Punto de partida: **Fase Formación**

Regional: Boyacá

Centro: Centro de Gestión administrativa y Fortalecimiento empresarial CEGAF

Nombre del programa de formación: Emprendedor en Tejido de Telar Vertical

Ficha: 3184061

Municipio: Tibasosa

Dirección o ubicación: Centro Tibasosa

Nombre del aprendiz líder: Guillermo Aponte. (Representante Grupo)

Nombre del instructor técnico: Cristina Martinez

Nombre del instructor de emprendimiento: Fabio Leonardo Jordan Rodriguez.

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.

Powered by CamScanner

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	→



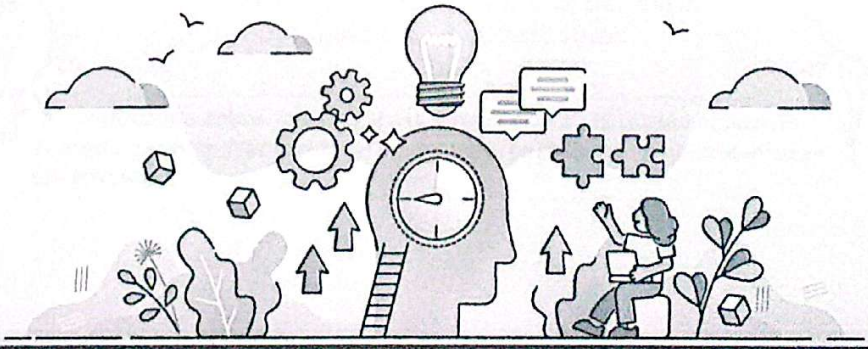
Powered by CamScanner

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
ICA	Certificado BPA-BPG		https://www.ica.gov.co/
SENA	Certificado de Estudio laboral técnico o tecnologo	Formacion para profesionales	http://www.senaedu.co
Invima	Transformación alimentos	Vigilancia sanitaria y control de calidad	https://www.invima.gov.co
CAR	Concesión de aguas	autoridad ambiental	https://www.car.gov.co
Finagro	Financiamiento	Promueve sector rural con financi	https://www.finagro.com.co
MADR	Ministerio de Agricultura	Desarrollo rural	https://www.minagricultura.gov.co
Fenavi	Sanidad de aves	Prevenir, controlar, erradicar enfermedades aviolas	https://www.fenavi.org
IDEAM	Pronóstico del clima	Información patrimonio ambiental	https://www.ideam.gov.co
CÁMARA DE COMERCIO	Certificados de formalización	Registro mercantil	https://www.ccbanga.org.co
UPRA	Compra de terrenos	Estudio de terrenos	https://www.upra.gov.co



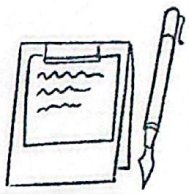
Powered by CamScanner

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?

¿Qué siente el cliente?

META

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

Consumidor final

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/

Powered by CamScanner

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? curiosidad, expectativa,
2. ¿Quiénes son los amigos del cliente? el guia, su familia, gente del municipio
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado al cliente? tiendas, banco, corresponsal restaurante, oficina de turismo, hoteles.
4. ¿A qué problemas se enfrenta? pocos parqueaderos, servicio de baño publicos

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

5. ¿Cuáles son las necesidades, preocupaciones y expectativas del cliente? poca alternativa artesanal propia
6. Identificar lo que considera realmente importante. Diversidad de eventos que acoje al turista
7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. Busca originalidad y productos tipicos de la region
8. Predecir sus emociones. Alegria, satisfaccion, admiración, agrado y disfrute del entorno, impacto visual.

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

9. ¿Cuál es su actitud y conducta? respeto por el entorno, apreciacion estetica
10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? vocacional de comportamiento analico, empatico, patico, reservado, explorador
11. ¿Qué comenta con su entorno? indaga por la propuesta turistica, gastronomica, costos de productos tipicos
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? Diferencia en la tranquilidad, la cordialidad, dostico de paisaje

ESCUCHAR: ¿Qué escucha el cliente?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? Parque principal, Zoo de Guatiqui, ubicacion del municipio frente a la region
14. ¿Qué dicen sus amigos? Informacion sobre el municipio, la tranquilidad que maneja y
15. ¿Qué dicen sus colaboradores? manejo economico del municipio para visitarlo
16. ¿Qué dice su círculo de influencia? Conocer sitios turisticos y expectativa de visita
17. ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él y cómo? su familia, en cuanto a sus decisiones
18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? redes sociales, el voz a voz con experiencias compartidas medios audiovisuales

DEBILIDADES: ¿Qué debilidades tiene?

