



PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE NEGOCIO
- **Código del Programa de Formación:** 12210014
- **Competencia:** Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento técnico
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
 1. PLANEAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON NORMAS TÉCNICAS Y LEGALES.
 2. ESTRUCTURAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON METODOLOGÍAS Y NORMAS
 3. HACER SEGUIMIENTO A LA ESTRUCTURACIÓN DE LA PROPUESTA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON NORMAS Y PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS
 4. AJUSTAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO DE ACUERDO CON NORMAS TÉCNICAS LEGALES Y MARCOS DE REFERENCIA.
- **Duración de la Guía:** 40 Horas.

2. PRESENTACIÓN

La población en situación de desplazamiento requiere de un proceso de acompañamiento para generar proyectos productivos que les permitan poder derivar sus ingresos, independizarse, creando su propia empresa.

Los programas de atención a ésta población, promueven la oportunidad de generar negocios. Por lo cual se hace necesario desarrollar acciones de formación que involucren el componente empresarial de los procesos productivos propuestos por la misma comunidad. A través de este curso complementario, se busca facilitar y orientar a personas con potencial Emprendedor, en la Creación de empresas con alto componente Innovador, aplicando tecnologías que potencien el valor de las empresas y sean más competitivas, agregando valor y generando empleo, contribuyendo al desarrollo de la región y del país. La experiencia adquirida por el SENA, ha permitido permanentemente que se actualice contenidos y enriquezcan metodologías, que contribuyen a crear empresas innovadoras y competitivas, generando autoempleo y empleo como una alternativa de vinculación, frente a las dificultades que presenta el mercado laboral.



3. FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

EVIDENCIA 1: participación en el conversatorio historias de empresarios exitosos en Colombia y el mundo.

A partir de la lectura y videos de casos empresariales de referencia en Colombia y el mundo (Historia de Arturo Calle, Ponqué Ramo, entre otros) responda las siguientes preguntas:

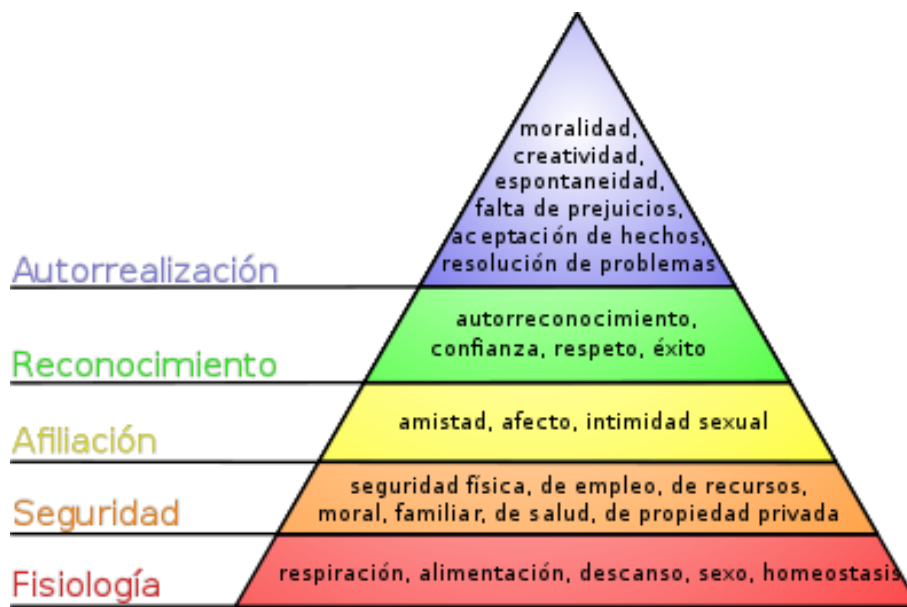
1. ¿Qué características de estos empresarios cree usted garantizaron el éxito de sus empresas en ese momento de la historia empresarial Colombiana?
2. ¿Existen en la actualidad las organizaciones a las que pertenecen los empresarios analizados?
3. De acuerdo con lo observado, identifique qué aspectos posee como persona y profesional para lograr éxitos en los proyectos a emprender.

Realice aportes a las respuestas de dos de sus compañeros como mínimo.

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

La Pirámide de Maslow

La Pirámide de Maslow, o jerarquía de las necesidades humanas, es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow en su obra: Una teoría sobre la motivación humana de 1943, que posteriormente amplió. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas (parte inferior de la pirámide), los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados (parte superior de la pirámide).





