PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No. 1

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO**
- Código del Programa de Formación:
- Competencia**: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
- Duración de la Guía: **08 horas**

2. PRESENTACIÓN

El emprendimiento es un ejercicio de libertad en el cual los sujetos se afirman en su capacidad de decidir, por una idea que se convertirá en su proyecto de vida en términos sociales, individuales, culturales y económicos. Está relacionado con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y la concreción de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor.

La presente guía tiene como finalidad abarcar aspectos importantes que se deben considerar para crear o fortalecer emprendimientos de alto valor. Se abordaran temáticas que servirán de apoyo al aprendiz para identificar los elementos de la cultura emprendedora, conjunto de conocimientos y característica que tiene una persona las cuáles pone en práctica para ser un verdadero emprendedor.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la oportunidad de desarrollar una visión integral del entorno empresarial, de manera que pueda identificar los rasgos del perfil de los emprendedores, diferenciar el concepto de emprendimiento de otros similares, elaborar y evaluar su perfil emprendedor y concebir que construir el proyecto de vida y el perfil emprendedor se contrastan como instrumentos del desarrollo personal.

Dada esta premisa y el contexto de la presente guía, al finalizar esta etapa, usted estará en capacidad de realizar una contextualización de su entorno económico, generar ideas de negocio enfoncadas al fortalecimiento del tejido social y empresarial.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.



Test de Cualidades emprendedoras El propósito de esta actividad es realizar un autodiagnóstico de su Espíritu emprendedor. Para esto es muy importante su colaboración y sinceridad durante el desarrollo del test, pues de ello dependerá la elaboración e implementación de un buen plan de acción que permita mejorar y/o potencializar su espíritu emprendedor.

En el material de apoyo encontrarás el “Test de cualidades emprendedoras”, el cual presenta 28 preguntas que usted debe considerar y marcar con una X según su criterio de acuerdo con la siguiente escala: A veces - De acuerdo – En desacuerdo.

Marque la opción que más se ajuste a tu opinión, la que mejor refleje tu forma de pensar, sentir o actuar; no conteste pensando en agradar a alguien; piense en que es su futuro el que está en juego, no el de nadie más.

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

3.2.1 **Autodiagnóstico:** En la columna del centro y con sus propias palabras defina, describa o dé un concepto de los siguientes términos, si no tiene conocimiento investigue y escriba la definición o concepto en la columna de la derecha. Ambas columnas pueden quedar diligenciadas si tiene dudas respecto a alguna de las palabras o desea ampliar la información.

Palabras o sigla	**Mi Concepto**	**Concepto ampliado**
Cultura		
Emprendedor		
Perfil emprendedor		
Emprendimiento		
Empresa		
Mercado		
Modelo de negocio		
Plan de negocio		
Clientes		
Oferta		
Demanda		
Negocios sostenibles		

3.2.2. La actitud de un emprendedor. Con base en el video “El camino al éxito” elabore un escrito individual donde identifique sus debilidades, fortalezas de acuerdo a lo inspirado en el video. Con este escrito concluya que aspectos debería superar para iniciar mi carrera hacia emprendimiento.

Visualice el vídeo en el siguiente link https://www.youtube.com/watch?v=8MfsvOU-MdQ

Tiempo estimado para esta actividad: 08 horas

Ambiente Requerido. Ambiente de aprendizaje

Materiales. Herramientas TICS

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Autodiagnóstico de conceptos. **Evidencias de Desempeño** Autoreconocimiento de potencialidades y debilidades en la identificación del proyecto de vida. **Evidencias de Producto:** Test de cualidades emprendedoras	Realiza un reconocimiento de conceptos necesarios para el aprendizaje. Identifica aspectos importantes para iniciar su carrera hacía el emprendimiento	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** Aplicación del test de cualidades.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

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.

Empresario: Es aquella persona que de forma individual o colegiada, fija los objetivos y toman las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asumen responsabilidad tanto comercial como legal frente al exterior.

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.

Formación para el emprendimiento. La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo**.**

Planes de Negocios. Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. Empresa: Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ley de Emprendimiento 1014 del 2006.

Política Nacional de Emprendimiento; Ministerio de Industria Comercio y Turismo – 2009.

Guía del Emprendedor; Autores: Mg. Yenny Adriana Villamar y Esp. Yheison Rodríguez 1ª y 2ª Edición ISBN: 978-958-8292-22-9

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**NORELY TORRES RUIZ**	**Instructor de Emprendimiento**	**Centro de comercio la industria y el turismo**	**26/03/2021** GFPI-F-135 V01

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No. 2

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO**
- Código del Programa de Formación:
- Competencia**: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
- Duración de la Guía: **08 horas**

2. PRESENTACIÓN

Toda idea de negocio debe estar orientada hacia las oportunidades del mercado. Es importante conocer cuáles son las necesidades, problemáticas y oportunidades actuales y potenciales del entorno. Para ello es necesario caracterizar la idea de negocio, con el propósito de conocer las posibilidades que ofrece el mercado, detectar los huecos existentes, detectar las fuentes donde obtener información sobre las posibles oportunidades de negocio, canales y posibilidades comerciales.

A la hora de identificar una oportunidad y, por lo tanto, desarrollar una buena idea, el emprendedor debe asumir el reto de emprender e innovar, fortaleciendo sus capacidades creativas, activando pensamientos constructivos que potencialicen sus capacidades, tener conocimiento del entorno (de la situación socioeconómica, del mercado, de los clientes, de los competidores).

La presente guía tiene como finalidad analizar el sector productivo de influencia donde se desea crear oportunidades de negocios, conocer el perfil territorial y sus particularidades, el potencial endógeno, analizar y comprender las dinámicas socioeconómicas para impulsar el desarrollo local.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la capacidad de establecer oportunidades de negocio por medio del mapeo de iniciativas productivas innovadoras que promuevan la asociatividad, generación de valor y satisfacción de necesidades

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.

Reflexionar acerca de la importancia de conocer nuestro territorio.

Estimado aprendiz, para este primer momento de su aprendizaje, se le invita a responder las siguientes preguntas.

