

Foto banco de imagenes elements.envato.com

CUADERNILLO

MI RUTA SENA EMPRENDE RURAL

CUANDO CREEMOS,
CREAMOS

SENA | SENA Emprende Rural

MI RUTA SENA _____ EMPRENDE RURAL

El programa **SENA Emprende Rural (SER)** cumple su misionalidad a partir del acompañamiento integral a las comunidades rurales, soportado en la formación para el emprendimiento, la creación de Unidades Productivas y el fortalecimiento de las mismas a través de asesoría u otras acciones formativas.

El programa **SER**, cuenta con un equipo de trabajo consciente y comprometido, que de la mano de aprendices/ emprendedores como ustedes trabajan por la promoción del emprendimiento, el desarrollo rural y un mejor futuro para las familias y comunidades rurales.

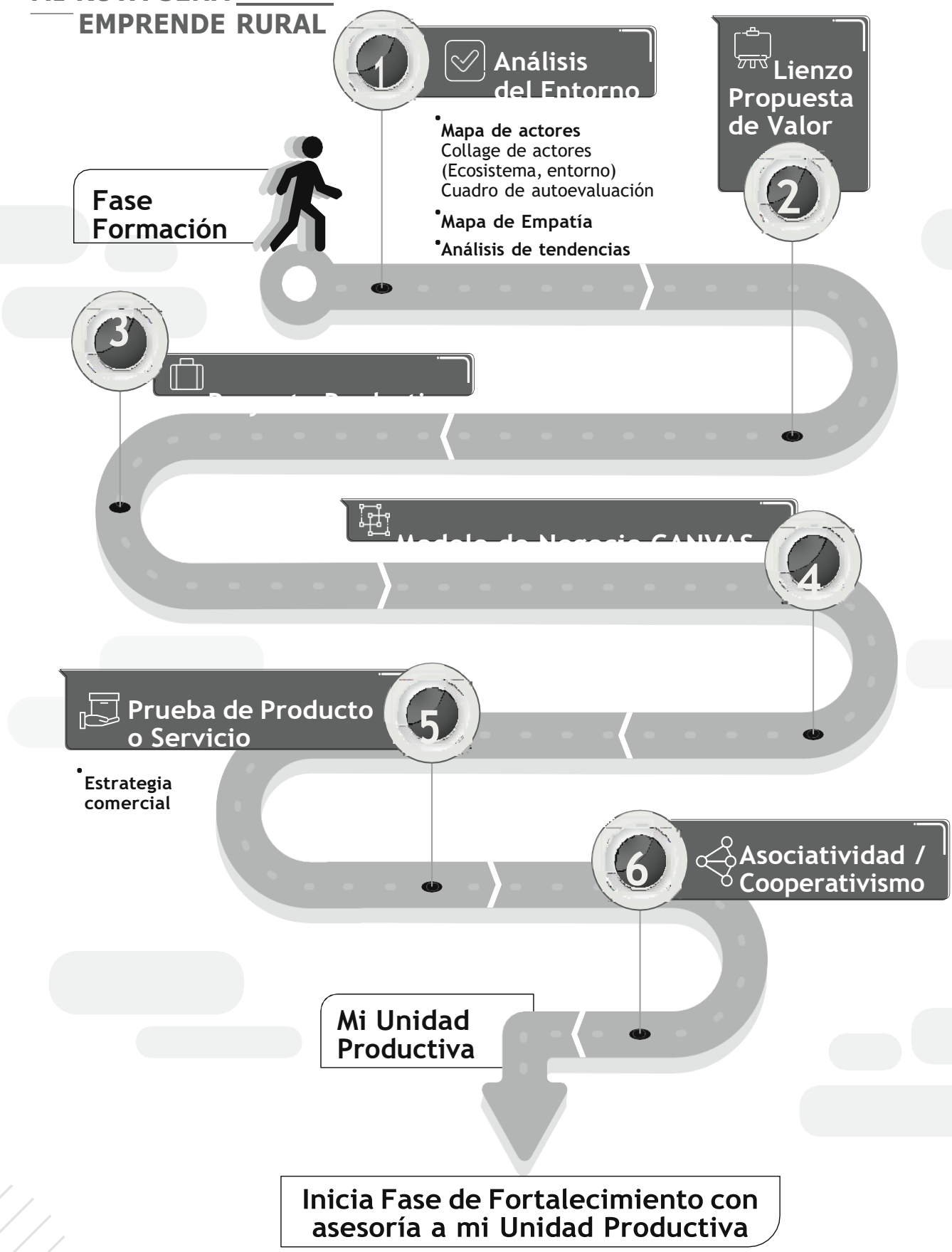
Es así como, para apoyar el recorrido hacia la consolidación de nuevos emprendimientos rurales sostenibles, hemos construido este cuadernillo.

Los invitamos a avanzar en compañía de nuestros profesionales por la ruta que encontrarán a lo largo de estas páginas y hacer de este cuadernillo, la bitácora de este viaje.



¡Aquí inicia la ruta!

MI RUTA SENA EMPRENDE RURAL



Punto de partida: Fase Formación

Regional: **BOYACA**

Centro: **CENTRO DE GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL**

Nombre del programa de formación: **EMPRENDIMIENTO EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES.**

Ficha: **2783851**

Municipio: **BELEN**

Dirección o ubicación: **SALÓN COMUNAL VEREDA LA ESMERALDA**

Nombre del aprendiz líder: **BERNARDA BALAGUERA DAZA**

Nombre del instructor técnico: **María Cristina Martínez Vargas**

Nombre del instructor de emprendimiento: **Obdulio Cuadros Barrera**

En esta etapa usted, junto a los instructores técnico y de emprendimiento apropiará elementos técnicos y de emprendimiento que le permitirán llegar a la creación de una Unidad Productiva Viable.

Análisis del entorno

1

El análisis del entorno invita a una reflexión conjunta entre instructores y aprendices sobre el contexto, a partir del cual se pueden identificar los problemas, necesidades y oportunidades para (a partir de la solución identificada), planear las acciones futuras.

Este autorreconocimiento por parte de las comunidades representa el punto de partida para determinar correctamente el plan de trabajo desde lo formativo, la propuesta de valor, el proyecto productivo y el modelo CANVAS.

Para analizar el contexto de manera integral apóyese en las siguientes herramientas:

- Mapa de actores
- Mapa de empatía
- Análisis de la caja, análisis de tendencias

Estas herramientas constituyen la primera parada de la ruta **SENA Emprende Rural.**

Mapa de actores: actividad "collage de actores" (Ecosistema, entorno)

La siguiente actividad le ayudará a reconocer en su entorno los posibles actores presentes en el territorio con quienes de una u otra manera interactuará durante la ejecución del proyecto productivo, la creación de la unidad productiva y su avance después del proceso de fortalecimiento.

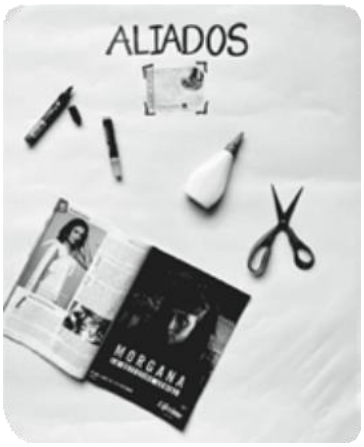
Para esta actividad necesitará: pegante, recortes de revistas, papel cartulina o pliego de papel periódico.

Con ayuda de su instructor o dinamizador de emprendimiento, realice la siguiente actividad tipo "collage":

1. Identifique los actores que intervienen en su proyecto, escriba en la cartulina o papel periódico los principales aliados para su desarrollo: beneficiarios, clientes potenciales, fuentes de financiación, entidades de interés normativo (ambiental, agropecuario, sanitario, tributario, económico, político, educativo).

2. Busque imágenes representativas asociadas a cada actor y péguelas sobre cada actor identificado en la cartilla.

Duración estimada: 2 horas



Si quiere ampliar información de como hacer un collage, escanee el siguiente código QR

Actividad: mapa de actores

El siguiente paso es reconocer el tipo de relación existente con los actores que se identificaron previamente, para ello necesitará: hojas de papel periódico, regla y marcadores. **Siga las siguientes instrucciones:**

1. Dibuje o pegue la imagen del mapade actores (siguiente página) en el papel periódico

2. Ubique los actores identificados en la actividad "collage de actores" en el mapa de acuerdo a su rol (Si considera que faltó algún actor de relevancia que haga presencia en el territorio, por favor inclúyalo)

3. Usando el cuadro de referencias (abajo a la derecha) identifique para cada actor el sector, el grado de poder y sus relaciones con la unidad productiva de acuerdo con las formas e indicaciones del cuadro

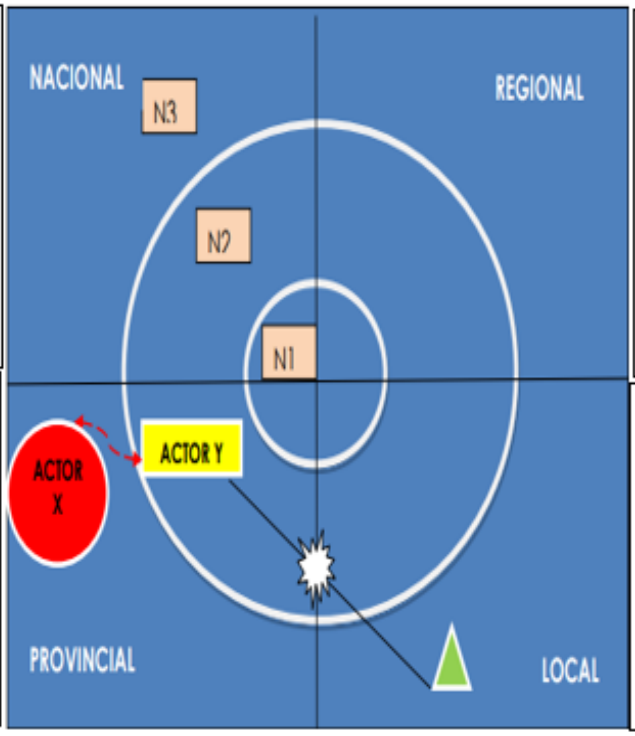
4. Socialice el resultado a los demás integrantes de la unidad productiva en compañía del instructor o dinamizador

5. Plasme a través fotografías el resultado de esta actividad en la hoja "Proyecto productivo" (Mapa de actores) de la Estructura de Seguimiento Integrada (ESI) de la Unidad Productiva (UP)

REFERENCIAS		
SECTORES	Público	Municipio, Dto, nación, secretarias, ministerios, SENA
	Privado	proveedores, comercio, operadores turísticos, Bancos, empresas de comunicaciones
	Académico	SENA, universidades,
	social	Asociaciones, cooperativas, ONG,
PODER	N1: Actores con capacidad de decisión	Laboratorio artesanías de Boyacá. Autoridades municipales, departamentales, nacionales SENA: DIAN, Cámara de comercio,
	N2: Actores con influencia, pero sin capacidad de decisión	Operadores turísticos, hoteleros, bancos.
	N3: Actores con capacidad de veto	En el sector artesanal no hay entes reguladores con capacidad de veto.
RELACIONES	Colaboración /alianza	
	Tensión conflicto	
	Intermitencia	
	Ausencia de relación	Sin flechas
	Influencia sobre	

MAPA DE ACTORES UNIDAD PRODUCTIVA: LAS PASCASIAS "Tejiendo sueños, rescatando historias"

- Artesanías de Colombia
- Procolombia
- SENA,
- Proveedores
- Asociaciones de turismo.
- Operadores turísticos.
- ONG
- Entidades financieras-banco agrario.
- Empresas de Comunicaciones.