La escala de las necesidades de Maslow se describe a menudo como una pirámide que consta de cinco niveles: los cuatro primeros niveles pueden ser agrupados como «necesidades de déficit (primordiales)»; al nivel superior lo denominó «autorrealización», «motivación de crecimiento», o «necesidad de ser». “La diferencia estriba en que mientras las necesidades de déficit pueden ser satisfechas, la necesidad de ser es una fuerza impelente continua”.

La idea básica de esta jerarquía es que las necesidades más altas ocupan nuestra atención sólo cuando se han satisfecho las necesidades inferiores de la pirámide. Las fuerzas de crecimiento dan lugar a un movimiento ascendente en la jerarquía, mientras que las fuerzas regresivas empujan las necesidades prepotentes hacia abajo en la jerarquía.

EVIDENCIA 2: Pirámide de las necesidades

- ✓ A través de un documento entregable. Escoger un producto o servicio conocido en el mercado y describa cómo se ha potenciado a través de lo expuesto en la lectura y video sobre la escala de las necesidades humanas.

EVIDENCIA 3: Identifique oportunidades de mercado de acuerdo a los estilos de vida y tendencias actuales.

Conformar equipos de 3 personas:

Para el desarrollo de esta Evidencia, es necesario que observe el vídeo *segmentos y tendencias de consumo*.

Teniendo en cuenta los diferentes estilos de vida observados en el vídeo, a través de una lluvia de ideas proponga un producto o servicio de su preferencia que satisfaga las necesidades o resuelva los problemas de cada uno de los estilos de vida y haga sus aportes participativos en mesa redonda.

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

EVIDENCIA 4: Identificación de la idea de negocio

- ✓ Ideas a partir de lo que a cada quien le gusta.
- ✓ Ideas a partir de necesidades.
- ✓ Ideas a partir de la experiencia laboral que se tiene.
- ✓ Observación personal (viajes)
- ✓ Publicaciones, revistas especializadas, Internet y documentales audiovisuales
- ✓ Eventos o ferias en las que se reúnen fabricantes, clientes y demás actores

Defina al menos tres (3) ideas de negocio aplicando cada técnica de las mencionadas anteriormente luego responda:

- ✓ ¿Cuál es el producto?... que se está pensando ofrecer
- ✓ ¿Para quién?... está pensado.
- ✓ ¿Para qué?... en términos de necesidad y utilidad. ¿Cómo?... producir o generar lo que
- ✓ ¿Por qué los clientes lo preferirán?... que sugiera de forma general la diferencia respecto a lo ya existente



¿Qué es el Modelo CANVAS?

El Modelo de Negocios **Canvas** es una herramienta de gerencia estratégica para emprendedores. En ella se describe, diseña, inventa, se modela la iniciativa empresarial.

Es un formato en el que se observa el modelo de negocio en nueve campos. La herramienta ofrece una visión global (visión de helicóptero) de la idea de negocio, mostrando las interacciones entre aspectos clave para el desarrollo de la iniciativa.

El Modelo de Negocios Canvas o Business Model Canvas fue diseñado en 2010 por Alex Osterwalder

EVIDENCIA 5: Diseñe el modelo CANVAS de su idea de negocio.

- ✓ Tomando como referencia el modelo de negocios aportado por el instructor, diseñe el modelo CANVAS de la idea de negocio que ha seleccionado en el punto anterior.



ANÁLISIS DEL MERCADO

EVIDENCIA 6: Desarrolle un perfil ideal de su cliente y responda las siguientes preguntas:

Análisis de la Oferta

¿Quiénes ofrecen el producto o servicio? ¿Quiénes y cuántos son o serán sus competidores? ¿Cuáles son los puntos fuertes de la competencia? ¿Cuáles son sus puntos débiles? ¿Dónde se encuentran ubicados? ¿Están más cerca o más lejos de los clientes que ustedes? ¿Los precios que ellos ofrecen son buenos? ¿Los productos que ofrece la competencia son de alta calidad?



Análisis de la Demanda

¿Quiénes necesitan el producto o servicio? ¿Qué características poseen los posibles clientes? ¿Se trata de otras empresas o instituciones? ¿Del sector público o privado? ¿Son personas naturales los futuros clientes? ¿Son jóvenes, adultos, mayores? ¿De ingresos económicos bajos, moderados, altos? ¿Por qué preferirán el producto o servicio que usted ofrecerá?

