



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **DENOMINACIÓN DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN:** MANTENIMIENTO DE LOS MOTORES DIESEL
- **FICHA:** 3314018
- **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:**
 - 1) Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social
 - 2) Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social
 - 3) Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado
 - 4) Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social
- **DURACIÓN DE LA GUÍA:** 48 HR

2. PRESENTACIÓN

. Estimado Aprendiz

Reciba un cordial saludo, el propósito de esta guía, consiste en brindar orientaciones precisas acerca de la formación profesional integral SENA bajo la modalidad titulada presencial y la formulación de las actividades de aprendizaje a realizar.

Con esta guía usted se contextualizará sobre los lineamientos institucionales de la competencia, para adaptarse a su lugar de estudio con motivación y empoderamiento. Se sugiere leer en su totalidad el documento para desarrollar cada una de las acciones propuestas a tiempo y cumplir con la evidencia calificable de manera exitosa.

El emprendimiento es un ejercicio de libertad en el cual los sujetos se afirman en su capacidad de decidir, por una idea que se convertirá en su proyecto de vida en términos



sociales, individuales, culturales y económicos. Está relacionado con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y la concreción de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor.

La presente guía tiene como finalidad abarcar aspectos importantes que se deben considerar para crear o fortalecer emprendimientos de alto valor. Se abordarán temáticas que servirán de apoyo al aprendiz para identificar los elementos de la cultura emprendedora, conjunto de conocimientos y característica que tiene una persona las cuáles pone en práctica para ser un verdadero emprendedor.

Mediante la realización de las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, usted tendrá la oportunidad de desarrollar una visión integral del entorno empresarial, de manera que pueda identificar los rasgos del perfil de los emprendedores, diferenciar el concepto de emprendimiento de otros similares, elaborar y evaluar su perfil emprendedor y concebir que construir el proyecto de vida y el perfil emprendedor se contrastan como instrumentos del desarrollo personal.

Dada esta premisa y el contexto de la presente guía, al finalizar esta etapa, usted estará en capacidad de realizar una contextualización de su entorno económico, generar ideas de negocio enfocadas al fortalecimiento del tejido social y empresarial.

¡BIENVENIDO!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

3.1.1 Test de Cualidades emprendedoras

El propósito de esta actividad es realizar un autodiagnóstico de su Espíritu emprendedor. Para esto es muy importante su colaboración y sinceridad durante el desarrollo del test, pues de ello dependerá la elaboración e implementación de un buen plan de acción que permita mejorar y/o potencializar su espíritu emprendedor.



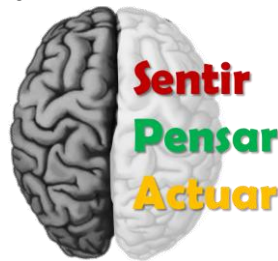
En el siguiente enlace encontrarás un test que te permitirá reconocer que tipo de emprendedor eres, este tiene varias opciones de respuesta,
<https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/tipos-de-emprendedores.html>

Marque la opción que más se ajuste a tu opinión, la que mejor refleje tu forma de pensar, sentir o actuar; no conteste pensando en agradar a alguien; piense en que es su futuro el que está en juego, no el de nadie más.

Una vez completado el test, descargue el resultado, seguidamente envíe su evidencia en el canal de comunicación dispuesto por el instructor y participe en el espacio de retroalimentación propuesto.



3.1.2 Actividad de Reflexión Inicial



Para entender un poco mejor el comportamiento emprendedor, se verá el ejemplo de Henry Forero, un joven con muchos sueños y mucho éxito:
<https://www.youtube.com/watch?v=lbfov7kXDhs>





Reflexionar

- ¿Qué características definen a Henry Forero?
- ¿Cuál es el sueño de Henry?
- ¿Qué hizo para conseguirlo?
- ¿Cómo el entorno influyó sobre las decisiones de Henry Forero?

De acuerdo con la cartilla del comportamiento emprendedor del fondo emprender (Gutiérrez Achury, Martínez Vega, Gómez Franco, García Pereira, & Caycedo Molano, 2020, pág. 14) se definen los 3 elementos del comportamiento emprendedor de la siguiente manera:



Hora de Accionar

En equipos de trabajo generados por los instructores desarrollar el juego de persecución en el laberinto entrando en el siguiente enlace:

<https://wordwall.net/play/15149/712/356>

Instrucciones:

- Registre su nombre de equipo
- Resuelva los 15 laberintos contestando las preguntas que aparecen en la parte inferior de la pantalla, llevando el personaje con la flecha del teclado a la respuesta correcta.
- Evita ser tocado por los aliens
- Tienes 10 minutos en cada intento (aunque te daremos 20 minutos para que lo puedas intentar más de 1 vez con tu equipo)
- Una vez termine el juego tome un pantallazo del resultado y compártelo



¿Qué actividades económicas impulsan el desarrollo económico local de tu región?

3.1.4 Actividad de Reflexión Inicial

UNA HISTORIA QUE SUELE OCURRIR...

Pablo: ¡qué bien compadre!, y ¿qué va a vender?

Pedro: ¡ay compadre!, aún no he pensado en eso.

Mencione 5 aspectos claves que olvidó Pedro para la puesta en marcha de su negocio.