¿Por qué es importante conocer el territorio donde habitas?

¿Qué actividades económicas jalonan el desarrollo económico local de tu región?

Finalmente, participe del debate y la socialización de sus respuestas al grupo de formación en el espacio que la instructora disponga para esta actividad.

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

3.2.1. Ubicar a los aprendices para el desarrollo de las actividades relacionadas con el resultado de aprendizaje.

Como se ha mencionado anteriormente, analizar el sector productivo de influencia ayuda a comprender las dinámicas de desarrollo económico local, proporciona información valiosa para desarrollar un mejor análisis del mercado.

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje y reconocer el dominio que usted tiene acerca del mismo, le invito a desarrollar la siguiente actividad.

Actividad 1

Conforme un grupo de tres (3) personas.

- ✓ **Lluvias de ideas**. Identifique ideas de negocio orientada en el programa de formación que actualmente recibe formación. (Para ello deberá reunirse con su grupo y debatir y generar propuestas de negocios).
- ✓ Identifique problemáticas y oportunidades relacionadas con su idea de negocio.

3.2.2. Actividades de apropiación del conocimiento.

Teniendo en cuenta la descripción anterior, en los grupos de trabajo conformados y tomando como referencia la identificación de ideas de negocios, desarrolle las siguientes actividades:

Actividad 2

- ✓ **Seleccione la idea**. Realice una valoración de las ideas teniendo en cuenta lo siguiente:
  Capacidad técnica de desarrollo o realización.
  Disposición de mercado o clientes.
  Valor agregado
  Innovación
- ✓ **Establecer soluciones** a problemas o necesidades planteadas.
  Defina el problema
  Plantee soluciones para el problema.

Finalmente construya un documento donde integre las actividades 3.2.1 y 3.3.

Tiempo estimado para esta actividad: 08 horas

Ambiente Requerido. Ambiente de aprendizaje

Materiales. Herramientas TICS

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Reconocimiento del territorio y su potencial endógeno.	Realiza un reconocimiento del territorio caracterizando actividades económicas y potencialidades.	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje.
Evidencias de Desempeño Identificación de ideas de negocios	Generación de lluvias de ideas, a partir de identificación de problemáticas y necesidades.	**Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje.
Evidencias de Producto: Selección de la idea de negocio	Validación de la idea de negocio conforme a su capacidad de realización, valor agregado e innovación.	**Instrumento de Evaluación:** Documento escrito idea de negocio seleccionada.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Idea de negocio. Es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio. Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Plan de negocio. Guía que refleja varios aspectos clave como: definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros. Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener.

Potencial endógeno. Es el conjunto de los recursos de diferente naturaleza, que se pueden aprovechar para construir un desarrollo sostenible y competitivo.

Territorio. Es una extensión terrestre que incluye una relación de poder o de posesión por parte de un individuo o de un grupo social, que contiene límites de soberanía, propiedad, apropiación, disciplina, vigilancia y jurisdicción.

Competitividad. Está relacionada a la posibilidad que compradores o clientes eligen un determinado producto en lugar de otro.

Desarrollo económico local. Proceso de crecimiento y cambio estructural que, mediante la utilización del potencial de desarrollo existente en el territorio, conduce a elevar el bienestar de la población de una localidad o una región.

Recursos. Son los elementos del territorio de diferente naturaleza que tienen la posibilidad/potencialidad de activar o reforzar iniciativas económicas.

Recursos naturales. medio-ambiente, clima, minas, etc.

Recursos agro-pecuario y pesca.

Recursos industriales existentes.

Recursos humanos. conocimiento, experiencia, profesionalidad.

Recursos institucionales. conocimiento, asociaciones.

Recursos infraestructurales. comunicaciones, energía, etc.

Servicios. a la producción, a las personas.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Aydalot Ph. (ed.) (1986), Milieux innovateurs en Europe, GREMI, Paris Amin A., An institutionalist perspective on regional economic development, 1998, Documento Electrónico.

Bramanti A, From Space to Territory: Relational Development and Territorial Competitiveness, 1998, Documento Electrónico.

Geiger, P. (1996) “Des-territorialização e espacializacão” Territorio: Globalização e Fragmentação. São Paulo: Hucitec, 223-246.

https://flacso.edu.ec/cite/media/2016/02/Vazquez-A_2000_La-politica-de-desarrollo-economico-local.pdf.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**NORELY TORRES RUIZ**	**Instructor de Emprendimiento**	**Centro de comercio la industria y el turismo**	**26/03/2021**

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No. 3

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO**
- Código del Programa de Formación:
- Competencia**: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias del mercado.
- Duración de la Guía: **08 horas**

2. PRESENTACIÓN

A la hora de emprender es necesario que conozcas más de cómo identificar necesidades y oportunidades que presenta el entorno. Conocer el entorno promueve la generación de ideas creativas y estas a su vez estimulan el pensamiento creativo, por lo tanto conducen a propuestas más interesantes orientadas hacia la resolución de problemas o necesidades.

La presente guía tiene como finalidad que apropies tus conocimientos prendiendo a utilizar una herramienta estupenda para crear y diseñar modelos de negocio de una forma simple, sencilla, organizada, dinámica: El Modelo de Negocio CANVAS.

Esta herramienta dispone de una guía práctica e inspiradora para cualquier persona que quiera emprender un negocio o mejorar el que tiene actualmente en un formato innovador, creativo y estratégico.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la capacidad de modelar y estructurar ideas de negocio mediante la utilización de la herramienta Modelo de Negocio CANVAS.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.

Reflexionar acerca de la siguiente historia.

Estimado aprendiz, para este primer momento de su aprendizaje, se le invita a responder la siguiente pregunta con base a la siguiente historia.

UNA HISTORIA QUE SUELE OCURRIR*…*

Pedro: *compadre ya pagué el primer mes de arriendo del local, contraté al empleado y compré la estantería del negocio.*

Pablo: *¡qué bien compadre!, y ¿qué va a vender?*

Pedro: *¡ay compadre!, aún no he pensado en eso.*



Mencione 5 aspectos claves que olvidó Pedro para la puesta en marcha de su negocio

Finalmente, participe del debate y la socialización de sus respuestas al grupo de formación en el espacio que la instructora disponga para esta actividad.

