PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR
- Código del Programa de Formación: 13410022
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia: Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competenciaspersonales.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

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

  Apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor.

  Emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora.

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

- Duración de la Guía: 40 horas trabajo directo - 8 horas trabajo independiente

2. PRESENTACIÓN



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

Con el fin de descubrir y potenciar el comportamiento emprendedor, estaguía de aprendizaje le permitirá identificar las características y competencias emprendedoras, fortaleciendo las capacidades para transmitir y fomentar una cultura del emprendimiento mediante la generación de bienestar económico, social y tecnológico del entorno.

Para su desarrollo, se proponen actividades de reflexión, apropiación y construcción de conocimiento, siguiendo la metodología ciclo del aprendizaje vivencial y encaminadas a la transferencia de conocimiento.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial.



"Cuesta abajo" es un cortometraje que relata la historia de Henry Forero, un niño soñador que emprende el camino hacia el logro de su sueño. Loinvitamos observar el contenido que se encuentraen el siguiente enlace: Cuesta abajo - Cortometraje de emprendimiento inspirador



Responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué características definen a Henry Forero?
- ¿Cuál es el sueño de Henry? ¿Qué hizo para conseguirlo?

- ¿Cómo el entorno influyó sobre las decisiones de Henry Forero?

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

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



Apreciado aprendiz, el emprendimiento ha sido un fenómeno investigado por muchas ramas del conocimiento, siendo la psicología, la sociología y la economía, las ciencias que mayores resultados han mostrado en sus estudios sobre la comprensión de dicho fenómeno. El afán por entender el emprendimiento creció en los últimos años debido a los comprobados impactosque tiene sobre las sociedades, las economías y, sobre todo, en los individuos.

Desde sus conocimientos y saberes previos, defina con sus palabras qué entiende por emprendimiento. Socialice sus respuestas en un conversatorio atendiendo a las orientaciones del instructor y, con el grupo genere las conclusiones sobre la actividad.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento.

3.3.1 Reconocer las características Emprendedoras Personales según comportamientoemprendedor.

A través de esta actividad, usted descubrirá las Características emprendedoras personales; rasgos de la personalidad que promueven la autoeficacia, la formulación de objetivos y la identificación de los elementos que se encuentran en el entorno para favorecer el logro de los mismos.

En los equipos asignados por el instructor, participe activamente en el juego "**Descubre El Misterio**

- **¡Salva tu equipo!**", que se encuentra en el siguiente enlace:https://view.genial.ly/608589172e6fa40d5be8c3e6/interactive-content-descubre-el-misterio- salva-tu-equipo





Con su equipo, tendrá 30 minutos para resolver las preguntas y los acertijos que esconden las cincoclaves que le permitirán descubrir el misterio. Para ello, con sus compañeros puede tomarse de 5 a10 minutos para explorar el juego y construir una estrategia. Terminado el tiempo, comparta sus experiencias en plenaria, atendiendo a las orientaciones del instructor.

Para finalizar, evalúe de forma individual y autónoma las Características emprendedoras personalesque se pusieron en práctica con el ejercicio, a través de la *Diana de valoración* y posteriormente seleccione una Característica emprendedora personal para desarrollarla en el *Diario de fortalecimiento.*

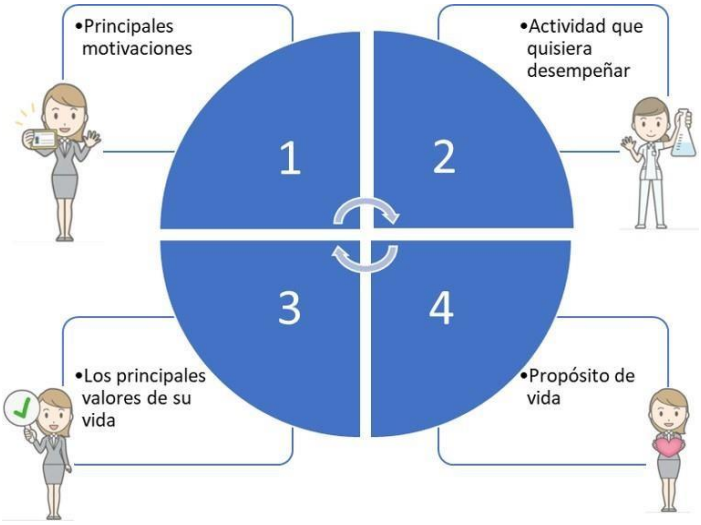
Evidencias de aprendizaje: Diario de fortalecimiento y Diana de valoración.

3.3.2 Identificar motivaciones y competencias emprendedoras a partir de objetivos personales.



Esta actividad de trabajo autónomo, tiene como propósito la elaboración de un auto análisis para identificar las competencias emprendedoras personales y la visualización de lo que se anhela lograr en un futuro.

En primer lugar, identifique sus motivaciones personales, su propósito de vida y aquellos otros elementos que lo impulsan a lograr lo que se propone, a través de la herramienta rueda de propósitode vida. Concéntrese y brinde sus respuestas sobre los cuatro elementos que allí se muestran.





