PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación**: Tecnólogo en Gestión Empresarial
- **Código del Programa de Formación**: 621201 V102
- **Nombre del Proyecto**: Implementación técnica de gestión empresarial en un contexto de innovación y creatividad para iniciativas o fortalecimiento empresarial en el occidente huilense.
- **Fase del Proyecto**: Planeación.
- **Actividad de Proyecto**: Identificar y diseñar productos y/o servicios acorde a las necesidades y expectativas de los emprendedores y/o las micros y pequeñas empresas del municpio de La Plata Huila y su área de influencia, teniendo en cuenta la metodología establecida.
- **Competencia:** Proponer alternativas de solución que contribuyan al logro de los objetivos de acuerdo con el nivel de importancia y responsabilidad de las funciones asignadas por la organización.
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: Formular el proyecto productivo y/o plan de negocios teniendo en cuenta la metodología adoptada, las normas y la legislación vigente, para la organización y el inversionista.
- **Duración de la Guía:** 36 Horas

2. PRESENTACIÓN

Bienvenido(a) a la Guía de Aprendizaje 2.

En la presente guía de aprendizaje, se abordarán los conceptos necesarios para alcanzar los conocimientos propuestos en el resultado de aprendizaje "***Formular el proyecto productivo y/o plan de negocios teniendo en cuenta la metodología adoptada, las normas y la legislación vigente, para la organización y el inversionista.".*** Lo anterior se abordará desde el desarrollo de la actividad de aprendizaje: **"Identificar y diseñar productos y/o servicios acorde a las necesidades y expectativas de los emprendedores y/o las micros y pequeñas empresas del municpio de La Plata Huila y su área de influencia, teniendo en cuenta la metodología establecida**".

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje, es necesario revisar los materiales del programa, explorar los materiales complementarios y realizar consultas en

internet si es necesario.

Con esta actividad de aprendizaje se pretende:

- Motivar al Aprendiz a tomar posiciones críticas, analíticas frente a una evaluación de idea de negocio.
- Orientar en la evaluación de ideas, en la toma de decisiones y planteamiento de soluciones a las necesidades detectadas en el mercado.
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del Aprendiz.
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado.
- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es):

3.1 Actividades previas.

El instructor explicará de que se trata la evaluación de reconocimientos de aprendizajes previos, (Proceso mediante el cual el instructor evalúa aprendizajes que han sido adquiridos en el pasado por el Aprendiz, que refiere a lo que ¨sabe¨, ¨sabe hacer¨ y es) mediante un preguntario y conversatorio con la participación activa de todos los aprendices enmarcado en las necesidades y expectativas de negocio que tiene cada uno.

3.2 Actividades de Reflexión Inicial

Para comenzar a evaluar ***una idea de negocio***, es necesario tener en cuenta algunas variables que puedan influir para alcanzarla. También es imprescindible, formularse preguntas acerca de: ¿Qué tan clara es la idea y las posibilidades del mercado?, ¿Cómo va a promocionar el negocio, en cuanto a recursos financieros, talento humano y tecnologías?

Para evaluar ideas debemos tener otras alternativas para compararla, hay que proyectar su materialización, analizar si es factible su conversión en actividad propia de un negocio.

La evaluación de ideas permite la implementación de negocios totalmente útiles y así evitar consecuencias perjudiciales. Evaluar las ideas evita perder tiempo, energía y dinero.

¿Por qué unas ideas tienen éxito y otras no? Normalmente porque no se evaluó antes y en el desarrollo de la misma no se hizo una correcta planeación y tampoco se planeó la supervivencia del negocio.

De acuerdo con estos interrogantes y teniendo en cuenta los conocimientos hasta aquí adquiridos mediante el seguimiento y aplicación de este programa de formación, elabore un documento mazimo de dos paginas dando respeustas a los siguiente preguntas:

1. **¿Qué aspectos debe conocer, sobre la segmentación del mercado para realizar la evaluación de idea de negocio?**
2. **¿Identifique los tipos de segmentos de mercado en el que estaría enmarcado tu idea de negocio?**

3.3 Actividades de Apropiación

Ruta Evaluación Idea de Negocio

Después de haber identificado y analizado una excelente idea para emprender, no es sinónimo de oportunidad de negocio.