Los negocios, al igual que todas las cosas interesantes en la vida, tienen una razón de ser, una circunstancia, momento, oportunidad y/o situación de mejora que los motiva, y en el centro de todo ello siempre estará UN CLIENTE.

RECUERDE QUE: De la forma como enfoque su negocio para aprovechar esa oportunidad y llegar a sus posibles clientes dependerá el éxito del mismo; para hacer esta tarea de la mejor manera es clave definir **SU MODELO DE NEGOCIO.**

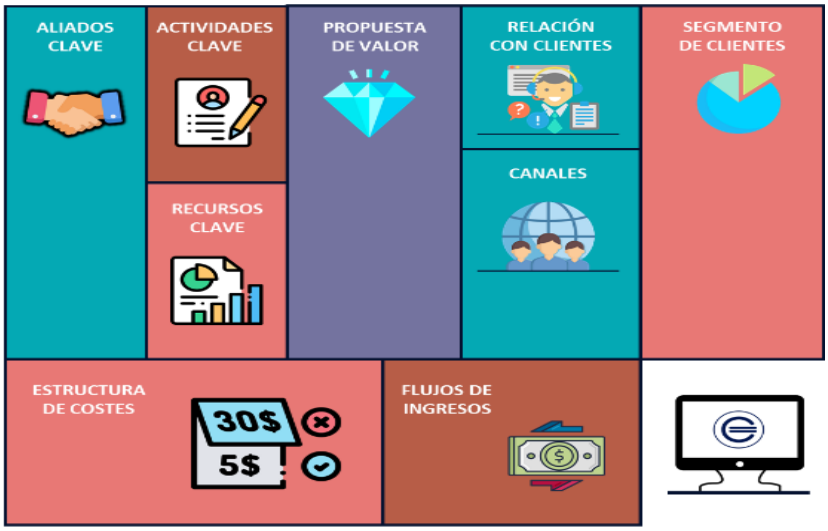
3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

3.2.1. Ubicar a los aprendices para el desarrollo de las actividades relacionadas con el resultado de aprendizaje.

¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

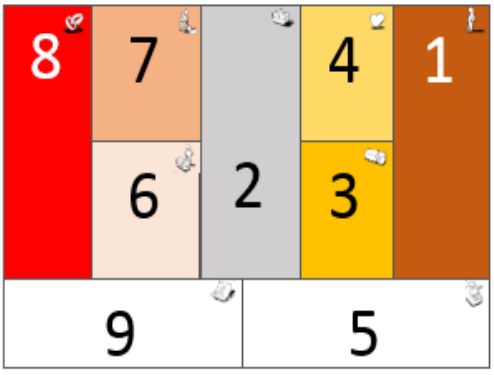
Es una representación que resume la forma como un negocio selecciona sus clientes, les ofrece productos y servicios, les da valor agregado (adicional), llega a ellos, se relaciona con los mismos y gana dinero en el proceso.

Para elaborar dicha representación podemos hacer uso del MÉTODO CANVAS o LIENZO DE NEGOCIO, ideado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneaur, y que se explica a fondo en su libro "Generación del Modelo de Negocio".



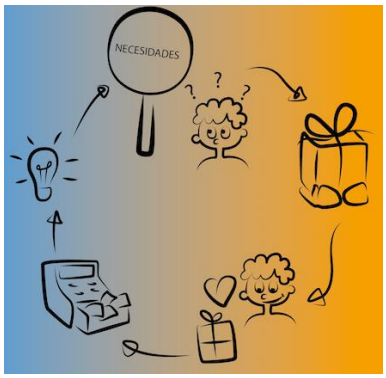
Para saber **cómo funciona el modelo de negocio canvas** tienes que saber que es un lienzo formado por una serie de elementos que conectan las diferentes partes de la estructura de un plan de negocio.

El Método CANVAS es una herramienta que simplifica mucho los pasos para generar un modelo de negocio rentable sustentado en la propuesta de valor para los clientes de sus productos; dicho modelo debe plantear las bases de la mezcla de mercadeo de su empresa. A continuación con la ayuda de su instructor, los grupos de trabajo previamente conformados, usted construirá su modelo de negocio dando respuesta a una serie de interrogantes sobre **9** aspectos clave del mismo. Para ello utilizaremos como apoyo una matriz modelo de negocio que diligenciará con sus respuestas.



Comencemos entonces:

PROPUESTA DE VALOR



La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué **diferencia tu plan de negocio al de otros**, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.

Son esas características físicas o intangibles del producto que tiene un valor para el cliente y sobre el cual se basa su decisión de compra.

Qué estas vendiendo con tu propuesta de valor: Salud, experiencias, emosiones , sensaciones.

SEGMENTO DE CLIENTES



Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.

¿Qué es el segmento de mercado? Es un grupo de personas con características o necesidades similares ; que representan una oportunidad de compra para productos o servicios específicos ofertados en el mercado.

¿Qué debo considerar para hacer la segmentación?

Ubicación geográfica. Divididos con base a la ubicación (barrio, localidad, municipio, etc).

Demográfica. Género, edad, cantidad de ingresos, entre otros.

Psicográfica. Gustos y preferencias del cliente.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Describen la forma cómo una empresa comunica y llega a su segmento de clientes para entregar su propuesta de valor. Es decir son una interface con los clientes, dado que son un punto de contactos con los clientes y potenciales clientes para interactuar, llamar su atención y atraerlos a tu negocio y posteriormente serán los medios o canales a través de los cuales entregas a tus clientes tus servicios o productos y el soporte o ayuda que requieran posterior a la compra que te haya hecho.

Los **Canales de Distribución** son el conducto y un conjunto de organizaciones a través de las cuales, las empresas se encargan de trasladar un producto desde el fabricante hasta el consumidor final, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Lo anterior hace referencia al tipo de canal que utilizará el productor para que su producto llegue al consumidor final.