ESTUDIO TÉCNICO O PLAN DE OPERACIONES

EVIDENCIA 7:

Procesos y operaciones

Defina y describa los diferentes procesos principales del ciclo entero de la manufactura o de la prestación del servicio. ¿Qué se tiene que hacer en la organización para elaborar el producto o prestar el servicio (Paso por paso)? Identifique e indique con un asterisco (*) los procesos críticos, los más importantes para lograr las características del producto.

PROCESOS PRINCIPALES	¿QUÉ SE NECESITA? Material, Mano de Obra	¿QUÉ SE OBTIENE? Resultado

Estructura de la Organización

Elabore un organigrama que describa las funciones que se dan dentro de la organización y quién se responsabiliza cada una de ellas.

Recursos materiales y/o insumos

Expresé en el siguiente cuadro todos los materiales y/o insumos que necesitará para elaborar el producto o prestar el servicio.

MATERIALES	CANTIDAD REQUERIDA POR CADA UNIDAD DE PRODUCTO	COSTO /UNIDAD	TOTAL COSTO UNITARIO

ESTUDIO FINANCIERO

Evidencia 8:

Plan de Inversión

Expresé en el siguiente cuadro los activos que la empresa tendrá que adquirir para desempeñar sus funciones.



Detalle	Inversión Propia	Inversión a financiar	Total Inversión

Estimación de los Ingresos

Tomando en cuenta la información emanada del Estudio de Mercado, indique las proyecciones de ventas promedio que tendrá su negocio.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	
					TOTAL
Cantidad de productos ventas mensual					
Precio por producto					
Ingreso por ventas mensual					
Ingreso por ventas anual					

Estimación de los Costos por Materia Prima o Insumos

Tomando en cuenta la información emanada de las proyecciones de ventas que tendrá su negocio mensualmente, indique el comportamiento de la producción y de los materiales y/o insumos que intervienen en el proceso productivo o de prestación del servicio.

	Producto 1	Producto 2	Producto 3	Producto 4	
					TOTAL
Cantidad a producir mensual					
Costo por producto					
Costos mensual					
Costos materia prima anual					

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

EVIDENCIA 9: Tomando como referencia el modelo de encuesta de la empresa Helados “Yogurísimo” realice un pequeño estudio de mercado en una práctica de campo, dentro del mercado o área de influencia de su producto o servicio. (Utilice la herramienta GOOGLE FORMS – formularios de Google, para que tabule la encuesta en línea)



Ejemplo: Se trata de una empresa de helado de yogurt que pretende entrar en el mercado ofreciendo un servicio diferente al de sus competidores y están interesados en conocer las necesidades y deseos del consumidor, que no son cubiertos por la competencia directa.

Producto: Helados Yogurísimo

1. Sexo

F____ M____

2. EDAD:_____

3. ¿Te gustan los helados de yogurt?

- a) Si
- b) No

4. ¿Por qué comprarías un helado de yogurt?

- a) Sabor
- b) Presentación
- c) Precio

5. ¿Qué esperas de un yogurt de helado?

- a) Un producto muy dulce
- b) Un producto equilibrado (dulce pero no empalagoso)
- c) Un producto Light

6. ¿Cuánto estas dispuestos a pagar por un helado de yogurt al que puedas agregarle todo lo que se te antoje?

- a) \$40
- b) \$30
- c) \$25
- d) \$20

7. ¿Qué le cambiarías a los helado de yogurt que hay actualmente en el mercado?

- a) el tamaño
- b) los precios
- c) la variedad

8. Si se te presentara la oportunidad, ¿diseñarías tu propio helado de yogurt, tu propia combinación de ingredientes?

- a) Si
- b) No

9. ¿Cuál de las siguientes opciones crees que es una necesidad para ti como consumidor de helado de yoghurt?

- a) Helados lights
- b) Precios más bajos
- c) Sabores no tradicionales
- d) Variedad en los toppings



ACTIVIDAD	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cant	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Presentar Informe Final: Propuesta plan de negocio.	40	Video Beam	1	1. Fotocopias Documentos 2. Fotocopias talleres	1- 20 paquetes 2- 20 paquetes	Formación profesional en Contaduría Pública y/o Administración de Empresas.	1	Aula, condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente normales.