La iniciativa ha de tener acomodo en el mercado, de lo contrario nada vale un ingenioso o novedoso proyecto, si éste no tiene éxito entre los potenciales clientes.

Puede darse que, efectivamente, se haya identificado una buena idea, pero se tiene que comprobar si el mercado responde. Es importante validar si realmente existe un encaje entre problema/ solución y que los potenciales clientes estén de acuerdo. Para eso se cuenta con herramientas como el **producto mínimo viable.**

En desarrollo de producto, el producto viable mínimo (MVP, del inglés *mínimum viable product*), es un producto con suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales, y proporcionar retroalimentación para el desarrollo futuro.

Algunos expertos sugieren que un MVP también significa vendible: “No es un MVP **hasta que lo vende**. Viable significa que lo puede vender”.

Aprender de un MVP: Es a menudo menos caro que desarrollar un producto con más características, las cuales aumentan costos y el riesgo si el producto falla, por ejemplo, debido a suposiciones incorrectas.

El término MVP fue acuñado por Frank Robinson aproximadamente en 2001, y popularizado por Steve Blank, y Eric Ries. Construir un MVP puede conllevar un análisis de mercado.

Producto mínimo viable: Es un producto que cumple los requisitos básicos del producto final, al que todavía le faltan funcionalidades, pero los primeros clientes ya están dispuestos a pagar por él. Al

hablar de productos, muchas veces pensamos únicamente en producto físico, pero el producto mínimo viable, también es aplicable a servicios.

En esta actividad deberá elaborar y presentar un documento donde determine una ruta a seguir dentrodel proceso de Evaluación de su idea de negocio teniendo en cuenta, los aspectos operativos, el mercado potencial, los beneficios, los factores financieros y todos los elementos necesarios para buscar la mejor alternativa de aplicación de la Idea de Negocio concebida.

Siga las siguientes instrucciones: **Pasos para diseñar un producto mínimo viable (MVP):**

1. Enumerar una lista de funcionalidades del producto o servicio.
2. Elegir 1, 2 o como máximo 3 funcionalidades que son relevantes. Si solo selecciona una mejor.
3. Diseñar un boceto, maqueta, video, simulación, un demo del producto o servicio.
4. Encontrar la propuesta de valor más importante del producto/servicio a ofrecer.
5. Definir el precio del producto mínimo viable. Es importante que tenga un precio de lanzamiento, para que los clientes decidan si pagan por ello o no.
6. Desarrollar un vídeo explicativo, fotos o documentos que ayuden a dar credibilidad a la idea y a los beneficios que aporta.
7. Pensar cómo se va a realizar el pago del producto o servicio.
8. Difundir en la web o landing, en redes sociales y anuncios de pago. Definir cómo lo va a hacer, qué redes o plataformas va a emplear. Enuméralas aquí.

3.4 Actividades de transferencia de conocimiento

Todo esto se quedaría en aburrida teoría si no fuésemos capaces de poder mostrarlo gráficamente, El mejor ejercicio que se puede hacer es utilizar The Business Model Canvas, que permite ver y moldear en un solo folio –estructurado en nueve elementos– cuál es nuestro modelo de negocio.



Hay muchas formas de explicar cómo diseñar un modelo de negocio, “pero The Business Model Canvas, creado por **Alexander Osterwalder** (http://alexosterwalder.com), permite, de forma gráfica, explicarlo de manera muy sencilla”.

