**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de accesorios artesanales.
- **Código del Programa de Formación:** 52660010
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:** Formación Fase I
- **Actividad de Proyecto:**
- **Competencia:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- **Resultados de Aprendizaje:**

  Relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.

  Establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.

  Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora
- **Duración de la Guía:** 8 Horas

## 2. PRESENTACIÓN

El emprendimiento es uno de los términos más usados hoy por hoy en el mundo, a pesar de que este siempre ha estado presente en la historia de la humanidad. Sin embargo, solo hasta los años 70 y 80 este comenzó a tener gran relevancia debido a su capacidad de generación de empleo en las pequeñas empresas. De este modo, una de las definiciones generadas alrededor del concepto de emprendedor sugiere que este es como un tomador de decisiones que comienza sin ningún otro medio más que la capacidad de predecir cambios exitosos en las condiciones del mercado.

Estimado aprendiz, de acuerdo con lo anterior el SENA y el programa Sena Emprende Rural (SER) le da la bienvenida a esta formación, a través de la cual le dará las herramientas necesarias para el desarrollo de una unidad productiva. Para esto, en esta guía se desarrollaran una serie de elementos que permitan el fomento de la cultura emprendedora a partir de sus habilidades y competencias personales.

¡Bienvenido y muchos éxitos!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Para el desarrollo de las actividades planteadas se expone **Material de Formación E1** del cual podrán disponer los aprendices para consultas futuras y fortalecimiento de lo aprendido. A partir de este se realizan tres actividades:

- ✓ **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**

De acuerdo con la exposición realizada, se lleva a cabo un taller grupal que les permite a cada integrante del grupo interactuar y definir sus habilidades emprendedoras y retos a futuro.

- ✓ **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización):**

A partir de la exposición de caracteristicas y competencias emprendedoras cada aprendiz desarrolla un taller individual que le permite a cada uno identificarlas en el campo personal.

- ✓ **Actividades de transferencia de conocimiento:**

Como evidencia de su proceso de aprendizaje se hace un taller grupal que permite identificar la idea para la implementación de la unidad productiva.

Cada una de las actividades es soportada con evidencia fotográfica.

## 3. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento : Taller 1.** Trabajo individual donde en una figura (DIANA) se logra identificar las caracteristicas emprendedoras de los aprendices. | Valora sus características emprendedoras personales acorde con herramienta de diagnóstico personal. | **Técnica de evaluación:** Taller Individual<br>**Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |
| **Evidencias de Desempeño: Taller 1**. Desarrolla un trabajo individual donde se muestra la identificación de misión y visión de vida, y que objetivos se fija para cumplir su misión. | Formula los objetivos personales de acuerdo con su motivación y propósito de vida. | **Técnica de evaluación:**<br>Taller Individual<br>**Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |
| **Evidencias de Producto: Taller 1.** Construcción de la idea de la unidad de negocio. | Aplica la responsabilidad emprendedora de acuerdo con factores internos y externos. | **Técnica de evaluación:** Taller de grupo para la identificación de la idea de negocio. GFPI-F-135 V01<br>**Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo |

## 5. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


- https://www.gerencie.com/emprendimiento.html
- Moya, P. y Santana, S. (2016). Sobre el concepto de emprendimiento. https://n9.cl/3pgp
- Cartilla de Comportamiento Emprendedor: Camino al Logro / Ruth Nelly Gutiérrez Achury [y otros 4].— Primera edición.— Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA).
- Dirección General, 2020.
- https://economipedia.com/definiciones/emprendedor.html
- https://www.emagister.com.co/blog/que-es-emprendimiento-definicion-y-perspectivas/
- https://concepto.de/mision-y-vision/
- Cartilla de Comportamiento Emprendedor: Camino al Logro / Ruth Nelly Gutiérrez Achury [y otros 4].— Primera edición.— Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Dirección General, 2020.


## 6. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Jhoana Patricia Bolaños Muñoz** | **Instructor** | **Programa Sena Emprende Rural - SER** | **03/09/2021** |

## 7. 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**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de accesorios artesanales.
- **Código del Programa de Formación:** 52660010
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:** Formación Fase I
- **Actividad de Proyecto:**
- **Competencia:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- **Resultados de Aprendizaje:**
  Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.
- **Duración de la Guía:** 8 Horas

## 2. PRESENTACIÓN

La toma de decisiones es un elemento clave en la vida de los seres humanos, este proceso se produce diariamente y va desde la ropa que se elige para vestir, la ruta que nos llevara al trabajo o al estudio, hasta decisiones de mayor trasencodencia como cambiar de lugar de trabajo, casarnos, tener hijos. Debido a la importancia que tiene en nuestra vida la toma de decisiones, se hace necesario reconocer los pasos que nos ayudaran a tomar una óptima elección.

