

A black and white photograph of a woman with a joyful expression, wearing a wide-brimmed straw hat and overalls. She is holding a large wooden basket filled with various fresh vegetables, including leafy greens, corn cobs, and root vegetables. The background shows a simple outdoor structure, possibly a greenhouse or a covered walkway.

Cuadernillo Mi ruta CampeSENA



Mi ruta CampeSENA



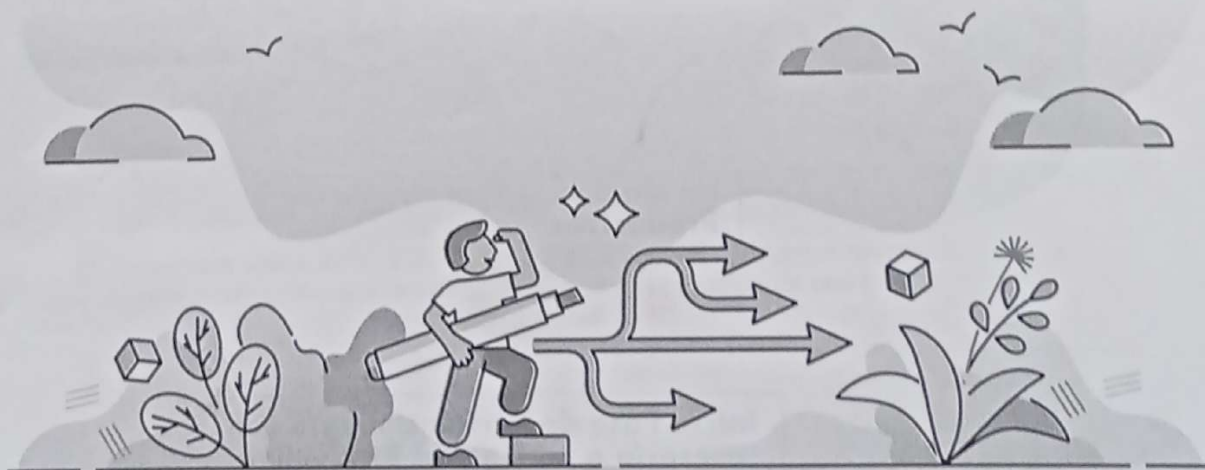
SENA
Emprende
Rural

La estrategia CampeSENA cumple su misionalidad a partir del acompañamiento integral a las comunidades campesinas como soporte en la formación, la creación de unidades productivas y el fortalecimiento de las mismas a través de acciones formativas u asesoría.

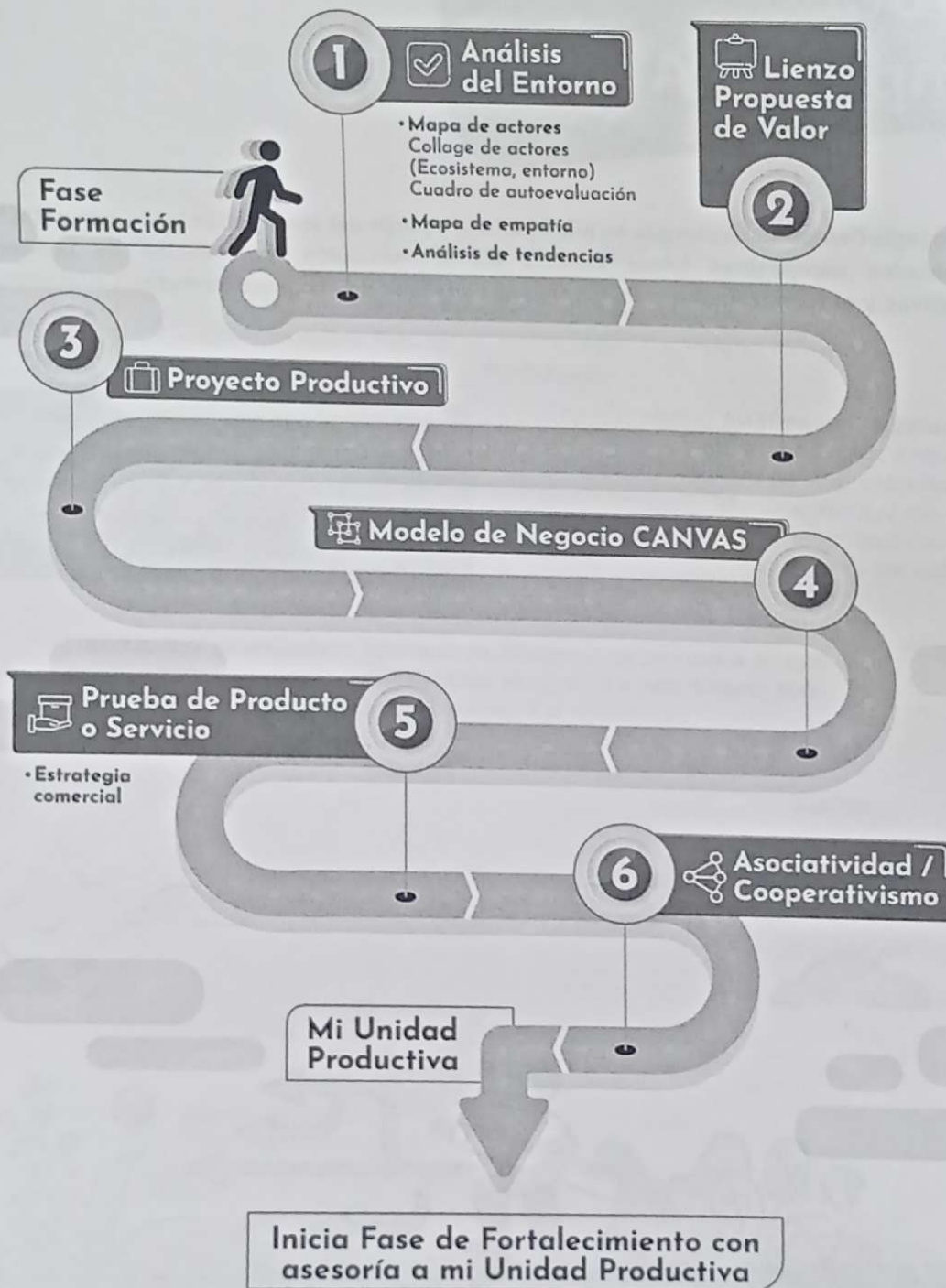
La estrategia CampeSENA cuenta con un equipo de trabajo consciente y comprometido que, de manera conjunta trabaja por la promoción del desarrollo rural y un mejor futuro para las familias y comunidades campesinas.

