PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Identificación De La Guía De Aprendizaje**
- **Denominación del Programa de Formación**: Emprendimiento de Unidades Productivas
- **Código del Programa de Formación**: 13410005 V2
- **Competencia**: Coordinar proyectos de acuerdo con los planes y programas establecidos por la empresa

  Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  1. Formular proyectos definiendo claramente los objetivos de mercadeo a partir de la orientación estratégica de la organización
  2. Fijar los recursos necesarios según especificaciones establecidas en el proyecto y lineamientos de la organización.
  3. Desarrollar estrategias y acciones de mejora con base a los resultados de gestión y las necesidades identificadas por la organización.
  4. Evaluar proyectos teniendo en cuenta el diseño y desarrollo de ideas o estrategias innovadoras para la generación de nuevas oportunidades de negocio, según los lineamientos de la organización

- **Duración de la Guía: 40 horas-**

1. PRESENTACIÓN



Estimado aprendiz.

A través de esta guía, usted conocerá el conjunto de conocimientos, habilidades y cualidades que debe tener una persona para emprender un proyecto, e identificará las oportunidades de nuevos emprendimientos a través del análisis del contexto de su entorno personal, social y productivo, permitiéndole elaborar y modelar propuestas novedosas, tanto para usted como para las personas involucradas en la comunidad.

2. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

2.1 Actividad de reflexión inicial: ¿Cuáles son las características de un emprendedor?



Apreciado aprendiz, sin importar cuál sea su idea o concepto acerca del emprendimiento, hay cualidades o características que son básicas entre las personas que deciden emprender (iniciar algo).

En mesa redonda socializaremos cualidades o características que debe tener un emprendedor.

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje

Materiales: computadores, celulares, tabletas, cuaderno, lapiceros, conexión a Internet

Evidencia: Conversatorio en clase

2.2 Actividad de contextualización: Mis cualidades y conocimientos para emprender

Estimado aprendiz.



Todos los seres humano poseemos características innatas, otras las hemos ido adquiriendo y desarrollando a medida que vamos creciendo y adquiriendo experiencias.
Lo invito a entrar en el contexto delemprendimiento a través de un análisis comparativo, respondiendo lassiguientes preguntas:

Del listado de actitudes y aptitudes del emprendedor ¿Cuáles son las características emprendedoras con las que usted se identifica?

Escriba sus respuestas en los formatos que la instructora entrega a cada un

Ambiente requerido: Aula de clase
Materiales: computadores, celulares, tabletas, cuaderno, lapicero.
Evidencia: Formatos diligenciados

2.3 Actividad de apropiación del conocimiento: Cultura emprendedora

Apreciado aprendiz.

Es hora de conocer qué es el emprendimiento y todo lo que necesitamos para hacerlo. Para ello lo invito a realizar la lectura de las siguientes leyes:

Etapas de una Idea de Negocio

A muchos empresarios les preocupa que su negocio se encuentre varios años estancado y que no termine de despegar. En la mayoría de los casos, lo que necesitan es saber bien en qué etapa se encuentran y qué deben corregir o hacer para seguir progresando. Cada compañía es diferente, las hay que crecen muy rápido y de repente paran y las que crecen de forma lenta pero luego tienen más margen de actuación en su etapa de madurez.

El objetivo de toda compañía es vender y obtener rentabilidad. Para conseguir este objetivo común todas las empresas han de seguir los mismos pasos o recorrer las mismas etapas del ciclo de vida de la empresa hasta consolidarse. Vamos a explicar las diferentes etapas del ciclo de vida de una empresa:

Etapa de Introducción o de Desarrollo

Es la más motivadora. Todos los emprendedores comienzan con una idea innovadora que quieren poner en marcha. Nos dejamos llevar por la ilusión y la energía pensando que el éxito llegará tarde o temprano. Error, se debe hacer un estudio de mercado. Otro error en esta etapa es no marcar objetivos realistas. Los objetivos han de ser alcanzables a corto-largo plazo y para conseguirlos tendremos que trazar nuestra estrategia dentro del plan de negocios. Sin estrategia y sin definición de objetivos no sabremos hacia dónde ir.

Una vez que el negocio esté definido y validado con un Producto Mínimo Viable, es cuando el empresario comienza a hacer sus primeras contrataciones, como es el caso de proveedores o vendedores, con el fin de poner a funcionar la empresa.

