

Cuadernillo
Mi ruta SENA Emprende Rural

SENA
Emprende
Rural

CampeSENA
¡Una Esperanza Debida!

SENA Emprende Rural

EQUIPO TÉCNICO:

Carlos Arturo Gamba Castillo
Coordinador Nacional SENA Emprende Rural

Duván Cenén Ocampo Henao
Holman Alirio Torres Beltrán
Claudia Patricia Aza Campos
Genny Andrea García Pereira
Antonio Calderón Merchán
Luisa Fernanda Martinez Vega
Daniel Andrés Silva Aldana

Profesionales Equipo Nacional Coordinación programa
SENA Emprende Rural

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Coordinación Nacional programa SENA
Emprende Rural SER
Dirección de Empleo y Trabajo
Dirección General
Bogotá D. C., Colombia

© Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Hecho depósito que exige la ley.
Esta publicación surge como un producto de aprendizaje de la Estrategia Comunidades de Aprendizaje, desarrollada por la Ccoordinación Naciónal programa SENA Emprende Rural y promovido por la Dirección de Empleo y Trabajo. El resultado de esta obra no compromete a la institución.

Bogotá, Colombia. 2023.
Primera edición.

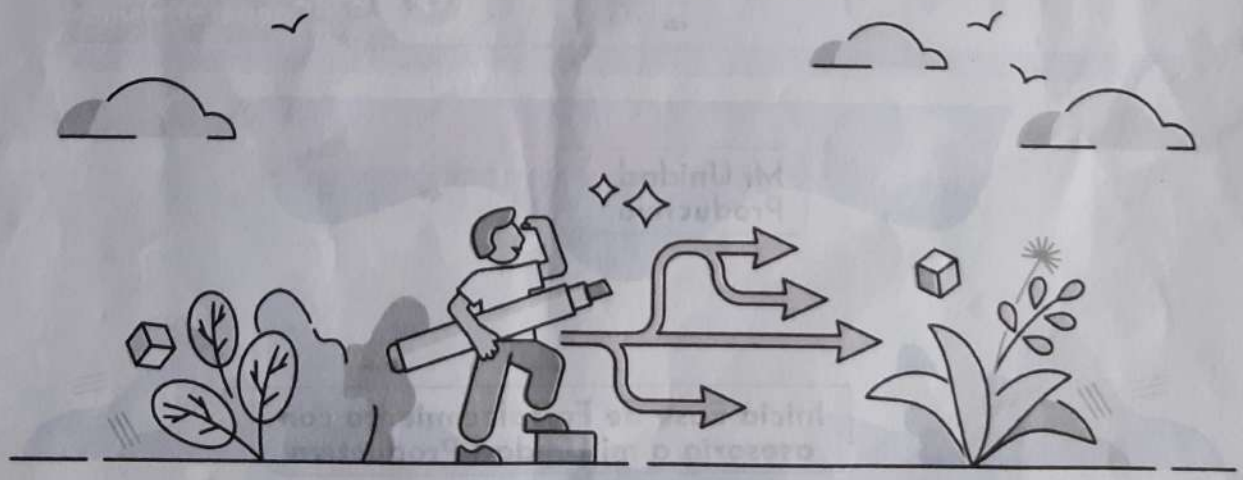
Mi ruta **SENA Emprende Rural**

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

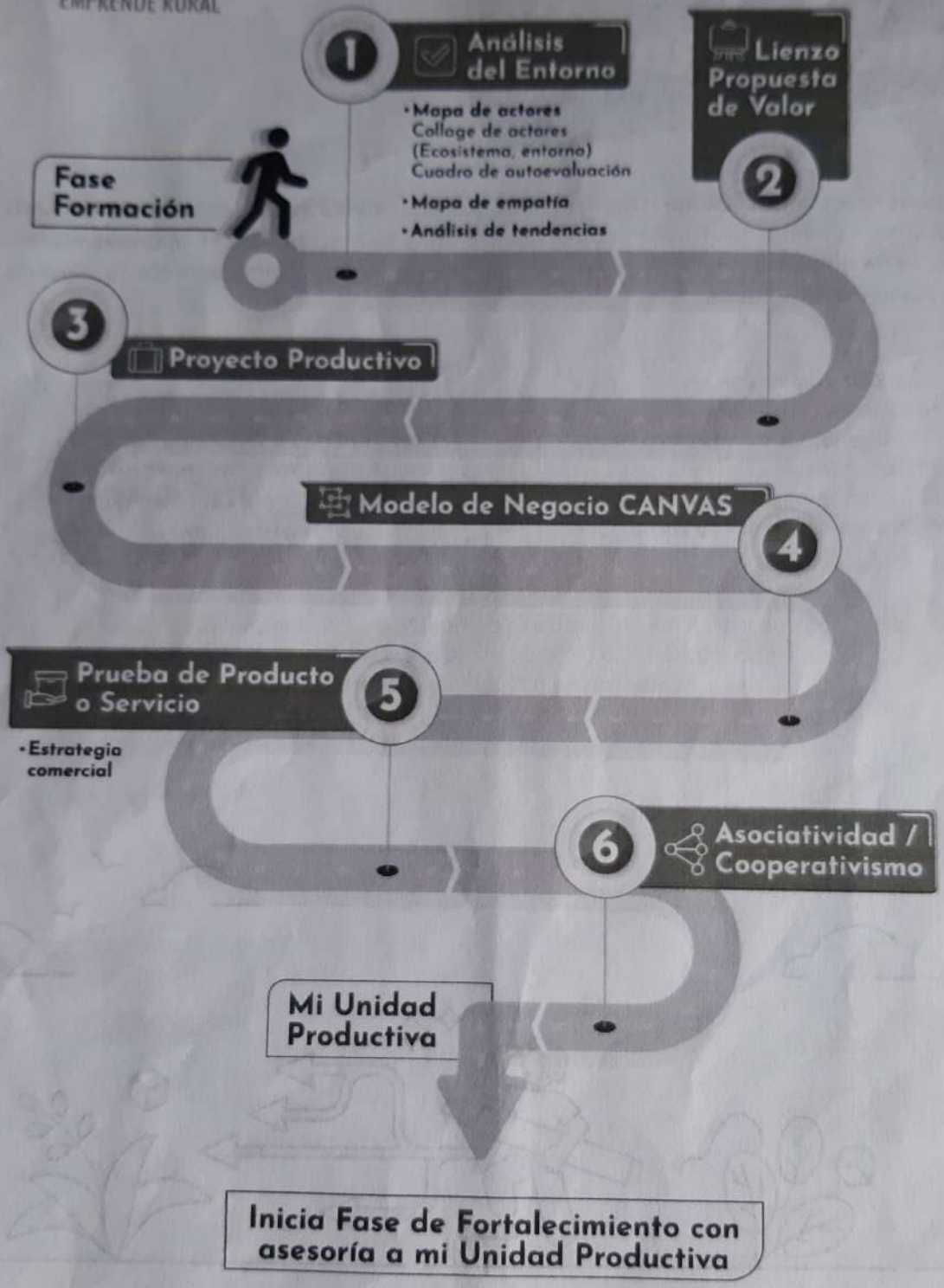
El programa **SER** cuenta con un equipo de trabajo consciente y comprometido que, de la mano de aprendices y emprendedores como ustedes, trabajan por la promoción del emprendimiento, el desarrollo rural y un mejor futuro para las familias y comunidades rurales.

Con el propósito de apoyar el recorrido hacia la consolidación de nuevos emprendimientos rurales sostenibles, hemos construido este cuadernillo.

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



MI RUTA SENA
EMPRENDE RURAL



Punto de partida: **Fase Formación**

Regional: Valle del Cauca.

Centro: Sena Centro de Tecnologías Agroindustriales.

Nombre del programa de formación: Emprendedor en Agricultura Urbana.

Ficha: 2920208.

Municipio: Ansermanuevo.

Dirección o ubicación: junta de acción Comunal del Corregimiento de Anacaro.

Nombre del aprendiz líder: Mairo Alejandra Herrera Trejos.

