



PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

Denominación del Programa de Formación: Emprendimiento y fomento empresarial

Código del Programa de Formación: 134102

Nombre del Proyecto: Modelos de negocios para el fomento empresarial regional

Fase del Proyecto: I – Planeación

) **Actividad de aprendizaje:**

- **Competencia:** Fomentar la cultura emprendedora según habilidades y competencias personales
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
 - Rap1. establecer características y competencias emprendedoras personales de acuerdo con sus potencialidades, objetivos y el entorno.
 - Rap2. apropiar el proceso de toma de decisiones personales en su cotidianidad, según el comportamiento emprendedor
 - Rap3. emplear capacidad creativa e innovadora según estrategia emprendedora
 - Rap4. relacionar la importancia de la negociación con el emprendimiento según las necesidades y elementos de la negociación.
- **Duración de la guía:** 48 horas. 40 horas directas, 8 horas autónomas

2. PRESENTACIÓN

El emprendimiento está relacionado con la capacidad de pensar y actuar de las personas en función de aprovechar oportunidades del entorno en la generación de bienes y servicios innovadores que ofrezcan una retribución económica y social. Es así que se hace necesario abordar esta formación en los aprendices Sena con el fin de que desarrollen de competencias emprendedoras y se conviertan en APRENDIZ- EMPRENDEDOR

El principal propósito del proceso de aprendizaje de esta formación es permitirle al aprendiz identificar cuáles son sus características personales y defina su perfil emprendedor, así como también comprender los elementos necesarios para la identificación de ideas de negocio innovadoras y viables comercial y financieramente, de igual manera podrá comprender el proceso generación y materialización de ideas de negocio desde la constitución de una unidad productiva y/o proyecto empresarial a la consolidación y fortalecimiento de un modelo empresarial exitosos.

Por otra parte el desarrollo de esta formación, le permitirá comprender como el emprendimiento se ha convertido en una alternativa de empleo, desarrollo personal y social, tomando mayor relevancia



para sociedad al vislumbrarse como una de las opciones más importantes para el aporte al crecimiento económico regional y nacional.

Para el desarrollo de las actividades planteadas en esta guía, contará con los recursos presentados en el programa en link de material de apoyo, el cual es importante revisar y explorar

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividad de reflexión inicial.

Al iniciar la clase, el Instructor compartirá un video de un caso de emprendimiento exitoso para generar una sensibilización sobre el Emprendimiento, los aprendices observaran el video y responderá a los siguientes interrogantes el cual deberán ser socializados en la sesión.

¿Cuál era el sueño del emprendedor?

¿Identifique los factores que lo llevaron a emprender?

¿Cuáles fueron las características emprendedoras personales que lo llevaron a ser exitoso?

Tiempo duración: 30 minutos

• Ambiente Requerido: Plataforma Microsoft TEAMS. • Materiales: Computador o celular con acceso internet y a la plataforma YouTube.

3.2 Actividad de contextualización.

Descripción de la(s) Actividad(es):

Actividad 1: De forma individual comparta experiencias empresariales personales y/o familiares o particulares de modelos de negocio que conozca en su contexto regional y resalte buenas practicas para emprender.

Tiempo 30 minutos

Ambiente Requerido:

Materiales: Computador o celular con acceso internet

Actividad 2: De forma individual deberá definir los conceptos características emprendedoras personales, Competencias emprendedoras personales de acuerdo con lo que conoce en el momento.



Duración: 30 minutos

- Ambiente Requerido: Ambiente físico de formación

Competencias Emprendedoras. Las Competencias son las que nos llevan a conseguir el cambio que deseamos, pasando de la idea a la acción. Recuerde utilizar estos conceptos para validar su participación en la actividad anterior y si es el caso construir su propia versión de los conceptos

3.2. Identificar los componentes del comportamiento emprendedor a partir de las características emprendedoras, objetivos personales y análisis del entorno.

Duración: 16 horas.

Para la elaboración adecuada de las evidencias el aprendiz debe apropiarse los contenidos del componente formativo: “Elementos del comportamiento emprendedor”

. A continuación, se describen las acciones y las evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

Evidencia 1. Matriz dofa personal. La matriz dofa es una herramienta que permite identificar sus fortalezas y debilidades, a través de una autoevaluación de sus características emprendedoras personales.

Basándose en sus experiencias previas de vida, diligencie la matriz dofa de valoración, teniendo en cuenta las definiciones de las características emprendedoras personales.

De acuerdo con los resultados obtenidos en la matriz dofa, explique brevemente (3 a 5 renglones) las razones que motivaron su autoevaluación en cada una de las características emprendedoras personales.

Luego, clasifique las características emprendedoras personales en tres grupos: características que fortalecen al emprendedor como persona, características que le facilitan al emprendedor el análisis de su situación y, características que le ayudan al emprendedor a formular y hacer seguimiento a su proyecto

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento.

Es necesario apropiarse correctamente en el aprendizaje cada uno de los conceptos de elementos de la cultura emprendedora, de tal manera que les permita identificarlos en ellos y así puedan generar autodiagnósticos para fortalecer sus puntos débiles y trabajar en sus fortalezas, para que consigan el logro de los objetivos emprendedores y contribuyan efectivamente a la generación de empleo y desarrollo económico del país.

- Descripción de la(s) Actividad(es)



3.3.1.1 Actividad Individual 1: Definición del Perfil Emprendedor, en la actividad por desarrollar, usted deberá realizar la lectura y responder a los interrogantes del test del perfil emprendedor con el objetivo de conocer más a fondo las características emprendedoras de cada uno de los integrantes del grupo, cada aprendiz lo realizará de manera individual y realizará su autoevaluación, identificando fortalezas y debilidades, presentará una propuesta de mejora para contribuir en mejorar sus actitudes emprendedoras.

Duración: 40 minutos •

- Materiales Text en formato escrito.

3.3.1.2. Actividad Colaborativa 2: Realiza la lluvia de ideas innovadora a través de la técnica de SCAMPER desarrollando pensamiento creativo para dar la solución a una propuesta de producto y/o servicio de acuerdo a la metodología y técnicas orientadas por el instructor.

Duración: 8 horas •

Ambiente Requerido: Ambiente físico de formación.

- Materiales: Celular formato text emprendedor

3.2.1.3 Actividad colaborativa No. 3: Modela una idea de negocio siguiendo la metodología, técnicas y herramientas mediante la metodología y el análisis de la matriz de ideas orientada por el instructor.

En grupo de 4 integrantes los aprendices deberán proponer una lluvia de ideas de negocio centradas en dar solución a necesidades locales nuevas o insatisfechas relacionadas con el programa de formación, continuando con la realización de la matriz de análisis y justificando cual es la idea más viable comercial, técnica, organizacional y financieramente, así como las más innovadora y la que se ajustada al perfil emprendedor.

Realice esta evidencia teniendo en cuenta los siguientes pasos:

-) Identifique con sus compañeros 4 ideas de negocio, plantee el respectivo problema a solucionar.
-) Elabore la matriz de ideas con los criterios de evaluación que apunten a la obtención de los resultados de la mejor idea.
-) Seleccione la idea de negocio que tuvo mayor ponderación con relación a los criterios de evaluación.
-) Realice la descripción detallada en que consiste la idea, justificando el porqué de elección.

Desarrolle esta evidencia con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor.



Duración: 6 horas •

Ambiente Requerido: Ambiente físico de formación

- Materiales: Fotocopias suministradas por el instructor.

- **3.3.1.4. Actividad colaborativa No. 3:** Estructura la idea de negocio de acuerdo la metodología CANVAS establecida como la más ágil, asertiva y practica para plasmar el modelo de negocio.

Realice esta evidencia de tal manera que permita una visión amplia e integral a través de un cuadrante: donde se debe responder a varios interrogantes, divididos en 9 campos, con el fin de favorecer la creación de un modelo de negocios con posicionamiento innovador y centrado en la diferenciación o propuesta de valor.

Los nueve campos que componen el modelo canvas son:

1. **Socios clave**
2. Actividades clave
3. Recursos clave
4. Propuesta de valor
5. Relación con el cliente
6. Canales
7. Segmentos de clientes
8. Costos
9. Ingresos

Desarrolle esta evidencia con la herramienta ofimática de su preferencia y envíe el archivo al instructor.

Duración: 12 horas •

Ambiente Requerido: Ambiente físico de formación.

- Materiales Computador o celular con acceso internet y a un navegador (Google Chrome, Firefox)

- **3.3.1.5. Actividad colaborativa No. 4:** Estructura el modelo de negocio.

Realice esta evidencia de tal manera que permita una visión amplia e integral a través de un modelo de negocio básico suministrado por el tutor: donde se debe responder a varios interrogantes, divididos elementos como datos básicos de unidad productiva, área de mercado, área financiera, recurso humano, costos, proyección de ventas, con el fin de favorecer la creación de un modelo de negocios con posicionamiento innovador y centrado en la diferenciación o propuesta de valor.