Esta fase suele ser muy incierta ya que tendremos la sensación de ir adentrándonos en un mundo desconocido donde cada decisión será de vital importancia. Al poner en marcha el desarrollo de nuestro producto y/o servicio tendremos pérdidas económicas o serán las mínimas para poder subsistir. Cuando lleguemos a un punto de equilibrio económico con el Producto, será cuando demos el paso a la siguiente fase, de crecimiento y aceleración.

Etapa de Crecimiento y Aceleración

Es cuando comenzamos a obtener rentabilidad. Nuestra estrategia está definida, el modelo de negocio validado, conocemos a nuestro cliente ideal y nuestras métricas son positivas. Todo marcha bien. No obstante, no podemos dejarnos engañar y deberemos de seguir aplicando optimizaciones del producto y del servicio de atención al cliente para continuar con nuestra subida. Llega el momento de invertir en los diferentes canales para llegar a un mercado mayor y de fidelizar a nuestros clientes. Es decir, es aquí cuando deberemos invertir en mejorar o iniciar nuestro plan de marketing digital para hacer funcionar nuestro negocio. En esta fase comprobaremos las posibilidades que tiene nuestro mercado.

Publicidad en Redes sociales: segmentando e impactando a tu cliente ideal.

Etapa de Madurez de una Empresa

El producto y/o servicio está consolidado en el mercado, el negocio equilibrado con una estructura sólida y contamos con un buen nicho de mercado. Sin embargo, el negocio está estancado y para crecer tendremos que tomar ciertas decisiones como invertir en tecnología e innovación, probar canales diferentes, optimizar los canales, desarrollar nuevos servicios o ampliar hacia nuevos clientes.

Etapa de Declive o decadencia

La empresa no es capaz de adaptarse al mercado ni a los cambios que le exigen sus clientes. El principal problema de las empresas llegadas a esta etapa es que no invierten en innovación, piensan que su estructura de negocio está ya definida y asentada para incluir nuevos cambios. No hacer nada las llevará al fracaso.

2.4 Actividad de apropiación del conocimiento: Características emprendedoras personales

Aprendiz, preste atención al taller preparado por su instructora “Elementos Básicos de la Creación de Su Propia Empresa”. Una vez haya recibido la explicación del tema y de haber participado en las actividadesde reflexión y retroalimentación, en los grupos de trabajo asignados por la instructora, preparen una breve exposición.

Ambiente requerido: Ambiente de aprendizaje.

Materiales: Computadores, celulares, tabletas, paquete office, páginas web
Evidencia: Taller Resuelto

2.5 Actividad de apropiación del conocimiento: Mis características emprendedoras personales

Estimado aprendiz.

Ahora es necesario hacer una introspección para revisar nuestras fortalezas y debilidades, con el fin de plantear actividades que nos permitan mejorar nuestro perfil emprendedor.

Lo invito a desarrollar el cuestionario denominado Elementos Básicos de la Creación de Su Propia Empresa".

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje
Materiales: Computadores, celulares, cuaderno, lapiceros, lápiz, borrador,sacapuntas, regla
Evidencia: Taller Resuelto

2.6 Actividad de apropiación del conocimiento:

Estimado aprendiz.

Es hora de pensar en las diferentes ideas con las que podríamos iniciar nuestro emprendimiento yde ese modo, poder aprovechar una oportunidad en nuestro entorno o darle solución a una problemática de nuestra comunidad.



Lo invito a que participe en el taller denominado *""Elementos Básicos de la Creación de Su Propia Empresa",* con el fin de experimentar las características y competencias de un emprendedor.

Cuando se haya finalizado la actividad, responderá y socializará con la instructora y demás compañeros, las siguientes preguntas:

- ✓ ¿Cuáles son las motivaciones personales, sociales, grupales, etc que tiene para crear una empresa?
- ✓ Describa de forma detallada la empresa que usted y su grupo van a crear, incluya los objetivos a corto y largo plazo (5 años).
- ✓ Lluvia de ideas innovadoras
- ✓ ¿Qué nombre le van a dar al producto o servicio? ¿Qué razones lo ha llevado a escoger este nombre?
- ✓ Organigrama de la Empresa
- ✓ Realice un plano sencillo de la organización física de la empresa. Especifique además su organización. Tenga en cuenta las necesidades del producto y las del cliente
- ✓ Conclusiones

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje.