- Secretarias de desarrollo, turismo, municipal, departamental.
- SENA,
- Laboratorio de artesanías de Boyacá
- Proveedores
- Asociaciones de turismo-artesanías
- Operadores turísticos.
- ONG
- Entidades financieras.
- Empresas de Comunicaciones.
- DIAN, Cámara de comercio.
- Fundación Bavaria.

- Proveedores
- Asociaciones de turismo.
- Operadores turísticos.
- ONG
- Entidades financieras.
- Empresas de Comunicaciones

- Alcaldía municipal, secretaria de desarrollo.
- Empresas privadas, comercio.
- Banco agrario.


Mapa de actores
Nacional
Regional
N3
N2
N1
Actor Y
Actor X
Provincial
Local

Mapa de actores: actividad cuadro de autoevaluación

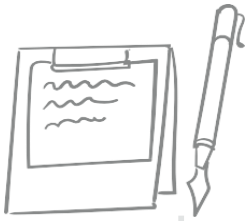
Con el fin de ampliar el conocimiento frente al entorno institucional y la clase de servicios o tramites que se pueden realizar con ellos, en compañía del instructor o dinamizador a cargo, desarrolle la siguiente actividad:

A partir de los resultados de las actividades “collage y mapa de actores” complete la siguiente tabla, diligenciando los campos vacíos según corresponda, bien sea identificando el actor, las actividades de interés que realiza, los tramites o lapágina web de la entidad.

Análisis del entorno: mapa de empatía

Al momento de generar una idea de negocio, la empatía juega un papel muy importante porque permite ser más realistas sobre lo que el consumidor espera, yasí, poder ofrecerle algo que se ajuste a sus necesidades o deseos. Este ejerciciole ayudará a anticiparse a las necesidades de los clientes empleando creatividad e innovación para identificar y materializar nuevas oportunidades de negocio. Dibuje o recorte y pegue a la persona que considera va ser su cliente en el recuadro central, reflexione sobre las preguntas y responda en la página siguiente.





¿Qué piensa? **¿Qué siente?**

META

Lo que realmente importa. Principales preocupaciones, inquietudes y aspiraciones

¿Qué ve?

La oferta del mercado

Entorno

Amigos

¿Qué oye?

Lo que dicen los amigos

Lo que dice el jefe

Lo que dicen las personas influyentes



Turista con perfil de aventura

¿Qué dice y hace?

Actitud en público

Aspecto

Comportamiento hacia los demás



Esfuerzos

Miedos

Frustraciones

Obstáculos

Resultados

Deseos/necesidades

Medida del éxito

Obstáculos



Reflexione sobre las preguntas y responda en la página siguiente

Tomado de: http://advenio.es/modelo-de-negocio-y-el-cliente-mapa-de-empatia/

Análisis del entorno: respuestas mapa de empatía

VER / ¿Qué VE?

1. ¿Cómo es su entorno? Es un entorno donde busca realizar viajes que lo saquen de la rutina
2. Quiénes son sus amigos? Amantes de la aventura y ansiosos del cambio y el deporte extremo
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado? En la actualidad el turista amante del deporte extremo encuentra variedad de platos artesanales y productos representativos de las regiones que visita
4. ¿A qué problemas se enfrenta? La falta de propuestas turísticas completas donde se realicen talleres que permitan el rescate de tradiciones artesanales

PENSAR Y SENTIR / ¿Qué PIENSA Y SIENTE?

5. ¿Cuáles son sus necesidades, preocupaciones y expectativas? Necesidades de cambios en su rutina, se preocupa por estar comodo y atendido tiene expectativas por lugares nuevos por conocer Identificar lo que considera realmente Importante ser reconocido y experimentar cambios

6. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. Aspira ser reconocido y disfrutar de los placeres de la vida Predecir sus emociones permite ofrecer un producto que satisfaga sus necesidades.

DECIR Y HACER/ ¿Qué DICE y HACE?

7. ¿Cuáles su actitud y conducta? Tranquilo, disfrutando del entorno y los paisajes

8. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? Tranquilo, curioso y preguntando por loas cosas nuevas que ve en el entorno

9. ¿Qué comenta con su entorno? Todo su entorno es nuevo para el a cada lugar al que va

10. ¿Se detecta algún factor diferencial entre lo que dice y lo que realmente piensa y siente? ¿Qué es lo que ellos ven en su entorno cercano? No este perfil de turismo dice y hace lo que piensa, es curioso por naturaleza

ESCUCHAR / ¿Qué ESCUCHA?

11. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? Las nuevas, donde se pueda conocer y experimentar cosas y aventuras nuevas

12. ¿Qué dicen sus amigos? Sus amigos hablan sobre planes de viajes y turismo

13. ¿Qué dicen sus colaboradores? Admiran su gusto por los viajes donde se realizan actividades que ellos no harían

14. ¿Qué dice su círculo de influencia? Hablan sobre nuevos deportes y destinos turísticos nuevos, remotos y placenteros

15. ¿Quien ejerce mayor influencia sobre él y cómo? Sus amigos cercanos quienes también gustan de actividades nuevas y extremas

16. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? Las redes sociales y las páginas de viajes

DEBILIDADES / ¿Qué DEBILIDADES tiene?

17. ¿A que desafíos se enfrenta? A lo desconocido en cada uno de sus viajes, a la inseguridad de los sitios que visista

18. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? No poder realizar viajes lejanos y de alto costo

19. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? Ecomnomicos, sociales por la aceptación de su estilo de vida

20. ¿Qué riesgos teme encontrarse? Insatisfacción en lo que esperaba encontrar y lo que había

FORTALEZAS/¿Qué FORTALEZAS tiene?

21. ¿Qué logros quiere alcanzar? Reconocimiento en redes sociales y viajar a los lugares mas extremos del mundo

22. ¿Cómo mide el éxito? Lo mide por la cantidad de lugares que conoce y las experiencias nuevas que tiene en cada uno de estos lugares

23. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? Plan de viaje con sus amigos y ahorrar para viajes futuros

Tomado de: http://advenio.es/modelo-de-negocio-y-el-cliente-mapa-de-empatia/

Respondidas la anteriores preguntas del mapa de empatía es posible determinar del cliente:

1. Qué propuesta de valor espera
2. Cuáles son los canales de distribución por los que espera que conectemos con él
3. Qué relación marca/cliente quiere que establezcamos con él
4. Qué está dispuesto a pagar por nuestros servicios y/o productos

Actividad: análisis de la caja

Es una herramienta valiosa que permite estudiar diferentes factores del entorno que pueden influir en el desarrollo de la propuesta de valor.

Identifique el problema, oportunidad o necesidad: NO HAY PRODUCTOS EN ACCESORIOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE BELÉN_

Para construir la caja, hay que completar la información requerida en cada recuadro.

Escriba en el centro de la caja la solución, que será el elemento base de la construcción de la caja.

El análisis de todos estos elementos ayudará a fortalecer la solución que se ofrece con la idea de negocio, llevando a plantear objetivamente la propuesta de valor.

Tendencias: analice si la idea está alineada o responde a las tendencias actuales del mercado, por ejemplo: consumo consciente, cuidado personal, eco ambiental, no plástico, entre otras.	**Tendencias:** Turistas viajeros en búsqueda de espacios en ámbitos rurales (Paisajismo, avistamiento de aves, senderismo); entre otro turismo de aventura.	**Cliente:** es necesario que conozca quiénes son sus clientes potenciales, cuáles son sus retos, metas, valores, gustos, de dónde obtienen la información, entre otros aspectos.
Competidores: En el municipio de Belén no existe la oferta de productos tejidos que compita con la UP, de la gran oportunidad de negocio	**Solución:** DISEÑO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN ACCESORIOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE BELÉN	**Tipo de cliente: Especialmente el turista viajero nacional y extranjero, que se dirige al norte, nevado del Cocuy**
Competidores: Aquí se identifica quienes son sus competidores, para luego analizar cuáles son sus fortalezas y sus debilidades,	**Tecnología: Htas, Tic´sde comunicación y promoción del turismo de aventura**	**Tecnología:** En este ítem debe analizar qué elementos tecnológicos va a incorporar en la implementación de la



Lienzo Propuesta de Valor

2

Ahora cuenta con insumos para construir la propuesta de valor de manera adecuada. La propuesta de valor, representa el centro sobre el que gira nuestro modelo de negocios, para construirla necesitará: hojas de papel periódico, regla y marcadores.

1. Dibuje o pegue la imagen de la propuesta de valor en el papel periódico. Use como referencia la plantilla que se encuentra en la pagina siguiente.

