PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Emprendimiento en producción de huevo
- Código del Programa de Formación: 03000137
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- Resultados de Aprendizaje a Alcanzar: Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica.
- Duración de la Guía: 29 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado (a) aprendiz: el emprendimiento es una actitud que se caracteriza por la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en todos los entornos incluidas las organizaciones, sin importar su tamaño. De dichas oportunidades, surgen las ideas de negocio que son proyectadas mediante los modelos de negocio, particularmente a través de la herramienta *Business Model Canvas* (o lienzo de modelo de negocio). El modelo de negocio permite conectar los diferentes aspectos de su idea de negocio, creando así una propuesta integral que potencializa la innovación, la generación de valor (diferenciación) y, en general, el éxito de su actividad emprendedora canalizada a través de la creación de empresa.

Esta guía de aprendizaje le permitirá conocer y trabajar los elementos que componen un modelo de negocio, a fin de que pueda construir una propuesta integral a partir de su idea de negocio.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial

Conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas y realicen la siguiente lectura, denominada “el campanero del interior” de Paulo Coelho.

Un hombre humilde, sin ninguna formación, trabajaba en la iglesia de una pequeña ciudad del interior de Brasil. Su trabajo consistía en dar las campanadas a las horas que determinara el padre.

Pero un día cambiaron las leyes: el obispo de la región decidió que todos los funcionarios de las parroquias de su obispado tenían que tener como mínimo estudios primarios. Pensaba estimular la educación pública;

pero para el viejo campanero, analfabeto y demasiado mayor para empezar de nuevo, aquello significó el fin de su trabajo.

A la mañana siguiente, no teniendo nada qué hacer, se sentó en un banco de la plaza para liar su cigarro de paja. Les pidió prestado un poco a dos amigos que se encontraban allí, pero todos estaban con el mismo problema: había que ir a la ciudad vecina para comprar tabaco.

“Tienes tiempo”, -dijo uno de los amigos-. “¿Por qué no vas a comprar tabaco y nosotros te pagamos una comisión?”.

El ex-campanero empezó a realizar esa tarea regularmente. Con el tiempo vio que faltaban muchas otras cosas en la ciudad y comenzó a traer encendedores, periódicos y demás, hasta que se vio obligado a abrir una tienda.

Como era un hombre de bien que buscaba la satisfacción de sus clientes, la tienda prosperó y terminó convirtiéndose en uno de los empresarios más respetados de la región.

Pero trabajaba con mucho dinero y un buen día se hizo necesario abrir una cuenta bancaria.

El gerente lo recibió con los brazos abiertos, el viejo sacó una bolsa llena de dinero, el primero rellenó su ficha y finalmente le pidió al viejo que firmara.

“Lo siento”, -dijo-. “No sé escribir”.

El gerente se quedó asombrado.

-- ¿Entonces el señor consiguió todo esto siendo analfabeto?

- -Lo conseguí con esfuerzo y dedicación.

- ¡Mis felicitaciones! ¡Y sin haber ido jamás a la escuela! ¡Imagine hasta dónde hubiera llegado si hubiera podido estudiar!

El viejo sonrió: “-Me lo puedo imaginar muy bien. Si hubiera estudiado, ¡todavía estaría dando las campanadas en aquella pequeña iglesia!”.

De acuerdo con la lectura anterior, en su grupo de trabajo, establezca cuáles fueron los aspectos claves para el éxito del modelo de negocios del campanero y socialice sus respuestas en un conversatorio con todo el grupo.

- **Tiempo estimado para la actividad:** 45 minutos
- **Ambiente:** ambiente convencional.
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir.

3.2 Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

En el ambiente de formación, desarrolle una sopa de letras entregada por el instructor, donde busque términos asociados al modelo de negocio CANVAS. Luego, realice una lista de esos términos y redacte una definición, según su conocimiento o experiencia.

Al terminar la actividad se realiza una socialización de términos de modelo del negocio CANVAS, orientada por el instructor.

- **Tiempo estimado para la actividad:** 1 hora
- **Ambiente:** ambiente convencional.
- **Materiales:** Fotocopias (sopa de letras)

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento

Subactividad 1: Conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas y realicen la siguiente lectura:

Un Modelo de Negocio describe lo que buscan los clientes, cómo lo quieren, y lo que están dispuestos a pagar, así como la forma en que la empresa va a satisfacer esas necesidades y la forma en que va a obtener beneficio por ello. En particular, el Modelo de Negocios define los siguientes puntos:

- Nuestro producto o servicio y su valor diferencial en el mercado.
- Quiénes son nuestros clientes.
- La utilidad del producto o servicio para el cliente.
- Estrategias de captación y retención del cliente.
- Estrategias de marketing y distribución.
- Cómo se obtienen los recursos productivos necesarios.
- Cómo se obtienen los beneficios.

Existen muchas formas de describir y dar forma a un modelo de negocio. Una de las más populares es el modelo canvas (*The Business Model Canvas*, originalmente propuesto por Alexander Osterwalder en 2008).



El Modelo de Negocios Canvas define las las Bases sobre las que una organización crea, proporciona y capta valor; y representa una herramienta que se desarrolla para describir, analizar y diseñar los diferentes aspectos del negocio.

Esta herramienta es un lienzo con las siguientes características:

- Visual
- Flexible
- De visión global de la organización
- Fácil de entender y fácil de aportar
- De cocreación
- Donde la aportación de valor al cliente es el eje del negocio
- Complemento al plan general de empresa
- Documento para recoger la hipótesis de nuestra idea de negocio.

Contiene 9 pasos

Que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar ingresos.

Cubre las 4 áreas principales de un negocio:

- Clientes (Quien)
- Oferta (Qué)
- Infraestructura (Cómo)
- Viabilidad económica (Cuánto)

Lo más importante es conocer:

- Quien es nuestro cliente
- Cuál es su problema o necesidad
- Cuál es nuestra propuesta de valor para él.

Los nueve pasos del modelo de negocio forman la base de una herramienta útil (Osterwalder, 2010):

"El lienzo de modelo de negocio"

Donde se pueden esbozar modelos para negocios nuevos o existentes.

