PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA DE NEGOCIO
- Código del Programa de Formación: 12210014
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Fase del Proyecto (si aplica): N/A
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Competencia:
  - ✓ Estructurar la propuesta de solución de negocios según tipo de proceso y procedimiento técnico.
  - ✓ Validar la propuesta.
  - ✓ Preparar propuesta de negocio.
- Resultados de Aprendizaje:
  - ✓ Planear la propuesta de negocio de acuerdo con normas técnicas y legales.
  - ✓ Estructurar la propuesta de negocio de acuerdo con metodologías y normas.
  - ✓ Hacer seguimiento a la estructuración de la propuesta de negocio de acuerdo con normas y procedimientos técnicos.
  - ✓ Ajustar la propuesta de negocio de acuerdo con normas técnicas legales y marcos de referencia.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 48 horas.

2. PRESENTACIÓN

- Motivar hacia la actividad de aprendizaje en consideración a las fortalezas que aportará en el desarrollo de habilidades y destrezas.
- Guiar y organizar el aprendizaje de manera que se oriente al desarrollo integral del aprendiz
- Motivar a la acción, al trabajo autónomo sistemático y organizado.

- Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos.
- Promover el aprendizaje colaborativo y el crecimiento integral del grupo.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

El curso de **Elaboración de la Propuesta de Negocio** está orientado a desarrollar en los aprendices las competencias necesarias para estructurar iniciativas empresariales viables, innovadoras y pertinentes al contexto. Desde el enfoque pedagógico del SENA, se promueve el aprendizaje basado en la identificación de oportunidades, la creatividad y la toma de decisiones fundamentadas, fortaleciendo el espíritu emprendedor.

Durante el proceso formativo, el aprendiz adquiere herramientas para la formulación de ideas de negocio, el análisis del entorno, la definición de propuestas de valor y la estructuración de componentes clave como el mercado, la operación y los aspectos financieros básicos. Así mismo, se fomenta la capacidad de transformar ideas en propuestas concretas, sostenibles y con potencial de impacto económico y social.

De esta manera, el curso contribuye a la formación de aprendices capaces de generar alternativas productivas, impulsar iniciativas empresariales y aportar al desarrollo de su entorno desde una visión estratégica e innovadora.

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

1. Actividad de reflexión inicial: "Ideas de negocio en mi entorno"
El aprendiz participa en un espacio de análisis donde identifica emprendimientos existentes en su comunidad (tiendas, servicios, negocios familiares, emprendimientos digitales, entre otros). A partir de preguntas orientadoras, reflexiona sobre:

- ¿Qué necesidad resuelve el negocio?
- ¿Qué lo hace diferente?
- ¿Por qué algunos negocios prosperan y otros no?

Esta actividad permite reconocer la importancia de estructurar adecuadamente una propuesta de negocio.

2. Lluvia de ideas: "¿Qué es emprender?"
El instructor dinamiza una actividad participativa en la que los aprendices expresan sus percepciones sobre emprendimiento, negocio, innovación y generación de ingresos.
Se identifican:

- Conceptos previos
- Experiencias personales
- Mitos o ideas erróneas sobre crear empresa

3. Diagnóstico de saberes previos
Se aplica un instrumento (cuestionario o actividad práctica) para identificar el nivel de conocimiento en:

- Generación de ideas de negocio

- Conocimiento básico de mercado
- Manejo de costos e ingresos
- Experiencias en ventas o emprendimiento

Esto permite ajustar la profundidad del proceso formativo.

4. Identificación de habilidades emprendedoras

El aprendiz realiza un ejercicio de autoanálisis donde reconoce sus fortalezas y aspectos por mejorar en relación con el emprendimiento, tales como:

- Creatividad
- Liderazgo
- Trabajo en equipo
- Toma de decisiones
- Persistencia

Se puede apoyar con una matriz DOFA personal.

5. Análisis del entorno y oportunidades

En equipos de trabajo, los aprendices observan su contexto (barrio, vereda, municipio o entorno digital) para identificar:

- Problemas no resueltos
- Necesidades insatisfechas
- Tendencias de consumo

Posteriormente, socializan posibles oportunidades de negocio.

6. Socialización de ideas preliminares de negocio

Cada aprendiz plantea una idea inicial de negocio (sin estructurar) y la comparte con el grupo.
Se promueve la retroalimentación enfocada en:

- Claridad de la idea
- Pertinencia
- Posible valor agregado

7. Construcción de expectativas de aprendizaje

El aprendiz define:

- ¿Qué espera aprender en el curso?
- ¿Cómo este curso puede aportar a su proyecto de vida?
- ¿Tiene intención de emprender?

Esto fortalece la motivación y el compromiso con el proceso formativo.

3.3 Actividades de apropiación:

(Fase de Desarrollo)

1. Exploración conceptual guiada: fundamentos del emprendimiento
El instructor orienta el estudio de conceptos clave como emprendimiento, modelo de negocio, propuesta de valor, segmentación de clientes, costos e ingresos.
El aprendiz analiza estos conceptos mediante guías, videos y ejemplos reales, estableciendo relación con su idea de negocio.