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>a. <u>Conocimiento:</u></p> <p>Identifica los conocimientos propios de la cultura empresarial</p> <ul style="list-style-type: none">- Identificar necesidades empresariales del sector productivo de influencia- Determina grupos focales de mercado- Determina el impacto del plan de negocio	<p><u>Conocimiento:</u></p> <ul style="list-style-type: none">- Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y persona- Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del	<p><u>Conocimiento:</u></p> <p>Técnica: Inventario de características emprendedoras</p> <p>Instrumento; Cuestionario para determinar el perfil emprendedor</p> <p>Técnica: Organizador gráfico-de lluvia de ideas de Negocio</p>



<p>b. <u>Desempeño:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplica acciones de emprendimiento productivo e innovador - Argumenta la idea de negocio de acuerdo a los factores de mercado, técnico operativo, administrativo y financiero <p>c. <u>Producto:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Presenta propuestas empresariales y de negocio innovadoras que responda a las necesidades del contexto. 	<p>mercado conforme con el análisis sectorial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las características personales empresariales y competencias empresariales de la gestión empresarial - Integra elementos básicos de investigación de acuerdo con las necesidades descriptivas del plan de negocio - Determina grupos focales de mercado de acuerdo con la idea de negocio - Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y dinámicas del sector productivo - Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal - Argumenta la idea de negocio conforme con la propuesta y necesidades del sector productivo <p><u>Desempeño:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal - Construye propuestas y de negocio teniendo 	<p>de acuerdo a la matriz de evaluación</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p><u>Desempeño:</u></p> <p>Técnica: Observación modelamiento de la idea de negocio (canvas)</p> <p>Instrumento: Lista de Chequeo</p> <p><u>Producto:</u></p> <p>Modelo canvas</p> <p>Instrumento: Lista de Chequeo</p> <p>Producto Plan de negocio básico</p>
--	--	--

en



	cuenta las necesidades y segmentación del mercado	
--	---	--

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Emprender” según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española 11, se deriva del latín in, que significa en, y prenderé, coger. Tiene cuatro acepciones, sin embargo, las que más se aplican al contexto actual es acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro; y tomar el camino con resolución de llegar a un punto determinado. En este sentido motiva a tomar un camino para emprender desde una puerta abierta para la superación y tenencia.

Emprendimiento según la Ley 1014 2006, define el emprendimiento como: “una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad

Avales: Son personas que se presentan como garantía sobre una deuda ajena. En el ámbito monetario, se entiende como aval aquella persona que responderá ante una entidad financiera (Ej.: bancos) si el deudor no paga lo pactado. Ejemplo: En los préstamos bancarios, puedes presentar un aval que da la garantía al banco que si tú no [...]

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”)

Comité de Evaluación y Selección: Comité conformado por expertos externos que evalúan, retroalimentan el proyecto empresarial, recomendando su continuidad o no a siguiente etapa.



Contratos: Es un documento que constituye un acuerdo legal donde se manifiesta la voluntad de ejecutar una acción o diversas acciones, como una compra, una sociedad o un arriendo. Los contratos establecen deberes y derechos para ambas partes, además del tiempo de vigencia, estableciendo un marco de acción conjunta. Ejemplo: Los contratos de trabajo establecen los [...]

Costo de capital: Es el costo alternativo del dinero que se destina a la inversión en materiales, equipos e infraestructura que permite operar el negocio. Puede ser, por ejemplo, el interés que generaría tener ese dinero en el banco.

Costo Variable Unitario: Corresponde al costo directo de producir sólo una unidad de bien (producto/servicio).

Deuda: Financiamiento ofrecido por los bancos, a través de préstamos de corto plazo, líneas de crédito y préstamos con propósitos específicos para maquinaria y equipos. En general solicitan garantías y/o avales que aseguren el pago de los créditos que otorgan.

Emprendedores: Personas que enfrentan, con resolución, acciones difíciles. Aquellos que están dispuestos a asumir un riesgo económico, identifican una oportunidad y organizan los recursos necesarios para ponerla en marcha.

Empresas dinámicas: También conocidas como “gacelas”. Proyecto empresarial incipiente con alto potencial de crecimiento dada una ventaja competitiva. Genera ingresos muy por encima de los niveles de subsistencia del fundador y del promedio. Logra tasas de crecimiento sostenidas de 35% en la facturación anual durante los primeros 5-6 años.

Equipo de trabajo (o equipo emprendedor): Comprende a un grupo de personas unidas con un objetivo común, en este caso un proyecto. Está vinculado al término “Experiencia del equipo” (utilizar mismo ejemplo o hipervincular).

Estrategia de crecimiento: Planificación desarrollada para establecer la forma que tendrá tu proyecto o tiene tu empresa para aumentar su valor en el tiempo, esto puede implicar abarcar mercados en otras zonas geográficas, aumentar líneas de negocios, establecer alianzas con otros, etc. Ejemplo: La estrategia de crecimiento de mi empresa de zapatos es abrirme al mercado de calzado [...]



Experiencia del equipo: Son las competencias o conocimiento de tu equipo de trabajo que hace que sean indispensables para la concreción de tu proyecto. En general, es bueno destacar la experiencia de tu equipo de trabajo al presentar tu proyecto para la búsqueda de financiamiento porque le da solidez a tu iniciativa al dar a conocer que tienes [...]

Financiamiento 3F: Financiamiento temprano en el desarrollo de una empresa; el que provee la “familia” (family), los “amigos” (friends) y el “propio fundador” (founder).

Flujo de caja: Es un instrumento financiero que se construye con la finalidad de medir la rentabilidad y conveniencia de realizar un proyecto de inversión.

Flujos proyectados: Es el pronóstico de los ingresos (ventas) y egresos (costos y gastos) el cual se determina en base a información histórica y futura prevista. Entre los datos que se utilizan frecuentemente se encuentran la tasa de crecimiento de la industria, tasa de crecimiento del costo de vida y en el costo de las materias [...]

Garantías: Son bienes o derechos propios que se entregan con el objetivo de asegurar el cumplimiento de acuerdos establecidos entre dos partes. Son muy utilizados al solicitar créditos con instituciones financieras, las garantías se utilizan para el préstamo de dinero en la eventualidad de un incumplimiento. Ejemplo: Garantía hipotecaria es cuando se entrega en prenda un [...]

Inversiones: Son aquellos costos en los que se incurre antes de que el proyecto empiece a funcionar. En general son los bienes que habilitan las actividades de producción que se llevarán a cabo en el transcurso de los períodos de evaluación (meses y años).

Mano de Obra: Se entiende como todo el esfuerzo físico, material y mental que se pone a disposición de la producción de un bien determinado.

Mano de Obra: Directa Es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa en los procesos críticos de la cadena productiva.

Mano de Obra Indirecta: Es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la producción y a las actividades de comercialización.



Margen de Contribución: Es la diferencia entre los ingresos por ventas y los costos variables. Este debiese permitir cubrir los costos fijos y generar utilidades y ganancias.

Materia Prima: Son todos aquellos productos que se insumen en una cadena de producción, es decir, que están sujetos a transformación y permiten la obtención de los productos finales. Por ejemplo, la madera es la materia prima utilizada en la fabricación de una silla, que es el producto final.

Materia Prima Directa: Son aquellas materias primas que componen el producto final. Por ejemplo, en un zapato, podrían ser el cuero, la suela y el hilo de los cordones.

Materia Prima Indirecta: Son aquellos materiales que, si bien forman parte del producto final, no lo hacen de manera directa. Tomando como ejemplo la fabricación de zapatos, la materia prima indirecta podrían ser el cartón con el que se fabrica la caja y el papel con el que se envuelven los zapatos.

Modelo de negocio: Es la estrategia por el cual una empresa busca generar ingresos. Dentro del modelo de negocio es importante que desarrolles el cómo vas a generar ingresos (la implementación de tu negocio). Los elementos básicos que debe contener un modelo de negocio son: cuáles son y cómo te relacionarás con tus clientes, cuál es tu propuesta [...]

Modelo canvas :

Modelo de Negocio canvas (Bussines Model Canvas): Esta metodología fue creada por Alexander Osterwalder con el objetivo de estructurar la forma en que cualquier iniciativa o proyecto puede crear, entregar y capturar valor. Esta estructura se realiza sobre un lienzo o canvas, donde se establecen nueve bloques que conforman tu negocio. Estos son: segmentos de clientes, propuesta de valor, canal, relación, flujo [...]

Oferta de inversión: Es la propuesta que se da a los potenciales inversionistas, socios, fondos ángeles o capitales de riesgo a cambio de que ellos inviertan en tu proyecto. Cuando ofreces un porcentaje de tu empresa a cambio de una inversión se llama oferta de participación societaria, tiempo, escalamiento de la inversión y mecanismo de salida (venta de [...])



Oportunidad de negocio: Es la capacidad de identificar un problema en tu entorno y convertirlo en una idea de negocio a través de la búsqueda de la solución. Este concepto está vinculado al término dolor que se utiliza también para identificar una necesidad en el mercado. Ejemplo: Un gran problema que aquejó al mercado mundial de los lectores [...]

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

Perfil de Negocio: Es una herramienta cuyo objetivo es ordenar y articular los elementos que necesitas para desarrollar tu empresa. Entre los elementos que debes considerar los más importantes son: qué quieres lograr con tu empresa, cómo vas a lograrlo, hacia dónde quieres llegar y tu estrategia para lograrlo. A diferencia del plan de negocios, el perfil es [...]

