

Cuadernillo

Mi ruta CampeSENA

Powered by CamScanner

CampeSENA
¡Una Esperanza Devida!

SENA | SENA Emprende Rural

EQUIPO TÉCNICO:

Carlos Arturo Gamba Castillo
Coordinador Nacional Estrategia CampeSENA FULL POPULAR

Duván Cenén Ocampo Henao
Holman Alirio Torres Beltrán
Claudia Patricia Aza Campos

Servicio Nacional de Aprendizaje
Dirección del Sistema de Formación para el Trabajo
Dirección General
Bogotá D. C., Colombia

Powered by CamScanner

Mi ruta CampeSENA

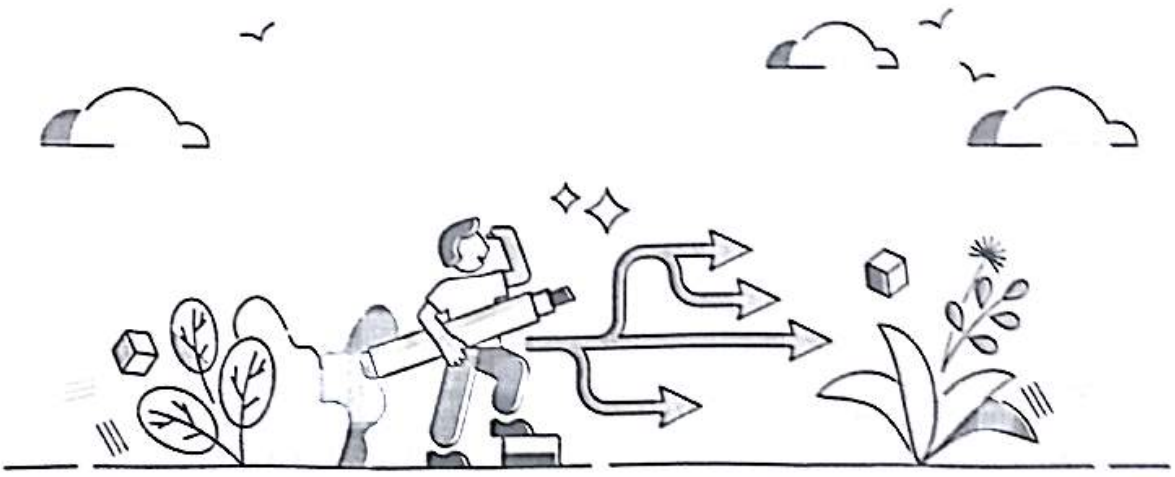
SENA Emprende Rural

La estartegia 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 asesoria.

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 bitacora de este viaje.



Powered by CamScanner

Punto de partida: **Fase Formación**

Regional:

Centro: Centro de Gestion Administrativo Fortalecimiento Empresarial.

Nombre del programa de formación: Emprendedor en Gastronomia Tipica.

Ficha: 3388976

Municipio: Zetaquira.

Dirección o ubicación: Calle 4 -2-25 Zetaquira.

Nombre del aprendiz líder: Silva Victoria Espinosa Arias

Nombre del instructor técnico: Nelson Andres Gonzalez

Nombre del instructor de emprendimiento: Margeth Tatiana Yuscia

En esta etapa usted, junto a los instructores apropiará elementos técnicos y de emprendimiento que le permitirán llegar a la creación de una Unidad Productiva viable.

Powered by CamScanner

Análisis del entorno

1

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.

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

Estas herramientas constituyen la primera parada de la **esta ruta.**



Powered by CamScanner

MAPA DE ACTORES: ACTIVIDAD

"*Collage* de actores": ecosistema y entorno.