19. ¿A qué desafíos se enfrenta? por parte del municipio Falta de guia turistico
20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? Falta de empatia, inadecuada atencion y servicio al cliente
21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? Escases de baño publico, falta de comunicacion entre comercio
22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? In

FORTALEZAS: ¿Qué fortalezas tiene?

23. ¿Qué logros quiere alcanzar? Cumplir sus expectativas
24. ¿Cómo mide el éxito? Nivel de satisfaccion personal.
25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? Indagar, adquirir conocimiento sobre la oferta de producto

Powered by CamScanner

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:

Al ver poca propuesta artesanal nuestra oportunidad de diversificar en ella apropiandonos del manejo de la lana de la región

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:** Trabajo artesanal para rescatar la tradición	**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: Diseño diferencial y 100% manual producto no trabajado en el municipio	**Solución:** Emprendimiento de rescate y valor tradicional en telar Vertical	**Tipo de cliente:** Consumidor y conocedor de artesanía
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:** Difucion por redes Sociales	**Tecnología:** En este ítem debe analizar qué elementos tecnológicos va a incorporar en la implementación de la idea.



Powered by CamScanner

Productos y servicios

Paso 6

Fuanas, turbante, sacos, tapiz, manteles, individuales, camino de mesa, piedecama, guáltarapa

Con la diversidad de producto y de materiales,

Ofreciendo mayor Variedad de producto, con atención empatica, mejorando atencion al cliente

Paso 5

Paso 4

Aliviadores de frustraciones

Creadores de alegrías

Paso oferta de producto

Producto de calidad, elegantes, unicos que resalta y rescata artesania de la region

Paso 3

Paso 2

Frustraciones

Alegrías

Interes en la artesanias, y que cubra las expectativas frente al producto y la prenda

Paso 1

Trabajo del cliente

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

Powered by CamScanner

Proyecto productivo

3

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? Entre lanas e hilos

2. Teniendo en cuenta los ejercicios desarrollados previamente identifique una necesidad, una problemática o una oportunidad Ofrecemos la oportunidad de conectar con la riqueza cultural abriendo una experiencia.

¿Qué solución plantea? Rescatar el conocimiento ancestral del telar vertical, piezas unicas, preservando la tradicion

3. ¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad? Adquir conocimiento indar sobre el proceucto, crear piezas artesanales, investigar e indagar sobre el mercado.

4. ¿Cuál es la brecha que identifica al describir al cliente?
El no reconocimiento del valor artesanal,

5. ¿Qué solución se plantea?
Educar al cliente, encaminolo al proceso artesanal; contale como (lo hice) se desarrollo. tener encuenta que el cliente conozca el valor intrinseco destacando tiempo de desarrollo, altura tecnica, inspiracion y origen, humanizar el procesuto

6. ¿Cuál es el perfil de su cliente potencial?
Conocedor, amante dela exclusividad, de la tradicion, Emante de las prendas echas a mano, conocedor de la artesania y del rescate cultural

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

Recurso humano → con Conocimiento de tecnica
Recurso equipo →
- Telar vertical
- Telar puntilla 11x11
- Telar Puntilla 20x20
- Telar puntilla 50x50
Recurso materia prima.
- lanas
Recurso economico.

8. ¿Cuál es el componente innovador del proyecto?
Piezas artesanales unicas con materiales, con manejo de portafolio diverso y variado en productos

Powered by CamScanner

- De implementarse o desarrollarse el proyecto identifique y clasifique los impactos de acuerdo con los siguientes aspectos: Trabajar con lana disminuye de manera sustancias las emisiones de carbono

☐ Ambiental: por su vida util, generando aprovechamiento organico y disminuyendo fibras sinteticas.

☐ Social: Fuente de empleo e inclusion, preservación cultural, participacion comunitaria.