Perfil emprendedor: Es el resumen de tu experiencia como emprendedor. Te lo piden cuando solicitas financiamiento porque refleja cuánta experiencia tienes en el rubro de tu proyecto y qué tan preparado estás para enfrentar el desafío. Para establecer tu perfil emprendedor, destaca si es posible los siguientes componentes: a) experiencia en el área de negocio, b) redes [...]

Precio de Venta Neto: Es el precio de venta sin considerar el Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Precio de Venta Unitario: Corresponde al precio al que se vende en el mercado una unidad de producto o servicio determinado.

Presupuesto inicial: Se refiere a un costeo inicial de la inversión que se requiere para comenzar el desarrollo del proyecto de negocio. Dependiendo de la escala o magnitud de cómo se quiere



partir es el monto que se requerirá para comenzar, lo que significa que está intrínsecamente asociado con el plan de producción estimado. Es importante considerar: [...]

Propuesta de valor: Se refiere a la mezcla única de productos, servicios y beneficios que el proyecto o la empresa ofrece a sus clientes y que la hace diferente en el mercado y apreciado por los clientes. Ejemplo: Mi empresa se llama Paisajismos Liliput. Mi propuesta de valor es desarrollar proyectos de diseño de exteriores de bajo costo [...]

Punto de Equilibrio: Es lo mínimo que se deberá producir y vender en un período determinado (generalmente meses) para cubrir sólo los sueldos y los costos. Es decir, es cuando la utilidad del período es cero (no hay pérdidas ni ganancias).

Resumen ejecutivo: Es una de las herramientas indispensables al momento de buscar financiamiento. Rescata todos los elementos importantes del perfil o plan de negocio, expuesto en un documento de manera concisa.

Riesgo de la inversión: Es la probabilidad de que ocurran acontecimientos, favorables o desfavorables, asociados con los rendimientos, los flujos de caja y el valor de los bienes generados por un proyecto de inversión.

Tasa de descuento: Es el valor al cual se actualizan los flujos futuros proyectados para el proyecto. En ocasiones, se utiliza de manera indistinta al concepto de costo de capital.

TIR: Llamada Tasa Interna de Retorno o Rentabilidad, es el valor mínimo de rentabilidad para la que es conveniente realizar el proyecto. Es decir, si es mayor que la tasa de descuento, es conveniente hacer el proyecto.

VAN: Es el Valor Actual Neto de los flujos futuros del proyecto. Mide el incremento neto de la riqueza que genera un proyecto. Si su valor es mayor que cero, conviene hacer el proyecto, si es igual a cero, el proyecto es indiferente y, si es menor que cero, no conviene hacerlo.

Viabilidad de proyecto: La viabilidad se refiere principalmente al hecho de que un determinado proyecto tenga resultados positivos, considerando toda la incertidumbre existente en el entorno económico donde este se llevará a cabo.



6. REFERENTES BIBLIOGRAFICOS

Competencia Gestión del Emprendimiento

Carolina, E. (2013). Creatividad empresarial. (2a. Ed.) Ecoe Ediciones. Páginas 196. Palacios, L. (2012). Estrategias de creación empresarial. (1a. ed.) Ecoe Ediciones.

Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. Gestión y Desarrollo, 9-25.

Pereira, f. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. Cuaderno de Administración.

Pinillo, M. J., Luisa, R., & Soriano, I. (2007). Actividad emprendedora en países de alto desarrollo. 15.

Ramos, R. J., Moreno Cuello, J. L., & Gómez, N. L. (2012). Incubadoras de empresas en Colombia: balance y recomendaciones de políticas. Barranquilla: Universidad del Norte.

Schnarch, K. (2014). Desarrollo de nuevos productos Creatividad, innovación y marketing. Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.

Schnarch, A. (2014). Emprendimiento exitoso. (1a. Ed.) Ecoe Ediciones. Páginas 267. Tomado de <http://ebooks7-24.ezproxy.uniminuto.edu:8000>

<https://www.emprendedores.es/gestion/a23478/jovenes-emprendedores-2/>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

Autor (es)	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Anabelly Alarcón C	Instructor de Emprendimiento	Comercio y Servicios Regional Cauca	Febrero/2023

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



	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Anabelly Alarcón C	Instructor de Emprendimiento	Comercio y Servicios Regional Cauca	Febrero/2023	
	César A. Sánchez C.	Instructor Técnico	Centro de Comercio y Servicios-Sena-Regional Cauca	Junio/2025	Actualización a cambio de ambiente físico y falta de equipos adecuados.



GFPI-F-135 V3

Lluvia de ideas (scamper)

CULTURA EMPRENDEDORA

FICHA 3315268

PIAMONTE (CAUCA)

NOVIEMBRE DE 2025

1. **Sustituir (Substitute):** Esta técnica se basa en reemplazar ciertos elementos de un producto o proceso por otros diferentes. Por ejemplo, en la creación de un nuevo producto, podrías preguntarte: “¿Qué parte de este producto puedo sustituir para mejorar su funcionamiento?”. La sustitución puede ser de materiales, personas o procesos.



2. **Combinar (Combine):** Aquí la idea es fusionar diferentes elementos para crear algo novedoso. Un ejemplo clásico es la fusión de un teléfono móvil con una cámara de alta calidad, lo que dio lugar a los teléfonos inteligentes que hoy utilizamos.



3. **Adaptar (Adapt):** Este componente se refiere a tomar un producto o proceso existente y adaptarlo a un nuevo contexto o necesidad. Se trata de explorar cómo algo que ya funciona puede ser modificar el diseño, hacerlo hacia una función diferente o cambiar la estrategia digital.

4. **Modificar (Modify):** En esta etapa, se cambia alguna parte del producto o proceso para mejorarlo o hacerlo más eficiente. Preguntas como “¿Qué pasa si cambio el tamaño, el color o la forma de este producto?” son claves para este proceso.



A large, bold, blue capital letter 'P' with a slight shadow effect, positioned on the left side of the slide.

5. **Poner en otro uso** (Put to another use): Se trata de encontrar formas nuevas de utilizar un producto o recurso que ya existe. Esta técnica fomenta la creatividad al desafiar las suposiciones sobre la función de un objeto.

6. **Eliminar** (Eliminate): Este componente se centra en reducir o eliminar partes del producto o proceso que no son necesarias. La simplificación puede llevar a una mayor eficiencia y a productos más accesibles.

A large, bold, blue capital letter 'E' with a slight shadow effect, positioned on the right side of the slide.

7. **Reorganizar** (Rearrange): Aquí, el objetivo es cambiar el orden o disposición de los elementos para obtener un mejor resultado. Puede ser tan simple como reorganizar los pasos de un proceso para hacerlo más fluido.



FOMENTAR CULTURA EMPREENDEDORA



PROGRAMA DE FORMACIÓN: ASISTENCIA ADMINISTRATIVA

FICHA 3315268

PIAMONTE (CAUCA)

NOVIEMBRE 2025

CONCEPTO

La definición de emprendimiento implica convertir una idea nueva en una innovación exitosa utilizando habilidades, visión, creatividad, persistencia y exposición al riesgo.

En definitiva, un emprendimiento es cualquier actividad nueva que hace una persona, que puede tener como finalidad lograr ganancias económicas o no. El emprendimiento es llevado a cabo por los emprendedores.



Tipos de Emprendimiento

Emprendimiento empresarial



El emprendimiento empresarial es la iniciativa o aptitud de un individuo para desarrollar un proyecto de negocio. Por lo tanto, una idea que genere ingresos que le permite cubrir principalmente sus gastos básicos, y el de su familia.

El emprendimiento empresarial, tal como fue dicho anteriormente ha surgido por las crisis económicas del país, lo cual lleva al individuo desarrollar ideas innovadoras en el mercado que le permita crecer en momentos dificultosos.

No obstante, el emprendimiento empresarial tiene sus ventajas, en primer lugar, el de generar ingresos, empleos. Luego, permite al individuo ser su propio jefe, y por lo tanto, manejar su propio tiempo y tomar sus propias decisiones.

Emprendimiento cultural

El emprendimiento cultural puede ser visto como el generador de empresas u organizaciones culturales con el objetivo de que no se pierda el significado, ni el valor simbólico de los productos y costumbres pertenecientes de un país.

Emprendimiento social

El emprendimiento social busca satisfacer las necesidades de la sociedad en donde se desenvuelve. Además, el emprendimiento social es una persona u organización que atacan problemas de la comunidad, bien sea en lo social, económico, y cultural. No presentan ningún lucro económico.



Características de Emprendimiento

Espíritu: es necesario tener un espíritu dinámico, creativo, orientado a la búsqueda continua de oportunidad de negocio: El espíritu empresarial es la actitud que permite al emprendedor de identificar una oportunidad y luchar por ella para producir nuevo valor o éxito económico.

Capacitación: el emprendedor necesita conocimientos técnicos para llevar a cabo la idea de empresa.

Marco regulatorio: se mueve en un marco de leyes que pueden o no facilitar el proceso para pasar de las ideas a la práctica de la creación empresarial.

Financiación: es necesario un sistema que le financie para poner en marcha su actividad y garantice su negocio.