Segmentos de mercado.

En este bloque se definen los diferentes grupos de personas o empresas a las que se va a dirigir la actividad de la empresa. Un modelo de negocio puede tener uno o varios segmentos que requieren un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

Propuesta de valor.

Es el factor diferenciador por el que el cliente elige una y otra empresa. Busca solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Es el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento de mercado. El lienzo de propuesta de valor es la herramienta indicada para determinar esta sección del lienzo de modelo de negocio.

Canales de distribución.

Es la forma en que el negocio se comunica con sus diferentes segmentos de mercado o clientes y de esa manera cumplir con la propuesta de valor.

Relación con los clientes.

Establece los diferentes tipos de relaciones que espera tener con sus clientes o segmentos de mercado. Las relaciones pueden ser personales o automatizadas. El tipo de relación repercute directamente en toda la experiencia del cliente en el modelo de negocio.

Fuentes de ingreso.

En esta parte se busca definir a través de qué mecanismos buscará capturar valor, hace referencia a la forma como recibirá los ingresos por la venta de sus productos o servicios.

Recursos claves.

En este bloque deben definirse los recursos fundamentales para que el negocio genere el valor previsto y pueda sobrevivir en el mercado. Estos recursos pueden ser: físicos, humanos, intelectuales y económicos.

Actividades clave.

Cuáles son las acciones que vas a llevar a cabo para que su modelo de negocio funcione. Normalmente, serán de tres tipos: de producción, de solución de problemas y de red o plataforma (web, software, red de distribución, etc.)

Socios claves.

En este bloque se recogerán las alianzas que permitirán que el negocio funcione, por ejemplo acuerdos con proveedores o distribuidores, acuerdos con competidores y con no competidores.

Estructura de costos.

Se deben reflejar aquí los costos necesarios para poner en marcha la idea. Sólo se deberán recoger los más Importantes.

Subactividad 2: Con base en la lectura realizada, analice el contenido de los siguientes videos, atendiendo a las indicaciones u orientaciones de su instructor:

- Business Model Canvas (Subtitulado al español): https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr_cEgY
- Diseñando la propuesta de valor | el lienzo: https://www.youtube.com/watch?v=ZCJC1hI6qWQ

De acuerdo con la información analizada, tanto en la lectura previa como en los videos, responda las siguientes preguntas de manera individual:

- ¿Qué importancia tiene el modelo canvas en una idea de negocio?
- De acuerdo con la lectura, ¿Para qué considera usted sirve el modelo canvas?
- ¿Cuáles componentes del modelo CANVAS, hacen parte del factor interno y el factor externo de la organización?

Socialice las respuestas en un conversatorio con el grupo.

- **Tiempo estimado para la actividad:** 1 hora 30 minutos
- **Ambiente:** televisor, computador, cables de sonido y conexión a internet.
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir.

Subactividad 3: El instructor le entrega un estudio de caso (anexo 2) para su lectura y análisis, conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas para el desarrollo de este ejercicio, tenga en cuenta las siguientes preguntas orientadoras para la ejecución del lienzo CANVAS:

Segmento de mercado

- ¿Para quién está generando valor?
- ¿Quién es su cliente más importante?

Propuesta de valor.

- ¿Qué valor proporciona a sus clientes?
- ¿Qué problema de sus clientes ayuda a solucionar?
- ¿Qué necesidades de los clientes satisface?
- ¿Qué servicios o productos ofrece a cada segmento de mercado?

Canales de distribución.

- ¿Qué canales prefieren sus segmentos de mercado?
- ¿Cómo establecer contacto con los clientes?
- ¿Cómo se relacionan los diferentes canales?

- ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

Relación con los clientes.

- ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?
- ¿Cómo puedes integrar esa relación en tu negocio en términos de costos y formato de atención? ¿Requieres algo adicional para generar la relación que esperas?

Fuentes de ingreso.

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar sus clientes?
- ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cómo pagan actualmente por un producto o servicio similar?

Recursos claves.

- ¿Cuáles son los recursos que requiere su negocio para generar valor?
- ¿Qué recursos son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?

Actividades clave.

- ¿Cuáles son las actividades claves que requiere su negocio para generar valor?
- ¿Qué actividades son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?

Socios clave.

- ¿Quiénes son tus socios claves?
- ¿Cuáles son las motivaciones para las asociaciones?

Estructura de costos.

- ¿Cuáles son los costos más altos de su negocio?
- ¿Qué recursos o actividades claves son más costosos?

En el ambiente de formación, cada equipo de trabajo socializa el modelo CANVAS ante grupo y el instructor retroalimenta el proceso.

Subactividad 4: Teniendo en cuenta la idea de negocio que han planteado de manera grupal en el proceso de formación, aplique el modelo CANVAS de acuerdo a su entorno productivo.

Argumente el modelo CANVAS correspondiente a su modelo de negocio, al resto del grupo.

Evidencias de aprendizaje:

- Elabore su lienzo de modelo de negocio (canvas) detallado de la idea de negocio, donde implemente los nueve componentes con su iniciativa y los conceptos apropiados durante el proceso de formación,

el cual podrá aplicar las diferentes estrategias y herramientas adquiridas en su vida personal y profesional dentro del contexto productivo.

- Argumente su lienzo de modelo de negocio (canvas), explicando detalladamente los procesos adelantados por su equipo para su elaboración.

Tiempo estimado para las actividades: 20 horas
Ambiente Requerido: Ambiente convencional.
Materiales: papel blanco, esferos o lápices para escribir, marcadores de punta gruesa de varios colores, cartulina (en diferentes tamaños y formas), papel Kraft, papel Bond, tijeras, rollos de cinta pegante, colores o crayones, revistas con fotografías, barras de pegante.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El aprendiz verifica el trabajo adelantado según instrumentos de evaluación entregados por el instructor y aclara dudas de manera presencial en el ambiente de formación.