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 CampeSENA



Punto de partida:

Fase Formación

Regional: Boyacá

Centro: de Gestión Administrativa y Fortalecimiento Empresarial CEGATE.

Nombre del programa de formación: Emprendedor en elaboración de artesanías en fibra vegetal.

Ficha:

Municipio: El Cocuy

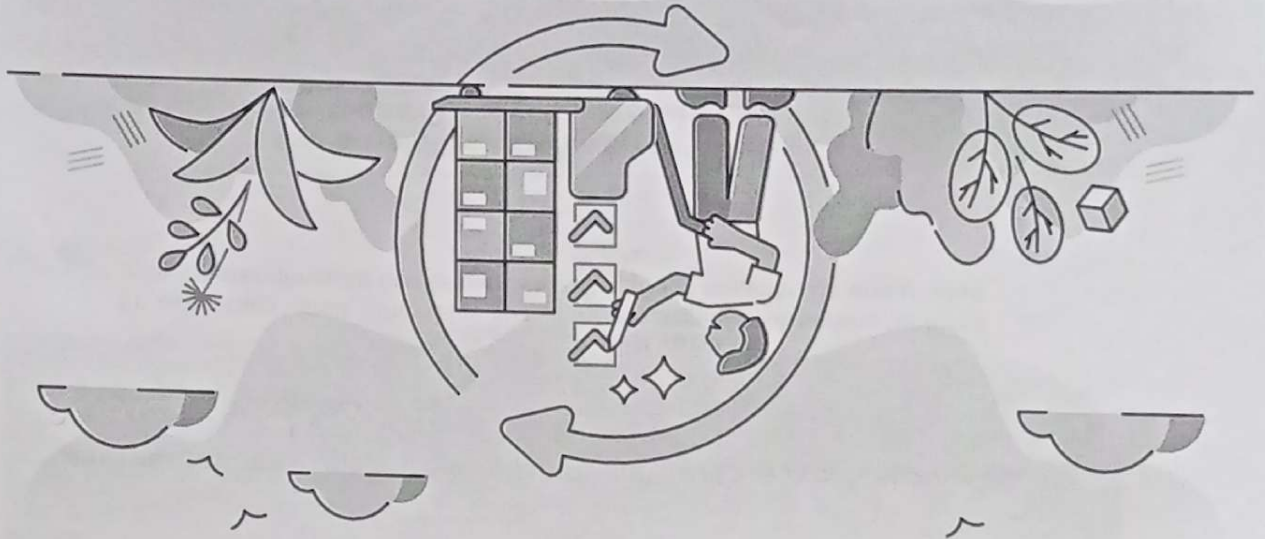
Dirección o ubicación: cra 3 # 9-62

Nombre del aprendiz líder: Nubia Janeth Torres Alvarado

Nombre del instructor técnico: Maria Cristina Martinez

Nombre del instructor de emprendimiento: Diana Janeth Suarez Medina.

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.



Estas herramientas constituyen la primera parada de la esta ruta.

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

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.

Análisis del entorno

MAPA DE ACTORES: ACTIVIDAD

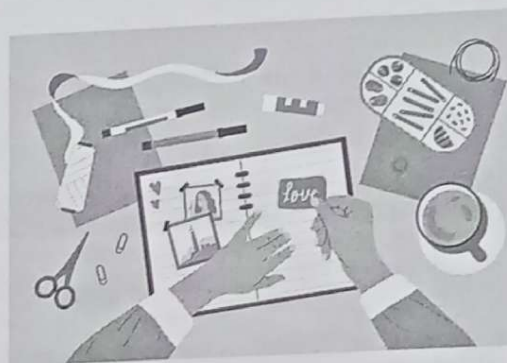
“Collage de actores”: ecosistema y entorno.

