



## **PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

### **FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

#### **IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE**

- Denominación del Programa de Formación: COORDINACION EN SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTION
- Código del Programa de Formación: 226701
- Nombre del Proyecto: IDENTIFICACIÓN NECESIDADES DE MEJORA EN LOS SISTEMAS INTEGRADOS DE GESTIÓN, EN MYPIMES DE LA CIUDAD DE NEIVA.
- Fase del Proyecto: Ejecución
- Actividad de Proyecto: GESTIONAR LA IMPLEMENTACIÓN, DOCUMENTACIÓN Y MONITOREO DE
- UN SISTEMA DE GESTIÓN CONFORME A LA NORMATIVA VIGENTA
- Competencia: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
  - 587761 - INTEGRAR ELEMENTOS DE LA CULTURA EMPRENDEDORA TENIENDO EN CUENTA EL PERFIL PERSONAL Y EL CONTEXTO DE DESARROLLO SOCIAL
  - 587759 - CARACTERIZAR LA IDEA DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL
  - 587760 - ESTRUCTURAR EL PLAN DE NEGOCIO DE ACUERDO CON LAS CARACTERÍSTICAS EMPRESARIALES Y TENDENCIAS DE MERCADO
  - 587762 - VALORAR LA PROPUESTA DE NEGOCIO CONFORME CON SU ESTRUCTURA Y NECESIDADES DEL SECTOR PRODUCTIVO Y SOCIAL
- Duración de la Guía: 48 Horas

#### **2. PRESENTACIÓN**

La cultura del emprendimiento en Colombia se ha fortalecido como motor de desarrollo económico y social. En este sentido, el SENA busca formar aprendices capaces de identificar oportunidades, generar ideas innovadoras y convertirlas en proyectos sostenibles. A través de esta guía, se propicia la exploración del perfil



emprendedor, la definición del cliente ideal, la estructuración del modelo de negocio y la valoración de la propuesta final mediante presentaciones efectivas.

El SENA en su necesidad de fortalecer en los aprendices el emprendimiento como oportunidad, afianza en ellos la cultura del emprendimiento mediante el desarrollo del pensamiento empresarial, de forma que estén en la capacidad de generar sus propias ideas para emprender y convertirse en empresarios como parte de su proyecto de vida. Aspectos que se verán reflejados a través de las actividades planteadas.

El desarrollo de estas actividades permitirá a los aprendices apropiarse de herramientas claves del pensamiento empresarial como el DOFA personal, el Design Thinking, el Canvas y el Pitch, para avanzar en la construcción de su proyecto de vida emprendedor.

### **3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

#### **3.1. Reconocer las características emprendedoras e identificar capacidades personales para convertirse en emprendedor.**

**Duración:** 10 horas.

Esta actividad introduce al aprendiz en una reflexión profunda sobre su potencial emprendedor. A partir del video motivacional de Millán Ludeña “Cómo superar tus propios límites”

<https://www.youtube.com/watch?v=yq4uMOBgQdg> se plantea una conversación grupal donde los aprendices comparten sus sueños, temores y metas. Con preguntas como:

- ¿Qué frase fue la que más te llamó la atención?
- ¿Cuáles son tus límites?
- ¿Cómo tienes tu botella de recursos?

Posteriormente, realizan una matriz DOFA personal, junto con un test de perfil emprendedor. El objetivo es que identifiquen su vocación y proyecten su camino en el mundo del emprendimiento.

**Evidencias:** a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

#### **Contextualización. Evidencia conocimiento**

##### **Evidencia AA1\_ CONSTRUCCIÓN DE LA DOFA PERSONAL. Identificar habilidades personales como emprendedor**

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal, la matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual se requiere, un auto análisis mediante los siguientes pasos:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

**D – Debilidades.** Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor.

**F – Fortalezas.** Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor.



Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

**A – Amenazas.** Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su emprendimiento.

**O – Oportunidades.** Reconozca las ventajas que su emprendimiento tiene frente a sus competidores y ante el entorno.

Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie la plantilla de la matriz que encuentra en el material complementario, luego analice y describa cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento y qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno.

**Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:**

o **Producto a entregar:** Matriz DOFA.

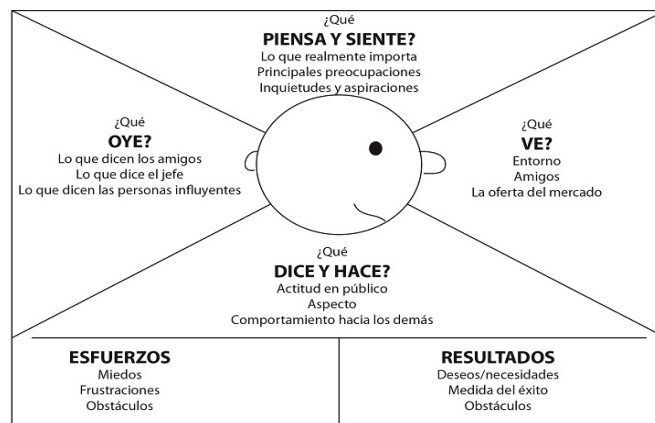
o **Formato:** EXCEL.

o Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **DOFA Personal. Identificar habilidades personales como emprendedor.**

### 3.2. Actividad de aprendizaje: Identificación de conocimientos previos – Diseño del Buyer Persona

**Duración:** 18 horas.

El aprendiz analiza su entorno e identifica las características de su cliente ideal mediante el diseño del buyer persona y la construcción de un mapa de empatía. Esta actividad diagnostica su comprensión del entorno productivo y social. El enfoque parte del reconocimiento de necesidades reales del cliente, conectándolo con la oportunidad de negocio.



Herramienta diseñada por XPLANE



Esta actividad propone que el aprendiz recorra las fases del Design Thinking para replantear o enriquecer su idea de negocio. En grupos pequeños, aplicarán las 5 etapas del proceso:

- ❖ Empatizar: profundizar en el conocimiento del usuario a través de entrevistas y observaciones.
- ❖ Definir: identificar las necesidades reales y redefinir el problema.
- ❖ Idear: generar ideas disruptivas que respondan al problema identificado.
- ❖ Prototipar: representar de forma tangible su solución (bocetos, maquetas, apps simuladas).
- ❖ Evaluar: presentar el prototipo y recibir retroalimentación de otros grupos.

Esta metodología fomenta el trabajo colaborativo, la creatividad y la validación temprana de ideas.

### **Evidencia AA2\_ Buyer Person y Design Thinking**

Diseñar el perfil del cliente ideal a través de la técnica del Buyer Persona y aplicar las etapas del Design Thinking para validar y enriquecer la propuesta de valor del emprendimiento, respondiendo a las necesidades reales del entorno productivo y social.

En esta evidencia se busca fomentar la creatividad y el pensamiento crítico a través del enfoque de Design Thinking, con el fin de desarrollar soluciones innovadoras que mejoren la experiencia de los estudiantes en el aula.

Pasos a seguir:

- Empatizar: En primer lugar, los estudiantes deberán empatizar con los demás compañeros y entender cuáles son las necesidades, deseos y expectativas que tienen en su día a día en el aula. Para ello, pueden utilizar herramientas como entrevistas, observación directa, encuestas, entre otras.
- Definir: Una vez que se ha recopilado información suficiente, los estudiantes deberán definir cuál es el problema o necesidad a abordar. En esta fase se trata de concretar el problema, definir objetivos y establecer los criterios de éxito.
- Idear: En esta fase, los estudiantes deberán generar una gran cantidad de ideas y soluciones posibles para abordar el problema o necesidad identificado. Es importante recordar que en esta fase se busca la cantidad más que la calidad, ya que todas las ideas pueden ser útiles.
- Prototipar: Una vez que se han seleccionado algunas de las mejores ideas, los estudiantes deberán crear prototipos sencillos para ponerlas a prueba y ver cómo funcionan. Es importante que los prototipos sean rápidos y económicos de producir, para que se puedan probar y descartar o mejorar sin demasiado costo.
- Testear: Finalmente, los estudiantes deberán probar los prototipos con otros compañeros para evaluar su eficacia y determinar si resuelven el problema o necesidad identificado. Si los resultados son positivos, se puede seguir mejorando el prototipo hasta llegar a una solución final.