Red: Porque se genera en un ecosistema donde intervienen varios actores, pero también se trabaja en sinergia con otros emprendedores.



Comunicación efectiva

Sin duda, una persona emprendedora debe ser una gran comunicadora, capaz de transmitir a su entorno ideas de manera veraz, clara y, obviamente, persuasiva. Además, ¿sabías que el lenguaje corporal del emprendedor da pistas sobre el éxito de las empresas emergentes?

Liderazgo

La capacidad de liderazgo es una cualidad fundamental para emprender con buen pie, pues resulta esencial para guiar, inspirar y dirigir equipos hacia una toma de decisiones organizacionales efectivas.

Visión estratégica

El emprendedor posee una visión clara y estratégica, que conlleva la capacidad de anticipar y planificar el futuro de la empresa, identificando oportunidades, anticipando desafíos y estableciendo metas a largo plazo.





Capacidad de trabajo en equipo

Un emprendedor debe trabajar armoniosamente con los demás, porque permite capitalizar la diversidad de habilidades, establecer metas compartidas y construir una base sólida para el crecimiento del negocio.

Pasión

La pasión es una de las cualidades de emprendimiento por antonomasia. De hecho, la pasión impulsa el compromiso y la perseverancia en la consecución de los objetivos empresariales.

Adaptabilidad

Los emprendedores que triunfan tienen un denominador común: son capaces de enfrentarse a un entorno empresarial dinámico, superando desafíos constantes y manteniendo un enfoque de aprendizaje continuo.

Creatividad

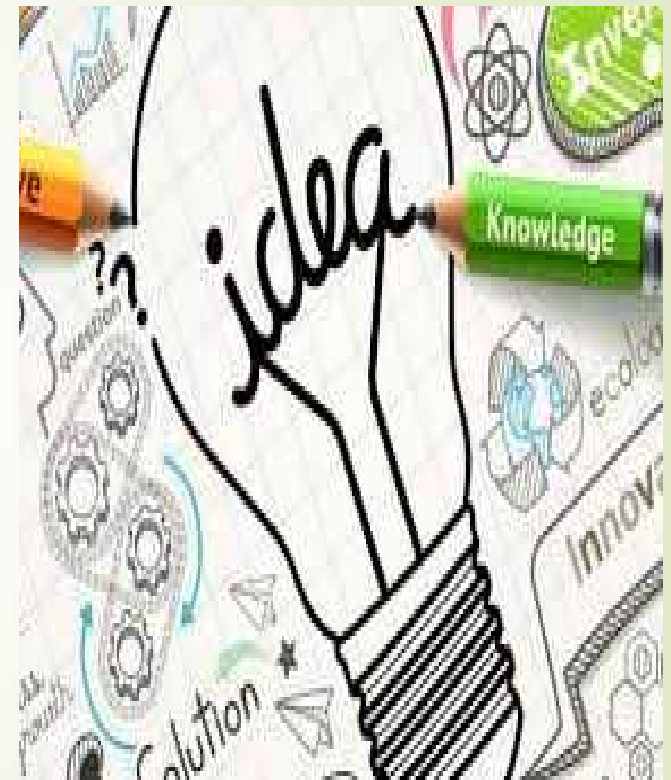
La capacidad de generar ideas innovadoras es esencial para sobresalir en entornos competitivos. Y es que potencia la diferenciación, la innovación continua, la resolución de problemas, la adaptabilidad y la estimulación de la iniciativa empresarial.

Motivación

La motivación es la cualidad que impulsa al emprendedor a superar obstáculos y alcanzar metas. También mantiene su bienestar emocional y contribuye directamente a los resultados empresariales.

Conocimiento del producto o servicio

Dominar la información del producto o servicio de una empresa proporciona a un emprendedor las herramientas necesarias para vender de manera efectiva, brindar un excelente servicio al cliente, diferenciarse en el mercado y continuar innovando para el éxito sostenido de su compañía.



Capacidad de negociación

La capacidad de negociación no solo es esencial para el cierre de acuerdos comerciales, sino que también contribuye al establecimiento de alianzas estratégicas, resolución de conflictos, obtención de recursos y adaptabilidad a un entorno empresarial dinámico, factores cruciales para el éxito de un emprendedor.







WEBGRAFIA

<https://www.esade.edu/beyond/es/caracteristicas-cualidades-emprendedor/>

https://youtu.be/fikSr6ff934?si=SDAZbnCTZ8VRK_9H



GRACIAS

Matriz de los 5 elementos

Factor	Café Arte	Almacén Gourmet	Productos Vida Saludable	Delivery Alimentación Especial	Delivery Alimentación con foco en Deportistas
Conocimiento Técnico	1	1	1	1	1
Oportunidad	½	1	1	1	1
Contactos Personales	1	1	½	1	1
Recursos	½	1	1	1	1
Clientes con Pedido	1	1	1	1	1
Puntaje Total	4	5	4 1/2	5	5

Idea: Delivery de comida saludable.	
Fortalezas	Debilidades
Conocimientos de gastronomía.	Falta de experiencia.
Conocimientos del mercado.	Recursos limitados
Trabajadores con experiencia.	
Equipamiento moderno	
Oportunidades	Amenazas
Sobre peso en Chile.	Alta competencia.
Problemas de alimentación	Productos sustitutos.
Aplicación de despacho.	Crisis económica.
Pandemia	
Comodidad de los clientes.	

https://www.google.com/search?q=matriz+de+idea+de+negocio&oq=matriz+de+idea+de+negocio&aqs=chrome..69i57j0i22i30j0i751j0i512i546j0i546i649j0i751.4909j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8#vhid=2ijrTCjIzAnUpM&vssid=_MV5EaNail-WVwbkPq8-K0Qs_40

<https://es.linkedin.com/>

PLAN DE NEGOCIO - BASICO

Regional: cauca

Centro:

Municipio:

Nombre de la Unidad Productiva:

I. Información básica de la Unidad Productiva

Nombre líder:

Apellidos:

Documento de identidad No.

Fecha de Nacimiento:

Teléfono de residencia:

Dirección:

Tipo de población:

Integrantes de la unidad productiva:

II. Información general

1.Productos y servicios a ofrecer: elaboración de uniformes escolares y deportivos :sudaderas, faldas

2. Tipo de unidad productiva: (marque con una X su respuesta)

Producción primaria o extractiva ____ servicio ____ agroindustria ____ comercio X otros y cual ____

3. Sector en el cual se ubica su proyecto: (marque con una X su respuesta)

Comercio y servicios ____ Agropecuario ____ Industrial__X__ Otro Cuál? _____

4. En que consiste su negocio (describa brevemente)

Diseñar , confeccionar y comercializar ropa deportiva , uniformes escolares y dotaciones para empresas de servicios.

5. Ubicación de la Unidad Productiva:

Dirección:

Estrato

Ciudad:

Departamento:

III. Aspectos generales del mercado

1. Quiénes son sus clientes actuales? (marque con una X su respuesta)

Amas de casa___ Empresas Estudiantes Trabajadores independientes

Vecinos _____ Otros cual? _____ comunidad en general _____

2. Cómo les vende o cómo les va a vender? (marque con una X su respuesta)

Local / punto fijo_____ Por pedido_____ A domicilio_____ Otro Cuál? _____

3. Como le pagan o cómo le van a pagar sus clientes? (marque con una X su respuesta)

De contado_____ A crédito Otro Cual_____

4. Cuantos trabajan en su unidad productiva?

Directos: Indirectos:

Labores de la UP

[illegible]

5. Enuncie cronológicamente las principales actividades para producir el bien o servicio (Flujo de procesos).

[illegible]

V. Proyección de ventas

1. Enuncie los principales productos o servicios que va a ofrecer

producto o servicio (1)	unidad (2)	cantidad mensual (3)	costo por unidad (4)	costo total (3x4) (5)	precio de venta por unidad (6)	total ventas (3x6)	Utilidad o Ganancia (diferencia entre el precio de venta por unidad y costo por
TOTALES				0		0	0

VI. Aspectos Financieros

1. Ingresos mensuales de la Unidad Productiva

Concepto	\$ valor mensual
Ventas de contado	0
Ventas a crédito (fiado)	0
Otros Ingresos (ventas relacionadas con la unidad)	0
TOTAL INGRESOS MENSUALES (suma ventas de contado + ventas a crédito + otros ingresos)	0

2.- Costos y gastos mensuales de funcionamiento de la unidad productiva

Concepto	\$ Gasto Mensual
TOTAL GASTOS SERVICIOS (suma teléfono + agua + energia + gas)	0
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS (sumar papelería + aseo + cafetería +	0
Papelería	
Aseo	
Otros	
GASTOS OPERACIONALES (MANO DE OBRA O JORNALES)	
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	0
Arriendo del local / predio	0
Arriendo de maquinaria o Equipos	0
Mantenimiento de la unidad	
Intereses por Créditos y préstamos relacionados con la unidad	0
OTROS GASTOS (PUBLICIDAD, MERCADEO OTROS)	
TOTAL GASTOS (total servicios + total gastos administrativos + gastos de operacionales + gastos de funcionamiento otros gastos)	0