☐ Económico: Favorece la economia primaria, cumento de consumo conciente

☐ Tecnológico: Por medio de las redes sociales, se promueve una preservacion de las tecnicas y resguardo de saberes ancestrales, uso de las energias alternativas y uso de comercio electronico y herramientas de diseño trasabilidad y transparencia

- Escriba aquí la justificación del proyecto (basado en la brecha o necesidad identificada): Lana Pasarcel ayuda a satisfacer las necesidades de nuestro cliente y del grupo para desarrollarse.

- Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto: Artesanias y cultura
Impacto social y sostenibilidad
Diseño textil y contemporaneo

Powered by CamScanner

MODELO DE NEGOCIO CANVAS			Diseñado por:	
Asociaciones clave (red de partners)	**Actividades clave**	**Propuesta de valor**	**Relaciones con los clientes**	**Segmentos del mercado**
Grupo de la unión Productiva • Distribuidores de materia prima.	Tener vínculos con productores artesanales • Crear eventos de actividades culturales y promoción de emprendimientos de la región	Entregamos productos con experiencia • Autenticidad • Conexión cultural Tradición - Versatilidad - Sostenibilidad	Involucrar al cliente en la historia de cada producto - Exclusividad generada por un producto elaborado con paciencia y maestría	Consumidor final
	Recursos clave		**Canales, distribución y comunicación**	
	• Mano de obra • Stock de producto • Acceso a base de datos • Equipo tecnológico • Materias primas		Redes sociales. • E-comerce	

Estructura de costos	%	Fuentes de ingreso	%
COSTOS FIJOS	0 15	Ventas totales	0 215
Costos de funcionamiento	50		
Costos de comercialización	100		
COSTOS VARIABLES	0 80		
Materia prima	150		
Mano de obra directa	650		
INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS	0 5		
Maquinaria y equipo	50		
Muebles y enseres	0		
Obras físicas y adecuaciones locativas	0		

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

Powered by CamScanner

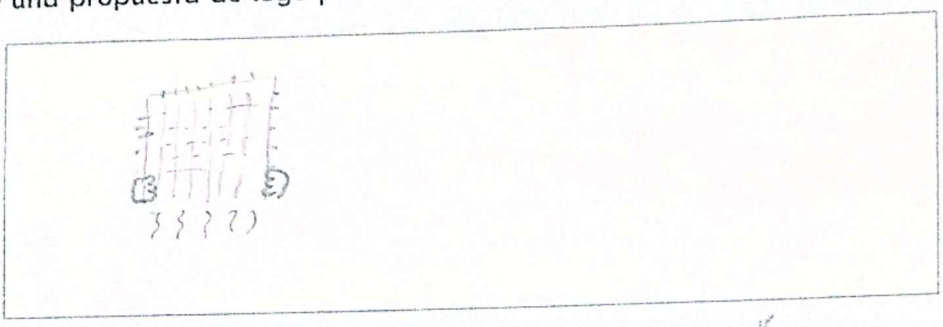
Prueba de producto o servicio

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? "entre lanas e hilos" "alma textil" "tejidos de origen" "textil de amor" "la vieja tejida" "el hilo de la vida" "historias tejidas"
- ¿Cuál es su eslogan? "hilos de amor" "hecho con nudos" "tejiendo historias, cosiendo legado" "manos que teje cultura corazon que cose arte" "donde el hilo cuenta una historia" "arte entre lanas: tradicion, innovacion y proposito"
- ¿Cuál es su portafolio de productos o servicios? a través de catalogo, con diseño - hecho a medida.
- ¿Cuál es el precio de su producto o servicio? un margen de utilidad minimo del % 215.
- ¿Cómo va a realizar la promoción de su producto o servicio? redes sociales, mercado natural y voz a voz.
- ¿Cuáles van a ser sus canales de comercialización? redes sociales, puntos fijos, ferias artesanales

Powered by CamScanner

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:

- Es un producto que tiene la aceptación del mercado
- Cubre las necesidades del cliente.
- Satisface sus expectativas
- Agradecimiento al interesado por conocernos y apoyar los productos.

- Si se recomendó a otras personas porque se amplia la base de clientes?

- Mejoran la capacidad del artesano.
- Relación con las entes gubernamentales para relacionamiento para ofrecer el artesanía al mercado.

Powered by CamScanner

Powered by CamScanner