En el modelo de negocio CANVAS “tienes una propuesta de valor, que es lo que te hace especial en el mercado –y que está colocada en el centro del lienzo (ver la distribución en el gráfico)–. Tu propuesta de valor la tienes que llevar a una serie de clientes (que es lo que está ubicado a la derecha), con los que tendrás que establecer una serie de relaciones. Y para llevar esa propuesta de valor a los clientes, lo tienes que hacer a través de unos canales –comerciales, Internet, tiendas offline, etc.–. Eso sería de puertas hacia fuera. De puertas hacia dentro (a la izquierda en el lienzo), tienes las actividades y los recursos clave, es decir, lo que obligatoriamente tienes que hacer y lo que es crítico dentro de tu modelo de negocio, y los socios clave con los que vas a trabajar”. Y por último, y no menos importante que los otros siete elementos, la estructura de costes y las líneas de ingresos de tu negocio.

Esta actividad es importante definirla claramente, porque va a ser la carta de navegación o instrumento de planificación, dado que le permitirá ordenar y sistematizar la información, de tal manera que pueda contar con un plan de trabajo a realizar, para lograr los objetivos propuestos.

Estimado Aprendiz, siga las siguientes instrucciones para el desarrollo de la Evidencia:

A. Elabore una plantilla con el Método CANVAS, la cual debe contener la descripción de los siguientes elementos:

- Segmento de clientes.
- Propuesta de valor.
- Canales de entrega o distribución de su propuesta de valor.
- Relación con los clientes.
- Fuentes de ingresos.
- Actividades a desarrollar para generar valor.
- Recursos para generar valor en el Producto/Servicio.
- Alianzas estratégicas.
- Estructura de costos.

B. Prepare sustencion de su modelo de negocio canvas máximo en 5 minutos y presentelo mediante video.

3.5 Ambiente Requerido:

Ambiente virtual de aprendizaje.

3.6 Materiales:

Material de formación .

4. Actividades de evalaucion

Evidencias de Aprendizaje.	Criterios de Evaluación.	Técnicas e Instrumentos de Evaluación.
Evidencia de Desempeño. Actividad 1 - Evidencia 1. Ruta Evaluación Idea de Negocio. (PMV). Actividad 2 - Evidencia 1. Modelo de negocio CANVAS	— Evalúa la Idea de Negocio de acuerdo con la vialidad, de mercado, comercial, financiera, técnica y operacional. — Plasma y presenta modelos de negocio.	Técnica: Ejercicio práctico Instrumento: Lista de chequeo. Técnica: Taller Instrumento: Lista de chequeo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Desarrollo de producto: Consiste en el proceso completo de crear y llevar un nuevo **producto** o **servicio** al mercado.

Diferenciación de producto: Estrategia seguida por una empresa para que el bien producido por ésta, sea percibido por los clientes como diferente de aquellos bienes semejantes, resaltando aquellas características y elementos que pueden hacer que sea percibido como un producto único.

Mercado: Marketing. Es una forma de organizar un conjunto de procesos o acciones en el momento de crear un producto o servicio, comunicando y entregando valor a los clientes o usuarios y su finalidad, la empresa beneficiarse generando satisfacción a las necesidades de los clientes.

Tendencias del mercado: Las tendencias pueden ser a corto o largo plazo. Las tendencias a corto plazo ocurren dentro de la tendencia más amplia, a veces moviéndose con ella y a veces en contra de ella. Para identificar las tendencias del mercado se utiliza el análisis técnico, estudio que caracteriza a las tendencias de mercado como una respuesta previsible de los precios del mercado en los niveles de apoyo a los precios y la resistencia de precios que varía con el tiempo.
Extrapolación: Aplicación de un criterio conocido a otros casos similares para extraer nuevas conclusiones. La base de la extrapolación es el conocimiento reciente del desarrollo de un fenómeno o evento.

Estrategias: Son herramientas con las cuales cada unidad de negocio espera alcanzar sus metas, pero también para mantener sus buenas relaciones con proveedores, clientes y talento humano.

Mercado Marketing: Es una forma de organizar un conjunto de procesos o acciones en el momento de crear un producto o servicio, comunicando y entregando valor a los clientes o usuarios y su finalidad; beneficios para la empresa generando satisfacción a las necesidades de los clientes.

Viabilidad del mercado: Expresión que procede del francés viable, se compone de dos vocablos latinos; **Vita**, puede traducirse como “Vida” y el sufijo **Bilis**, equivale a“Posibilidad”. Tiene probabilidades de llevarse a cabo o concretarse.

