



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE No. 22 ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN DE
NEGOCIO

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** ESTRUCTURACION DE PLAN DE NEGOCIO COMO ALTERNATIVA DE TRANSFORMACION PERSONAL Y COMUNITARIA
- **Código del Programa de Formación:** 42110161 Versión 1
- **Nombre del proyecto formativo:**
- **Fase del proyecto formativo:**
- **Actividad de proyecto:**
- **Competencias:** COORDINAR PROYECTOS DE ACUERDO CON LOS PLANES Y PROGRAMAS ESTABLECIDOS POR LA EMPRESA
- **Resultados de Aprendizaje:**
291101053 03 validar la iniciativa de emprendimiento con los aliados identificados Considerando las características del proyecto y el entorno.
291101053 01 determinar oportunidades de crecimiento personal considerando las áreas de Educación, empleo y emprendimiento en el entorno.
291101053 02 generar el plan de acción a partir de la iniciativa de emprendimiento y Metodología canvas.
- **Duración de la Guía:** 48 HORAS).

2. PRESENTACIÓN

En los últimos tiempos nos encontramos con un mayor número de planes de negocios nuevos, encabezados por personas que decidieron dar el paso a liderar su propia actividad económica.

Para el caso de los emprendimientos empresariales, con la planeación se pretende minimizar los riesgos propios de la incertidumbre. Regularmente la herramienta que se emplea universalmente para dar un orden a las ideas y articular las actividades de trabajo, se denomina: Plan de Negocios.

“El plan de negocios es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico, progresivo, realista, coherente y orientado a la acción, en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar tanto el dueño como los colaboradores de la empresa para, utilizando los recursos de que disponga la organización, procurar el logro de determinados resultados (objetivos y metas) y que, al mismo tiempo, establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro”. (Borrello, p.34)

La presente guía de aprendizaje abordará los temas del plan de negocios, tales como como datos generales que precisan en dónde se localizará la empresa, en qué sector se encuentra clasificado el plan de negocios a desarrollar, quién es el protagonista describiendo el perfil del cliente y su localización, la oportunidad en el mercado y la propuesta de valor para el cliente objetivo, lo cual le permitirá identificar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio



3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de Reflexión inicial

3.1.1. Reto 1 Lean Canvas

Aprendiz, ¡Bienvenido a la formulación de su plan de negocios productivo!

Para dar inicio al desarrollo de las actividades de la presente guía, es necesario que retome la labor de trabajo realizada durante los talleres de emprendimiento que ha tenido oportunidad de vivenciar a lo largo de su formación transversal.

Recuerde que juntamente con su GAES y en forma previa, tuvieron oportunidad de definir, perfilar y determinar un modelo de negocio orientado a proponer una iniciativa productiva con base en el proceso de investigación y de exploración que fueron acrecentando en los talleres de emprendimiento, por tanto, en la página siguiente podrá hallar un lienzo Canvas para que retome y describa en forma clara el Modelo de Negocio que se desprende de la iniciativa productiva que ha propuesto.