En un segundo momento, realice un **"Mapa de sueños"**; una herramienta con la que podrá identificar de manera gráfica su visión emprendedora, representando sus sueños y objetivos a corto *(3 meses)*, mediano *(6 meses)* y largo plazo *(1 año)*. Utilice imágenes o dibujos para representar sus sueños en las diversas áreas de su vida personal.

A modo de galería (en un padlet), *exponga el mapa de sueños* de tal forma quelos demás puedan visualizar su trabajo. Observe, además, los mapas elaboradospor sus compañeros.

En tercer momento, complete el siguiente cuadro utilizando como

insumos *la rueda de propósito de vida y el mapa de sueños*. A continuación, *describa cómo aplicaría las competencias para cumplir con su objetivo personal*.

CUADRO DE MOTIVACIONES, OBJETIVO PERSONAL Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS

Descripción del Sueño 	
Objetivo Personal (MAREAR) 	
Propósito de vida 	
Motivaciones 	
Competencia Identificar 	
Competencia Decidir 	
Competencia Diseñar 	
Competencia Actuar	

Evidencias de aprendizaje: Cuadro motivaciones, objetivo personal y competencias emprendedorasAsociar elementos del entorno a partir de las dimensiones de la responsabilidademprendedora.

La siguiente actividad tiene como finalidad realizar un análisis del entorno y descubrir la importancia de evaluar las diferentes dimensiones que influirán positiva o negativamente en el cumplimiento decualquier objetivo que se plantee.

Participe activamente en el desarrollo de la actividad: **"Persecución en laberinto"**, que se encuentraen el siguiente enlace**:** https://wordwall.net/play/15149/712/356





El juego se desarrollará con los siguientes pasos:

A) Elija un nombre.
B) En 10 minutos, resuelva los 15 laberintos del juego.
C) Al cumplir el total de los niveles, va a obtener la tabla de puntuación. Tome un pantallazo para socializarlo.

Terminado el tiempo, comparta sus experiencias en plenaria, atendiendo a las orientaciones del instructor.

Como actividad autónoma, realice un análisis de entorno elaborando una matriz DOFA personal, teniendo como base la visión emprendedora formulada en la casilla ***"objetivo personal (MAREAR)"*** del Cuadro de motivaciones, objetivo personal y competencias emprendedoras, de la actividad anterior.

3.4 Actividades de transferencia

Estimado aprendiz, el Triangulo de la responsabilidad es un instrumento útil para el análisis de los elementos del Comportamiento emprendedor. Gracias a sus diferentes componentes puedereflexionar sobre sus capacidades, sus objetivos personales y el entorno que espera impactar con su actividad emprendedora.

Recapitule lo que considera valioso de aplicar en su vida cotidiana apartir de las siguientes preguntas:



3.4.1 ¿Desde su perspectiva, cómo afectan los factores internos yexternos en el logro de sus objetivos personales?

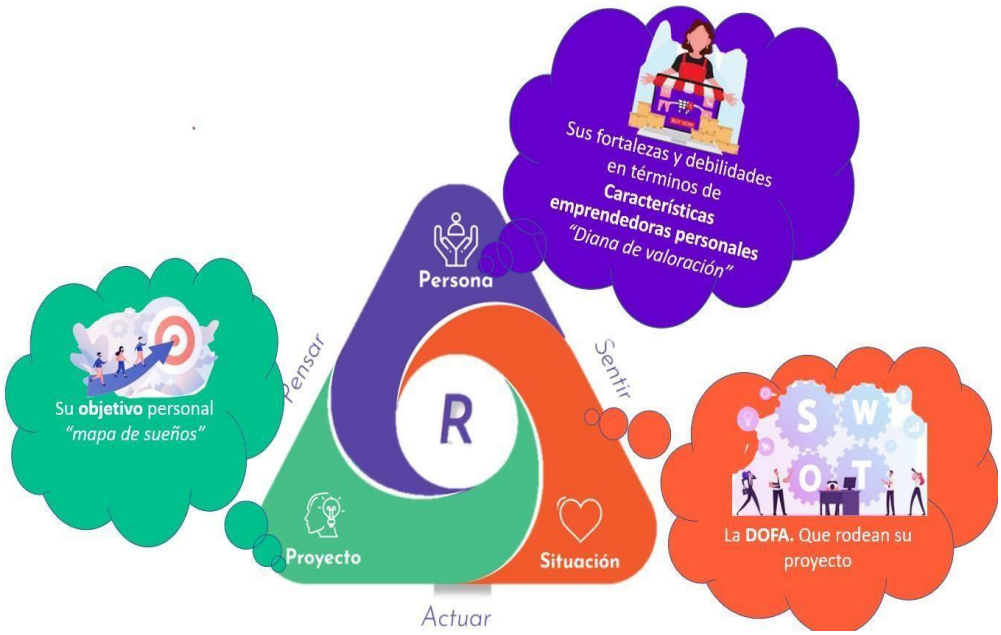
3.4.2 ¿Cómo aplica la responsabilidad emprendedora en su vidapersonal, social y productiva?