3. Materia prima e insumos requeridos mensualmente para la elaboración del producto o la prestación del servicio.

INSUMOS DE PRODUCCIÓN	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL (CANTIDAD X COSTO POR UNIDAD)	PRODUCCION MENSUAL EN UNIDADES	VALOR TOTAL
				0		

INSUMOS DE PRODUCCIÓN	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL (CANTIDAD X COSTO POR UNIDAD)	PRODUCCION MENSUAL EN UNIDADES	VALOR TOTAL
		0		0		0

INSUMOS DE PRODUCCIÓN	PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	COSTO TOTAL (CANTIDAD X COSTO POR UNIDAD)	PRODUCCION MENSUAL EN UNIDADES	VALOR TOTAL
T O T A L		0				0

PRECIO DE VENTA:		ADES VENDIDAS EN E		
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:	40%			
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)
Totales		\$ 0		

NOMBRE DEL PRODUCTO: A		UNIDAD DE COSTO		
REFERENCIA:		ADES VENDIDAS EN E		
PRECIO DE VENTA:				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:	40%			
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)
Totales		\$ 0		

NOMBRE DEL PRODUCTO: C		UNIDAD DE COSTO		
REFERENCIA:		ADES VENDIDAS EN E		
PRECIO DE VENTA:				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR COSTO POR UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:	40%			
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)

Totales		\$ 0		

NOMBRE DEL PRODUCTO: D		UNIDAD DE COSTO		
REFERENCIA:		ADES VENDIDAS EN E		
PRECIO DE VENTA:				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
		COSTO POR UNIDAD		
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:		40%		
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)
Totales		\$ 0		

NOMBRE DEL PRODUCTO: E		UNIDAD DE COSTO		
REFERENCIA:		ADES VENDIDAS EN E		
PRECIO DE VENTA:				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:		40%		
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)
Totales		\$ 0		

NOMBRE DEL PRODUCTO: F		UNIDAD DE COSTO		
REFERENCIA:		ADES VENDIDAS EN E		
PRECIO DE VENTA:				
MATERIA PRIMA	UNIDAD DE COMPRA	STO VARIABLE UNITAR	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO
		COSTO POR UNIDAD		
COSTO TOTAL DE MATERIA PRIMA		\$ 0		\$ 0
OTROS COSTOS VARIABLES				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL DE OTROS COSTOS VARIABLES		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL		\$ 0		\$ 0
COSTO VARIABLE TOTAL/EN TOTAL DE PRODUCCION				
PORCENTAJE DE GANANCIA:		40%		
Gastos Fijos: (Arriendo, salarios, transporte)	VALOR	COSTO PRODUCTO	PRECIO DE COMPETENCIA (MERCADO)	VALOR AGREGADO (DIFERENCIA DE LA COMPETENCIA)
Totales		\$ 0		

FIRMA DEL LIDER DE LA U.P.



ENCUESTAS

ASISTENCIA ADMINISTRATIVA

FICHA 3315268

CENTRO DE COMERCIO Y SERVICIOS

SENA – REGIONAL CAUCA

PIAMONTE

OCTUBRE DE 2025

Concepto

- Una encuesta de satisfacción del cliente es una herramienta para recopilar datos y comprender la percepción de los clientes sobre una empresa, sus productos y sus servicios.
- Ayuda a identificar áreas de mejora, aumentar la retención de clientes y optimizar la experiencia del usuario.



Tipos y clases

Se pueden clasificar de varias maneras:

) Según el objetivo:

- **Evaluación del producto/servicio:** Miden la satisfacción con un producto o servicio específico.
- **Visión general de la marca:** Evalúan la percepción general de la marca.



) Según el tipo de cliente:

- **Clientes externos:** Son los clientes finales.
- **Clientes internos:** Incluyen a proveedores y colaboradores.

) **Según el medio de realización:**

- **Online:** Correo electrónico, web, redes sociales.
- **Telefónica:** A través de llamadas.
- **Presencial:** Cara a cara, en tiendas o eventos.

Elementos

-) **Preguntas:** Cuestiones específicas y claras diseñadas para obtener la información necesaria.
-) **Objetivo:** Lo que se desea saber con la encuesta.
-) **Muestra:** El grupo de clientes que responderán.
-) **Escalas:** El formato de respuesta (ej. escala de Likert, preguntas de opción múltiple).



Herramientas

Software de encuestas:

Plataformas dedicadas para crear, distribuir y analizar encuestas (ej. SurveyMonkey, Google Forms).

Modelos de análisis:

Marcos conceptuales como el modelo ECSI que analiza la interacción entre imagen, expectativa, calidad y valor percibido.

Herramientas de análisis de datos:

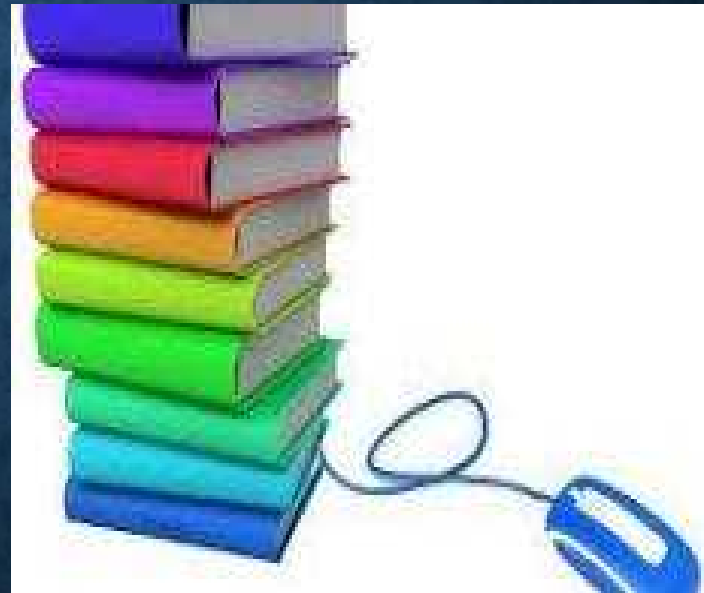
Software y técnicas para procesar y extraer información de las respuestas.

Sistemas de gestión de la experiencia del cliente (CXM):

Plataformas que integran los datos de las encuestas con otros puntos de contacto para crear una visión unificada de la experiencia del cliente.



WEBGRAFIA
GOOGLE.COM



7 Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos

Por: Laura Caro

Las técnicas de recolección de datos son mecanismos e instrumentos que se utilizan para reunir y medir información de forma organizada y con un objetivo específico. Usualmente se usan en investigación científica y empresarial, estadística y marketing.

Cada una de estas técnicas permite recopilar información de diferente tipo. Por este motivo, es importante conocer sus características y tener claros los objetivos para elegir aquellas que permitan recoger la información apropiada.

Las técnicas de recolección de datos se clasifican en cualitativas, cuantitativas y mixtas.

La investigación cuantitativa busca recolectar datos numéricos o exactos. Sus técnicas son estandarizadas, sistemáticas y buscan obtener datos precisos. Por esta razón tienen mayor aplicación en estadística o en las ciencias exactas como biología o química.

La investigación cualitativa, en cambio, busca obtener información sobre el contexto y las características de los fenómenos sociales. Por esta razón, los datos numéricos no son suficientes y requieren técnicas que permitan conocer más profundamente las realidades que se desea analizar.

Las técnicas mixtas, como su nombre lo indica, son aquellas que permiten recolectar información cualitativa y cuantitativa a la vez.

1- Entrevistas

La entrevista es, en esencia, una conversación bien planificada. En ella, el investigador plantea una serie de preguntas o temas de debate a una o varias personas, con el fin de obtener información específica.

Puede realizarse personalmente, por teléfono o de manera virtual. Sin embargo, en algunos casos es importante la interacción personal con el entrevistado, para poder tomar nota de la información que brinda la comunicación no verbal.

Por ejemplo, en una investigación que indaga sobre las causas de la deserción escolar en una institución, pueden aplicarse entrevistas.

En este caso puede ser útil entrevistar a actores de la problemática como padres y estudiantes, al igual que funcionarios públicos para comprender mejor la problemática.

Según la organización de una entrevista, ésta puede ser estructurada, semiestructurada o informal.

Una entrevista estructurada es aquella en la cual el entrevistador tiene una lista de preguntas definidas previamente y se limita estrictamente a ellas.

En la entrevista semiestructurada existe una guía de preguntas o temas generales de conversación. Sin embargo, el entrevistador puede desarrollar preguntas nuevas a medida que vayan surgiendo los temas de su interés.

Finalmente, la entrevista informal, es aquella que no está guiada por una lista de preguntas determinadas. El entrevistador tiene claros los temas sobre los que quiere indagar y los introduce de manera espontánea en la conversación.

2- Cuestionarios y encuestas

Los cuestionarios y las encuestas, son técnicas en las cuales se plantea un listado de preguntas cerradas para obtener datos precisos.

Usualmente se usan en investigaciones cuantitativas pero también pueden incluirse preguntas abiertas para permitir un análisis cualitativo.

Es una técnica muy extendida porque permite obtener información precisa de una gran cantidad de personas. El hecho de tener preguntas cerradas, permite calcular los resultados y obtener porcentajes que permitan un análisis rápido de los mismos.