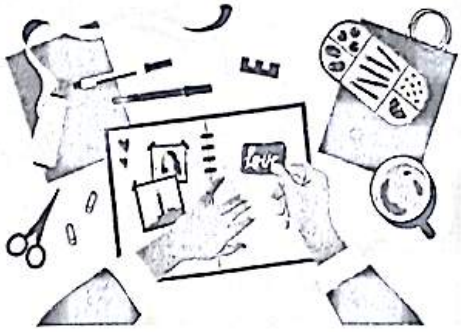
La siguiente actividad le ayudará a reconocer en su entorno los posibles actores presentes en el territorio, con quienes de una u otra manera interactuará durante la ejecución del proyecto productivo, la creación de la Unidad Productiva y su avance después del proceso de fortalecimiento.

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

Powered by CamScanner

ACTIVIDAD: MAPA DE ACTORES

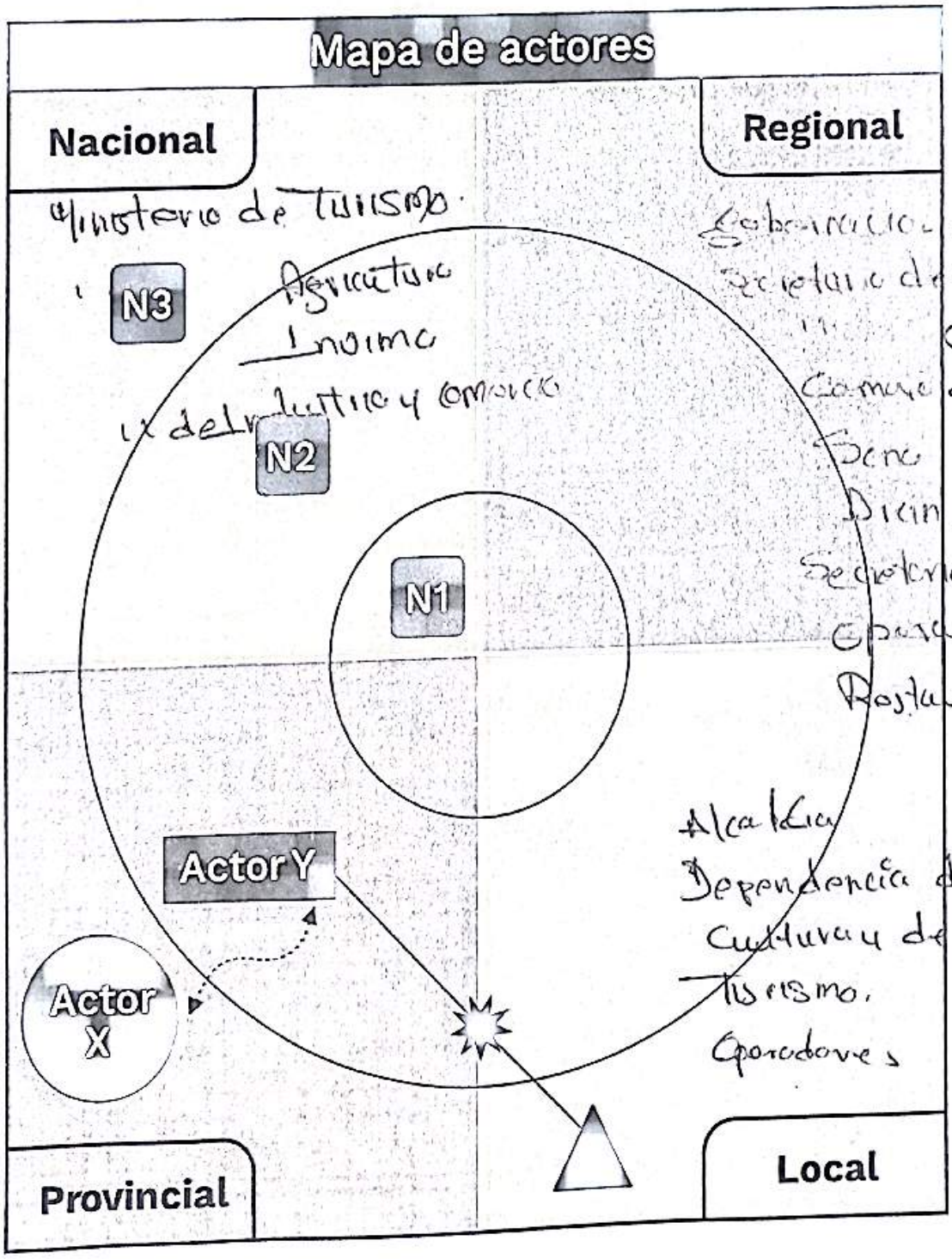
El siguiente paso es reconocer el tipo de relación existente con los actores que se identificaron previamente, para ello necesitará hojas de papel periódico, regla y marcadores. **Siga las siguientes instrucciones:**