Tipos de Canales de Distribución:

Canal Directo: Como su mismo nombre lo dice, la distribución del producto es directa desde el fabricante hasta el consumidor final, sin la utilización de intermediarios. Un ejemplo claro es la venta por internet, por catálogo y la clásica venta puerta a puerta.

Canal Indirecto: Pasa de la fábrica a un intermediario, ya sea mayoristas o minoristas para luego llegar hacia el consumidor final. Un ejemplo son los mercados, supermercados, entre otros.

El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. A partir de esto, se pueden distinguir dos canales indirectos:

El Canal Corto está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final. Algunos ejemplos de un canal corto de distribución podrían ser: venta de automóviles, indumentaria exclusiva, entre otros.

El Canal Largo se caracteriza por la presencia de una cantidad numerosa de intermediarios, y suele identificar a la gran mayoría de productos de consumo.

Factores que influyen en la elección de un Canal de Distribución:

Los clientes con necesidades diferentes a las que satisface nuestro producto, dinero para gastar en obtener y voluntad de gastarlo.

Los productos pueden ser perecederos, que con el transporte a larga distancia puede deteriorarse, depende del valor que le de él consumidor final.

Los intermediarios con disponibilidad para llegar a cierto espacio geográfico, la calidad

de servicio que promete a cierto segmento del mercado, políticas de distribución.

La empresa siempre depende de las aspiraciones que tiene para satisfacer a sus clientes, de los recursos con que cuente, de los servicios que brinda.

El mercado depende si los potenciales clientes están situados en unas cuantas regiones geográficas o si están muy dispersos.

La competencia influye si los productos son de consumo masivo y tu competidor está en una zona geográfica, es importante hacernos presentes para formar parte de la torta como opción de compra para tu consumidor final.

3.2.2. Actividades de apropiación del conocimiento.

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje, le invito a desarrollar la siguiente actividad.

Reúnase con los grupos previamente conformados.

Actividad 1 – Propuesta de valor

La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué ***diferencia tu plan de negocio al de otros****, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.*

PROPUESTA DE VALOR



2

El paso a seguir es tener claro qué ofrecerá a sus posibles clientes, estableciendo el **valor agregado** (adicional) que lo diferenciará de su competencia; para esto debe tener presente lo siguiente:

√ ¿Qué problema está ayudando a resolver?

√ ¿Qué necesidad está satisfaciendo?

√ ¿Qué valor agregado (adicional) entregará a sus clientes? (servicio, calidad, garantía, rendimiento, servicio posventa).

Actividad 2 – Segmento de clientes

Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.

SEGMENTOS DE CLIENTES



1

Lo primero que debe hacer es definir a quiénes va a ofrecer su producto, para de esa forma enfocar correctamente sus esfuerzos. Para tal fin debe responder las siguientes preguntas:

√ ¿A quiénes va dirigido su producto?, ¿dónde viven?, ¿A qué se dedican?, ¿cuál es su escolaridad?, ¿cuál es su capacidad adquisitiva?, ¿cuáles son sus necesidades?, ¿cómo es su relacionamiento con el entorno, con el tejido social?, ¿qué problemas tienen en su comunidad?

ACTIVIDAD 3 – Canales de distribución

Responda a la pregunta cómo hará llegar su propuesta de valor al segmento de clientes.

CANALES DE DISTRIBUCCIÓN



3

Lo que sigue es entender cómo colocará su propuesta de valor en el mercado, evitando desperdiciar sus esfuerzos y malgastar sus recursos; esto implicar saber:

√ ¿Cómo los clientes se hacen conscientes sus productos?

√ ¿Cómo ayuda a sus clientes a evaluar su propuesta de valor?

√ ¿Cómo le permite a sus clientes comprar?

√ ¿Cómo conseguirá que su producto llegue a los clientes?, ¿cómo lo integrará en sus rutinas?; establezca ¿cuáles son los métodos más rentables para hacerlo?

Finalmente construya un documento donde integre las actividades 1, 2 y 3.

Tiempo estimado para esta actividad: 08 horas

Ambiente Requerido. Ambiente de aprendizaje

Materiales. Herramientas TICS

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. **Evidencias de Desempeño** Selección de la propuesta de valor, el segmento de clientes y canales de distribución. **Evidencias de Producto:** Plantea estrategías enfocadas en la propuesta de valor, el segmento de clientes y los canales de distribución.	Identifica una serie de elementos que conectan las diferentes partes de la estructura de un plan de negocio Identifica la propuesta de valor de la idea de negocio, prospecta sus clientes potenciales e identifica los canales de distribución. Identifica aspectos claves para la propuesta de valor	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Instrumento de Evaluación:** Documento escrito de identificación de la propuesta de valor, segmento al cliente y canales de distribución.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Idea de negocio. Es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio. Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Plan de negocio. Guía que refleja varios aspectos clave como: definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros. Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener.

Modelo de negocio canvas. Cubre nueve aspectos básicos para cualquier negocio de nueva creación:(Propuestas de valor, Segmentos de cliente, Canales, Relaciones con clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios claves y Estructura de costes).

Sirve como plantilla a la hora de bosquejar la idea de negocio, de manera que el emprendedor puede anotar en cada casilla estos nueve elementos. Asimismo, ofrece una representación visual y muy fácil de entender.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

https://debitoor.es/glosario/modelo-negocio.

https://www.entrepreneur.com/article/269219

https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**NORELY TORRES RUIZ**	**Instructor de Emprendimiento**	**Centro de comercio la industria y el turismo**	**26/03/2021**

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No. 4

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO**
- Código del Programa de Formación:
- Competencia**: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias del mercado.
- Duración de la Guía: **08 horas**

2. PRESENTACIÓN

A la hora de emprender es necesario que conozcas más de cómo identificar necesidades y oportunidades que presenta el entorno. Conocer el entorno promueve la generación de ideas creativas y estas a su vez estimulan el pensamiento creativo, por lo tanto conducen a propuestas más interesantes orientadas hacia la resolución de problemas o necesidades.

