Punto de partida: **Fase Formación**

Regional: TOLIMA

Centro: AGROPECUARIO LA GRANJA

Nombre del programa de formación: GENERACIÓN DE IDEAS PARA UN NEGOCIO INNOVADOR.

Ficha: 2973521

Municipio: IBAGUE

Dirección o ubicación: VEREDA MORROCHUSCO

Nombre del aprendiz líder: VIANEY FLOREZ MORA

Nombre del instructor técnico:

Nombre del instructor de emprendimiento: MAURA JANETH RIVERA QUEVEDO

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

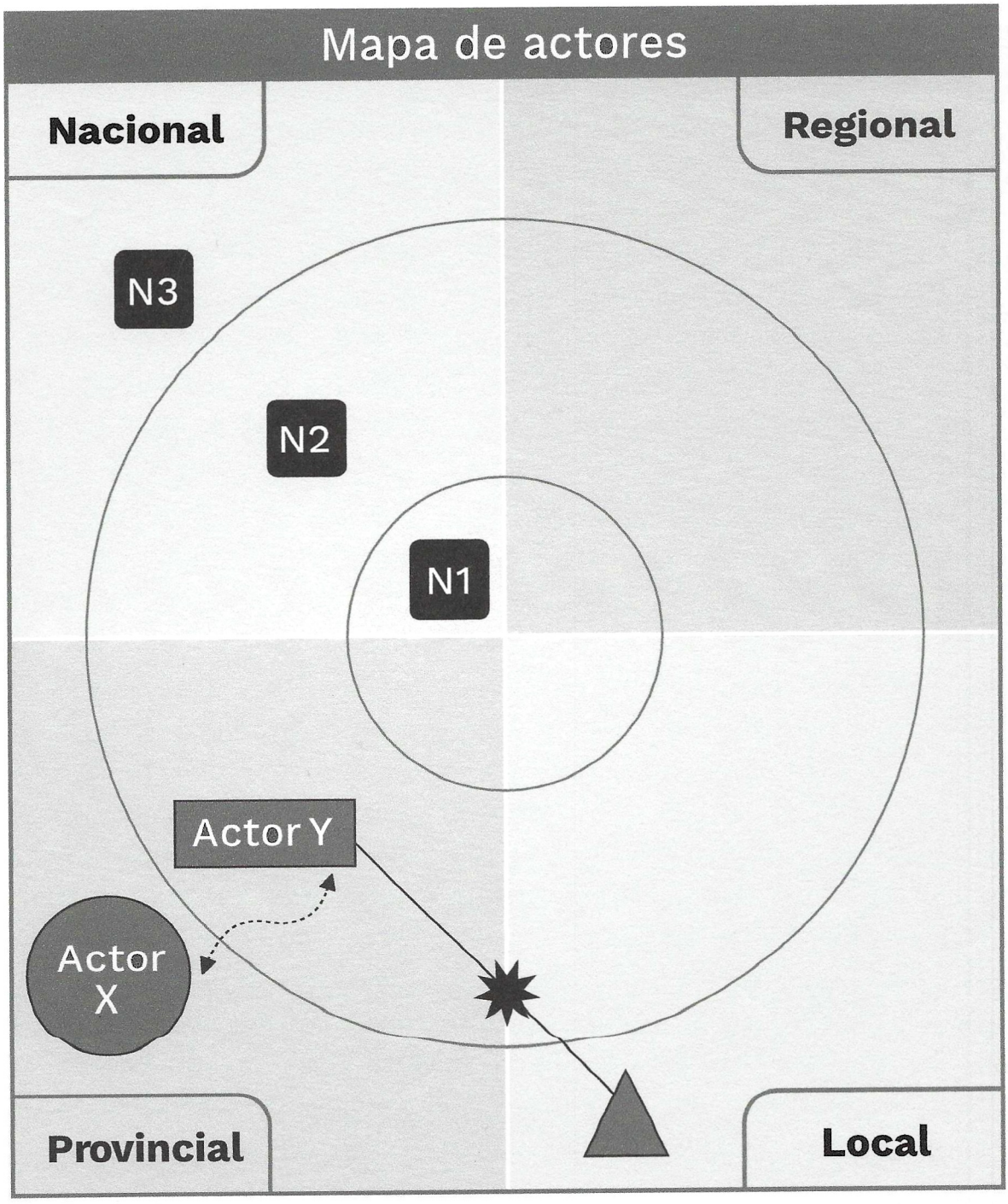
ACTIVIDAD: MAPA DE ACTORES

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	→




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

SENA Emprende Rural

SENA

CUADRO DE AUTO EVALUACIÓN MAPA DE ACTORES

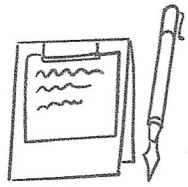
Actor/ Instrumento	Actividades de Interés	Trámites	Enlace Web
ICA	Certificado BPA-BPG	Solicitud registro semielaborador Solicitud registro de importador	https://www.ica.gov.co/
SENA	Capacitaciones, en emprendimiento idea de negocios	Descarga de certificados y constancias inscripción, Matricula de aspirante	http://www.senasofiaplus.edu.co
Cortolima	Permisos. Ejecutar Obras O Proyectos de descontaminación	Licencias-Permiso	https://www.cortolima.gov.co
Cámara De Comercio	Elaborar y promover investigaciones y estudios jurídicos	Matricula, Renovaciones Registros, Certificados	https://ccsurortolima.org.co/