2. Generación y validación de ideas de negocio
El aprendiz aplica técnicas de creatividad (lluvia de ideas, SCAMPER, análisis de problemas) para fortalecer su idea inicial.
Posteriormente, realiza una validación básica mediante:

- Consulta a posibles clientes
- Observación del entorno
- Identificación de necesidades reales

3. Taller práctico: "Construcción de la propuesta de valor"
El aprendiz define:

- Qué ofrece
- A quién se dirige
- Qué problema soluciona
- Qué lo hace diferente

Se trabaja con herramientas como el lienzo de propuesta de valor o elementos del modelo de negocio.

4. Segmentación de mercado y análisis del cliente
El aprendiz identifica y describe su cliente objetivo:

- Características demográficas
- Necesidades
- Comportamientos de compra

Se desarrollan ejercicios prácticos de perfilamiento de clientes.

5. Análisis básico de mercado y competencia
El aprendiz identifica competidores directos e indirectos, analizando:

- Precios
- Productos/servicios
- Fortalezas y debilidades

Esto permite ajustar su propuesta de negocio.

6. Estructuración del modelo de negocio
El aprendiz organiza su idea utilizando herramientas como:

- Lienzo Canvas (modelo de negocio)
- Definición de canales de distribución
- Relación con clientes
- Fuentes de ingreso

7. Costos, ingresos y viabilidad básica
El aprendiz identifica:

- Costos fijos y variables
- Posibles precios de venta
- Estimación básica de ingresos

Se introducen nociones de sostenibilidad financiera.

8. Construcción del documento de propuesta de negocio
El aprendiz integra todos los componentes trabajados en un documento estructurado que incluya:

- Descripción del negocio
- Propuesta de valor
- Mercado objetivo
- Estrategia básica
- Costos e ingresos

9. Foro de discusión: "Retos del emprendimiento"
Se genera un espacio de reflexión sobre:

- Dificultades para emprender
- Factores de éxito
- Experiencias reales

3.4 Actividades de Transferencia del Conocimiento:

(Fase de Aplicación y Valoración del Aprendizaje)

1. Proyecto aplicado: "Mi propuesta de negocio"
El aprendiz desarrolla de manera integral su propuesta de negocio, aplicando todos los conceptos vistos durante el curso.
Debe evidenciar coherencia entre problema, solución y mercado.

2. Validación de la propuesta en contexto
El aprendiz presenta su idea a posibles usuarios o compañeros, recogiendo retroalimentación sobre:

- Claridad de la propuesta
- Pertinencia
- Aceptación del producto o servicio

3. Socialización y sustentación de la propuesta
El aprendiz presenta su propuesta ante el grupo o instructor, explicando:

- Idea de negocio
- Propuesta de valor
- Viabilidad

Se evalúan habilidades comunicativas y argumentativas.

4. Estudio de caso aplicado
El instructor presenta un caso de emprendimiento (exitoso o fallido).
El aprendiz analiza:

- Qué se hizo bien o mal
- Qué mejoraría
- Qué aprendizajes deja

5. Evaluación de conocimientos
Se aplica un instrumento que permite verificar la comprensión de:

- Conceptos de emprendimiento
- Estructura de una propuesta de negocio
- Elementos básicos de viabilidad

6. Autoevaluación y coevaluación
El aprendiz reflexiona sobre:

- Su proceso de aprendizaje
- Nivel de avance de su idea
- Participación en el curso

También evalúa el trabajo de sus compañeros.

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

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
- Análisis: Identificación de necesidades, oportunidades y problemáticas del entorno. - Planeación: Estructuración de la idea de negocio y definición de su modelo. - Ejecución: Desarrollo de los componentes de la propuesta (mercado, operación, costos). - Evaluación: Validación y análisis de viabilidad de la propuesta de negocio.	Elaboración de una propuesta de negocio estructurada, a partir de la identificación de una oportunidad en el entorno, integrando elementos de mercado, propuesta de valor, modelo de negocio y viabilidad básica.	- Identificación de oportunidades de negocio en el contexto. - Generación y validación de ideas de negocio. - Definición de la propuesta de valor. - Segmentación del mercado y caracterización del cliente. - Análisis básico de competencia. - Estructuración del modelo de negocio (Canvas u otro). - Identificación de canales de comercialización y relación con clientes. - Estimación de costos, precios e ingresos. - Elaboración del documento de propuesta de negocio.	Evidencias de Conocimiento (Saber): • Prueba escrita o cuestionario sobre conceptos de emprendimiento y modelos de negocio. • Desarrollo conceptual de temas como propuesta de valor, segmentación de mercado y estructura de costos. • Participación argumentada en foros sobre emprendimiento y viabilidad de negocios. Evidencias de Desempeño (Saber hacer): • Aplicación de técnicas de generación y validación de ideas. • Construcción adecuada del perfil del cliente.	- Identifica oportunidades reales de negocio en su contexto. - Define una propuesta de valor clara, pertinente y diferenciada. - Caracteriza adecuadamente el cliente objetivo. - Aplica herramientas de estructuración de modelos de negocio. - Establece relaciones coherentes entre problema, solución y mercado. - Presenta estimaciones básicas de costos e ingresos con lógica. - Sustenta su propuesta con argumentos claros y	Técnicas: • Observación directa del desempeño • Evaluación de productos • Sustentación oral (pitch de negocio) • Pruebas escritas • Discusión guiada y retroalimentación Instrumentos: • Rúbrica analítica para evaluación de la propuesta de negocio • Lista de chequeo para seguimiento del proceso • Cuestionario de conocimientos • Guía de observación del trabajo colaborativo • Formato de autoevaluación