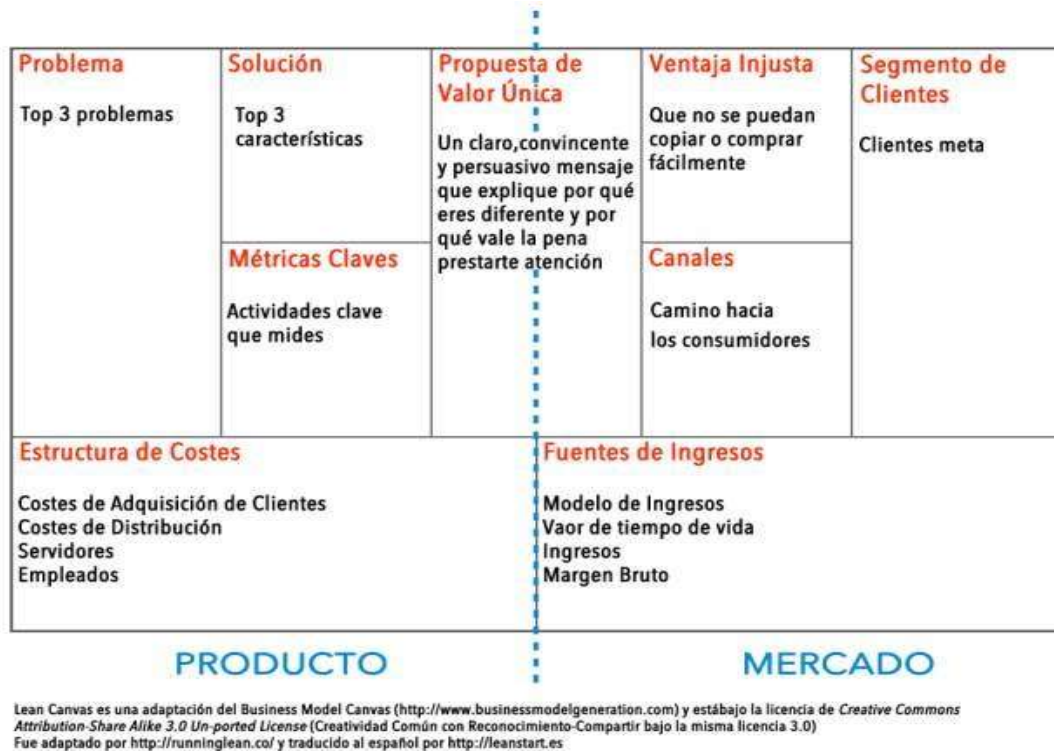
Diríjase al siguiente video que se encuentra en el enlace virtual <https://www.youtube.com/watch?v=bii8wv3ZHiY&t=4s> o puede ubicarlo en la plataforma Territorium en la subcarpeta Material de apoyo de la guía 22. Luego describa el modelo de negocio con el grupo GAES que ha conformado en torno a la idea productiva de emprendimiento, exponga ante plenaria (compañeros aprendices e Instructor) en qué consiste dicha propuesta empleando el esquema que elaboró.

GFPI-F-135 V01



Tenga en cuenta que el resultado de la exposición será el punto de partida para dar continuidad al proceso de formación.

Imagen 1. Lean Canvas



Fuente: <https://alexcormani.com/2016/01/lean-canvas/>

1. Propuesta de valor aportar valor al producto o servicio que se ofrece en que se diferencia de la competencia.
2. Segmento del mercado (ubicación, sexo, estrato, gustos...etc.)
3. Canales (distribución)
4. Relación con clientes cuáles serán las tácticas para conseguir o mantenerlos
5. Fuentes de ingresos medios de pago, como se va a monetizar
6. Recursos claves (elementos físicos, financieros, intelectuales, humanos)
7. Actividades claves que actividades son claves para
8. Socios claves proveedores claves- productos.
9. Estructura de costes fijos y variables.

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

3.2.1. Reto 2 Propuesta de valor

Estimado aprendiz, en GAES diseñe la propuesta de valor para su emprendimiento basándose en la siguiente ilustración del lienzo de la propuesta de valor Canvas:

Imagen 2. El lienzo de la propuesta de valor



Fuente: <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>

Consulte el siguiente video que se encuentra en el enlace virtual <https://www.youtube.com/watch?v=Zeih25sCGfw> o puede ubicarlo en la plataforma Territorium en la subcarpeta Material de apoyo de la guía 22. Posterior a haber descrito la propuesta de valor, con el GAES que ha conformado en torno a la idea productiva de emprendimiento, expóngala ante plenaria (compañeros aprendices e Instructor) empleando el esquema que elaboró.

Los temas para desarrollar en la presente guía son los siguientes:

Los conceptos serán fortalecidos por su instructor técnico.

GFPI-F-135 V01



Asesore a Pablo, indicando y justificando desde su conocimiento, experiencia y aprendizaje, que debería **¿Quién es el protagonista?**

- ✓ Perfil del cliente y/o consumidor y su localización
- ✓ Necesidad del cliente
- ✓ Arquetipo del cliente o Tarjeta de Persona

¿Existe oportunidad en el mercado?

- ✓ Comportamiento del mercado en el sector específico
- ✓ Factores económicos: PIB, factores políticos, valores ambientales y sociales, disponibilidad de recursos, innovación tecnológica
- ✓ Comportamiento de los consumidores
- ✓ Conocimiento de la competencia y sus factores diferenciadores
- ✓ Análisis de la competencia

¿Cuál es mi solución?

- ✓ Innovación: Concepto, características y tipos
- ✓ Mercado Potencial, mercado objetivo
- ✓ Fichas técnicas de los productos y/o servicios

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

Estimado Aprendiz: ¡Es hora de entrar en acción!

Explicados y profundizados los conceptos de la presente guía, debe consignar en su portafolio de evidencias, una serie de actividades que irá desarrollando, las cuales aportaran a la construcción del conocimiento a través del material de apoyo.