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias de Conocimiento :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Evaluación conceptos Básicos. ✓ EVIDENCIA 2: Pirámide de las necesidades. ✓ EVIDENCIA 3: Identifique oportunidades de mercado de acuerdo a los estilos de vida y tendencias actuales. ✓ EVIDENCIA 4: Identificación de la idea de negocio <p>Evidencias de Desempeño:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Desarrollo de Talleres Propuestos. ✓ EVIDENCIA 5: Diseñe el modelo CANVAS de su idea de negocio ✓ EVIDENCIA 6: Desarrolle un perfil ideal de su cliente y responda las preguntas sobre mercado. ✓ EVIDENCIA 7: Defina y describa los diferentes procesos principales del ciclo entero de la manufactura o de la prestación del servicio. ✓ EVIDENCIA 8: Realice una proyección de su inversión, sus ventas y elabore los costos fijos y variables de su unidad de negocio. <p>Evidencias de Producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ EVIDENCIA 9: Diseñe una encuesta en línea utilizando 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Identifica las ideas de negocio viables teniendo en cuenta las necesidades del mercado ✓ Valora las ideas de negocio según criterios establecidos por la organización ✓ Realiza la guía del plan de negocio teniendo en cuenta la metodología establecida por la organización ✓ Evalúa las fuentes de financiación para la adquisición de los recursos según criterios y políticas establecidas por la organización 	<p>De Conocimiento :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación, participación oral ✓ Sopa de Letras de Conceptos ✓ Lista de chequeo ✓ Lluvia de ideas <p>De Desempeño:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Trabajo en equipo desarrollo de talleres en parejas. ✓ Exposición de talleres resueltos mesa redonda, ✓ Resolución de casos y problemas prácticos de actividades propias de su entorno <p>De Producto:</p>



los Formularios de google en donde haga un pequeño estudio de la demanda. ✓ Elabore el plan de negocio en plataforma plan de negocios población víctima o en forma física con los conceptos desarrollados en el curso.		Lista de Chequeo Producto
---	--	---------------------------

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Necesidad: Es la carencia o falta de algo indispensable para la vida: vestido, seguridad, sentido de pertenencia, afecto, alimento, recreación.

Deseo: Es anhelar aquellas cosas (bienes o servicios) que no son necesarias para la vida, pero que nos gustaría tener o poder alcanzar.

Producto: Es todo objeto o cosa útil que podamos ofrecer (vender) en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo a los consumidores.

Precio: Es el número de unidades monetarias (pesos) que necesitamos para obtener a cambio una unidad del bien (producto que se quiere comprar)

Demanda: Es la cantidad de un bien o servicio que los consumidores están dispuestos a comprar.

Oferta: Las cantidades que los productores están en condiciones de ofrecer en el mercado, dentro de un rango de precios y en un tiempo determinado.

Investigación Mercado: Es el trabajo que realizamos para identificar las necesidades o las preferencias que tiene el consumidor para compra r un producto o servicio.

Costo: Es la cantidad de recursos invertidos para producir un bien o prestar un servicio.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva

Innovación:

- Acto de convertir un concepto o idea creativa en un resultado.
- Llevar a la práctica las nuevas ideas.
- La transformación de una idea en un nuevo producto, servicio o método de producción.
- Capacidad para ejecutar y concretar cambios en una organización.

Liderazgo: Es Influencia, es decir, el arte o el proceso de influir sobre las personas para lograr que se esfuercen de buen agrado y con entusiasmo hacia el logro de las metas del grupo.

**Creatividad:**

- La generación de nuevas ideas.
- La habilidad para combinar o asociar ideas de manera única, para lograr un resultado nuevo y útil.
- La capacidad de generar alternativas de solución a un mismo problema.
- La habilidad y potencial para desarrollar nuevas ideas.

6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

Hernández, A. (2008). Cartilla Emprendimiento SENA - Emprendimiento y Empresarismo. Unidad De Emprendimiento. Regional Tolima Centro de Industria y de la Construcción.

Acosta, K. Escuela de organización industrial. *La Pirámide de Maslow*. Recuperado de www.eoi.es/blogs/katherinecarolinaacosta/2012/05/24/la-piramide-de-maslow/

MPMARKETINGGROUP. (2016, Agosto 30) Segmentos / Tendencias de consumo [Archivo de video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=altOOwr_tio&t=102s

Rodríguez, F., Moreno, J. Manual para la identificación de oportunidades de negocio. Doi: https://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_dentificacionOportunidades_SAE.pdf

Giménez, J. Recuperado de <http://www.aulafacil.com/cursos/t5229/empresa/emprender/monta-tu-negocio-de-la-idea-al-plan-concreto-ii-plan-de-negocio>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Jaime Andrés Herrera Garzón Contador Público Cel: 310 373 4430 jaiherrerag@sena.edu.co	<i>Instructor - Contratista</i>	<i>Centro de Comercio y Turismo Armenia - Quindío</i>	<i>abril/2022</i>

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					