Alcaldía Municipal	Venta de artesanias	Permisos	https://ibague.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

En este recuadro dibuje o pegue algún recorte de la persona que considera va a ser su cliente

¿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

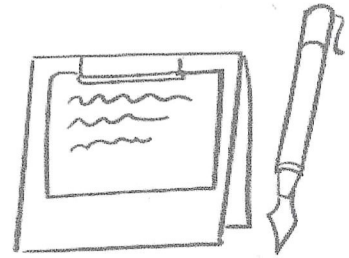




Reflexione sobre las preguntas y responda en la página siguiente

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





¿Qué piensa?

- Decorativo
- Artesanal
- biodegradable
- Natural

META

¿Qué siente?

- Cuidan el medio ambiente
- son trabajadoras

¿Qué ve?

Me gusta el trabajo que hacen

Me gustan las artesanias son bonitas

¿Qué oye?

Que a muchas personas les gusta el trabajo que realizan

Que son comprometidas con lo que hacen



¿Qué dice y hace?

Es un trabajo muy llamativo

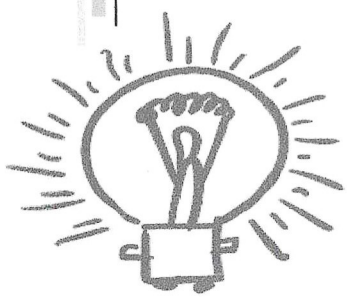
Comparto el trabajo para ayudar a ofrecer

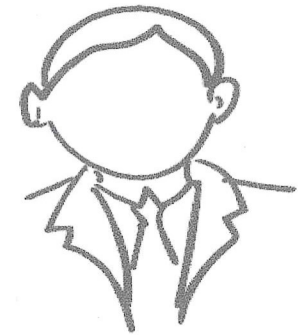
Esfuerzos

- Que se me dañe la artesania
- no me alcanza el dinero

Resultados

Puedo organizar mis productos sin necesidade de contaminar el medio tiempo





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? Que es un producto amigable con el medio ambiente
2. ¿Quiénes son los amigos del cliente? Campesinos Agricultores y otras asociaciones
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado al cliente? Artesanías enfocada
4. ¿A qué problemas se enfrenta? Que no me guste o el producto no sea duradero