3.3.1. Reto 3 Taller de elaboración de PITCH

En GAES ubique dentro del documento de consulta y material de apoyo, titulado: “Taller de elaboración de un PITCH” y desarróllelo con los aspectos clave de su emprendimiento.

3.3.2. Reto 4 – Foro virtual Gestión del Plan de Negocios

Participar en el foro: recuerde que debe participar de forma individual en el foro de discusión virtual Guía 22. Gestión del Plan de Negocios, programado en la plataforma Territorium.

“Pablo, tiene el interés de dedicar tiempo, dedicación e investigación sobre un emprendimiento que le llama la atención liderar, si bien ha escuchado la importancia de diseñar su modelo de negocio, él no sabe cómo elaborarlo”. Fuente: <https://www.emprenderalia.com/emprender-para-dummies-el-modelo-de-negocio/>



Asesore a Pablo, indicando y justificando desde su conocimiento, experiencia y aprendizaje, que debería hacer para construir un modelo de negocio exitoso, sea lo más claro, preciso y detallado.

3.3.4. Reto 5 – Prueba virtual

Estimado Aprendiz recuerde que debe presentar el Cuestionario de Evaluación correspondiente a la Guía 22, programado en la Plataforma Virtual Territorium.

3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento

3.4.1. Reto 6 – Primer avance informe plan de negocios muestra empresarial

Estimado Aprendiz ¡Es hora de aplicar lo que sabe!

En esta parte de la guía, el aprendiz demostrará el grado de aprehensión del conocimiento frente a contextos reales. Teniendo en cuenta que el documento final de entrega se asemeja a un plan de negocios los aprendices deberán desarrollar los siguientes aspectos en el formato estandarizado para el Plan de negocios Productivo, el cual se encuentra en la fase Evaluación, subcarpeta Plan de negocios Productivo, en la plataforma Territorium.

La estructura del Plan de negocios Productivo correspondiente a esta guía, es la siguiente:

CUBIERTA
PORTADA
TABLA DE CONTENIDO
INTRODUCCIÓN

1. PROBLEMA Y/O NECESIDAD

Se presenta el problema y/o necesidad, como pregunta o estadística (cifras), anécdota, historia, acontecimiento relacionado con el problema para captar la atención del jurado

2. SOLUCIÓN

- ✓ Breve síntesis, en una sola frase, que combine la visión/producto y la misión de la empresa. Debe presentar la propuesta de valor del emprendimiento y dar al público una idea clara de lo que hace. Explicar la solución presentando el producto o servicio, como aporta a la problemática y/o necesidad, identifica a quien impacta (perfil del cliente)
- ✓ Presenta la idea con impacto para ganar el interés de inversionistas, socios y aliados.
- ✓ Resaltar factor innovador y diferenciador, cobertura geográfica, uso de medios tecnológicos, como enamorar al cliente. Enfócate en el valor agregado que tu solución le da al usuario.
- ✓ Muestra el impacto que tendrá en los usuarios (Enfoque social)
- ✓ Muestra los diferenciadores y ventajas competitivas de tu solución (producto y/o servicio)
- ✓ Deja que tu producto hable por si solo (así sea un prototipo)



3. OPORTUNIDAD COMERCIAL

- ✓ Describe el tamaño del mercado y tu base de clientes.
- ✓ Explica claramente a qué clientes atiendes (perfil del cliente)

4. ASPECTOS MÁS IMPORTANTES DEL PLAN DE NEGOCIOS

Momentos claves, trayecto de recorrido de la idea de negocio, experiencias previas con el modelo propuesto.

5. COMPETENCIA

Factores de comparación con la competencia, ventajas, desventajas, frente al modelo de negocio. Fortalezas, ubicación geográfica (modelos), estrategia de precios, segmentación de mercado.

6. ENFOQUE Y ESTRATEGIA DE MERCADO

Estrategias de mercados y canales de ventas, destacando elementos como, quien es mi cliente, cómo me integro a sus hábitos de vida, gustos y preferencias, para definir los canales de comunicación y publicidad.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento	<ul style="list-style-type: none">• Identifica con responsabilidad las oportunidades y variables del mercado de acuerdo con las necesidades del cliente, los productos y servicios que oferta la organización.• Identifica con responsabilidad las oportunidades de negocio e inversión teniendo en cuenta la metodología adoptada, en los procesos de toma de decisiones.	Técnica: Formulación de preguntas. Instrumento: Cuestionario sobre los temas abordados en la presente guía.
Evidencias de Desempeño	<ul style="list-style-type: none">• Identifica con objetividad el plan de negocios empresarial en un mercado de acuerdo con los criterios de rentabilidad, y el tipo de empresa.• Elabora con diligencia el estudio técnico de un plan de negocios (Plan de Negocio)	Técnica: Observación Sistemática Instrumento: Lista de chequeo Actividades de apropiación del conocimiento plan de trabajo concertado. Técnica: Observación Sistemática