Tiempo estimado para actividad: 1 hora.
Ambiente Requerido: Ambiente convencional.
Materiales: No requiere.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de conocimiento Pendiente elaborar		**pendiente la técnica y el instrumento por elaborar**
Evidencias de producto: Presentar el lienzo de modelo de negocio.	Elabora un modelo de negocio acorde con la herramienta de planeación estratégica.	**T:** Observación directa **I:** Lista de chequeo producto
Evidencias de desempeño: Argumentar el lienzo de modelo de negocio.	Sustenta un modelo de negocio acorde con técnicas de presentación.	**T:** Observación directa **I:** Lista de chequeo desempeño

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Modelo de negocio: también conocido como diseño de negocio, es la planificación que realiza una empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener. En un modelo de negocio, se establecen las pautas a seguir para atraer clientes, definir ofertas de producto e implementar estrategias publicitarias, entre muchas otras cuestiones vinculadas a la configuración de los recursos de la compañía.

Propuesta de valor: se refiere a la estrategia que desarrolla una empresa para optimizar la oferta y maximizar la demanda. Se trata del conjunto de las acciones que apuntan a mostrar la relevancia de un servicio o producto, especificando su valor y buscando una diferenciación respecto a la competencia.

Cliente: persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio).

Canales de distribución: Es la forma en que el negocio se comunica con sus diferentes segmentos de mercado o clientes y de esa manera cumplir con la propuesta de valor.

Proceso (producción): sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista.

Recursos clave: medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Los recursos claves pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.

Costo: es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). En otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.).

Ingresos: Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio.

Asociatividad: mecanismo mediante el cual las organizaciones unen voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivas en el mercado global.

Financiación: consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). La financiación puede realizarse tomando en cuenta la procedencia de los recursos. La financiación externa es aquella que procede de inversores que no pertenecen a la empresa (la financiación bancaria, la emisión de obligaciones, etc.), mientras que la financiación interna tiene su origen en fondos producidos por la propia empresa a través de su actividad (amortizaciones, reservas, etc.).

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Alba, A. (2015). Guía Design Thinking en español para dummies: Cómo crear productos y servicios innovadores diferentes. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://innolandia.es/guia-design-thinking-en-espanol-para-duguia-design-thinking-en-espanol-para-dummies-como-crear-productos-y-servicios-innovadores-diferentesmmies-como-crear-productos-y-servicios-innovadores-diferent/
- Alba, A. (s.f.). Un ejemplo de Design Thinking en servicios tradicionales: Despacho de Asesoría. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://innolandia.es/ejemplo-de-design-thinking-asesoria/
- Benet Pozo, M. (21 de febrero de 2017). 5 Aspectos en los que aplicar el design thinking. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/5-aspectos-los-aplicar-design-thinking/
- Campero, J. (07 de agosto de 2018). "Jobs to be Done" llave hacia la innovación. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://teamwins.com.ar/2018/08/07/jobs-to-be-done-llave-hacia-la-innovacion/
- Clos, I. (29 de noviembre del 2016). Todo lo que necesitas saber sobre los retos de innovación, elemento clave del Design Thinking. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/lo-necesitas-saber-los-retos-innovacion-elemento-clave-del-design-thinking/
- Del Cerro, J. (20 de octubre de 2016). "Tira tu Canvas a la basura" mi charla con Alex Osterwalder. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.entrepreneur.com/article/284053
- Emprende a conciencia (s.f.) Diseño de prototipos. Recuperado de: https://emprendeaconciencia.com/diseno-prototipo
- Ministerio de la Información y las Telecomunicaciones (9 de septiembre de 2012). Business Model Canvas (subtitulado al español) [Video en internet]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr_cEgY
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto.
- Pardo, C. (16 de mayo de 2017). Caso práctico de cómo aplicar el design thinking en la vida diaria [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/caso-practico-aplicar-design-thinking-la-vida-diaria/
- Ramos, C. (12 de marzo de 2018). El Business Model Canvas de Alex Osterwalder. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://cristinaramosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder/
- Sonderegger, p. (31 de octubre de 2017). El "Value Proposition Canvas": el Canvas de la Propuesta de Valor. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://teamwins.com.ar/2017/10/31/el-value-proposition-canvas-el-canvas-de-la-propuesta-de-valor/
- Sosa, S. (5 de marzo de 2015). ¿Cómo puede el "design thinking" promover la innovación para el desarrollo? [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/como-puede-el-design-thinkingpromover-la-innovacion-en-el-desarrollo/
- Strategyzer (s.f.). Business Model Canvas. Recuperado de: https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Luisa Fernanda Martinez**	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Maria Paula Gomez	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Genny Andrea Garcia	**Profesional seguimiento**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Gina Paola Burgos	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	
	Martha Cecilia Gonzalez Mazorra	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Emprendimiento en la producción de huevo
- Código del Programa de Formación:03000137
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:
    - Determinar reto de innovación de acuerdo con motivaciones y potencialidades del entorno.
    - Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.
- Duración de la Guía: 11 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado (a) aprendiz: a lo largo de la historia se ha evidenciado la creación de diferentes empresas que perduran en el tiempo y se convierten en grandes ejemplos de persistencia e innovación en el mundo empresarial. Sin embargo, la tasa de supervivencia de los emprendimientos en Colombia evidencia que de cada 10 emprendimientos que se generan solo sobreviven 3 o 4 que se convierten en empresas activas que contribuyen al desarrollo económico del país.

Algunas de las causas de esta tasa de mortalidad, es que se crean negocios a partir de perspectivas personales de los emprendedores o de ideas que no han sido testeadas previamente con el mercado objetivo. Es por ello, que es fundamental realizar un proceso de ideación y validación de las ideas de negocio en un ambiente seguro antes de que sean lanzadas al mercado, en la presente guía se desarrollan herramientas prácticas para llevar a cabo este proceso.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial

Participe activamente en la actividad individual “El propósito de emprendimiento”, la cual tiene como objetivo que logre identificar su propósito emprendedor, dando respuesta a las preguntas que encontrará dentro del gráfico en forma de flor enseñado a continuación:



Preguntas a desarrollar dentro del gráfico

1. ¿Qué sabe hacer?
2. ¿Cuáles son sus talentos?
3. ¿Cómo se ve en 10 años?
4. ¿Qué le afecta de su entorno?
5. ¿Cuál es su propósito de emprendimiento?