Materiales: computadores, celulares, tabletas, cuaderno, lapiceros, lápices, borrador, sacapuntas.

Evidencia: hoja de respuestas de las preguntas del anexo

2.7 Actividad de apropiación del conocimiento: Mapa de empatía

Apreciado aprendiz.

Usted ya logró identificar la idea de negocio con la que podrá dar inicio a su emprendimiento; sin embargo, aún podemos mejorar las características (tangibles e intangibles) de esta y descubrir en qué se queda corto, de ese modo, podrá identificar la propuesta de valor que le ofrecerá a sus clientes y que lo hará diferente a la competencia.



Clientes potenciales respecto a su idea de negocio (pensamientos, sentimientos y acciones que expresan las personas y que le ayudarán a entender las razones y las motivaciones de ellos).

Una vez haya desarrollado el taller lo invitamos de manera grupal a revisar cada pregunta.

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje

Materiales: computadores, celulares, tabletas, cuaderno, lapiceros.
Evidencia de producto: Taller Resuelto

2.8 Actividad de apropiación del conocimiento: Modelo de negocios CANVAS

Estimado aprendiz.

Hemos llegado a lo más emocionante de nuestro proceso: ¡Estructurar nuestra idea de negocio!, en otras palabras, vamos a darle forma a nuestra idea de negocio. Esto es posible a través de un modelo de negocios que recoge las bases de creación de valor de un negocio o proyecto.

Interesante ¿verdad? Así es, el MODELO DE NEGOCIOS CANVAS básicamente nos permite de una manera fácil y creativa darle respuesta a estos tres cuestionamientos: ¿Cómo? ¿Qué?

¿Quién?, es decir, a quién le vamos a ofrecer nuestro producto (tangible o intangible), qué le vamos a entregar (adicional a un producto, cuál será el valor detrás de ese producto) y cómo lo vamos a hacer.

Aprendiz, participe de la profundización que hará la instructora sobre el “Modelo de negocios Canvas”. Habiendo recibido la explicación.

Tenga presente que este es un lienzo, por lo tanto, no implica que sea estático (de ahí lo maravilloso que es trabajar con esta herramienta) y que en cualquier momento podrá hacerle las modificaciones necesarias para que su idea finalmente se convierta en un nuevo emprendimiento.

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje

Materiales: computadores, celulares, tabletas, cuaderno, lapicero, hojas de block, lápiz, borrador, sacapuntas, internet, paquete office y/o páginas web Material de apoyo: Plantilla Modelo negocios CANVAS

Evidencia de producto: CANVAS de la idea de negocio.

2.9 Actividad de transferencia del conocimiento

Estimado aprendiz.

Hemos llegado a la recta final de su proceso emprendedor, es hora que ponga en práctica todas esas nuevas habilidades que ha desarrollado como aprendiz capaz de fomentar ideas de negocios creativas e innovadoras.

Lo invito a enviar al correo electrónico de la Instructor su Emprendimiento basado en el modelo Canvas.

Tenga en cuenta que en este momento de su proceso formativo, usted ya está en capacidad de explotar sus actitudes y aptitudes, y que son estas mismas las que le serán evaluadas. Así mismo, preste atención a:

- ✓ Presentación personal
- ✓ Presentación de la evidencia
- ✓ Discurso preparado por usted

¡Muchos éxitos!

Ambiente requerido: ambiente de aprendizaje

Materiales: computadores, celulares, tabletas, paquete office y/o páginas web

Evidencia de desempeño: Emprendimiento modelo CANVAS

Recuerde, esa idea que ha planteado está esperando por hacerse realidad, no la eche en un saco roto, moldéela, cultívela, abónela y cuídela como si fuera su hijo/a, y nunca olvide que para emprender solo hace falta que usted desee mover sus pies.

Instructora Liliana Patricia Ferro Gómez

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Producto: Taller idea de negocio **Evidencia de producto:**	Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales. Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los	**Técnica:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo **Técnica:** Valoración de producto

Plan de Negocio **Evidencia de desempeño:** Plan de Negocio Completo	requerimientos de los contextos productivos y sociales. Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo. Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y asertividad.	**Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo **Técnica:** Observación directa **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Asociatividad: Es la reunión de los seres humanos para fines cooperativos.