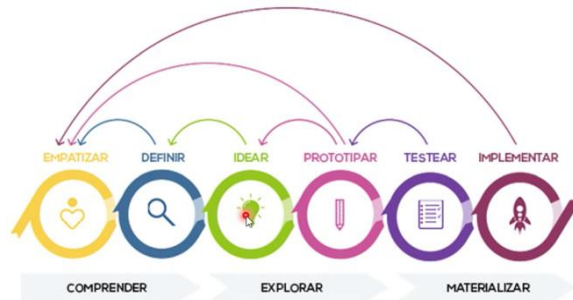
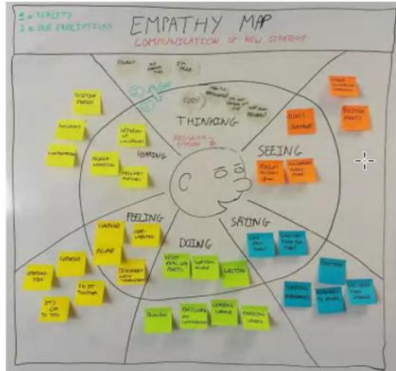
Esta actividad de Design Thinking es muy práctica y puede ser aplicada a una amplia variedad de problemas o necesidades en el aula. Además, permite a los estudiantes desarrollar habilidades de colaboración, pensamiento crítico y creatividad, lo cual es fundamental para su formación académica y profesional.

### **Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:**

El aprendiz deberá entregar un documento Excel que incluya:



## Pensamiento de Diseño - Design Thinking



o **Producto a entregar:** Buyer Person y Design Thinking

o **Formato:** Excel.

o **Extensión:** 2 páginas

o Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Buyer Person y Design Thinking**

### 3.3. Actividad de aprendizaje: Definir el modelo de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

**Duración:** 10 horas.

#### Evidencia AA3: Modelo Canvas del emprendimiento

En esta evidencia el equipo de trabajo con que viene trabajando en la mipyme desarrollará y analizará la matriz Canvas, la cual le permitirá identificar de una manera más clara las características de su emprendimiento. El modelo como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador se simplifica en cuatro áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro aspectos desarrolle en la matriz Canvas los nueve elementos que este modelo propone, a saber:

1. Segmentos de mercado: establecer la oferta para cada segmento a desarrollar, los diferentes canales que se van a utilizar y las formas de relacionamiento que se va a tener con cada segmento.
2. Propuesta de valor: describir el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento específico; a través de la mezcla de elementos cualitativos y cuantitativos, se resuelve un problema o se satisface una necesidad, de forma que logra diferenciarse en el mercado.
3. Canal: describir cómo la compañía interactúa con el segmento de clientes para entregar la propuesta de valor, define los canales de distribución y ventas, cómo el cliente prefiere encontrar el producto o servicio, cómo se pueden integrar canales, cuáles son los mejores y los más eficientes.
4. Relación con el cliente: describir el tipo de relaciones que se establecen con el segmento, si son personalizadas o sistematizadas, dependen del objetivo de las relaciones, la adquisición o retención de clientes o el aumento en las ventas, si se requiere asistencia personalizada, asistencia consultiva, si es autoservicio, entre otros.
5. Fuentes de ingreso: diferenciar cómo se generan las fuentes de recursos por segmentos de clientes, cuánto está dispuesto a pagar el cliente por el bien ofrecido, identificar si los ingresos serán únicos o recurrentes, etc.
6. Recursos clave: identificar los activos requeridos en el emprendimiento clave para el desarrollo del

