PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Generaación de ideas para un negocio innovador
- Código del Programa de Formación: 13410016 V1
- Nombre del Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Fase del Proyecto (si aplica): N/A
- Actividad de Proyecto Formativo (si aplica): N/A
- Competencia: Proyectar el mercado según segmentos y métodos de pronóstico
- Resultados de Aprendizaje:

  RAP 1-Aplicar el comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos.

  RAP 2-determinar reto de innovación de acuerdo con motivaciones y potencialidades del entorno

  RAP 3-Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.

  RAP 4-Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (**48** horas):

2. PRESENTACIÓN

Estimado (a) aprendiz: el emprendimiento es una actitud que se caracteriza por la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en todos los entornos incluidas las organizaciones, sin importar su tamaño. De dichas oportunidades, surgen las ideas de negocio que son proyectadas mediante los modelos de negocio, particularmente a través de la herramienta *Business Model Canvas* (o lienzo de modelo de negocio). El modelo de negocio permite conectar los diferentes aspectos de su idea de negocio, creando así una propuesta integral que potencializa la innovación, la generación de valor (diferenciación) y, en general, el éxito de su actividad emprendedora canalizada a través de la creación de empresa.

Esta guía tiene como objetivo que usted conozca y descubra los elementos del comportamiento emprendedor, a saber: la responsabilidad emprendedora, las características emprendedoras personales y las competencias emprendedoras, aplicándolas activamente en su actividad emprendedora canalizada a través de una empresa, como también trabajar los elementos que componen un modelo de negocio, a fin de que pueda construir una propuesta integral a partir de su idea de negocio, aplicando proceso de toma de decisiones, creatividad, ejecución de estrategias y negociación.

Con el fin de familiarizarse con las temáticas y actividades de la presente guia, lo invitamos a participar de manera activa, comprometida y responsable no solo en el manejo de la información sino en la generación de la misma, de esta manera se obtendrán los resultados esperados por ustedes como actores principales del proceso.

Tengan en cuenta que para el desarrollo de la guía pueden consultar los materiales de apoyo, los cuales contienen una variada y completa información sobre los distintos temas abordados, también pueden consultar en la biblioteca virtual del SENA: http://biblioteca.sena.edu.co/ ó visitar la biblioteca física.

"Locura es hacer lo mismo una y otra vez esperando obtener resultados diferentes"
Albert Einstein

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Estimado Aprendiz, para realizar de la actividad de reflexión inicial los invito a realizar una inmersión desde el ámbito personal, a través del siguiente video: ¿Te atreves a soñar? https://www.youtube.com/watch?v=i07qz_6Mk7g
En mesa redonda y basado en el video, realice una reflexión personal e individual enfocada a su vida y metas personales.