Finalmente, participe del debate y la socialización de sus respuestas al grupo de formación en el espacio que la instructora disponga para esta actividad.



Los negocios, al igual que todas las cosas interesantes en la vida, tienen una razón de ser, una circunstancia, momento, oportunidad y/o situación de mejora que los motiva, y en el centro de todo ello siempre estará UN CLIENTE.

RECUERDE QUE: De la forma como enfoque su negocio para aprovechar esa oportunidad y llegar a sus posibles clientes dependerá el éxito del mismo; para hacer esta tarea de la mejor manera es clave definir SU

3.1.5 Actividad de Reflexión Inicial

Es momento de analizar dos elementos importantes al momento de construir una idea de negocio: tus clientes y tus costos. Para ello te invito a responder los siguientes interrogantes:

¿Por qué es importante establecer y mantener interacciones con los clientes, antes, durante y después de la compra?

¿Por qué es importante calcular los costos en los que incurre una empresa para elaborar un producto y/o prestar un servicio?

Participa con tu respuesta, en el espacio dispuesto por su instructor en la sesión de formación.

3.1.6 Actividad de Reflexión Final

Luego de observar el video “el ultimo consejo de Jack Ma para emprendedores”,
<https://www.youtube.com/watch?v=BV8zluGCJ3w>

Imagine y relate una línea de tiempo con los sucesos mas importantes de su vida y proyectese como se ve y donde desea estar en 5 años con su emprendimiento.



3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:

3.2.1 Autodiagnóstico

En la columna del centro y con sus propias palabras defina, describa o dé un concepto de los siguientes términos, si no tiene conocimiento investigue y escriba la definición o concepto en la columna de la derecha. Ambas columnas pueden quedar diligenciadas si tiene dudas respecto a alguna de las palabras o desea ampliar la información.

Palabras o sigla	Mi Concepto	Concepto ampliado
Cultura Emprendedora		
Emprendedor		
Perfil emprendedor		
Emprendimiento		
Empresa		
Mercado		
Modelo de negocio		
Plan de negocio		
Clientes		
Oferta		
Demanda		
Negocios sostenibles		

3.2.2 Reseña crítica

Con una película previamente seleccionada por el instructor que sera transmitida durante la sesión, los aprendices conformaran parejas para redactar una breve reseña critica sobre dicha película siguiendo los lineamientos indicados.



3.2.3 Descubre tu idea

Analizar el sector productivo de influencia ayuda a comprender las dinámicas de desarrollo económico local, proporciona información valiosa para desarrollar un mejor análisis del mercado. **DESCUBRE TU PROPÓSITO**

El emprendimiento es la actitud que nos permite comenzar nuevos proyectos, que contienen un alto valor agregado y que implican una enorme porción de riesgo. Pero, ¿cuáles son nuestras motivaciones para emprender? ¿Qué nos motiva a tomar esos riesgos y cumplir con esa meta final que nos hemos trazado?.

Conocer los motivos por los cuáles deseas emprender te permitirá avanzar con tu idea o modelo de negocio, a pesar de las dificultades. Con el propósito de enrutarte su carrera hacia el emprendimiento, se le invita a responder la siguiente pregunta:
¿Cuáles son sus motivaciones para emprender?

Participe activamente con su respuesta en el espacio dispuesto por la instructora.

3.2.4 ¿Qué Es Un Modelo De Negocio?



Es una representación que resume la forma como un negocio selecciona sus clientes, les ofrece productos y servicios, les da valor agregado (adicional), llega a ellos, se relaciona con los mismos y gana dinero en el proceso.



Para elaborar dicha representación podemos hacer uso del MÉTODO CANVAS o LIENZO DE NEGOCIO, ideado por Alexander Osterwalder y Yves Pigneur, y que se explica afondo en su libro “Generación del Modelo de Negocio”.

El Método CANVAS es una herramienta que simplifica mucho los pasos para generar un modelo de negocio rentable sustentado en la propuesta de valor para los clientes de sus productos; dicho modelo debe plantear las bases de la mezcla de mercadeo de su empresa. A continuación con la ayuda de su instructor, los grupos de trabajo previamente conformados, usted construirá su modelo de negocio dando respuesta a una serie de interrogantes sobre 9 aspectos clave del mismo. Para ello utilizaremos como apoyo una matriz modelo de negocio que diligenciará con sus respuestas.

¡Aquí vamos!

1. PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué diferencia tu plan de negocio al de otros, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.

Son esas características físicas o intangibles del producto que tiene un valor para el cliente y sobre el cual se basa su decisión de compra. Qué estas vendiendo con tu propuesta de valor: Salud, experiencias, emociones, sensaciones.

2. SEGMENTO DE CLIENTES

Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.

¿Qué es el segmento de mercado? Es un grupo de personas con características o necesidades similares; que representan una oportunidad de compra para productos o servicios específicos ofertados en el mercado.

¿Qué debo considerar para hacer la segmentación?

Ubicación geográfica. Divididos con base a la ubicación (barrio, localidad, municipio, etc).

Demográfica. Género, edad, cantidad de ingresos, entre otros.

Psicográfica. Gustos y preferencias del cliente.

3. CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Describen la forma cómo una empresa comunica y llega a su segmento de clientes para entregar su propuesta de valor. Es decir son una interface con los clientes, dado que son un punto de contactos con los clientes y potenciales clientes para interactuar, llamar su atención y atraerlos a tu negocio y posteriormente serán los medios o canales a través de los cuales entregas a tus clientes tus servicios o productos y el soporte o ayuda que requieran posterior a la compra que te haya hecho.

Los Canales de Distribución son el conducto y un conjunto de organizaciones a través de las cuales, las empresas se encargan de trasladar un producto desde el fabricante hasta



el consumidor final, en las cantidades apropiadas, en el momento oportuno y a los precios más convenientes para ambos. Lo anterior hace referencia al tipo de canal que utilizará el productor para que su producto llegue al consumidor final.

Tipos de Canales de Distribución:

Canal Directo: Como su mismo nombre lo dice, la distribución del producto es directa desde el fabricante hasta el consumidor final, sin la utilización de intermediarios. Un ejemplo claro es la venta por internet, por catálogo y la clásica venta puerta a puerta.

Canal Indirecto: Pasa de la fábrica a un intermediario, ya sea mayoristas o minoristas para luego llegar hacia el consumidor final. Un ejemplo son los mercados, supermercados, entre otros.

El tamaño puede variar en función de la cantidad de intermediarios que conformen la senda atravesada por el bien o servicio. A partir de esto, se pueden distinguir dos canales indirectos:

El Canal Corto está constituido por dos peldaños, por ello cuenta con sólo un mediador entre el productor y el consumidor final. Algunos ejemplos de un canal corto de distribución podrían ser: venta de automóviles, indumentaria exclusiva, entre otros.

El Canal Largo se caracteriza por la presencia de una cantidad numerosa de intermediarios, y suele identificar a la gran mayoría de productos de consumo.

Factores que influyen en la elección de un Canal de Distribución:

- Los clientes con necesidades diferentes a las que satisface nuestro producto, dinero para gastar en obtener y voluntad de gastarlo.
- Los productos pueden ser perecederos, que con el transporte a larga distancia puede deteriorarse, depende del valor que le de él consumidor final.
- Los intermediarios con disponibilidad para llegar a cierto espacio geográfico, la calidad de servicio que promete a cierto segmento del mercado, políticas de distribución.
- La empresa siempre depende de las aspiraciones que tiene para satisfacer a sus clientes, de los recursos con que cuente, de los servicios que brinda.
- El mercado depende si los potenciales clientes están situados en unas cuantas regiones geográficas o si están muy dispersos.
- La competencia influye si los productos son de consumo masivo y tu competidor está en una zona geográfica, es importante hacernos presentes para formar parte de la torta como opción de compra para tu consumidor final.

3.2.4. Identifica el centro de tu idea de negocio

Los clientes se han convertido en el corazón de los emprendimientos, por lo cual antes de materializar y hacer realidad tus ideas debes reconocer hacia quienes van dirigidas y cuales serán los medios a través de los cuales llegarás a ellos.



4. RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Ahora debes determinar la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un gana-gana que la haga rentable y duradera. Definir cómo la empresa se relacionará con sus clientes para ello debe plantearse los siguientes interrogantes:

¿Qué tipo de relación cada segmento de clientes espera que la empresa tenga con ellos?
¿Qué tipo de relación existe hoy? ¿Cuánto cuesta esa relación? ¿Cómo esa relación se integra con el resto del modelo de negocios?

Servicio post venta – Evalúe el nivel de satisfacción de los clientes una vez es ejecutada la venta, conozca qué experiencia tuvo el cliente con el producto.

Comunicación fluida – Establezca un canal de comunicación con sus clientes que le permita crear y mantener una relación y lazos de confianza. Conocer sus inquietudes respecto al producto, el servicio recibido para mejorar su relación con los clientes.

Motivación – Identifique qué aspectos motivan a sus clientes a regresar a su negocio.

Confianza y seguridad – Garantice a sus clientes seguridad en los productos que ofrece en cuanto a calidad y uso.

Tipos de relaciones con el cliente

Existen varios tipos de relaciones con los clientes. Debes especificar de qué forma se conectará tu propuesta de valor con el cliente. Estos son algunos de los tipos de relaciones más comunes:

Directa: mantienes un trato personal con el cliente, sea cara a cara o vía telefónica

Indirecta: en la comunicación a distancia se usan medios tecnológicos como la mensajería, los correos electrónicos o afines.

5. FUENTES DE INGRESOS

Las fuentes de ingresos determinarán la estabilidad financiera de una empresa. Por una parte es necesario definir cuál será la fuente de ingresos para su emprendimiento, es decir, cómo apalancará la puesta en marcha de su negocio. Por otra parte es clave para la sostenibilidad del negocio identificar cuáles son los ingresos que espera recibir de su negocio, la razón de ser de ingresos de su empresa (demanda del producto e incremento de las ventas).

Dicho de otra forma la estructura de ingresos son la fuente de ingresos para la ejecución del emprendimiento y los ingresos que esté generará provenientes de las ventas y que pueden tener diversas formas a través de ingresos por ventas, por suscripciones, mantenimiento o soporte.

Es importante que empiece a reflexionar sobre los siguientes interrogantes:

¿Por cuál valor están dispuestos a pagar los clientes?



Con esto podremos determinar nuestra principal fuente generación de ingresos, así como validar la coherencia y viabilidad del modelo de negocio.

