dispuesto a vivir intensamente.
Si la incertidumbre no lo asusta.
Si quiere ser más libre y manejar su propio destino.

Si quiere dejar su huella de creatividad en este mundo, entonces la oportunidad de ser un empresario emprendedor es para usted. Sobre todo, en un continente donde se privilegia el trabajo fijo.
Los empresarios o emprendedores modernos enseñan que determinar un alto nivel de objetivos constituye el primer paso para convertir lo invisible en visible, los cimientos de todo éxito en la vida.
"Si piensas que estás vencido, lo estás; si piensas que no te atreves, no lo harás;
si piensas que te gustaría ganar, pero no puedes, no lo lograrás;

"si piensas que perderás, ya has perdido; porque en el mundo encontrarás que el éxito empieza con la voluntad del hombre".
Fernando Vigorena Pérez

ONCE CUALIDADES DE UN EMPRENDEDOR

Las siguientes son las cualidades, valores o características que debe tener el emprendedor.
(Fuente: Andy Freire*)

1. Emancipación
Es la búsqueda de la libertad y la independencia como principal motivación para emprender.

2. Moderación en la ambición
El emprendedor ve el dinero como una con-secuencia inevitable, no como un objetivo en sí mismo.

3. Pasión
Emprender es estar dedicado en mente, cuerpo y alma, todo el tiempo, al proyecto.

4. Resultados
Los emprendedores sueñan, pero sobre todo hacen, hacen y hacen. Su foco siempre está puesto en lograr resultados concretos.

5. Espiritualidad
Los emprendedores suelen combinar su trabajo profesional con un profundo trabajo espiritual consigo mismos. Mejorar como personas.

6. Novicio
El emprendedor muestra una voluntad permanente de aprender.

7. Disfrute del camino
Es el equilibrio entre la dureza de sortear obstáculos y el placer y el humor de disfrutar cada paso que se da día tras día.

8.Éxitos compartidos
El emprendedor ve a los integrantes de su equipo como socios y busca formas de compartir con ellos.

9. Determinación
Toma el tiempo necesario para las decisiones; muestra gran seguridad y firmeza en sus acciones.

10. Optimismo y sueños
El emprendedor tiene esperanza y una clara visión sobre hacia dónde puede y quiere llevar su futuro y el de su empresa.

11. Responsabilidad
Asume una responsabilidad incondicional frente a su destino. Igualmente, frente a lo que implica asumir riesgos

ANDY FREIRE** es licenciado en Economía ***magna cum laude por la universidad de San Andrés, Argentina, y OPM dela escuela de negocios de la Universidad de Harvard. Emprendedor en el ámbito empresarial y social, creó a los 18 años la Fundación iniciativa, que se dedica a promover el liderazgo entre jóvenes. Junto a Santiago Bilinkis fundó y lideró Officenet, exitoa empresa que revolucionó la industria de distribución de artículos de oficina en Latinoamérica y ha sido caso de estudio en numerosas universidades de todo el mundo. Es creador y ***Chief Executive Officer*** de Axialent, empresa de consultotía que cuenta con oficinas en Norteamérica, Latinoamérica y Europa, que se dedica a mejorar el desempeño de las organizaciones mediante el liderazgo, el trabajo en equipo y el desarrollo individual.
Andy Freire colabora semanalmente con la cadena CNN en español como “emprendedor experto”. Fue distinguido por el Foro Económico Mundial como “ Líder Global del Mañana”, por la Fundación Endeavor como “Emprendedor del Año en Latinoamérica”, y fué uno de los dos finalistas mundiales premiados en el reconocido World Young Business Achiever Award celebrado en Filipinas en 2002. **Fuente:Alfaguara.**

“Hay una fuerza motriz más
poderosa que el vapor,
la electricidad y la energía atómica:
la voluntad”.
Albert Einstein



Ser empresario, un proyecto de vida

¿Se ha preguntado por qué, de los cientos de negocios que a diario aparecen en el mercado, sólo muy pocos llega-al éxito? ¿Qué hace que unos triunfen y otros no? ¿Qué los diferencia? Si bien puede intervenir una infinidad de factores, en estos hechos hay uno fundamental: el empresario.

En el mundo actual, crear empresa es el primer motor que genera riqueza, y la cantidad de opciones a las que se enfrenta un emprendedor son enormes; entonces, ¿por qué todos no llegan al mismo fin? Porque ser empresario no es una profesión, es un proyecto de vida. Según el reciente estudio GEM en 42 países, Colombia se sitúa en el quinto lugar en creación de empresas, pero resulta, a su vez, el segundo con mayores cierres de empresas; se argumen-tan, entre otras razones, la gran competencia, la falta de consumidores o los problemas fi-nancieros.

Montar una empresa es la primera idea que pasa por la mente de cualquier emprendedor. Mejorar sus ingresos personales y alcanzar una mayor independencia, son las principales motivaciones de los nuevos empresarios. (Estudio G EM Colombia). También alcanzar su realización personal y profesional. Querer ser independiente, autónomo, exitoso. Sin embargo, no es una tarea fácil. Algo ocurre en este proceso que hace que unos lleguen y otros cierren. Y no es suficiente poseer algunas de las características que determinan la personalidad de un empre-sario. Hay que asumir a profundidad un estilo y un esquema de vida que van mucho más allá de un simple querer. Esto muestra el alto nivel que debe presentar un empresario en el proceso de consolidación de su carrera. Un proyecto de vida empresarial es una búsqueda continua, planeada estratégicamente. Capacidades y habilidades se unen para estructurar un plan de negocios que configure un horizonte de vida. Es una toma de decisión profunda.

Un empresario tiene claras sus aspiraciones, sus expectativas; además, es consciente de su desarrollo familiar y social, de su educación y de sus valores. Familia y trabajo van de la mano. Son personas cuya mayor riqueza está en su capacidad de transformar, de encontrar otros caminos y de crear nuevas necesidades.

Todo emprendedor exitoso debe tener un pensamiento empresarial, que se puede reasumir en tres pasos:

1. Análisis complejo de las ideas maximizando el numero de variables
2. Formulación de proyectos concretos
3. Realización de situaciones simples.

Darío Montoya, director general del SENA.

El mundo actual exige más retos. Eso supone, al mismo tiempo, nuevas visiones de empresarios. La economía global izada está determinada por nuevos factores de conocimiento, tecnología y capital humano. El empresario de hoy debe tener la capacidad de ser altamente productivo y competitivo, factor primordial de riqueza. La sociedad de mercado demanda, de modo más exigente, profesionales auténticos que tengan un conjunto de características indispensables en lo personal y empresarial, para afrontar los caminos que se ha señalado. Ya no son negocios pequeños e informales, o chispazos de ideas lo que hacen a un empresario. Es la capa-cidad para visionar y estructurar a largo plazo. Es frecuente encontrar que los empresarios no conocen detalles del mercado, que ignoran características esenciales de los proveedores en su ramo, que desconocen la competencia.

La claridad con la que un empresario vislumbra su vida y su futuro hace que disponga de una mayor facilidad en la puesta en marcha de sus proyectos empresariales. Sus competencias, disposición, capacidad, habilidades, aptitudes y actitudes, configuran todo su capital humano. Por eso, ser empresario no significa simple-mente ejecutar una obra: es prever un futuro personal y empresarial en forma optimista. Desde luego, no existe una teoría única para que un empresario estructure su proyecto de vida, porque así como cada empresa necesita su diseño, cada empresario necesita su estrategia. Lo que le sirve a uno puede no funcionarle a otro. En los negocios, las fórmulas exactas no siempre funcionan y hay que estar dispuesto a una continua creación para no correr el riesgo de fracasar. Los seres humanos tienen etapas claramente definibles y se pueden predeterminar en un orden aproximado, pero las empresas no comparten ese desarrollo. Por esto, hay que saber combinar y equilibrar muy bien estos dos factores para constituir un buen proyecto de vida, acorde con la realidad personal y del mercado.

Ahora, si bien la fórmula exacta no existe, ¿qué ocurre? ¿Cómo prepararse para el cumplimien-to del objetivo de conseguir un proyecto de vida? Hay una serie de pasos comunes que un empresario puede estudiar y estructurar en su proyecto. Estos son:

1. Definición de metas

Si las metas no se encuentran bien definidas o mediamente definidas, si el punto de llegada es un lugar como puede ser la naturaleza de la empresa, porque se incurre de nuevo en el error de ser un empresario de profesión. Se debe tratar de definir una totalidad, un proyecto global lanzado a mediano o largo plazos y que incluya rasgos tan importantes como las aspiraciones personales, por un lado, y el tamaño y sostenibilidad de la empresa, por otro. Y un tercero que es el riesgo de tolerancia. Qué clase de empresa quiero formar: ¿grande o pequeña? Si es grande, ¿cómo vaya hacer soportar su estructura? Si es pequeña, ¿qué ganancia vaya tener?

2. Estrategia adecuada

Cuando el empresario piensa en mediano o largo plazos, es innegable que debe diseñar una estrategia para su empresa. Para los emprende¬dores de corto vuelo, la táctica en las operaciones es suficiente; a un emprendedor de verdad, esto no le sirve. La estrategia es el arma básica que sirve para resolver una infinidad de problemas: personales, de control, de dependencia, etc. Los empresarios que planifiquen su estrategia pueden sobrevivir. Desde luego, debe estar bien definida, ser fácil de entender, con puntos clave para que sea útil, y dispuesta a variaciones por estar expuesta al largo plazo.

La estrategia tiene que ver con la agilidad de dirigir los asuntos de la empresa.



Competencias del empresario

Independientemente de la idea que esté en su mente, debe saber que para emprender un negocio y mantenerlo con éxito es necesario desarrollar una serie de habilidades personales, denominadas competeias. No tienen que ver con el conocimiento sobre determinado tema, y se refieren a su manera de actuar.

1. Saber comunicar

El empresario debe aprender a ser efectivo en su comunicación verbal y no verbal yeso supone establecer contactos clave y en forma oportuna. Desde conseguir una cita hasta obtener una información por internet, pasando por la entrevista con el gerente del banco, exige que el empresario se prepare para hablar asertivamente. De nada sirve saber con quién se debe hablar si luego se enmudece y se desaprovecha la oportunidad. Otro aspecto que a menudo se descuida es la presentación personal; se pasa de la formalidad del empleado a la informalidad del 'independiente, olvidando que el empresario es la imagen de su empresa.

Claves para mejorar la comunicación emprendedora

• Lea por lo menos un libro al mes sobre el tema de su negocio.

• Revise cuánto domina el correo electrónico, las videoconferencias, el Messenger y demás herramientas tecnológicas a su alcance.

• Si aún no habla otro idioma, dedique tiempo a su estudio.

• Revise su imagen y si está alineada con el negocio que ha elegido emprender.

• Prepare una presentación clara y concisa, de corta duración, sobre su negocio.

2. Crear e innovar

El empresario debe destinar buena parte de su tiempo a pensar en crear proyectos originales o innovar con los ya existentes. Tener mentalidad emprendedora es proponer nuevos caminos o novedosos destinos para llegar al éxito. Algo que alimenta la creatividad del empresario es estudiar casos de negocio; lo puede sorprender descubrir cómo en el mundo entero inventan negocios que encuentran seguidores por ser innovadores.

Claves para desarrollar la creatividad emprendedora

• Piense en cuántas categorías pueden existir de un mismo producto; por ejemplo, en champús: para cabello liso, tinturado y de uso frecuente. En leches: semidescremada, de alta digestibilidad.

• Haga asociaciones de palabras en su mente y busque en el diccionario las raí-ces y las diferencias. Ejemplo: paradigma, paracaídas, parabrisas, parafrasear.

• Dibuje con un lápiz, trate de plasmar lo que llega a su mente.

• Vaya con frecuencia a museos, cine o actividades culturales; de allí surgen buenas ideas.

• Pregúntese, por ejemplo: ¿qué pasaría si no existiera la gravedad?,
¿qué pasaría
si existiera un motor sin combustible?, etcétera.



3. Trabajar en equipo

U n empresario sabe que para alcanzar sus sueños debe recibir y manejar el talento de muchas personas, como instructores, socios, accionistas, proveedores, aliados, colaboradores o clientes. La clave es saber conformar el equipo y no sentirse solo, estableciendo la comunicación y el contacto necesarios para pedir ayuda en el momento oportuno. Ya no existen los empresarios exitosos que solos pueden sacar su empresa adelante: esos mitos en la actual economía han desaparecido.

Claves para trabajar en equipo

• Aprenda a escuchar y reciba las críticas.

• Reconozca cuando no sabe hacer algo y llame a la persona indicada para que lo haga.

• No maltrate a nadie por el hecho de ser el dueño del negocio; los demás están para colaborarle, pero no son súbditos.

• Valore el talento de los demás mediante remuneración y condiciones justas.

• El mejor grupo de trabajo es aquel que se complementa interdisciplinariamente. En un grupo donde todos saben hacer lo mismo, posiblemente sobran todos.

4. Asumir riesgos

Si bien el objetivo de estructurar un plan apunta, entre otras cosas, a minimizar riesgos' ya tener planes de contingencia, el simple hecho de em-prender un negocio obliga al empresario a asumir las consecuencias de sus decisiones. Algunos riesgos pueden incluir no tener ingresos fijos durante algún tiempo, desestabilizar su familia o exponer su capital o recursos para invertir en su empresa. Necesitará mucho valor para defender y seguir adelante con su proyecto.

Claves para desarrollar fortaleza

• Durante la elaboración del plan de negocio, establezca claramente sus potenciales mercados, sus necesidades de ingresos, sus obligaciones y el flujo de caja que tendrá en cada etapa.

• Reafirme su mentalidad emprendedora. Usted ha dado un salto en busca de la prosperidad y tiene el talento para lograrlo.

• Rodéese de gente optimista que ojalá haya superado obstáculos y tenga su propio negocio; además de inspirador, será reconfortante oír que es posible lograr sus metas.

5. Saber negociar

Diferente de saber vender, esta competencia se refiere a su capacidad de conseguir lo que quiere en un escenario de equidad y respeto. Ser empresario es muy diferente de ser negociante y querer siempre obtener ventaja. Si tam¬bién ganan, los que negocian con usted tendrán ganas de ampliar las transacciones y sentirán confianza. El empresario debe saber negociar su tiempo, su producto y su aspiración. Ante el gerente del banco, con sus socios, proveedores o empleados, se verá enfrentado todo el tiempo a negociar.

Claves para negociar

• Conozca los beneficios, el costo y el precio de lo que usted ofrece, así sabrá hasta dónde puede aumentar o disminuir su oferta.

• No subestime a nadie; en el mercado hay múltiples competidores, directos o indirectos, así como personas que le pueden dar impulso o generar obstáculos.

• Aprenda a reconocer cuándo está en ventaja, en desventaja o en igualdad de condiciones, y no pierda de vista lo que quiere conseguir que no siempre es dinero: puede ser tan solo la autorización para que sus productos se exhiban en determinado sitio.

6. Ser líder

Convertirse en empresario no es empezar a ser jefe, sino tener la oportunidad de liderar su proyecto y saber influir en los demás para que aporten lo mejor de su talento en la consecución de sus metas. Si antes no ha tenido la oportunidad de dirigir equipos, valdría la pena capacitarse para hacerlo. Un buen empresario lidera con el ejemplo y logra que su equipo (empleados, proveedores, accionistas, socios, aliados, familia) lo siga con entusiasmo.

Claves para ser líder

•Conforme acertadamente su equipo y conozca a sus integrantes.

• Defina su estilo de liderazgo. El líder que logra influir y persuadir con instrucciones precisas suele obtener mejores resultados que aquel que se limita a dar órdenes.

• Construya sus relaciones a partir de la confianza; si usted la inspira, tendrá seguidores.

• Trate con respeto a los demás.

7. Investigar, ser curioso

Estar actualizado es una de las fortalezas de un empresario. Se debe estar atento a los sucesos del entorno y de su categoría de negocio. El empresario debe ser curioso y siempre querer saber más, para lo cual es indispensable que sepa dónde buscar información y determinar la calidad de la misma. Un empresario que investiga tiene más ideas para innovar y mantener diferenciadores en su negocio.