		- Preparación y sustentación de la propuesta.	• **Desarrollo del modelo de negocio (Canvas u otra herramienta).** • **Participación activa en talleres y actividades colaborativas.** • **Sustentación oral clara, coherente y argumentada de la propuesta de negocio.** **Evidencias de Producto (Resultado):** • **Documento completo de la propuesta de negocio que incluya:** **Descripción de la idea** **Problema u oportunidad identificada** **Propuesta de valor** **Segmento de clientes** **Análisis básico de mercado y competencia** **Modelo de negocio** **Estructura de costos e ingresos** • **Lienzo Canvas diligenciado.** • **Presentación (diapositivas, pitch o informe ejecutivo).**	**fundamentados.** **- Demuestra creatividad, innovación y pensamiento emprendedor.** **- Evidencia responsabilidad, compromiso y trabajo colaborativo.**	• **Formato de coevaluación**

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Análisis de mercado:
Proceso de recopilación y evaluación de información sobre clientes, competencia y entorno, que permite determinar la viabilidad comercial de una idea de negocio.

Cliente objetivo (segmento de mercado):
Grupo específico de personas o empresas a quienes se dirige el producto o servicio, definido por características demográficas, geográficas y comportamentales.

Costo fijo:
Gasto que no varía con el nivel de producción o ventas (ejemplo: arriendo, servicios, salarios administrativos).

Costo variable:
Gasto que cambia en función del nivel de producción o ventas (materia prima, insumos, comisiones).

Emprendimiento:
Proceso mediante el cual una persona identifica una oportunidad y desarrolla una iniciativa para generar valor económico o social.

Estructura de costos:
Relación organizada de todos los costos necesarios para operar un negocio.

Estudio de viabilidad:
Análisis que permite determinar si una idea de negocio es factible desde el punto de vista técnico, comercial y financiero.

Flujo de ingresos:
Formas mediante las cuales el negocio genera dinero a partir de la venta de productos o servicios.

Innovación:
Introducción de mejoras o novedades en productos, servicios o procesos que generan valor diferencial.

Modelo de negocio:
Estructura que describe cómo una empresa crea, entrega y captura valor.

Necesidad del cliente:
Problema o carencia que experimenta el cliente y que el negocio busca resolver.

Pitch de negocio:
Presentación breve y persuasiva de una idea de negocio, orientada a captar interés de clientes o inversionistas.

Plan de negocio:

Documento detallado que describe todos los aspectos de una empresa, incluyendo estrategia, mercado, operaciones y finanzas.

Propuesta de valor:
Conjunto de beneficios que un producto o servicio ofrece para resolver un problema o satisfacer una necesidad del cliente.

Punto de equilibrio:
Nivel de ventas en el cual los ingresos cubren exactamente los costos, sin generar pérdidas ni ganancias.

Segmentación de mercado:
Proceso de dividir el mercado en grupos homogéneos de clientes con características y necesidades similares.

Sostenibilidad del negocio:
Capacidad de una empresa para mantenerse en el tiempo generando ingresos suficientes y adaptándose al entorno.

Validación de la idea:
Proceso de comprobación de que una idea de negocio tiene aceptación en el mercado antes de su implementación.

Valor agregado:
Elemento diferenciador que hace que un producto o servicio sea percibido como superior frente a la competencia.

Ventaja competitiva:
Característica única que permite a un negocio destacarse frente a otros en el mercado.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Construya o cite documentos de apoyo para el desarrollo de la guía, según lo establecido en la guía de desarrollo curricular. (**BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA).**

1. Emprendimiento y modelos de negocio:

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). *Generación de Modelos de Negocio (Business Model Generation)*.
  Referente clave para la estructuración de modelos de negocio mediante el enfoque Canvas.
- Eric Ries. (2011). *El método Lean Startup*.
  Propone metodologías ágiles para validar ideas de negocio con el mercado.
- Peter Drucker. (2002). *Innovación y emprendimiento*.
  Base conceptual sobre emprendimiento e innovación empresarial.

2. Formulación de planes de negocio:

- Gabriel Baca Urbina. (2016). *Evaluación de Proyectos*.
  Aporta fundamentos técnicos aplicables a la viabilidad de ideas de negocio.
- Nassir Sapag Chain. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*.
  Complementa el análisis financiero y estructural de propuestas empresariales.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Johan Urrea Monsalve**	**Instructor**	**Centro Agropecuario La Granja**	**03/03/2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					