Estimado aprendiz, de acuerdo con lo anterior el SENA y el programa Sena Emprende Rural (SER) le da la bienvenida a esta formación y a continuación le presenta los elementos necesarios para adelantar optimas decisiones en su camino al emprendimiento.

¡Bienvenido y muchos éxitos!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Para el desarrollo de las actividades planteadas se expone **Material de Formación E2** del cual podrán disponer los aprendices para consultas futuras y fortalecimiento de lo aprendido. A partir de este se realizan tres actividades:

- ✓ **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**



De acuerdo con la exposición realizada, se lleva a cabo un taller grupal que les permite a cada integrante del grupo interactuar y definir sus habilidades emprendedoras y retos a

futuro.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento : Taller 1.**<br><br>Trabajo grupal donde se concreta la idea de negocio y se estructura el proyecto emprendedor basado en la estrategia emprendedora. | Identifica el proceso de toma de decisiones de acuerdo con problemas de la cotidianidad.<br><br>Aplica el proceso de toma de decisiones según identificación de riesgos y alternativas de solución.<br><br>Apropia el concepto de creatividad e innovación según solución de desafíos.<br><br>Aplica la capacidad creativa e innovadora según reto de innovación.<br><br>Sustenta el plan de acción teniendo en cuenta los elementos de una estrategia emprendedora. | **Técnica de evaluación:** Taller grupal<br><br>**Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |

## 5. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


- Cartilla de Comportamiento Emprendedor: Camino al Logro / Ruth Nelly Gutiérrez Achury [y otros 4].— Primera edición.— Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Dirección General, 2020.


## 6. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Jhoana Patricia Bolaños Muñoz** | **Instructor** | **Programa Sena Emprende Rural - SER** | **03/09/2021** |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |

## Bibliografía


https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/modulo-1_relaciones-pc3bablicas-empresariales.pdf

https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/

https://www.tailorbrands.com/es/blog/que-es-un-eslogan

https://rockcontent.com/es/blog/slogan/

https://www.entrepreneur.com/article/268482

https://tiempodenegocios.com/nombre-de-empresa/

**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de accesorios artesanales.
- **Código del Programa de Formación:** 52660010
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:** Formación Fase I
- **Actividad de Proyecto:**
- **Competencia:** Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales.
- **Resultados de Aprendizaje:** Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.
- **Duración de la Guía:** 16 Horas

## 2. PRESENTACIÓN

En este camino al emprendimiento el SENA a través del programa Sena Emprende Rural (SER) le ofrece las herramientas necesarias para su conformación. Uno de los elementos más representativos de las regiones es su comida, gracias a su gran diversidad natural y cultural Colombia es todo un paraíso gastronómico. El mestizaje, sumado a la rica y variada geografía, ha hecho del país un lugar potencial para visitantes del mundo que buscan degustar nuevos, tradicionales y deliciosos sabores latinoamericanos.

La geografía nos favorece. Siendo el segundo país más biodiverso del mundo, nuestra ubicación ecuatorial nos permite tener una gran cantidad de climas adecuados para el crecimiento y la producción de bienes agrícolas de renombre mundial, como es el caso del café.

Esta misma diversidad hace que el país contenga por cada accidente geográfico variadas tradiciones culinarias que van ligadas al estilo de vida de cada región. Un claro ejemplo se vive en los llanos orientales, donde la actividad predominante de sus habitantes es la ganadería, y todas sus tradiciones culturales y gastronómicas giran en torno a esta práctica.

Apreciado aprendiz, en esta guía de aprendizaje denominada Guía E3: "**Identidad Corporativa**", usted aprendera como diferenciar su unidad de negocio a través de la definición de imagen asociada con sus tres elementos base: 1) el nombre, 2) logotipo, isotipo, imagotipo o isologo, y 3) eslogan, apartir de los cuales nuestros clientes podrán reconocernos. Finalmente desarrollaremos, elementos importantes en la esencia de una unidad de negocio expresados en misión, visión y valores corporativos. Todas estas partes ayudaran a la consolidación de nuestra unidad productiva.