1. Dibuje o pegue la imagen del mapa de actores (siguiente página) en el papel periódico.
2. Ubique los actores identificados en la actividad "*collage* de actores" en el mapa de acuerdo con su rol, (si considera que faltó algún actor relevante que haga presencia en el territorio, por favor inclúyalo).
3. Usando el cuadro de referencias (abajo a la izquierda) identifique para cada actor el sector, el grado de poder y sus relaciones con la Unidad Productiva de acuerdo con las formas e indicaciones del cuadro.
4. Socialice el resultado con los demás integrantes de la Unidad Productiva, en compañía del instructor o dinamizador.
5. Plasme a través fotografías el resultado de esta actividad en la hoja "Proyecto productivo" (Mapa de actores) de la Estructura de Seguimiento Integrada (ESI) de la Unidad Productiva (UP).

Referencias		
Sectores	Público	●
	Privado	▬
	Académico	▲
	Social	▮
	Medios	◆
Poder	N1: Actores con capacidad de decisión	Ubicados en el primer círculo concéntrico del gráfico
	N2: Actores con influencia pero sin capacidad de decisión	Ubicados en el segundo anillo concéntrico del gráfico
	N3: Actores con poder de veto	Ubicados en el tercer círculo concéntrico del gráfico
Relaciones	Colaboración/alianza	←→
	Tensión/conflicto	—✸—
	Intermitencia	↗ ↙
	Ausencia de relación	(Sin flechas)
	Influencia sobre	→



Powered by CamScanner



Powered by CamScanner

MAPA DE ACTORES:
ACTIVIDAD CUADRO DE AUTOEVALUACIÓN

Con el fin de ampliar el conocimiento frente al entorno institucional y la clase de servicios o trámites que se pueden realizar con ellos, en compañía del instructor o profesional a cargo, desarrolle la siguiente actividad:

A partir de los resultados de las actividades "collage y mapa de actores", complete la siguiente tabla diligenciando los campos vacíos según corresponda, bien sea identificando el actor, las actividades de interés que realiza, los trámites o la página web de la entidad.

Actor / Institución	Actividad de interés	Trámites	Enlace web
	Certificado BPA-BPG		https://www.ica.gov.co/
SENA	Capacitación	Inscripción. Sofw Plus	
	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	Certificadas de formalización		
Asesorsm	Compra de terrenos	Creación	https://www.upra.gov.co



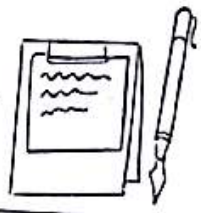
Powered by CamScanner

ANÁLISIS DEL ENTORNO: MAPA DE EMPATÍA

Al generar una idea de negocio, la empatía juega un papel trascendental al permitirnos ser más realistas sobre lo que espera el consumidor, y así poder ofrecer algo que se ajuste a sus necesidades y deseos. Este ejercicio le ayudará a anticiparse a las necesidades de los clientes empleando creatividad e innovación para identificar y materializar nuevas oportunidades.

Dibuje o recorte y pegue a la persona que considera será su cliente en el recuadro central del cliente. Luego desde la perspectiva del cliente reflexione sobre las preguntas y responda en la siguiente página.





¿Qué piensa el cliente?

META

¿Qué siente el cliente?

Lo que realmente importa.
Principales preocupaciones,
inquietudes y aspiraciones

¿Qué oye el cliente?