Claves para saber investigar

• Haga foco en los temas que necesita investigar: producción, desarrollo tecnológico, talento humano, distribución, exportación.

•Aproveche el conocimiento que se difunde en seminarios, talleres, cursos, procurando aquellos con los mejores exponentes.

•Consulte diariamente los medios locales, nacionales e internacionales; apóyese en las TIC. En una pequeña noticia puede haber una oportunidad de negocio, de aprendizaje y de emulación con otros que desarrollan actividades similares.

El emprendimiento se puede aprender paso a paso; es una competencia que se puede desarrollar, y como cualquier método exige disciplina, perseverancia y dedicación. Además de su concepto humanista, el emprendimiento es un proyecto para la creación de empresas impulsado por el Programa de las Naciones Unidas y muchas otras organizaciones que ayudan en la posibilidad de generar riqueza para el desarrollo económico y social. En Colombia, el emprendimiento es una política nacional liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, por intermedio del Viceministerio de Desarrollo Empresarial, con el compromiso de entidades como el SENA, que desarrollan entre sus actividades la cultura del emprendimiento, los planes de negocio para la creación de empresas y los aportes de capital semilla para que los emprendedores, además de soñar, pongan sus ideas y conocimiento en blanco y negro, y cristalicen sus propias empresas de manera creativa e innovadora, como aporte a la com¬petitividad del país. Otras entidades de apoyo al emprendimiento en Colombia son: Cámara de

Comercio de Bogotá con su programa “Bogotá Emprende”, Fundación Corona, Corporación Emprendedores Colombia, Banko, IncubarFuturo, Fundaempresa, Incubadora de Antioquia, Incubarcolombia, Centro Nueva Empresa e Innovar, así como diversas universidades.



DIEZ ERRORES QUE ENFRENTA UN EMPRENDEDOR

Fuente: Revista Dinero

1. No empezar: una de las principales causas del fracaso de un emprendedor es la falta de investigación de mercado y no contar con un plan de negocios bien estructurado.

2. Pensar que no hay competencia: suele suceder que los emprendedores se entusiasman a tal punto con sus ideas, que tienden a pensar que para ellos no existe competencia.

3. No formar buenos equipos: creer que, solo, puede sacar adelante los proyectos.

4. Pensar que hacer empresa es una actividad de medio tiempo: creer que es posible hacer empresa mientras se tienen otras ocupaciones es una mala estrategia.

5. No tener presentes los aspectos legales: los emprendedores tienden a cono cer hasta los más mínimos detalles del aspecto operacional, pero olvidan por completo su aspecto legal.

6.Crecer más rápido de lo posible: el principal error respecto al crecimiento es pen sar que se debe maximizar, cuando lo importante es que sea sostenible.

7. Exceso de optimismo: la mayor queja de los inversionistas en el mundo es que a los emprendedores les falta realismo en sus proyecciones.

8. Incapacidad para afrontar el cambio: la poca capacidad para encontrar caminos distintos que superen dificultades, es una de sus principales causas de fracaso.

9. Falta de conocimiento de sí mismo: todo emprendedor, antes de montar empresa, debe contestarse unas preguntas básicas: ¿tengo claridad en mis metas? ¿Estoy pensando en la estrategia correcta ¿Puedo ejecutarla?

10. No ponerse en los zapatos de los inversionistas: los emprendedores y los inversionistas manejan dos lenguajes distintos: los primeros piensan en productos, los segundos en rentabilidad.



"Si pensamos lo que siempre hemos pensado y hacemos lo que siempre hemos hecho, lograremos lo que siempre hemos logrado"

James Mapes

El Fondo Emprender apoya los planes de negocios de emprendedores colombianos interesadvos en recibir capital semilla para crear nuevas empresas para el país.

Pueden participar aprendices o egresados del SENA, practicantes universitarios y profesionales que hayan obtenido su título durante los últimos 24 meses.

Consulte la página del Fondo Emprender

www.fondoemprender.com

Call center SENA
Bogotá• 5925555
Resto del país• 018000 910270

Fondo Emprender



La idea de negocio

Un emprendedor nato puede haber tenido muchas ideas de negocio desde su infancia y probablemente puso en marcha varias de ellas en su colegio, barrio o universidad. Tener ideas de negocio es una de las características del emprendedor, pero convertirlas en organizaciones formales, sostenibles en el largo plazo, es algo que sólo logra el empresario.

No existen fórmulas para descubrir el negocio perfecto, pero sí un proceso para filtrar una idea hasta saber si es viable, rentable y duradera. Hay que diferenciar entre idea, oportunidad de negocio y empresa. Las ideas de negocio pue-den provenir de diversas fuentes:

1. Imitación. Se replica algo que se ha visto funcionar con éxito en otra ciudad o país y que aún no existe en nuestro entorno. Casi todas las modas se incluyen en esta categoría, y pueden ser un negocio pasajero, de oportunidad, distinto de crear empresa. Ejemplo: la venta del cubo de Rubrick.

2. Demanda insatisfecha. Cuando se detectan quejas de un gran número de clientes que no están conformes con lo que reciben, y la cifra de consumidores es atractiva porque los 'oferentes' no cubren la totalidad del mercado. Ejemplo: empre¬sa de servicios de internet.

3. Afinidad. Es algo que le gusta hacer al emprendedor: conoce a fondo, tiene demanda, considera que puede proponer alguna innovación, y quiere comercializar a gran escala. Ejemplo: fábrica de mermeladas.

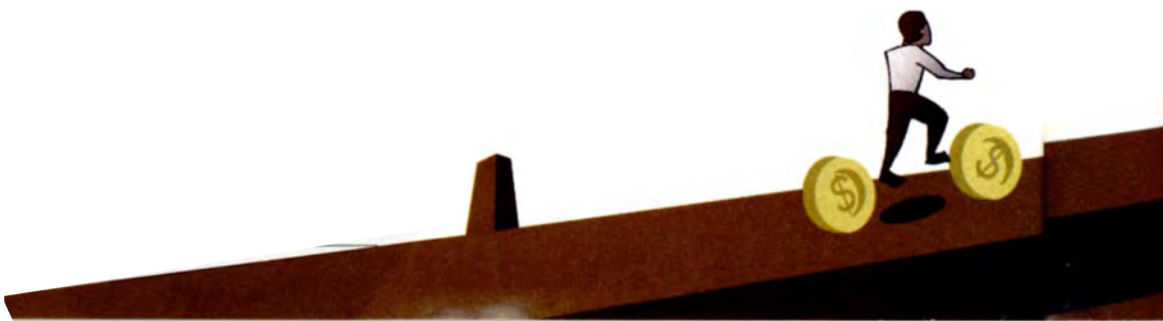
4. Investigación de mercados. Se descubre que determinado grupo de población está necesitando un nuevo producto o su complemento. Ejemplo: con la llegada de celulares se abrió paso el mercado de accesorios: estuches, forros, manos libres, cargadores para la casa o el carro, etc.

Las ideas de negocio pueden provenir de muchas fuentes, pero el tamaño de la oportunidad hará que se conviertan en empresa. Crear empresa se refiere a establecer una cadena productiva con algún grado de especialización, para satisfacer necesidades específicas en el largo plazo, cumpliendo una función social y generando utilidades. Es diferente iniciar una empresa de tejidos que hacer negocio vendiendo bufandas; la empresa puede transformarse y crecer con innovación, manteniendo la esencia del negocio que consiste en tejer. La venta de bufandas se puede convertir en un negocio para la temporada de invierno.

Una idea de negocio debe ser analizada y estructurada con un modelo formal denominado Plan de negocio, que obliga al empresario a entrar a la formalidad y llegar hasta un documento en el que deben quedar consignadas todas las variables internas y externas que influyen y determinan la viabilidad de su iniciativa. No es el documento el objetivo sino la construcción misma del plan, que exige determinar con precisión cada variable, como veremos en la cartilla número 4.

Definición de empresa

Existen múltiples definiciones de empresa, pero la mayoría coincide en afirmar que es un siste-ma, un conjunto, una entidad que reúne talento, trabajo y capital para el desarrollo de actividades industriales, comerciales o de prestación de servicios con fines lucrativos, al tiempo que cumple una función social. Los negocios



suelen ser pasajeros, las empresas pueden ser duraderas si basan su origen y crecimiento en un esquema formal con procesos de investigación, trabajo en equipo, creatividad, desarrollos tecnológicos, estudios de demanda, alianzas empresariales y satisfacción de necesidades. Montar un negocio puede ser un impulso para obtener dinero, pero la empresa obliga a quien la crea a establecer el compromiso de generar riqueza para sí mismo y para la sociedad, como acto de responsabilidad social. Abandonar un negocio puede ser fácil, mas no se cierra fácilmente una empresa; de ahí la importancia de evaluar si las ideas de negocio pueden llegar a ser una buena oportunidad para forjar empresa.

EDAD PARA SER EMPRESARIO

El emprendedor no tiene una edad determinada para crear su empresa, simplemente existen la libertad y la disposición de hacerla. (El colombiano creador de nuevas empresas está, en su gran mayoría, entre los 18 y los 44 años. Estudio GEM). El deseo lo impulsa a crear su propio proyecto. Al iniciar su camino enfrenta dos mitos bastante difundidos en la sociedad: el del linaje y el de la edad. No es cierto que el emprendedor deba provenir de familias po-derosas. La herencia y el dinero no son una garantía para el desarrollo de un emprendedor y su empresa. Existen emprendedores de ascendencia humilde, sin carreras profesionales y con accesos limitados de capital, que por oportunidades de negocio han encarado las situaciones con empuje. Pero tanto unos como otros, si. no poseen el espíritu de un verdadero emprendedor, están destinados a fracasar. La riqueza asegurada o la limitada pobreza no son

garantía de éxito. El mito de la edad se refiere a que no existe una fecha determinada para emprender la creación de una empresa. Hay emprendedores viejos y jóvenes. La edad no es un requerimiento ni una excusa a la hora de emprender, yeso lo sabe muy bien un emprendedor con un proyecto fijo. Se tiende a creer que los jóvenes triunfan debido a su situación de juventud y potencia. No es cierto. Tampoco el viejo y su carga de experiencia garantizan la victoria. La edad no determina la actitud de un emprendedor.

El verdadero emprendedor no se detiene ante su situación económica o su edad. Para él, estos no son apoyos ni impedimentos. Las personas que llegan lejos son aquellas que entienden que la única forma de generar riqueza es con el emprendimiento, y usan como herramientas la convicción y el valor. Tienen el convencimiento de que su empresa llegará a feliz término, y el coraje de enfrentarlo y ha-cerla realidad. Los emprendedores impulsan el desarrollo de un país con sus ideas. Son otro tipo de personas dentro de la sociedad, que construyen fortuna y transforman esa sociedad con su trabajo y su creatividad.



La idea de negocio

Un emprendedor está siempre a la caza de oportunidades de negocio, bien sea porque va a crear una empresa o porque va a ampliar o diversificar la operación de la que ya tiene. Para detectar en forma oportuna las oportunidades de negocio, el emprendedor debe afinar especialmente dos de las habilidades personales o competencias: investigar y saber comunicarse.

Las oportunidades pueden aparecer o encontrarse en diversos medios; no existe uno mejor que otro, pues depende de su manejo y combinación.

Internet

Sin duda, es la herramienta clave de la comuni-cación actual si se aprovecha apropiadamente y se usa para encontrar aquella información que resulta más costoso obtener en forma directa. Evite navegar por navegar, sin tener claridad en lo que busca, y aproveche este medio para estudiar a fondo el sector o categoría de su negocio en la ciudad, región, país y el mundo entero; la gran virtud de la red global es que no hay límites. Además, por internet, usted hace contacto directo con empresas, personas, universidades, entidades, y se informa de ferias, ruedas de negocios o seminarios.

Benchmarking

Es un sistema de comparación, que consiste en visitar o contactar empresas similares para descubrir “mejores prácticas”. De su habilidad para comunicarse dependerá que le permitan tener acceso y abrir una fuente permanente para intercambio de información.

Ferias nacionales e internacionales Seleccione bien el tipo de feria y, sobre todo, el nivel, así como posibles apoyos de organismos públicos especializados o cámaras de comercio; generalmente, en las ferias nacionales usted va a encontrar a su competencia, y en las internacionales alcanza una mayor visión. Procure buscar a alguien que ya haya asistido para que le comparta experiencia y le dé una idea de las empresas que asisten, así tendrá usted criterio para decidir si vale la pena.

Ruedas de negocios

Son un espacio en el que se dan cita oferentes y demandantes para hacer transacciones. Exigen inscripción previa y algunos requisitos relacionados con los productos y, o, servicios, precios, antigüedad, tamaño y estado de su empresa. Se diferencian de las ferias en que aquellas son una muestra sin que necesariamente se lleguen a cerrar acuerdos.



Eventos sociales

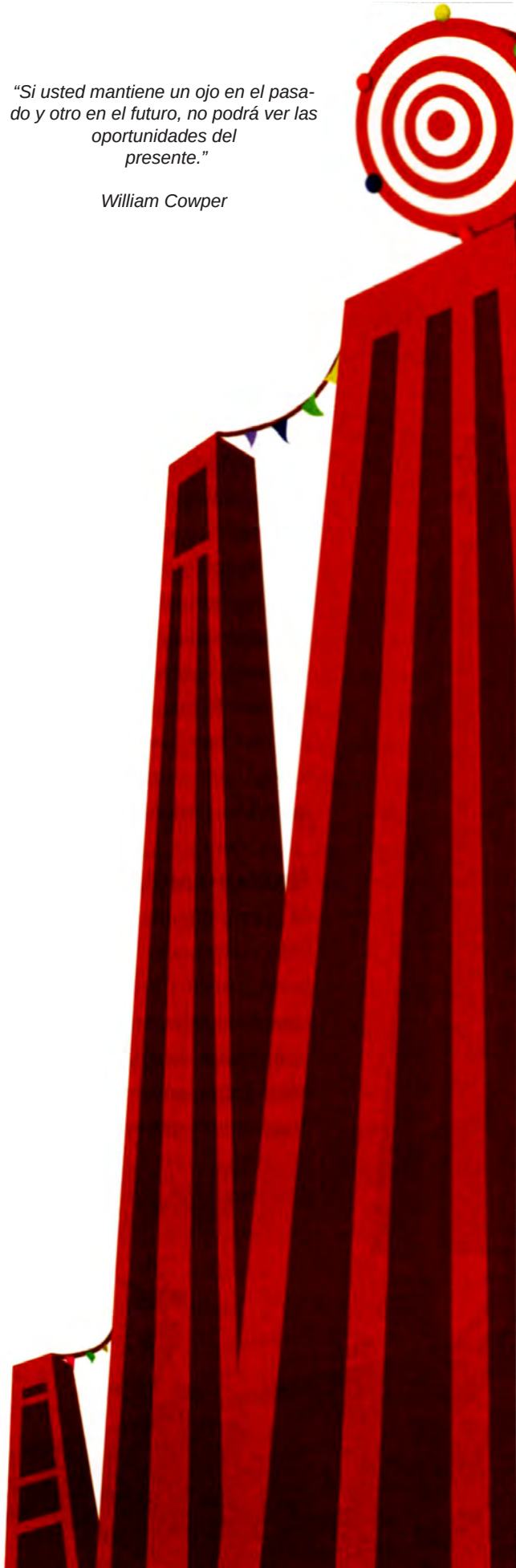
El empresario debe ser una persona social, dispuesta a asistir a cocteles, presentaciones, desayunos y demás encuentros sociales; en el momento menos pensado, en el lugar menos imaginado y con la persona que usted nunca consideró, puede aparecer una oportunidad.

Impacto y actitud

Es indispensable que el empresario mantenga una buena imagen personal y una buena actitud. Muchos negocios se truncan por un comportamiento descortés o una apariencia que genera impacto negativo. No se trata de andar siempre formal y sonriente, sino de estar en la forma adecuada y con la actitud correcta de acuerdo con el sitio, el tipo de encuentro y las personas que asisten. Hoy en las relaciones comerciales pri¬man valores humanos como el respeto, la prudencia y la lealtad. El empresario no puede burlarse, difundir información confidencial o hablar mal de su equipo de trabajo, clientes o proveedores.