Nombre del instructor técnico: Nancy Betancourth.

Nombre del instructor de emprendimiento:

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

1

Análisis del entorno

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

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

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

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

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



MAPA DE ACTORES: ACTIVIDAD

"*Collage* de actores": ecosistema y entorno.

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

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

Con ayuda de su instructor realice la siguiente actividad tipo *collage*:

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

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



Si quiere ampliar información sobre cómo hacer un *collage*, escanee el siguiente código QR

Tiempo estimado para su desarrollo: 2 horas

ACTIVIDAD: MAPA DE ACTORES

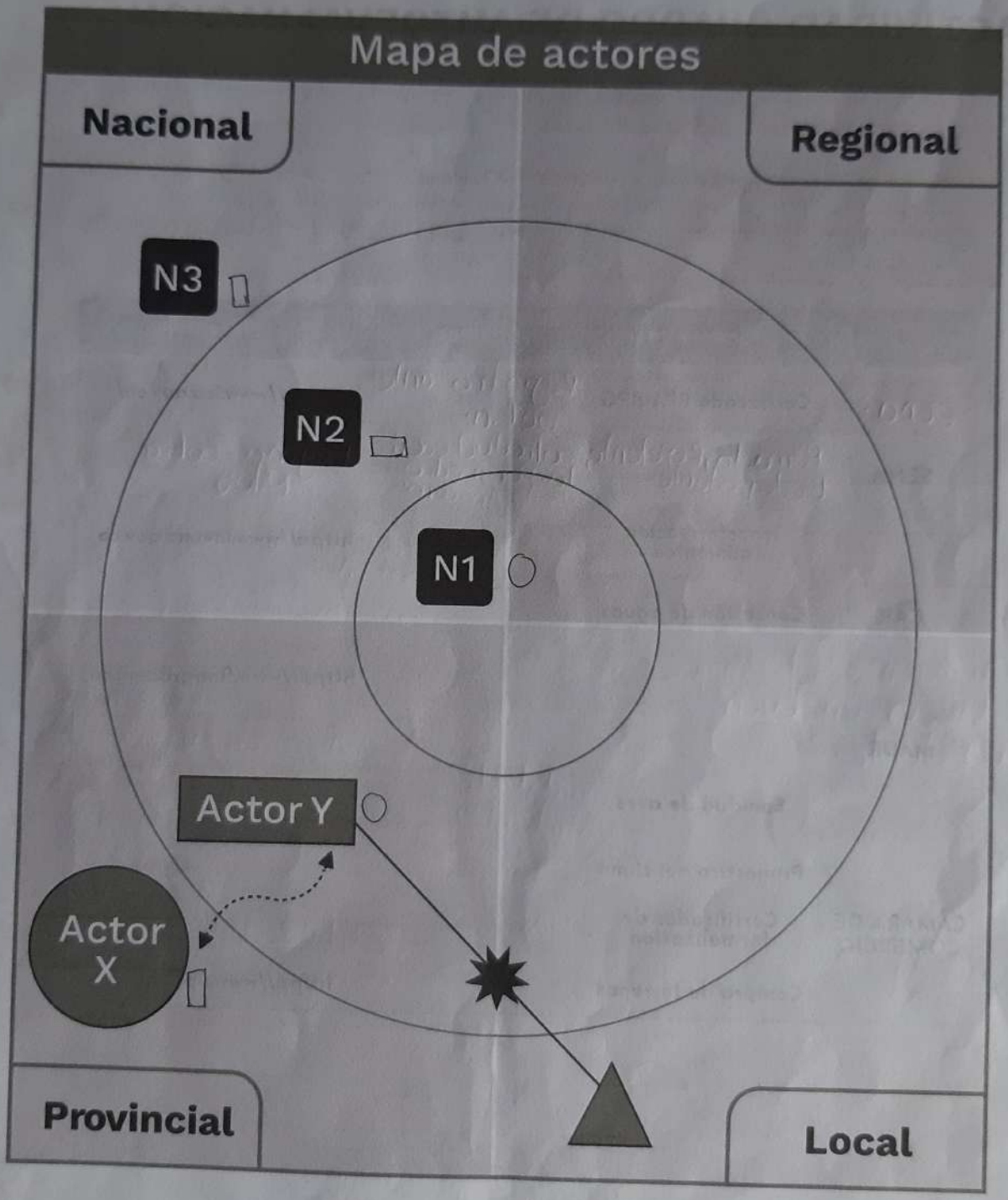
El siguiente paso es reconocer el tipo de relación existente con los actores que se identificaron previamente, para ello necesitará hojas de papel periódico, regla y marcadores. **Siga las siguientes instrucciones:**