Lo que dicen los amigos

Lo que dice el jefe

Lo que dicen las personas influyentes

En este recuadro dibuje o pegue algún recorte de la persona que considera va a ser su cliente

¿Qué ve el cliente?

La oferta del mercado
Entorno
Amigos

¿Qué dice y hace el cliente?

Actitud en público
Aspecto
Comportamiento hacia los demás

Esfuerzos del cliente

Miedos
Frustraciones
Obstáculos

Resultados del cliente

Deseos/necesidades
Medida del éxito
Obstáculos





Reflexione sobre las preguntas y responda en la página siguiente

Tomado de: http://advenio.es/modelo-de-negocio-y-el-cliente-mapa-de-empatia/

Powered by CamScanner

ANÁLISIS DEL ENTORNO: RESPUESTAS MAPA DE EMPATÍA

(Desde la perspectiva del cliente y frente al sector del producto o servicio)

VER: ¿Qué ve el cliente?

1. ¿Cómo es el frente al entorno? Imagen Presentación
2. ¿Quiénes son los amigos del cliente? El que utilizando el Negocio
3. ¿Cuál es la oferta que le brinda el mercado al cliente? Productos o Servicios
4. ¿A qué problemas se enfrenta? Mal atención calidad Producto,

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

5. ¿Cuáles son las necesidades, preocupaciones y expectativas del cliente? El mal Trato - Devoluciones a la tienda
6. Identificar lo que considera realmente importante. Hacerlo Sentir Satisfecho
7. Conocer sus expectativas, sueños y aspiraciones. Encontrar lo que requiere,
8. Predecir sus emociones. Alegria cuando visita

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

9. ¿Cuál es su actitud y conducta? Preguntar Por lo que necesita.
10. ¿Cuál es su comportamiento y reacción en público? observación analisis.
11. ¿Qué comenta con su entorno? Chocarse Buena atención
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? Adaptarse al Vendedor

ESCUCHAR: ¿Qué escucha el cliente?

13. ¿Cuáles son las áreas de más impacto e influencia en su entorno? La Ubicación Comercial
14. ¿Qué dicen sus amigos? Le gusta Encuentre lo puede adquirir
15. ¿Qué dicen sus colaboradores? Ejecutivo Por venir
16. ¿Qué dice su círculo de influencia? El Vendedor - Persona
17. ¿Quién ejerce mayor influencia sobre él y cómo? Vendedor con su aptitud y compromiso
18. ¿Cuál es el canal de comunicación que más le atrae? Voz a voz

DEBILIDADES: ¿Qué debilidades tiene?

19. ¿A qué desafíos se enfrenta? Falta mas atención con mal producto
20. ¿Cuáles son sus mayores frustraciones? No encuentra lo que busca
21. ¿A qué obstáculos se enfrenta para conseguir sus objetivos? Poco Producto en la tienda
22. ¿Qué riesgos teme encontrarse? Físicos Ecológicos Emocionales Condiciones

FORTALEZAS: ¿Qué fortalezas tiene?

23. ¿Qué logros quiere alcanzar? Buena Proyección
24. ¿Cómo mide el éxito? Por las Ventas - Hospicio Diario.
25. ¿Qué estrategias utiliza para conseguir sus objetivos? - Buen Servicio. Atención, calidad. Oportunidad

Powered by CamScanner

Una vez resueltas las anteriores preguntas del mapa de empatía es posible determinar del cliente:

1. Qué propuesta de valor espera.
2. Cuáles son los canales de distribución por los que espera que conectemos con él.
3. Qué relación marca/cliente quiere que establezcamos con él.
4. Cuánto está dispuesto a pagar por nuestros servicios y/o productos.

ACTIVIDAD: ANÁLISIS DE LA CAJA

Es una valiosa herramienta que permite estudiar diferentes factores del entorno que pueden influir en el desarrollo de la propuesta de valor.