"Si usted mantiene un ojo en el pasado y otro en el futuro, no podrá ver las oportunidades del presente."

William Cowper



Un empresario
Emprende
Mantiene Planea
Racionaliza
Explora Negocia
Dirige
Estudia

Tendencias

Un emprendedor estudia el entorno: su ciudad, su país y el mundo. Debe estar al tanto de los cambios tecnológicos y sociales que hacen que la gente cambie sus hábitos, motivaciones y estilos de vida, de ese análisis se desprenden nuevas oportunidades de negocios. Presentamos algunos hábitos que han cambiado y conceptos que se han puesto de moda en los últimos años. Lo invitamos a pensar lo que puede seguir cambiando y hasta dónde se imagina que llegarán las tendencias.

La comunicación humana

Internet, la televisión satelital, el teléfono celular, la fotografía/video digital y los sistemas GPS han sido incorporados en la vida cotidiana con aparente facilidad. Adicionalmente, la mezcla de tecnologías ha logrado que un teléfono no sólo sirva para llamar sino para grabar imágenes fijas o en movimiento y oír música. Los negocios visibles de este cambio son empresas de prestación del servicio de telefonía celular e internet, empresas que fabrican celulares y accesorios, fabricantes de computadores, software, cámaras digitales de video y fotografía, micrófonos, empresas que producen tarjetas de minutos, empresas que venden minutos, etc., constructores de plataformas y artefactos de G PS, creadores de portales de internet que envían mensajes a celulares y arman comunidades que comparten imágenes en tiempo real.

Responsabilidad social

El afán de hacer fortuna a costa de perjudicar a personas o al ambiente está pasado de moda y las empresas de manufactura o servicios destinan grandes presupuestos para la contribución a programas sociales. Una empresa sin programas de responsabilidad social, tendrá menos aceptación. Las empresas no sólo adquieren responsabilidad con sus empleados, socios y clientes, también tienen responsabilidad con la co-munidad en general.



Producción limpia

Los evidentes cambios climáticos en todo el mundo hacen que la conciencia ecológica empiece a estar en la agenda de las empresas y los individuos. Las fábricas han incorporado materiales biodegradables y han redefinido procesos buscando el menor daño ambiental. Esto hace que los consumidores sientan necesidad de contribuir al comprar o usar productos que no atenten contra el ambiente. Las oportunidades han sido aprovechadas por empresas de todas las categorías, que hacen esfuerzos por mostrar que protegen el ambiente o que por lo menos no lo afectan. Los aerosoles tienden a desaparecer.

Envejecimiento tardío

Hoy, una persona de 60 años luce mucho más joven y es posible que tenga mayor disponibilidad de gasto que una de 60 de varias décadas atrás. Las empresas que han contribuido al cambio y aprovechado oportunidades, son laboratorios farmacéuticos de remedios alternativos, fabricantes de cremas antiedad, máquinas de hacer ejercicio para la casa, gimnasios, proveedores de comida sana. Quedan muchas oportunidades de negocios y servicios para un segmento de personas que aún se sienten productivas.

Nueva estructura familiar

Los altos índices de divorcios y ruptura de parejas en el mundo entero hacen suponer que el concepto de familia se ha diversificado. Hay familias más pequeñas y también hogares con una sola persona. El mismo grupo de personas que antes compartía un televisor, hoy cuenta con dos o tres.

Mujeres autosuficientes

Las decisiones de compra y las normas de vida cada vez más están en cabeza de las mujeres. Es un nuevo gran segmento con alto poder adquisitivo y amplio poder de decisión. Tendrán futuro los productos y servicios que contribuyan a conseguir que la mujer cada vez participe más y la tengan en cuenta para mucho más que venderle cosméticos.



Casos reales

CASO 1

Fuente: SENA

De tres emprendedoras

Un sueño congelado en Colombia, para hornearse en Norteamérica

Cuando Silvana Martínez regresó de su viaje a Conneticut (Estados Unidos), ya traía en mente su idea de negocio y quería compartirla con sus amigas Sandra y Dalys.

Producir y exportar pasabocas congelados parecía en un principio una idea muy simple, con muy poca proyección en el mundo de los negocios; sin embargo, estas tres jóvenes emprendedoras moldearon con creatividad y dedicación su proyecto, hasta lograr hornear lo que hoy legalmente se conoce como Congelados de tu Casa Ltda. 'Deditos' en pasta de hojaldre y 'bolsillitos' crujientes y crocantes rellenos con queso de soya y producidos en horno convencional es el negocio de este trío de barranquilleras, graduadas en finanzas y relaciones internacionales de la Universidad de San Martín, que encontraron el apoyo del SENA Regional Atlántico.

Tras muchos momentos de crisis, de intentos fallidos al experimentar con la materia prima, de puertas cerradas, de personas incrédulas y de una que otra lágrima, la visión de negocio se impuso y hoy 12 personas, entre desplazados y madres cabeza de hogar, esperan motivados el inicio del proyecto, puesto que en él está su posibilidad de vinculación laboral y de mejoramiento socioeco¬nómico de sus familias.

Congelados de tu Casa Ltda. iniciará operacio-nes exportando al mercado de Estados Unidos, específicamente a Miami, pasabocas ciento por ciento colombianos, producidos con los estánda¬res internacionales requeridos y los más estrictos controles de calidad.

CASO 2

Fuente: SENA

Mebicol

Un paquete de servicios biomédicos Mantenimiento de Equipo Biomédico Colombiano (Mebicol), es una empresa integrada por un grupo de inquietos y curiosos estudiantes, egresados del SENA del curso de mantenimiento de equipo biomédico, de la Regional Caldas. Johan Manuel Ballesteros, Carlos Alberto Galvis, David Augusto Toro, Andrés Mauricio Acevedo y Christian Leonardo Londoño, jóvenes entre 21 y 23 años, son los dueños de Mebicol, un proyecto de empresa que vienen trabajando desde hace año y medio. Aparte de sus propios empleos, estos jóvenes emprendedores han generado empleos para sus compañeros de clases.

Según ellos, la 'semilla' para hacer su empresa nació en la clase de emprendimiento de la instructora Liliana Patricia Osario, del Centro de Automatiza¬ción Industrial del SENA Caldas, quien siempre los orientó y apoyó, no sólo en su proceso de formación sino también una vez terminado.

Inicialmente, el grupo se conformó como coope¬rativa de trabajo asociado y luego de un tiempo de experiencia, el Fondo Emprender se presentó como la oportunidad 'esperada' para financiarse, por lo que constituyeron una sociedad de responsabilidad limitada.

Con los recursos aprobados como capital semilla, los emprendedores ya tienen planeada la compra de insumos y equipos de alta tecnología para me¬jorar la calidad del servicio que prestan.

Según los emprendedores, la convivencia y el trabajo en equipo han sido determinantes para garantizar el éxito de su proyecto, sin olvidar sus raíces: así, en un aula de clase se vuelven compavñeros, amigos y ahora empresarios jóvenes con

ganas de triunfar, con gran conocimiento técnico y, lo más importante, con enormes deseos de seguir luchando por salir adelante.

Servicios a la orden del día

Mebicol presta servicios de mantenimiento preventivo y correctivo de equipo biomédico y, además, con la experiencia adquirida, comienza a desarrollar innovación tecnológica en proyectos de mayor complejidad. Actualmente, sus integrantes tienen diseñados electroestimuladores musculares, alarmas de gases medicinales, sensores para lavamanos quirúrgicos, dispensadores automáticos de jabón, y siguen trabajando en nuevos proyectos basados en las necesidades del mercado.

Además, en su portafolio están asesorías en adquisición de equipos, asesorías ante compañías aseguradoras y adecuación de instalaciones. “Penetrar en el mercado ha sido un esfuerzo de equipo; al principio nos dio cierto temor pero lo superamos. Inicialmente veíamos como dificultad la falta de credibilidad en nosotros los jóvenes, pero afortunadamente, por nuestra responsabilidad y cumplimiento, hemos logrado demostrar lo contrario y ganamos la confianza de las instituciones con las que trabajamos”.

La comercialización, personalizada, es una labor asumida por el gerente de la empresa. Con documentación, portafolio de servicios, tarjetas de presentación y folletos iniciaron la promoción de sus servicios. Una vez iniciados los trabajos para algunas instituciones, fueron referenciados por ellas a otros clientes, lo que les ha ayudado a darse a conocer en el medio.

Entre sus clientes están Laboratorios Valencia, Citosalud, Laboratorio Caldas, Cruz Roja Colombiana, Hospital Infantil, Centro Médico

La Enea, Clínica Flavio Restrepo, Clínica de Especialistas de La Dorada, Confamiliares de Caldas, entre otras.

CASO 3

Fuente: Dinero

Testimonio de un empresario

Juan Carlos Torres, un llanero de 37 años, soñó durante mucho tiempo con la aviación e inclusive hizo un curso técnico en esta área. A pesar de las ganas, ese sueño no se le hizo realidad, pero uno que jamás se imaginó es el que le está dando una de las mayores satisfacciones de su vida. Torres encontró en su trabajo en Panamco Colombia, como asociado de una precooperativa, lo que realmente lo motiva. Un día, a los dos años de trabajar como temporal, la compañía le dio la oportunidad de convertirse en empresario. “Primero empezamos jugando a los empresarios y hoy somos empresarios -afirma orgullosamente.

Este llanero parece tener innato lo que muchos estudian en la universidad: liderazgo y visión empresarial. Durante el año y medio que tiene la cooperativa, se ha desempeñado como gerente, motivando con su ejemplo, entusiasmo, cooperativismo y ganas de superación, a sus compañeros.

La cooperativa, que comenzó ofreciendo servicios generales como aseo y atención de la cafetería, se extendió a otras unidades de negocio que ha encontrado Juan Carlos en sus recorridos diarios barriendo la planta. “Yo dirijo mi empresa detrás de una escoba; doy la vuelta a la planta barriendo, y ahí me nacen ideas, como ver que puedo arreglar más rápido y más eficazmente la caja de gaseosa que están arreglando otros”.





Identidad

El empresario debe prepararse para construir su nueva identidad y la de su negocio o empresa.
El empresario debe sentir orgullo cada vez que menciona el nombre de su empresa.

Nombre o razón social

Al elegir el nombre de su empresa, además de pensar en que sea atractivo, claro y afín con el negocio, deberá consultar con la Cámara de Comercio de su ciudad si está disponible, es decir, verificar que no exista ya una empresa con tal nombre. Algo muy importante: el nombre de su empresa le debe producir orgullo, debe gustarle para que usted sea el primer promotor. A veces los empresarios dan poca importancia a esta decisión y olvidan que un nombre puede abrir o cerrar puertas; oiga y vea escrito el nombre de su empresa y contrate a un diseñador profesional para que realice el original o logotipo en un tipo de letra acorde con su actividad y, sobre todo, su personalidad y la de su empresa. Evite el uso de iníciales o acrónimos que sólo usted entiende. Vale la pena revisar el significado del nombre elegido en otros idiomas o latitudes, recuerde que el español es amplio.

Tarjetas personales

Una vez defina el nombre de su empresa, las tarjetas personales deben ser su prioridad; con ellas usted aprovecha cada encuentro para comunicar su nuevo negocio. En el mercado hay varias opciones y algunas aparentemente muy baratas, pero no la mejor opción en imagen. En esto no debe ahorrar, puesto que es el elemento primordial de su nueva imagen; al igual que para el logotipo, elija un buen diseñador y garantice un diseño acorde con su tipo de negocio, pero sobre todo verifique antes de imprimir que los datos estén correctos y sean legibles. Además del diseño debe escoger un buen papel, no muy delgado ni muy grueso y en formato convencional, de forma que pueda estar en los tarjeteros de sus futuros clientes; no todos manejan información en su computador.

Página web y correos electrónicos Tener una página web propia a nombre de su nueva empresa es un proceso que puede demorar de uno a tres meses, según los recursos que tenga y la complejidad de servicios que piense ofrecer allí. Aunque el registro del dominio es un trámite muy sencillo y existen múl-tiples empresas que ofrecen tal servicio, lo más demorado será su propia decisión acerca del diseño de la página, los elementos que quiere que allí aparezcan, la distribución, los colores y las aplicaciones en línea que podrán efectuar sus visitantes. Si internet no será un canal fundamental para su negocio, dispone de bajos recursos y sólo quiere estar presente en este medio, lo mejor será optar por los servicios gratis de páginas web que ofrecen los propios operadores de correo electrónico. Respecto al correo electrónico, elija la sencillez, dejando cla-ro su nombre o el de su empresa; las direccio-nes con números no son fáciles de recordar.

Otros elementos de identidad

Una vez defina el negocio que pondrá en marcha, deberá determinar los elementos de imagen vitales para darse a conocer, generar confianza de acuerdo con su actividad y hacer que compren sus productos o servicios. Esto se tratará en detalle en el plan de negocio en el capítulo de mercadeo y publicidad.

APOYO DE SOSTENIMIENTO PARA APRENDICES SENA

¡TÚ TAMBIÉN PUEDES OBTENERLO!

¿QUÉ ES?

Es una contribución a los aprendices de estratos 1 y 2 para sufragar sus gastos básicos, el seguro de accidentes, los elementos y vestuario de protección personal durante etapa lectiva y productiva del programa de formación adelantado.

REQUISITOS DE SELECCIÓN:

- Haber culminado primer trimestre de formación Titulada.
- No contar con contrato de aprendizaje ni vinculo laboral, ni FIC.
- Tener inscrita su idea de negocio en la Unidad de Emprendimiento y reporte de cumplimiento en su desarrollo por parte de la misma.
- Demostrar buen rendimiento académico.

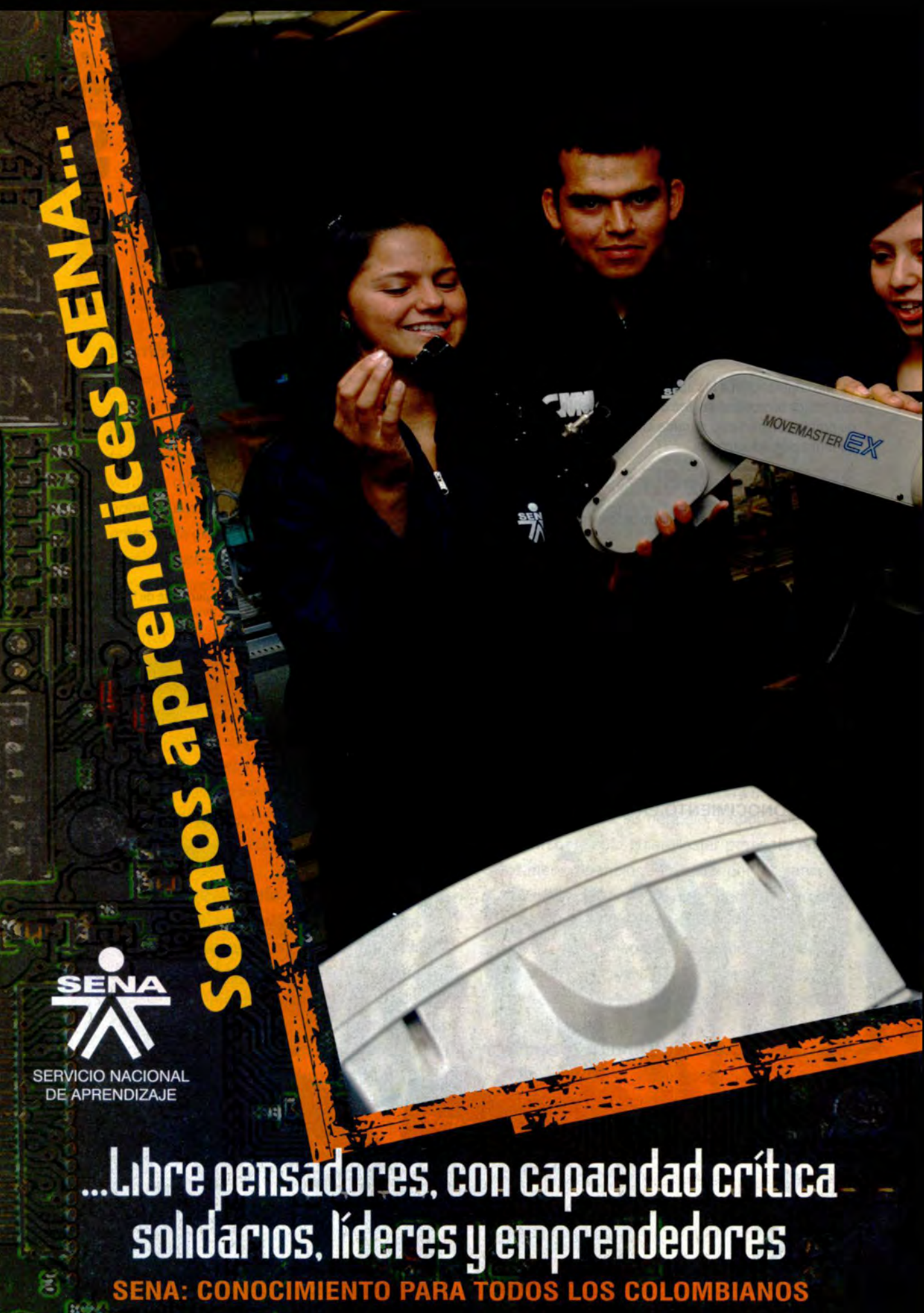
CÓMO ACCEDER A LOS APOYOS:

Convocatorias e inscripciones a través de la página web: www.sena.edu.co
link, Dirección de Formación Profesional/ Bienestar de los Aprendices/
Apoyos de Sostenimiento

SENA, CONOCIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS



SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE


Somos aprendices SENA...
MOVEMASTER EX
SENA
SERVICIO NACIONAL
DE APRENDIZAJE
...Libre pensadores, con capacidad crítica
solidarios, líderes y emprendedores
SENA: CONOCIMIENTO PARA TODOS LOS COLOMBIANOS

BUSINESS MODEL CANVAS

PASO A PASO



El blog de CISE



ACERCA DE CISE

UN ESPACIO PARA LA CREACIÓN DE NUEVAS IDEAS

Somos una organización sin ánimo de lucro que impulsa el talento y apoya la creación de soluciones que cambian el mundo.