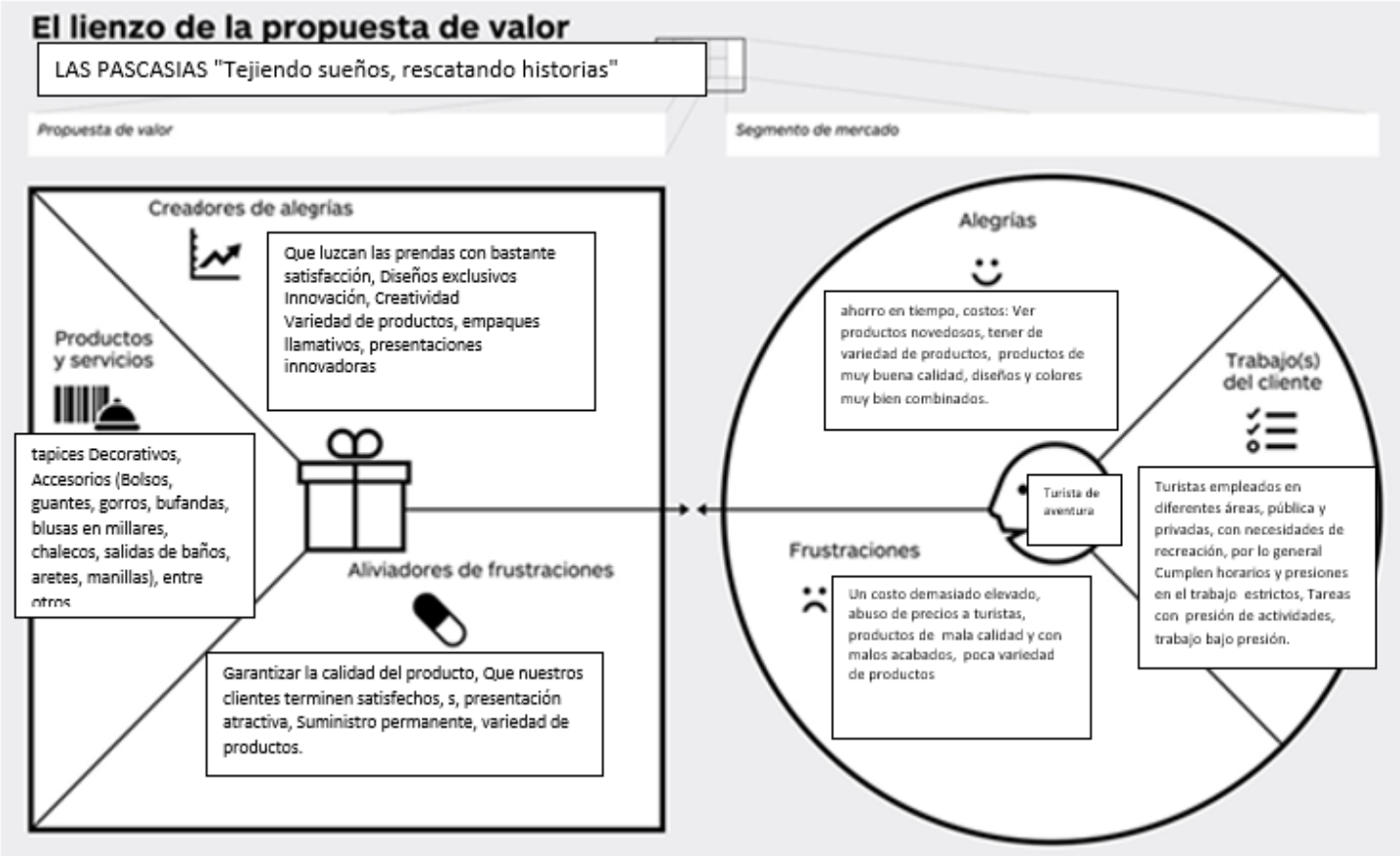
2. Diligencie cada campo de acuerdo a los pasos e instrucciones que se encuentran en la siguiente tabla de apoyo. Avance diligenciando el "lienzo propuesta de valor" de izquierda a derecha hasta llegar al producto o servicio a ofrecer a los clientes.

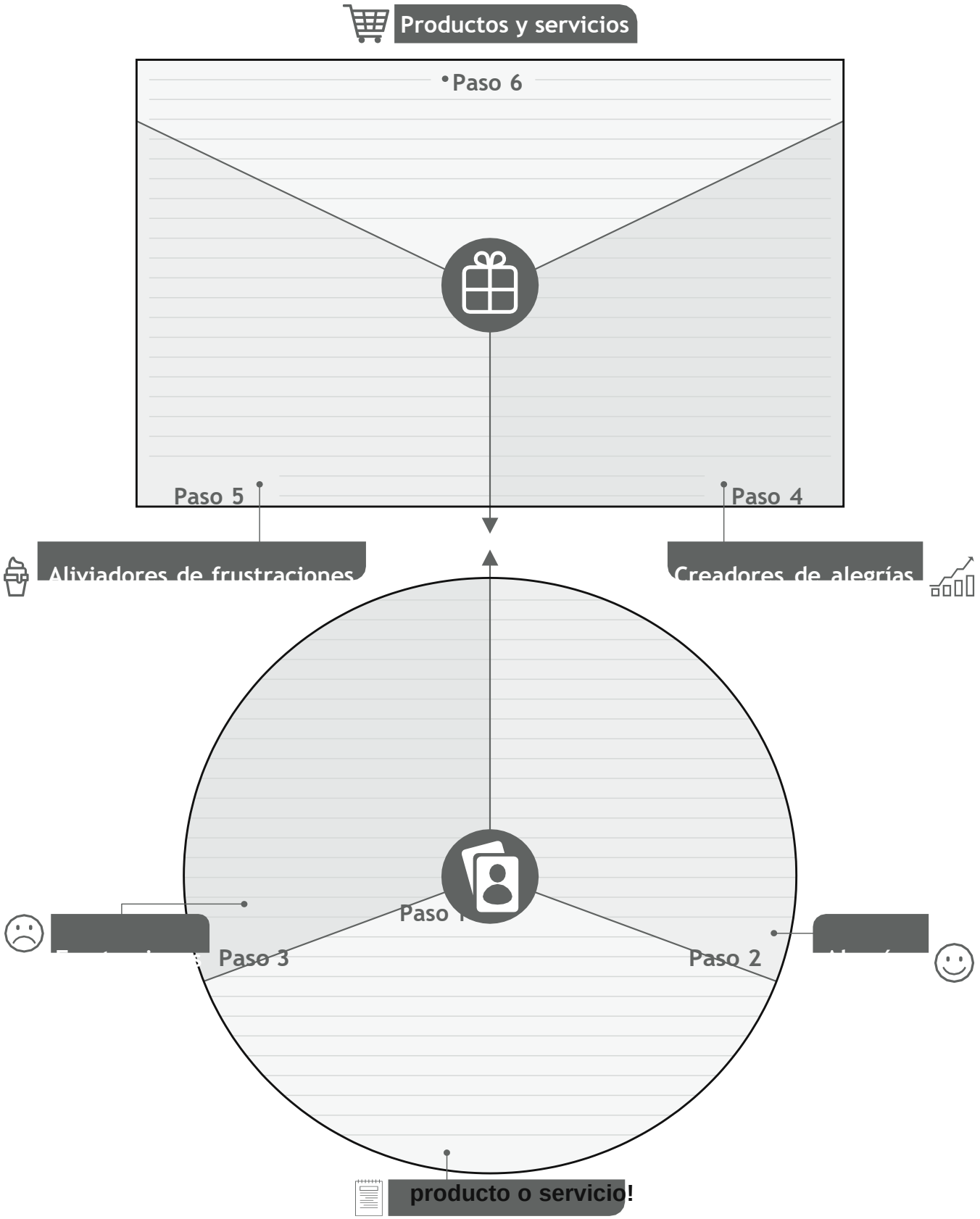
<table>
<tr>
<td rowspan="2">Productos y servicios:
Escriba los nombres de los productos y servicios que ofrece y en los que pueden estar interesados sus usuarios.
Paso 6</td>
<td>Creadores de alegrías:
Explique como su idea/producto/servicio satisface deseos o necesidades para su público potencial.
Paso 4</td>
<td>Alegrías:
Escriba los beneficios que sus clientes potenciales buscan obtener: ahorro en tiempo, costos.
Paso 2</td>
<td rowspan="2">Trabajo del cliente:
Escriba aquí aquello que los clientes están intentando hacer en algún aspecto de su día a día.
Paso 1</td>
</tr>
<tr>
<td>Aliviadores de frustraciones:
Describa como su idea/negocio/servicio resuelve los problemas más importantes de sus potenciales clientes.
Paso 5</td>
<td>Frustraciones:
Escriba aquellas dificultadeso inconvenientes que el cliente encuentra en algún aspecto de su vida o trabajo.
Paso 3</td>
</tr>
</table>

Puede ampliar la información sobre este tema, revisando la cartilla Comportamiento Emprendedor y la cartilla de apoyo a la Estructura de Seguimiento Integrada.

3. Socialice el resultado a los demás integrantes de la Unidad Productiva en compañía del instructor o dinamizador.

4. Escriba el resumen de la Propuesta de Valor a continuación:





¡Diligencie siguiendo los pasos hasta llegar a su

¿Cuál es el nombre del proyecto productivo?
DISEÑO PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS EN ACCESORIOS ARTESANALES EN EL MUNICIPIO DE BELÉN

Teniendo en cuenta los ejercicios previamente desarrollados identifique una problemática, necesidad u oportunidad En el municipio de Belén existe la necesidad de promover el sector turístico, no ha habido la organización e interés por parte de las autoridades en aprovechar este sector de la economía y dentro de este, el respaldo para fortalecer el sector artesanal del municipio, promoviendo la unión y articulación de las mujeres Belemitas emprendedoras, aprovechar toda su creatividad y habilidades para las manualidades en tareas artesanales, en tejidos, telares, bordados, entre otras técnicas.

¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad?El entusiasmo de un equipo de emprendedoras, esta iniciando, con capacitación, producción y comercialización de productos en esta técnica. Están activas y les ha ido muy bie¿Qué solución se plantea?