¿Cómo pagan los clientes y cómo les gustaría pagar?

De gran utilidad para conocer las preferencias de pago de los clientes y si estamos ofreciendo los medios adecuados para promover y facilitar el flujo de ingresos hacia el negocio.

¿Cuánto reportan las diferentes fuentes de ingresos al total?

Permite cuantificar los ingresos provenientes de cada fuente y enfocarnos en las de mayor importancia.

6. RECURSOS CLAVES

Son los Recursos necesarios para realizar todas las actividades, tareas, procesos y en general hacer que el negocio funcione.

Permiten elaborar y ofrecer una propuesta de valor atractiva para tu segmento de clientes. Gracias a estos recursos puedes mejorar tu relación con los clientes y generar ingresos en tu negocio. Se debe realizar un análisis profundo sobre los objetivos y características de tu empresa, para poder establecer los mejores recursos clave para tu Lienzo Canvas.

Tipos de recursos clave

Los recursos clave pueden ser financieros, humanos, físicos e intelectuales.

Recursos financieros - Son los medios para obtener el capital que necesitas para llevar a cabo tu emprendimiento. Nos permiten obtener ventajas en el mercado y dominar los distintos instrumentos financieros (efectivo, líneas de crédito, etc.) para ubicarnos en una posición más competitiva.

Recursos humanos - Todos los socios y empleados de tu empresa serán clave para lograr los objetivos de la empresa. Debes ser muy hábil para contratar a tus empleados en los puestos clave del negocio.

Recursos físicos - Incluye todos los recursos de la empresa: Instalaciones, puntos de venta y otros bienes que dan ventaja sobre la competencia.

Recursos tecnológicos – Incluye la maquinaria especializada, equipos tecnológicos y aplicaciones digitales (página web, una app, un software para las compras online, elementos publicitarios, entre otros) que utilizarás para el desarrollo de los procesos.

7. ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades son todas las acciones, tareas y procesos que hay que ejecutar para lograr llegar al mercado objetivo, atraer potenciales clientes, generar ventas, entregar el producto o servicio (La experiencia propuesta), brindar el soporte y ayuda posterior a la venta y en general hacer que el negocio funcione día a día.

Al igual que los recursos clave, son imprescindibles para crear y ofrecer propuestas de valor, llegar a los mercados, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos.



Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, se definen las actividades necesarias para entregar la oferta.

En definitiva, la reflexión sobre las actividades clave para el desarrollo de un modelo de negocio deberá dar respuesta a estas cuatro preguntas:

¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? ¿Cuáles requieren nuestros canales de distribución? ¿Cuáles nuestra relación con los clientes? ¿Cuáles los flujos de ingresos?

8. SOCIOS CLAVES

Determinan las alianzas estratégicas que se deben generar para conseguir las metas propuestas del plan de negocio. Estas alianzas estratégicas se pueden desarrollar con diferentes grupos de interés (proveedores, gremios, entre otros).

Es importante identificar los socios claves que tendrá su emprendimiento, pues ellos ayudaran con sus diferentes aportes hacia el logro de metas. Por lo tanto usted deberá realizar una caracterización de sus grupos de interés con el propósito de identificar de qué manera ellos aportarían y serian clave para el desarrollo de su modelo de negocio.

Cabe resaltar que para realizar esta identificación, usted como emprendedor tiene que tener una información previa de qué aspectos debe fortalecer en su modelo de negocio, es decir, teniendo en cuenta la estructura del plan de negocio clasifique en cada elemento debilidades y amenazas que tiene su emprendimiento, realizando una listas de aspectos importantes por mejorar o fortalecer.

Uno de los interrogantes que puede plantearse para identificar los socios claves es:

¿Qué recursos son claves para que tu modelo de negocio funcione?

¿Qué pueden hacer los socios mejor que usted, en cuanto a ahorro de costos?

¿Con quién debes buscar alianzas para escalar tu negocio?

3.2.5 Calcule Su Idea de Negocio

9. ESTRUCTURA DE COSTOS

Describe los costos en los que se incurren para poder explotar el negocio. Crear y entregar valor, mantener relaciones con los clientes y generar ingresos nos obliga a incurrir en costos.

Todo negocio debe conocer su estructura de costos, dado que son el insumo de direccionamiento estratégico y financiero. De allí la importancia de cómo identificarlos, planificarlos y contenerlos. No podemos marcar precios de venta al público sin conocer bien la estructura de costes y, muy especialmente, habiéndolos categorizado adecuadamente.

En los negocios (y en Contabilidad) el coste es el valor monetario que una empresa ha invertido para producir un producto o servicio. Identificar bien los costes de tu emprendimiento permite una buena salud empresarial.



- El cálculo de costes es vital para un buen futuro empresarial.
- En muchas ocasiones, los empresarios diseñan sus precios basándose en la competencia, pero no calculan los costes asociados.
- Es por ello que no saben si son capaces de conseguir la rentabilidad necesaria para que la empresa sea viable.

Objetivo de los costos

- Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.
- Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
- Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

Objetivo de los costos

- Permiten conocer el monto de los recursos que se necesitan para producir un bien.
- Suministran información para monitorear, evaluar y controlar los costos en el proceso de producción.
- Ayudan a fijar el precio de venta, el margen de rentabilidad y la utilidad.