Estamos convencidos de que para realizar cambios en la sociedad se necesitan personas con **iniciativa, creatividad e ilusión**.

Para potenciar todo esto, ponemos a tu disposición recursos descargables y formación online **gratuitos** que te ayudarán a crecer a nivel personal y profesional.

CISE
CENTRO INTERNACIONAL SANTANDER EMPRENDIMIENTO
UCEIF

CONTENIDO

1 Qué es el Business Model Canvas

2 Por qué es necesario

3 **Plantilla Business Model Canvas**

4 Partes del Business Model Canvas

1# Segmentos de clientes

2# Propuesta de valor

3# Relaciones con clientes

4# Canales de distribución

5# Fuentes de ingresos

6# Recursos clave

7# Actividades clave

8# Socios y proveedores clave

9# Estructura de costes



QUÉ ES EL BUSINESS MODEL CANVAS

El ***business model canvas (BMC) o lienzo de modelo de negocio*** es una representación gráfica de los aspectos fundamentales que debes considerar a la hora de emprender, sea cual sea el tipo de proyecto que decidas llevar a cabo.

Es válido tanto para una empresa de reciente creación o *startup* como para una empresa consolidada.

POR QUÉ ES NECESARIO

Todo negocio necesita elementos y recursos para generar valor, aportar ese valor a otros y beneficiarse de ello.



El lienzo te será súper útil porque detalla el 80-90% de las cosas que necesitas saber sobre tu proyecto. **El BMC es un documento vivo:** deberá ir cambiando a medida que descubras cosas y valides hipótesis.

Puedes usarlo...



COMO CHECKLIST

Para no olvidar ningún aspecto del negocio, sin importar si vendes un producto o un servicio, si eres un B2B, un B2C...



COMO VISIÓN GLOBAL

Para alinear la visión de tu equipo y explicar las relaciones (actuales o futuras) entre unas áreas y otras,



COMO GUÍA PARA TOMA DE DECISIONES

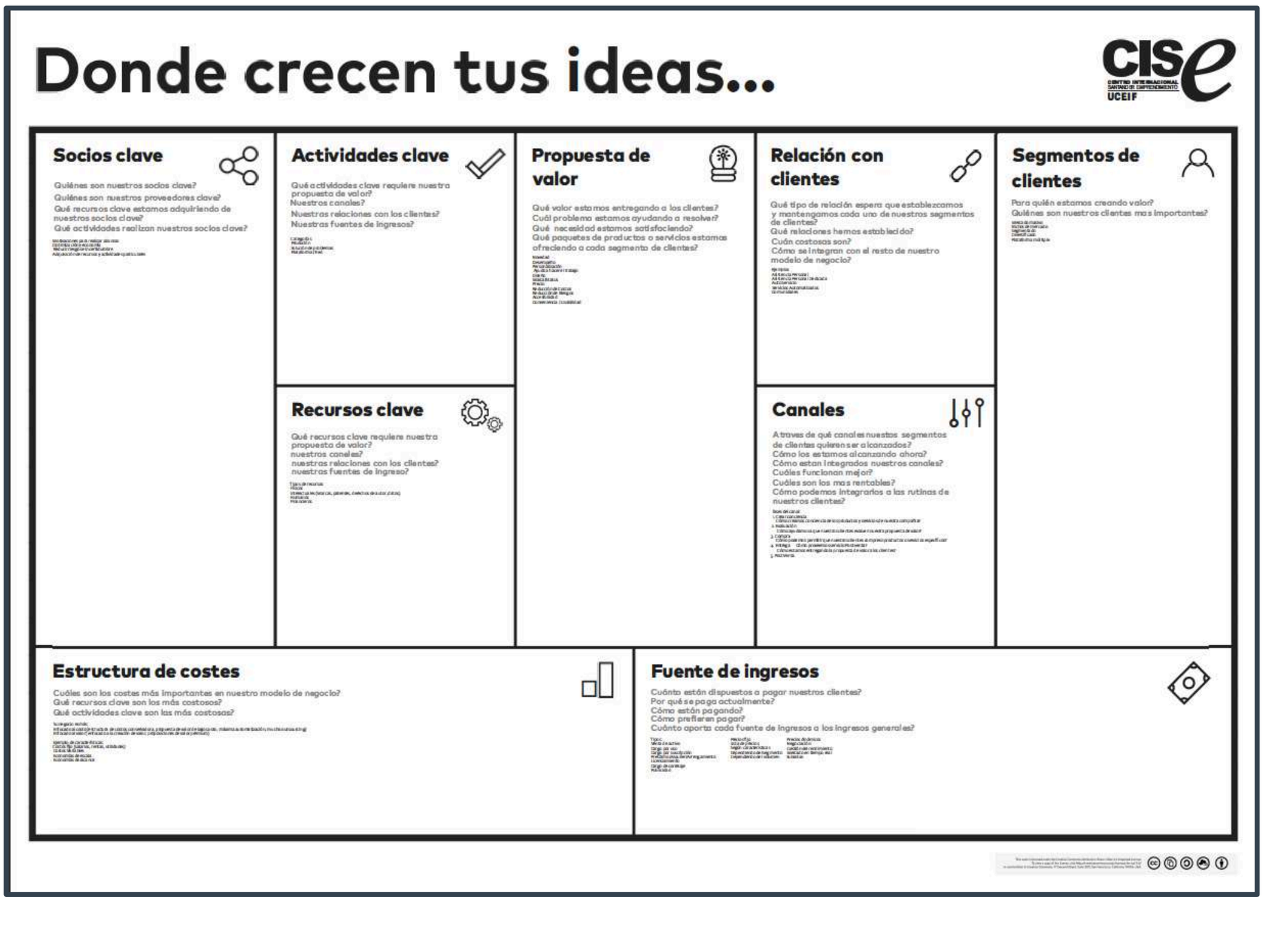
Para hacer una radiografía de la compañía en un determinado momento y detectar mejoras.



COMO HISTORIAL DE ESTRATEGIA

Para revisar la evolución cronológica de tu proyecto, así como el origen y las consecuencias de tus **pivotes o iteraciones**.

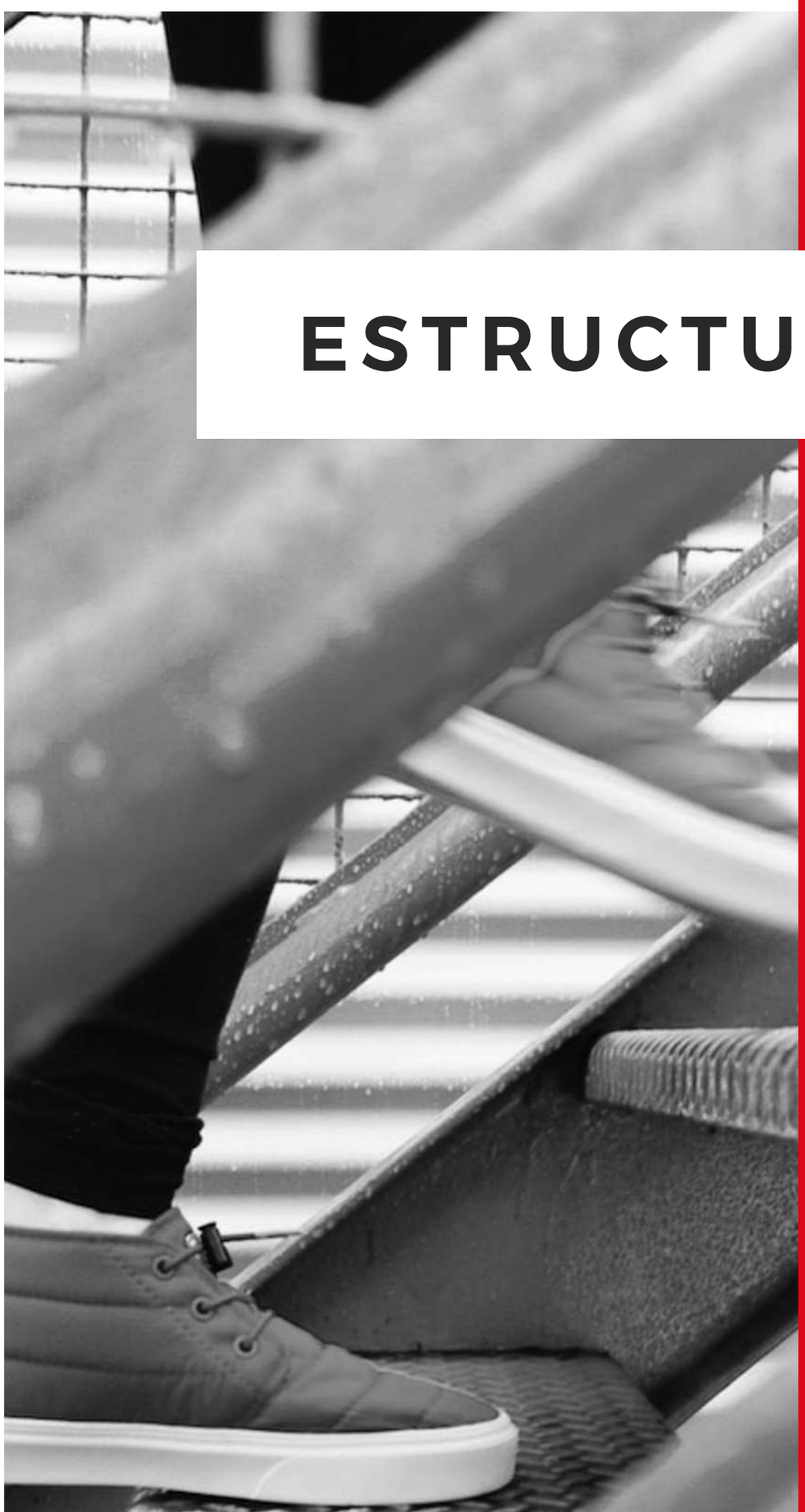
PLANTILLA BMC



DESCARGA LA PLANTILLA

Construye visualmente los bloques conceptuales de tu negocio y las relaciones que hay entre ellos siguiendo la herramienta de Alexander Osterwalder

BUSINESS MODEL CANVAS



ESTRUCTURA

Tu Business Model Canvas

PASO A PASO

9 bloques, todos importantes, sostenidos sobre una estructura de ingresos vs costes, pero siempre partiendo de identificar tus segmentos de clientes, llegando a ellos por diferentes canales, a través de recursos y actividades clave, y actuando dentro de un ecosistema de *stakeholders y* alianzas.



1# SEGMENTOS DE CLIENTES

¿A quién le vas a entregar valor? ¿Quiénes son tus clientes y por qué motivo te van a comprar? ¿Cuál es el perfil de tus '***early adopters***'? ¿Cuáles son sus *pains* y sus *gains*? ¿Qué van a ganar si compran?

Sal a la calle y habla con la gente, pon atención a las tendencias, muévete por donde ellos se mueven, escúchalos en redes sociales... PREGUNTA, PREGUNTA, PREGUNTA para averiguar sus características geográficas, sociales y demográficas. Con esta información podrás definir a tu cliente ideal o arquetipo (también llamado *buyer persona*).

- **Puedes tener más de un arquetipo**
- **Distingue "usuario" de "cliente"** (quien realmente paga por tu producto): a veces no son la misma persona y es importante diferenciarlos.

Puedes usar esta herramienta para crear arquetipos de clientes de forma rápida

PLANTILLA ARQUETIPO



2# PROPUESTA DE VALOR

¿Qué problema solucionas? ¿Qué beneficio estás creando? y ¿qué percibe como valor el cliente?

¿Por qué va a comprar tu producto y no el de la competencia? ¿En qué te diferencias de ella?

El cliente quiere que soluciones su problema o que satisfagas su necesidad: quiere algo y lo que quiere sin complicaciones, por eso necesitas tener mucha empatía y pensar como él.

Tus propuestas de valor tienen que estar relacionadas directamente con cada segmento de clientes identificado en el bloque anterior.

- ❑ **Los bloques #1 y #2 son tu punto de partida, son esenciales y ¡llevan tiempo!**
- ❑ **La relación entre ellos se llama "ajuste de producto/mercado"**
- ❑ **Si no tienes el ajuste de producto/mercado, ¡no sigas con el resto del lienzo!**

Piensa si es el momento adecuado para tu solución. Descubre aquí por qué el *timing* es tan importante a la hora de entregar tu propuesta de valor.



3# RELACIÓN CON LOS CLIENTES

¿Cómo vamos a captar a los clientes? ¿Dónde será más posible encontrarlos?

Captar y fidelizar, ese es tu objetivo. Estudia tu **embudo de *marketing* o *funnel* de conversión:** según en qué parte del embudo esté cada cliente, generarás **diferentes contenidos e interacciones con él**. Posibilidades:

- ❑ **Interacción humana**
- ❑ **Asistencia personalizada**
- ❑ **Self-service (escasa o nula relación directa con el cliente)**
- ❑ **Procesos automatizados (mejor cuanto más se parecen a lo humano)**
- ❑ **Comunidades online – aportar valor sin vender directamente (contenidos)**
- ❑ ***Engagement* y co-creación: motivar a los clientes a crear contenido para otros**

Es más fácil (y menos costoso) retener a un cliente que conseguir uno nuevo, así que ya sabes: cuídalo.

El *funnel* está relacionado con tu *buyer persona*: no es lo mismo, por ejemplo, llegar a un perfil millennial que a uno senior, o que a un Gen z.