Socialice la pregunta que más le haya llamado la atención con sus compañeros.

Sobre la actividad, realice las siguientes reflexiones:

- ¿Por qué es importante para un emprendedor definir su propósito de vida y sus motivaciones?
- ¿Con cuál de las competencias emprendedoras se relaciona el análisis del entorno?
- ¿Por qué el análisis del entorno es importante para un emprendedor?
- ¿Qué relación existe entre las motivaciones y propósito de vida de un emprendedor con su entorno?

Evidencias de aprendizaje: Respuesta a preguntas orientadoras con las cuales el aprendiz construye el diagrama de sus motivaciones y competencias personales.
Ambiente Requerido: Ambiente convencional.
Materiales: papel blanco, esferos o lápices para escribir.

3.2 Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

En el ambiente de formación, desarrolle la siguiente actividad siguiendo las indicaciones del instructor:

El instructor dividirá el grupo en dos equipos de 15 personas máximo (si el grupo es pequeño pueden trabajar todos conjuntamente).

El instructor entregará un ovillo de lana y el primer aprendiz deberá tomar la punta de la lana y responder a alguna de las siguientes preguntas que plantea el instructor:

- ¿Qué entiende por análisis del entorno?

- ¿Por qué es importante conocer al cliente (grupo meta)?
- ¿Qué entiende por la palabra “ideación”?
- ¿Qué entiende por la palabra “validación”?
- ¿Qué entiende por la palabra “prototipado”?

Seguidamente y sin soltar la lana, arroja el ovillo a un miembro del grupo al azar, él cual dará respuesta a una de las preguntas anteriormente mencionadas y cuando concluye, lo arroja a otro miembro reteniendo la punta del ovillo y así hasta llegar al último,formando una red que unirá a todos los participantes.

Al finalizar la actividad se realizará una reflexión sobre los conceptos tratados, orientada por el instructor.

Duración de la actividad: 1 hora

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento

Subactividad 1: Conforme equipos de trabajo de acuerdo a las instrucciones del instructor y realice la siguiente lectura (Universidad de Alicante, s.f. Material de didáctico y de apoyo desarrollado por el instructor):

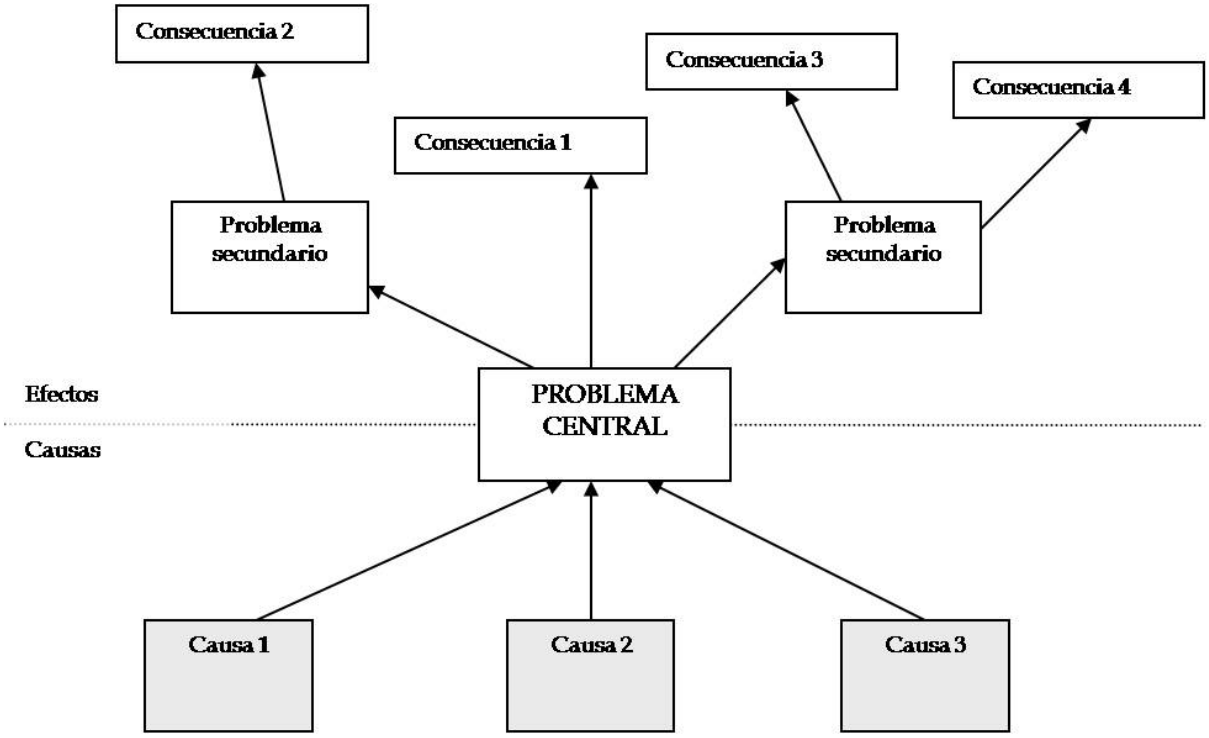
El árbol de problemas y soluciones puede ser elaborado por el investigador o bien por los propios sujetos protagonistas de la realidad social sobre la que se quiere actuar. El árbol se realiza en un soporte gráfico (valdría una hoja, una cartulina, una pizarra, etc).

Árbol de problemas:

Se puede comenzar por la identificación del problema más importante y de sus causas y consecuencias, el resultado alcanzado se expresa mediante el trazo o dibujo del árbol del problema. Debe llegarse a un consenso sobre el problema central que constituirá la base del tronco. Luego el grupo determina los principales efectos y consecuencias de este problema que los inscriben en las ramas principales del árbol, reservándose las ramificaciones para los efectos secundarios (consecuencias de las consecuencias). En las raíces se expresan las causas y orígenes del problema central, ordenándose también en causas principales y secundarias. El resultado es fijar una jerarquización de las causas y consecuencias de la situación de desigualdad planteada.