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

5. ¿Cuáles son las necesidades, preocupaciones y expectativas del cliente? Recibir el producto en mal estado
6. Identificar lo que considera realmente importante. Que son productos amigables con el medio ambiente
7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. Que el producto cumpla con tu espectativa
8. Predecir sus emociones. Con el fin de satisfacer con la calidad de los productos

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

9. ¿Cuál es su actitud y conducta? Que es agradable a la vista
10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? Son productos funcionales y de buena calidad
11. ¿Qué comenta con su entorno? Que son productos duraderos
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? Que utilizan un producto renovable en el sector

ESCUCHAR: ¿Qué escucha el cliente?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? entorno artezanal y ambiental
14. ¿Qué dicen sus amigos? Que son productos innovadores
15. ¿Qué dicen sus colaboradores? Que es un Producto recomendable
16. ¿Qué dice su círculo de influencia? hacer el producto visible
17. ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él y cómo? la gente en general
18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? Voz a voz y medios digitales

DEBILIDADES: ¿Qué debilidades tiene?

19. ¿A qué desafíos se enfrenta? Un producto mas innovador
20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? no contar con el dinero para comprar el producto
21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? no conseguir la artesania que le gusta
22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? Que sea un producto de mala calidad y no perdura

FORTALEZAS: ¿Qué fortalezas tiene?

23. ¿Qué logros quiere alcanzar? darlo a conocer
24. ¿Cómo mide el éxito? Facilida para adquirir el producto
25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? negociar el producto para poder llevar un producto bueno de exelente calidad con ba precio comodo

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.

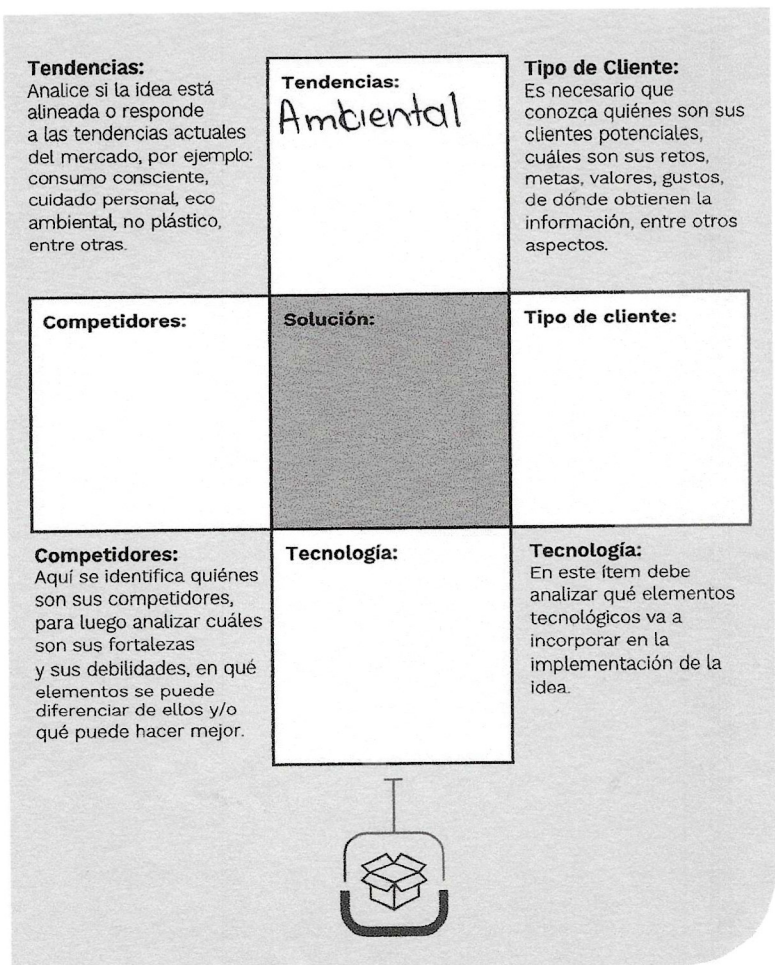
Identifique el problema, oportunidad o necesidad:

la oportunidad de conseguir un producto artesanal

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.