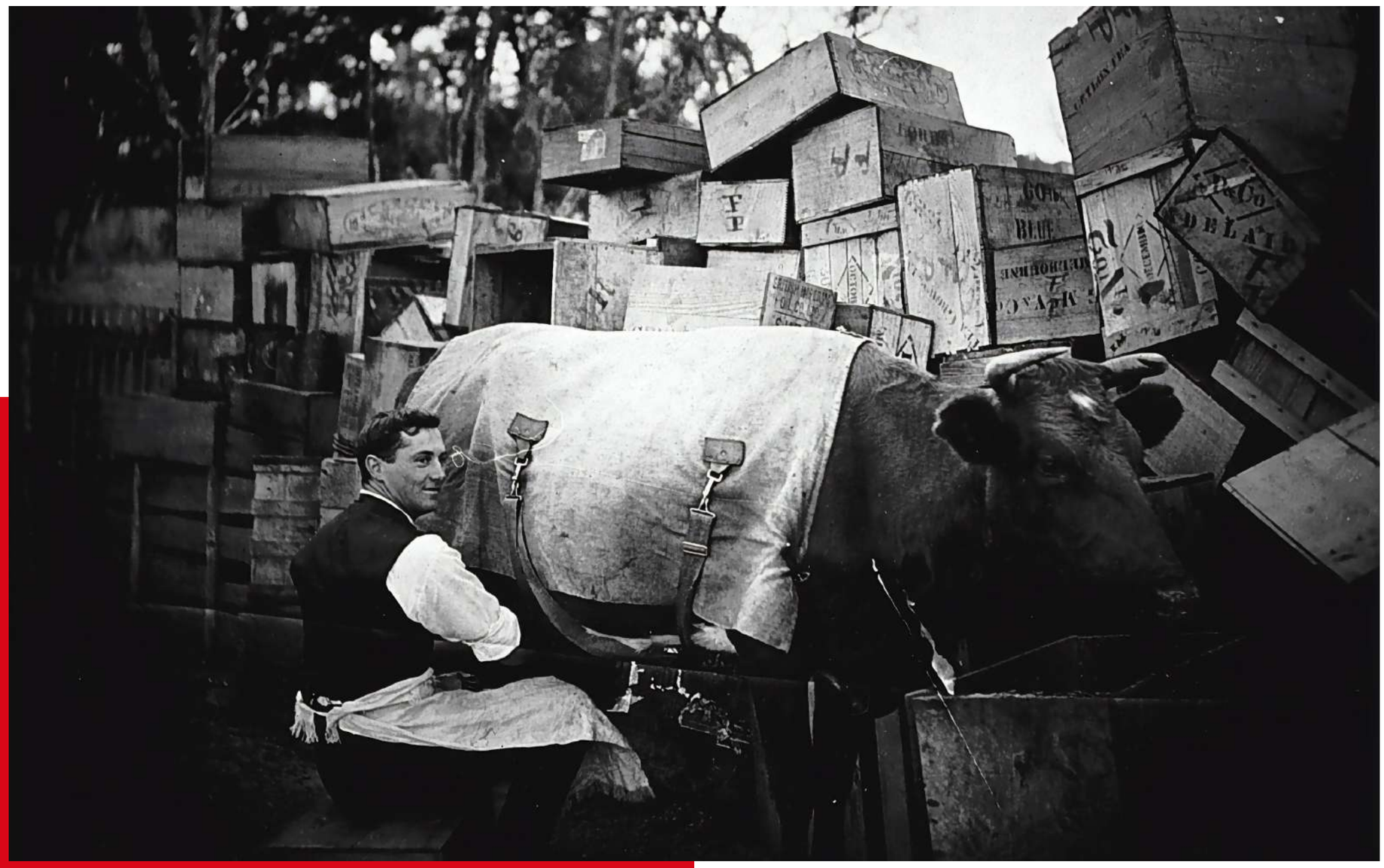
4# CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Piensa en cómo entregas tu propuesta de valor a tus segmentos de clientes. Aunque parezca algo secundario, es importante que tus canales funcionen bien y cumplan las expectativas: tu cliente valorará su experiencia como buena o mala en gran parte en función de cómo perciba el proceso de entrega de tu producto. Dependiendo de si hay **intermediarios** o no, serán:

- ❑ **Canales propios: equipos de ventas, venta online, tiendas físicas**
- ❑ **Canales de terceros: tiendas físicas, tiendas partner, venta al por mayor…**

Analiza los diferentes canales a través de las diferentes fases:

1. ***Awareness***: cómo muestras la existencia de tus productos o servicios
2. **Evaluación**: cómo ayudas al cliente a que evalúe tu propuesta de valor
3. **Compra**: cómo le haces fácil el proceso de compra
4. **Entrega**: cómo le facilitas que reciba tu producto o servicio
5. **Post-venta**: cómo le acompañas para fidelizarlo y hacer que vuelva



5# FUENTES DE INGRESOS

¿Cuánto están dispuestos a pagar tus clientes? ¿Por qué valor están pagando? ¿Qué estrategia vas a usar para captar ese valor? La única manera de conocerlo es interactuando con una gran cantidad de posibles clientes. Y para ello, hay que salir a la calle: si haces un buen ***pitch*** y les anticipas que les vas a ayudar a solucionar un problema real que tienen, es más probable que estén **dispuestos a concederte tiempo para esa videollamada o ese café** (y esto también te da pistas para afinar tu cliente ideal).

Pero, vayamos al grano: ¿cómo vas a generar esos ingresos?

- ❑ **Venta tradicional**
- ❑ **Suscripción**
- ❑ **Licencia**
- ❑ **Pago por uso**
- ❑ **Renting / leasing**
- ❑ **Publicidad ...**

Descubre los 3 pasos para aprender a fijar el precio idóneo de tu producto



6# RECURSOS CLAVE

¿Qué activos necesitas para que tu modelo funcione?

Pueden ser muchos, pero en general se pueden agrupar bajo tres categorías:

- ❑ **Recursos físicos**
- ❑ **Recursos humanos o intelectuales**
- ❑ **Recursos financieros**

Analiza cuáles son las necesidades básicas: capital, local (o **coworking**, o quizás empieces **trabajando desde casa**), técnicas, acuerdos, apoyo legal, puede que lo que necesites sea un dominio, un hosting, un proveedor de software, un portfolio, un diseño, una patente... Y a partir de ahí establecer cómo conseguirlos, por ejemplo, ¿qué necesitas para buscar talento y hacer equipo? Puedes ayudarte de universidades, agencias de empleo o de desarrollo local, mover tu red de contactos, hacer publicidad en portales...

Tus recursos clave también están relacionados con tus actividades clave (bloque #7)



7# ACTIVIDADES CLAVE

¿Cuáles son las principales actividades que debes llevar a cabo para hacer funcionar tu modelo de negocio? Debes plantearte qué necesitas para crear y ofrecer tu propuesta de valor, llegar al mercado, relacionarte con tu cliente y vender tu producto o servicio.

Dependerá del tipo de negocio, pero te damos unos cuantos ejemplos aquí:

- ❑ **Marketing**
- ❑ **I+D**
- ❑ **Logística**
- ❑ **Acuerdos con stakeholders**
- ❑ **Diseño**
- ❑ **Organización de eventos**
- ❑ **Infraestructura IT**
- ❑ **Desarrollo y gestion de software**
- ❑ **Proteger propiedad intelectual**
- ❑ **Producción**
- ❑ **Generación de contenido**
- ❑ **Asistencia a ferias / congresos**

Deberás plantearte si esas actividades servirán a todos tus segmentos de clientes o solo a algunos.



8# SOCIOS Y PROVEEDORES

Quien tiene un amigo tiene un tesoro. Y en el mundo *startup*, tu red es importante. En este bloque deberás identificar tus alianzas clave**,** todos los actores que puedes involucrar en tu proyecto para que éste crezca.

Puede tratarse de agentes **internos** (con los que tengas una relación contractual y directa) o **externos** (aquellos a los que afecten tus acciones o a ti te afecten las suyas, aunque no tengan relación directa con tu proyecto):

INTERNOS

- ❑ **Equipo**
- ❑ **Proveedores**
- ❑ **Clientes**
- ❑ **Accionistas**

EXTERNOS

- ❑ **Comunidades locales**
- ❑ **Entidades financieras**
- ❑ **Medios de comunicación**
- ❑ **Cuerpos profesionales**
- ❑ **Gobierno**
- ❑ **ONGs**
- ❑ **¡Tu competencia!**
- ❑ **…**

Antes de hablar con ellos infórmate de cómo funcionan y cómo toman sus decisiones y estudia cómo se pueden beneficiar de una alianza contigo.

Piensa siempre en el karma y en conseguir un beneficio mutuo (*win-win*), así llegarás más lejos, creando una red sólida y motivada a colaborar.



9# COSTES

¿Cuánto te van a costar los recursos y actividades clave de los bloques #6 y #7? ¿Cuáles serán los gastos más importantes? Distingue entre **gastos fijos** (no varían según las unidades que produzcas) y gastos **variables** (fluctúan según las unidades o número de servicios producidos). Contrasta siempre todos tus gastos con el bloque #5 (fuentes de ingresos).

Gastos fijos + gastos variables = gastos operativos totales

Importante: haz tus proyecciones financieras en 3 escenarios, bien sea con diferentes equipos y/o recursos, en diferentes mercados:

- ❑ **Situación favorable: grandes ventas, buen momento**
- ❑ **Situación intermedia**
- ❑ **Ventas a la baja o situación de crisis**

¿BUSCANDO FINANCIACIÓN? En startpoint te hablamos de cómo conseguir inversión o lanzar tu crowdfunding



RECUERDA…

Puedes trabajar con notas adhesivas que irán cambiando, pero conserva siempre una foto o versión de tu BMC a cada paso de tu estrategia.

LO BÁSICO NUNCA CAMBIA

Han pasado algunos años desde que Osterwalder publicara su libro sobre generación de modelos de negocio, pero siempre necesitarás estos 9 bloques.

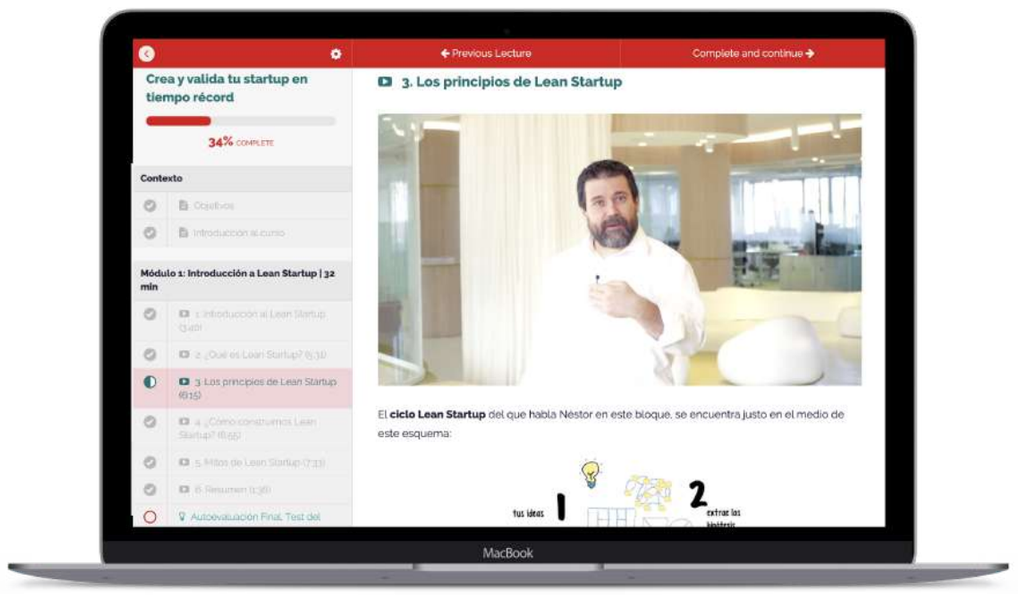
MÁS RECURSOS

Más recursos y artículos sobre emprendimiento para ti en StartPoint, el blog de CISE. ¡Suscríbete!

¿NECESITAS AYUDA PARA PONER EN MARCHA TU EMPRESA?

CREA Y VALIDA TU NEGOCIO EN TIEMPO RECORD

Si te descargaste este ebook porque tienes esa idea rondándote la cabeza y no tienes claro cómo sacarla adelante, te recomendamos que aprendas a crear tu negocio paso a paso con la ayuda de **Nestor Guerra**, uno de los expertos en emprendimiento más reconocido de España y Latinoamérica.



- 31 lecciones
- 2h. 32m. de clases prácticas en vídeo
- 6 plantillas descargables
- Acceso desde dispositivos móviles
- A tu ritmo
- Idioma Español
- 96% valoraciones positivas

APOYO PARA CREAR TU BUSINESS MODEL CANVAS

El curso **Crea y Valida tu negocio** te ayuda a completar **los 9 bloques de tu BMC** y te enseñará de forma muy práctica todo lo que tienes que hacer para convertir tu idea en una empresa viable, **ahorrándote meses de trabajo y frustraciones** haciendo planes de negocio de productos o servicios que nadie quiere.

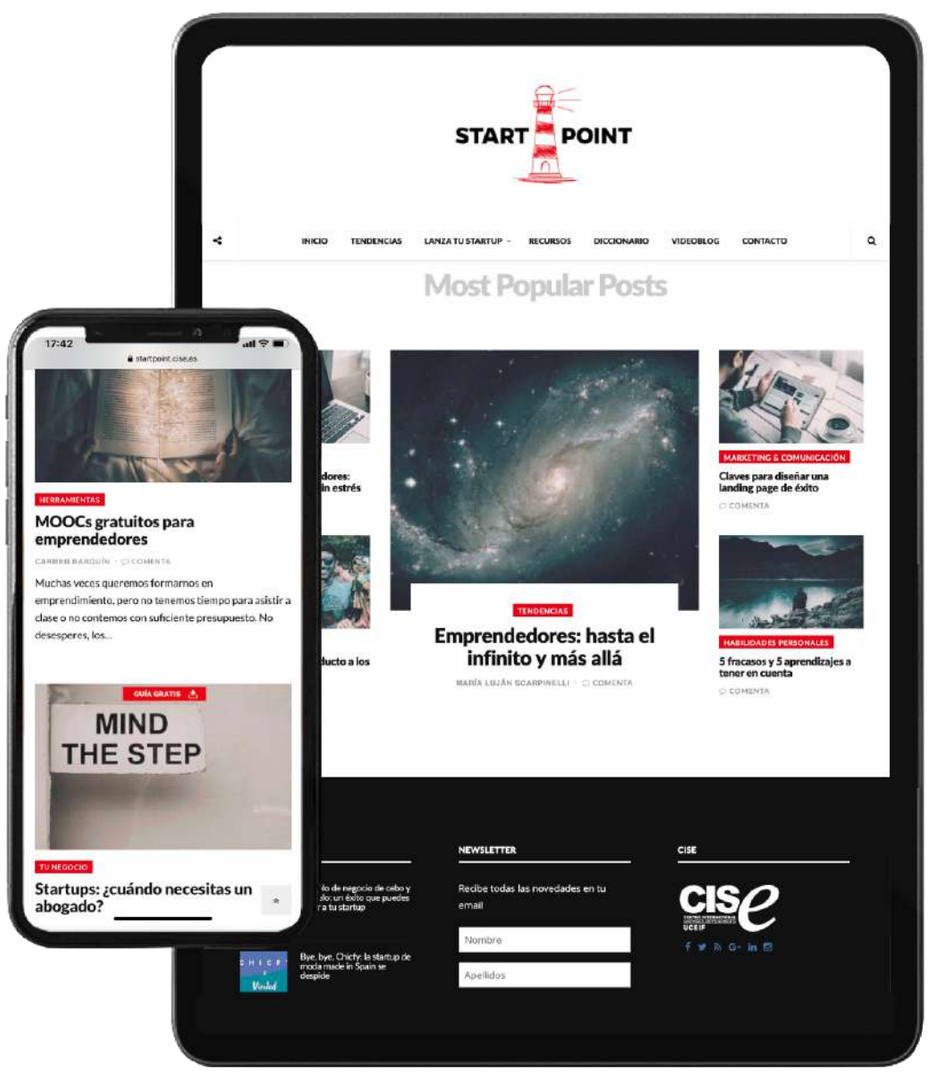
IR AL CURSO

90% Dto. ~~96,68€~~ | **9,68€**

Esta formación está subvencionada al 90% por los impulsores (coste de matricula y certificado sin descuento 96,80 euros)

SÍGUENOS !

Mantente al tanto de los próximos ebooks que lancemos, la actualidad del ecosistema y las últimas tendencias.



