DESARROLLO GUIA DE APRENIZAJE

FOMENTAR CULTURA EMPRENDEDORA SEGÚN HABILIDADES Y COMPETENCIAS

INSTRUCTOR

NAFER ISIDORO

Aprendiz

Abener Segundo Contreras Martinez

PROGRAMA EDUCATIVO

TECNOLOGO EN COMUNICACION COMERCIAL

CENTRO AGROEMPRESARIAl Y ACUICOLA – SENA REGIONAL GUAJIRA

FONSECA, JULIO DE 2022

Reflexión inicial sobre emprendimiento.

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

Responda las siguientes preguntas de acuerdo con tus propios conceptos de cada una de ellas a fin de evaluar los conocimientos previos de cada aprendiz.

a. **¿Qué es emprendimiento?**

Se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto

Es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite iniciar nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros e iniciar nuevos caminos.

b. **¿Qué significa ser un emprendedor?**

Un emprendedor es una persona que a partir de una idea propia o ajena es capaz de crear una oportunidad de negocio, bajo la forma de empresa.
Asumiendo en muchas ocasiones un riesgo financiero al hacerlo. El perfil de este tipo de personas incluye rasgos como total confianza en la idea, capacidad de convicción, búsqueda clara de resultados, dedicación intensiva y gran capacidad para vender productos o servicios.
Al final podemos decir que su significado está totalmente relacionado con aprovechar las oportunidades.
Un verdadero emprendedor, se encarga de identificar oportunidades donde otros ven problemas o simplemente no las ven, se encarga de organizar los recursos necesarios y gestionarlos con tal de alcanzar sus objetivos.

c. **¿Pasos necesarios para ser un emprendedor?**

1. Ama lo que haces: La pasión es la herramienta clave para mantener las estrategias de un negocio en movimiento.

2. Da pasos pequeños: A veces querer comerte al mundo entero de una sola mordida, no es la mejor opción, es mejor tomar ciertas medidas y actuar poco a poco.

3. Aprende de los otros: No esperes a que los errores que ves a tu alrededor te sucedan a ti, aprende a prevenirlos. Toma consejos de las personas que ya han pasado por situaciones parecidas a las tuyas.

4. Aprende a promoverte a ti mismo: La confianza y tener facilidad de palabra puede hacer que lleves tu negocio a otro nivel. No tengas miedo de acercarte con las personas y plantearles la idea que tienes en mente.

5. Toma decisiones constantemente: Confía en tus instintos y toma riesgos, cambia las cosas continuamente. Las cosas estáticas no funcionan, todo debe de estar en continuo cambio e innovación**.**

6. Desarrolla un plan de acción: Una vez que tomes aluna decisión, desarrolla un plan de seguimiento.

7. Construye una reputación: Lo que piense la comunidad de ti y tu empresa es esencial, por lo que es importante estar bien posicionado con la sociedad en general.

8. Nunca es muy tarde para empezar: No necesitas ser precisamente joven para poder emprender. Se tiene el estereotipo de que una de las características que los emprendedores deben de tener es juventud, sin embargo, esto no es cierto. Muchas veces las personas adultas que se atreven a emprender son las que más éxito tienen por la experiencia que la vida les ha dado.

9. Construye un equipo: Busca gente preparada y comprometida, con la que el ritmo de la empresa pueda fluir de manera fácil.

10. Cuida tu actitud: Tú eres o serás la cabeza de una empresa, es muy importante que seas positivo. Tú eres el ejemplo para todo tu equipo y todo lo que hagas será un claro ejemplo para los demás a seguir. No explotes ni te derrumbes ante las adversidades, toma fuerza para seguir adelante.

Sin embargo, estamos seguros que para poder lograr algo se necesitan muchas ganas para poder hacerlo.

d. **¿Qué papel juega el análisis y diagnóstico del entorno en el emprendimiento?**

El análisis de entorno de una empresa nos permite identificar las fortalezas y los puntos débiles de una organización, algo fundamental para la planificación estratégica y el desarrollo de esta.
Es una herramienta especialmente útil a la hora de elaborar cualquier estrategia de marketing, ya que ayuda a establecer cuál es la

posibilidad de crecimiento real de esta mediante el estudio de toda una serie de factores que influyen en ella.

Actividad de Apropiación.

- ✓ **¿En qué consiste un análisis de contexto?**

  Determina los asuntos internos y externos convenientes a sus objetivos. Esto implica que la organización debe identificar los factores que impactan en su cultura, objetivos y metas, la complejidad de los productos, el flujo de procesos e información, sus mercados, clientes, entre otros.

- ✓ **¿Qué es una unidad productiva?**

  Se entiende por unidad productiva una empresa, negocio, asociación, productor o grupo de personas que realizan actividades con ánimo de lucro y que se encuentran inscritas en una organización de productores legalmente constituida.

- ✓ **¿Qué es Proyecto y tipos de proyectos?**

  Es una planificación consistente en un conjunto de actividades que se encuentran interrelacionadas y coordinadas, con el fin expreso de alcanzar resultados específicos en el marco de las limitaciones impuestas por factores previos condicionantes: un presupuesto, un lapso de tiempo o una serie de
  Calidades establecidas.
  se Comprende como la preparación y disposición por escrito de los elementos teóricos, materiales y humanos que se necesitarán para elaborar un producto, servicio o resultado único, por lo que en ciertos ámbitos puede ser equivalente a bosquejo, guion previo, primer borrador, etc.