Evidencias de Producto:	en función de las variables: Producción, mercado, localización, tamaño e ingeniería, teniendo en cuenta la metodología, las técnicas y la tecnología en software disponible.	Instrumento: Lista de chequeo al Plan de negocios Productivo capítulos del 1 al 4.
--------------------------------	--	--

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS	
Business Model	Es un formato que permite describir el modelo de negocio que pretende implementarse mediante un plan de negocios o plan de negocios.
Canvas	
Concepto de la idea	Se refiere a la descripción de la idea que se desea llevar a cabo, explicando el modelo de negocio concebido.
Customer Journey Map	También llamado mapa de experiencia del cliente o mapa de viaje del cliente, permite plasmar en un mapa las etapas, interacciones, canales y elementos por los que atraviesa el cliente de un punto a otro del servicio
Demanda	Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores. (Kotler, P.; Armstrong, G.; Saunders, J. y Wong, V., 1999).
Design Thinking	Pensamiento de Diseño, utilizada en el desarrollo de productos, teniendo en cuenta a los clientes como parte de los procesos, lo ideal es construir o diseñar productos y servicios que sean deseables, técnicamente viables y económicamente rentables y con valor agregado.
Diagrama Causa efecto	Se usa para evaluar el impacto de las cinco fuerzas clave de la industria, definidas por Porter, la competencia directa, los participantes potenciales, la oferta sustitutiva, los proveedores y los clientes, para ver la posición en el mercado e identificar los puntos críticos o las áreas en las cuales existe oportunidad para aprovecharlas.
Estudio de mercado	El estudio de la viabilidad comercial indicará si el mercado es o no sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el plan de negocios y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso, permitiendo así determinar la postergación o el rechazo de un plan de negocios, sin tener que asumir los costos que implica un estudio económico completo. (Sapag & Sapag, 2008)



Estudio técnico	Tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación que requiere el plan de negocios. (Sapag & Sapag, 2008)
Ficha técnica	Documento en forma de sumario que contiene la descripción de las características de un objeto, material, proceso o programa de manera detallada. Los contenidos varían dependiendo del producto, servicio o entidad descrita, pero en general suele contener datos como el nombre, características físicas, el modo de uso o elaboración, propiedades distintivas y especificaciones técnicas.
Formulario de encuesta	Documento físico o virtual donde se consignan los datos obtenidos en el proceso de investigación de mercados.
Innovación	Es innovación todo aquel cambio que supone una novedad, mejora, solución, simplificación o adaptación de lo ya existente. Es la Implementación tecnológica de nuevos productos y procesos y/o a mejoras significativas en éstos, ya sea como resultado de la difusión de conocimientos tecnológicos para lograr productos o procesos productivos con especificaciones o propiedades técnicas, diferenciadas con respecto a los existentes en el mercado (Manual de Oslo).
Jobs to be Done	Significa el trabajo o tarea a realizar (Clayton M. Christensen 2013), está fundamentada en la idea que los clientes siempre quieren soluciones no productos ni servicios, es decir cuando un cliente adquiere un producto o servicio realmente quiere realizar varias tareas o trabajos.
Lean Canvas	El Lean Canvas es una adaptación creada por el reconocido emprendedor y autor Ash Maurya. Es una excelente herramienta para los emprendedores que trabajan en su modelo negocio y toda persona que se ha atrevido a lanzar su propia empresa.
Localización	El análisis de la localización adecuada de la empresa involucra no sólo el estudio del lugar óptimo de la planta productiva sino también de las oficinas administrativas. (Sapag, (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008)
Mapa de Empatía	Es una herramienta que se creó con el único fin que las empresas puedan entender a sus clientes, conociendo sus necesidades, frustraciones, miedos, y los elementos que pueden tener influencia en sus decisiones, así como sus características generales de edad, género ó ubicación para obtener información relevante para ajustar la propuesta de valor y estrategia de comunicación ajustada a las necesidades reales del cliente.
Mercado meta Mercado objetivo	Consiste en la proporción del mercado objetivo que se desea cubrir. Conjunto de personas con ciertas características comunes a las que dirigirse, en definitiva, se trata de elegir a aquel público que se quiere alcanzar, y, por lo tanto, será un segmento de la población con rasgos comunes y con cierto nivel de