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

1. Costes fijos

Costos que se mantienen constantes a lo largo del tiempo, es decir, su importe no variará por mucho que cambie el nivel de producción o los recursos empleados. Un ejemplo de coste fijo sería el importe que se paga de alquiler del local.

2. Costes variables

Costes que varían en función del nivel de producción que se ejecute. Cuanto mayor sea este último, más elevado será el coste variable. Un ejemplo de coste variable sería la materia prima o la mano de obra.

Costos Variables Su valor aumenta o disminuye según el volumen de actividad de la organización.	Materias primas: insumos, repuestos, mercancías, entre otros.
	Mano de obra al destajo
	Comisiones sobre las ventas
	Empaques, fletes y otros
Costos Fijos Se comportan independientemente del nivel o volumen de operación de la organización. Son pagos en los que debe incurrir la empresa obligatoriamente sin importar el volumen de producción o ventas.	Sueldos y salarios fijos con sus prestaciones correspondientes
	Alquiler de bodega, planta de producción, etc.
	Mantenimiento de máquinas y equipos de producción y de oficina
	Otros



3.3 Actividades de apropiación

3.3.1 La actitud de un emprendedor.

Con base en el video “El camino al éxito” elabore una matriz DOFA individual donde identifique sus características de acuerdo a lo inspirado en el video. Visualice el vídeo en el siguiente link <https://www.youtube.com/watch?v=8MfsvOU-MdQ>

Para desarrollar esta actividad usted debe conocer los aspectos de la matriz, los cuales le permitirán identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para lo cual, se requiere un autoanálisis de las siguientes aspectos:

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.

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 delante de sus competidores y frente el entorno.

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

El diseño de la matriz DOFA será de libre elección por el aprendiz.

3.3.2 Ruta emprendimiento SENA

La ruta de emprendimiento SENA se encuentra compuesta por los siguientes programas:

- SENA EMPRENDE RURAL
- EMPRENDIMIENTO Y OTRAS FUENTES DE FINANCIACION
- FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL
- FONDO EMPRENDER

Teniendo en cuenta toda la información proporcionada de cada programa, analice y responda las siguientes preguntas:



1. ¿Tenía usted algún conocimiento previo acerca de los programas para emprendimiento gestionados por el SENA?
2. De todos los programas con los que cuenta el SENA dentro de su ruta emprendedora, ¿Cuál considera tienes más beneficios para la comunidad?
3. Si tuviera la posibilidad de postularse a uno de los programas, ¿a cuál se postularía? ¿Por qué?

3.3.3 Lluvia Ideas de Negocio

La lluvia de ideas, es una herramienta de gran ayuda pues te permite salirte de tu zona de confort y buscar soluciones diferentes a problemas o necesidades que tiene una población. ¡Recuerda que no hay ideas malas y que la creatividad puede ser un elemento fundamental para que tu idea sea un éxito!

Para desarrollar esta actividad usted podrá realizarla de manera individual o conformando grupos máximo de tres (3) aprendices. Reconozca y analice:

- ☐ Lluvias de ideas. Identifique ideas de negocio orientada en el programa de formación que actualmente recibe formación. (Para ello deberá reunirse con su grupo y debatir y generar propuestas de negocios).
- ☐ Identifique problemáticas y/o oportunidades relacionadas con su idea de negocio.
- ☐ Proponga soluciones que respondan a satisfacer necesidades, de acuerdo a la problemática o necesidad focalizada, a través de la fabricación de productos o la prestación de servicios.

3.3.4 Comienza a construir tu Canvas

Estimado aprendiz, con el fin de tener un primer acercamiento a los conocimientos iniciales del resultado de aprendizaje, le invito a desarrollar la siguiente actividad. Usted tiene la posibilidad de trabajar de manera individual o reunirse con el grupo previamente conformados.

Paso 1 – Segmento de clientes

Responde a la pregunta a quiénes se dirige nuestro producto o servicio. Describe el público objetivo y sus características.



SEGMENTOS DE CLIENTES



1

Lo primero que debe hacer es definir a quiénes va a ofrecer su producto, para de esa forma enfocar correctamente sus esfuerzos. Para tal fin debe responder las siguientes preguntas:

✓ ¿A quiénes va dirigido su producto?, ¿dónde viven?, ¿A qué se dedican?, ¿cuál es su escolaridad?, ¿cuál es su capacidad adquisitiva?, ¿cuáles son sus necesidades?.

Paso 2 – Propuesta de valor

La propuesta de valor se refiere a cómo respondemos las necesidades de los clientes con nuestros productos y servicio y define también el precio, la personalización, el ahorro y el diseño. Para ello responde qué diferencia tu plan de negocio al de otros, cuál es tu punto diferenciador ante la competencia.

PROPUESTA DE VALOR



2

El paso a seguir es tener claro qué ofrecerá a sus posibles clientes, estableciendo el **valor agregado** (adicional) que lo diferenciará de su competencia; para esto debe tener presente lo siguiente:

✓ ¿Qué valor agregado (adicional) entregará a sus clientes? (servicio, calidad, garantía, rendimiento, servicio posventa).