La presente guía tiene como finalidad que apropies tus conocimientos prendiendo a utilizar una herramienta estupenda para crear y diseñar modelos de negocio de una forma simple, sencilla, organizada, dinámica: El Modelo de Negocio CANVAS.

Esta herramienta dispone de una guía práctica e inspiradora para cualquier persona que quiera emprender un negocio o mejorar el que tiene actualmente en un formato innovador, creativo y estratégico.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la capacidad de modelar y estructurar ideas de negocio mediante la utilización de la herramienta Modelo de Negocio CANVAS.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.

En la guía de aprendizaje anterior, se abordó tres elementos de la estructura de modelo de negocio canvas, se identificó y definió cuál es la propuesta de valor del producto o servicio que piensa ofrecer al segmento de clientes. Así mismo se estableció cuál será su segmento de mercado, es decir, sus clientes potenciales y el canal de distribución que empleará para hacer llegar esa propuesta de valor al segmento de mercado.

Pero ahora toca también definir cómo te vas a relacionar con tus clientes, para ello te invito a responder el siguiente interrogante:

¿Por qué es importante establecer y mantener interacciones con los clientes, antes, durante y después de la compra?

Participa con tu respuesta, en el espacio dispuesto por su instructor en la sesión de formación.

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

3.2.1. Ubicar a los aprendices para el desarrollo de las actividades relacionadas con el resultado de aprendizaje.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Ahora debes determinar la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un **gana-gana** que la haga rentable y duradera.



Definir cómo la empresa se relacionará con sus clientes para ello debe plantearse los siguientes interrogantes:

¿Qué tipo de relación cada segmento de clientes espera que la empresa tenga con ellos? ¿Qué tipo de relación existe hoy? ¿Cuánto cuesta esa relación? ¿Cómo esa relación se integra con el resto del modelo de negocios?

Servicio post venta – Evalué el nivel de satisfacción de los clientes una vez es ejecutada la venta, conozca qué experiencia tuvo el cliente con el producto.

Comunicación fluida – Establezca un canal de comunicación con sus clientes que le permita crear y mantener una relación y lazos de confianza. Conocer sus inquietudes respeto al producto, el servicio recibido para mejorar su relación con los clientes.

Motivación – Identifique qué aspectos motivan a sus clientes a regresar a su negocio.

Confianza y seguridad – Garantice a sus clientes seguridad en los productos que ofrece en cuanto a calidad y uso.

Tipos de relaciones con el cliente

Existen varios tipos de relaciones con los clientes. Debes especificar de qué forma se conectará tu propuesta de valor con el cliente. Estos son algunos de los tipos de relaciones más comunes:

- **Directa:** mantienes un trato personal con el cliente, sea cara a cara o vía telefónica
- **Indirecta:** en la comunicación a distancia se usan medios tecnológicos como la mensajería, los correos electrónicos o afines.

FUENTES DE INGRESOS



Las fuentes de ingresos determinarán la estabilidad financiera de una empresa. Por una parte es necesario definir cuál será la fuente de ingresos para su emprendimiento, es decir, cómo apalancará la puesta en marcha de su negocio. Por otra parte es clave para la sostenibilidad del negocio identificar cuáles son los ingresos que espera recibir de su negocio, la razón de ser de ingresos de su empresa (demanda del producto e incremento de las ventas).

Dicho de otra forma la estructura de ingresos son la fuente de ingresos para la ejecución del emprendimiento y los ingresos que esté generará provenientes de las ventas y que pueden tener diversas formas a través de ingresos por ventas, por suscripciones, mantenimiento o soporte.

Es importante que empiece a reflexionar sobre los siguientes interrogantes:

¿**Por cuál valor están dispuestos a pagar los clientes**?

Con esto podremos determinar nuestra principal fuente generación de ingresos, así como validar la coherencia y viabilidad del modelo de negocio.

¿**Cómo pagan los clientes y cómo les gustaría pagar**?

De gran utilidad para conocer las preferencias de pago de los clientes y si estamos ofreciendo los medios adecuados para promover y facilitar el flujo de ingresos hacia el negocio.

¿**Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total**?

Permite cuantificar los ingresos provenientes de cada fuente y enfocarnos en las de mayor importancia.

RECURSOS CLAVES



Son los Recursos necesarios para realizar todas las actividades, tareas, procesos y en general hacer que el negocio funcione.

Permiten elaborar y ofrecer una propuesta de valor atractiva para tu segmento de clientes. Gracias a estos recursos puedes mejorar tu relación con los clientes y generar ingresos en tu negocio.

Se debe realizar un análisis profundo sobre los objetivos y características de tu empresa, para poder establecer los mejores recursos clave para tu Lienzo Canvas.

Tipos de recursos clave

Los recursos clave pueden ser financieros, humanos, físicos e intelectuales.

Recursos financieros - Son los medios para obtener el capital que necesitas para llevar a cabo tu emprendimiento. Nos permiten obtener ventajas en el mercado y dominar los distintos instrumentos financieros (efectivo, líneas de crédito, etc.) para ubicarnos en una posición más competitiva.

Recursos humanos - Todos los socios y empleados de tu empresa serán clave para lograr los objetivos de la empresa. Debes ser muy hábil para contratar a tus empleados en los puestos clave del negocio.

Recursos físicos - Incluye todos los recursos de la empresa: Instalaciones, puntos de venta y otros bienes que dan ventaja sobre la competencia.

Recursos tecnológicos – Incluye la maquinaria especializada, equipos tecnológicos y aplicaciones digitales (página web, una app, un software para las compras online, elementos publicitarios, entre otros) que utilizarás para el desarrollo de los procesos.

ACTIVIDADES CLAVES



Las actividades son todas las acciones, tareas y procesos que hay que ejecutar para lograr llegar al mercado objetivo, atraer potenciales clientes, generar ventas, entregar el producto o servicio (La experiencia propuesta), brindar el soporte y ayuda posterior a la venta y en general hacer que el negocio funcione día a día.