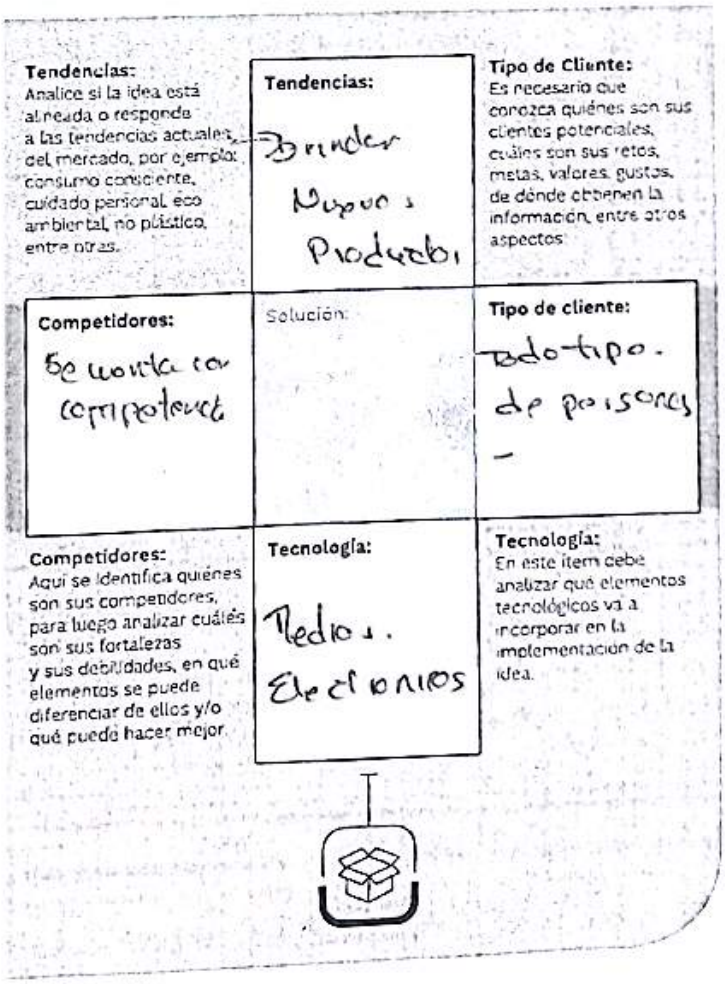
Identifique el problema, oportunidad o necesidad:

Elaboración de un cocktel de café. Teniendo en cuenta que Zetaquin es el principal competidor. Del mismo.

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.



Powered by CamScanner

2 Lienzo propuesta de valor

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.