Comparta sus reflexiones con sus compañeros.

s

3.4.1. Responsabilidad emprendedora

Como actividad autónoma, dibuje su Triángulo de la responsabilidad, complementándolo con los elementos que ha construido a lo largo de esta guía y que se recopilantal y como se muestra en el siguiente gráfico:



Luego, escriba una reflexión acerca de su Triángulo de la responsabilidad, donde exprese sus sentimientos, pensamientos e ideas generadas alrededor del gráfico y la información que allí se
resume.

- Descripción de la(s) Actividad(es)
- Ambiente Requerido
- Materiales

Tomando como referencia la planeación pedagógica y las orientaciones para elaborar guías de aprendizaje citado en la guía de desarrollo curricular.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Diario de Fortalecimiento y Diana de Valoración Cuadro motivaciones, objetivos personales y competencias emprendedoras Cuadro de la matriz DOFA análisis del entorno. Modelo de negocio Canvas	Valora sus características emprendedoras 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.	**Técnica:** Valoración de producto **Instrumento:** Lista de chequeo **Técnica:** Valoración de producto **Instrumento:** Lista de chequeo **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento:** Lista de chequeo **Técnica:** Valoración de producto. **Instrumento:** Lista de chequeo, Cuestionario canvas escrito o formulario de Google.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

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

Emprendimiento: la palabra emprendimiento viene del término *"entrepreneur"* que significa "pionero". Un pionero es una persona que tiene la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta; alguien que emprende una travesía en busca de nuevos horizontes. El emprendimiento es la actitud que permite decidir por una idea que se convertirá un proyecto de vida, ya sea en términos sociales, individuales, culturales y económicos. El emprendimiento está relacionado con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y la concreción de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor.

Etapas del Ciclo de Aprendizaje Vivencial: método permite estructurar todas las intervenciones metodológicas que estamos proponiendo. Consta de las siguientes etapas:

- El "*vivenciar*" o experiencia del ejercicio permite generar la información individual en cada uno de los aprendices respecto a sus sentimientos, pensamientos, comportamientos y formas de actuar en situaciones específicas.

- El "*compartir*" permite auto observación de las emociones y sentimientos tanto positivos como negativos de los aprendices generados durante la *vivencia*. Se verbaliza y confrontan distintas reacciones y formas de actuar, ampliando de esta manera el horizonte personal.

- El "*procesar*" permite ampliar y enriquecer aún más las experiencias, al "hacer ver" a los aprendices informaciones y resultados vividos, pero todavía no articulados por ellos. El instructor a través de preguntas busca que los aprendices reflexionen, analicen y aporten sobre la experiencia,

registrando de forma ordenada y sistemática, las conclusiones y aportes del equipo.

- El "*generalizar*" permite estructurar aportes teóricos pertinentes al objetivo de aprendizaje y a la caracterización del equipo meta del proceso de enseñanza-aprendizaje.

- El "*trasladar o aplicar*" genera un puente entre el presente del aprendizaje y el futuro de la aplicación en la vida real.

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

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Acosta Romero, G. A.; Pérez Pertuz, J.; Rodríguez Pérez, M.; Valenzuela Barón, M. L. (2016).Cartilla Emprendimiento. Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje. Primera Edición.
- Ariza, C. (2019). Pensar, sentir y actuar. Obtenido de https://mejorapsicologia.com/pensar-sentir-actuar/
- Cardona, M; Vera, L. D.; Tabares Quiroz, j. (2008). Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas Cultura E y Fondo Emprender en Medellín. Cuadernos de investigación EAFIT. Documento 69. Medellín: Universidad Eafit.
- Fernandez, A. (2010). Otra vez esa sensación, Capítulo 1: Los sentimientos. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lda/fernandez_f_a/capitulo1.pdf
- Hernández Arango, E. R. (2014). Avances de EMPRETEC® en Colombia, como programa para el fortalecimiento de las características del comportamiento emprendedor. INVENTUM, 9(16), 33-39.
- Monsalve Serrano, J. E. (2013). Jóvenes, talento y perfil emprendedor. Recuperado de: http://www.injuve.es/conocenos/ediciones-injuve/guia-jovenes-talento-y-perfil- emprendedor
- Quintana García, C. (2001). Dimensiones del éxito de las

empresas emprendedoras.Investogaciones europeas de dirección y economía de la empresa, 7(2), 139-154.
- Universidad de Alicante. (2007). El pensamiento, Psicología Básica. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/4298/5/TEMA%205.EL%20PENSAMIENTO.pdf
- Vila, J. C. (8 de enero de 2014). ¿Cómo vas de Responsabilidad Personal? [Mensaje en unblog]. Recuperado de: https://www.joancarlesvila-coach.com/responsabilidad-personal/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	Genny García Andr eaPereira	Profesional	Coord. Nal. de Emprendimient o D.G.	Enero 2021
	Germán Castañ o Darí o oBarrera	Instructor d e Emprendimie nto	C. Textil y de Gestión Industrial. Reg. Antioquia	Noviembre 2020
	Gina Burgos Paol aZambrano	Instructor a Empresari al	Centro Agropecuario. Reg.Cauca	Noviembre 2020
	Marcela Plata Gómez	Instructor a (Adaptac ión imágenes)	Centro Nal. de la Industria Gráfica y afines. Reg. D.C.	Noviembre 2020
	María Paula Gómez Franco	Técnico	Coord. Nal. de Emprendimient o D.G.	Noviembre 2020