1. Dibuje o pegue la imagen del mapa de actores (siguiente página) en el papel periódico.
2. Ubique los actores identificados en la actividad "*collage* de actores" en el mapa de acuerdo con su rol, (si considera que faltó algún actor relevante que haga presencia en el territorio, por favor inclúyalo).
3. Usando el cuadro de referencias (abajo a la izquierda) identifique para cada actor el sector, el grado de poder y sus relaciones con la Unidad Productiva de acuerdo con las formas e indicaciones del cuadro.
4. Socialice el resultado con los demás integrantes de la Unidad Productiva, en compañía del instructor o dinamizador.
5. Plasme a través fotografías el resultado de esta actividad en la hoja "Proyecto productivo" (Mapa de actores) de la Estructura de Seguimiento Integrada (ESI) de la Unidad Productiva (UP).

Referencias		
Sectores	Público	●
	Privado	▬
	Académico	▲
	Social	▮
	Medios	◆
Poder	N1: Actores con capacidad de decisión	Ubicados en el primer círculo concéntrico del gráfico
	N2: Actores con influencia pero sin capacidad de decisión	Ubicados en el segundo anillo concéntrico del gráfico
	N3: Actores con poder de veto	Ubicados en el tercer círculo concéntrico del gráfico
Relaciones	Colaboración/alianza	◄——►
	Tensión/conflicto	——✸——
	Intermitencia	◄···►
	Ausencia de relación	(Sin flechas)
	Influencia sobre	——►

Sena
ASOAnacaro



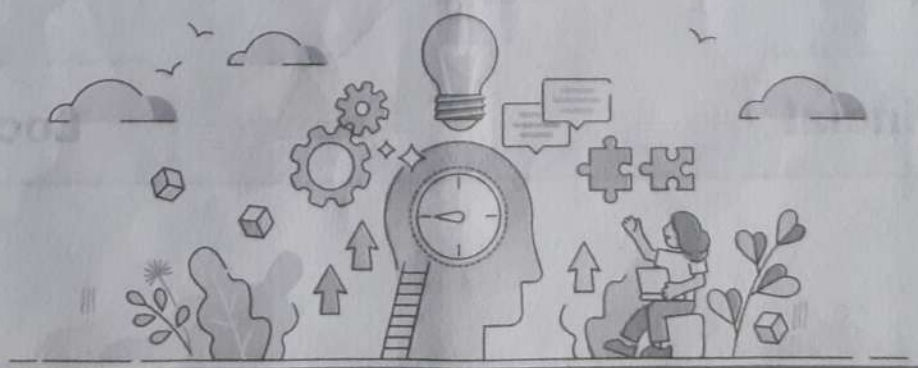

Mapa de actores
Nacional
Regional
N3
N2
N1
Actor Y
Actor X
Provincial
Local

MAPA DE ACTORES: ACTIVIDAD CUADRO DE AUTOEVALUACIÓN

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

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

Actor / Institución	Actividad de interés	Trámites	Enlace web
Sena	Certificado BPA-BPG	Registro ante Sofia	https://www.ica.gov.co/
SENA	Pomada, Repelente, biodegradable	Solicitud escrita Por medio de ASOAracaro	Pagina Sofia Plus
	Transformación alimentos		https://www.invima.gov.co
CAR	Concesión de aguas		
			https://www.finagro.com.co
MADR			
	Sanidad de aves		
	Pronóstico del clima		
CÁMARA DE COMERCIO	Certificados de formalización		
	Compra de terrenos		https://www.upra.gov.co