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

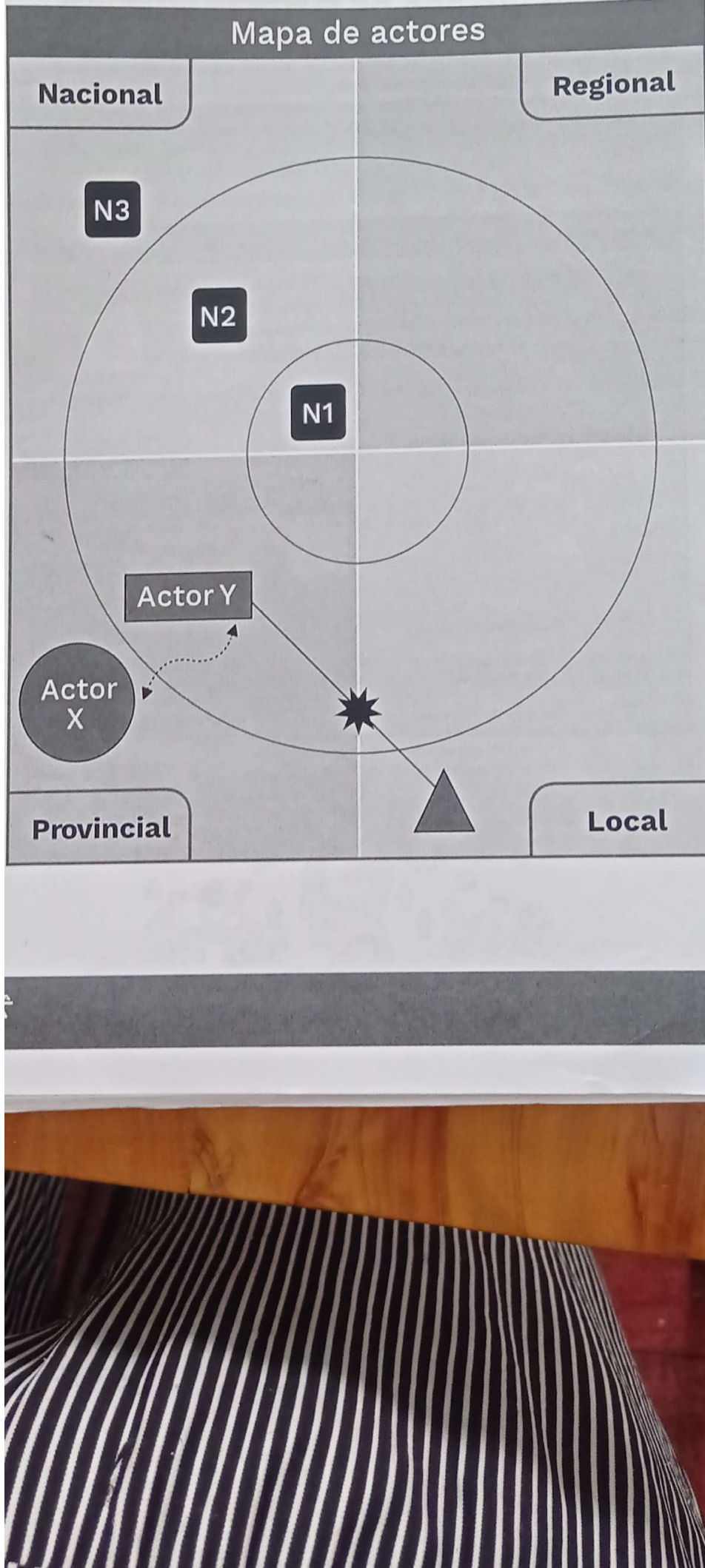
N1

Actor Y

Actor X

Provincial

Local



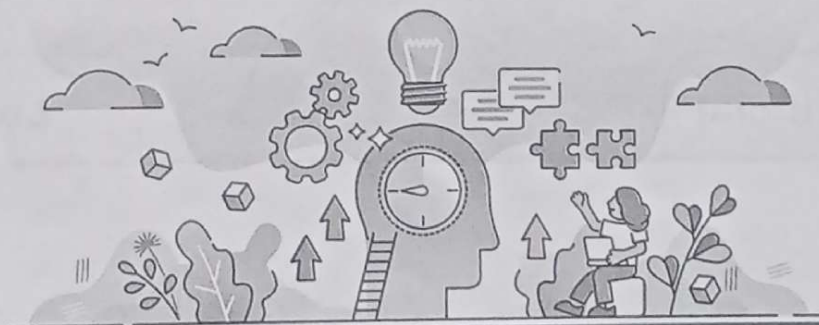
MAPA DE ACTORES:

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.

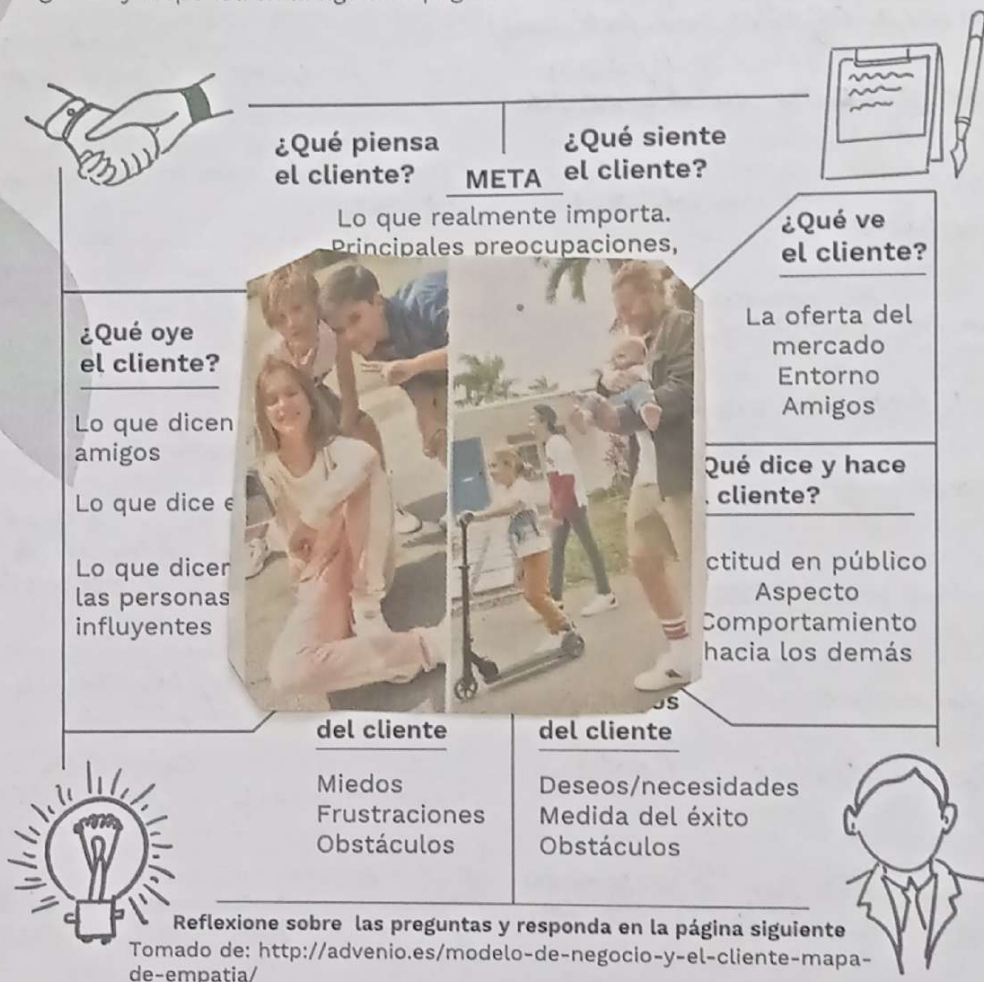
Actor / Institución	Actividad de interés	Trámites	Enlace web
	Certificado BPA-BPG		https://www.ica.gov.co/
SENA			
	Transformación alimentos		https://www.invima.gov.co
CAR	Concesión de aguas		
			https://www.finagro.com.co
MADR			
	Sanidad de aves		
	Pronóstico del clima		
CÁMARA DE COMERCIO	Certificados 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?