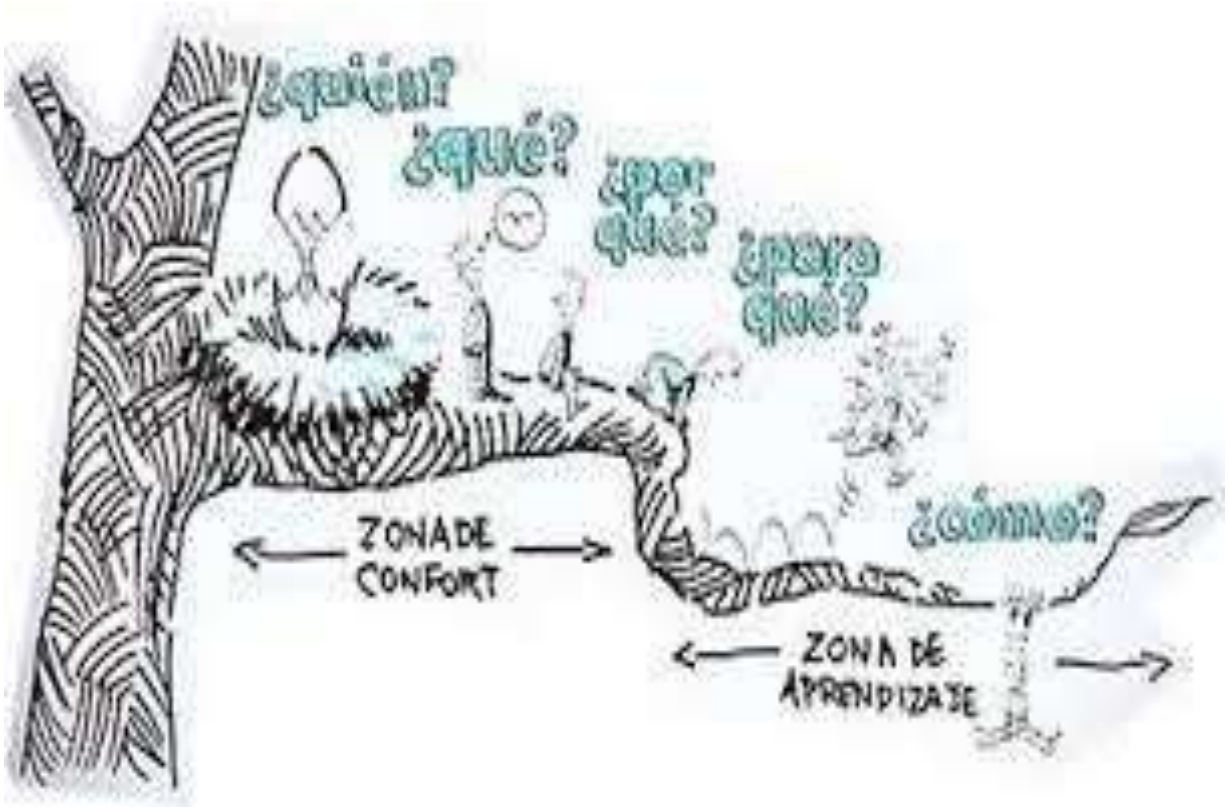


Figura 1: http://icapqro.com/diplomado-desarrollo-organizacional/

Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje experiencial
Materiales de formación: Equipos de cómputo, libreta de apuntes, marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de Cartulina.
Material de apoyo: Video
Duración de la actividad: 1 hora.

Aprendiz, en mesa redonda y partiendo de su experiencia conteste las siguientes preguntas:
¿Qué mensajes considera importantes en el video?
¿Debemos acabar nuestra zona de confort?
¿Considera que el miedo a perder es una causal para no llevar a buen termino los emprendimientos?
¿Considera que la formación en emprendimiento minimiza el miedo a perder, por que?.



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

Junto con los compañeros de grupo, forme un círculo en el ambiente de formación. Luego, el instructor seleccionará un objeto pequeño que se pueda contener fácilmente en una mano (una piedra pequeña, un trozo de madera, una pelota…) y se lo entregará a una persona del grupo. Esta persona empezará a pasar el objeto a otra de la derecha o la izquierda. Todos deberán seguir pasando el objeto de mano en mano, rápidamente y en el mismo sentido.

El instructor seleccionará al azar a un aprendiz y lo sacará del círculo. Ese aprendiz deberá, sin mirar por dónde va el objeto, decir “tingo, tingo, tingo” de manera repetida. Mientras tanto, el objeto debe estar pasando rápidamente de mano en mano.

El aprendiz que dice “tingo” decide en cualquier momento y de repente decir: “tango”. En ese momento se detiene la circulación del objeto y quien quede con este en su mano debe responder rápidamente, basado en sus experiencias previas, a una de las siguientes preguntas:

- ¿Qué es el comportamiento emprendedor?

- ¿Qué es la responsabilidad emprendedora?
- ¿Cuáles son las características que debe tener un emprendedor?
- ¿Cuáles son las competencias de un emprendedor?

El aprendiz que canta “tingo, tango” anota en un tablero o una hoja de papel, las definiciones que sus compañeros van dando, hasta que, según el tamaño del grupo, varias personas hayan aportado sus respuestas.

En plenaria, reflexione sobre los conceptos construidos por el grupo y genere las conclusiones de la actividad.

Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje colaborativo
Materiales de formación: Marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de cartulina.
Material de apoyo: Cartilla comportamiento emprendedor
Duración de la actividad: 1 hora.