GFPI-F-135 V01

Paso 3 – Canales de distribución

Responda a la pregunta cómo hará llegar su propuesta de valor al segmento de clientes.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN



3

Lo que sigue es entender cómo colocará su propuesta de valor en el mercado, evitando desperdiciar sus esfuerzos y malgastar sus recursos; esto implicar saber:

- ✓ ¿Cómo los clientes se hacen conscientes sus productos?
- ✓ ¿Cómo le permite a sus clientes comprar?
- ✓ ¿Cómo conseguirá que su producto llegue a los clientes?



3.3.4 Desarrollo de tu Modelo Canvas

Paso 4 – Relación con clientes

Determine la forma cómo construirá, mantendrá y mejorará la relación con sus clientes, buscando en el proceso un gana-gana que la haga rentable y duradera.

RELACIÓN CON LOS CLIENTES



4

- ✓ ¿Cuáles serán sus tácticas para conseguir clientes, mantenerlos y hacerlos crecer en cantidad?
- ✓ ¿Cómo será la relación que tendrá con sus clientes? (autoservicio, asistencia personalizada, comunidad de clientes)
- ✓ ¿Qué canales empleará para comunicarse con ellos? (visitas personalizadas, llamadas telefónicas, mensajería instantánea, correo electrónico, correo físico).

Paso 5 – Fuentes de ingresos

El paso que sigue es determinar de qué manera le dará flujo de caja a su negocio para que se pueda sostener y crecer con el tiempo.

FUENTES DE INGRESOS



5

- ✓ ¿Qué productos generan mayor fuente de ingresos por demanda?
- ✓ ¿De qué forma obtendrá dinero?
- ✓ ¿Qué canales de pago empleará?
- ✓ ¿Cuál será la estrategia de precios?
- ✓ ¿Qué formas de pago empleará?

Paso 6 – Recursos claves

Ahora es preciso establecer qué recursos necesitará para hacer realidad su propuesta de valor; esto le permitirá saber qué se requiere para que sea viable su negocio.



RECURSOS CLAVES



6

- ✓ ¿Qué recursos clave requiere su propuesta de valor? Establezca tipos de recursos: financieros, físicos, humanos, intelectuales (conocimiento) y tecnológico.
- ✓ ¿Qué recursos requiere tu propuesta de valor?

Paso 7 - Actividades claves

Lo siguiente es determinar las actividades que hacen realidad su negocio, de forma tal que pueda presupuestar los esfuerzos que serán necesarios para poder llevar a cabo el mismo.

ACTIVIDADES CLAVES



7

- ✓ Identifica todas las actividades que realizas (realiza un listado). Define cuáles aportan a tu propuesta de valor y cuáles no.
- ✓ ¿Qué actividades clave requiere su propuesta de valor?
- ✓ ¿Qué cosas más importantes ofrece su empresa para que el modelo funcione, para que empiece a ingresar dinero?

Paso 8 - Relaciones claves

Un negocio exige una importante cantidad de esfuerzo e inversión; por ello es clave que conozca con quiénes puede establecer sociedad o alianza para sumar esfuerzos con miras a ser más efectivo e incrementar su rentabilidad.

RELACIONES CLAVES



8

- ✓ ¿Quiénes pueden ser sus socios claves? ¿Qué recursos importantes le proporcionarían esos socios claves?
- ✓ ¿Cuáles son sus proveedores claves?, ¿qué le suministran?, ¿qué necesita de ellos para iniciar?
- ✓ ¿Qué pueden hacer sus proveedores mejor y a un costo menor que le permita enriquecer su modelo de negocio?



Paso 9 – Estructura de Costes

Considerando la importancia de identificar los insumos o materias primas que influyen directamente para elaborar un producto o prestar un servicio, se deben tener en cuenta aspectos como:

1. Realice un listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto y/o prestar el servicio.
2. Identificar número de servicios o productos a ofrecer.
3. Clasificar correctamente los costos fijos y costos variables del producto o servicio que ofrecerás.

3.3.5 Caso Practico

Los aprendices visualizarán una serie de casos emprendedores reales tomados del programa SHARK TANK https://www.youtube.com/watch?v=vkmwMr-vqzU&ab_channel=SharkTankColombia

cada equipo de trabajo tendrá asignado 1 de los casos, con el cual deben crear un glosario con todos los términos desconocidos con sus respectivas definiciones y a partir de las apreciaciones personales mencionar visión y dimensiones emprendedoras, proceso de toma de decisiones, creatividad y estrategia emprendedora y procesos de negociación.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

3.4.1 Diana de valoración

Ahora que ya conoces las Características Emprendedoras Personales CEP, se le invita a realizar la siguiente actividad.

Descripción de la actividad

Esta actividad persigue que los aprendices, empiecen apropiarse de competencias asociadas al comportamiento emprendedor, identificando fortalezas y debilidades que están en tu interior. Para ello se le invita a utilizar la herramienta denominada **La Diana de Valoración**, herramienta que te permite identificar en cuáles puntos **necesitas trabajar** y cuáles te **empoderan en el logro de tus objetivos**, todo en términos de las Características Emprendedoras Personales. Siéntete en la libertad de llenarlo sin juzgarte. Aquí no hay lugar para el error o el acierto, ninguna posición es negativa.

1. En primer lugar, toma un lápiz o unos stickers y, con los conceptos mencionados anteriormente, evalúa tu desempeño en cada una de las CEP.
2. Las CEP que ubiques más cerca al centro serán tus fortalezas y las más alejadas serán tus debilidades.