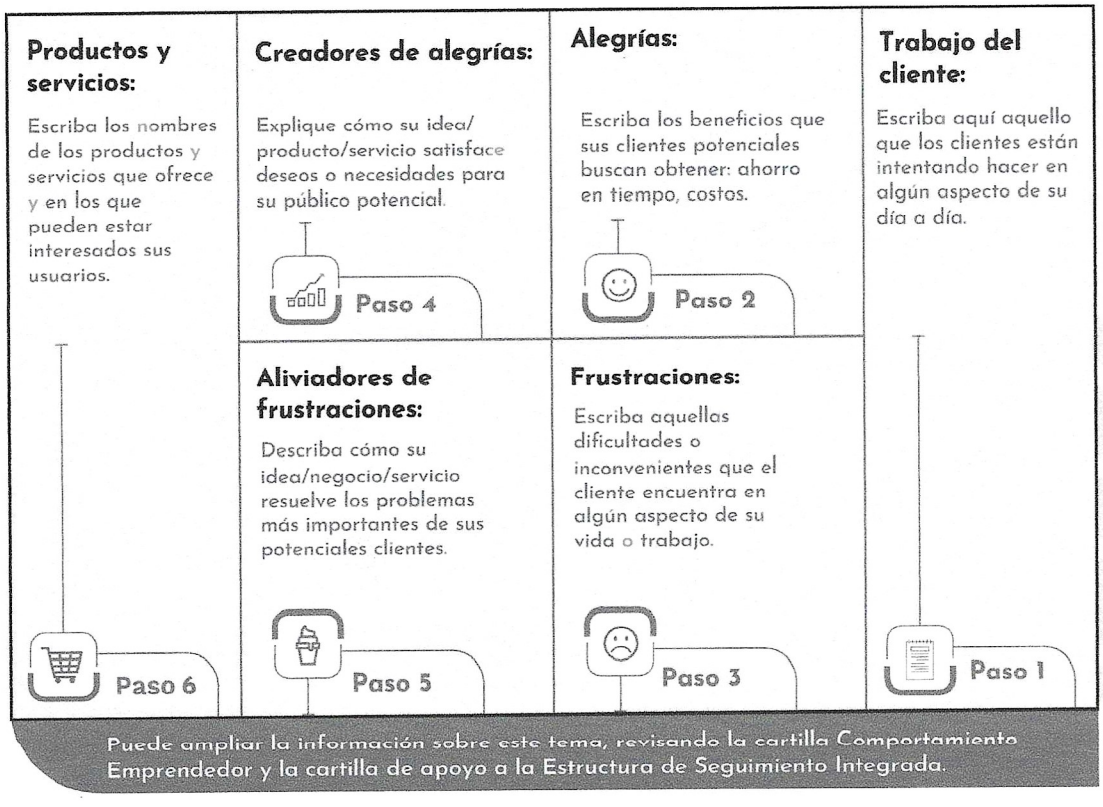


2 Lienzo propuesta de valor

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.