Árbol de soluciones:

Se trata de trazar el árbol de las soluciones; ha de elaborarse un árbol semejante al anterior, en el cual se reemplazarán las indicaciones de "problema" o cada una de sus consecuencias por indicaciones de "soluciones". Así, la investigación pasa de una visión negativa de los problemas a los que se enfrenta, a una visión positiva de los objetivos que debe alcanzar. Esto facilitará la reflexión sobre las acciones prioritarias a emprender, insistiendo en la necesidad de un enfoque realista.



Fuente: Universidad de Alicante, s.f.

Subactividad 2: Conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas y realicen la siguiente lectura:

¿Qué es design thinking?

Es un proceso creativo que consiste en definir el problema que se pretende abordar para entenderlo y, posteriormente, implementar las soluciones, siempre enfocando el proceso hacia las necesidades del usuario (Benet, 2017). Es importante que las soluciones que se diseñan ofrezcan al usuario un valor añadido reconocible y que, al mismo tiempo, sea técnicamente viable y financieramente sostenible a largo plazo, en otras palabras, que sean soluciones innovadoras (denkmodell, 2019, Pág.3).

Este proceso se desarrolla en las siguientes etapas:

- **Explorar:** esta etapa se centra en la generación de una pregunta de búsqueda, permite identificar un problema, centrado en el QUIÉN (usuario).

- **Comprender o empatizar:** esta etapa se enfoca en conocer a QUIEN se le va a resolver el problema, planteando preguntas básicas como: edad, sexo, nivel de ingresos, estrato y preguntas más especificas relacionadas con intereses, dificultades y expectativas; el objetivo es identificar las necesidades y oportunidades de los usuarios.

  En esta etapa se puede indagar sobre los siguientes aspectos, también conocido como mapa de empatía:

- **Idear:** como lo indica el nombre, esta fase consiste en la generación de ideas innovadoras para la solución al problema planteado. Para este fin se reúne un equipo multidisciplinar, normalmente a través de talleres de cocreación. Contar con personas con diferentes perfiles permite ampliar el espectro y enriquecer las soluciones. La ideación suele iniciar con un Brainstorming o lluvia de ideas. De la cantidad y calidad de ideas creadas dependerá la generación de soluciones factibles y creativas.

- **Prototipar:** esta etapa se describe cómo "pensar con las manos". El objetivo es desarrollar diseños de prueba, con el fin de verificar la viabilidad de las ideas de manera fácil, rentable y efectiva, corregir defectos antes de generar un proyecto piloto. Los prototipos deben ser tangibles para animar al usuario a probarlos.
  El prototipo es la materialización de la idea, los prototipos reducen la incertidumbre permitiendo acercarse a la solución más viable.

- **Testar (o fase de prueba):** en esta etapa se ponen a prueba las ideas, se recibe retroalimentación del usuario para descartar fallas, mejorar el prototipo y presentar una versión mejorada. La validación del prototipo es necesaria, cuanto más pruebas se realicen mayores serán las oportunidades de éxito. Generalmente se siguen los siguientes pasos: Después de la fase de prueba, puede ser necesario: descartar, mejorar o adaptar el prototipo, retomando los anteriores pasos del proceso.

Con base en la lectura realizada, analice el contenido del video titulado ¿Qué es el Pensamiento de Diseño (Design Thinking)? que encontrará en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=R7TDAu0cbdA, atendiendo a las indicaciones u orientaciones de su instructor:

De acuerdo con la información analizada, tanto en la lectura previa como en el video, responda las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se relaciona el análisis del entorno (árbol de problemas) con las fases del Pensamiento de Diseño *(Design Thinking)* ?
- De acuerdo con la lectura, ¿por qué es importante analizar el entorno para identificar las potencialidades del territorio?

Socialice las respuestas en un conversatorio con el grupo.

Tiempo estimado para la actividad: 1 hora 30 minutos

Materiales: papel blanco, esferos o lápices para escribir.

Ambiente: televisor, computador, cables de sonido y conexión a internet.

Subactividad 3: conforme equipos máximo de cinco personas y analicen el siguiente caso de estudio:

En un pequeño pueblo de montaña, donde llueve de manera permanente, se encuentra un hogar para personas de la tercera edad. Para todos los seres humanos hacer ejercicio de forma regular ayuda a mantener una buena salud, con mayor razón para estas personas es muy importante caminar cada día más de 5000 pasos y que dediquen a esta actividad un mínimo de 60 minutos. En función de la velocidad a la que caminen se cumple una u otra restricción, pero lo ideal es cumplir las dos recomendaciones.

Una solución inicialmente propuesta por el enfermero para seguir las indicaciones de la doctora es la utilización de una ficha en la que cada adulto debe registrar los pasos y el tiempo dedicado por día. Después de una semana se encontró que casi ninguno registró los pasos, ellos indican que resulta aburrido caminar contando en vez de charlando u observando la naturaleza. Algunos registraron el tiempo, pero la información recogida, en opinión de la doctora, no parece confiable.

RETO:

La doctora requiere:

1. Una solución que permita registrar los datos de forma confiable y así asegurarse de que los adultos mayores cumplen con el mínimo de ejercicio requerido.

Este hogar cuenta con pocos recursos por lo que la solución tiene que ser de bajo costo y no debe pasar de $120.000 por adulto. Los dispositivos similares disponibles en el mercado (relojes y celulares inteligentes son muy costosos para este hogar). Debe poderse cargar fácilmente y evitar que se caiga y se pierda o se dañe. No debería distraer al adulto mayor para que pueda charlar o ver la naturaleza mientras camina por la montaña.