¡Exitos!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Para el aprendizaje se propone la lectura del material de formación correspondiente al **Material de Formación E3** y se desarrollan tres actividades practicas.

### ✓ Actividades de Reflexión inicial:

Basados en el conocimiento adquirido a partir de la lectura del material las aprendices participan en un taller interactivo donde a partir de sus experiencias proponen ejemplos de cada elemento visto.

### ✓ Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

Buscando el reconocimiento de conceptos, la importancia de su identificación y aplicación en la practica, se presenta un video de gastronomía https://www.youtube.com/watch?v=fJDLgw7IYi4 (Minuto 15:09 – 19:09) donde las aprendices identificaran los elementos de imagen corporativa vistos en clase.

### ✓ Actividades de transferencia de conocimiento:

Teniendo como elementos los materiales de formación, los ejemplos desarrollados en clase y la identificación de los elementos que componen la imagen corporativa se desarrolla un taller grupal por medio del cual se contruiran el nombre, imagen y eslogan para la unidad productiva. Así también se procederá a la construcción de misión, visión y valores.

La evidencia de los talleres serán fotografías donde se observa la participación de todas las integrantes del grupo.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento : Taller 1.** (Contextualización) Responde de manera clara y de acuerdo con lo visto en clases. | Identifica los conceptos para la generación de la identidad corporativa. | **Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas en taller grupal<br><br>**Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo |
| **Evidencias de Desempeño: Taller 1**. (Apropiación). Relaciona fácilmente los conceptos con los ejercicios prácticos propuestos . | Referencia de manera clara los conceptos de identidad corporativa. | **Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas en taller grupal. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Producto:**<br>**Taller 1.**<br>(Transferencia)<br>Elaboración de la identidad corporativa para la unidad productiva. | Desarrolla un proceso creativo y participativo en la construcción de la imagen corporativa. | **Técnica de evaluación:**<br>Ejercicio práctico de elaboración de la imagen y la filosofía corporativa.<br>**Instrumento de Evaluación:**<br>Lista de chequeo. |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Eslogan:** Frase publicitaria corta y contundente, que resume el beneficio del producto.
- **Filosofía corporativa:** define la forma real de ser de una organización, su cultura y acciones tienen que ver con sus principios y valores.
- **Imagen corporativa:** es la percepción del público sobre una empresa, el conjunto de creencias, actitudes, ideas, prejuicios y sentimientos de los consumidores sobre la entidad
- **Marca:** es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos
- **Misión:** es el conjunto de objetivos generales y principios de trabajos para avanzar en una organización, que se expresa por medio de una declaración, que resume la misión empresarial en una sola frase, con el objetivo de comunicar la misión a todos los miembros de la organización.
- **Valores corporativos:** son el conjunto de principios éticos y profesionales que orientan las acciones y actitudes de la empresa.
- **Visión:** La visión de una empresa describe el objetivo que espera lograr en un futuro. Se trata de la expectativa ideal de lo que quiere alcanzar la organización, indicando además cómo planea conseguir sus metas.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/modulo-1_relaciones-pc3bablicas-empresariales.pdf

https://baetica.com/logotipo-isotipo-imagotipo-e-isologo-se-diferencian/

https://www.tailorbrands.com/es/blog/que-es-un-eslogan

https://rockcontent.com/es/blog/slogan/

https://www.entrepreneur.com/article/268482

https://tiempodenegocios.com/nombre-de-empresa/

http://formacion.intef.es/pluginfile.php/48495/mod_imscp/content/1/qu_es_un_eslogan.html
https://es.eserp.com/articulos/que-es-la-imagen-corporativa-de-una-empresa/?_adin=02021864894

https://mktg.mx/como-redactar-la-filosofia-corporativa-de-mi-empresa/#:~:text=La%20filosof%C3%ADa%20corporativa%20define%20la,con%20sus%20principios%20y%20valores.

https://www.obsbusiness.school/blog/valores-empresariales-que-no-pueden-faltar-en-tu-negocio#:~:text=Los%20valores%20corporativos%20son%20el,les%20empujan%20a%20hacerlo%20as%C3%AD.