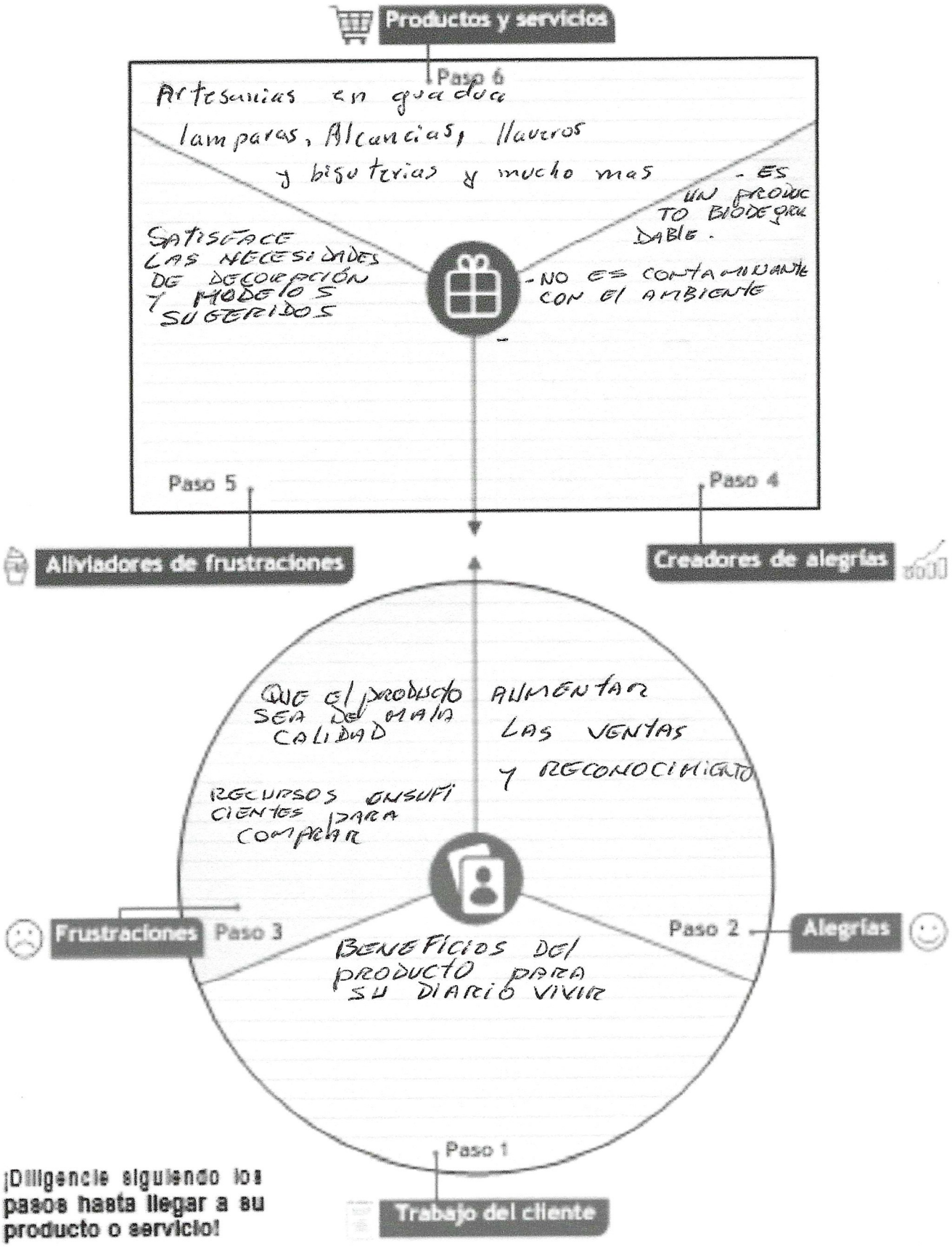
1. Dibuje o pegue la imagen de la propuesta de valor en el papel periódico. Use como referencia la plantilla que se encuentra en la siguiente página.

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.



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:



¡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?
Producción y comercialización de productos elaborados en guadua.

2. Teniendo en cuenta los ejercicios desarrollados previamente identifique una necesidad, una problemática o una oportunidad un local donde realizar las artesanías.

¿Qué solución plantea? Que nos apoyen para arrendar el local o hacer uno.

3. ¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad?
nos hemos presentado, ante diferentes entidades

4. ¿Cuál es la brecha que identifica al describir al cliente?
es un cliente observador analista.

5. ¿Qué solución se plantea?
enseñar la artesanía al cliente.