	Angela Katyuska RuizHernadez	Instructora	Regional Casanare, Centro Agroindustrial y de Fortalecimiento	Marzo 2021 GFPI-F-135 V01
			Empresarial.IENTO EMPRESARIAL	
	Olga Clemencia Gómez	Instructora	Regional Quindio,Centro Agroindustrial del Quindio	Marzo 2021
	Alcira Consuelo GómezRamírez	Instructora	Regional Atlántico Centro de Comercio yServicios	Marzo 2021

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)				

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Andrés David Cuartas Lopez	Instructor de emprendimiento	Centro comercio turismo y gastronomía		

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: GESTIÓN DE MERCADO, COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS- BASADO EN EL MODELO CANVAS
- **Código del Programa de Formación**: 06000014
- **Competencia:**. ESTRUCTURAR EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL.
  Resultados de Aprendizaje:
  - DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN, TÁCTICO Y ESTRATÉGICO COMERCIAL Y DE MERCADEO, UTIIZANDO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.
  - DETERMINAR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN COMERCIAL Y DE MERCADEO DE ACUERDO A LA PROSPECTIVA EL MERCADO Y AL ANAÌLISIS DE LA EMPRESA, UTILIZANDO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.
  - ESTABLECER LOS INDICADORES Y SISTEMA DE CONTROL DEL DESEMPEÑO DEL PLAN COMERCIAL Y DE MERCADEO.
  -
- **Duración de la Guía:** 40 HORAS

2. PRESENTACIÓN



La importancia de la negociación en diferentes situaciones

Es innegable la importancia que tiene la negociación en nuestras vidas. Una negociación buena o mala puede llevarte al éxito o al fracaso. Conozcamos la importancia de esta técnica aplicada en los negocios.
La negociación está presente en todas las etapas de nuestras vidas. Desde adolescentes, cuando *negociamos* con nuestros padres el permiso para salir un fin de semana si obteníamos buenas notas, o hasta negociar con nuestro gerente sobre aumentar el presupuesto para nuestro plan de marketing.

Es decir, la negociación es un proceso que se basa en la comunicación entre dos o más partes intercambiando propuestas, donde los interesados se encuentren satisfechos con el acuerdo final.

En el caso de las negociaciones en las organizaciones, estas son intensamente competitivas y ahí radica la **importancia** de saber negociar. Sobre todo en esta época de recesión económica, una buena negociación cobra vital importancia.

Actualmente las empresas están inmersas en una lucha por atraer la atención del público y conseguir sus objetivos comerciales, por ello, vienen desarrollando se diferentes estrategias. Una de las más importantes es la negociación comercial. Y un profesional que tenga excelentes capacidades de negociación aportará enormes beneficios a la empresa, por esta razón -cada vez más- se contratan especialistas en esta materia que puedan ser determinantes en sus operaciones.



Factores y estilos de la negociación

Antes de una reunión de negociación es importante tomar en cuenta los siguientes factores:

- **Factores internos:** saber manejar las habilidades sociales y tener una buena comunicación. La empatía, la intuición y la experiencia jugarán un papel importante para la obtención de los objetivos.
- **Factores externos:** estar informado sobre las demás compañías participantes, y saber manejar el tiempo en nuestras intervenciones utilizándolo con efectividad nos ayudarán a afianzar nuestra estrategia.

Dentro de una reunión las partes toman diferentes posturas de negociación que podrían ser las siguientes:

- **El estilo competitivo**: situaciones muy competitivas en las que unos ganan y otros pierden, aquí no importa mucho el futuro de la relación entre las partes sino prima el resultado sobre la relación.
- **El estilo colaborativo**: en las negociaciones colaborativas ambas partes ganan, se necesitan mutuamente para conseguir sus resultados y además quieren preservar la relación. En determinadas circunstancias hacen que las ganancias sean mayores que las esperadas.
- **El estilo acomodativo:** aquí prima la relación sobre los resultados, esto hace que se acepte perder anticipadamente para obtener resultados en el futuro.
- **El estilo evitativo:** cuando ambas partes piensan que no vale la pena negociar porque los problemas derivados de la negociación pueden ser mayores que los beneficios obtenidos.