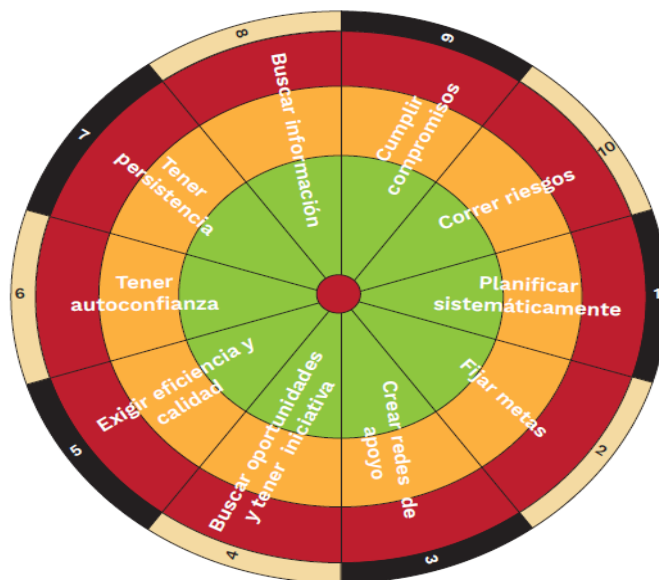
3. Como lo puedes ver en la imagen, la diana tiene tres zonas de valoración, demarcadas con tres colores diferentes.

Verde: Si es un aspecto notable en tu personalidad, ubica el punto cerca al centro.

Amarillo: Si es un aspecto que aplicas con una frecuencia intermedia en tu comportamiento, ubica el punto en el área amarilla de la diana.

Rojo: Si es un aspecto que aplicas con poca frecuencia en tu vida, ubica el punto lo más alejado del centro.

La Diana de Valoración



Marque con una X en el color que se ubica, su CEP en las tres zonas de valoración.

Finalmente escribe

1. La Característica Emprendedora Personal CEP que quieres desarrollar:

2. Selecciona si la Característica Emprendedora Personal es una fortaleza o si debes mejorar, como se muestra a continuación:

Es una fortaleza

☐

Debo mejorar

☐

3.4.2 Presentacion/exposición

En el material de apoyo previamente compartido que corresponde a la CARTILLA COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR con el cual trabajaremos desde la villa de la



visualización y análisis hasta la villa del diseño las cuales comprenden las siguientes temáticas:

- 1. Unidad 2: Visión Emprendedora pag 46 - 48**
- 2. Unidad 3: Dimensiones Emprendedoras pag 52 - 57**
- 3. Unidad 4: Toma de Decisiones pag 61 - 65**
- 4. Unidad 5: Creatividad Emprendedora pag 68 - 74**
- 5. Unidad 6: Estrategia Emprendedora pag 78 - 83**
- 6. Unidad 7: Emprendimiento y Negociación pag 87 - 94**

En grupos de trabajo conformados les será asignada 1 de las temáticas enumeradas, deberán preparar una presentación – exposición junto con 1 dinámica evaluativa de la temática asignada.

Para el desarrollo de la dinámica evaluativa, cada grupo deberá ingresar al link <https://es.educaplay.com/> en el cual encontraran una variedad de dinámicas desde sopa de letras hasta cuestionarios, etc.

- 1 integrante del grupo debe registrarse en la plataforma para poder crear actividades en ella, de lo contrario no les será posible trabajar.
- Seguidamente dentro de todas las opciones seleccionara 1 actividad la cual diseñaran en base a la temática correspondiente de su presentación.
- Luego de exponer su temática presentaran a sus compañeros la dinámica creada por su grupo donde evaluarán los conocimientos adquiridos por ellos.
- La dinámica debe ser resuelta por sus compañeros de clase y no por los integrantes del grupo de exposición.

3.4.3 Genere su idea de negocio

Teniendo en cuenta el formato guía diseñado conformado por 3 secciones, en las cuales se contextualizarán y darán un paso adelante hacia la generación de una idea de negocio. Para el desarrollo de esta evidencia deberán conformar grupos de máximo 5 aprendices, el objetivo final de esta guía es describir de forma clara y concisa una idea de emprendimiento con la que sientan afinidad, identificando qué oportunidad, problema o necesidad se busca satisfacer, qué productos o servicios ofrecerá, en qué lugar estará ubicada la unidad productiva y quiénes serán sus potenciales clientes. Realice la lectura detallada del glosario de términos que se encuentran disponibles en la evidencia.



3.4.4 Cronstruye el CANVAS de tu idea

En esta actividad se desarrollará la matriz CANVAS, la cual le permitirá identificar, de una manera más clara, las características de su emprendimiento. El modelo es una herramienta la cual permite definir y crear un modelo de negocio innovador simplificando 4 áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Tenga en cuenta los 9 elementos que este modelo propone:

1. Segmentos de mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales de distribución
4. Relación con el cliente
5. Fuentes de ingreso
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Socios clave
9. Estructura de costos

Lineamientos de la entrega: Puede desarrollar en plantilla compartida por el instructor o crear su plantilla de libre diseño, formato PDF. Una vez finalizada la evidencia debe ser enviada al instructor.