https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html
https://economipedia.com/definiciones/vision-de-una-empresa.html

**7. CONTROL DEL DOCUMENTO**

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Jhoana Patricia Bolaños Muñoz** | **Instructor** | **Programa Sena Emprende Rural - SER** | **03/09/2021** |

**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**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de accesorios artesanales.
- **Código del Programa de Formación:** 52660010
- **Nombre del Proyecto:**
- **Fase del Proyecto:** Formación Fase I
- **Actividad de Proyecto:**
- **Competencia:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- **Resultados de Aprendizaje:** Determinar reto de innovación de acuerdo con motivaciones y potencialidades del entorno.
- Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica.
- Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación
- Aplicar el comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos.
- **Duración de la Guía:** 56 Horas

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz en esta fase usted ya ha desarrollado algunos conocimientos y competencias para la consolidación de su unidad productiva. Por eso en esta guía denominada **E4: Modelo CANVAS** vamos ha entrar en materia afianzando lo que ha recibido, pero sobre todo vamos a estructurar nuestro de negocio y ponerlo en marcha para lo cual usted contara con herramientas que que el SENA a través del programa Sena Emprende Rural (SER) le ofrece.

En esta guía usted encontrara las nueve fases que componen el modelo **CANVAS** fue desarrollado por el consultor de negocios Alexander Osterwalder y el profesor de sistemas de información y gestión Yves Pigneur. Es una herramienta de gestión estratégica que le permite conocer los aspectos clave de su negocio: cómo se relacionan y compensan entre sí. Hace visible la infraestructura, la oferta, los clientes y la situación financiera de tu unidad de negocio para que logres reconocer las deficiencias y analices el rendimiento.

El modelo CANVAS es una herramienta ideal para comprender un modelo de negocio de forma más directa y estructurada. Utilizarlo te ayudará a visualizar la información de tus clientes, las propuestas de valor que ofreces, a través de qué canales y cómo tu empresa gana dinero. Además, puedes usar el modelo CANVAS no solo para comprender tu propio modelo comercial, sino también el de tus competidores.

Éxitos

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Con el propósito de comprender el funcionamiento del Modelo CANVAS se hace entrega de material donde escuentra toda la información que este comprende. Para la reflexión, contextualización y apropiación de todo el conocimiento se acude al **Taller 4** que se desarrolla por fases y comprende las siguientes actividades:

- ✓ **Actividades de Reflexión inicial:**
  Apertura de actividad con reseñas y aplicaciones del modelo CANVAS

- ✓ **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**

  Esta actividad se desarrolla de cara a reflexionar sobre los conocimientos adquiridos y acerca del modelo CANVAS, y se plantean dos preguntas donde se consulta sobre la definición del modelo y su utilidad.

- ✓ **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización):**

  Complementariamente a la primera actividad y con el propósito de que se contextualice los aprendido se sugiere al aprendiz que proponga una idea de negocio o si ya esta concebida comience a detallarla de acurdo con cada una de las cajas del modelo CANVAS. Esto de hace a través de una serie de preguntas sencillas que procuran despertar en el aprendiz la inquietud de como desarrollar el modelo en su negocio.

- ✓ **Actividades de transferencia de conocimiento:**

  Finalmente se realiza un taller

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento:**<br>**Taller E4.**<br>(Contextualización)<br>Dar respuesta al cuestionario de la actividad de contextualización plantean dos preguntas donde se consulta sobre la definición del modelo y su utilidad. | Identifica los conceptos conceptos del Modelo CANVAS | **Técnica de evaluación:**<br>. **Instrumento de Evaluación:**<br>Lista de chequeo |
| **Evidencias de Desempeño:**<br>**Taller E4.**<br>(Apropiación). Desarrolla con creatividad las preguntas | Identifica conceptos y desarrolla ejemplificadamente | **Técnica de evaluación:**<br>Formulación de preguntas. |