Para resolver este reto, ponga en práctica el análisis del entorno y el proceso creativo Design Thinking, de acuerdo con lo aprendido en la lectura y el video de la actividad anterior:

Explorar:

1. Genere una pregunta de búsqueda, a partir de la identificación del problema central. Para identificar el problema central, elabore un árbol de problemas. Luego, convierta el problema en una pregunta de búsqueda o reto de innovación, siguiendo el siguiente patrón:



Fuente: Clos, 2016

Algunos ejemplos de redacción son (Clos, 2016):

- ¿Cómo reducir la sensación de soledad del paciente con alto riesgo cardiovascular después de ser operados, para mejorar su percepción del servicio que le ofrecemos?
- ¿Cómo incrementar el turismo juvenil no nocturno en nuestra ciudad para hacerla más atractiva para los jóvenes talentos?
- ¿Cómo hacer más atractiva la experiencia de los clientes más jóvenes en las oficinas bancarias?
- ¿Cómo hacer más divertido el trayecto diario en tren de todos los pasajeros?
- ¿Cómo incentivar que los trabajadores se preocupen más por su propia seguridad, para convertirnos en el referente mundial de empresa segura?

Comprender:

2. Identifique quien es el usuario (edad, sexo, nivel de ingresos, ¿qué piensan?, ¿qué hacen?, ¿cuáles son sus necesidades?, ¿Cuáles son sus expectativas?) (en esta etapa se puede utilizar el formato ficha persona)

Idear:

3. Realice una lluvia de ideas con su grupo de trabajo, que le permita generar muchas ideas para encontrar la solución al problema planteado. Describa las 3 ideas más innovadoras.

Prototipar:

4. Desarrolle un diseño de prueba de la idea seleccionada, tenga en cuenta que para esta primera versión del prototipo con los recursos disponibles con los que cuenta.

Presentación final del reto:

Se debe elaborar una presentación de forma creativa en la que exponga los siguientes puntos:

1. Presente la pregunta de búsqueda

2.Datos de identificación del perfil del cliente

3.Descripción de las 3 ideas más innovadoras (incluir evidencia de lluvia de ideas)

4.Prototipo

- **Ambiente Requerido:** Ambiente convencional.
- **Materiales:** Fotocopias con ficha persona, marcadores de punta gruesa de varios colores, cartulina (en diferentes tamaños y formas), papel Kraft, papel Bond, tijeras, rollos de cinta pegante, colores o crayones, revistas con fotografías, barras de pegante, vasos desechables (o material reciclable).

Subactividad 4:

Realice un análisis de su entorno utilizando la herramienta del árbol de problemas. Liste los problemas más sentidos de su comunidad y luego, con su grupo, definan cuál de ellos será el problema central. Una vez determine las causas y consecuencias del problema, conviértalo en un reto de innovación. Escriba su reto en una tarjeta de cartulina.

Presente el reto de innovación a los demás compañeros del grupo. En su exposición, indique cómo el reto se conecta con su propósito de emprendimiento. Coloque su reto de innovación en una pizarra visible para los demás. Entre todos, deberán seleccionar el reto de innovación que trabajará todo el grupo. La selección se realizará, siguiendo las indicaciones del instructor.

- **Evidencias de aprendizaje:** Árbol de problemas donde se identifiquen potencialidades del entorno; Descripción detallada del reto de innovación.
- **Ambiente Requerido:** Ambiente convencional.
- **Materiales:** Marcadores de punta gruesa de varios colores, cartulina (en diferentes tamaños y formas), papel Kraft, papel Bond, tijeras, rollos de cinta pegante, colores o crayones, revistas con fotografías, barras de pegante, vasos desechables (o material reciclable).

Subactividad 5:
Con el mismo equipo que trabajó el árbol de problemas, aplique el método *Design Thinking* al reto de innovación seleccionado por el grupo.

Comprenda el reto de innovación a partir del grupo meta. Para ello, identifique quién será el usuario final de su producto o servicio.

Luego, genere con su equipo la mayor cantidad de ideas posible acerca de posibles soluciones al reto de innovación planteado, usando como punto de partida el usuario final. Seleccione con su equipo las 3 ideas más creativas e innovadoras, convirtiéndolas en una posible solución.

Diseñe un prototipo de la idea seleccionada. Para ello, tenga en cuenta las técnicas de prototipado (dependiendo si su solución es un producto o servicio) y los recursos que tenga a su disposición.

Valide su prototipo con potenciales clientes y/o expertos. Tenga en cuenta las técnicas de validación de prototipos (entrevistas, encuestas, etc.). Con los resultados del proceso de validación, ajuste su prototipo, incorporando las mejoras sugeridas por los expertos y/o clientes.

Presente su prototipo validado al resto del grupo. En su presentación, exponga los resultados obtenidos en cada una de las fases del proceso *Design Thinking*, así como los ajustes realizados al prototipo y cómo este representa una solución factible al reto de innovación seleccionado por el grupo.

- **Evidencias de aprendizaje:** Aplicación de las técnicas de validación a expertos y clientes potenciales para testear el prototipo; presentación del prototipo validado.
- **Ambiente Requerido:** Ambiente convencional.
- **Materiales:** Marcadores de punta gruesa de varios colores, cartulina (en diferentes tamaños y formas), papel Kraft, papel Bond, tijeras, rollos de cinta pegante, colores o crayones, revistas con fotografías, barras de pegante, vasos desechables (o material reciclable).

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

Verifique el trabajo adelantado según los instrumentos de evaluación entregados por el instructor y aclare dudas de manera presencial en el ambiente de formación.