¿Quién es el público objetivo? Turistas, nacionales y extranjeros, y de aventura que van para el nevado del cocuy. comerciantes, hoteles, restaurantes, comunidad en general, empresas públicas y privadas, cooperativas

¿Qué recursos se necesitan invertir en el proyecto productivo? (Humanos, equipos,financieros).
Recursos económicos.
Para materia prima, para herramientas y algunos equipos, para publicidad.
Recursos tecnológicos
Para la promoción y ventas
Recursos humanos
Lider de la UP
Artesanas, con practica en tejidos y elaboración de tejidos

Administración y manejo de recursos

La creación de la UP

¿Cual es el componente innovador del proyecto ? La Unidad productiva **“LAS PASCASIAS”** Tejiendo sueños, rescatando historias", rescata el uso de la lana natural, involucrando a todas las personas que intervienen en el proceso de producción y preparación de la materia prima, desde el cuidado de la oveja, el esquilado, el hilado y tinturado, costumbre a tendido en desaparecer en el municipio de Belén, potencia turística y puente del turismo hacia el norte de Boyacá.

Escriba los impactos del proyecto:

Impacto ambiental: La mayor parte de las actividades desarrolladas por la UP, no generaran impacto ambiental negativo, algunas actividades deben preverse y controlarse, disminuyendo el impacto, haciendo reutilización de residuos y disposición adecuada de los demás.

Impacto económico: La inversión del proyecto es relativamente mínima respecto a los beneficios que las emprendedoras puedan recibir, en un periodo largo de ejecución del proyecto.

Impacto social: Creación y generación de empleo, promoción y atracción de turistas, reconocimiento y fortalecimiento de una actividad para brindar oportunidades a mujeres emprendedoras, madres cabeza de familia, mejorando su calidad de vida, fomentando la equidad de genero y la igualdad de oportunidades.

Impacto Tecnológico: Utilizar las Tics para comercializar nuestros productos

Escriba aquí la justificación del proyecto: El municipio de Belén cuenta con una excelente ubicación geográfica, siendo parte del corredor vial, actualmente provincia del Tundama. En el municipio no se cuenta con una producción y comercialización continua de productos y accesorios artesanales, los cuales podrían ser una oportunidad de trabajo para las integrantes de la UP LAS PASCACIAS, la cual se ha venido fortaleciendo mediante capacitación, asociación inicialmente de mujeres emprendedoras, que mediante la innovación, con diseños exclusivos, materia prima de excelente calidad, amplia gama de colores, variedad y terminados de buena calidad, apoyadas y motivadas en la historia del municipio, rescate del conocimiento del patrimonio cultural, elaboramos diseños y productos a mano dando un realce de nuestra cultura y el buen trabajo que realizan las mujeres belemitas. Igualmente se realizará articulación con los operadores turísticos que permita a los visitantes, turistas de aventura que pasan por este municipio, adquirir nuestros productos de excelente calidad y a precio justo.

Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto: Belén requiere con urgencia un proyecto con estas propuestas que se plantean. Es un reto para las prendedoras. Se les hizo énfasis en la necesidad de profundizar, conocer y analizar más a los clientes que visitan al municipio, para identificar necesidades y poder ofrecérselas como una estrategia de innovación y mejoramiento de la productividad.

Modelo de negocio CANVAS

4

1. A partir de las actividades desarrolladas previamente, (análisis del entorno, mapa de actores, mapa de empatía, propuesta de valor), con ayuda del instructor o dinamizador de emprendimiento, construya su modelo de negocio CANVAS en la plantilla Modelo CANVAS Fase Formación que se encuentra en la pagina siguiente.

2. Para ello, manteniendo la coherencia con los resultados de las actividades previas use como apoyo la información asociada a las preguntas de cada numeral de la siguiente tabla:

1. Segmento del mercado ¿Quién es su cliente?, ¿a quién se dirige?, ¿clientes más importantes? ***Basado en: mapa de empatía***	**2. Propuesta de valor** ¿Qué problemas ayuda a resolver, qué necesidades se satisfacen y qué ofrece a cada segmento de mercado al que se dirige? ***Basado en: Propuesta de Valor***
3. Canales, distribución y comunicación ¿Cómo llega su propuesta a los clientes?, ¿qué canales funcionan mejor?, ¿cuáles son los más rentables? ***Basado en: mapa de empatía***	**4. Relaciones con los clientes** ¿Cómo conseguir y conservar a sus clientes? ***Basado en: mapa de empatía - propuesta de valor***
5. Actividades clave ¿Qué actividades clave requiere su idea de negocio, canales y clientes? ***Basado en: mapa de empatía - propuesta de valor***	**6. Recursos clave** ¿Qué recursos son clave para su modelo de negocio y cuáles requieren sus propuestas de valor? ***Basado en: mapa de empatía - propuesta de valor***
7. Asociaciones clave (red de partners) ¿Quiénes son sus socios, proveedores y qué hacen? ***Basado en: mapa de empatía - propuesta de valor - mapa de actores***	**8. Costos fijos, variables , inversión activos fijos** ¿Cuáles son los costos, recursos y actividades más caras?
9. ¿Ventas totales? ¿Cómo ganar dinero, cuánto están dispuestos a pagar…? ***Basado en: mapa de empatía - propuesta de valor***	

Tomado de: Thinking-With-You-Herramientas-Visual-Thinking-descargables-gratis.pdf (thinkingwithyou.com)
Puede escanear el código QR para ampliar información sobre el modelo de negocios CANVAS

El resultado de esta actividad plásmelo en la hoja "modelo CANVAS" de su Estructura de Seguimiento Integrada.

Instrucciones:

1. Diligenciar los campos de acuerdo con el "Lienzo de Modelo de Negocios" (Business Model Canvas)
2. Todos los campos deben estar diligenciado para completar el modelo de negocios.
3. Por si se presenta alguna inquietud con la información que debería ir en cada parte, en las celdas de los títulos hay comentarios de aclaración. Cada una esta enumerada de acuerdo al orden que deberían ser diligenciadas pero es discreción del instructor de acuerdo con su proceso de formación.

Nota:

El modelo debe ser construido desde la Formación por parte del instructor con el apoyo de los aprendices que conforman la Unidad Productiva. Posteriormente, el instructor de forlecimiento y el dinamizador de emprendimiento rural deben hacer las modificaciones o agregar la información que consideren necesaria.

CONTROL DE EVIDENCIAS: Marcar con una X solo si se diligenció el Modelo de Negocios Canvas de la Unidad Productiva

MODELO DE NEGOCIOS CANVAS

Diseñado por:

Instructor Tecnico:Maria Cristina Martinez
Emprendimiento: Obdulio Cuadros Barrera
Emprendedoras UP las PASCACIAS

Proposito:

Misión: **Diseñar, producir y comercializar accesorios artesanales a precio justo, con materias primas de excelente calidad, satisfaciendo las necesidades de los clientes y turistas, con productos exclusivos, hechos amano, con un equipo comprometido, capacitado y de gran experiencia.**

Visión: **A diciembre del 2023 estaremos consolidadas como una UP, en crecimiento, dando a conocer los productos y accesorios artesanales, mediante catálogo, pendones herramientas tic´s, en los eventos locales como son mercado verde, eventos folclóricos y época decembrina, promocionando constantemente.**

7. "Asociaciones (alianzas) Clave" (Red de Partners)"

Municipio de Belén. Secretaria de desarrollo.
Proveedores.
.Prestadores de servicios turísticos.
. Operadores turísticos.
. Empresas privadas.
. Empresas publicas
. SENA
. Cámara de comercio.
. DIAN
. Entidades Financieras.
. Empresas de comunicaciones.

5. "Actividades Clave" (ciclo de vida)

Analisis del cliente mapa de empatia. Diseño de prendas y accesorios artesanales
Alistamiento de materis primas
Elaboración de productos
Distibución y Comercialización
Seguimiento, evaluación y mejoramiento del procduto

6. "Recursos Clave"

Recursos económicos.
Para materia prima, para herramientas y algunos equipos, para publicidad.
Recursos tecnológicos
Para la promoción y ventas
Recursos humanos
Lider de la UP
Artesanas, con practica en tejidos y elaboración de tejidos
Administración y manejo de recursos

2. "Propuesta de Valor"

Diseños exclusivos y personalizados
Garantizar la calidad del producto
Que nuestros clientes terminen satisfechos
Elaboración en variedad de colores y materiales
cumplimiento con las caracteristicas del producto. Enfocar productos teniendo en cuenta estrategias como el mapa de empatia.

3. "Relaciones con los Clientes"

Atención con amabilidad, respeto, carisma, presentación personal y de actitud en general
Hacer seguimiento, creando una base de datos para mantener comunicación permanente con los clientes. Escuchar al cliente.

4. "Canales Distribución y Comunicación"

Directo: a los clientes locales y turistas
Indirecto: Intermediarios y comercio local.
Comunicación: Pagina web y herramientas tic
Para comercialización.
Ferias y mercados verdes.

1."Segmentos de Mercado"

Turistas, nacionales y extrangeros, y de aventura que van para el nevado del cocuy. comerciantes, hoteles, restaurantes, comunidad en general, empresas públicas y privadas, cooperativas

9. "Estructura de Costos"

COSTOS FIJOS	209.597
Costos de funcionamiento	135.000
Costos de Comercialización	74.597
COSTOS VARIABLES	6.777.600
Materia Prima	1.357.600
Mano de Obra Directa	5.420.000
INVERSION ACTIVOS FIJOS	#¡VALOR!
Maquinaria y Equipo	#¡VALOR!
Muebles y Enseres	3.036.000
Obras Físicas y Adecuaciones locativas	0

8. "Fuentes de Ingreso"

Ventas Totales	9.450.000

Tomado de: Osterwalder, 2004. (Modelo de negocios CANVAS)

Estrategia comercial:

Estimado aprendiz, con apoyo de su instructor construya los siguientes elementos relacionados con la estrategia comercial de la futura Unidad Productiva.

- Dibuje una propuesta de logo para la futura Unidad Productiva.



- ¿Cuál es su marca, nombre? LAS PASCASIAS

- ¿Cuál es su eslogan? "Tejiendo sueños, rescatando historias"

- ¿Que productos o servicios ofrece? **La unidad productiva LAS PASCASIAS,** se crea a través de la formación **EMPRENDIMIENTO EN ELABORACION DE ACCESORIOS ARTESANALES** para diseñar, producir y comercializar productos artesanales, tejidos en técnicas de tejido de puntos (dos gujas y crochet), en fibras naturales como la lana natural y fibras textiles industriales de diferentes marcas existentes en el mercado dando variedad en texturas, tales como: Accesorios (Bolsos, guantes, gorros, bufandas, chalecos, salidas de baños, aretes, manillas), entre otros.