Emprendimiento: Se refiere a la capacidad, aptitud de una persona para generar cambios en su entorno y alcanzar una meta u objetivo mejorando sus ingresos.

Canal de distribución: Conjunto de compañías o individuos que adquieren derechos, o ayuda a transferirlos, respecto de un bien o servicio en su paso del productor al consumidor o usuario industrial.

Capital intelectual: Posesión de conocimientos, experiencia aplicada, tecnología organizacional, relaciones con los clientes y destrezas, que dan a las empresas una ventaja competitiva en los mercados. Compuesto por todos aquellos activos intangibles que generan valor de futuro para las compañías.

Capital semilla: Fondos para apoyar el arranque inicial de una empresa (fase inicial, o de “semilla”).

Capital social: Recursos económicos aportados por los socios de la empresa.

Cliente externo: Persona que compra productos o servicios para su actividad o proceso productivo de forma habitual.

Cliente interno: Personas dentro de nuestra organización cuyas acciones influyen en la calidad del servicio prestado a los clientes externos. En una relación cliente-proveedor dentro de la misma organización, es aquella persona que espera que le presten un servicio.

Cliente: Cualquier persona que tenga algo que ver con el éxito en las ventas.

Clínica de ventas: Fortalecer las capacidades de los vendedores, por medio de dramatizaciones o representaciones de roles, con el fin de mejorar su desempeño y prepararlo para futuras eventualidades.

Comercio al detalle: Actividad profesional que consiste en la compra de bienes y servicios para su venta posterior en pequeñas cantidades al consumidor final.

Comercio: Actividad profesional que consiste en la compra de bienes y servicios para su venta posterior con fines lucrativos.

Competencia: Conjunto de organizaciones que comercializan productos o servicios dentro de la misma categoría de los nuestros.

Coworking: Es un espacio que permite a la comunidad emprendedora, la interacción y el trabajo compartido de forma flexible y dinámica con personas del mundo empresarial, favoreciendo mucho el networking, por medio del aprovechamiento de las sinergias que ello conlleva, y enriquecerse de las relaciones con líderes, redes sociales, empresariales y profesionales de diversos ámbitos.

Emprendedor: Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa.

Emprendimiento: Manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismos factores endógenos como capacidad en el talento Humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de las empresas.

Empresarismo: Concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas: las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo. Se concibe más como una acción que como un resultado. Actitud continúa de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente.

Entrepreneur: define a la persona que tiene como profesión ser un creador de empresas. En esta definición se abarca desde el emprendedor que apenas inicia su actividad de crear una

empresa, como aquellos más experimentados que ha tenido la oportunidad de haber creado otras iniciativa s empresariales. En este sentido, podríamos decir que cubre en una misma palabra al emprendedor y al empresario.

Equipo colaborativo: Es un equipo de trabajo que tiene metas comunes de las cuales, depende su bienestar y se comparten por igual sus éxitos y fracasos.

Estímulos: Poder de incitar, las emociones que se transmiten y exaltan. Son impulsos que provocan respuestas que se ven reflejadas e influyen en su comportamiento de compra.

Estructura organizacional: es la coordinación de una serie de partes o elementos dispuestos en un cierto orden y con determinadas relaciones entre ellos. Ordenación que ha de ser relativamente duradera. La estructura de la organización es la suma total de los modos en que ésta divide su trabajo en distintas tareas y los mecanismos a través de los cuales consigue la coordinación entre ellas.

Implementación: Una implementación o implantación es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea.

Incubadora: entidad provista de una metodología y un espacio físico que proporciona todas las herramientas y asesoría necesaria para que las nuevas empresas se desarrollen en un ambiente de negocios, maximizando el valor empresarial de las iniciativas que apoya en el menor tiempo y al menor costo posible, utilizando las últimas tecnologías existentes.

Innovación: Aplicación de nuevas técnicas o procesos productivos. Introducción de nuevos productos, procesos o servicios en el mercado que abran la posibilidad de producir los mismos bienes utilizando menores recursos, bienes nuevos o de mejor calidad, constituyendo un elemento importante para el crecimiento económico.