3.4.5 Pitch Idea de Negocio

El aprendiz desarrollara de manera creativa y didáctica una presentación breve a través de un video dirigido al instructor y compañeros de formación, en el cual presentara una descripción de su idea de negocio y todos sus aspectos relevantes. La presentacion digital debe ser enviada al instructor.





4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias de Conocimiento :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autodiagnóstico de conceptos - Presupuesto de inversión inicial - Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. <p>Evidencias de Desempeño</p> <ul style="list-style-type: none"> - Autoreconocimiento de potencialidades y debilidades en la identificación del proyecto de vida. - Identificación de ideas de negocios - Selección de estrategias de relacionamiento con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, 	<p>Realiza un reconocimiento de conceptos necesarios para el aprendizaje.</p> <p>Identifica aspectos importantes para iniciar su carrera hacia el emprendimiento</p> <p>Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial</p> <p>Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.</p> <p>Articula los elementos de la estructura del plan de negocio definiendo estrategias y acciones claves.</p>	<p>Técnica: Respuesta a preguntas</p> <p>Instrumento de Evaluación: Preguntas en el ambiente de aprendizaje.</p> <p>Técnica: Método expositivo</p> <p>Instrumento de Evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aplicación del test diana de valoración -Presentacion/exposición -Documento escrito que expone idea de negocio seleccionada. -Matriz canvas que identifica los elementos de la idea de negocio. -Video dinámico sustentando idea de negocio.



<p>recursos y relaciones claves.</p> <ul style="list-style-type: none">- Listado de materias primas e insumos- Construye la idea de negocio con herramienta Modelo Canvas. <p>Evidencias de Producto:</p> <ul style="list-style-type: none">- Test de cualidades emprendedoras- Selección de la idea de negocio- Plantea estrategias enfocadas en la relación con clientes, identificación de fuentes de ingresos, actividades, recursos y relaciones claves.- Identificación y clasificación de costos fijos y variables del producto.	<p>Realiza listado de materias primas e insumos necesarios para elaborar el producto.</p> <p>Clasifica correctamente los costos fijos y variables de bien o servicio.</p>	
---	---	--



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

Empresario: Es aquella persona que de forma individual o colegiada, fija los objetivos y toman las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas y asumen responsabilidad tanto comercial como legal frente al exterior.

Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

Formación para el emprendimiento: La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Planes de Negocios: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos. Empresa: Una empresa es una organización o institución dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales.

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 empresa, haga que tengamos éxito o no.

Modelo de negocio: Es una representación del esqueleto de la actividad empresarial. Es una propuesta, generalmente por escrito, de lo que el empresario ofrecerá al mercado y cómo lo hará. Su estructura determinará el valor de la misma.

Modelo de negocio canvas: Cubre nueve aspectos básicos para cualquier negocio de nueva creación: (Propuestas de valor, Segmentos de cliente, Canales, Relaciones con clientes, Fuentes de ingresos, Recursos clave, Actividades clave, Socios claves y Estructura de costes). Sirve como plantilla a la hora de bosquejar la idea de negocio, de



manera que el emprendedor puede anotar en cada casilla estos nueve elementos. Asimismo, ofrece una representación visual y muy fácil de entender.

Costos fijos :Son aquellos que permanecen inalterables aunque aumente o disminuya el nivel de los servicios prestados o de la producción. No tienen relación proporcional con la cantidad de artículos producidos o servicios prestados. Ejemplo: salario del personal administrativo.

Costos variables: Varían proporcionalmente a los cambios experimentados en el volumen de la producción. ejemplo: materias primas y materiales directos.

Punto de equilibrio: Nivel de producción en el cual la empresa no tiene ganancias ni pérdidas. Las ventas equivalen a los costos totales.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ley de Emprendimiento 1014 del 2006.

Política Nacional de Emprendimiento; Ministerio de Industria Comercio y Turismo – 2009.

Guía del Emprendedor; Autores: Mg. Yenny Adriana Villamar y Esp. Yheison Rodríguez 1ª y 2ª Edición ISBN: 978-958-8292-22-9

<https://www.entrepreneur.com/article/269219>

<https://emprendepyme.net/crear-empresa/idea-de-negocio>

https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/analisis_costos/unidad1_pdf2.pdf

Cartilla de Comportamiento Emprendedor: Camino al Logro / Ruth Nelly Gutiérrez Achury [y otros 4].—Primera edición — Bogotá: Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA). Dirección General, 2020.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Norely Torres Ruiz Instructor de	Instructor de emprendimiento	Centro Comercio, Industria Y Turismo De Cordoba	01/02/2022



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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Claudia Baines Sanchez	Instructor de emprendimiento	Centro Comercio, Industria Y Turismo De Cordoba	26/04/2023	Ajustes de guía
	Loli Sanchez Oviedo	Instructor de emprendimiento	Centro Comercio, Industria Y Turismo De Cordoba	01/07/2023	Ajustes de guía
	Claudia Baines Sanchez	Instructor de emprendimiento	Centro Comercio, Industria Y Turismo De Cordoba	25/04/2024	Ajustes de guía
	Claudia Patricia Baines Sanchez	Instructor de emprendimiento	Centro Comercio, Industria Y Turismo De Cordoba	1/07/2024	Modificación de versión formato guía