¿Qué siente el cliente?

META
Lo que realmente importa.
Principales preocupaciones,

¿Qué ve el cliente?
La oferta del mercado
Entorno
Amigos

¿Qué oye el cliente?
Lo que dicen amigos
Lo que dice e
Lo que dicen las personas influyentes

¿Qué dice y hace el cliente?
Actitud en público
Aspecto
Comportamiento hacia los demás

del cliente
Miedos
Frustraciones
Obstáculos

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? Admiran la arquitectura del municipio
2. ¿Quiénes son los amigos del cliente? Su grupo de viaje (familia, amigos)
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado al cliente? Todo lo típico del municipio (gastronomía, artesanía)
4. ¿A qué problemas se enfrenta? Diferencia de precios en el mercado

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

5. ¿Cuáles son las necesidades, preocupaciones y expectativas del cliente? La utilidad del producto
6. Identificar lo que considera realmente importante. El recuerdo en el producto positivo y atención al cliente.
7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. expectativas de un buen servicio.
8. Predecir sus emociones. la calidad de un buen servicio

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

9. ¿Cuál es su actitud y conducta? Amable y curiosa por conocer el atractivo
10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? asombro, descontento, inconformismo y gratitud.
11. ¿Qué comenta con su entorno? la belleza paisajística y tradición
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? asombro por la arquitectura y la calidez de los habitantes.

ESCUCHAR: ¿Qué escucha el cliente?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? Parque Nacional Natural

14. ¿Qué dicen sus amigos? Calidad del Servicio y productos
15. ¿Qué dicen sus colaboradores? comparación con otros atractivos o productos
16. ¿Qué dice su círculo de influencia? satisfacción por servicio prestado
17. ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él y cómo? el área protegida de parques Nacionales
18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? redes sociales, canales de televisión y radio.

DEBILIDADES: ¿Qué debilidades tiene?

19. ¿A qué desafíos se enfrenta? Servicio al cliente.
20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? poca diversificación de productos.
21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? adaptación climática y física.
22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? No alcanzar el objetivo de llegar a cumbre en el área Natural
23. ¿Qué logros quiere alcanzar? Conocer el área protegida y llevar artesanías típicas
24. ¿Cómo mide el éxito? con las experiencias y emociones
25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? entrenamiento físico, capacidad económica.

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:

*Falta de publicidad
poca innovación en
los productos y
comunicación
mucho individualismo
y envidia.*

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:	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:	Solución:	Tipo de cliente:
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:	Tecnología: En este ítem debe analizar qué elementos tecnológicos va a incorporar en la implementación de la idea.





Lienzo propuesta de valor

2

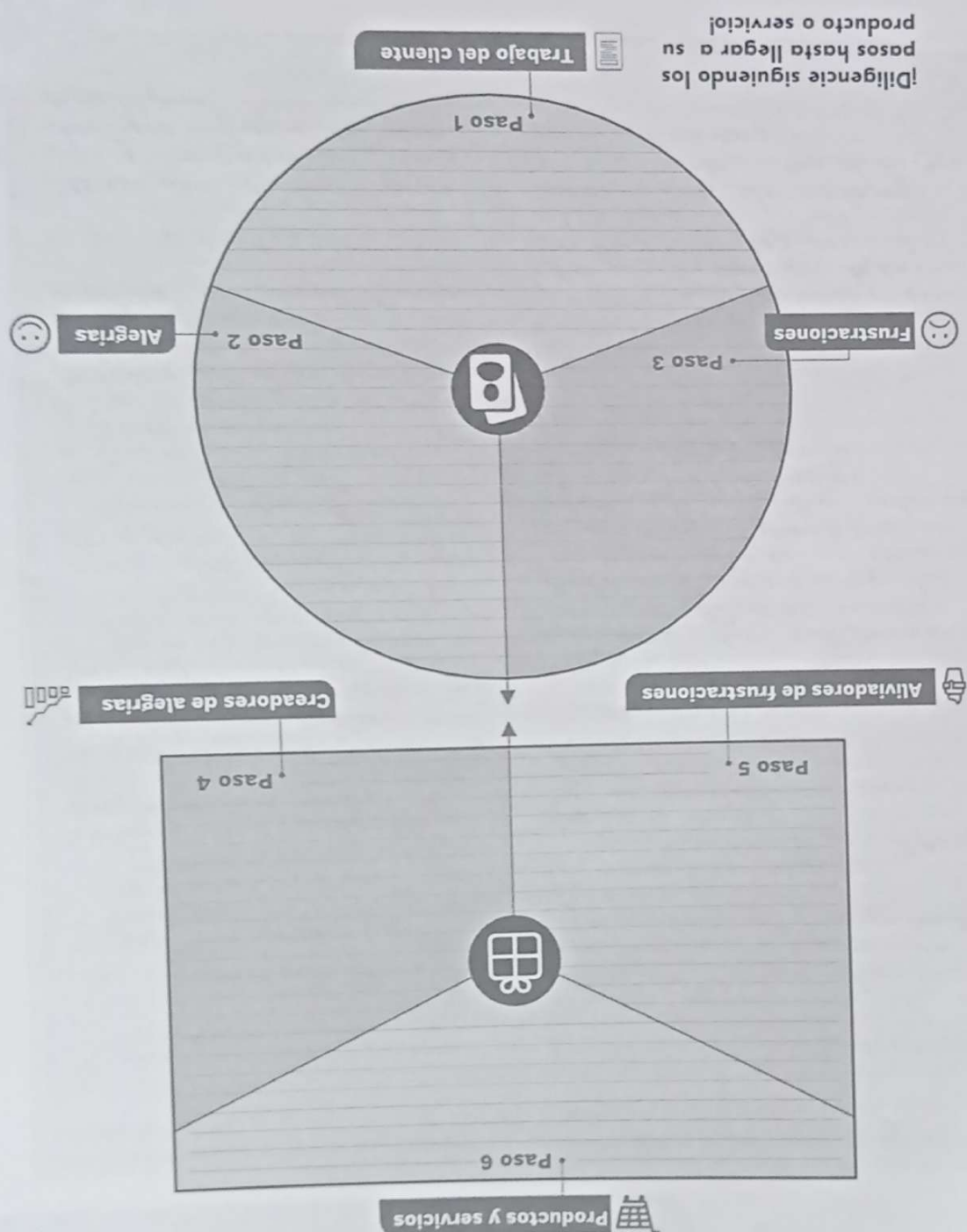
Ahora cuenta con insumos para construir la propuesta de valor de manera adecuada. La propuesta de valor representa el centro sobre el cual gira nuestro modelo de negocios, para construirla necesitará hojas de papel periódico, regla y marcadores.