Además es un método ágil, teniendo en cuenta que no requiere la presencia del investigador para realizarse. Puede hacerse masivamente por correo, a través de internet o vía telefónica.

Para continuar con el ejemplo de la deserción escolar, los cuestionarios pueden ser útiles para obtener información precisa de los estudiantes. Por ejemplo: edad, grado en el que abandona la escuela, motivos para abandonarla, etc.

3- Observaciones

La observación es una técnica que consiste precisamente en observar el desarrollo del fenómeno que se desea analizar. Éste método puede usarse para obtener información cualitativa o cuantitativa de acuerdo con el modo en que se realiza.

En investigación cualitativa permite analizar las relaciones entre los participantes gracias al análisis de sus comportamientos y de su comunicación no verbal.

En investigación cuantitativa es útil para hacer seguimiento a la frecuencia de fenómenos biológicos o al funcionamiento de una máquina.

Por ejemplo, si se desea comprender los motivos de la deserción escolar, puede ser útil observar la forma en que se relacionan maestros y estudiantes. En este caso, puede aplicarse la técnica de observación en una clase cualquiera.

Al aplicar esta técnica con enfoque cualitativo, es necesario organizar las observaciones en categorías temáticas para poder darle un orden al análisis.

Estas categorías deben relacionarse con la información obtenida a través de otras técnicas para tener mayor validez.

4- Grupos focales

Los grupos focales podrían describirse como una entrevista grupal. Consiste en reunir a un grupo de personas que comparten características relacionadas con la investigación y orientar la conversación hacia la información que se desea obtener.

Es una técnica cualitativa útil para analizar opiniones combinadas, contradicciones u otros datos que surgen de la interacción entre las personas.

Continuando con el ejemplo de la deserción, podría aplicarse un grupo focal entre docentes, padres y/o estudiantes.

En cualquiera de estos casos se podría preguntar a los participantes cuáles son las causas del abandono escolar y a partir de allí propiciar la discusión y observar el desarrollo de la misma.

5- Documentos y registros

Esta técnica consiste en examinar los datos presentes en documentos ya existentes, como bases de datos, actas, informes, registros de asistencia, etc.

Por lo tanto, lo más importante para este método es la habilidad para encontrar, seleccionar y analizar la información disponible.

Es necesario tener en cuenta que la información recopilada puede dar información inexacta o incompleta. Por este motivo, debe ser analizada en relación con otros datos para que pueda ser útil a la investigación.

En el caso de la deserción escolar, podrían consultarse las estadísticas existentes al igual que los registros académicos de los estudiantes que han abandonado la escuela.

6- Etnografía

La etnografía es una técnica cualitativa en la cual se ejerce una observación continuada del grupo social que se desea analizar.

En ella, el investigador lleva un diario de sus observaciones y también emplea otras técnicas como entrevistas y grupos focales para complementar.

Su propósito es comprender a profundidad las dinámicas sociales que se desarrollan dentro de un grupo determinado. Sin embargo, existe una polémica en torno a su objetividad por la dificultad de separar completamente al investigador de su objeto de estudio.

Para el ejemplo de la deserción escolar, la etnografía sería aplicada con la presencia continuada del investigador en la escuela.

Esto le permitiría llevar un diario con sus observaciones sobre los estudiantes dentro del contexto de la comunidad académica.

7- Técnica Delphi

La técnica Delphi consiste en indagar a una serie de expertos en un tema determinado para orientar la toma de decisiones.

Toma su nombre del Oráculo de Delfos, que era una fuente a la que acudían los griegos para obtener información sobre su futuro y así orientarse para la toma de decisiones.

Con el fin de obtener resultados precisos, los expertos son consultados a través de un cuestionario. Las respuestas recibidas se cuantifican y se analizan como información cuantitativa.

Para el caso de la deserción escolar, se podría consultar entre los expertos cuál es la causa principal de ésta problemática dentro de una serie de 10 opciones.

Este resultado debe ser comparado con los demás resultados de la investigación para que su análisis tenga validez en el contexto.

Referencias

- Kawulich, B. (2005). Participant Observation as a Data Collection Method. Recuperado de: qualitative-research.net.
- Morgan, G. y Harmon, R. (2001). En: Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. Recuperado de: appstate.edu.
- Ramírez, J. (S.F.). La técnica Delphi: otra herramienta de investigación cualitativa. Recuperado de: academia.edu.
- Saci, N. (2014). Data collection methods. Research Methodology. Recuperado de: academia.edu.
- University of Minnesota. (S.F.). Data Collection Techniques. Recuperado de: cyfar.org.

Recuperado de: <https://www.lifeder.com/tecnicas-instrumentos-recoleccion-datos/>

Plan de mejoramiento

Ficha 3315268

Asistencia administrativa

Piamonte

Instructor: César Andrés Sánchez Campo

Herramienta estratégica que documenta un conjunto de acciones para optimizar el desempeño en un área, proceso o para un individuo. Se crea a partir de un análisis de fortalezas y debilidades, y busca corregir desviaciones, resolver problemas y potenciar aspectos positivos para alcanzar objetivos específicos, ya sea en el ámbito empresarial, educativo o personal.

Elementos clave de un plan de mejora

- Diagnóstico:** Identificar áreas de oportunidad, fortalezas y debilidades, a menudo resultado de una evaluación previa.
- Objetivos y metas:** Definir propósitos claros y medibles para el cambio.
- Acciones específicas:** Detallar los pasos a seguir para lograr los objetivos.
- Cronograma:** Establecer un calendario para la implementación.
- Recursos:** Definir el financiamiento, personal, equipos y materiales necesarios.
- Evaluación:** Monitorizar y evaluar los resultados para asegurar la efectividad del plan.

Tipos de planes de mejora

- Individual:** Enfocado en el desarrollo de una persona.
 - Grupal:** Orientado a optimizar el rendimiento de un equipo.
 - Organizacional:** Dirigido a mejorar procesos, productos o servicios a nivel global.
- Beneficios**

Beneficios

Aumento de la eficiencia y productividad.

Mejora de la calidad de productos o servicios.

Mayor satisfacción del cliente.

Fomento de una cultura de mejora continua e innovación.

Cumplimiento de normativas y estándares.



PLAN DE MEJORA							
Descripción del Proyecto / Objetivo	Tareas	Responsable del área	Tiempos (inicio - fin)	Recursos	Financiación	Seguimiento	Responsable de seguimiento
Mejora del proceso de atención al cliente para reducir los tiempos de respuesta y aumentar la satisfacción.	a) Realizar un análisis detallado del proceso actual de atención al cliente. b) Identificar cuellos de botella y áreas de mejora en el proceso. c) Diseñar e implementar nuevas estrategias y herramientas para agilizar la respuesta y mejorar la calidad del servicio.	Gerente de Servicio al Cliente	Análisis del proceso actual: 1 semana. Identificación de áreas de mejora: 2 semanas. Diseño e implementación de nuevas estrategias: 4 semanas.	Personal del departamento de Servicio al Cliente. Herramientas de gestión de tickets y comunicación interna. Capacitación adicional para el personal, si es necesario.	Presupuesto asignado al departamento de Servicio al Cliente.	Se realizarán reuniones semanales para evaluar el progreso del proyecto, revisar los resultados y realizar ajustes si es necesario.	Gerente de Servicio al Cliente.

La trazabilidad es la capacidad de rastrear el recorrido histórico de un producto o elemento a través de todas las etapas de su producción, transformación y distribución. Este sistema permite identificar el origen, el historial y el destino de un producto, lo que es fundamental para la gestión de la calidad, la inocuidad y la eficiencia. Es una herramienta valiosa tanto para las empresas, que pueden identificar y solucionar problemas rápidamente, como para los consumidores, que obtienen mayor confianza y transparencia sobre lo que compran.

Beneficios principales

Para las empresas:

Permite gestionar mejor la calidad y resolver problemas de producción rápidamente.

Facilita la retirada selectiva de lotes de productos defectuosos o contaminados, minimizando el impacto económico.

Ayuda a definir responsabilidades en caso de emergencias sanitarias.

Para los consumidores:

Asegura la confianza y transparencia al poder verificar la procedencia de un producto.

Permite tomar decisiones de compra informadas.

Aplicaciones comunes

Sector alimentario: Permite rastrear productos desde la granja hasta la mesa, incluyendo nacimiento, cosecha, procesamiento y distribución.

Ingeniería y desarrollo de software: Se puede rastrear la relación entre requisitos, elementos de diseño y pruebas para asegurar que todo el sistema funcione según lo previsto.

Industria: Se utiliza en la manufactura para seguir el historial de piezas y productos en cada etapa de ensamblaje y producción.

Sector legal: Se aplica para registrar las acciones realizadas sobre documentos y saber quién accedió a ellos y cuándo.

¿Cómo se logra?

Identificación única: Se utilizan métodos como códigos de barras para asignar un número único a cada producto o lote, que puede ser escaneado en cada punto de control.

Sistemas de registro: Se implementan sistemas que registran información detallada de cada etapa (quién, qué, cuándo, dónde, cómo).

Certificaciones: Organismos e instituciones certifican que los sistemas de trazabilidad cumplen con los estándares necesarios para garantizar la validez de la información.

