PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: **EMPRENDIMIENTO EN PROCESAMIENTO DE PRODUCTOS DE PANIFICACION.**
- Código del Programa de Formación: **6352000**
- Ficha: **28666665**

COMPETENCIA

- Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
- Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico

RESULTADOS DE APRENDIZAJE ALCANZAR:

- Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.
- 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.
- Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.
- Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.
- Determinar reto de innovación de acuerdo con motivaciones y potencialidades del entorno.
- Aplicar el comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos.
- Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica.

DENOMINACION

- Fortalecer habilidades emprendedoras
- Establecer competencias emprendedoras personales
- Determinar las características negociadoras
- Estructurar los componentes del proyecto emprendedor
- Diagnosticar entorno
- Determinar la demanda
- Establecer viabilidad

Duración de la Guía **96 HORAS.**

2. PRESENTACIÓN.

Mis Queridos aprendices en el Sena, tienen la posibilidad de crecer como profesionales, ser mejores

personas y tener excelentes posibilidades laborales o la de ejecución de proyectos productivos, es el único riesgo que corren, de modo que bienvenidos a la mejor institución educativa del mundo y la más querida por los colombianos.

Aprendices Sena cada uno de ustedes es el constructor de su crecimiento profesional e intelectual, es de vital importancia para el proceso que su dedicación sea con el amor que se tiene así mimo, con la entrega que cada día alimenta su cuerpo y que en este caso va a ser el alimento para su crecimiento profesional.

Nadie más que usted, como hacedor y protagonista de su proceso, será la persona que recoja lacosecha de los frutos sembrados y abonados con su dedicación y su proactividad

Cada uno de ustedes trae consigo una serie de conocimientos previos que nos facilitará el proceso, nadie es ignorante en su totalidad y a partir de esos conocimientos previos y los aportes que vamos haciendo en el proceso, tomando como base el diseño curricular llegaremos a la construcción de nuevos procesos intelectuales que nos ayudará a crecer como profesionales y como persona llegar a ser competitivos en el entorno laboral y de esta manera generar la construcción de conocimientos significativos.

BIENVENIDOS A ESTA AVENTURA EMPRENDEDORA



TODOS SOMOS EMPRENDEDORES

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es)

RECONOCIMIENTOS PREVIOS

En la ley 1014 de 2006, conocida como la Ley de fomento de la cultura del emprendimiento*, se encuentra la siguiente definición:

“Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad”.

Apreciados aprendices, teniendo en cuenta lo que te hemos presentado en esta introducción y la anterior definición, responde a las siguientes preguntas de acuerdo con tu propia opinión. Para ti:

1. ¿Qué es riqueza?
2. ¿Qué es valor?
3. ¿Qué es una oportunidad?
4. ¿Qué es un logro?
5. ¿Qué es el éxito?

6 ¿Qué es aptitud?
6. ¿Cómo ves los conceptos anteriores aplicados en tu vida? Describe cada uno.

ACTIVIDAD 1:

Mis queridos Aprendices los invito a desarrollar nuestra primera actividad del cursode Emprendimiento Apícola.

1.1. Haciendo uso de la creatividad en un documento de Word o manuscrito responde:

1. ¿Qué es emprendimiento?
2. ¿Qué es el comportamiento emprendedor?
3. Características del emprendedor
4. Habilidades del emprendedor
5. Que son objetivos personales: motivaciones, metas, propósito de vida.
6. Responsabilidad emprendedora: concepto.
7. Dimensiones de la responsabilidad.

1.2. Una vez socializada por la instructora la siguiente graficas de las CEP realiza tu aporte de cada característica en mesa redonda en la formación.



¡RECUERDA!

La planificación debe ser percibida como un proceso continuo, en la que el seguimiento y el control a partir de información, te permiten hacer los ajustes necesarios para lograr tus metas u objetivos.

ACTIVIDAD 2.

CONOCIMIENTO DE CONCEPTOS Y PRINCIPIOS:

Apreciados aprendices con esta actividad podrán identificar el proceso de toma de decisiones y como aplicarlo asertivamente en tu vida cotidiana, con el fin de tener en cuenta tus intereses y los de los demás, para ello es necesario que indaguen las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es la información?
2. ¿Cuáles son las fuentes de información?
3. Búsqueda de información: técnicas, estrategias.
4. Toma de decisiones: concepto, etapas y proceso para la toma dedecisiones.

Posteriormente en formación con la orientación de la instructora analicen la siguiente gráfica.