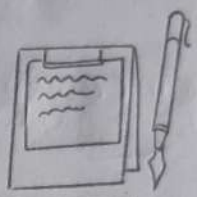


ANÁLISIS DEL ENTORNO: MAPA DE EMPATÍA

Al generar una idea de negocio, la empatía juega un papel trascendental al permitirnos ser más realistas sobre lo que espera el consumidor, y así poder ofrecer algo que se ajuste a sus necesidades y deseos. Este ejercicio le ayudará a anticiparse a las necesidades de los clientes empleando creatividad e innovación para identificar y materializar nuevas oportunidades.

Dibuje o recorte y pegue a la persona que considera será su cliente en el recuadro central del cliente. Luego desde la perspectiva del cliente reflexione sobre las preguntas y responda en la siguiente página.





¿Qué piensa el cliente?

META

¿Qué siente el cliente?

Lo que realmente importa.
Principales preocupaciones,
inquietudes y aspiraciones

¿Qué ve el cliente?

La oferta del
mercado
Entorno
Amigos

¿Qué oye el cliente?

Lo que dicen los amigos

Lo que dice el jefe

Lo que dicen las personas influyentes

Comunidad



¿Qué dice y hace el cliente?

Actitud en público
Aspecto
Comportamiento
hacia los demás

Esfuerzos del cliente

Miedos
Frustraciones
Obstáculos

Resultados del cliente

Deseos/necesidades
Medida del éxito
Obstáculos





Reflexione sobre las preguntas y responda en la página siguiente

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

ANÁLISIS DEL ENTORNO: RESPUESTAS MAPA DE EMPATÍA

(Desde la perspectiva del cliente y frente al sector del producto o servicio)

VER: ¿Qué ve el cliente?

1. ¿Cómo es él, frente al entorno? una solucion a sus necesidades
2. ¿Quiénes son los amigos del cliente? Conocidos del cliente
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado al cliente? productos mas economicos y organicos.
4. ¿A qué problemas se enfrenta? Algue no le alcante para comprar el mejor producto

PENSAR Y SENTIR: ¿Qué piensa y siente el cliente?

5. ¿Cuáles son las necesidades, preocupaciones y expectativas del cliente? que sea un buen producto y no tan costoso
6. Identificar lo que considera realmente importante los beneficios del Producto.
7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. Tener los implementos adecuados
8. Predecir sus emociones. Saber que son Productos 100% naturales

DECIR Y HACER: ¿Qué dice y hace el cliente?

9. ¿Cuál es su actitud y conducta? dependiendo la calidad del producto dara su opinion.
10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? unos expresan sus emociones y otros NO
11. ¿Qué comenta con su entorno? la experiencia con el producto
12. ¿Se detecta algún factor diferencial entre lo que dice y lo que realmente piensa y siente? ¿Qué es lo que ellos ven en su entorno cercano? pensamientos distintos

ESCUCHAR: ¿Qué escucha el cliente?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? La Comunidad.
14. ¿Qué dicen sus amigos? tienen expectativas frente al producto
15. ¿Qué dicen sus colaboradores? estan dispuestos a su elaboracion.
16. ¿Qué dice su círculo de influencia? Que son productos de buena calidad.
17. ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él y cómo? Comentarios, voz a voz
18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? El voz a voz y las redes sociales

DEBILIDADES: ¿Qué debilidades tiene?

19. ¿A qué desafíos se enfrenta? A la aceptacion del producto.
20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? NO tener los recursos necesarios.
21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? NO tener los implementos.
22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? NO Satisfacer sus necesidades.

FORTALEZAS: ¿Qué fortalezas tiene?