La negociación como tal se puede aplicar a cualquier ámbito de nuestras vidas. Aquí tenemos cinco campos en los cuales se propicia la negociación:

1. **Negociación Intrapersonal**: todos los seres humanos tenemos la facultad de la reflexión, que nos permite dialogar con nosotros mismos. Con frecuencia se felicitan, se prometen, critican, se dan ánimo, etc. Entonces cuando aparece un conflicto interno seremos capaces de resolverlo.
2. **Negociación interpersonal**: Este tipo de negociación es la que se realiza cada día y varias veces a la vez.
3. **Negociación organizacional**: las actividades realizadas por los grupos organizados de las instituciones, en estos casos no siempre los que negocian son personas sino departamentos, secciones, oficinas, profesiones y niveles jerárquicos. Los negociadores pueden ser dos, tres, cuatro y hasta más negociadores.
4. **Negociaciones interorganizacional**: es aquella que se realiza entre distintas y variadas organizaciones o instituciones.
5. **Negociaciones internacionales**: se pueden dar entre empresas locales y extranjeras y entre países. Este panorama ofrece retos y oportunidades. Para

poder surgir y desarrollarse en este mercado, los operadores internacionales son empresas o estados que saben y deben negociar

3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Estrategias Didácticas		
1	Método de preguntas	
2	Estudio de casos	
3	Debate y discusión	
4	Socialización de los tema expuesto	
Tiempo invertido en la actividad		
Presencial. 4 Hora	**Desescolarizado: 0**	**Virtual: 0**

En clase Agrupamos los aprendices las cuales se le asignaran diferentes temas, con el fin de investigar para luego exponerlos, se debatirá sobre los casos expuesto y finalmente se socializaran para sacar una conclusión.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Estrategias Didácticas		
1	Mapas mentales	
2	Talleres	
3	Informe Escrito	
4	Socialización en plenaria	
5	Carrusel Temático	
6	Estudio de casos	
Tiempo invertido en la actividad		
Presencial. 8 Hora	Desescolarizado: 4 Horas	Virtual: Hora

Los múltiples temas se desarrollaran con diferentes estrategias, como son los carrusel temático, estudio de casos y socialización.El instructor resumirá y aclarara dudas sobre los temas con el fin de afianzar los conocimientos.

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Estrategias Didácticas	
1	**Informe escrito relacionado con el proyecto**
2	**Aprendizaje basado en problemas.**
3	**Trabajo de campo**
4	Socialización en plenaria
5	Resumen
Tiempo invertido en la actividad	

Presencial. 16 Hora	Desescolarizado: 6 Horas	Virtual: 2 Hora

El aprendiz expondrá por medio de un conversatorio las distintas experiencias vividas durante el desarrollo de la guía, aportando sus conocimientos a sus compañeros. Los aprendices trabajaran en equipo al conformar una feria , donde demostraran las cualidades y técnicas de la negociación.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

El aprendiz estará en capacidad de exponer las diferentes técnicas de negociación, manejo de portafolio y de catalogo al igual que el conocimiento de los diferentes clientes para lograr una venta efectiva.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento :	• Informa a los clientes sobre disponibilidad, condiciones de entrega, garantías y servicio postventa para los productos adquiridos. • Interpreta motivación, interés y decisión de compra por parte del cliente • Determina condiciones de intermediación entre productores, proveedores, distribuidores y clientes	• Observación- Cuestionario de evaluación escrito.

Evidencias de Desempeño	• Aplica estrategias de venta y negociación apoyado en medio de comunicación establecido por la organización • Maneja situaciones embarazosas frente a las preguntas y objeciones del cliente • Plantea condiciones comerciales y términos de negociación al cliente de acuerdo con políticas y marco legal .	• Lista de chequeo-carpeta de evidencias. • Informe. Diseño de matriz con su respectivo análisis en lo concerniente a la oferta y demanda varios productos que la unidad productiva. Compartir ideas entre las diversas áreas misionales y de apoyo de la unidad Productiva.
Evidencias de Producto:	• Prepara estrategias de presentación de productos y servicios acudiendo a demostraciones, muestras, degustaciones y exhibiciones.(feria de productos).	Observación- Informe escrito que contenga las estrategias de producto para la unidad productiva.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

.

Actitud	Valoraciones favorables o desfavorables, opiniones y tendencias que sistemáticamente, presenta una persona respecto de un objeto o idea.
Adaptación del producto	Adaptación de un producto a las condiciones locales o deseos de los mercados extranjeros.
Administración de la fuerza de ventas	Análisis, planeación, ejecución y control de las actividades de la fuerza de ventas, incluyendo los objetivos fijados a ésta; diseño de su estrategia; y