@emprendecise

W W W . C I S E . E S

PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE: PROYECTO DE VIDA

- **Denominación del Programa de Formación:** Gestión contable y financiera.
- **Código del Programa de Formación**: 123102- V1
- **Nombre del Proyecto:** garantizar el desarrollo de las competencias que tiene el programa Gestión contable y financiera.
- **Fase del Proyecto:** Evaluación
- **Actividad de Proyecto**: A6- contextualizar y recomendar los ajustes de la situación financiera del ente económico de acuerdo a las normas legales vigentes.
- **competencia:** Competencias básicas y de política institucional, en el marco de la formación profesional integral
- **resultados de aprendizaje alcanzar**: Redimensionar permanentemente su proyecto de vida de acuerdo con las circunstancias del contexto y con visión prospectiva.
- **Duración de la Guía: 30 horas**

2. PRESENTACIÓN

El proyecto es como un camino para alcanzar la meta: es el plan que una persona se traza a fin de conseguir un objetivo. El proyecto da coherencia a la vida de una persona en sus diversas facetas y marca un determinado estilo, en el obrar, en las relaciones, en el modo de verla vida.

El proyecto de vida es la dirección que el hombre se marca en su vida, a partir del conjunto de valores que ha integrado y jerarquizado vivencialmente, a la luz de la cual se compromete en las múltiples situaciones de su existencia, sobre todo en aquellas en que decide su futuro, como son el estado de vida y la profesión.

Durante el desarrollo de esta guía se establece la importancia de articular en la formación profesional, la ética apropiando diferentes conceptos y actividades que le permiten hacer una reflexión acerca del “YO” en el contexto de la ética personal, empresarial y pública.

La tendencia dominante en la formación profesional integral comprende adquirir las capacidades y competencias para acceder a una mejor calidad de vida y bienestar a través del mundo del trabajo; pero también los valores y las actitudes que moldean la personalidad del sujeto y que contribuyen al logro de un desempeño comprometido y eficaz de su profesión, así como a un ejercicio

responsable de la ciudadanía.

Así mismo, el desarrollo de esta guía plantea al aprendiz la propuesta de objetivos y metas en las diversas dimensiones del ser como eje fundamental de su proyecto de vida, teniendo claro que el desarrollo de las capacidades profesionales no sólo involucra técnicas, sino también requiere de normas, principios, pautas que guíen el uso y la aplicación de esas competencias, donde el saber hacer incluye capacidades para discernir, valorar, elegir y tomar decisiones para lo cual la ética nos ofrece un marco reflexivo que proporciona los criterios, principios y valores en los que se sustenten las capacidades transformativas del profesional.

Como propósito final esperamos que el aprendiz se vea a sí mismo en un futuro a corto, mediano y largo plazo como un ser integral, capaz de promover en él y en los demás acciones respetuosas, justas y competentes, que le permitan moverse en una sociedad dinámica y diversificada.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Actividad: Pirámide de Robert Dilts y Árbol proyecto de vida:

Descripción: realizar de manera individual cada nivel de la pirámide, según la orientación del instructor.

R. Dilts explica que el concepto que tenemos de nosotros mismos, está construido por el mapa que hemos trazado de nuestra identidad a partir de las creencias acerca de nuestras capacidades y limitaciones. Las creencias potencian o limitan muchos aspectos de nuestra identidad. De allí que la autoestima está relacionada con el nivel de identidad, en la pirámide de los niveles lógicos, y con las creencias que la persona tiene de su propia identidad.

R. Dilts organiza la actividad mental en niveles lógicos. La identidad está relacionada con el sentido de “quienes somos”. ¿Quién soy? ¿Cuál es mi misión? El concepto de nuestra identidad organiza nuestras creencias, nuestras capacidades, nuestras conductas en un sistema único. El sentido de nuestra identidad está también relacionado con el concepto de nosotros mismos en los sistemas más amplios a los cuales pertenecemos y que determinan nuestra misión.

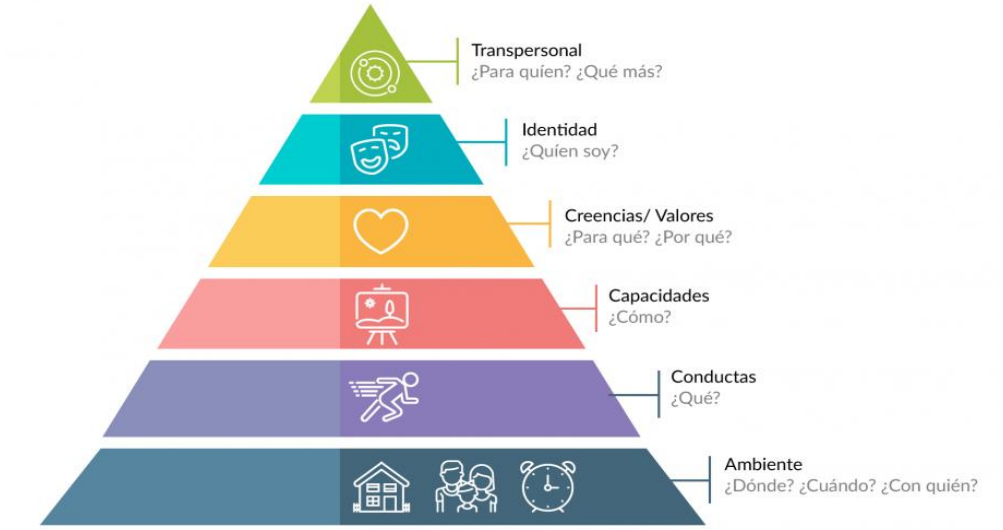


Figura1. Niveles Neurológicos

Árbol proyecto de vida

Respetado aprendiz en el propósito de esta actividad es reconocer lo que somos, lo que hacemos y lo que queremos tener, siendo conscientes de nuestras debilidades y fortalezas, además se debe analizar la situación actual en la que nos encontramos y así plantearnos las posibilidades que tenemos para conseguir lo que queremos ya sean cosas materiales, progreso intelectual, o relaciones personales, organizándolo en cuanto a las prioridades.

Descripción: realizar de manera individual el Taller N°1 denominado árbol de proyecto de vida, según la orientación del instructor.

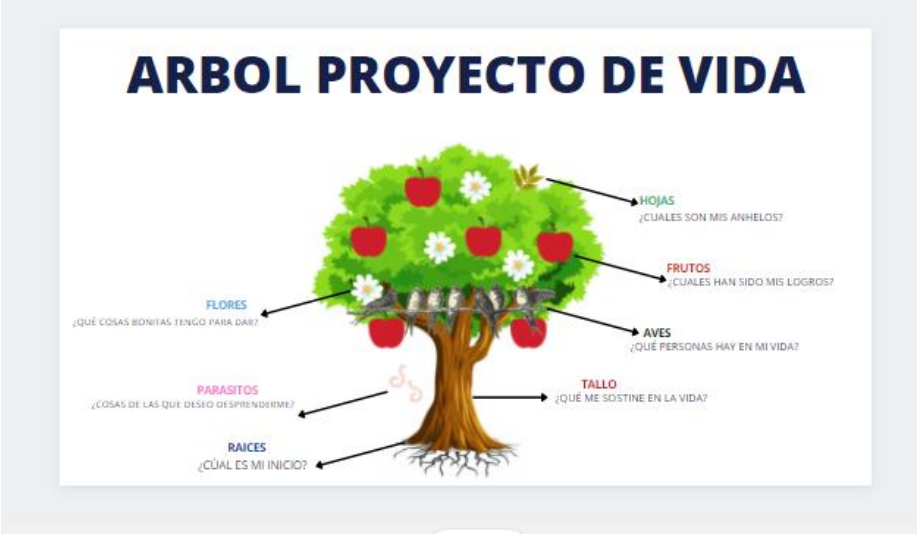


Figura 2. Árbol proyecto de vida

Actividad: **Reconociéndome como ser integral y retando mis propios desafíos:**

Partiremos de la lectura relacionada sobre dimensiones del ser humano, a partir de la lectura personal, le invitamos a elaborar un listado de las veinte (20) características más importantes que lo identifican así mismo, teniendo en cuenta su descripción de sí en cada una de las dimensiones del ser humano:

En seguida realice una clasificación de sus características en cada una de las dimensiones como se le sugiere en la siguiente matriz:

FISICA	COGNITIVA	FAMILIAR	SOCIAL	AFECTIVA	ESPIRITUAL	MORAL-ETICA

Una vez se familiarice con las dimensiones que lo caracterizan, realice un collage donde exprese de manera gráfica a partir de una fotografía y con ayuda de imágenes visuales las actitudes positivas y menos positivas, por cada una de las dimensiones del ser identificadas, y presentarlo en reunión con el grupo socializando su interpretación de sí mismo como parte del diagnóstico actual que le permitan definir sus prioridades de vida.

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

- Relacionándome como ser integral con los diferentes contextos en que estoy inmerso:

Los seres humanos vivimos y compartimos en diferentes contextos que generalmente exigen capacidades y habilidades para enfrentar los retos acertadamente. El quehacer de cada persona es corresponder a cada uno de ellos con el ser integral que es.

Descripción de la actividad:

A continuación, le invitamos a analizar las diversas variables de las dimensiones del ser, los estímulos positivos y negativos ante reacciones potenciales de pensamiento, emoción, habilidades y limitaciones o comportamiento.

Tome un tiempo a solas para que analice su interior y pregúntese: ¿quién soy yo?, ¿Qué debo hacer?, ¿Qué sentido tiene mi vida? Para el desarrollo de este análisis, le presentamos una matriz que relaciona algunos aspectos para promover su reflexión, sin embargo, si usted considera que hay otros aspectos más notables se sugiere cambiarlos:

FISICA	COGNITIVA	FAMILIAR	SOCIAL	AFECTIVA	ESPIRITUAL	MORAL-ETICA
Salud	Concentración	Comunicación	Integración	Relación de pareja	Espacios de introspección	Comportamientos
Corporeidad	Aprendizaje	Espacios de escucha	Amigos	Motivación	Espacios de reflexión consigo mismo	Hábitos
Sexualidad	Memorización	Actividades en familia	Red de Apoyo	Apego y duelo	Fe, Dios, creencias y prácticas religiosas	Reflexión sobre cómo asume las cosas y se comporta

Con el análisis realizado, le invitamos a que desarrolle la matriz que encuentra en seguida de aspectos positivos y matriz de aspectos negativos, donde exponga las reacciones que usted muestra frente a un estímulo presentando según las diferentes vías de respuesta que tiene como ser humano y que tienen un valor significativo para usted.

ASPECTOS POSITIVOS

DIMENSION	SITUACION	PENSAMIENTO	EMOCION	SENTIMIENTO	CONDUCTA

ASPECTOS A MEJORAR

DIMENSION	SITUACION	PENSAMIENTO	EMOCION	CONDUCTA

Presente la actividad Aspectos positivos y Aspectos negativos, de la ruta de reacciones posibles (pensamiento, emoción y conducta o comportamiento).

Actividad: Aceptando nuestras debilidades o limitaciones:

Descripción de la actividad: Analizar la importancia que tiene aceptar las propias debilidades y limitaciones, observando que todas las personas las tienen, sin que ello nos haga sentirnos menos o devaluados y aceptándolas sin avergonzarse de ellas.

Desarrollo:

- El instructor entrega dos hojas de papel a cada participante en la cual dibujan sus manos.
- En la mano derecha los participantes escriben sus limitaciones, ya sea en la palma o en los dedos, siendo el número de limitaciones el que cada quien quiera.
  En la mano izquierda escriben sus habilidades y alcances.
- Las hojas se pegan en las paredes del salón, para que los demás compañeros las puedan leer.
- Posteriormente se lleva a cabo una puesta en común donde el instructor explica la importancia que tiene el aceptar nuestras limitaciones y también nuestras habilidades, como parte de nosotros mismos dentro de la elaboración del proyecto de vida.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad: Mi proyecto de vida a corto, mediano y/o largo plazo. Que el aprendiz analice el concepto de proyecto de vida y sus características, deberes y derechos:
¿Quién seré? ¿Cómo me veo?
Descripción:

- Explicar a los aprendices el tema de proyecto de vida, a través de una presentación en Power Point.
- Explicar el concepto y la teorización, incluyendo ejemplos de la vida cotidiana para facilitar la comprensión del tema.
- ¿Qué es un proyecto? ¿Por qué hacer un proyecto de Vida? ¿Qué

importancia tiene elaborarlo?

- ¿Qué utilidad tiene? ¿Qué es misión y visión?
- ¿Cuáles son las características del proyecto de vida?
- ¿Cuáles son los deberes a tener en cuenta para la realización del proyecto de vida?
- ¿Cuáles son los derechos que tenemos para la realización del proyecto de vida?

Pide la participación de los integrantes del grupo, tomando en cuenta sus dudas y preguntas, tratando de aclararlas.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Planificando mi proyecto de vida con base en el reconocimiento de mi ser integral:

Actividad: Video “El poder de una visión”.

Descripción: Con base en el documental “El poder de una visión” y la lectura de sendos artículos sobre “Proyecto de Vida” los aprendices elaboran su proyecto y lo presentaran compilando todo lo aprendido durante el programa de formación y como ejercicio final de esta guía, el aprendiz elabora una lista de objetivos y metas en sus diferentes dimensiones del ser.
Para cada objetivo y meta de la lista indique el tiempo en que ejecutara cada una de ellas.
Por medio de una representación gráfica, construya una línea del tiempo que incluya: dimensiones, metas, tiempos a 2022, 2024, 2026 y mencione en cada meta como la evaluará y hará posible la sostenibilidad de su plan y los recursos requeridos y denomínela: “**: ESTRUCTURACION DE MI PROYECTO DE VIDA”.**
Presente su línea de tiempo al grupo y socialice con sus compañeros e instructores en un ambiente de formación previamente definido por su instructor.

4. Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
De Conocimiento: Evaluación diagnóstica descripción de características de sí mismo. Relación de las dimensiones del ser con el contexto. **De Desempeño:** Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar y elaborar su proyecto de vida. **De Producto:** Collage de las actitudes positivas y negativas según las dimensiones del ser. Esquematización de la ruta de acciones posibles (matriz), frente a estimulas de cada una del as dimensiones. Línea de tempo: estructuración de mi proyecto de vida.	- Identifica e integra los elementos de su contexto que le permiten redimensionar su proyecto de vida. -Vivencia su proyecto de vida en el marco del Desarrollo Humano Integral según competencias ciudadanas. Desarrolla actividades de autogestión orientadas hacia el mejoramiento personal según los requerimientos del proceso formativo.	*Lista de Chequeo. * Preguntas:(cuestionarios) *Lecturas de artículos para socializar en Clase.

5. GLOSARIO

Libertad: está vinculada a la facultad que posee todo ser vivo para llevar a cabo una acción de acuerdo a su propia voluntad**.**

Respeto: el respeto está relacionado con la veneración o el acatamiento que se hace a alguien. El respeto incluye miramiento, consideración y deferencia.

Responsabilidad: la virtud no sólo de tomar una serie de decisiones de manera consciente sino también de asumir las consecuencias que tengan las citadas decisiones y de responder de las mismas ante quien corresponda en cada momento.

Justicia: A la Justicia se la puede definir como el arte de hacer lo justo, y de "dar a cada uno lo suyo" (Ars Iuris), básicamente esto nos dice que la justicia es la virtud de cumplir y respetar el derecho, es el exigir sus derechos, es otorgar los derechos a un individuo.
Autonomía: refiere a aquella capacidad que ostentan los seres humanos de poder tomar decisiones sin la ayuda del otro**.**

Criticidad: La criticidad es la capacidad que tiene la persona de analizarse a sí misma y de analizar a los demás, en las cosas, las circunstancias, las situaciones, viendo lo que tienen de bueno o de malo, hacia donde van y qué se busca con ello. Ser crítico incluye cuestionarse a sí mismo en la forma cómo actúa ante la familia, sus compromisos y la sociedad.

Proyecto: Un proyecto es una planificación, que consiste en un conjunto de actividades a realizar de manera articulada entre sí, con el fin de producir determinados bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas, dentro de los límites de un presupuesto y de un periodo de tiempo dados.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

https://lucgantois.com/identidad-y-autoestima
http://es.calameo.com/read/003157791bc21edb4cb6e.
D´ Angelo Hernández (2000). Proyecto de vida como categoría básica de interpretación de la identidad individual y social. Revista Cubana de Psicología. Vol.17 Nº. 3.
William B. Wrther, Jr. Y Heith Davis Ed. Mc Graw Hill, Administración de personal y recursos humanos. (2000).
George L. Morrisey. Prentice Hall Planeando con Morrisey (1996).