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: Escriba los nombres de los productos y servicios que ofrece y en los que pueden estar interesados sus usuarios.  Paso 6	Creadores de alegrías: Explique cómo su idea/ producto/servicio satisface deseos o necesidades para su público potencial.  Paso 4	Alegrías: Escriba los beneficios que sus clientes potenciales buscan obtener: ahorro en tiempo, costos.  Paso 2	Trabajo del cliente: Escriba aquí aquello que los clientes están intentando hacer en algún aspecto de su día a día.
	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	 Paso 1

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:



Liempo propuesta de valor | Mi progreso



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?

CIMMA

2. Teniendo en cuenta los ejercicios desarrollados previamente identifique una necesidad, una problemática o una oportunidad *falta de innovación y variedad de productos*

¿Qué solución plantea? *Elaborar productos o tapices en alto relieve representativos del municipio*

3. ¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad? *capacitaciones del SENA a feriantes veredales*

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

Falta de conocimiento tecnológico, tecnología para la comercialización, la falta de trabajo en equipo y asociatividad

5. ¿Qué solución se plantea?

Crear una unidad productiva y un producto innovador que represente nuestro municipio

6. ¿Cuál es el perfil de su cliente potencial?

Turistas y visitantes que buscan conocer la historia, arte, arquitectura colonial y llevar recuerdos significativos de territorio. Se elaboran accesorios más para mujeres

7. ¿Qué recursos se necesita invertir en el proyecto productivo? (Humanos, equipos, financieros) *Recursos humanos los artesanos, recursos físicos como telares, agujas y la materia prima y recursos económicos, muebles en serres y un sitio adecuado y buena iluminación y un punto de venta*

8. ¿Cuál es el componente innovador del proyecto? *La elaboración de productos en telar vertical y tapices de alto relieve, combinación de colores y acabados en diferentes técnicas*





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

- ☐ Ambiental: Aprovechamiento de la lana ya que actualmente no se le da uso.
- ☐ Social: organización del sector artesanal, mostrar la tradición, darle continuidad a tradiciones de nuestros antepasados.
- ☐ Económico: Mejoramiento de los ingresos económicos de los integrantes de la unidad.
- ☐ Tecnológico: Tecnificación de algunos procesos, generar procesos de mercadeo por medio de la TIC.

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

es necesario un buen trabajo en equipo para elaborar productos que sean representativos del municipio en telar vertical y tapices de alto lizo. Con el fin de darnos a conocer y poder promocionar y comercializar los productos elaborados. este grupo esta conformado por mujeres cabeza de familia con el fin de buscar un ingreso adicional.

- Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto:

Promover la asociatividad de las mujeres en proyectos productivos que les ayuden a mejorar las condiciones economicas de sus hogares.



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
	Recursos clave		Canales, distribución y comunicación	
Estructura de costos			Fuentes de ingreso	
COSTOS FIJOS	0	Ventas totales	0	
Costos de funcionamiento	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 logo para la futura Unidad Productiva.



- ¿Cuál es su marca, nombre? Unidad Productiva CIMA
- ¿Cuál es su eslogan? tradición que teje, mujeres que inspira.
- ¿Cuál es su portafolio de productos o servicios? Ruanas, Sacos, bufandas, tapices.
- ¿Cuál es el precio de su producto o servicio? _____
- ¿Cómo va a realizar la promoción de su producto o servicio? _____
- ¿Cuáles van a ser sus canales de comercialización? _____



Conclusiónes del ejercicio: la opinión de los clientes
buena aceptación de los productos,
precios accesibles
producto innovador
Los lápices elaborados han generado expectativa
por ser diferentes
hubieron mucha admiración los lápices de alto lizo

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.

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, consúltele por el resultado.

Prueba de producto | Mi progreso 5





Importancia del cooperativismo para el desarrollo económico

6

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.