| | | |
|---|---|---|
| planeadas en el ejercicio . | los conceptos del modelo CANVAS | **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |
| **Evidencias de Producto: Taller E4.** (Transferencia) Elaboración del Modelo CANVAS | Construye de manera creativa los elementos del Modelo CANVAS y lo aplica a la idea de negocio planteado. | **Técnica de evaluación:** Ejercicio práctico de construcción del Modelo CANVAS con la idea de negocio **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Segmentación de mercados:** también conocida como segmentación de clientes o segmentación de audiencias, es un método por el cual se pueden dividir a los clientes potenciales en distintos grupos, los cuales, permiten que las empresas puedan enviar mensajes personalizados a las audiencias correctas.
- **Propuesta de Valor (PV):** Es un conjunto de beneficios que una organización ofrece a sus consumidores. Algunas propuestas pueden ser innovadoras y presentan una idea nueva o que rompe con un servicio tradicional. Otras, similares a las existentes, pero con nuevos atributos.
- **Canales:** Los canales de comunicación, distribución y ventas son la interfase con los clientes. Son puntos de contacto que juegan un rol importante en la experiencia del cliente. Esta parte explica como la empresa se comunica con los segmentos de mercado para llegar con su propuesta de valor.
- **Relación con los clientes:** En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado. Se debería clarificar el tipo de relación que la empresa quiere establecer con su segmento de clientes. Las relaciones pueden ser desde personalizadas a automatizadas. Las relaciones pueden ser motivadas por: adquirir nuevos clientes, retener clientes o incrementar ventas.
- **Flujo de ingresos:** Es el flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado (para calcular los beneficios es necesario restar los gastos a los ingresos). Una compañía debería preguntarse por qué propuesta de valor los clientes están dispuestos a pagar. Contestando esta pregunta, se detectan los distintos flujos de ingresos.
- **Recursos clave:** Son los recursos para distintos modelos de negocios, ellos pueden ser físicos, financieros, intelectuales o humanos y pueden ser propios, arrendados o adquiridos de socios.
- **Actividades clave:** Son las actividades necesarias para crear y ofrecer la propuesta de valor a los clientes, alcanzar ciertos mercados, mantener relaciones con clientes y generar ingresos.
- **Asociaciones clave:** Las compañías crean alianzas y asociaciones optimizar sus modelos de negocios, reducir riesgos o adquirir recursos. Se pueden generar alianzas estratégicas entre no competidores, alianzas estratégicas con competidores, proyectos conjuntos para nuevos negocios, alianzas con proveedores, socios, etc.
- **Estructura de Costos:** Se describen los costos más relevantes que se deben solventar en una unidad de negocio. Aquí se representa la creación y entrega de valor a través del producto, se pretende mantener una relación con los clientes y generar ingresos los cuales llevan un costo asociado. La estructura de costos tiene en cuenta costos fijos, costos de recurso humano (mano de obra), arriendo, costo de materias primas, costos variables.

## 6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS


https://www.mapa.gob.es/ministerio/pags/biblioteca/fondo/pdf/5269_39.pdf

https://www.eleconomista.com.mx/empresas/tipos-de-segmentacion-de-mercado-20200217-0073.html

https://issuu.com/creandodifusion/docs/generacion_de_modelos_de_negocio_-_alexander_oster

https://www.academia.edu/13325313/Business_Model_Generation_MODELO_CANVAS

https://www.youtube.com/watch?v=qtgZ0n6FAOI

https://economipedia.com/definiciones/costo-fijo.html

https://modelocanvas.net/canales-canvas/

http://www.fadu.edu.uy/marketing/files/2013/04/BMC_2015.pdf

https://cecma.com.ar/wp-content/uploads/2019/04/generacion-de-modelos-de-negocio.pdf

https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas

https://www.abtasty.com/es/blog/segmentacion-de-mercado-definicion-tipos-y-estrategia/


| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Jhoana Patricia Bolaños Muñoz** | **Instructor** | **Programa Sena Emprende Rural - SER** | **03/09/2021** |

**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**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Emprendedor en elaboración de accesorios artesanales.
- **Código del Programa de Formación:** 52660010
- **Nombre del Proyecto:** Formación Fase I
- **Fase del Proyecto:**
- **Competencia:** Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- **Resultados de Aprendizaje:** Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.
- **Duración de la Guía:** 8 Horas

## 2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, en este punto usted ya tiene los elementos suficientes para estructurar los costos de su unidad productiva. Teniendo en cuenta lo anterior, esta guía le permitirá poder asignar precios a sus productos y encontrar el punto de equilibrio para su producción.