6. ¿Cuál es el perfil de su cliente potencial?
Que sea un cliente que le gusten las artesanías

7. ¿Qué recursos se necesita invertir en el proyecto productivo? (Humanos, equipos, financieros)
Apoyo económico y equipos

8. ¿Cuál es el componente innovador del proyecto? Que es biodegradable.

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

[X] Ambiental: no se contamina el medio ambiente.

[X] Social: se insentiva a la comunidad a utilizar productos biodegradable.

[X] Económico: por que con ello se mejora la calidad de vida de las socias

[X] Tecnológico: Por que con esto nos reconocen a nivel nacional. y tambien se mesora. la produccion

- Escriba aquí la justificación del proyecto (basado en la brecha o necesidad identificada):

con el fin de mejorar el medio ambiente. e incentivar en la sociedad. a no utilizar productos productos no biodegradables.

- Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto:

con esto se esta lograr a nivel mundial disminuir el impacto ambiental que estamos viviendo hoy en dia.

4 Modelo de negocios CANVAS

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**
Asociacion artesanias en Guadua.	una. buena. Comunicación mas visibilidad al. producto	Elaborar productos de primera. necesidad. como. Lamparas. utencilios de cocina. etc.	La buena. atencion. y la presentacion del producto.	Personas Mayores con poder adquisitivo
	Recursos clave		**Canales, distribución y comunicación**	
	Es un. producto. Biodegradable y cuida el medio ambiente Como lo es la Guadua.		Medios de Comuntcación El voz a voz. el cual funciona. Mejor en la localidad.	

Estructura de costos		Fuentes de ingreso	
COSTOS FIJOS	0		
Costos de funcionamiento	0	Ventas totales	11'150.000=
Costos de comercialización	1'300.000.		
COSTOS VARIABLES	0		
Materia prima	0		
Mano de obra directa	150.000=		
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	0		
Maquinaria y equipo	0		
Muebles y enseres	10'000.000		
Obras físicas y adecuaciones locativas	0		

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

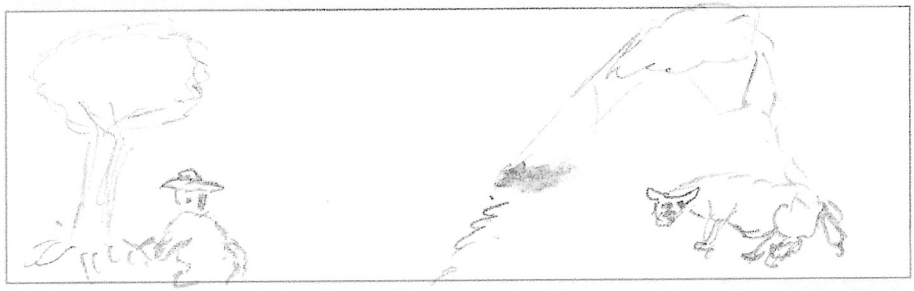
Prueba de producto o servicio

5

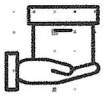
ESTRATEGIA COMERCIAL Y GESTIÓN DE VENTAS

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 logo para la futura Unidad Productiva.



- ¿Cuál es su marca, nombre?
  ASOMUABESFU
- ¿Cuál es su eslogan?
  Del medio ambiente para el medio Ambiente
- ¿Cuál es su portafolio de productos o servicios?
  Artesanias y utencilios elaborados en guadua
- ¿Cuál es el precio de su producto o servicio?
  El precio son variable segun el articulo
- ¿Cómo va a realizar la promoción de su producto o servicio?
  Añadir incentivos, promociones productos que innoven al cliente
- ¿Cuáles van a ser sus canales de comercialización?
  Ferias, medios de comunicación
  El voz a voz



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:

Un diseño bien elaborado,
agradable al cliente
Facil de desechar
No contaminante al medio ambiente.