7. CONTROL DE DOCUMENTO

NOMBRE	CARGO
Javier Echeverry	Instructor

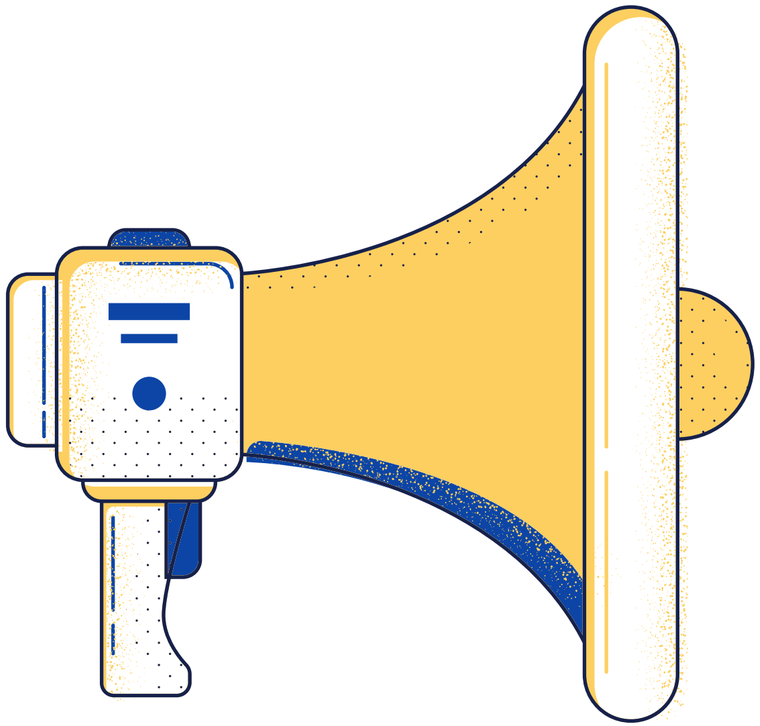
8. CONTROL DE CAMBIOS

NOMBRE	CARGO
Marisol Garzón	Instructor

PROYECTO DE VIDA

Instructor: Marisol Garzón
magarzona@sena.edu.co





“Toda persona tiene una vocación o misión específica en la vida. Toda persona debe llevar a cabo un destino concreto que exige su cumplimiento. Por ello es irreemplazable, y su vida, irrepetible. De este modo, la tarea de cada persona es única así como la oportunidad específica de realizarla” "El hombre en busca de sentido"

(Viktor E. Frankl)



El proyecto de vida es “un plan que una persona se traza para conseguir objetivos en la vida, es un camino para alcanzar metas. Le da coherencia a la existencia y marca un estilo en el actuar, en las relaciones, en el modo de ver los acontecimientos”
(Arboccó, 2014).


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

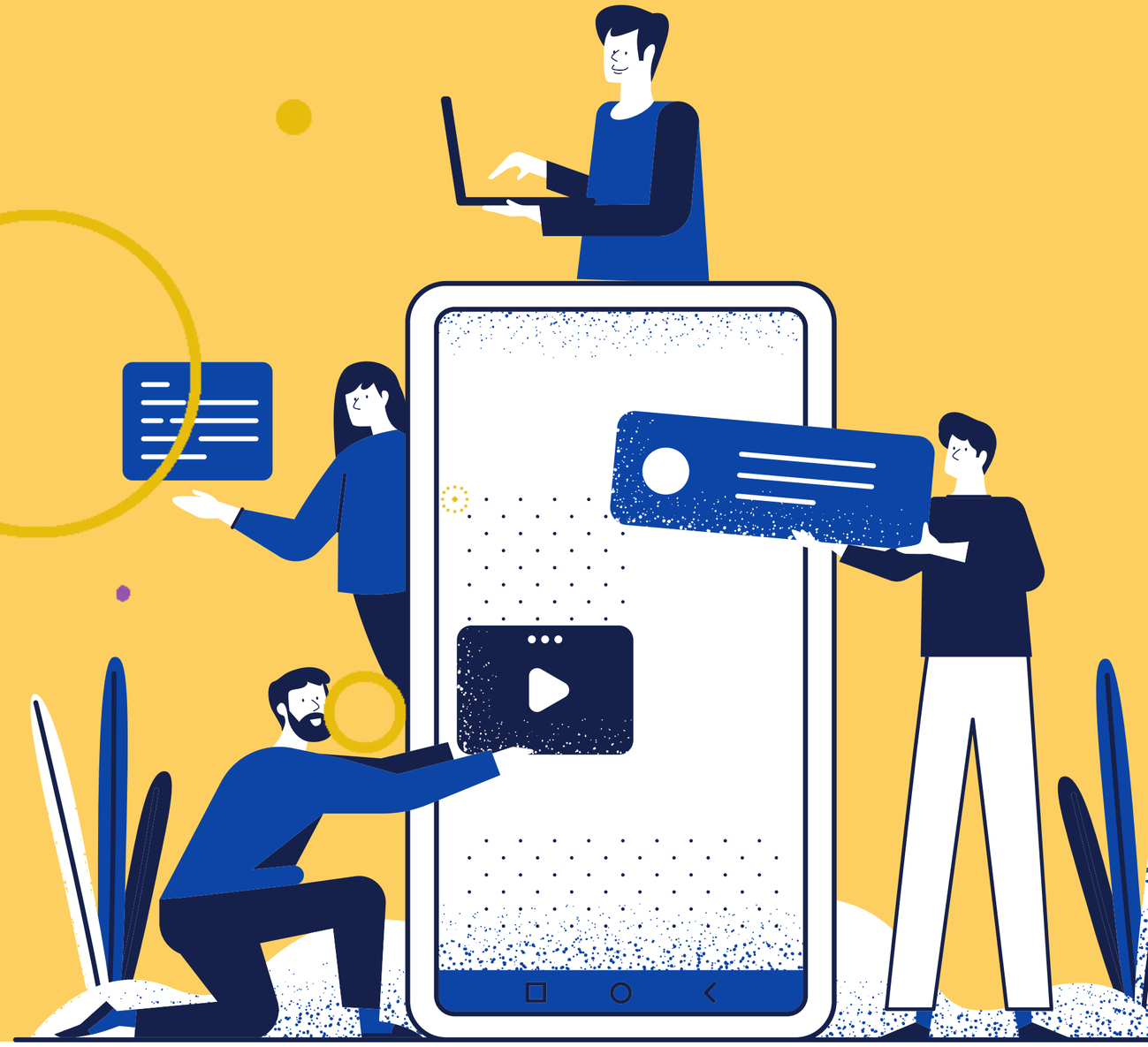
¿TE ATREVES A SOÑAR?





ELEMENTOS A TENER EN CUENTA

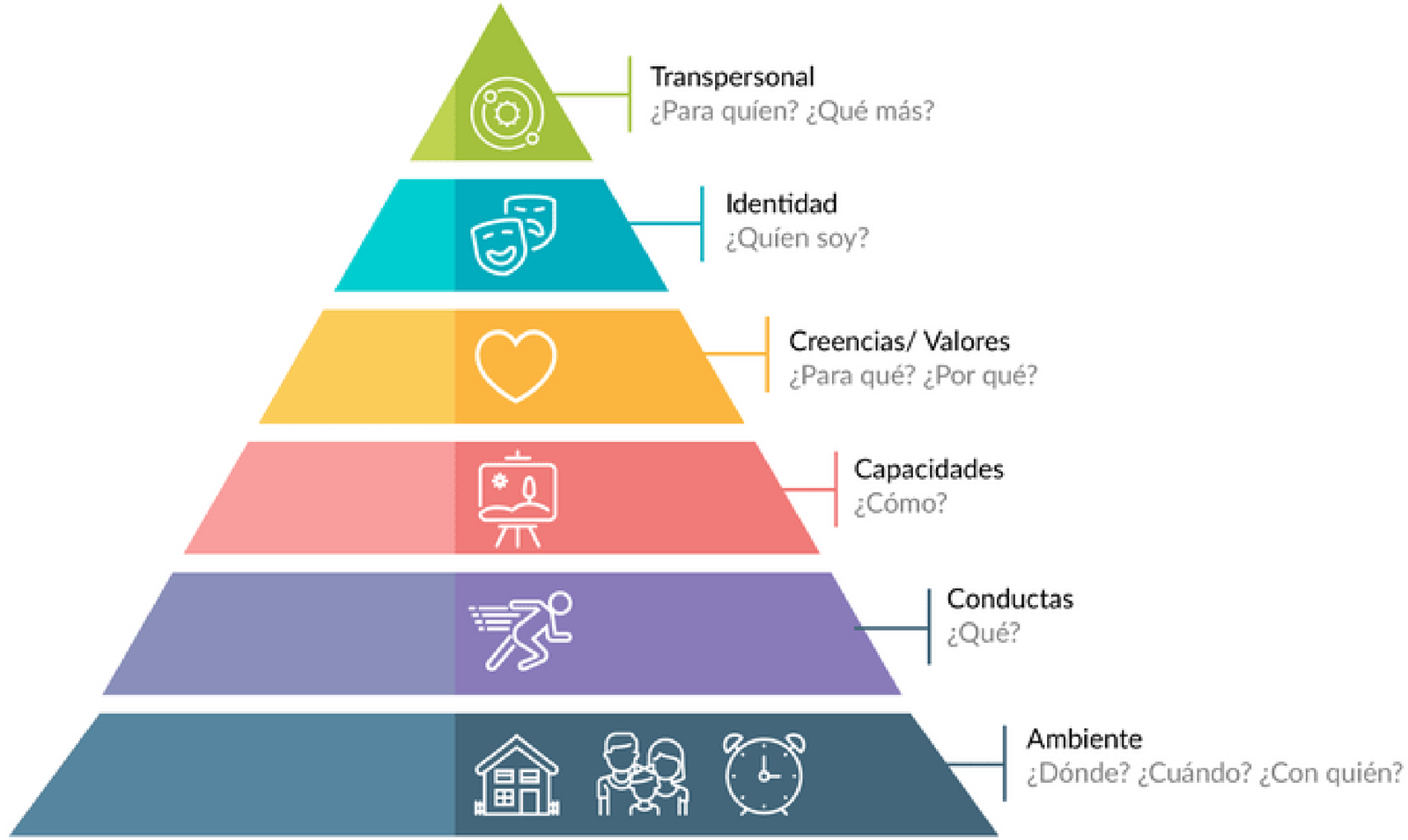
LOS ELEMENTOS QUE CONFORMAN UN PROYECTO DE VIDA SE DIVIDEN EN AQUELLOS QUE SON PARTE DE NUESTRO INTERIOR Y LOS QUE SON PARTE DE NUESTRO EXTERIOR.





EL AUTOR ESTADOUNIDENSE ROBERT DILTS HA DESARROLLADO UN MODELO DE SEIS NIVELES NEUROLÓGICOS,
CUATRO INTERIORES Y DOS EXTERIORES QUE AYUDAN A DISTINGUIR LOS DIFERENTES ELEMENTOS QUE COMPONEN UN PROYECTO DE VIDA

NIVELES NEUROLÓGICOS





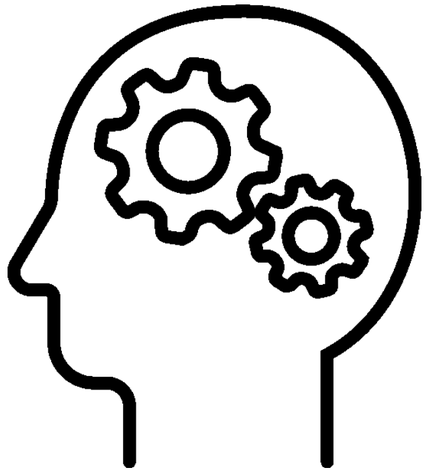
PROPOSITOS DEL PROYECTO DE VIDA



- Definir objetivos y metas claras
- Busca el autoconocimiento y auto gestión
- Permite descubrir gustos personales, valores y habilidades
- Permite visulalizar un futuro



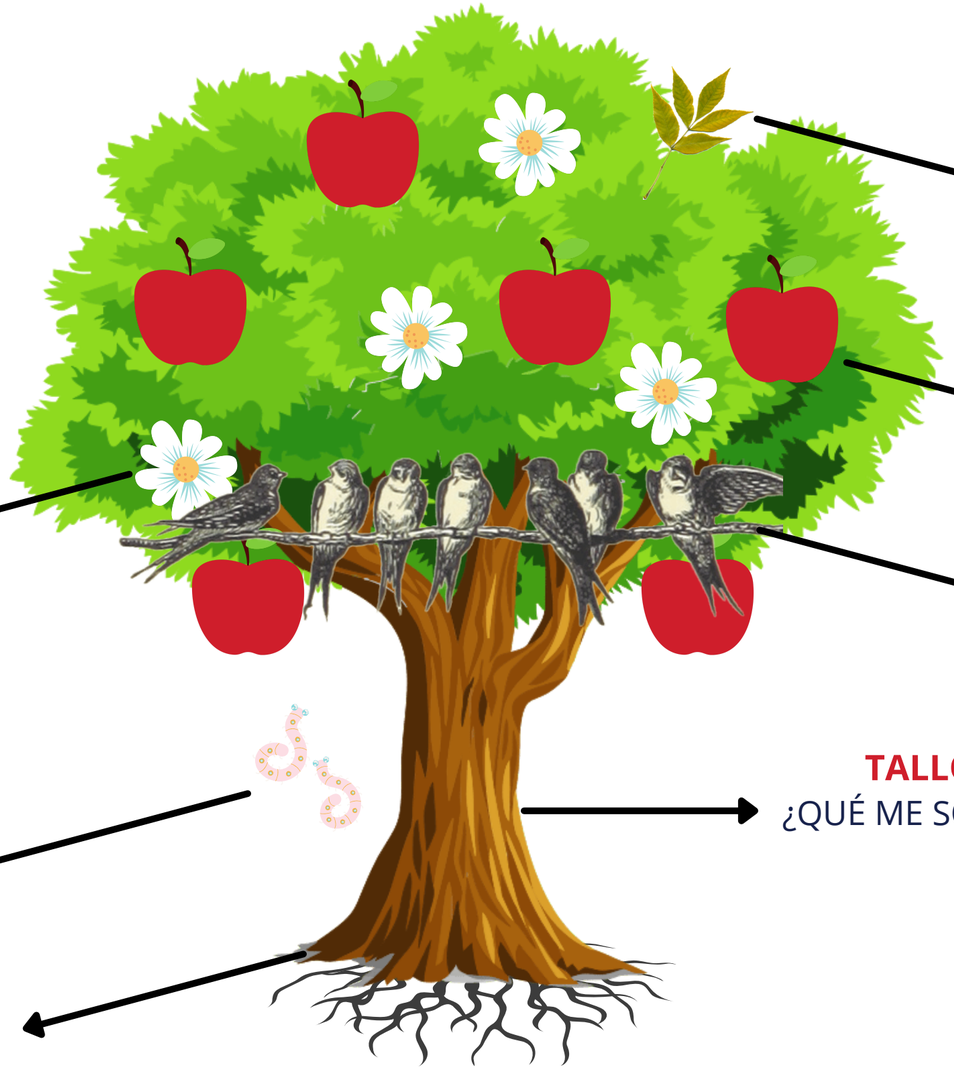
¿COMO SE ELABORA UN PROYECTO DE VIDA?



La elaboración de un proyecto de vida implica conocimiento de nuestros valores, actitudes y comportamientos a través del tiempo y cómo podemos orientarlos para crear un plan en nuestra vida para darle un sentido.



ARBOL PROYECTO DE VIDA



HOJAS
¿CUALES SON MIS ANHELOS?

FRUTOS
¿CUALES HAN SIDO MIS LOGROS?

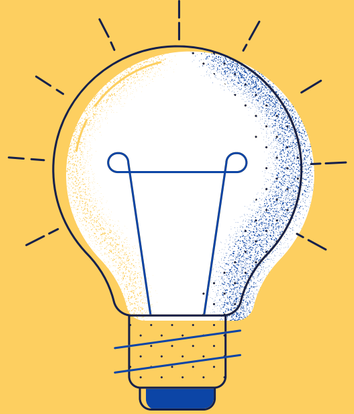
AVES
¿QUÉ PERSONAS HAY EN MI VIDA?