Al igual que los recursos clave, son imprescindibles para crear y ofrecer propuestas de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos. Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, se definen las actividades necesarias para entregar la oferta.

En definitiva, la reflexión sobre las **actividades clave** para el desarrollo de un modelo de negocio deberá dar respuesta a estas cuatro preguntas:

- ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?
- ¿Cuáles requieren nuestros canales de distribución?
- ¿Cuáles nuestra relación con los clientes?
- ¿Cuáles los flujos de ingresos?

RELACIONES CLAVES

Determinan las alianzas estratégicas que se deben generar para conseguir las metas propuestas del plan de negocio. Estas alianzas estratégicas se pueden desarrollar con diferentes grupos de interés (proveedores, gremios, entre otros).

Es importante identificar los socios claves que tendrá su emprendimiento, pues ellos ayudaran con sus diferentes aportes hacía el logro de metas. Por lo tanto usted deberá

realizar una caracterización de sus grupos de interés con el propósito de identificar de qué manera ellos aportarían y serian clave para el desarrollo de su modelo de negocio. Cabe resaltar que para realizar esta identificación, usted como emprendedor tiene que tener una información previa de qué aspectos debe fortalecer en su modelo de negocio, es decir, teniendo en cuenta la estructura del plan de negocio clasifique en cada elemento debilidades y amenazas que tiene su emprendimiento, realizando una listas de aspectos importantes por mejorar o fortalecer.



Uno de los interrogantes que puede plantearse para identificar los socios claves es:

¿Qué recursos son claves para que tu modelo de negocio funcione?

¿Qué pueden hacer los socios mejor que usted, en cuanto a ahorro de costos?

¿Con quién debes buscar alianzas para escalar tu negocio?

3.2.2. Actividades de apropiación del conocimiento.

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje, le invito a desarrollar la siguiente actividad.

Reúnase con los grupos previamente conformados.

Actividad 1 – Relación con clientes

Determine la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un gana-gana que la haga rentable y duradera.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

4

√ ¿Cuáles serán sus tácticas para conseguir clientes, mantenerlos y hacerlos crecer en cantidad?

√ ¿Cómo será la relación que tendrá con sus clientes? (autoservicio, asistencia personalizada, comunidad de clientes)

√ ¿Qué canales empleará para comunicarse con ellos? (visitas personalizadas, llamadas telefónicas, mensajería instantánea, correo electrónico, correo físico).

Actividad 2 – Fuentes de ingresos

El paso que sigue es determinar de qué manera le dará flujo de caja a su negocio para que se pueda sostener y crecer con el tiempo.

FUENTES DE INGRESOS

5

√ ¿De qué forma obtendrá dinero?

√ ¿Qué canales de pago empleará?

√ ¿Cuál será la estrategia de precios?

√ ¿Qué formas de pago empleará?

√ ¿Qué productos generan mayor fuente de ingresos por demanda?

Actividad 3 – Recursos claves

Ahora es preciso establecer qué recursos necesitará para hacer realidad su propuesta de valor; esto le permitirá saber qué se requiere para que sea viable su negocio.

RECURSOS CLAVES

6

√ ¿Qué recursos clave requiere su propuesta de valor? Establezca tipos de recursos: financieros, físicos, humanos, intelectuales (conocimiento) y tecnológico.

√ Identifique qué relación tienen con: sus canales de distribución, sus fuentes de ingresos, su relación con los clientes.

¿Qué recursos requiere tu propuesta de valor?

Actividad 4 - Actividades claves

Lo siguiente es determinar las actividades que hacen realidad su negocio, de forma tal que pueda presupuestar los esfuerzos que serán necesarios para poder llevar a cabo el mismo.

ACTIVIDADES CLAVES

7

√ Identifica todas las actividades que realizas (realiza un listado). Define cuáles aportan a tu propuesta de valor y cuáles no.

√ ¿Qué actividades clave requiere su propuesta de valor?

√ ¿Qué cosas más importantes ofrece su empresa para que el modelo funcione, para que empiece a ingresar dinero?

Actividad 5 - Relaciones claves

Un negocio exige una importante cantidad de esfuerzo e inversión; por ello es clave que conozca con quiénes puede establecer sociedad o alianza para sumar esfuerzos con miras a ser más efectivo e incrementar su rentabilidad.

RELACIONES CLAVES

8

√ ¿Quiénes pueden ser sus socios claves? ¿Qué recursos importantes le proporcionarían esos socios claves?

√ ¿Cuáles son sus proveedores claves?, ¿qué le suministran?, ¿qué necesita de ellos para iniciar?

√ ¿Qué pueden hacer sus proveedores mejor y a un costo menor que le permita enriquecer su modelo de negocio?

Finalmente siga construyendo el documento de modelo de negocio canvas e integre las actividades 1, 2, 3, 4 y 5.

Tiempo estimado para esta actividad: 08 horas

Ambiente Requerido. Ambiente de aprendizaje

Materiales. Herramientas TICS

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. **Evidencias de Desempeño** Selección de estrategias de relacionamiento con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves. **Evidencias de Producto:** Plantea estrategías enfocadas en la relación con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves.	Identifica una serie de elementos que conectan las diferentes partes de la estructura de un plan de negocio Articula los elementos de la estructura del plan de negocio definiendo estrategias y acciones claves.	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Instrumento de Evaluación:** Documento escrito que identifica los elementos de la estructura de negocio.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Idea de negocio. Es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio. Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Plan de negocio. Guía que refleja varios aspectos clave como: definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros. Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener.

Modelo de negocio canvas. Cubre nueve aspectos básicos para cualquier negocio de nueva creación:(Propuestas de valor, Segmentos de cliente, Canales, Relaciones con clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios claves y Estructura de costes).