Para la siguiente actividad, invite a algunas personas que cumplan con las características de clientes potenciales frente al nicho de mercado identificado, pídales probar su producto o servicio. Posterior al uso, consúlteles por el resultado.

Pregunte al grupo de prueba sus opiniones sobre cómo funciona el producto o servicio, qué piensan del diseño y sus otros sentimientos sobre el producto o servicio.

¿Lo recomendarían a otras personas? Tome nota de sus opiniones y recomendaciones, piense en aquello que se podría mejorar antes de sacar el producto o servicio al mercado.

En este tipo de productos, los clientes siempre solicitan excelentes acabados y materias de primera calidad y están dispuestos a pagar precios justo. El producto elaborado a mano es de muy buena acogida se elaboran prendas
únicas pensando en un diseño versátil moderno y cómodo Y una comercialización en los almacenes de punto de venta artesanal que hay en el municipio se recomienda tener unos acabados de muy buena calidad un producto novedoso con diseño, una variedad en color y talla y una posibilidad al turista de un producto artesanal versátil y diferente los tapices son productos que existe muy poco en el mercado artesanal para un cliente conocedor de la artesanía especialmente extranjeros

Importancia del cooperativismo para el desarrollo económico

El cooperativismo mediante la unión y la cooperación permite disminuir las brechas económicas y sociales de un territorio, esto lo podemos expresar mediante el aumento o mejoramiento de la capacidad de producción, la calidad de vida de sus habitantes, la protección del medio ambiente, incremento en los ingresos de sus habitantes, ahorro, saneamiento, entre otros beneficios sociales.

DIAGNÓSTICO ESTRATEGIA ASOCIATIVIDAD Y COOPERATIVISMO

La estrategia Asociatividad y Cooperativismo contempla cuatro metodologías, dos metodologías iniciales, relacionadas con el pensar y la iniciación en el mundo cooperativo: “Thinkcoop”, y “Star.coop”. Así mismo, dos metodologías para organizaciones con un nivel de madurez mayor en el mundo de la economía solidaria, “Mycoop” y “Managecoop”.

Cada metodología ofrece herramientas y contenidos particulares. Por lo que se debe definir sobre cuál de ellas profundizar, para ello se aplicarán una serie de cuestionarios diagnósticos, uno para cada metodología.

Para desarrollar los cuestionarios y determinar la metodología a trabajar, se presentan algunas consideraciones:

- Los formularios deberán responderse uno a uno de manera progresiva en el siguiente orden: Thinkcoop, Start.coop, Mycoop y Managecoop, hasta determinar de acuerdo a sus resultados, la metodología a trabajar,
- Frente a cada pregunta las opciones de respuesta son: SI, NO y Parcialmente.
- Si en un formulario al menos cuatro de las respuestas tienen marcada la opción “Si”, se debe pasar al siguiente formulario.
- Si el formulario de alguna de las metodologíastiene más de dos respuestas con la opción “NO” otres respuestas con la opción “Parcialmente” será únicamente sobre esa metodología que se sugiere profundizar por parte del profesional a cargo.

Responda a continuación:

Diagnóstico Cooperativismo a nivel local

Apreciado aprendiz/emprendedor con apoyo de su instructor/dinamizador, responda el siguiente cuestionario diagnostico:

N°	Aspecto a evaluar	Si	No	Parcialmente
ThinkCoop				
1	Tenemos identificadas claramente cuáles son las personas (familiares, amigos, vecinos, socios) que nos ayudan a contar con un sustento o pueden ayudarnos en el corto plazo	X		
2	Conocemos qué son las relaciones verticales y horizontales entre cooperativas y tenemos identificado con quienes tenemos estos lazos		X	
3	Tenemos identificadas las dificultades productivas que podemos solucionar si nos agrupamos con familiares, amigos, vecinos, socios			X
4	Tenemos claramente definido el tipo de estructura de negocios que nos conviene (empresa individual, cooperativa, asociación, entre otras)		X	
5	Conocemos los diferentes tipos de cooperativas y las ventajas que cada una tiene		X	
Start.Coop				
6	Tenemos identificadas las personas con las cuales podemos hacer negocios y conformar una empresa porque hay completa confianza		X	
7	Tenemos identificado el problema en común que podemos resolver asociándonos, así como sus causas y consecuencias			X
8	Tenemos identificados nuestros clientes potenciales, el aporte que cada miembro puede dar, los aspectos técnicos que requerirán nuestros productos y los precios que tendrán			X
9	Tenemos un documento básico donde se encuentra nuestro plan de negocios completo y actualizado (estudio de mercado, viabilidad técnica, viabilidad financiera, aportes de los socios)		X	
10	Contamos con los documentos reglamentarios para iniciar la cooperativa (acta de constitución, estatutos, plan de acción, gerente)		X	

Si las respuestas evidencian dominio de estás dos metodologías, continue con el siguiente formulario. De lo contario, la metodología a trabajar es: _____

Una vez desarrollados los contenidos para la metodología identificada, aplique la autoevaluación especifica sobre la información trabajada.
Responda únicamente las preguntas relacionadas con esa metodología.

Diagnóstico Cooperativismo a nivel local

Apreciado aprendiz/emprendedor con apoyo de su instructor/dinamizador, responda el siguiente cuestionario diagnostico:

N°	Aspecto a evaluar	Si	No	Parcialmente
MyCoop				
1	¿Tenemos identificada cuál es la oferta de servicios que ofrece nuestra cooperativa para satisfacer las necesidades de los socios y la demanda del mercado?		X	
2	¿Conocemos cuáles son los objetivos, propósito y estrategias de la cooperativa?		X	
3	¿Conocemos los principios cooperativos de nuestra organización?		X	
4	¿La cooperativa usa herramientas para evaluar y analizar si la satisfacción de las necesidades priorizadas está alineada con el propósito definido para la cooperativa?		X	
5	¿Nuestra cooperativa tiene definidas acciones para que los productos o servicios generados cumplan con los estándares requeridos por el mercado?		X	
ManageCoop				
6	¿La cooperativa cuenta con una estrategia de crecimiento que brinde la mayor cantidad de beneficios a sus miembros?		X	
7	¿Conocemos la estrategia de mercadeo de la cooperativa?		X	
8	¿La cooperativa tiene claras sus ventajas competitivas frente a la competencia?		X	
9	¿La cooperativa implementa herramientas para evaluar las evoluciones de los gustos y tendencias de los clientes?		X	
10	¿La cooperativa conoce a sus clientes y sabe cómo abordar sus necesidades?		X	

A partir de los resultados la metodología a trabajar es: _____

Una vez desarrollados los contenidos para la metodología identificada, aplique la autoevaluación especifica sobre la información trabajada.
Responda únicamente las preguntas relacionadas con esa metodología.

Diagnóstico Cooperativismo a nivel local - Autoevaluación

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA THINKCOOP

Apreciado aprendiz/emprendedor responda las siguientes preguntas con sus propias palabras, si no puede contestar alguna de ellas, escriba el por qué.

1. De manera sencilla y con sus palabras escriba cuáles son las personas con las cuales puede llegar a asociarse y qué tipo de relación tiene con ellos (familiares, amigos, vecinos, socios, etc.): esposos o hermanos, asociaciones de artesanas de Tenza, operadores es áreas de turismo y comerciantes

2. ¿Con quienes de ellos tiene relaciones verticales y con quienes relaciones horizontales? Verticales esposos y hermanos, artesanas. Verticales los operadores turísticos.

3. ¿Cuál o cuáles son las dificultades productivas que cree puede solucionar asociándose? Apertura de alternativas de comercialización

4. ¿Cuál es el tipo de estructura de negocios que más les conviene y por qué? Una estructura asociativa, debido a que necesitamos el apoyo, para financiación y comercialización

5. ¿Cuáles cree que son las ventajas que tiene asociarse por medio de una cooperativa? Especialmente para la comercialización y estabilizar los precios, para solicitar apoyo institucional

6. ¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo? Muy importante para poder implementarlas.:

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA STARTCOOP

Apreciado aprendiz/emprendedor responda las siguientes preguntas con sus propias palabras, si no puede contestar alguna de ellas, escriba el por qué.

1. Describa cuál es el problema, sus causas y consecuencias que puede resolver asociándose:

2. Describa brevemente quienes son sus clientes más importantes, que esperan de sus productos y a qué precio se podrían comercializar:

3. Describa brevemente las partes que adelantó de su plan de negocio:

4. ¿Cuáles documentos reglamentarios tramitó para la creación de su esquema asociativo?

5. ¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?:

Diagnóstico Cooperativismo a Nivel Local - Autoevaluación

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA MYCOOP

Apreciado aprendiz/emprendedor responda las siguientes preguntas de manera sencilla y con sus propias palabras, si no puede contestar alguna de ellas, escriba el por qué.

1. ¿Cuál es la oferta de servicios que ofrece nuestra cooperativa para satisfacer las necesidades de los socios y la demanda del mercado: _____

2. Mencione cuáles son los objetivos, propósito y estrategias de la cooperativa: _____

3. ¿Cuáles son los principios cooperativos de nuestra organización? _____

4. ¿Qué herramientas usa la cooperativa para evaluar y analizar si la satisfacción de las necesidades priorizadas está alineada con el propósito definido para la cooperativa? _____

5. ¿Qué acciones realiza la cooperativa para que los productos o servicios generados cumplan con los estándares requeridos por el mercado? _____

6. ¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?: _____

Bajo Medio Alto

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA MANAGECOOP

Apreciado aprendiz/emprendedor responda las siguientes preguntas con sus propias palabras, si no puede contestar alguna de ellas, escriba el por qué.

1. Describa cuál es la estrategia de crecimiento de la cooperativa, y los beneficios a sus miembros: _____

2. Describa brevemente estrategia de mercadeo de la cooperativa: _____

3. Describa brevemente las ventajas competitivasde la cooperativa frente a la competencia: _____

4. ¿Qué herramientas usa la cooperativa para evaluar las evoluciones de los gustos y tendencias de los clientes? _____

5. ¿Cuál es el perfil del cliente de la cooperativa, cuales son sus necesidades? _____

6. ¿Qué calificación le daría al conocimientoque adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?: _____

Bajo Medio Alto



Estimado aprendiz,

¡Felicidades!

Ha concluido la ruta de su proceso formativo, los elementos técnicos y de emprendimiento que ha adquirido permiten hoy la creación de su Unidad Productiva y dar el siguiente paso en su ruta emprendedora.