23. ¿Qué logros quiere alcanzar? Satisfacer las necesidades de la comunidad.
24. ¿Cómo mide el éxito? Con clientes satisfechos.
25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? Comunicación acertiva y tener los recursos necesarios

Principales Aliados
- Sena
- Banco Agrario
- Gobernación del valle
- Alcaldía de Ansermanuevo

clientes potenciales
- comunidad en general

Beneficiario
- Asoanacaro
- posibles fuentes de empleo

fuentes de financiación
- Banco Agrario
- Gobernación del valle

Entidades
- Alcaldía de Ansermanuevo







Una vez resueltas las anteriores preguntas del mapa de empatía es posible determinar del cliente:

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

ACTIVIDAD: ANÁLISIS DE LA CAJA

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

Identifique el problema, oportunidad o necesidad:

problema el dengue. ofrecer un buen repelente.

Para construir la caja se debe completar la información solicitada en cada recuadro.

En el centro de la caja escriba la solución que será el elemento base de la construcción de la caja.

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

Tendencias: Analice si la idea está alineada o responde a las tendencias actuales del mercado, por ejemplo: consumo consciente, cuidado personal, eco ambiental, no plástico, entre otras.	**Tendencias:** Productos a base de plantas medicinales.	**Tipo de Cliente:** Es necesario que conozca quiénes son sus clientes potenciales, cuáles son sus retos, metas, valores, gustos, de dónde obtienen la información, entre otros aspectos.
Competidores: Cantidad, Calidad y Precio.	**Solución:** Aso Anacaro	**Tipo de cliente:** Amigos, vecinos y conocidos.
Competidores: Aquí se identifica quiénes son sus competidores, para luego analizar cuáles son sus fortalezas y sus debilidades, en qué elementos se puede diferenciar de ellos y/o qué puede hacer mejor.	**Tecnología:** utilización de redes sociales.	**Tecnología:** En este ítem debe analizar que elementos tecnológicos va a incorporar en la implementación de la idea.



2 Lienzo propuesta de valor

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

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

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

Productos y servicios:	**Creadores de alegrías:**	**Alegrías:**	**Trabajo del cliente:**
Escriba los nombres de los productos y servicios que ofrece y en los que pueden estar interesados sus usuarios. Pomadas de Arnica, Calendula y Penicilina. Repelente de Citronela. Contrd biologico Paso 6	Explique cómo su idea/producto/servicio satisface deseos o necesidades para su público potencial. Paso 4	Escriba los beneficios que sus clientes potenciales buscan obtener: ahorro en tiempo, costos. un buen producto a un buen costo Paso 2	Escriba aquí aquello que los clientes están intentando hacer en algún aspecto de su día a día. un producto de buena calidad y que ofresca Por redes Paso 1
	Aliviadores de frustraciones: Describa cómo su idea/negocio/servicio resuelve los problemas más importantes de sus potenciales clientes. Paso 5	**Frustraciones:** Escriba aquellas dificultades o inconvenientes que el cliente encuentra en algún aspecto de su vida o trabajo. Paso 3	

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

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

4. Escriba el resumen de la propuesta de valor a continuación:
Productos de buena calidad sin quimicos.

Trabajo del cliente



Frustraciones

- producto 100% orgánico
- sudos facer mis necesidades

Alegrías



Creadores de Alegrías

- producto de buena calidad
- cumple con mis necesidades

144



Lienzo propuesta de valor | Mi progreso ❷

Productos y servicios

Paso 6

Productos organicos de la canasta familiar que se llevan un kit a domicilio

les ahorra tiempo y dinero porque se llevan a domicilio y con buenos precios

Porque se entrega en su domicilio un producto de buena calidad (organico)

Paso 5

Paso 4

Aliviadores de frustraciones

Creadores de alegrías

Encontrar un mal servicio y producto dañado o de mala calidad

Recibir un Producto de muy buena calidad, sano y a buenos precios

Paso 3

Frustraciones

Paso 2

Alegrías

Buscar una buena atención, un buen servicio al cliente, capacitar los colaboradores

Paso 1

Trabajo del cliente

¡Diligencie siguiendo los pasos hasta llegar a su producto o servicio!

3 Proyecto productivo

Con la información obtenida en el mapa de empatía identifique cuáles elementos encajan y son pertinentes para la propuesta de valor. Defina la propuesta a continuación:

1. ¿Cuál es el nombre del proyecto productivo?
   AGUANACARO

2. Teniendo en cuenta los ejercicios desarrollados previamente identifique una necesidad, una problemática o una oportunidad tener un producto 100% natural. Que el Producto guste. Llegar directamente a la comunidad.
   ¿Qué solución plantea? Dar muestra a los clientes.

3. ¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad? obsequiar muestras, los implementos son organicos. Regar el voz a voz.

4. ¿Cuál es la brecha que identifica al describir al cliente?
   Que todas las personas no piensan igual.

5. ¿Qué solución se plantea?

6. ¿Cuál es el perfil de su cliente potencial?
   Inicialmente a amas de casa, y así ellas compruten el excelente producto que tenemos y obtendremos + mas clientes.

7. ¿Qué recursos se necesita invertir en el proyecto productivo? (Humanos, equipos, financieros)
   humanos: mano de obra
   equipos: herramientas necesarias para el proceso.
   financieros: dinero para compra de insumos.

8. ¿Cuál es el componente innovador del proyecto?
   son productos naturales y eso es lo que hoy en dia pide el cliente

- De implementarse o desarrollarse el proyecto identifique y clasifique los impactos de acuerdo con los siguientes aspectos:

☐ Ambiental: • Aprobechamiento de los recursos del medio Ambiente.

☐ Social: • Bienestar a la comunidad, en generación de empleo.

☐ Económico: • Ingresos y Estabilidad Financiera.

☐ Tecnológico: •

- Escriba aquí la justificación del proyecto (basado en la brecha o necesidad identificada): Ofrecer un producto 100% organico con costos asequible a la Comunidad.

- Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto:

Formar la asociación.

Modelo de negocios CANVAS 4

1. A partir de las actividades desarrolladas previamente (análisis del entorno y mapa de actores), construya su modelo de negocio CANVAS en la plantilla Modelo CANVAS Fase Formación, que se encuentra en la siguiente página.

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

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

Tomado de: Thinking-With-You-Herramientas-Visual-Thinking-descarga- bles-gratis.pdf

Puede escanear el código QR para ampliar información sobre el modelo de negocio CANVAS

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

MODELO DE NEGOCIO CANVAS			Diseñado por:	
Asociaciones clave (red de partners)	**Actividades clave**	**Propuesta de valor**	**Relaciones con los clientes**	**Segmentos del mercado**
Asociación ADOAnacaro	buen servicio al cliente y productos de buena calidad.	tiempo costos calidad	Ofrecerles Productos de buena calidad.	Comunidad en General
	Recursos clave		**Canales, distribución y comunicación**	
	Humano financiero tecnologico		Canales digitales, tecnologicos, redes sociales	

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

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

Prueba de producto o servicio

5

ESTRATEGIA COMERCIAL Y GESTIÓN DE VENTAS

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

- Dibuje una propuesta de [illegible] oductiva.

- ¿Cuál es su marca, nombre? ASUANACARO

- ¿Cuál es su eslogan? de mujers emprendedoras para beneficio de sus hogares

- ¿Cuál es su portafolio de productos o servicios? cremas, Repelente, bro de gm doble.

- ¿Cuál es el precio de su producto o servicio? $5000 , $6000

- ¿Cómo va a realizar la promoción de su producto o servicio? con vecinos, amigos, conocidos

- ¿Cuáles van a ser sus canales de comercialización? mercado campesino, face, tiktok, instagram wasa

Actividad grupo focal o "focus group": para la siguiente actividad, invite a algunas personas que cumplan con las características de clientes potenciales frente al nicho de mercado identificado, pídales probar su producto o servicio. Posterior al uso, consúlteles por el resultado.

Pregunte al grupo de prueba sus opiniones sobre cómo funciona el producto o servicio, qué piensan del diseño y sus otros sentimientos sobre el producto o servicio.
¿Lo recomendarían a otras personas? Tome nota de sus opiniones y recomendaciones, piense en aquello que se podría mejorar antes de sacar el producto o servicio al mercado.

Conclusiones del ejercicio: tener un producto, ok buena calidad, organico. asequible al cliente.