	reclutamiento, selección, capacitación, supervisión y evaluación de los vendedores de la compañía.
Administración de mercadotecnia	Análisis, planeación, ejecución y control de programas diseñados para crear, construir y mantener intercambios provechosos con compradores objetivo a fin de lograr los objetivos de la organización.
Agente	Mayorista que representa a compradores o vendedores de manera relativamente permanente; desempeña sólo algunas funciones y no tiene derechos sobre los productos.
Alcance	Porcentaje de personas del mercado meta expuesto a una campaña publicitaria durante determinado tiempo.
Análisis de gastos respecto de las ventas	Análisis de la relación entre los gastos de mercadotecnia y las ventas para mantener ésos en el nivel adecuado.
Análisis de la cartera	Instrumento mediante el cual la administración identifica y evalúa los diferentes negocios que constituyen la compañía.
Análisis de valor	Enfoque de reducción de costos en el que los componentes se analizan cuidadosamente para determinar si es posible rediseñarlos, estandarizarlos o fabricarlos mediante métodos de producción más baratos.
Análisis financiero	Análisis de la proyección de ventas, costos y utilidades de un nuevo producto para determinar si dichos factores cumplen con los objetivos de la compañía.
Aprendizaje	Cambios en el comportamiento de un individuo derivados de la experiencia.
Arancel	Impuesto gubernamental en contra de ciertos productos importados, cuyo objetivo es obtener ingresos o proteger a compañías locales.
Cadena de tiendas	Dos o más establecimientos de propiedad y control asociados, que cuentas con un solo centro de compras y mercadeo y que venden géneros similares de mercancía.
Cadena de voluntarios	Sistema de organización de mercadotecnia vertical por contrato en los cuales los mayoristas organizan cadenas de minoristas independientes voluntarios

patrocinada por el mayorista	que les ayudan a competir con grandes cadenas corporativas.
Calidad del producto	Capacidad de un producto para desempeñar sus funciones; incluye durabilidad total, confiabilidad, precisión, facilidad de operación y reparación y otros atributos apreciados.
Canal de distribución (canal de mercadotecnia)	Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.
Canal de distribución convencional	Canal que consiste en uno o más productores independientes, mayoristas y minoristas, quienes libremente buscan maximizar sus utilidades respectivas, aún a costa de los beneficios del sistema en su conjunto.
Canal de mercadotecnia directa	Canal de mercadotecnia directa que carece de niveles intermedios.
Canales de comunicación no personal	Medios que llevan mensajes sin tener contacto o retroalimentación personal, incluyendo los masivos y los selectivos, las atmósferas y los eventos.
Canales de comunicación personal	Canales mediante los cuales se comunican dos o más personas directamente, es decir, cara a cara, persona a auditorio, por teléfono o por correo.
Cartera de negocios	Conjunto de negocios y productos que conforman la compañía.
Centro comercial	Grupo de negocios minoristas planeado, desarrollado, poseído y administrado como una unidad.
Centro de compras	Todos los individuos y unidades que participan en el proceso de decisión de compra en una organización.
Centro de distribución	Gran bodega automatizada que recibe productos de diferentes fábricas y proveedores, toma pedidos, los surte de manera eficiente y entrega la mercancía al cliente lo más rápido posible.
Ciclo de vida de la familia	Etapas por las que pasan las familias conforme maduran.

6. REFERENTES BILBIOGRAFICOS

CÉSPEDES SAENZ, Alberto. Principios de Mercadeo, Cuarta edición. Bogotá: Ecoe Ediciones. 2004.
ALVAREZ, José Emilio. Anteproyecto de investigación, Edijufinancieras
Kotler & Armstrong. **FUNDAMENTOS DE MARKETING.** Octava edición, Ed. Prentice Hall
N.GREGORY, Mankiw. Principios de Economía, Tercera Edición. Mc Graw Hill,2005
www.wordreference.com
Ingrese a las BASE DE DATOS SENA. Puede acceder a Colecciones de libros, revistas, artículos, índices bibliográficos, resúmenes y tesis en texto completo en inglés y español, que pueden ser consultadas desde la red del SENA.
http://biblioteca.sena.edu.co/dar clic en Bases de datos y puede acceder a: e-brary, Gale, Galé Cengage Learning, Océano para Administración, Knovel, Océano universitas P&M, Proquest.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**CLEIDER ZABALETA** **JENNY MEDINA** **MIGUEL CASTRO**	**INSTRUCTOR** **Instructor** **Instructor**		**31/03/2020** **31/03/2020** **31/03/2020**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	**Andres David Cuartas Lopz**	**Instructor**	**Comercio y turismo. Regional Quindio**	**Junio 2023**	