Tiempo estimado para actividad: 1 hora.
Ambiente Requerido: Ambiente convencional.
Materiales: No requiere.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Construcción del diagrama de motivaciones y competencias personales	Describe motivaciones y competencias personales de acuerdo con herramienta de identificación.	**T:** Formulación de preguntas (Diagrama de motivaciones) **I:** Cuestionario
Evidencias de desempeño: Descripción del reto de innovación. Árbol de problemas donde se identifiquen potencialidades del entorno Aplicación de las técnicas de validación a expertos y clientes potenciales para testear el prototipo.	Plantea retos de innovación de acuerdo con las potencialidades del entorno. Elabora un prototipo de acuerdo con el segmento de mercado y técnicas de prototipado.	**T:** Observación directa **I:** Lista de chequeo desempeño
Evidencias de producto: Presentación del prototipo validado	Ajusta el prototipo de acuerdo con técnicas de validación.	**T:** Observación directa **I:** Lista de Chequeo Producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Alternativas factibles: Posibilidad de elegir entre opciones o soluciones diferentes, que pueden materializarse para brindar solución a determinados problemas.
Empatía: Capacidad de reconocer o percibir los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás. Basada en el reconocimiento del otro como un similar a sí mismo.
Pensamiento de diseño: metodología para la solución de problemas que busca abordar desafíos y generar soluciones a partir de ideas generadas en un equipo.
Creatividad: Es la generación de ideas útiles y novedosas (Stein). Es el proceso de generar ideas originales que tengan valor (Ken Robinson).
Reto: Dificultad que se asume de modo libre con la finalidad de obtener algún tipo de beneficio. Visto así, el término es sinónimo de esfuerzo y dedicación para la consecución de algo importante, que no necesariamente deba ser socialmente considerado, puede ser relevante en términos personales, en el ámbito de la intimidad.
Entorno: Conjunto de personas, cosas y circunstancias que rodean a alguien o algo e influyen en su desarrollo.
Innovación: Introducción de algo nuevo o una novedad que añade valor a un mercado, organización o sociedad.
Oportunidad: Circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Benet, M. (21 de febrero de 2017). *5 aspectos en los que aplicar el design thinking.* Sociedad de la innovación. https://www.sociedaddelainnovacion.es/5-aspectos-los-aplicar-design-thinking/
Denkmodell. (2019). *Manual Design Thinking*. Publicación inédita.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Luisa Fernanda Martinez**	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Maria Paula Gomez	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Genny Andrea Garcia	**Profesional seguimiento**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Gina Paola Burgos	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	
	Martha Cecilia Gonzalez Mazorra	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					

PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Emprendimiento en la producción de huevo
- Código del Programa de Formación: 03000137
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: Aplicar el Comportamiento Emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos
- Duración de la Guía: 8 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado (a) aprendiz: el emprendimiento es una actitud que ha acompañado a la humanidad desde siempre, ya que es la capacidad que tienen los seres humanos de realizar esfuerzos orientados hacia el logro de una meta u objetivo. De este modo, a través del desarrollo de sus competencias, el emprendedor genera transformaciones en su entorno que se traducen en bienestar económico y social para las comunidades donde su idea tiene impacto, creando así una cultura del emprendimiento.

En ese orden de ideas, esta guía tiene como objetivo que usted conozca y descubra los elementos del comportamiento emprendedor, a saber: la responsabilidad emprendedora, las características emprendedoras personales y las competencias emprendedoras, aplicándolas activamente en su actividad emprendedora canalizada a través de una empresa.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial

3.1.1., Reflexione sobre el contenido del cortometraje ‘Cuesta abajo’ que se encuentra en el siguiente enlace https://www.cinescuela.org/es/pelicula/cuesta-abajo-220246, atendiendo a las indicaciones u orientaciones de su instructor.

Responda los siguientes interrogantes:

- ¿Qué características definen a Henry Forero?
- De esas características identificadas, ¿cuáles tiene en común con Henry? ¿cuáles cree que debería adquirir y/o fortalecer?
- ¿Cómo influyó el entorno en las decisiones de Henry Forero?
- ¿Cuáles fueron las acciones que Henry realizó para convertir su sueño en realidad?

Socialice sus respuestas en un conversatorio atendiendo a las orientaciones del instructor y con el grupo genere las conclusiones de la actividad.

- **Ambiente Requerido:** televisor, computador, cables de sonido y conexión a internet.
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir.

3.2 Actividad de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje

Junto con los compañeros de grupo, forme un círculo en el ambiente de formación. Luego, el instructor seleccionará un objeto pequeño que se pueda contener fácilmente en una mano (una piedra pequeña, un trozo de madera, una pelota…) y se lo entregará a una persona del grupo. Esta persona empezará a pasar el objeto a otra de la derecha o la izquierda. Todos deberán seguir pasando el objeto de mano en mano, rápidamente y en el mismo sentido.

El instructor seleccionará al azar a un aprendiz y lo sacará del círculo. Ese aprendiz deberá, sin mirar por dónde va el objeto, decir "tingo, tingo, tingo" de manera repetida. Mientras tanto, el objeto debe estar pasando rápidamente de mano en mano.

El aprendiz que dice "tingo" decide en cualquier momento y de repente decir: "tango". En ese momento se detiene la circulación del objeto y quien quede con este en su mano debe responder rápidamente, basado en sus experiencias previas, a una de las siguientes preguntas:

- ¿Qué es el comportamiento emprendedor?
- ¿Qué es la responsabilidad emprendedora?
- ¿Cuáles son las características que debe tener un emprendedor?
- ¿Cuáles son las competencias de un emprendedor?

El aprendiz que canta "tingo, tango" anota en un tablero o una hoja de papel, las definiciones que sus compañeros van dando, hasta que, según el tamaño del grupo, varias personas hayan aportado sus respuestas.

En plenaria, reflexione sobre los conceptos construidos por el grupo y genere las conclusiones de la actividad.

- **Ambiente Requerido:** ambiente convencional
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir; objeto pequeño que se pueda contener en una mano.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento

Subactividad 1: Conforme equipos de trabajo de máximo cinco personas y realicen juntos la lectura de la introducción y los tres primeros capítulos de la Cartilla de Comportamiento Emprendedor, que se encuentra en el siguiente enlace: http://www.fondoemprender.com/SitePages/FondoEmprenderComportamientoEmprendedorA.aspx **o material impresio proporcionado por el instructor.**

- **Ambiente Requerido:** ambiente convencional
- **Materiales:** Cartilla de Comportamiento Emprendedor (descargable a través del siguiente enlace): http://www.fondoemprender.com/SitePages/FondoEmprenderComportamientoEmprendedorA.aspx material de apoyo impreso.

Subactividad 2: De acuerdo con las instrucciones del instructor, conforme grupos de cuatro personas, tomando el rol de empresas productoras de sobres. Así mismo, el instructor o algún grupo que él designe tomará el rol de empresa compradora de sobres.