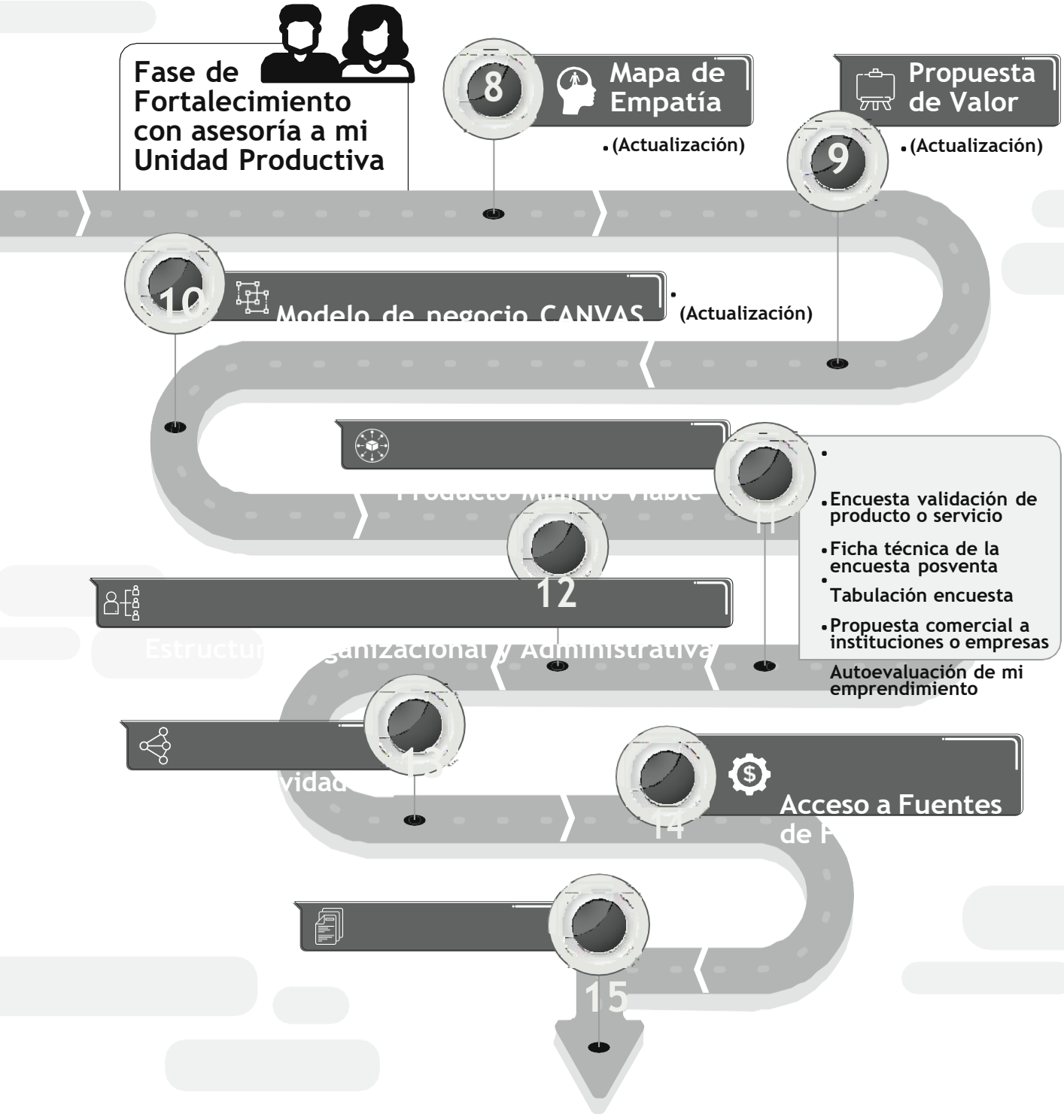
¡Muchos Éxitos!

Nombre y código de la Unidad Productiva:

Nombre del líder de la Unidad Productiva:

Producto o servicio de la Unidad Productiva:

¡Es momento de pasar a la Fase de Fortalecimiento!


Fase de Fortalecimiento con asesoría a mi Unidad Productiva
8
Mapa de Empatía
• (Actualización)
9
Propuesta de Valor
• (Actualización)
10
Modelo de negocio CANVAS
• (Actualización)
Producto Mínimo Viable
11
• Encuesta validación de producto o servicio
• Ficha técnica de la encuesta posventa
• Tabulación encuesta
• Propuesta comercial a instituciones o empresas
12
Estructura organizacional y Administrativa
Autoevaluación de mi emprendimiento
13
vidad
14
Acceso a Fuentes de F
15

Mi Unidad Productiva Fortalecida

Fase de Fortalecimiento
con asesoría a mi Unidad Productiva

Municipio en el que se encuentra la Unidad Productiva

Dirección o ubicación de la Unidad Productiva

¿El emprendimiento es individual o en compañía?

¿La Unidad Productiva cuenta con su documentación al día?

Marque con una equis "X" las opciones que correspondan:

Matrícula mercantil	SI	NO	
Concepto sanitario	SI	NO	N/A
Sistema de gestión	SI	NO	N/A
Lista de precios	SI	NO	
Inscripción al RUT	SI	NO	
Certificado manipulación de alimentos	SI	NO	N/A

Nombres de los instructores técnico/emprendimiento

Nombre de dinamizador de emprendimiento

En esta etapa junto a su dinamizador(a) de emprendimiento avanzará en el fortalecimiento de la Unidad Productiva, buscando proyectar y consolidar su emprendimiento rural.

En este momento ya hemos avanzado en la estructuración de la idea de negocio, como lo vimos en la fase de formación, la empatía juega un papel muy importante porque le permite ser más realista sobre lo que el consumidor espera y así pueda ofrecerle algo que se ajuste realmente a sus necesidades o deseos.

Tomando como referencia el mapa de empatía trabajado con los instructores en la fase inicial del proceso, reflexione sobre aquellos cambios que han podido generarse desde entonces hasta ahora frente al perfil de su cliente.

De haber encontrado cambios por favor plásmelo a continuación. De no encontrar cambios, continúe con demás actividades de la ruta.

Si encontró que debe cambiar la persona elegida en la fase de formación como cliente, dibuje o pegue aquí un recorte de quién considere será a partir de ahora su cliente.



Mapa de empatía

Responda nuevamente solo si encontró cambios en el perfil del cliente desde la fase de formación.

VER / ¿Qué VE?

1. ¿Cómo es su entorno? _____

2. ¿Quiénes son sus amigos? _____

3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado?

4. ¿A qué problemas se enfrenta? _____

PENSAR Y SENTIR / ¿Qué PIENSA Y SIENTE?

5. ¿Cuáles son sus necesidades, preocupaciones y expectativas? _____

6. Identificar lo que considera realmente importante. _____

7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones.

8. Predecir sus emociones. _____

DECIR Y HACER/ ¿Qué DICE y HACE?

9. ¿Cuáles su actitud y conducta? _____

10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? _____

11. ¿Qué comenta con su entorno? _____

12. ¿Se detecta algún factor diferencial entre lo que dice y lo que realmente piensa y siente? ¿Qué es lo que ellos ven en su entorno cercano? _____

ESCUCHAR / ¿Qué ESCUCHA?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? _____

14. ¿Qué dicen sus amigos? _____

15. ¿Qué dicen sus colaboradores? _____

16. ¿Qué dice su círculo de influencia? _____

17. ¿Quien ejerce mayor influencia sobre él y cómo?

18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? _____

DEBILIDADES / ¿Qué DEBILIDADES tiene?

19. ¿A que desafíos se enfrenta? _____

20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? _____

21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? _____

22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? _____

FORTALEZAS/¿Qué FORTALEZAS tiene?

23. ¿Qué logros quiere alcanzar? _____

24. ¿Cómo mide el éxito? _____

25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? _____

Este ejercicio permite definir del cliente:

1. Qué propuesta de valor espera
2. Cuáles son los canales de distribución por los que espera que conectemos con él
3. Qué relación marca/cliente quiere que establezcamos con él
4. Qué está dispuesto a pagar por nuestros servicios y/o productos