Materiales: Son los principales recursos que se usan en la producción; estos se transforman en bienes terminados con la ayuda de la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. Los materiales se dividen en: **Directos:** Son todos aquellos que pueden identificarse en la fabricación de un producto terminado, fácilmente se asocian con éste y representan el principal costo de materiales en la elaboración de un producto. **Indirectos:** Son los que están involucrados en la elaboración de un producto, pero tienen una relevancia relativa frente a los directos.

Propuesta de Valor: Se refiere a la expresión concreta del conjunto de beneficios que recibirán los clientes a los que se dirige como consecuencia de hacer negocio con quien la propone. A cambio de esos productos y servicios ofrecidos, la empresa obtiene de sus clientes, en la mayoría de los casos, una remuneración.

Alianzas Estratégicas: Es un acuerdo realizado por dos o más partes (personas o empresas) para alcanzar un conjunto de objetivos deseados por cada parte independientemente. Esta forma de cooperación se encuentra entre las fusiones y adquisiciones y el crecimiento orgánico.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Rodríguez Valencia, J. (2002) *Administración de pequeñas y medianas empresas*, México, Thomson Learning. Obtenido de http://www.uaq.mx/servicios/desacad/tutorias/documentos/Rodriguez_Valencia.pdf

- Harris J. (2003) *Manual Diseño y Elaboración de Planes de Negocios para Micro y Medianos Empresarios Rurales*. Obtenido de: http://infolactea.com/wp-content/uploads/2015/03/239.pdf

- Moore, S, Juan. (2005) *Manual de plan de negocios: La carta de navegación para el éxito.* Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo, Perú, Lima. Obtenido de: https://zenempresarial.files.wordpress.com/2009/12/manual-de-plan-de-negocios.pdf

- Chapman, Alan. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST* Herramienta de análisis PEST: Obtenido de: http://docplayer.es/12344917-Analisis-dofa-y-analisis-pest-por-alan-chapman.html

- Urick (1964). *Matriz Dofa*. Obtenido de: http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest

- Fred R. David, (2008). *Conceptos de Administración Estratégica*. Edit. Prentice Hall, México. Universidad Nacional Autónoma de México.

- Cohen, E Y Martínez, R. (2004). *Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales.* CEPAL. Obtenido de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6004/1/S01010075_es.pdf

— Paul Barrow. (2002)*Planes de Negocio.* Recuperado de: http://docplayer.es/6729762-Como-preparar-y-poner-en-marcha-planes-de-negocio-paul- barrow.html

— SENA (2014) *Pronóstico de ventas.* Recuperado de: http://pronosticohoteleriasena.blogspot.es/1449002801/pronosticos-tendencia-y-demanda/

— Sinisterra V, Gonzalo. Polanco, L. (2007). *Contabilidad Administrativa.* Obtenido de: https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2015/08/Contabilidad-administrativa-1ra- Edici%C3%B3n.pdf

— Alex Osterwalder (2012). *Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas*. Obtenido de: https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf.

— Cómo se elabora un modelo Canvas : https://www.emprendedores.es/gestion/a27644/modelo-3/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	César Hernández Flórez	Experto Transversal Emprendimiento	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos del SENA Regional Santander	31/08/2017

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio

Autor (es)	Edwin Iznardo Camargo Mojica.	Guionista - Productor de medios audiovisuales.	SENA Regional Boyacá CEDEAGRO.	Junio de 2018	Ajustes ortográficos y de contenidos al nuevo formato de guía de aprendizaje.
	Johanna Martínez Aragón. Janet Lucía Villalba Triana.	Asesoras pedagógicas.	Línea de Producción Boyacá.		
	Zulma Yurany Vianchá Rodríguez.	Senior línea de producción.			
	Eduardo Cesar Timana Salamanca	Instructor Gestion Empresarial	Regional Huila CDATH	Abril 236 de 2020	Ajuste a actividades de desempeño