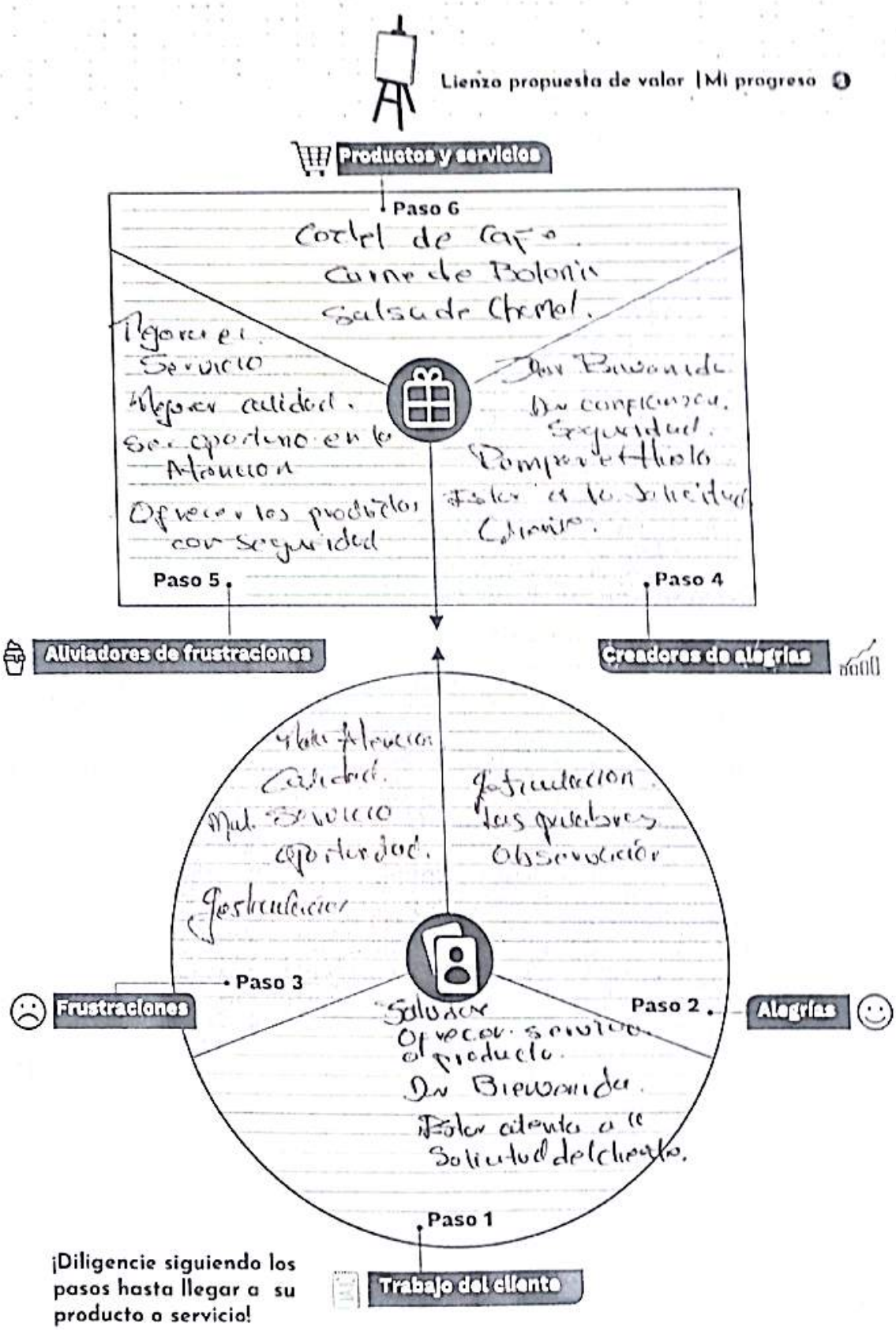
Productos y servicios:	Creadores de alegrías:	Alegrías:	Trabajo del cliente:
Escriba los nombres de los productos y servicios que ofrece y en los que pueden estar interesados sus usuarios.	Explique cómo su idea/ producto/servicio satisface deseos o necesidades para su público potencial.	Escriba los beneficios que sus clientes potenciales buscan obtener: ahorro en tiempo, costos.	Escriba aquí aquello que los clientes están intentando hacer en algún aspecto de su día a día.
Paso 6	Paso 4	Paso 2	Paso 1
	Aliviadores de frustraciones: Describa cómo su idea/negocio/servicio resuelve los problemas más importantes de sus potenciales clientes.	**Frustraciones:** Escriba aquellas dificultades o inconvenientes que el cliente encuentra en algún aspecto de su vida o trabajo.	
	Paso 5	Paso 3	

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:

Powered by CamScanner



Powered by CamScanner

Proyecto productivo

3

Con la información obtenida en el mapa de empatía identifique cuáles elementos encajan y son pertinentes para la propuesta de valor. Defina la propuesta a continuación:

1. ¿Cuál es el nombre del proyecto productivo? Cosecha de Victorias

2. Teniendo en cuenta los ejercicios desarrollados previamente identifique una necesidad, una problemática o una oportunidad
Ampliar el Negocio.

¿Qué solución plantea?
Mejorar. las instalaciones, muebles mesas etc.

3. ¿Qué se ha hecho para atender esa problemática, necesidad u oportunidad? No Hay Recurso.