Sirve como plantilla a la hora de bosquejar la idea de negocio, de manera que el emprendedor puede anotar en cada casilla estos nueve elementos. Asimismo, ofrece una representación visual y muy fácil de entender.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

https://debitoor.es/glosario/modelo-negocio.

https://www.entrepreneur.com/article/269219

https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**NORELY TORRES RUIZ**	**Instructor de Emprendimiento**	**Centro de comercio la industria y el turismo**	**26/03/2021**

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE No. 5

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO**
- Código del Programa de Formación:
- Competencia**: COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS DE LA EMPRESA**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias del mercado.
- Duración de la Guía: **08 horas**

2. PRESENTACIÓN

A la hora de emprender es necesario que conozcas más de cómo identificar necesidades y oportunidades que presenta el entorno. Conocer el entorno promueve la generación de ideas creativas y estas a su vez estimulan el pensamiento creativo, por lo tanto conducen a propuestas más interesantes orientadas hacia la resolución de problemas o necesidades.

La presente guía tiene como finalidad que apropies tus conocimientos prendiendo a utilizar una herramienta estupenda para crear y diseñar modelos de negocio de una forma simple, sencilla, organizada, dinámica: El Modelo de Negocio CANVAS.

Esta herramienta dispone de una guía práctica e inspiradora para cualquier persona que quiera emprender un negocio o mejorar el que tiene actualmente en un formato innovador, creativo y estratégico.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la capacidad de modelar y estructurar ideas de negocio mediante la utilización de la herramienta Modelo de Negocio CANVAS.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión Inicial.

En la guía de aprendizaje anterior, se abordó cinco elementos más que hacen parte de la estructura de modelo de negocio canvas, es importante resaltar que cada uno de los nueve elementos que conforman la estructura canvas, se articulan entre si, para llevar a cabo procesos de planificación sistemáticos, asumiendo riesgos calculados.

Pero ahora toca también identificar cuáles serán los costos fijos y variables del modelo de negocio, para ello te invito a responder el siguiente interrogante:

¿Por qué es importante calcular los costos en los que se incurren para elaborar un producto?

Participa con tu respuesta, en el espacio dispuesto por su instructor en la sesión de formación.

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

3.2.1. Ubicar a los aprendices para el desarrollo de las actividades relacionadas con el resultado de aprendizaje.

ESTRUCTURA DE COSTOS



Describe los costos en los que se incurren para poder explotar el negocio. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos nos obliga a incurrir en costos. Una vez determinadas las actividades claves, los recursos claves, y las alianzas claves, es sencillo calcular los costos.

Todo negocio debe conocer su estructura de costos, dado que son el insumo de direccionamiento estratégico y financiero. De allí la importancia de cómo identificarlos, planificarlos y contenerlos. No podemos marcar precios de venta al público sin conocer bien nuestra estructura de costes y, muy especialmente, habiéndolos categorizado adecuadamente.

En los negocios (y en Contabilidad) el coste es el valor monetario que una empresa ha invertido para producir un producto o servicio.

Identificar bien los costes de tu emprendimiento permite una buena salud empresarial.

- El cálculo de costes es vital para un buen futuro empresarial.
- En muchas ocasiones, los empresarios diseñan sus precios basándose en la competencia, pero no calculan los costes asociados y, por lo tanto;
- Es por ello que no saben si son capaces de conseguir la rentabilidad necesaria para que la empresa sea viable.

Objetivo de los costos

- ✓ Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.
- ✓ Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
- ✓ Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

Clasificación de los costos

Costes fijos
Costos que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, es decir, su importe no variará por mucho que cambie el nivel de producción o los recursos empleados. Un ejemplo de coste fijo sería el importe que se paga de alquiler del local.

Costes variables
Costes que varían en función del nivel de producción que se ejecute. Cuanto mayor sea este último, más elevado será el coste variable. Un ejemplo de coste variable sería la materia prima o la mano de obra.

Costos Variables Su valor aumenta o disminuye según el volumen de actividad de la organización.	Materias primas: insumos, repuestos, mercancías, entre otros.
	Mano de obra al destajo
	Comisiones sobre las ventas
	Empaques, fletes y otros
Costos Fijos Se comportan independientemente del nivel o volumen de operación de la organización. Son pagos en los que debe incurrir la empresa obligatoriamente sin importar el volumen de producción o ventas.	Sueldos y salarios fijos con sus prestaciones correspondientes
	Alquiler de bodega, planta de producción, etc.
	Mantenimiento de máquinas y equipos de producción y de oficina
	Otros

¿Para qué sirven los costos fijos y variables en una empresa?

Los costos fijos y variables sirven para tener un mayor control contable sobre un negocio. Además es muy importante llevar un registro de los mismos pues son la base para tomar decisiones financieras dentro de una empresa, pequeño negocios o incluso en las finanzas personales. A nivel de negocios el cálculo de estos costos es fundamental para:

- Determinar márgenes de precios de productos.
- Lanzar descuentos y promociones.
- Calcular porcentajes de utilidad y rentabilidad a nivel negocio o incluso a nivel producto.

- Hacer diferentes simulaciones sobre el posible impacto si alguno de estos costos se eleva.
- Cambiar proveedores de insumos o materia prima.
- Conocer a detalle en qué se está gastando el dinero del negocio.
- Contabilidad general.

¿Cómo cálculo el costo fijo total?

Para hallar los costos fijos de tu emprendimiento es necesario que identifiques cada costo que demanda la operación de la empresa y que son independientes de los costos que genere la producción.

Observa el siguiente ejemplo:

Una empresa que produce camisas desea conocer sus costos fijos y variables para calcular el precio de venta de su producto, el margen de rentabilidad y el punto de equilibrio.

La empresa va a producir **568 camisas** durante su primer mes.

ITEM	**CONCEPTO**	**COSTO**
1	Arriendo local	$600.000
2	Servicio de internet	$ 57.900
3	Servicio de telefonía	$ 33.000
4	Servicio de energía	$ 200.000
5	Servicio de agua	$ 53.600
6	Salarios	$ 2.000.000
7	Material de oficina	$ 400.000
Costo fijo total		**$3.344.500**

Ahora vamos hallar el costo fijo unitario

Para hallar el costo fijo unitario es necesario que dispongas de la siguiente información:

Cantidad a producir: 568 camisas

Costo fijo total: $3.344.500

CFu = Costo Fijo Total / Cantidad de unidades a producir mes

CFu = $3.344.500 / 568

CFu = $5.888

¿Cómo cálculo el costo variable total?