6 Importancia del cooperativismo para el desarrollo económico

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

Diagnóstico estrategia asociatividad y cooperativismo

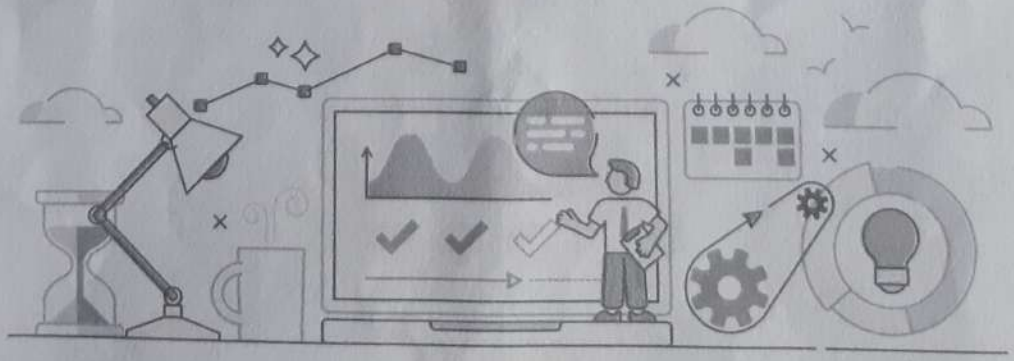
La estrategia asociatividad y cooperativismo contempla cuatro metodologías. Dos iniciales relacionadas con el pensar y la iniciación en el mundo cooperativo, a saber: "Think. Coop" y "Star.Coop". Y dos metodologías para organizaciones con un nivel de madurez mayor en el mundo de la economía solidaria: "My.coop" y "Manage.Coop".

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

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

- Los formularios deberán responderse uno a uno de manera progresiva en el siguiente orden: Think.Coop, Start. Coop, My.Coop y Manage.Coop hasta determinar, de acuerdo con los resultados, la metodología a trabajar.
- Frente a cada pregunta las opciones de respuesta son: Sí, No y Parcialmente.
- Si en un formulario al menos cuatro de las respuestas tienen marcada la opción "Sí", se debe pasar al siguiente formulario.
- Si el formulario de alguna de las metodologías tiene más de dos respuestas con la opción "No" o tres respuestas con la opción "Parcialmente", será únicamente sobre esa metodología que se sugiere profundizar por parte del profesional a cargo.

Responda a continuación:



Diagnóstico cooperativismo a nivel local

Apreciado aprendiz o emprendedor con apoyo de su instructor responda el siguiente cuestionario diagnóstico:

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

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

_____

Una vez desarrollados los contenidos para la metodología identificada, aplique la autoevaluación específica sobre la información trabajada.

Responda únicamente las preguntas relacionadas con esa metodología.

Diagnóstico cooperativismo a nivel local

Apreciado aprendiz o emprendedor con apoyo de su instructor responda el siguiente cuestionario diagnóstico:

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

A partir de los resultados, la metodología a trabajar es: equipo

Una vez desarrollados los contenidos para la metodología identificada, aplique la autoevaluación especifica sobre la información trabajada.

Responda únicamente las preguntas relacionadas con esa metodología.

Diagnóstico Cooperativismo a nivel local - Autoevaluación

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA THINK.COOP

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

1. De manera sencilla y con sus palabras escriba cuáles son las personas con las cuales puede llegar a asociarse y qué tipo de relación tiene con ellos (familiares, amigos, vecinos, socios, etc):
vecinos y amigos.

2. ¿Con quiénes de ellos tiene relaciones verticales y con quiénes relaciones horizontales?
todos horizontales.

3. ¿Cuál o cuáles son las dificultades productivas que cree puede solucionar asociándose? mas Producción en menos tiempo.

4. ¿Cuál es el tipo de estructura de negocios que más les conviene y por qué? Mercado campecino. por nuestro beneficio

5. ¿Cuáles cree que son las ventajas que tiene asociarse por medio de una cooperativa?

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

Bajo | Medio | Alto

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA START.COOP

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

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

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

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

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

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

Bajo | Medio | Alto