ACTIVIDAD 3 CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA



Algunos exploran su creatividad más fácilmente que otros. Sin embargo, en este curso te darás cuenta de que la creatividad está a tu alcance y mejorará tu desempeño. Estimados aprendices para esto son importantes que investigues los siguientes conceptos:

1. Que es la creatividad: concepto
2. Que es la innovación: concepto, tipos.
3. Qué es la oportunidad.
4. Búsqueda de oportunidades:
5. Que es una estrategia: concepto, estructura y pasos.
6. Plan de acción: concepto, elementos y formulación.

Entregar cuestionario en un documento de Word y/o escrito con letra legible.

ACTIVIDAD 4:

Mis queridos Aprendices, los invito a desarrollar la actividad cuatro del curso decomportamiento emprendedor.

1. Que es la negociación: concepto
2. Técnicas de negociación
3. Tipos de negociaciones

4. Elementos de la negociación.
5. Que es responsabilidad
6. Que es responsabilidad emprendedora:
7. Dimensiones de la responsabilidad emprendedora

Socializar en mesa redonda en la formación presencial.

ACTIVIDAD 5.

Formular un proyecto comunitario de acuerdo con objetivos previamente definidos.

Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Materiales de formación a consultar: En esta evidencia, el equipo de trabajo desarrollará y analizará la **matriz CANVAS**, la cual le permitirá identificar, de una manera más clara, las características de su emprendimiento.

El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador, se simplifica en 4 áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos, desarrolle en la matriz CANVAS, los 9 elementos que este modelo propone:
1. Segmentos de mercado: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.

2. Propuesta de valor: describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema ose satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.

3. Canal: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes, para entregar la propuesta de valor; define los canales de distribución y ventas; cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio; cómo se pueden integrar canales y cuáles son los mejores y los más eficientes.

4. Relación con el cliente: describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento; si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.

5. Fuentes de ingreso: diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos, por segmentos de clientes; cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido; identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.

6. Recursos clave: identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos o financieros.

7. Actividades clave: exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. Socios clave: determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, Joint Ventures, compradores, proveedores.

9. Estructura de costos: discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables

Tenga en cuenta, para el desarrollo de esta actividad, los componentes formativos “Análisis de oportunidades para emprender” y “entendiendo la empresa”; utilice la plantilla de la matriz que le entrega la instructora en el material de apoyo.

ACTIVIDAD 5:

Mis queridos Aprendices, los invito a desarrollar esta actividad con mucho entusiasmo de manera práctica, mostrando que el emprendimiento es posible y tenemos que luchar por lograr los objetivos.

5.1. Buscar a una persona que tenga un proyecto emprendedor exitoso de apícola que lo comparta con nosotros.

5.2. Buscar 1 casos de emprendedores exitosos, socializarlos en el ambiente o realización de visita Técnica en compañía con el instructor técnico del programa

AMBIENTE REQUERIDO

Tablero, ambiente de formación, visitas técnicas a emprendimientos apícolas

MATERIALES

papel de diferentes dimensiones y texturas, marcadores- computadores escritorios – borradores – esferos – etc.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

1. **TECNICAS**: La observación - estudios de caso – presentación de ensayos – mapas conceptuales o mentales – preguntas, ya sean directa o indirectas – mesa redonda conversatorios- entrevistas-participaciones- pruebas de conocimiento – discusiones análisis de contextos y documentos. Foros –paneles - desarrollo de un proyecto.

2. **INSTRUMENTOS:** cuestionarios (preguntas abiertas o cerradas) – listas de cheque – guías paraentrevistas

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación.
Manejo de los temas propios del diseño curricular. Evidencias de Desempeño: Participa activamente en los conversatorios y situaciones planteadas durante la formación profesional integral. Evidencias de Producto: Presenta las diferentes actividades cuestionarios, listas de chequeo entre otras para sustentar su proceso cognitivo en el curso Presenta Modelo de negocio en la matriz Modelo CANVAS	Ra1 Valora sus características emprendedores personales acorde con herramienta de diagnóstico personal. formula los objetivos personales de acuerdo con su motivación y propósito de vida. aplica la responsabilidad emprendedora de acuerdo con factores internos y externos. **Ra 2 i** Identifica el proceso de toma de decisiones de acuerdo con problemas de la cotidianidad. aplica el proceso de toma de decisiones según identificación de riesgos y alternativas de solución. **Ra 3** Apropia el concepto de creatividad e innovación según solución de desafíos. aplica la capacidad creativa e innovadora según reto de innovación. sustenta el plan de acción teniendo en cuenta los elementos de una estrategia emprendedora. **Ra 4** Reconoce los intereses propios y del otro de acuerdo con la aplicación de las dimensiones de la responsabilidad emprendedora, asocia las técnicas de negociación teniendo en cuenta los ámbitos personales y sociales. **Ra 5.** Formula un proyecto comunitario de acuerdo con objetivos previamente definidos. Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.	**Técnica** Observación – estudio de caso – presentación de ensayos – mapas conceptuales o mentales. Preguntas, directa o indirectas Mesa redonda conversatorios-entrevistas-participaciones- **pruebas de conocimiento** – discusiones, análisis de contextos y documentos. Foros – paneles -desarrollo de un proyecto. **Instrumento cuestionarios** (preguntas abiertas o cerradas) – listas de cheque – guías para entrevistas Plan de Negocio modelo CANVAS.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Amenazas – se define como toda fuerza del entorno que puede impedir la implantación de una estrategia, o bien reducir su efectividad, o incrementar los riesgos de la misma, o los recursos que se requieren para su implantación, o bien reducir los ingresos esperados o