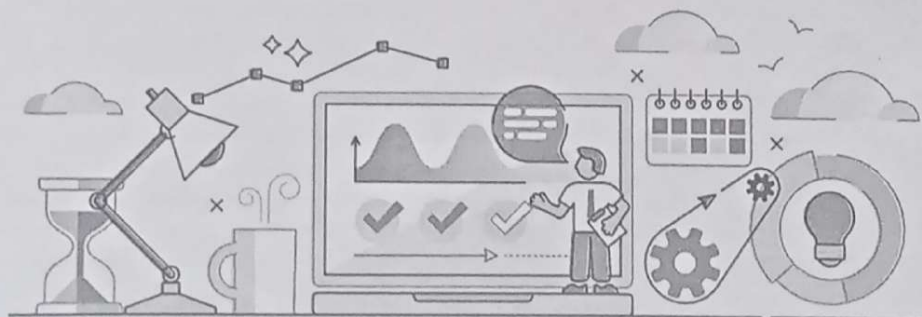
Para desarrollar los cuestionarios y determinar la metodología a trabajar, se presentan algunas consideraciones:

- 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?	X		
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 estas dos metodologías, continúe con el siguiente formulario. De lo contrario, 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?			
2	¿Conocemos cuáles son los objetivos, propósito y estrategias de la cooperativa?			
3	¿Conocemos los principios cooperativos de nuestra organización?			
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?			
5	¿Nuestra cooperativa tiene definidas acciones para que los productos o servicios generados cumplan con los estándares requeridos por el mercado?			
Manage.Coop				
6	¿La cooperativa cuenta con una estrategia de crecimiento que brinde la mayor cantidad de beneficios a sus miembros?			
7	¿Conocemos la estrategia de mercadeo de la cooperativa?			
8	¿La cooperativa tiene claras sus ventajas competitivas frente a la competencia?			
9	¿La cooperativa implementa herramientas para evaluar las evoluciones de los gustos y tendencias de los clientes?			
10	¿La cooperativa conoce a sus clientes y sabe cómo abordar sus necesidades?			

A partir de los resultados, 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 - 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):

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

3. ¿Cuál o cuáles son las dificultades productivas que cree puede solucionar asociándose?

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

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



Diagnóstico Cooperativismo a nivel local - Autoevaluación

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA MY.COOP

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

1. ¿Cuál es la oferta de servicios que ofrece nuestra cooperativa para satisfacer las necesidades de los socios y la demanda del mercado?
2. Mencione cuáles son los objetivos, propósito y estrategias de la cooperativa.
3. ¿Cuáles son los principios cooperativos de nuestra organización?
4. ¿Qué herramientas usa la cooperativa para evaluar y analizar si la satisfacción de las necesidades priorizadas está alineada con el propósito definido para la cooperativa?
5. ¿Qué acciones realiza la cooperativa para que los productos o servicios generados cumplan con los estándares requeridos por el mercado?
6. ¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?

Bajo

Medio

Alto

RESULTADOS APLICACIÓN METODOLOGÍA MANAGE.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 la estrategia de crecimiento de la cooperativa y los beneficios a sus miembros.
2. Describa brevemente la estrategia de mercadeo de la cooperativa.
3. Describa brevemente las ventajas competitivas de la cooperativa frente a la competencia.
4. ¿Qué herramientas usa la cooperativa para evaluar las evoluciones de los gustos y tendencias de los clientes?
5. ¿Cuál es el perfil del cliente de la cooperativa, cuáles son sus necesidades?
6. ¿Qué calificación le daría al conocimiento que adquirió acerca de la asociatividad y cooperativismo?

Bajo

Medio

Alto



Mi Unidad Productiva



Estimado aprendiz

¡Felicidades!

Ha concluido la ruta de su proceso formativo, los elementos técnicos y de emprendimiento que ha adquirido permiten hoy la creación de su Unidad Productiva y dar el siguiente paso en su ruta emprendedora.

¡Muchos Éxitos!

Nombre y código de la Unidad Productiva:

CINCA productos en tejido artesanal

Nombre del líder de la Unidad Productiva:

Nubia Janeth Perez Alvarado

Producto o servicio de la Unidad Productiva:

Pedregos de uastir
y elementos decorativos

¡Es momento de pasar a la
Fase de Fortalecimiento!