Marca: Una marca es un signo distintivo que indica que ciertos bienes o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada.

Marketing: Conjunto de acciones destinadas a alcanzar los objetivos de la empresa y a satisfacer las necesidades del consumidor.

Mercado: Institución en la que los bienes y servicios se intercambian libremente al ponerse en contacto los demandantes y oferentes.

Mercado meta: consiste en un conjunto de compradores que tienen necesidades y/o características comunes a los que la empresa u organización decide servir.

Mercado objetivo: segmento de ese mercado seleccionado por la empresa para ofrecer sus productos o servicios y a los cuales la empresa espera cumplir sus necesidades y sobre el cual se desarrollan todas las estrategias de comercialización, penetración y posicionamiento.

Mercado potencial: mercado que está formado por todos los consumidores o compradoresactuales y potenciales de un determinado producto.

Merchandising: Técnica comercial para establecer correcciones o nuevos desarrollos a un producto, una vez que se encuentra en el mercado.

Modelo de negocio: forma en la cual una iniciativa empresarial define la manera en la que se generarán sus ingresos y beneficios.

Networking: es el arte de construir y mantener relaciones (personales) a largo plazo que impliquen (siempre) un beneficio para ambas personas.

Plan de negocio: es un documento formal, elaborado por escrito, que define con claridad los objetivos de un negocio y describe los métodos que se van a emplear para alcanzarlos. El Plan de Negocios ayuda a asignar los recursos en forma apropiada, manejar complicaciones imprevistas y tomar buenas decisiones.

Planeación empresarial: es la etapa del Modelo de Acompañamiento que tiene como objetivo preparar las iniciativas empresariales seleccionadas para que sean consolidadas en un plan de negocio.

Preincubación / preaceleración: proceso de acompañamiento de una iniciativa empresarial en la puesta a punto de su empresa y que formula la inversión del Plan de Negocio.

Storytelling: consiste en comunicar, explicar tu idea o negocio, “contando historias”. A través de las emociones se consigue que el receptor retenga mejor el mensaje, se obtiene un mayor impacto y atención, además de convencer con más facilidad.

Venta: Contrato mediante el cual una persona, vendedor, se obliga a transmitir un producto servicio o idea a una segunda persona, comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Alcaraz, R. (2006). El Emprendedor de éxito. 3ra Edición. México: McGraw-Hill.

Camero, C. Jesús B. Espíritu Emprendedor. Cartilla No.1 de la Especialidad Gestión de Microempresas. SENA, Regional Huila. 2002.

Filion, L.; Cisneros, L. y Mejía-Morelos, J. (2011). Administración de PYMES. Emprender, dirigir y desarrollar empresas. México: Parson Educación.

Gil, M. (2012). Cómo crear y hacer funcionar una empresa. 8va Edición. México: Alfaomega Grupo Editor.

Hisrich, R. (2005). Entrepreneurship. Emprendedores. 6ta Edición. España: McGraw-Hill.

Mesa, P. Rodrigo. Desarrollo de la Capacidad Empresarial. Creación de Empresas. Universidad EAFIT. Medellín. 1999.

Política del SENA frente a la innovación, la competitividad y el desarrollo tecnológico productivo.

Santamaría, R. Olga Isabel y Otros. PROYECTO DE VIDA. Guía propuesta para orientadores SENA. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Dirección General. Bogotá, Marzo del 2002.

Shepherd, C.; Ahmed, P. y Ramos, L. (2012). Administración de la Innovación. México: Pearson Educación.

Vainrub, R. (2006). Convertir sueños en realidades. Una guía para emprendedores. 5ta Edición. Caracas: Ediciones IESA.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor (es)	Ana María Castro Holguín	Instructora	Comercio y servicios	Julio 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón de l Cambio
Autor (es)	Ana María Castro Holguín	Instructora	Coordinación académica	17 febrero 2022	Unificación de criterios y actividades entre el centro de formación y el centrode desarrollo empresarial.
	Diana Marcela Cacante Ramírez	Líder de articulación con la educación media			
	Maritza Marín Díaz	Instructora			
	Diana Paola Ballesteros Riveros	Profesional G-2			
	Liliana Patricia Ferro Gómez	Instructora		Dic 1/2023	
	Liliana Patricia Ferro Gómez	Instructora		Dic 2 de 2024	