Para hallar los costos variables es necesario que realices un listado donde se conozca el costo de un producto o la materia prima necesaria para producir un bien o servicio.

Observa el siguiente ejemplo:

Para ello vamos a utilizar el caso práctico anterior.

ITEM	CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Tela	300 metros	$12.600	$3.780.000
	Hilo	46 Rollos	$900	$41.400
	Botones	38 Docenas	$560	$21.280
	Plastificado para cuello	1 unidad	$32.000	$32.000
	Plastificado para puño	2 Unidad	$13.000	$26.000
	Empaques	20 Cajas	$1.200	$24.000
	Gastos de venta			$350.000
	Costo variable total			**$ 4.274.680**

Ahora vamos hallar el costo variable unitario

Para hallar el costo variable unitario es necesario que dispongas de la siguiente información:

Cantidad a producir: 568 camisas

Costo variable total: $ 4.274.680

CVu = Costo Variable Total / Cantidad de unidades a producir mes

CVu = $4.274.680 / 568

CVu = $7.526

COSTOS TOTALES

Los costos totales representan la sumatoria de los costos fijo y costos variables.

Costo total = Costos fijos total + Costos variable total

Costo total = $3.344.500 + $ 4.274.680

Costo total = $7.619.180

Una vez tengas identificados los costos totales de tu negocio podrás calcular el precio de venta del producto y hallar el punto de equilibrio.

Ahora vamos hallar el costo unitario total

Para hallar el costo unitario total es necesario que dispongas de la siguiente información:

Cantidad a producir: 568 camisas

Costo total: $ 7.619.180

Costo unitario total = Costos totales / Cantidad de unidades a producir mes

Costo unitario total = $ 7.619.180 / 568

Costo unitario total = $13.414

Es muy importante realizar este cálculo para que conozcas el costo de cada producto o bien en tu negocio.

PRECIO DE VENTA

Es el valor en dinero en que se estima un bien o servicio. Con la siguiente fórmula calcularás el precio de venta sobre el costo:

Precio de venta = (Costo unitario total) / (1 -% de utilidad)

Precio de venta = ($13.414) / (1 – 30 %)

Precio de venta = ($13.414) / (0,7)

Precio de venta = $ 19.163

El 30 % *corresponde al margen de utilidad que se espera ganar del producto.*

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta clave de análisis financiero utilizada por los empresarios para saber en qué momento la empresa alcanza un equilibrio entre los costos y las ventas.

Es decir permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos. Así mismo identificar cuántas unidades de producto se requieren producir para obtener un margen de rentabilidad.

Ahora vamos hallar el punto de equilibrio en unidades

PEU = Costos Totales / (Precio de Venta – Costo Variable Unitario)

PEU = 7.619.180 / (19.163 - 7.526)

PEU = 7.619.180 / (11.637)

PEU = 655

Mi punto de equilibrio unitario es 655. Esto quiere decir que debo vender 655 unidades para obtener mi punto de equilibrio.

Ahora vamos hallar el punto de equilibrio en pesos

Si queremos saber el valor en dinero del punto de equilibrio unitario, solo debemos multiplicar el valor del punto de equilibrio unitario por el precio de venta.

PE = PEU *Precio de venta

PE = 655 * $ 19.163

PE = $12.551.765

Debo vender $12.551.765 para llegar al punto de equilibrio de la producción de camisas.

3.2.2. Actividades de apropiación del conocimiento.

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje, le invito a desarrollar la siguiente actividad.

Reúnase con los grupos previamente conformados.

Actividad 1 – Estructura de Costos

ESTRUCTURA DE COSTOS



9

Por último y no menos importante, todo lo anterior exige un esfuerzo económico, el cual está representa en una serie de costos y gastos; conocerlos le permitirá presupuestar su inversión y determinar los ingresos que necesitará para sostenerla. Para tal fin debe resolver el siguiente interrogante:

√ ¿Cuáles son los costos y gastos necesarios para poder iniciar y operar su negocio (fijos y variables)?

Finalmente siga construyendo el documento de modelo de negocio canvas e integre la actividad 1.

Tiempo estimado para esta actividad: 08 horas

Ambiente Requerido. Ambiente de aprendizaje

Materiales. Herramientas TICS

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Identifica los costos fijos y variables de su idea de negocio. **Evidencias de Desempeño** Cuantifica los costos fijos y variables. **Evidencias de Producto:** Realiza la estructura de costos del producto que ofrecerá.	Determina cuáles sería los costos fijos y variables en su estructura de modelo de negocio canvas. Reconoce la importancia de definir e identicar los costos en que se incurren para elaborar un producto.	**Técnica:** Respuesta a preguntas **Instrumento de Evaluación:** Preguntas en en el ambiente de aprendizaje. **Técnica:** Método expositivo **Instrumento de Evaluación:** elementos de la estructura de negocio.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Idea de negocio. Es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio. Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Plan de negocio. Guía que refleja varios aspectos clave como: definición del concepto, qué productos o servicios se ofrecen, a qué público está dirigida la oferta y quiénes son los competidores que hay en el mercado, entre otros. Esto sin mencionar el cálculo preciso de cuántos recursos se necesitan para iniciar operaciones, cómo se invertirán y cuál es el margen de utilidad que se busca obtener.

Modelo de negocio canvas. Cubre nueve aspectos básicos para cualquier negocio de nueva creación:(Propuestas de valor, Segmentos de cliente, Canales, Relaciones con clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios claves y Estructura de costes).

Sirve como plantilla a la hora de bosquejar la idea de negocio, de manera que el emprendedor puede anotar en cada casilla estos nueve elementos. Asimismo, ofrece una representación visual y muy fácil de entender.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

https://debitoor.es/glosario/modelo-negocio.

https://www.entrepreneur.com/article/269219

https://www.emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**NORELY TORRES RUIZ**	**Instructor de Emprendimiento**	**Centro de comercio la industria y el turismo**	**26/03/2021**