Tomado de: http://advenio.es/modelo-de-negocio-y-el-cliente-mapa-de-empatia/

Lienzo Propuesta de Valor Fortalecimiento

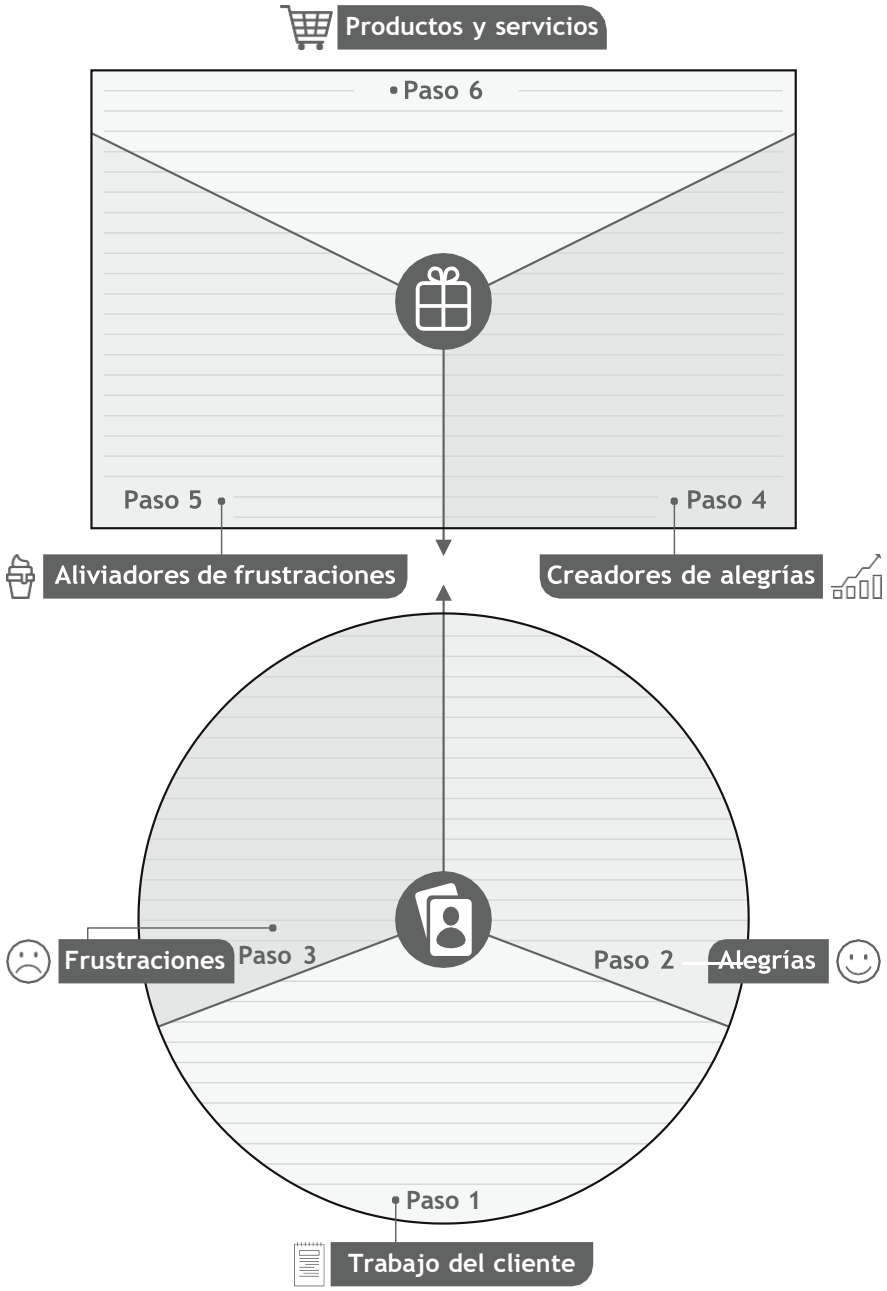
9

Lienzo Propuesta de Valor fortalecimiento:

Diligencie nuevamente solo si tiene cambios con la propuesta de valor elaborada en la fase de formación.

Como fue visto en la fase de formación de su ruta SENA Emprende Rural, la propuesta de valor representa el centro sobre el que gira su modelo de negocios. Tomando como referencia la **Propuesta de Valor** trabajadaen la fase formativa, reflexione sobre aquellos cambios que han podido generarse desde entonces hasta ahora frente a la propuesta de valor.

Si encontró cambiospor favor plásmelo a continuación. De no encontrar cambios, continue su ruta diligenciando las demás actividades.



A partir de la información existente o actualizada sobre el mapa de empatía yla propuesta de valor, con ayuda de su dinamizador(a) de emprendimiento, analice el modelo de su negocio CANVAS de su Unidad Productiva estructurado en la fase formativa. Revise si después de probar su modelo de negocio en el mercado, este mantiene sus elementos principales o si requiere algún ajuste o mejora. De encontrar alguno, diligencia la plantilla: Modelo CANVAS Fase Fortalecimiento. Reflexione sobre la evolución y madurez de su modelo CANVAS hasta ahora y justifique la razón de los cambios de llegar a presentarse.

MODELO DE NEGOCIO CANVAS			Diseñado por:	
Asociaciones clave (red de partners)	**Actividades clave**	**Propuesta de valor**	**Relaciones con los clientes**	**Segmentos del mercado**
	Recursos clave		**Canales, distribución y comunicación**	

Estructura de costos		Fuentes de ingreso	
COSTOS FIJOS	0		
Costos de funcionamiento	0	Ventas totales	0
Costos de comercialización	0		
COSTOS VARIABLES	0		
Materia prima	0		
Mano de obra directa	0		
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	0		
Maquinaria y equipo	0		
Muebles y enseres	0		
Obras físicas y adecuaciones locativas	0		

Tomado de: Osterwalder, 2004. (Modelo de negocios CANVAS)

Justifique los cambios del modelo CANVAS:

Estimado emprendedor, diligencie esta página únicamente si posterior a la validación del modelo de negocios CANVAS encontró que debía actualizarlo.

- ¿Qué elementos debió modificar del modelo de negocios CANVAS?

- ¿Qué situación motivó dicha actualización?

- ¿Qué mejora o beneficios espera obtener con los cambios?

Para esta actividad y dependiendo del tipo de Unidad Productiva, es posible tomar dos opciones validación:

1. Encuesta posventa: realizada a consumidores finales que compren el producto o servicio
2. Propuesta comercial: realizada a entidades o empresas

Actividad encuesta posventa

1. En compañía de su dinamizador de emprendimiento rural identifique un evento u oportunidad comercial que se ajuste a las características de la Unidad Productivadonde puedan exhibirse y venderse los productos de la misma.

- Defina también con su ayuda y de acuerdo a las características técnicas del producto (presentación, tipo de empaque, tamaño, almacenamiento, etc.) los requisitos para ponerlo en el mercado: _____

- Recuerde mantener la coherencia con el modelo CANVAS previamente construido.

- ¿Que aspectos logísticos del evento (inscripción, transporte, métodos de conservación entre otros) se deben tener en cuenta para asegurar la participación?

2. Para validar el producto y su aceptación aplique la encuesta "Validación de producto posventa" (ver pagina siguiente). De acuerdo a la dinámica comercial y los tipos de clientes identificados por la Unidad Productiva aplíquela idealmente a 03 clientes por municipio del segmento de mercado identificado y que adquieran su producto, contáctelos entre 03 y 05 días posteriores a la compra del producto.

3. Posterior a la aplicación de la encuesta, desarrolle la hoja ficha técnica y consolide las respuestas en la tabla de respuestas.

4. Analice con los demás integrantes de la Unidad Productiva y el dinamizador de emprendimiento las respuestas obtenidas.

Encuesta validación de producto o servicio a consumidor final

Esta encuesta se realiza con el fin de validar el grado de aceptación de los productos o servicios generados por la Unidad Productiva: _____ que hace parte del programa SENA Emprende Rural. La información recolectada se usará únicamente para propósitos formativos.

Fecha:		**Lugar:**		**Teléfono:**	
Nombre:				**Edad:**	
Género:		**Municipio de residencia:**		**Correo electrónico:**	
Escolaridad:				**Estado Civil**	

Marque con una equis "X" la opción que considere o responda según el caso:

1. ¿Qué opina de la calidad del producto o servicio?

Malo	Bueno
Regular	Excelente

2. ¿Qué opina de su presentación?

Malo	Bueno
Regular	Excelente

3. ¿Qué opina del precio?

Costoso	Barato
Justo	Muy barato
¿Por qué?	

4. ¿Con que frecuencia lo compraría?

Diario	Semanal	Quincenal	Mensual
Trimestral	Semestral	Anual	Nunca

5. ¿Cuántas Unidades compraría?

Entre 1-5	Entre 6-10	Más de 10

6. ¿Qué le mejoraría al producto o servicio?

_____

_____

_____

_____

7. ¿Cómo calificaría la atención brindada por el vendedor?

Malo	Bueno
Regular	Excelente

Ficha técnica de la encuesta posventa

Diligencie con ayuda del dinamizador:

Encuesta aplicada por:	
Universo (número total de posibles clientes): (ver cifras oficiales frente al segmento identificado)	
Muestra (número de encuestas aplicadas):	

Tabulación de resultados

Diligencie con ayuda del dinamizador el número de respuestas obtenidas por cada opción:

1. Calidad del producto o servicio

Calificación	#	Calificación	#
Malo		Bueno	
Regular		Excelente	

2. Presentación

Calificación	#	Calificación	#
Malo		Bueno	
Regular		Excelente	

3. Precio

Calificación	#	Calificación	#
Costoso		Barato	
Justo		Muy Barato	

Principales razones: _____

_____

4. Frecuencia de compra

Calificación	#	Calificación	#
Diario		Trimestral	
Semanal		Semestral	
Quincenal		Anual	
Mensual		Una sola vez	

5. Número de Unidades

Calificación	#	Calificación	#
Entre 1-5		Entre 6-10	
Más de 10			

6. Principales aspectos a mejorar al producto o servicio _____

_____

_____

7. Atención

Calificación	#	Calificación	#
Malo		Bueno	
Regular		Excelente	

Propuesta comercial a instituciones y empresas

Actividad propuesta comercial: identifique 2 empresas o instituciones a quienes pueda interesarles el producto o servicio, diligencie el formato y preséntele la propuesta comercial, tome nota de las opiniones expresadas por los clientes:

Propuesta comercial:

Estimado cliente: esta propuesta comercial se realiza con el fin de validar el grado de aceptación de los productos o servicios generados por la Unidad Productiva: _____ _____ que hace parte del programa SENA Emprende Rural. La información recolectada se usará únicamente para propósitos formativos.

Fecha:		**Lugar:**		**Teléfono:**	
Nombre:				**Edad:**	
Género:		**Municipio de residencia:**		**Correo electrónico:**	
Escolaridad:				**Estado civil:**	
NIT:					

Oferta:	
Beneficios ofrecidos:	
Vigencia de la propuesta:	
Precio:	
Términos y condiciones:	
Opinión del cliente:	

Autoevaluación de mi emprendimiento

Esta evaluación se realiza con apoyo del dinamizador de emprendimiento, con el fin de validar la capacidad de respuesta de la Unidad Productiva:_____frente al mercado identificado. La información recolectada se usará únicamente para propósitos formativos o de fortalecimiento.

Fecha de realización del diagnóstico: _____

1. ¿La Unidad Productiva cuenta una lista de clientes? _____

2. Identifique los principales clientes de su Unidad Productiva _____

3. ¿El volumen de producción da respuesta a la demanda de los clientes?

4. ¿Puedo cumplir con el volumen y frecuencia que solicita el mercado identificado?

5. ¿Cuántas unidades puedo producir en un ciclo productivo? _____

6. ¿Qué certificaciones requiero para acceder a nuevos mercados? _____

7. ¿Qué debe mejorarse del proceso?

Estructura organizacional

12

Permite establecer una jerarquía dentro de la organización. Identificando las responsabilidades de cada cargo, su función y dónde se ubica dentro de la organización.