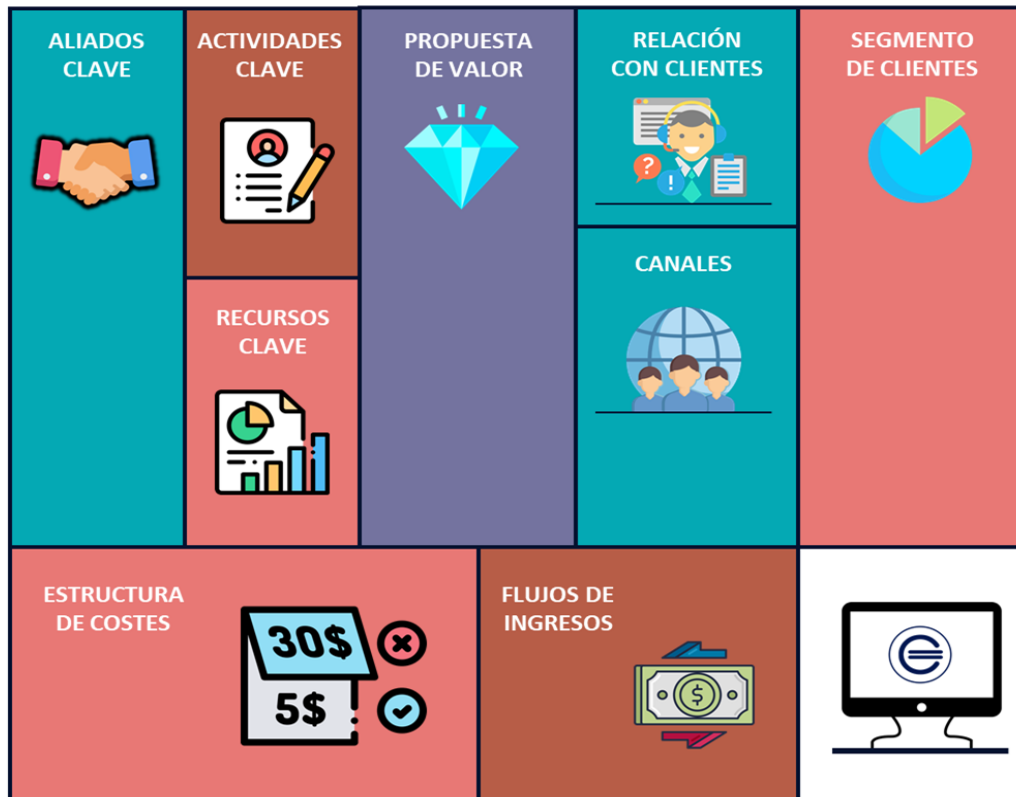


negocio, ya sea físicos, intelectuales, humanos, financieros.

7. Actividades clave: exponer lo que debe hacer una compañía para entregar la propuesta de valor, hacer efectivos los canales de distribución, desarrollar las relaciones con clientes y generar recursos, procesos de diseño y comercialización o producción.

8. Socios clave: determinar la red de proveedores, socios y aliados, alianzas estratégicas con competidores y no competidores, *joint ventures*, compradores, proveedores.

9. Estructura de costos: discriminar los costos y gastos en los que se incurre para operar, costos fijos y variables, gastos fijos y variables.



**Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:**

o **Producto a entregar:** Modelo Canvas del emprendimiento.

o **Formato:** Excel.

o **Extensión:** libre.

o Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo Canvas del emprendimiento.**

### 3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Como cierre del proceso, el aprendiz presentará su proyecto de negocio en un Pitch de 3-5 minutos, el cual podrá ser grabado o presentado en vivo ante sus compañeros o jurado simulado. Deberá integrar los aprendizajes previos con una comunicación clara, persuasiva y estructurada. Se fortalecerán habilidades en expresión oral, lenguaje no verbal, diseño de recursos visuales y control del tiempo.