	Versión: 02
	Código: GFPI-F-134

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo

Fecha de Elaboración	1/06/2023	
Denominación del Programa de Formación	COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	
Modalidad de Ejecución	FORMARCIÓN PRESENCIAL	
Código y versión del Programa	13410017 COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)		
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**ANDRES DAVID CUARTAS LOPEZ**	**QUINDIO, CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO**
	Nombres y Apellidos	**Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE	OBSERVACIONES
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES			
NO APLICA	NO APLICA	Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales	**1.ESTABLECER CARACTERÍSTICAS Y COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS PERSONALES DE ACUERDO CON SUS POTENCIALIDADES, OBJETIVOS Y EL ENTORNO.** **2.APROPIAR EL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES PERSONALES EN SU COTIDIANIDAD, SEGÚN** **EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR.** **3.EMPLEAR CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.** **4.RELACIONAR LA IMPORTANCIA DE LA NEGOCIACIÓN CON EL EMPRENDIMIENTO SEGÚN LAS** **NECESIDADES Y ELEMENTOS DE LA NEGOCIACIÓN.**	COGNITIVA: Describir las carcterísticas de un emprendedor y su aplicación en la vida diaria. PROCEDIMENTAL: Identificar por medio de imagenes los elemento del modelo canvas, plan de negocio. ACTITUDINAL Y VALORATIVA: Analizar las diferencias entre ideas y oportunidades en un emprendedor.	40 horas	8 horas	. clase magistral - Mesa redonda - Exposicion actividad grupal - Apoyo en TIC	. Ambiente virtual - Aula conven-cional	Marcadores Video beam Computadores Hojas Lapiceros revistas periodico	INSTRUCTOR COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR	* RECONOCE LAS CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES. * GENERA ALTERNATIVA DENTRO DEL PROCESO DE TOMA DE DECISIONES. * USA CAPACIDAD CREATIVA EN LA SOLUCIÓN DE DESAFIOS E IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DEL ENTORNO. *APLICA LA CAPACIDAD CREATIVA E INNOVADORA SEGÚN RETO DE INNOVACIÓN. *SUSTENTA EL PLAN DE ACCIÓN TENIENDO EN CUENTA LOS ELEMENTOS DE UNA ESTRATEGIA EMPRENDEDORA.	**CONOCIMIENTO: Prueba escrita o formulario de google sobre el modelo de negocio canvas.** **TECNICA: Formulacion de preguntas.** **INSTRUMENTO: Cuestionario, formulario de google. DESEMPEÑO: inspeccion en lugar de trabajo.** **TECNICA:** **Exposicion:** **INSTRUMENTO: Lista de chequeo** **PRODUCTO: inspeccion en lugar de trabajo. TECNICA:** **exposicion INSTRUMENTO:** **lista de chequeo**	

Proceso Gestión de Formación Profesional Integral

Formato Planeación Pedagógica del Proyecto Formativo

Fecha de Elaboración	1/06/2023
Denominación del Programa de Formación	GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACION Y VENTAS - BASADO EN EL MODELO CANVAS
Modalidad de Ejecución	FORMARCIÓN PRESENCIAL
Código y versión del Programa	06000014 V 1
Nombre del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	NO APLICA
Código del Proyecto (Diligencie esta casilla únicamente si es un programa de formación Titulada)	NO APLICA
Instructor(es) que elabora la planeación pedagógica	**ANDRES DAVID CUARTAS LOPEZ** — **Nombres y Apellidos** **QUINDIO, CENTRO DE COMERCIO Y TURISMO** — **Regional y Centro de formación**

FASE DE PROYECTO (Si el programa es de titulada)	ACTIVIDAD DE PROYECTO (si el programa es titulada)	COMPETENCIA	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE A DESARROLLAR	DURACIÓN ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE (HORAS)		ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS	AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS			CRITERIOS DE EVALUACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA EVIDENCIA DE APRENDIZAJE
					HORAS TRABAJO DIRECTO	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE		AMBIENTE	MATERIALES DE FORMACIÓN	INSTRUCTORES RESPONSABLES		
NO APLICA	NO APLICA	**ESTRUCTURAR EL PLAN ESTRATÉGICO DE MERCADEO DE ACUERDO CON EL COMPORTAMIENTO DEL MERCADO Y DIRECCIONAMIENTO ORGANIZACIONAL.** **2. RESULTADOS DE APRENDIZAJE ELEMENTO(S) DE LA COMPETENCIA**	**1.DEFINIR EL PLAN DE ACCIÓN, TÁCTICO Y ESTRATÉGICO COMERCIAL Y DE MERCADEO, UTIIZANDO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS.** **2.DETERMINAR LOS OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS DEL PLAN COMERCIAL Y DE MERCADEO DE ACUERDO A LA PROSPECTIVA EL MERCADO Y AL ANAÌLISIS DE LA EMPRESA, UTILIZANDO EL MODELO DE NEGOCIOS CANVAS..** **3.ESTABLECER LOS INDICADORES Y SISTEMA DE CONTROL DEL DESEMPEÑO DEL PLAN COMERCIAL Y DE MERCADEO.**	CONSTRUIR EL MAPA DE EMPATÍA CONSTRUIR LA CURVA DE VALOR DE LA EMPRESA CONSTRUIR EL LIENZO DEL NEGOCIO CANVAS ANALIZAR LA SITUACIÓN INTERNA DE LA EMPRESA ANALIZAR EL ENTORNO DE LA EMPRESA IDENTIFICAR LAS FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (DOFA) DE LA EMPRESA. APLICAR HERRAMIENTAS PEST, BENCHMARK DEFINIR LOS OBJETIVOS DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN SEGMENTAR EL MERCADO OBJETIVO DETERMINAR OPORTUNIDAD DE MERCADO DEFINIR PROPUESTA DE POSICIONAMIENTO DE ACUERDO AL PLAN DE MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	32 horas	8 horas	- clase magistral - Mesa redonda - Exposicion actividad grupal - Apoyo en TIC	. Ambiente virtual - Aula convencional	Marcadores Video beam Computadores Hojas Lapiceros revistas periodico	INSTRUCTOR GESTION DE MERCADO, COMERCIALIZACIÓN Y VENTAS.	CONSTRUYE LA CURVA DE VALOR, DETERMINANDO LOS FACTORES CLAVE Y LOS ATRIBUTOS DE VALOR DEL PRODUCTO O NEGOCIO DEFINE LA PROPUESTA DE VALOR Y DEFINE LOS SEGMENTOS OBJETIVO, LAS RELACIONES, ACTIVIDADES, RECURSOS, ALIANZAS Y ACTIVIDADES CLAVE PARA DESARROLLAR LA PROPUESTA CON ÉXITO. APLICA LAS TÉCNICAS Y TÁCTICAS COMERCIALES Y DEFINE SU PLAN DE ACCIÓN COMERCIAL Y DE MERCADEO. DEFINE LOS INDICADORES Y EL PLAN DE SEGUIMIENTO AL PLAN COMERCIAL	**CONOCIMIENTO: Prueba escrita o formulario de google sobre el modelo de negocio canvas. TECNICA: Formulacion de preguntas.** **INSTRUMENTO: Cuestionario, formulario de google. DESEMPEÑO: inspeccion en lugar de trabajo.** **TECNICA:** **Exposicion:** **INSTRUMENTO: Lista de chequeo** **PRODUCTO: inspeccion en lugar de trabajo. TECNICA: exposicion INSTRUMENTO: lista de chequeo**