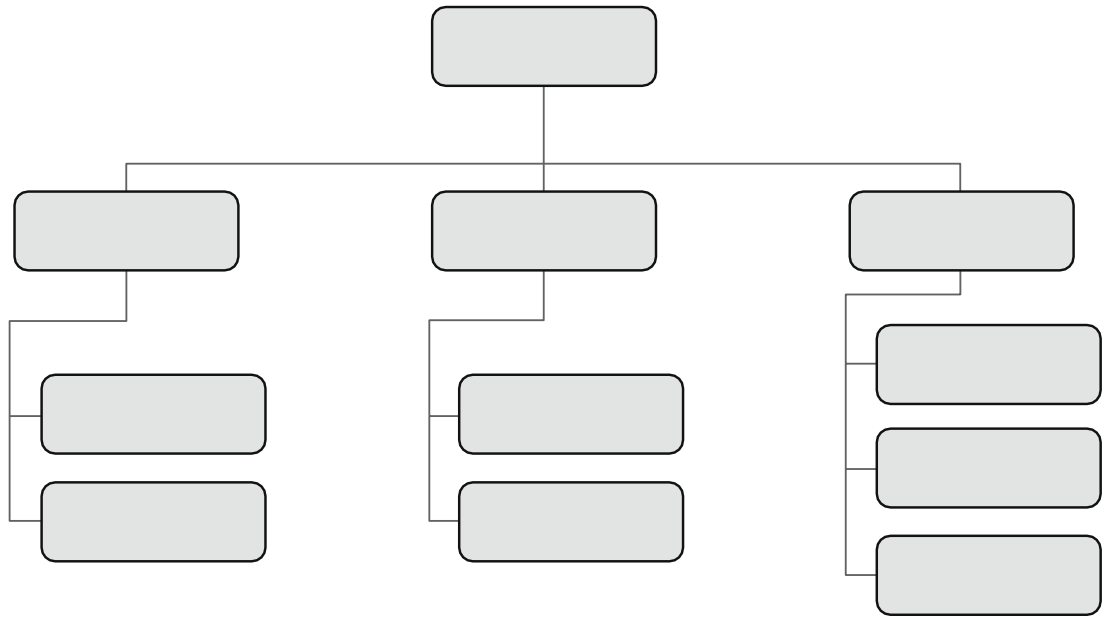
Actividad: identifique los roles, perfiles, actividades y cantidades para su Unidad Productiva. El resultado de la actividad plásmelo en la Estructura de Seguimiento Integrada.

Duración estimada: 2 (dos) horas.

ROL	PERFIL	ACTIVIDADES A REALIZAR	CANTIDAD

Es la representación gráfica de la estructura de la organización, incluye las divisiones por áreas y cargos.

Actividad: defina con ayuda de su dinamizador de emprendimiento rural el organigrama de su unidad productiva.



13

Asociatividad - Cooperativismo

ACTUALIZACIÓN DIAGNÓSTICO ASOCIATIVIDAD Y COOPERATIVISMO

Estimado emprendedor, tomando como referencia la información relacionada con la estrategia Asociatividad y Cooperativismo trabajada en la fase de formación, verifique con apoyo del dinamizador de emprendimiento si la unidad productiva presenta algún cambio o avance en este sentido. Por favor aplique los cuestionarios diagnósticos usados en fase de formación para determinar la nueva metodología a profundizar.

Escriba la metodología sobre cual se va a profundizar en la fase de fortalecimiento:

Recuerde que la estrategia contempla cuatro metodologías, dos metodologías iniciales, relacionadas con el pensar y la iniciación en el mundo cooperativo: "Thinkcoop", y "Star.coop" y dos metodologías para organizaciones con un nivel de madurez mayor, "Mycoop" y "Managecoop".

Estimado emprendedor, responda solo si producto del análisis con su dinamizador se debió trabajar una metodología de asociatividad y cooperativismo diferente a la trabajada en al fase de formación, de lo contrario continue con las siguientes actividades de la ruta.

¿Qué cambios ha presentado en aspectos organizacionales o de madurez la unidad productiva desde la fase de formación?

¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?

Bajo **Medio** **Alto**

Acceso a fuentes de financiación

14

La gestión y acceso a fuentes de financiación es una práctica que realizan las unidades productivas durante el ciclo de fortalecimiento, para accedera recursos económicos con entidades públicas o privadas de tipo condonable o no condonable, con el propósito de adquirir materias primas, maquinariay equipos, mano de obra, adecuación de instalaciones, medios de publicidad, marketing digital y entre otros.

Actividad: con ayuda del dinamizador de emprendimiento rural, identifique las posibles fuentes de financiación presentes en su zona, seleccione 02 entidades públicas y 02 privadas que puedan llegar financiar o fortalecer su unidad productiva y escríbalas en el siguiente cuadro.

Nombre Entidad Pública y ubicación	Nombre Entidad Privada y ubicación	Requisitos para acceder al recurso económico

Actividad: teniendo en cuenta las entidades identificadas, defina cuál o cuáles de ellas se ajustan más a las características de su unidad productiva, de acuerdo con los requisitos exigidos por la misma.

Presente la propuesta de la unidad productiva a la entidad. (Como evidencia de la actividad conserve el radicado o recibido por parte de la entidad financiadora, este soporte servirá como

evidencia del proceso de fortalecimiento para el dinamizador de emprendimiento rural)

15 Formalización o Legalización

Un empresario formal tiene más probabilidades de acceder a fuentes de financiación, nuevos, buenos y grandes clientes, quienes van a exigir la prestación de un servicio de una empresa formal.

A continuación, en la siguiente tabla, encontrará las principales instituciones que se deben tener en cuenta al momento de formalizar un emprendimiento.

ACTOR	ACTIVIDAD DE INTERES	TRÁMITES	ENLACE WEB
CÁMARA DE COMERCIO	**Formalizar la UP**	**Definir: código CIIU, nombre del establecimiento de comercio, capital activos fijos.**	**Directorio de Cámaras - Confecámaras (confecamaras.org.co)**
DIAN	**Gestión RUT**	**Registrarse, definir actividad comercial.**	**https://www.dian.gov.co**

ACTIVIDAD: con ayuda del dinamizador de emprendimiento rural analice la pertinencia de formalizar la unidad productiva ante la Cámara de Comercio de su zona, si la conclusión es positiva siga el siguiente paso a paso y diligencie el cuadro de acuerdo con la información solicitada.

1. Identifique el código CIUU de su actividad y el capital de activos fijos

2. Defina el nombre comercial de la Unidad Productiva para registro ante Cámara de Comercio

3. Conozca los requisitos para solicitud del RUT ante la DIAN

4. Defina los costos de legalización de acuerdo al capital de la empresa

5. Formalización en Cámara de Comercio

Código CIUU:	
Capital activos fijos	
Nombre comercial	
Requisitos para solicitar RUT	
Costos de legalización	
NIT y Matricula	



Estimado Emprendedor(a),

¡Felicidades!

Ha recorrido toda la ruta SENA Emprende Rural, eso quiere decir que ha concluido la etapa de fortalecimiento con asesoría y está listo(a) para pasar al siguiente nivel.

Este camino hacia el emprendimiento apenas empieza, recuerde que siempre podrá contar con los servicios del SENA y la Coordinación Nacional de Emprendimiento, para usted, su empresa, su familia, sus empleados y su comunidad.

Juntos seguiremos cumpliendo sueños.

Muchos Éxitos!

Estimado emprendedor(a), si desea continuar avanzando a través de los servicios del SENA y la coordinación nacional de emprendimiento para el fortalecimiento de su emprendimiento, lo invitamos a conocer y recorrer nuestra RUTA EMPRENDEDORA.

#HECHOENELSENA



RUTA EMPRENDEDORA

RUTA EMPRENDEDORA

4 Estoy listo para Crecer

- Fortalezco mi empresa
- Realizo conexiones de valor



3 Creo mi Sueño Empresarial

- Constituyo mi empresa formalmente
- Pongo en marcha mi empresa
- Evalúo mi progreso y escalabilidad

2 Decido Emprender con el SENA

- Me contacto con el equipo del SENA
- Desarrollo mis competencias emprendedoras
- (Formación/Entrenamiento)
- Defino y modelo mi idea de negocio
- Valido un producto mínimo viable
- Hago mi pitch emprendedor
- Formulo mi plan de negocios
- Presento mi plan de negocios al Fondo Emprender u otras fuentes de financiamiento



1 Quiero Emprender

- Me informo sobre la oferta del SENA en emprendimiento
- Decido aceptar el apoyo del SENA
- (Portafolio de servicios)

CRECER

Seguimiento actividades fortalecimiento con asesoría:

Registre aquí las visitas realizadas por el profesional a cargo del proceso de fortalecimiento con asesoría.

<table>
<tr><th>ACTIVIDAD REALIZADA</th><th>FECHA ACTIVIDAD (dd/mm/aaaa)</th><th>Firma del cliente y de los dinamizadores como evidencia de acuerdo con la programación realizada</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td rowspan="3"></td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Firma del Emprendedor o Empresario</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Nombre:</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>CC:</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td rowspan="4"></td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Firma del dinamizador de emprendimiento rural encargado de la asesoría</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>Nombre:</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td>CC:</td></tr>
<tr><td></td><td></td><td rowspan="2"></td></tr>
<tr><td colspan="2" rowspan="3">Señor(a) emprendedor(a), al firmar esta plantilla confirma que las actividades descritas fueron realizadas de acuerdo a las fechas programadas en el marco del plan de acción definido por parte del dinamizador de emprendimiento rural.</td></tr>
<tr><td>Firma del dinamizador rural de Centro</td></tr>
<tr><td>Nombre:</td></tr>
<tr><td colspan="2"></td><td>CC:</td></tr>
</table>

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Dirección General
Bogotá D.C., Colombia

Director General SENA
Carlos Mario Estrada Molina

Director de Empleo y Trabajo
Hernán Darío Fuentes Saldarriaga

Coordinador Nacional de Emprendimiento
Carlos Arturo Gamba Castillo

Autores

Duvan Cenen Ocampo Henao
Holman Alirio Torres Beltrán
Hugo Alexander Londoño
Genny Andrea Garcia Pereira
Claudia Patricia Aza Campos
Antonio Calderón Merchan
Niyireth Sanchez Hastamorir

Diseño y diagramación
Sebastián Parra Serrato

© Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Hecho depósito que exige la ley.
Esta publicación surge como un producto de aprendizaje de la Estrategia Comunidades de Aprendizaje, desarrollada por la Coordinación Nacional de Emprendimiento y promovido por la Dirección de Empleo y Trabajo. El resultado de esta obra no compromete a la institución.

Bogotá, Colombia. 2022
Primera edición