su rentabilidad.
Análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) – su objetivo consiste en ayudar a una empresa a encontrar sus factores estratégicos críticos, para usarlos, una vez identificados, y apoyar en ellos los cambios organizacionales: consolidando las fortalezas, minimizando las debilidades, aprovechando las ventajas de las oportunidades y eliminando o reduciendo las amenazas.

Análisis ETOP – El análisis que constituye un perfil de amenazas y oportunidades provenientes del entorno externo de la empresa.

Fortalezas (también llamadas puntos fuertes) – son capacidades, recursos, posiciones alcanzadas y, consecuentemente, ventajas competitivas que deben y pueden servir para explotar oportunidades.

Gestión empresarial – Es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos o metas de la organización de manera eficiente y eficaz.

Gestión estratégica (o dirección estratégica o administración estratégica) podemos definir como: "el proceso permanentemente orientado hacia la construcción, implementación y monitorización de una estrategia para garantizar la supervivencia y el desarrollo de la empresa a largo plazo". Por lo tanto, está orientada a largo plazo y centrada en los factores y las condiciones que afectan a la empresa y que provienen tanto de su exterior, como de su interior.

Benchmarking – el proceso que consiste en la medición y comparación de las operaciones o los procesos internos de la organización con los del mejor representante de su clase, proveniente del interior o exterior de la industria.

Capacidad gerencial – Es el conjunto de conocimientos, experiencias, habilidades,actitudes y aptitudes (inteligencia) que permite a las personas influir con medios no coercitivos sobre otras personas para lograr objetivos con efectividad, eficiencia yeficacia.
Capacidad productiva. Estimación de cuánto podrá producir una empresa para determinar así sus condiciones para atender el mercado.

Competencia. La información sobre la competencia que tiene mayor interés para la empresa es el número de competidores, su cuota de mercado, su tamaño, sus precios, los productos que ofrece etc.

Micro entorno (o el entorno competitivo o cercano) de las empresas se puede definir comoel sector en el cual las empresas actúan, es decir, el conjunto de empresas que ofrecen los mismos productos o servicios. Esto permite concentrarse en aquellos elementos del entorno que tienen el mayor impacto directo sobre la empresa y la estrategia que ésta puede aplicar.

Marca / Marca personal - La marca resume todo lo que uno hace, la esencia de lo que uno es. La marca, mediante su promesa, es la garantía de que un determinado producto o servicio tiene una serie de atributos que son los que busca el cliente y, por lo tanto, hace que se consiga la satisfacción del cliente, una vez dada la respuesta coherente a las expectativas generadas.

Objetivos estratégicos: denominados también objetivos generales son aquellos que se pretenden lograr a largo plazo. Son los resultados globales que esperamos lograr para hacer real la visión, la misión y la estrategia.

Objetivos operativos: que son los que definen las acciones inmediatas que se han de realizar para alcanzar los objetivos estratégicos.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

1. Emprendimiento.pdf (areandina.edu.co) Autor: Andres Felipe Alzate Cardona
   Emprendimiento / Andres Felipe Alzate Cardona / Bogotá D.C., Fundación Universitaria del Área Andina. 2017 978-958-5460-89-8 Catalogación en la fuente Fundación Universitaria del Área Andina (Bogotá)
   AREANDINA
2. Publicaciones_ICESI_No_28_Jul-Sep_1988.pdf
   L/C. SERVULO ANZOLA ROJAS, M.A. EL ESPIRITU EMPRENDEDOR Director Programa
   Emprendedor, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey,Campus Monterrey.
3. Portada.cdr (unisdr.org)
4. https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LE CT132.pdf.
5. https://www2.ulpgc.es/hege/almacen/download/38/38191/tema_1_estretegias_de_gestion la_negociacion.pdf Prof. Ana Cano Ramírez. Curs

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Yojana Duran Arciniegas	Instructora	Centro Agro empresarial y Acuícola	5/03/2023

8. CONTROL DE CAMBI

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)				