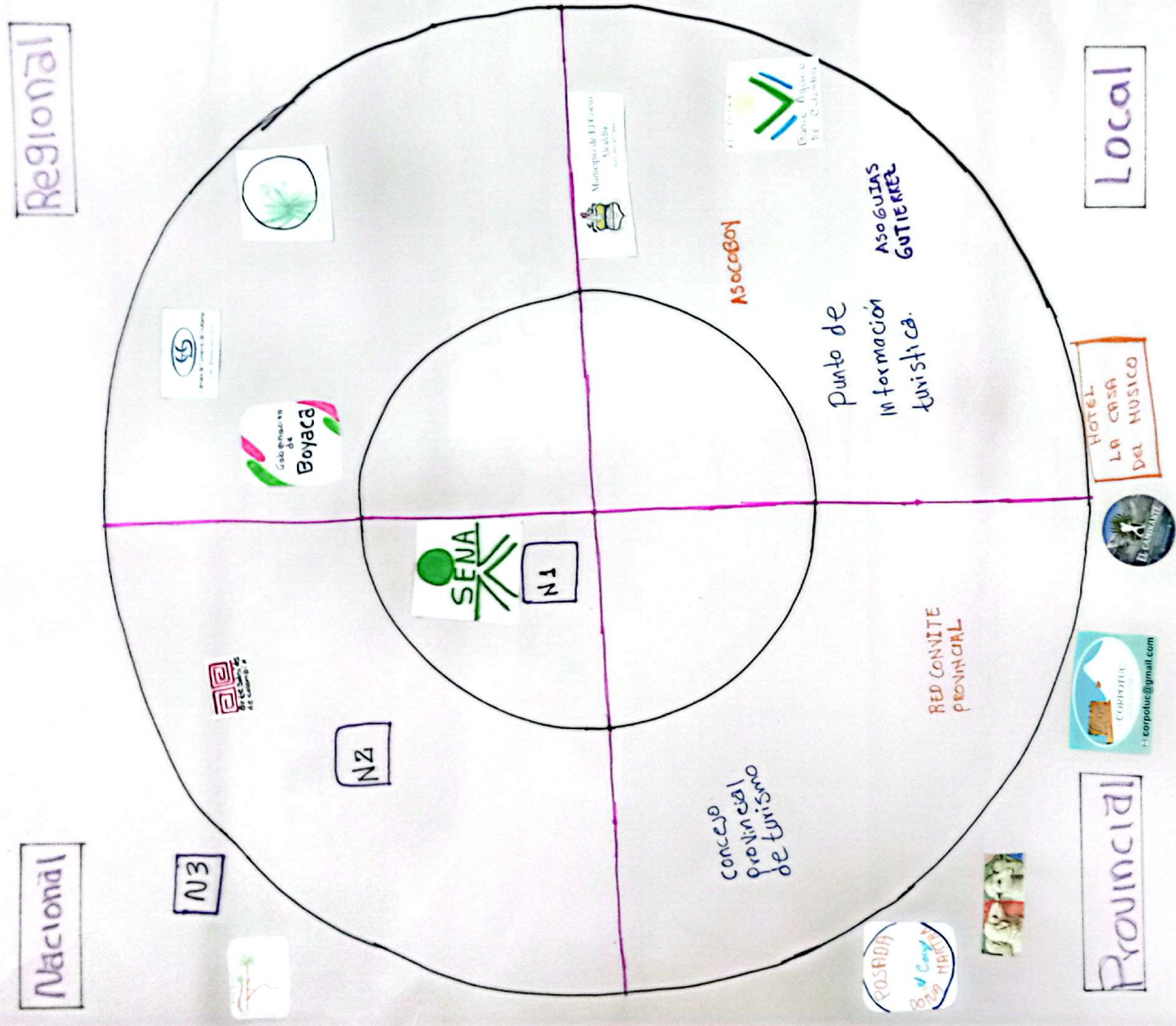


CARTOGRAFIA SOCIAL EL COCOY 2005

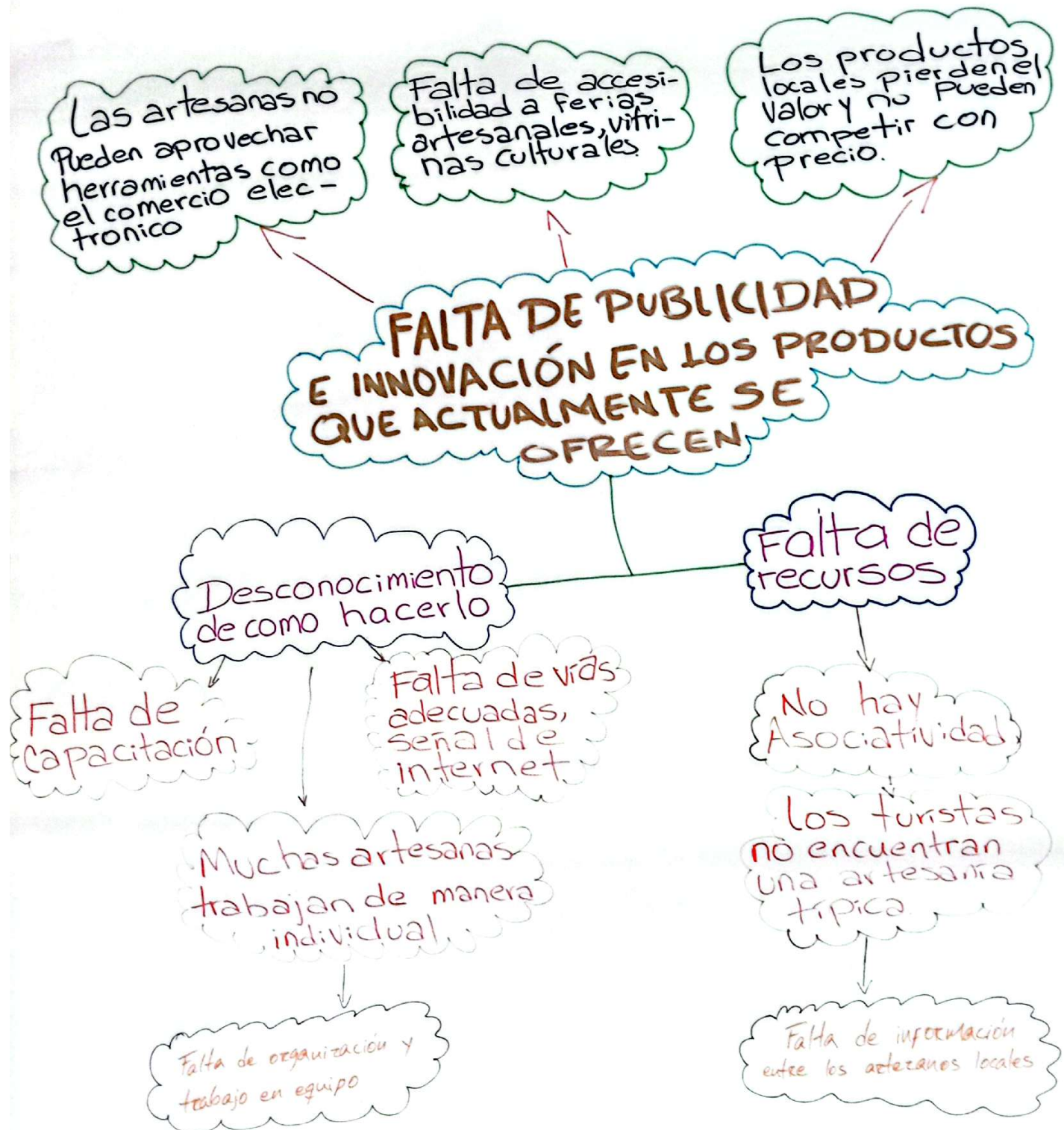


Mapa de Actores

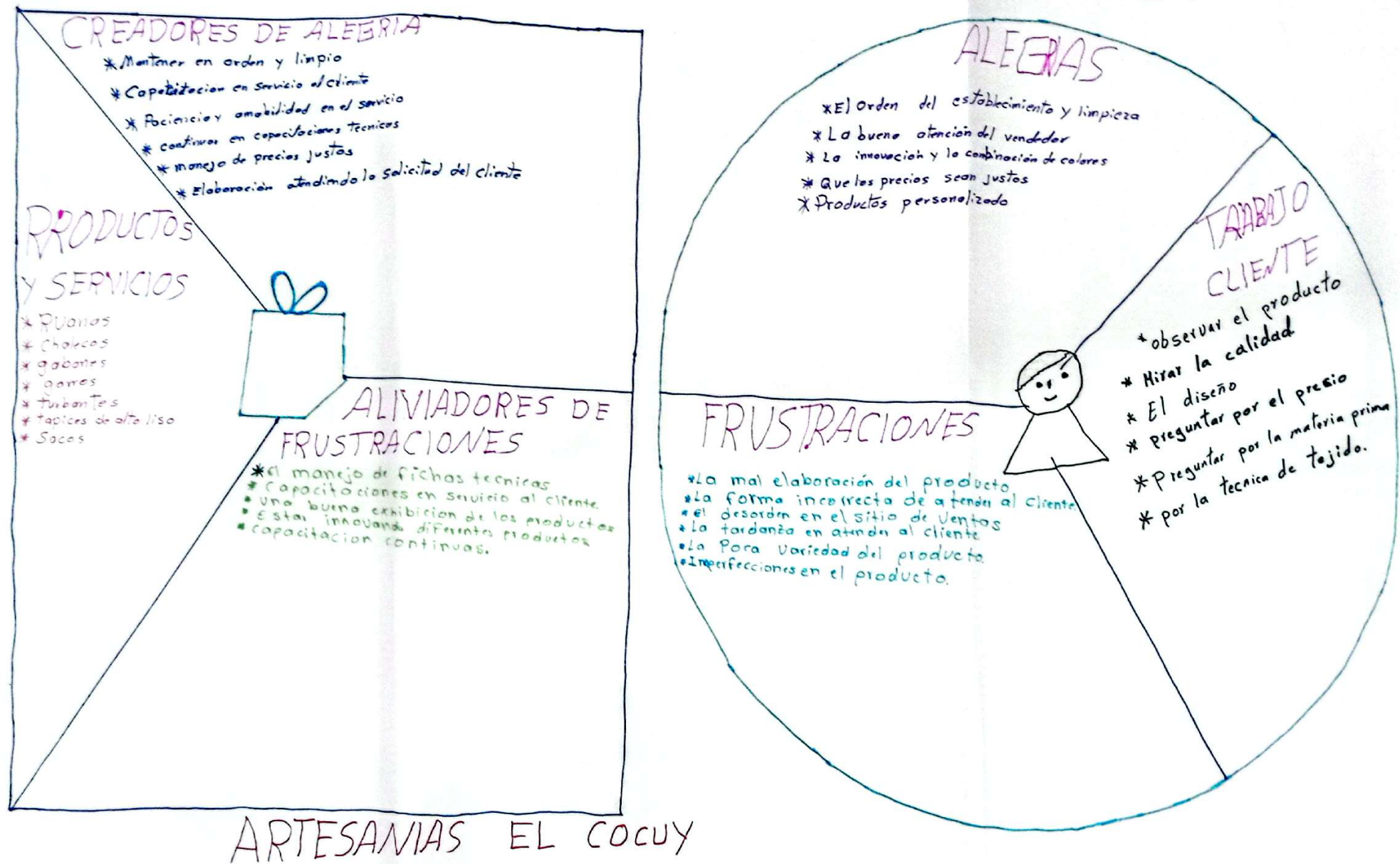
Emprendimiento Artesanías El Cocuy



ARBOL DE PROBLEMAS EMPRENDIMIENTO ARTESANIAS EL COCUY.



LIENZO PROPUESTA DE VALOR



LIENZO CANVAS UNIDAD PRODUCTIVA CIMMA

Socios claves <ul style="list-style-type: none"> - Sana - Artesanos de Colombia - Cámara de Comercio - Gobernación de Boyacá - Alcaldía Municipal - Hoteles - Asociaciones - Red comunitaria - Corpocuc 	Actividades clave <ul style="list-style-type: none"> - Capacitación técnica y Tecnológica - Logo - Slogan - Estructura Organizativa - Cronograma Actividades - Generar Alianzas - Generar Espacios Para Comercialización - Buscar Proveedores - Cronograma de Ventas y Marketing. 	Propuesta de Valor <p>Nuestra unidad Productiva CIMMA ayuda a nuestros clientes a adquirir nuestros Productos como: Pavaas, Guantes, Sacos, Tapices de alpaca, entre otros. Con identidad territorial mediante Pavaas artesanales Permitiendo Innovar e impulsar el sector artesanal, y que los clientes adquieran una artesanía que es típica de nuestro municipio.</p>	Relación con los clientes <ul style="list-style-type: none"> - Buen servicio - Descripción del Producto - Generar confianza al cliente brindando buena información acerca del Producto, manteniendo excelente calidad e innovación 	Segmentos de clientes <ul style="list-style-type: none"> - Turistas de diferentes Pavaas y nacionales - locales - Hombres y mujeres de 0 a 100 años - Para todo nivel económico - Incluye todo nivel educativo - Valorar al trabajo artesanal
Estructura de Costos <ul style="list-style-type: none"> - Gastos Administrativos - Gastos Operativos 		Fuente de Ingresos <ul style="list-style-type: none"> - Ventas físicas - Modos de Pago: Efectivo - Nequi - Daplatá - Ventas Por Internet 		