4. ¿Cuál es la brecha que identifica al describir al cliente?
Seguridad con el Servicio.

5. ¿Qué solución se plantea?
Mejorar Servicio Atención. Ampliacion, variedad de productos.

6. ¿Cuál es el perfil de su cliente potencial?
Cualquier persona que le guste el Cafe. y Productos Varios

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

8. ¿Cuál es el componente innovador del proyecto?
Cafe natural de alta cocción

Powered by CamScanner

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

[X] Ambiental: Minimiza la contaminacion.

[X] Social: Empatia con los clientes/usuarios.

[X] Económico: Falta de Recursos.

[X] Tecnológico: Redes sociales.

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

El proyecto nos brinda la oportunidad de producir conocimientos Tecnicos de Mercadeo de atencion al cliente, de servicio. y nos ayuda a mejorar Nuestros Distintos comercios ampliando nuestros productos o servicios.

- Escriba aquí otras consideraciones relevantes del proyecto:

Nuevos productos a base de cafe.

Presentacion de productos al cliente

Powered by CamScanner

Modelo de negocios CANVAS

4

1. A partir de las actividades desarrolladas previamente (análisis del entorno y mapa de acto res), construya su modelo de negocio CANVAS en la plantilla Modelo CANVAS Fase Forma ción, 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- oles-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.

Powered by CamScanner

MODELO DE NEGOCIO CANVAS			Diseñado por:	
Asociaciones clave (red de partners)	**Actividades clave**	**Propuesta de valor**	**Relaciones con los clientes**	**Segmentos del mercado**
Sena Comuna de Comuneros La Dian Procuraduría La Red de Empresarios Turísticos Restaurante .	- Punto de venta. - Promoción - Mantenimiento	El plus de. Hagas ser tapas y cocteles Torta de. Cafe.	Buena atención Atento oportuno Calidad.	- niños - Hombres Mujeres Todo tipo de estrato socio económico Todos los Policías.
	Recursos clave		**Canales, distribución y comunicación**	
	- Humano - Financiero - Físico. - Intelectual		Publicidad. Voz a voz Redes Sociales	

Estructura de costos		Fuentes de ingreso	
COSTOS FIJOS	0		
Costos de funcionamiento	0	Ventas totales	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).

Powered by CamScanner

Prueba de producto o servicio 5

ESTRATEGIA COMERCIAL Y GESTIÓN DE VENTAS

Estimado aprendiz, con apoyo de su instructor construya los siguientes elementos relacionados con la estrategia comercial de la futura Unidad Productiva.

- Dibuje una propuesta de logo para la futura Unidad Productiva.

- ¿Cuál es su marca, nombre? Cafetla de Victoria s
- ¿Cuál es su eslogan? No tiene.
- ¿Cuál es su portafolio de productos o servicios? No tiene.
- ¿Cuál es el precio de su producto o servicio?
- ¿Cómo va a realizar la promoción de su producto o servicio? Voz a voz Redes sociales
- ¿Cuáles van a ser sus canales de comercialización? Voz a voz Redes sociales Emisora

Powered by CamScanner

Actividad grupo focal o "focus group": para la siguiente actividad, invite a algunas personas que cumplan con las características de clientes potenciales frente al nicho de mercado identificado, pídales probar su producto o servicio. Posterior al uso, consúlteles por el resultado.

Pregunte al grupo de prueba sus opiniones sobre cómo funciona el producto o servicio, qué piensan del diseño y sus otros sentimientos sobre el producto o servicio.
¿Lo recomendarían a otras personas? Tome nota de sus opiniones y recomendaciones, piense en aquello que se podría mejorar antes de sacar el producto o servicio al mercado.

Conclusiones del ejercicio: El grupo de Emprendedores no cuenta con Unidad Productiva por. que. una persona se compromete ha hacerlo.

Por Política del Sena debe Haber mas de 2 personas.

El caso de computrabajo emprendedor se Dictara se dio indicaciones.

Participacion minima de los aprendices.