  TIPOS DE PROYECTOS

- ✓ **Proyectos productivos o privados**. Aquellos que tienen como fin ulterior la rentabilidad, es decir, la obtención de lucro. Suelen ser presentados en el ámbito empresarial, del emprendimiento o industrial.
- ✓ **Proyectos públicos o sociales**. Aquellos que no poseen fines de lucro, sino alcanzar un impacto importante en la sociedad o la población a distinta escala: local, regional, incluso mundial. Por lo general cuentan como promotor con las instituciones del Estado, las ONG, o las políticas de responsabilidad empresarial de las grandes empresas trasnacionales.
- ✓ **Proyectos comunitarios**. Aquellos comprometidos con el mejoramiento en aspectos puntuales de una comunidad determinada, por lo general

pequeña, tanto urbana como rural, a través de la satisfacción de sus necesidades.

- ✓ **Proyectos de vida**. Aquellos que se centran en los deseos de vida de un individuo y sus probabilidades reales de conseguir la autorrealización.
- ✓ **Proyectos de investigación.** Aquellos cuyo objetivo es la documentación o adquisición de fuentes y materiales en torno a un tema elegido.

- ➢ **Fases de un proyecto de innovación.**

- ✓ **Definir el reto**
  La función del reto es transformar un problema sin resolver en una fuente de ideas innovadoras. Este posee la característica de ser de difícil resolución y por eso, logra constituir un estímulo o desafío. Lo importante es tenerlo definido ya que partiendo de él, viene un flujo continuo de ideas.
- ✓ **Explorar nuevas preguntas**
  Sobre el nuevo reto tienen que reformularse las nuevas preguntas, necesidades o expectativas involucrando en muchas ocasiones al cliente o usuario. El objetivo es poder quedarse con las más inspiradoras y esas que logren mejorar el proceso creativo**.**

- ✓ **Generación de ideas**
  Es una de las fases más conocidas e importantes del proceso de innovación. Se enfoca en utilizar métodos y técnicas para estimular el pensamiento creativo “fuera de la caja” (lluvia de ideas) o “dentro de la caja” (partiendo del problema). De esa manera, se generan ideas interesantes que aportan valor y respondan a las preguntas generadas en base al reto.
- ✓ **Aterrizaje de ideas**
  Dentro de esta fase se seleccionan solo las mejores ideas según el potencial y no solo por su factibilidad. Se tratan de listas las cuales son sometidas a juicios llamados ‘convergencia’. Normalmente el experto es quien valida esa factibilidad de ideas que surgieron en la fase anterior. Además, puede validar el segmento o futuro mercado para ver si logran encajar con la necesidad o expectativa que se tienen y no al contrario; estudiar al mercado para acercar nuestras ideas a este.
- ✓ **Definir**
  Esta etapa muchas veces es mezclada o fusionada con la anterior ya que, es el resultado de quedarnos con las mejores ideas y conceptualizar la propuesta a través de un diagrama de bloques o uso de un modelo conceptual.
- ✓ **Experimentar**
  Es otra de las etapas o fases que más se conocen y está centrada en la construcción de la simulación del modelo conceptual para ser validada por usuarios finales. Esta podría ser representada por un piloto, prototipo o rollplay en el caso de que sea un servicio.
  Es esencial que lo construido sea probado con el segmento objetivo o público meta
  Para poder validar el efecto deseado. Partiendo de allí, se realizarán los ajustes que correspondan para pasar a la etapa de construcción o implementación.
- ✓ **Introducirlo al mercado**
  Para que un proyecto sea innovador, debe tener éxito (ya sea económico o social), frente a su nuevo mercado o segmento. Para esto, hay que hacer sesiones de creatividad con el objetivo de encontrar la mejor forma de cómo introducirlo de manera exitosa, brindando el valor frente a la necesidad y expectativa de futuros usuarios.

- ✓ **Proceso administrativo en un proyecto de ECommerce.**
  Se define como la gestión de todos los recursos internos (talento humano, medios tecnológicos, capital financiero, etc.) de la forma más eficiente y eficaz posible para alcanzar los objetivos del negocio.

Matriz Dofa: análisis Actividad de Apropiación No. 2:

- ✓ ¿**Qué es la matriz Dofa?**
  Herramienta administrativa que permite analizar la situación actual de la empresa con respecto las condiciones internas de la empresa y el contexto externo que la puede afectar.
  Gráficamente es posible presentar las situaciones que hace fuerte a la empresa, las que pueden ser una amenaza, las que la hacen débil, y las que representan una oportunidad para aprovechar.

- ✓ **¿Para qué sirve aplicar la matriz Dofa?**
  Nos hace un diagnóstico real de nuestra empresa o negocio, nos dice cómo estamos, cómo vamos, lo que nos brinda el principal elemento requerido para tomar decisiones, que no es otro que la conciencia de la realidad, pues cuando conocemos nuestra realidad sabemos qué hacer y cómo proceder.

- ✓ **Análisis de variables según la matriz Dofa**
  El análisis hace parte integral de la matriz DOFA, pues el consultor o analista no debe limitarse a identificar cada elemento de oportunidad, debilidad, fortaleza o amenaza, sino que debe analizarlo y en lo posible modelarlo para tener una idea clara los efectos cada uno de los elementos identificados pueda tener en el comportamiento en determinados escenarios.