INFORMES

TEMA INFORMES

Ficha 3315268

Asistencia Administrativa

Piamonte

Las partes principales de un informe incluyen una portada, resumen, una introducción, el cuerpo o desarrollo, las conclusiones, y las referencias o bibliografía

Partes de un informe ejecutivo

Página de título: Incluye el título del informe y la fecha.

Resumen ejecutivo: Presenta el problema u objetivo, la solución recomendada, el valor de esa solución y la conclusión final.

Introducción: Define el propósito del documento y presenta el problema o la necesidad que aborda.

Cuerpo del informe:

Análisis y hallazgos: Presenta los resultados clave y el análisis realizado.

Recomendaciones: Resume los pasos de acción o las propuestas concretas.

Plan de implementación (si aplica): Describe las estrategias, tácticas y el cronograma.

Aspectos financieros (si aplica): Detalla el presupuesto y las proyecciones económicas.

Ayudas visuales: Utiliza gráficos, tablas y diagramas para ilustrar los datos de manera clara.

Conclusión: Resume el propósito del documento, enfatizando la importancia de los hallazgos y el llamado a la acción para el lector.

Anexos (si es necesario): Incluye información adicional que respalde el informe principal.

REPORTE FINANCIERO



€ 37.500

Beneficio Económico

Lorem ipsum dolor sit amet eget, consectetur adipiscing elit. Aliquam semper felis vel metus tincidunt, ut dignissim ex efficitur. Quisque facilisis in leo eget laculis.



€ 1.600

Gastos de Marketing

Lorem ipsum dolor sit amet eget, consectetur adipiscing elit. Aliquam semper felis vel metus tincidunt, ut dignissim ex efficitur. Quisque facilisis in leo eget laculis.

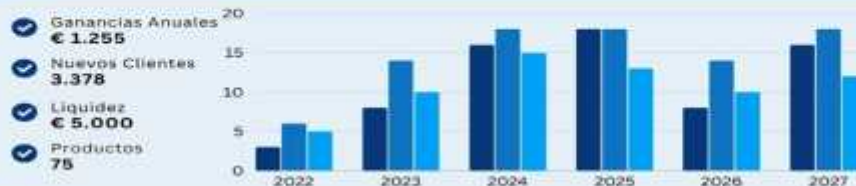


€ 5.350.480

Ingreso Anual

Lorem ipsum dolor sit amet eget, consectetur adipiscing elit. Aliquam semper felis vel metus tincidunt, ut dignissim ex efficitur. Quisque facilisis in leo eget laculis.

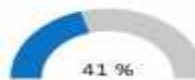
Comparación de Métricas Financieras



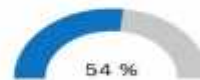
Año	Gastos	Ingresos	Ganancias	Costos
2021	715.000.000	196.000.000	56.000.000	36.000.000
2022	690.000.000	200.000.000	49.000.000	35.000.000
2023	350.000.000	150.000.000	75.000.000	18.000.000
2024	436.000.000	165.000.000	86.000.000	25.000.000

Rentabilidad de Productos

Lorem ipsum dolor sit amet eget, consectetur adipiscing elit. Aliquam semper felis vel metus tincidunt, ut dignissim ex efficitur. Quisque facilisis in leo eget laculis.



Producto 01



Producto 02



911-234-5678



hola@unsiotigenial.es



www.unsiotigenial.es

Gráfico de barras

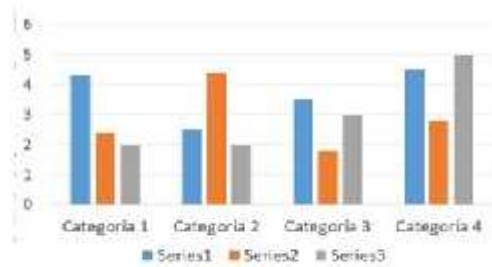


Gráfico de líneas

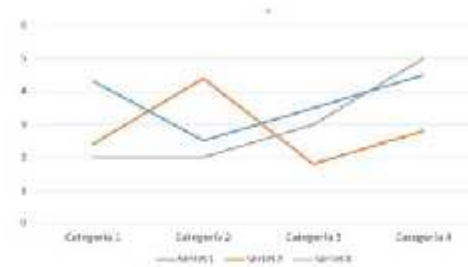


Gráfico circular

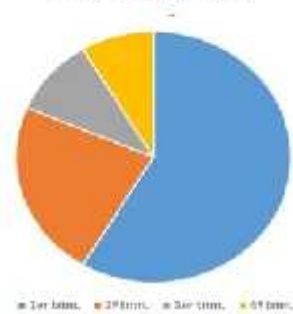


Gráfico de rectángulos



Búsqueda orgánica: Posiciones 1 - 100 (8,006,925)

ES | amazon.es | Organic

Tipo de intención: I Informativo N De navegación C Comercial T Transaccional

Palabra clave	Intent	Pos.	Volumen	KD	CPC (USD)	URL	Tráfico %	Costes %	Comp.	Resultado	Última actualización
amazon	N	1	9,140,000	100.00	0.06	🔗	12.97	2.69	0.17	56	hace un día
amazon prime	N T	1	1,000,000	68.00	0.11	🔗	1.41	0.54	0.23	97	hace un día
amazon prime video	N	1	673,000	93.00	0.14	🔗	0.95	0.46	0.16	98	hace un día
amazon españa	N	1	301,000	97.00	0.12	🔗	0.42	0.17	0.29	81	hace un día
amazon.es	N	1	135,000	90.00	0.11	🔗	0.19	0.07	0.24	38	hace un día
amazon es	N	1	135,000	75.00	0.12	🔗	0.19	0.07	0.29	43	hace un día
amazon video	N	1	110,000	70.00	0.23	🔗	0.15	0.12	0.15	96	hace un día

INFORME DIARIO



FECHA:

2.

DETALLES DEL TRABAJO

[illegible]

16 febrero 2009

Informe Técnico

Para:	Lic. Olga Emily Cazún Directora Deptal de Educación Francisco Javier Magaña Coordinador de seguimiento a la Calidad
De:	Lic. José Adalberto Martínez Alfaro Asesor Pedagógico Distrito 03-17
Lugar y fecha	CE Cas. Belén C/ Suncita
Descripción de la situación	Denuncia hecha por teléfono a Asesor de Gestión Francisco Martínez que los maestros/as del CE Cas. Belén C/ Suncita no estaban trabajando con alumnos por realizar una actividad dentro de la escuela.
Observaciones	<p>Al momento de la visita todos los docentes estaban trabajando con alumnos/as en sus aulas.</p> <p>Estaban personas de PRONIÑO, entregando mochilas y cuadernos a algunos padres y madres de familia, pero estos no interrumpían las clases, ya que lo hacían en la dirección de la escuela</p> <p>Estaban padres d y alumnos de CDE haciendo ventas en la cocina y vendían en los recreos, habían pedido a la señora de la tienda que les dejara vender ese día, según informan no tienen ni para fotocopias.</p> <p>Según la Directora del centro escolar Edelmira Bolaños, esa denuncia la pudo haber realizado una misma maestra que por la mañana se le llamó la atención por no cuidar su zona en horas de recreo. Esa misma versión la sostiene una madre de familia del CDE.</p> <p>Esta verificación se realizó contando con la información de padres fuera del CDE, alumnos, y miembros del CDE que se encontraban en la escuela en dicha actividad, quienes lamentaron que se den situaciones de este tipo.</p>
Anexos	Copia de acta firmada por miembros CDE. Ficha de Registro de Asistencia

TIPOS DE INFORME

La variedad de alternativas para prestar los informes depende del destino y propósito que se les quiera dar, amén del impacto que se busca con su presentación.

Atendiendo a estos criterios, os informes mas representativos son:

- Informe general.
- Informe ejecutivo.
- Informe de aspectos relevantes.

Informe General

- **Responsable:** Área o unidad administrativa encargada de preparar el informe.
- **Introducción:** Breve descripción de por qué surgió la necesidad de aplicar la auditoría, mecanismos de coordinación y participación empleados para su desarrollo, duración de la revisión, así como el propósito general de su contenido.
- **Antecedentes:** Exposición histórica de la organización, es decir, los cambios, sucesos y vicisitudes de mayor relevancia que ha afrontado en forma total o parcial y que influyeron en la decisión de llevar a cabo la auditoría.
- **Técnicas empleadas:** Instrumentos y métodos utilizados para la obtención de resultados en función del objetivo.
- **Diagnostico:** Definición de las causas y consecuencias del estudio, mismas que justificas los cambios o modificaciones posibles.
- **Propuesta:** Presentación de alternativas de acción, ventajas y desventajas que pueden derivarse, implicaciones de los cambios, y resultados esperados.
- **Estrategia de implantación:** Explicación de lo pasos o etapas previstas par obtener y aplicar los resultados.
- **Seguimiento:** Determinación de los mecanismos de información, control y evaluación, para garantizar el cumplimiento de los criterios propuestos.
- **Conclusiones y recomendaciones:** Concentrado de los logros obtenidos, problemas detectados, soluciones instrumentados y pautas sugeridas para la consecución real de las propuestas.