	homogeneidad. <u>Está compuesto por todas aquellas personas e instituciones que tienen o pueden</u>
Mercado potencial	llegar a tener la necesidad que satisface el producto en cuestión. Es posible que parte de este mercado satisfaga su necesidad, comprando a la competencia, pero eso no quiere decir que en algún momento llegue a cambiar y comprar otra marca. (Rodríguez, Santoyo, Adolfo R, 2008)
Oferta	<u>Conjunto de bienes o mercancías que se presentan en el mercado con un precio</u> concreto y en un momento determinado. (Real Academia Española, http://del.rae.es).
Plan de negocio	<u>Un plan de negocios (también conocido como plan de negocios de negocio o plan de</u> empresa) es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con éste, tales como sus objetivos, las estrategias que se van a utilizar para alcanzar dichos objetivos, el proceso productivo, la inversión requerida y la rentabilidad esperada. (Disponible en: http://www.crecenegocios.com/que-es-un-plan-de-negocios-y-cual-es-su-utilidad/)
Producto	<u>El producto viable mínimo (MVP, del inglés Minimum Viable Product) es un producto</u>
Mínimo Viable (PMV)	con suficientes características para satisfacer a los clientes iniciales, y proporcionar retroalimentación para el desarrollo futuro.
Tarjeta Persona o Arquetipo del Cliente	Es una herramienta en la cual se debe realizar la descripción sociodemográfica de los clientes potenciales a quienes ira dirigida la innovación, y deben describirse exactamente los siguientes elementos: Edad, genero, estado civil, poder adquisitivo, profesión, ocupación, localización geográfica, imagen que se tiene del cliente.
Value Proposition Canvas	Propuesta de valor Canvas. Esta herramienta fue creada por Alexander Osterwalder con el propósito de construir los bienes o servicios que solucione efectiva y realmente los problemas del cliente.

7. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- González, D. (2006). PLAN DE NEGOCIOS PARA EMPRENDEDORES AL EXITO. Madrid: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). Principios del Marketing. Prentice Hall Europe, Segunda Edición.
- Miranda, J. (2012). Gestión de plan de negocioss. Bogotá: Lemoine Editores.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). Preparación y evaluación. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana S.A.



Videos:

<http://youtube.com/watch?v=Nwt5PAXrJGw>

https://www.youtube.com/watch?v=sAiDkR_i50k

<http://youtube.com/watch?v=bw6yDpQltdI>

<https://www.youtube.com/watch?v=qz0hww6LzsY>

<https://www.youtube.com/watch?v=xjGv7dd7eDw>

http://youtube.com/watch?v=_juW8qXuRiw

<http://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/>

Páginas recomendadas:

<http://ingenioempresa.com/capacidad-produccion-empresa/> www.genial.ly www.sway.com

www.powtoon.com

www.moovly.com www.goanimate.com

www.makewebvideo.com

www.rawshorts.com www.piktochart.com

www.companygame.com

<https://www.designthinking.es>

<https://www.significados.com/caracteristicas-de-la-innovacion/>.

8. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Cesar Julián Zamora Riaño.	Instructor	Centro de Servicios Financieros - CSF	Noviembre de 2016.
			Coordinación de Economía Financiera y de Gestión.	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Alexandra Paola Nuñez Heredia	Instructora	Centro de Servicios Financieros -	Julio de 2020	Actualización de la Guía Formato GFI-F-135, ajuste
	Irma Libia Tecano Gozález	Instructora	CSF		de las actividades, revisión técnica y metodológica de la guía.
	Liliana María Ríos Villamarín	Instructora	Coordinación de Economía		
	Elizabeth Peña Sierra	Instructora	Financiera y		
	Vilma Soraya Mendoza				

GFPI-F-135 V01



Tarazona

Coordinadora

Gestión.

Julio de
2

Jorge Enrique Cifuentes
Bolaños

Coordinador

Autor (es)	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón
	Lucy Enith Panteviz	Instructora	Centro de Servicios	Julio de 2.022	Actualización de la Guía
	Carlos Andrés Rubio Cárdenas	Instructor	Financieros - CSF		Formato GFPI- F-135, ajuste
	Francisco López Moreno	Instructor	Coordinación de Gestión Financiera y Administrativa		de las actividades, revisión técnica, metodológica y
	Vilma Soraya Mendoza Tarazona	Coordinadora			transferencia del conocimiento de la guía.

GFPI-F-135 V01