TALLO
¿QUÉ ME SOSTINE EN LA VIDA?

RAICES
¿CÚAL ES MI INICIO?

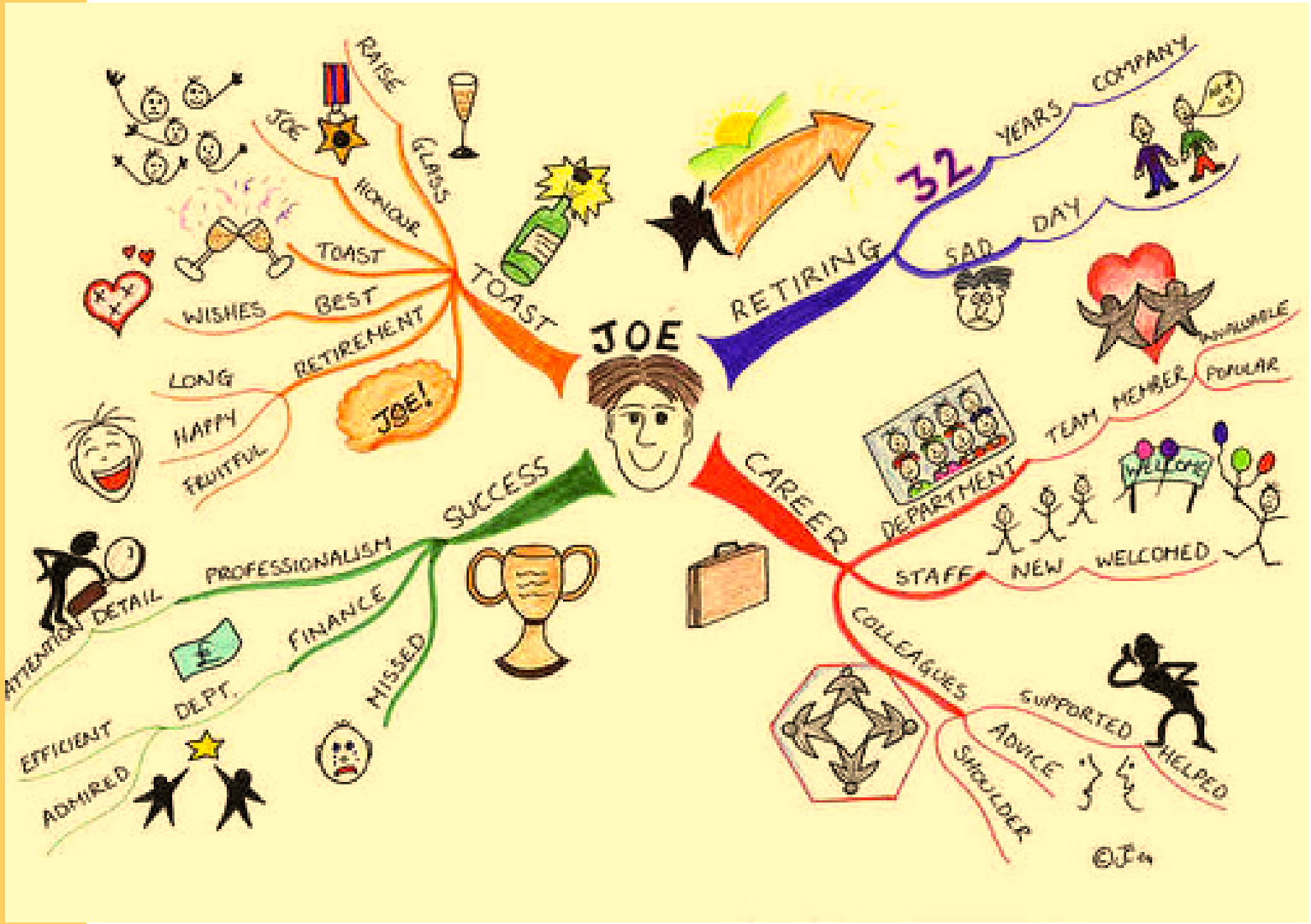
PARASITOS
¿COSAS DE LAS QUE DESEO DESPRENDERME?

FLORES
¿QUÉ COSAS BONITAS TENGO PARA DAR?



MAPA MENTAL

es una forma práctica de plasmar las partes o elementos necesarios para trazar un plan.





ESTRUCTURA DE UN PROYECTO DE VIDA

Para la elaboración de un proyecto de vida completo, se recomienda seguir la siguiente estructura:

1. **Portada o caratula.**
2. **Dedicatoria y agradecimientos (opcional).**
3. **Introducción**

4. Autobiografía:

- Datos personales.
- Personas de mayor influencia en mi vida.
- Intereses.
- Éxitos o fracasos.
- Decisiones significativas.



5. Diagnóstico personal (lo que se de mi mismo a nivel personal, familiar académico y económico)

- Fortalezas.
- Oportunidades.
- Debilidades.
- Amenazas.
- Valores (todo aquello que se presenta como bueno, digno de aprecio y de estimación).
- Mis características, sentimientos, gustos, aficiones, habilidades.



7. Identificación de hábitos negativos (considerar obstáculos y soluciones).



8. ¿Hacia dónde voy?

- Misión.
- Visión
- Valores.
- Objetivos a corto, mediano y largo plazo.
- Aspiraciones, esperanzas, sueños, propósitos, retos y metas.

9. Plan de acción ¿Cómo llegaré allá?
   - Actividades principales para lograr los objetivos y metas.
   - Detalle de tiempos, recursos y estrategias para lograr las metas y objetivos planteados.
   - Planificación.
10. ¿Cómo me veo en 5, 10, 15 años?
   - Ámbito social.
   - Ámbito espiritual.
   - Ámbito emocional.
   - Ámbito intelectual.
   - Ámbito laboral.





Trabajo
Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo

"Toda persona tiene una vocación o misión específica en la vida. Toda persona debe llevar a cabo un destino concreto que exige su cumplimiento. Por ello es irreemplazable, y su vida, irrepetible. De este modo, la tarea de cada persona es única así como la oportunidad específica de realizarla"
"El hombre en busca de sentido" (Viktor E. Frankl)



LA IMPORTANCIA DE TENER UN PROYECTO DE VIDA

Es una herramienta que nos permitirá aprovechar todos los recursos que la vida nos va ofreciendo en el camino y así llegar más fácilmente a nuestras metas.

El proyecto de vida es "un plan que una persona se traza para conseguir objetivos en la vida, es un camino para alcanzar metas. Le da coherencia a la existencia y marca un estilo en el actuar, en las relaciones, en el modo de ver los acontecimientos" (Arboccó, 2014).

En su construcción participan temas como la vocación, los modelos, la adquisición de actitudes, el sentido de vida, los objetivos (a corto, mediano y largo plazo), una clara planificación, una buena dosis de motivación y otros aspectos sociales.

Este proyecto se va formando desde que somos pequeños, por ello, los niños y adolescentes requieren de adultos que se interesen en ellos, que los acompañen, guíen y sirvan de ejemplo.

METAS Y TIEMPOS DEL PROYECTO DE VIDA

META	TIEMPO
Corto plazo	Menos de un año
Mediano plazo	De uno a cinco años
Largo plazo	Más de cinco años

Las personas que elaboran su proyecto de vida utilizan sus experiencias, sus posibilidades y las alternativas concretas que le ofrece el ambiente y la forma en que se desarrolla su vida. Todo proyecto (pequeño o grande) permite sentirse competente y se convierte así en un factor protector de muchos problemas como la apatía, la depresión, la baja autoestima, las adicciones o la delincuencia.

La incertidumbre del futuro se transforma en una serie de metas y riesgos que podemos contemplar en nuestro proyecto de vida y que nos invitan a estar preparados.

Hacer una pausa y reflexionar sobre nuestras decisiones en el futuro será un ejercicio de previsión y autovaloración que vale la pena llevar a cabo. El futuro nos aguarda.

FUENTE: http://www.elperuano.com.pe

1. Niveles Lógicos

Para ubicar el desarrollo dentro de la Organización, partimos de los niveles lógicos del ser humano (según Robert Dilts / Bateson) que analizamos a continuación.



Entorno/Contexto

Responde a las preguntas ¿DÓNDE? ¿CUÁNDO? ¿CON QUIÉN?

Este nivel involucra las condiciones específicas externas en las cuales nuestros comportamientos e interacciones se llevan a cabo. Lo que percibimos en forma directa con nuestros sentidos. Cuando hablamos de "Desarrollo" en el entorno Organizacional, el contexto es:

- El Mercado y Sector: Telecomunicaciones, Banca, Sanidad, etc.
- La propia Organización (Telefonica, Endesa, Hospital La Paz, etc) .
- Un Departamento dentro de la Organización: Financiero, Marketing, Comercial, etc.

Conducta o Comportamiento

Responde a la pregunta ¿QUÉ?

Lo que la persona hace o ha hecho. Es el nivel de los resultados, del **Rendimiento**. Es el punto de partida de un proyecto, busca una evolución o mejora del desempeño.

Niveles Lógicos

Son hechos observables. Es el nivel al que se da feedback, ya sea entre compañeros o un jefe a su equipo.

Varios caracteres pueden desarrollar las mismas conductas, pero lo que cambia es su motivación para hacerlo. Es por ello que los comportamientos estereotipados no pueden ser el único indicador para identificar las palancas de cambio del individuo.

La demanda que plantean las Organizaciones tienen que ver con las expectativas de cambio de comportamiento de las personas dentro de la Organización. Los motivos pueden ser muy diversos:

- El rendimiento no es el adecuado.
- La persona accede a un puesto superior o diferente y se esperan comportamientos diferentes acordes con su nuevo contexto.
- La persona ha asumido nuevas responsabilidades y tiene nuevas tareas dentro de su puesto.
- La mejora continua de la persona y de la organización.

Capacidades /Habilidades

Responde a la pregunta ¿CÓMO?. Es el nivel de las **Aptitudes**.

Este nivel de experiencia tiene que ver con las capacidades mentales e intelectuales, habilidades generales y estrategias que empleamos en la vida. Tiene que ver con cómo percibimos y dirigimos nuestras acciones.

Aquí opera la formación, que es un primer paso para que cambie el nivel anterior de los comportamientos, de los resultados, lo cuál no quiere decir que lo garantice.

La mayor parte de los programas de Formación y Desarrollo tratan de incidir en la competencias de las personas.

Entendiendo por competencia un potencial de conductas (comportamientos) adaptadas a una situación (contexto) y a unas necesidades de rendimiento y resultados. (Spencer & Spencer)

A pesar de la inversión en formación de habilidades (técnicas y conductuales) dentro de las Organizaciones, el ROI no es el esperado, especialmente en las habilidades conductuales.

Esto es así porque las características subyacentes a la competencia las encontramos en los siguientes niveles y son:

- Motivación: creencias y valores
- Identidad. Auto-concepto. Personalidad

Motivación: Creencias y Valores

Este nivel responde a la pregunta ¿POR QUÉ? Y ¿PARA QUÉ?

Niveles Lógicos

Es nivel de la motivación y automotivación. Es el nivel de las **Actitudes**

Las creencias son juicios y evaluaciones sobre uno mismo, del mundo y de las demás personas. Tienen que ver con el porqué de lo que hacemos.

Los valores y criterios, se refieren al para qué, el fin por el cual nos movemos.

Tanto las creencias como los valores personales ponen en movimiento nuestros recursos personales para conseguir resultados en el nivel superior. Ni son buenas ni son malas,nos potencian o limitan, de alguna forma potencian e inhiben el nivel inmediatamente superior de las capacidades.

El desarrollo de la persona empieza a darse a este nivel. Para que exista un cambio sostenible en la persona que se convierta en hábito, debe encontrar un motivo importante que le permita tener la disciplina necesaria para poner en práctica una nueva forma de actuación. Es por ello que en este nivel encontramos las palancas de cambio.

Identidad

Tiene que ver con la creencia de QUIÉN somos.

En este nivel ubicamos todos los YO SOY, los personajes con los que paseamos por la vida. Este nivel tiene una enorme importancia ya que los valores y creencias se organizan en base a la identidad.

la Identidad sirve de GUÍA en la vida, e incluye el auto-concepto y la autoestima.

Es en este nivel dónde ubicamos el Eneagrama, el cual ofrece un conocimiento de las gafas con las que nos vemos a nosotros mismos y, por tanto, al mundo.

Este nivel afecta a los niveles superiores de forma directa. Por todo ello, al integrar el conocimiento de la personalidad en el desarrollo de la persona se acelera el proceso de cambio y se identifica el camino a seguir para el desarrollo.

Nivel Transpersonal

Este nivel puede asociarse con la pregunta ¿QUIÉNES O QUÉ MÁS? La misión básica para la que estamos en este mundo, nuestro propósito.

Transciende a la persona e influye en ella. Lo que hay más allá de mí como individuo. Las influencias que la persona ha tenido.

En el ámbito Organizacional, es importante ahondar para poder diferenciar a la persona del profesional.

Aspectos a tener en cuenta

La jerarquía mostrada con estos niveles responde a las siguientes premisas:

- La función de cada nivel consiste en organizar la información del nivel inmediatamente inferior.
- Las reglas del cambio son distintas para cada uno de los niveles.
- Un cambio en un nivel inferior afectará, casi con seguridad, a los niveles superiores.
- Un cambio en un nivel superior no tiene por qué afectar los niveles inferiores.
- Un nivel inferior mal estructurado es como un soporte insuficiente para el nivel superior.

Robert Dilts establece una íntima relación entre los diferentes niveles y nuestro sistema neuro-vegetativo. Hasta tal punto lo considera trascendente, que conecta ciertos tipos de síntomas y manifestaciones orgánicas disfuncionales, a las anomalías, trastornos, conflictos, etc. De arriba abajo los identifica del siguiente modo:

Espiritual: Holográfico (ser parte integrante de un sistema más amplio). Considerando al ser humanos como un sistema unificado en sí mismo e integrante de otro sistema unificado mucho mayor. Es el nivel menos estudiado o en el que menos se ha profundizado en sus respuestas orgánicas si se producen cambios importantes en él.

Identidad: Tiene relación con el sistema inmunológico y endocrino (funciones profundas del mantenimiento de la vida). Enfermedades como cáncer o el sistema endocrino son las que existe conflicto de identidad por largo tiempo.

Creencias: Sistema nervioso autónomo. (frecuencia cardíaca, pulso, dilatación de la pupila, etc.) Respuestas inconscientes.

Capacidades: Sistema Cortical (movimientos oculares, gestos, posturas, etc.) Acciones semi-inconscientes. Relacionado con el mundo de las emociones y la generación de estados internos que conlleva.

Comportamiento: Sistema motor, piramidal y cerebelo. Acciones conscientes.
Ambiente: Sistema nervioso periférico. Sensaciones y acciones reflejas.

La unidad personal aparece como un conjunto de sistemas interactivo y es importante tener en cuenta que en todo proceso humano intervienen múltiples factores:

En **el ambiente**, afectan las tecnologías, contaminación, desarmonía, injusticias, ruidos, violencia, etc. Ayuda a la insatisfacción y nos predispone a las alteraciones de salud y es importante tenerlo presente en cualquier trabajo que ejecutamos.

En las **conductas**, toda enfermedad es una conducta que nosotros ejecutamos y por lo tanto somos responsables directos de la pérdida de salud.

Las **capacidades,** son consecuencias directas de nuestros estados internos y emocionales.

Niveles Lógicos

Las **creencias** representan uno de nuestros factores decisivos en el mantenimiento del equilibrio orgánico, de la salud y de la posible evolución humana.

La **identidad** es en la mayoría de los casos el nivel responsable de las llamadas enfermedades incurables y/o de familia.

El **nivel espiritual** va a permitir en nosotros establecer ciertos estados de salud o enfermedad, facilitará en nosotros la capacidad de sanar o no.

Para establecer un equilibrio correcto y armónico en la persona, es preciso proceder a un ordenamiento o alineamiento de todos y cada uno de los niveles lógicos