**Juego “Shark Tank simulado”:** simulación de inversionistas.



#### 4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<b>Evidencia conocimiento</b>  AA1_ Construcción de la DOFA personal Idea de Negocio Emprendedor	APLICA ACCIONES DE EMPRENDIMIENTO DE ACUERDO CON LOS ELEMENTOS DE DESARROLLO SOCIAL Y PERSONAL.  ESTRUCTURA UN PERFIL DE EMPRENDEDOR TENIENDO EN CUENTA LAS HABILIDADES Y PRINCIPIOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL	<b>Técnica: Analisis de contexto</b> <b>Instrumento: lista de chequeo</b>
<b>Evidencia de Desempeño</b>  AA2_ Buyer Persona + mapa de empatía  <b>Evidencia de Producto</b>  AA3_ Lienzo CANVAS	PLANTEA IDEAS DE NEGOCIO A PARTIR DE OPORTUNIDADES Y NECESIDADES DEL MERCADO CONFORME CON EL ANÁLISIS SECTORIAL.  DETERMINA GRUPOS FOCALES DE MERCADO DE ACUERDO CON LA IDEA DE NEGOCIO.  CONSTRUYE PROPUESTAS EMPRESARIALES Y DE NEGOCIO TENIENDO EN CUENTA LAS NECESIDADES Y  SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.  INTEGRA ELEMENTOS BÁSICOS DE INVESTIGACIÓN DE ACUERDO CON LAS NECESIDADES DESCRIPTIVAS DEL  PLAN DE NEGOCIO.  ARGUMENTA LA IDEA DE NEGOCIO CONFORME CON LA PROPUESTA Y NECESIDADES DEL SECTOR	<b>Técnica: Taller,observación y análisis de caso.</b> <b>Instrumento: lista de chequeo</b>



<b>Evidencia de Desempeño</b>  <b>Pitch de negocio</b>	DETERMINA EL IMPACTO DEL PLAN DE NEGOCIO CONFORME CON LAS ATRIBUCIONES Y DINÁMICAS DEL SECTOR PRODUCTIVO	<b>Técnica: Observación</b> <b>Instrumento: lista de chequeo</b>
--	--	---

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Idea:** Es una representación mental que surge a partir del razonamiento o de la imaginación de una persona. Está considerada como el acto más básico del entendimiento, al contemplar la mera acción de conocer algo.

Fuente: Recuperado de: <https://definicion.de/idea/>

**Ideación:** Se refiere al proceso creativo de producir, desarrollar y diseminar nuevas ideas. Las nuevas ideas pueden abarcar desde pequeños cambios en el pensamiento a ideas innovadoras que revolucionan mercados y logran cambios de paradigma. Las innovaciones revolucionarias a menudo requieren percepciones profundamente arraigadas, que con frecuencia no son evidentes en forma superficial.

Fuente: Recuperado de: <https://www.sisinternational.com/coverage/languages/sis-en-espanol/ideacion-y-las-sesiones-generadoras-de-ideas/>

**Idea de negocio:** es el producto o servicio que quiero ofrecer al mercado. El medio para atraer a la clientela y obtener así beneficio económico. Constituye la oportunidad de negocio y lo que a la hora de llevarla a la realidad la creación de la Pyme, haga que tengamos éxito o no.

**Oportunidad:** del latín opportunitas, hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho o cumplir un objetivo. Las oportunidades, por lo tanto, son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

Fuente: Recuperado de: <https://definicion.de/oportunidad/>

**Oportunidad de negocio:** hace referencia a la ocasión u oportunidad para comenzar una idea empresarial, adentrarse en un nuevo sector laboral o el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado. Se trata de aprovechar una necesidad de los consumidores, satisfacer una demanda o presentar un servicio o artículo nuevo en el mercado que destaca por su potencial innovador.

Fuente: Recuperado de: [www.economiasimple.net/glosario/oportunidad-de-negocio](http://www.economiasimple.net/glosario/oportunidad-de-negocio)





## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Osterwalder, P. & (2011). Obtenido de

<https://drive.google.com/file/d/1ZhyEbRgMXf6EqCgdekbSxD9b5dP8qw8H/view?usp=sharing>

Gallego, A. (s.f.). Obtenido de <https://www.pronombres.es/modelo-canvas/>

## 7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Daniel José Espinosa Gómez	Instructor	CIES	1/07/2025