En esta guía usted encontrara los elementos para continuar con la formación teniendo en cuenta los ejercicios anteriores. Uno de los elementos importantes en la estrategia del mercadeo es el precio, por eso, para poder competir con sus rivales comerciales deberá además de tener un producto innovador, asignar unos precios competitivivos que le aseguren un margen de ganancia para poder seguir creciendo en el mercado.

El punto de equilibrio le permite al emprendedor fijar metas frente a sus ventas, pues establece mínimos para cubrir sus costos y gastos, y permite continuar en la línea del crecimiento de las ventas.

¡Éxitos!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Con el fin de desarrollar las diferentes actividades propuestas para el desarrollo de la presente guía, primero lea completamente el **Material de Formación E1** y posteriormente desarrolle el **Taller 1** que comprende las siguientes actividades:

- ✓ **Actividades de Reflexión inicial:**

Recapitular conceptos vistos con anterioridad a través de preguntas sencillas que les permita identificar la importancia de las precios en el desarrollo de la unidad productiva **Taller 1 reflexión inicial. Taller colaborativo**.

- ✓ **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**

Con el fin de desarrollar esta segunda actividad se complementara en el mismo **Taller 1** en la sección **contextualización**, se adelants una serie de preguntas y los aprendices participan en el tablero con ejercicios que les ayudan a comprender los conceptos.

- ✓ **Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización):**

Se propone un taller con la unidad o negocio productivo de cada aprendiz a fin de que pueda comprender de mejor manera los conceptos desarrollados en clase.

- ✓ **Actividades de transferencia de conocimiento:**

Finalmente se desarrolla un ejercio general sobre la unidad productiva, con el fin de que todos los aprendices interioricen los conceptos mostrados en clase.

## 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

| Evidencias de Aprendizaje | Criterios de Evaluación | Técnicas e Instrumentos de Evaluación |
|---|---|---|
| **Evidencias de Conocimiento : Taller 1.** (Contextualización) Reconoce la importancia de los precios en la unidad productiva. | Identifica los conceptos para la construcciónde precios. | **Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo |

| | | |
|---|---|---|
| **Evidencias de Desempeño:** **Taller 1**. (Apropiación). Desarrolla ejercicios prácticos de manera satisfactoria. | Desarrolla actividades que fomentan la participación e identificación de los conceptos asociados a los precios. | **Técnica de evaluación:** Formulación de preguntas. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo. |
| **Evidencias de Producto:** **Taller 1.** (Transferencia) Elaboración de precios de productos para comercialización. | Participación voluntaria, contribución y trabajo colaborativo en el desarrollo del taller. | **Técnica de evaluación:** Ejercicio práctico de construcción de precios. **Instrumento de Evaluación:** Lista de chequeo |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Precio:** El precio es la cantidad necesaria para adquirir un bien, un servicio u otro objetivo. Suele ser una cantidad monetaria.
- **Punto de equilibrio:** El punto de equilibrio es el volumen de producción y ventas con el cual el ingreso total compensa exactamente los costos totales, que son la suma de los costos fijos y los costos variables.
- **Contribución margina**l: se define como el porcentaje de cada unidad monetaria de ventas que resulta luego de pagar los costos variables de operación.
- **Costos fijos:** Son aquellos costos que sostienen la estructura operativa de la empresa; es decir, aquellos que permanecen constantes en su magnitud, independientemente de que se produzca o deje de hacerlo.
- **Costos variables:** Son todos aquellos costos que son directamente proporcionales al volumen de producción y/o distribución; en otras palabras, a mayor producción corresponderá mayor cantidad de estos costos.

## 6. Bibliografía


https://enciclopediaeconomica.com/punto-de-equilibrio/

https://www.youtube.com/watch?v=ZZB2ZHqAOZg

https://www.bancofinandina.com/finanblog/noticias/2020/05/14/el-punto-de-equilibrio-en-tu-negocio

https://leanmanufacturing10.com/punto-equilibrio-calcularo-analizarlo-e-interpretarlo

https://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/Academia%20de%20Finanzas/Finanzas%20I%20Mauricio%20A.%20Chagolla%20Farias/9%20analisis%20de%20equilibrio.pdf





https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha |
|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | **Jhoana Patricia Bolaños Muñoz** | **Instructor** | **Programa Sena Emprende Rural - SER** | **03/09/2021** |

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

| | Nombre | Cargo | Dependencia | Fecha | Razón del Cambio |
|---|---|---|---|---|---|
| **Autor (es)** | | | | | |