INFORME PSICOLÓGICO

DATOS GENERALES:

Apellidos y nombres: Fernandez Agustina

Sexo: Femenino

Edad: 42 años

Lugar de nacimiento: Córdoba, Argentina

Grado de instrucción: Estudiante Universitario

Facultad: Licenciatura en Psicología

Fecha de exámenes: 17/06/2020

Fecha de informe: 24/06/2020

Evaluador: Lic. Juan Avila (MP: 1845)

Técnicas y pruebas Aplicadas:

- Entrevista Psicológica
- Test de Matrices Progresivas de Raven
- Cuestionario de Intereses Profesionales Revisado(CIP -R)
- Test de Zulliger
- Inventario De Hábitos De Estudio
- Test desiderativo
- Evaluación de potencial

012		
1	Siga - EMPRESA CAPACITACION S.A.	SEP-01-2021
2	INFORME TIPOS DE NOMINA	
3		
4		
5	Procesado en: 2021/05/28 12:36:53:26	
6		
7	DESCRIPCION	NUMERO NOM
8	NOMINA DE ENERO	20200131
9	NOMINA DE FEBRERO	20200229
10	NOMINA DE MARZO	20200330
11	NOMINA DE ABRIL	20200430
12	NOMINA DE MAYO	20200530
13	NOMINA SEMESTRAL	20200620
14	NOMINA DE JUNIO	20200630
15	LIQUIDACION CONTRATO	20200725
16	NOMINA MES DE JULIO	20200730
17	LIQUIDACION CONTRATO DE TRABAJO	20200830
18	LIQUIDACION CESANTIAS	20201000
19	VACACIONES OJC	20201202
20	VACACIONES OJC 12	20201212
21	NOMINA ENERO	20210131
22	NOMINA FEBRERO	20210228
23	NOMINA MARZO	20210331
24	NOMINA ABRIL 2021	20210430
25	NOMINA DE MAYO	20210530
26	NOMINA MES DE JUNIO DE 2021	20210630
27	NOMINA MES DE JULIO 2021	20210730
28	NOMINA DE AGOSTO DE 2021	20210830
29		

Reporte de Trabajo

Heladería Tu Paleta Artesanal

Reporte de Trabajo

Objetivo principal

Remodelación y limpieza de cuartos refrigerados.

Actividades realizadas

1. Se realizó la limpieza general del cuarto refrigerado.
2. Se extrajeron las neveras antiguas y se colocaron las nuevas neveras expositoras.
3. Se realizó limpieza del aire acondicionado.
4. Se colocaron nuevos estantes y mesas frías.

Evaluación de las labores

La remodelación de los cuartos de refrigeración estuvo a cargo del personal de la tienda especializada en refrigeración.

El acondicionamiento se realizó el día lunes 20 de junio de 2022, día en que por lo general no se labora en la heladería, en el horario comprendido de 08:00 am a 12:00 pm y de 01:00 pm a 05:00 pm.

Las actividades del proyecto se cumplieron en la fecha programada, no hubo inconvenientes, tampoco incidentes que reportar, se realizó el trabajo en las dos tiendas ubicadas en el centro comercial La Herradura y en la sede principal.

Acciones a seguir

La única acción a seguir, es proceder con el equipamiento de los productos de la marca en el área correspondiente.

La redistribución del espacio, las nuevas neveras y el aprovechamiento general del espacio, son una inversión realizada como garantía de los avances en el proyecto de expansión de la franquicia, con nuevos equipos adquiridos para este fin.

Elaborado por,

Legna Capote, Gerente de Proyectos

Recibido por,



TodoReportes

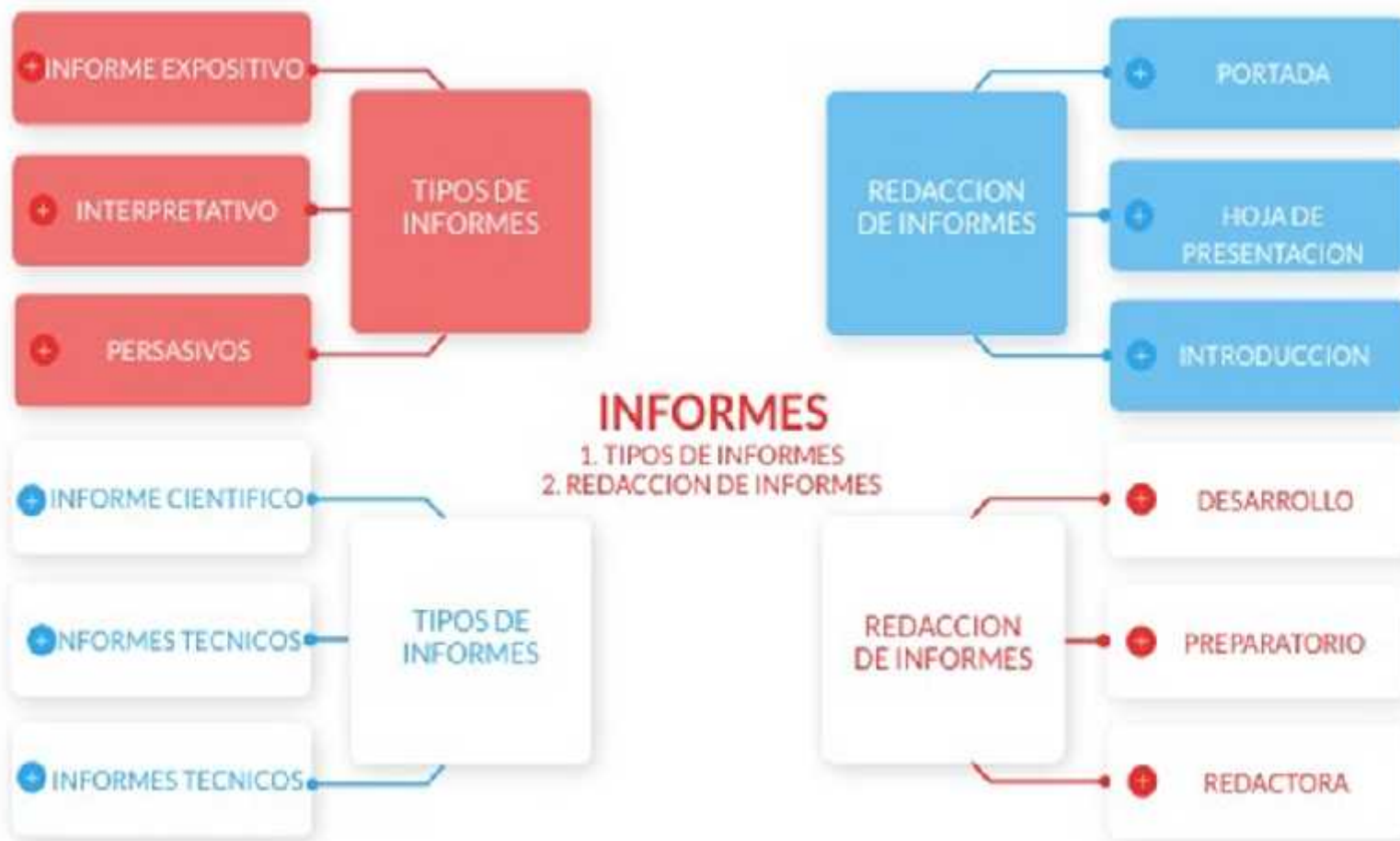


Tabla 2. Distribución de trabajos reales según tipo y carrera

Formato de informe	Salud	Ciencias	Educación	Economía
Informe de caso	X			X
Informe tipo artículo		X		X
Informe monográfico	X			X
Cuestionario		X	X	X
Propuestas de intervención didáctica			X	
Informe de observación	X		X	

Informe Final del Curso



Nombre de la Institución:			
Curso:	<u>Fundamentos de Auditoria</u>	Fecha:	<u>00 de marzo de 2016</u>
Periodo del curso:	<u>Del 25 de Enero al 08 de Marzo de 2016.</u>	Lugar:	<u>Aula 594 ITVY</u>
Docente:			



Comentarios del docente acerca del proceso de aprendizaje y del grupo

Los alumnos presentaron mucho interés en los temas expuestos en el curso, y una participación muy activa; mostraron entusiasmo en la mayoría de los temas, salvo 3 alumnos que mostraron un poco de apatía.

Lo importante en el desarrollo del aprendizaje fue la presentación dinámica de los temas, la utilización de videos y exposición de temas con imágenes significativas que coadyuvaron a un mayor aprovechamiento y aprendizaje.

Nivel de cumplimiento de los objetivos y de las expectativas del curso

Los objetivos se cumplieron satisfactoriamente, con un 100% de alumnos aprobados con calificaciones muy buenas.

Los alumnos quedaron muy satisfechos con lo aprendido en el curso, lo cual aplicarán posteriormente en el desarrollo de sus materias y vida profesional.

Contingencia presentadas y su resolución

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Como parte del proceso de aprendizaje, los aprendices deben diseñar un plan de mejoramiento según el tema libre escogido por ellos mismos y realizar un informe ejecutivo que incluya dicho plan. La actividad se debe realizar en formación y ser entregada al término de la jornada, socializada en mesa redonda. La actividad será evaluada mediante lista de chequeo y retroalimentada por el instructor.