OBSERVACIONES

PROCESO GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Regional: QUINDÍO
Centro de formación: COMERCIO Y TURISMO
Denominación del Programa de Formación: Comportamiento emprendedor
Código del Programa de Formación: 13410022
Versión: 1

Nombre del Aprendiz _____
No. de Documento: _____ **No. De Ficha:** _____
Nombre del Instructor: Andres David Cuartas Lopez

Competencia:
Fomentar cultura emprendedora según habilidades y competencias personales

Resultados de Aprendizaje:
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.

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.

Actividad:

- ✓ Taller realizado de manera escrita o en el formulario digital de Google.

Evidencia:

- ✓ Producto: Taller Modelo Canvas

INSTRUCCIONES PARA EL DILIGENCIAMIENTO:
En el desarrollo de este instrumento se valorarán las evidencias de desempeño y/o producto del proceso, según las técnicas y habilidades desarrolladas durante la formación. Estas evidencias corresponden a las actividades que se describen en la guía de aprendizaje, las cuales fueron socializadas y concertadas con el instructor.

PLAN DE NEGOCIO CANVAS UNIDADES

El Lean Canvas es una herramienta estratégica empresarial, que permite analizar de manera visual nuestro modelo de negocio para aumentar sus probabilidades de éxito.

Nombre de su Unidad Productiva o Idea de Negocio:

1. Propuesta de valor ¿Qué problema o necesidad resuelvo? No tiene sentido hacer lo mismo que los competidores. Debe aportar valor para que se diferencie de la competencia. ¿Por qué van a comprar mi producto y no otro?

2. Segmento de clientes. Debo conocer mis clientes, geográficamente, socialmente. Detallar de la forma más exacta a mi cliente, incluyendo edades, procedencia, ciudades, países, gustos.

3. Canales ¿Cómo conseguimos que nuestro producto llegue al cliente? ¿Por medios físicos? ¿Por internet? ¿Dispositivos móviles? ¿Página web?

4. Relación con clientes. ¿Cómo mantener, aumentar a nuestros clientes? ¿Como fidelizar a nuestros clientes? Debemos escribir las tácticas de cómo realizarlo.

5. Fuentes de ingresos. ¿Cómo hacemos para monetizar nuestro producto o servicio? ¿Qué valor ofrecemos para que paguen por nuestro producto o servicio? ¿Qué sistemas de pago vamos a ofrecer?

6. Recursos clave. ¿Qué recursos financieros, físicos, intelectuales y humanos necesitamos?

7. Actividades Clave. Debemos identificar qué cosas más importantes ofrece nuestra compañía para hacer que el modelo de negocio funcione.

8. Aliados clave. ¿Cuáles son los principales socios y suministradores para que el modelo de negocio funcione? ¿Cuáles son los proveedores clave y que producto van a suministrar?

9. Estructura de costos ¿Cuáles son los costos necesarios para poder arrancar? Identificar los recursos con los costos más altos. Identificar actividades con el mayor costo. Identificar costos fijos, variables, economías de escala, impuestos.

2. **RESULTADOS:** Aprobado ☐ Deficiente ☐

3. OBSERVACIONES-RECOMENDACIONES

Ciudad y fecha de aplicación del instrumento:

_____
Firma del Aprendiz

Andres David Cuartas López
Firma Instructor