Cada empresa deberá presentar una propuesta de venta de los sobres que le venderá a la empresa compradora de sobres y adicionalmente, creará un plan detallado con los materiales que requiere para cumplir con su propuesta.

Cuenta con 30 minutos para hacer los sobres negociados por su equipo y entregarlos a la empresa compradora de sobres. La empresa determinará si compra o no los sobres de acuerdo a unas condiciones establecidas por el instructor. El grupo ganador es el que logre vender la mayor cantidad de sobres a la empresa compradora.

- **Evidencia de aprendizaje:** Elaboración de los sobres y contrato de cumplimiento de venta, a través de los cuales el aprendiz aplica los elementos del comportamiento emprendedor.
- **Ambiente Requerido:** ambiente convencional
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir; anexos con instrucciones (ver anexos).

Subactividad 3: En una guía entregada por su instructor, responda las siguientes preguntas, en base a lo vivido en la actividad anterior:

- ¿Cómo ve aplicado el comportamiento emprendedor en la actividad?
- ¿Qué características emprendedoras personales fueron fundamentales para el cumplimiento del objetivo? Justifique sus respuestas.
- En cuanto a las dimensiones de la persona (pensar, sentir y actuar) ¿Cómo fue su comportamiento durante la actividad? Desarrolle cada elemento en un triángulo de la responsabilidad.
- ¿Qué reflexiones le generó el comportamiento de los diferentes grupos durante la actividad?
- ¿Cuáles fueron los factores clave para llevar a cabo su estrategia y plan de venta?

Socialice sus respuestas en un conversatorio atendiendo a las orientaciones del instructor y, con el grupo genere las conclusiones de la actividad.

- **Evidencia de aprendizaje:** Desarrollo de la guía, con el cual relaciona los elementos del comportamiento emprendedor con el desarrollo de la actividad previa.
- **Ambiente Requerido:** ambiente convencional
- **Materiales:** papel blanco, esferos o lápices para escribir.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento

El aprendiz verifica el trabajo adelantado según instrumentos de evaluación entregados por el instructor y aclara dudas de manera presencial en el ambiente de formación.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Desarrollo de la guía y participación activa en el conversatorio. **Evidencias de Producto:** Presentar sobres elaborados y contrato de cumplimiento de venta diligenciado.	Relaciona los elementos del comportamiento emprendedor de acuerdo con retos personales y productivos.	**T:** Observación directa **I:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Características Emprendedoras Personales: rasgos de la personalidad ligadas a las motivaciones de los individuos (logro, afiliación y poder) y que están asociadas al éxito de cualquier proyecto personal. Se basan en las investigaciones del psicólogo David McClelland realizadas en la década de los años 60.

Competencias Emprendedoras: capacidad de los individuos y grupos de generar respuestas situacionales y proactivas, basadas en un alto nivel de motivación al logro. En otras palabras, es la capacidad para realizar labores con actitud reflexiva y de forma sistemática, permitiendo una mayor competitividad y un cambio en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

Comportamiento Emprendedor: conjunto de respuestas generadas por los individuos a estímulos de su entorno, basadas en la automotivación. El Comportamiento Emprendedor se manifiesta en una persona que es capaz de asumir una tarea, perseverar en ella, desarrollarla y resolver cualquier contratiempo que se produzca en el proceso.

Estrategia: conjunto de acciones, estudiadas y analizadas, que conducen hacia una meta con el mínimo de error. Este concepto tiene su origen en el campo militar (es la fusión de dos palabras griegas: stratos -ejército- y agein -conducir, guiar-), pero en la actualidad, este concepto se ha ampliado a otros ámbitos de la actividad humana: en la educación, en la administración, a nivel empresarial y en la vida cotidiana.

Negociación: es el proceso de buscar la aceptación de ideas, propósitos o intereses, buscando el mejor resultado posible, de tal modo que las partes involucradas termine la negociación, conscientes de que fueron oídas, de que tuvieron oportunidad de presentar toda su argumentación y que el producto final será mayor que la suma de las contribuciones individuales.

Triángulo de la responsabilidad: esquema que vincula a la Persona, el Proyecto y la Situación, mostrando el equilibrio que es necesario lograr en todo accionar emprendedor. Responsabilidad se entiende como la capacidad de la persona de responder ante las diferentes situaciones que se puedan presentar de una manera proactiva.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ariza, C. (2019). Pensar, sentir y actuar. Obtenido de https://mejorapsicologia.com/pensar-sentir-actuar/

CENPROMYPE (s.f.) Proceso de acompañamiento a emprendimientos dinámicos. Caja de herramientas. Recuperado de: http://cenpromype.synology.me/wordpress/Usb/Caja%20de%20Herramientas%20Emprendimientos%20por%20Oportunidad/LinkedDocuments/Manual%20Participante%20Taller%20de%20Caracteristicas%20Emprendedoras%20PErsonales.pdf

Monsalve Serrano, J. E. (2013). Jóvenes, talento y perfil emprendedor. Recuperado de: http://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve/guia-jovenes-talento-y-perfil-emprendedor

Piqueras, C. (16 de abril de 2018). La fórmula del éxito: meta + plan + acción = éxito. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.cesarpiqueras.com/meta-plan-accion-exito/

Pulgarín Molina, S. A.; Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del Comportamiento Emprendedor para los estudiantes de Administración de la universidad del Rosario. Revista EAN, (71), 22 – 30.

Quintana García, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, 7(2), 139-154.

Suares, M. (2017). Negociación, Capítulo 5 y 6. Recuperado de http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/mediacion/modulo2/unidad2/CAP%205%20Y%206-Neg-2017.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Luisa Fernanda Martinez**	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Maria Paula Gomez	**Profesional contratista**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Genny Andrea Garcia	**Profesional seguimiento**	**Dirección de Empleo y Trabajo**	
	Gina Paola Burgos	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	
	Martha Cecilia Gonzalez Mazorra	**Instructora**	**Centro Agropecuario Regional Cauca**	GFPI-F-135 V01

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					