3.3 Actividades de apropiación:

Actividad 1: Reconocer las caracteristicas de un emprendedor mediante una apropiación de conceptos, caracteristicas productivas, personales y familiares.

RAP 1-Aplicar el comportamiento emprendedor de acuerdo con referentes conceptuales y retos personales y productivos.

3.3.1 Biografia familiar para la identificación de emprendimiento y roles de emprendedor en la familia
Respetados aprendices, sigan las instrucciones aquí mencionadas para realizar las actividades de apropiación. Aprendices, formen equipos de trabajo (grupos de 5 personas), identifiquen un familiar de algún integrante del equipo que sea emprendedor y resuelva las siguientes preguntas:



- ¿Cuál es el emprendimiento?
- ¿Cómo tomo la decisión de implementar el emprendimiento?
- ¿El emprendimiento es innovador?
- ¿Qué decisiones acertadas tomó para el cumplimiento de sus objetivos?
- ¿Qué características emprendedoras tiene?
- ¿El emprendedor contaba con una estrategia para cumplir sus objetivos?
- ¿Qué tipo de formacion tiene el emprendedor?
- ¿Tiene estrategias de mercadeo y ventas?
- ¿Tiene concimiento en el manejo financiero?

Comparta con el grupo las deducciones efectuadas, destacanso conocimientos comunes, y aquellos que consideran requieren desarrollar y en una hoja de palel bond escriban la biografia de este emprendedor. Posterior a cada socialización, aclare dudas con su instructor encargado.

Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Estudio de caso
Materiales de formación: Equipos de cómputo, marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de cartulina.
Material de apoyo: Cartilla comportamiento emprendedor
Evidencias de aprendizaje: De producto
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo de producto
Duración de la actividad: 10 horas.

Actividad 2: Reconocer motivaciones y competencias personales a partir del propósito de emprendimiento. identificar retos a partir de las potencialidades del entorno. seleccionar reto de innovación de acuerdo con análisis de las problemáticas.

RAP 2-Determinar reto de innovación de acuerdo con motivaciones y potencialidades del entorno.

Aprendices, en los mismos grupos de trabajo de una manera realista, responde las siguientes preguntas:

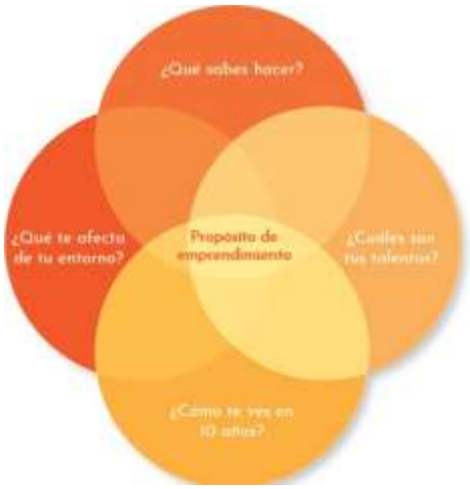
¿Qué sabes hacer?

¿Cuáles son tus talentos?

¿Cómo te ves en dos años?

¿Qué te duele de tu entorno?

Ubica las respuestas a las preguntas en una gráfica similar a esta y encuentra tu propósito:



Una vez hayas encontrado tu propósito, será más sencillo identificar las motivaciones que tienes para emprender. En los siguientes renglones, escribe tus motivaciones para emprender y socializalo ante todo el grupo de formación:

_____

_____

_____

Aprendices, en plenaria de grupo describe: ¿Cómo te ves en 5 años? ¿Qué te gustaría ser y hacer? Y cuales crees que son tus carateristicas emprendedoras personales, teniendo en cuenta lo socializado en formación.
Posterior a cada socialización, aclare dudas con su instructor encargado

Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje colaborativo
Materiales de formación: Equipos de cómputo, marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de cartulina.
Material de apoyo: Cartilla comportamiento emprendedor
Evidencias de aprendizaje: De desempeño
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo de desempeño
Duración de la actividad: 12 horas.

Actividad 3: Seleccionar ideas según herramienta de evaluación. elaborar prototipo de acuerdo con recursos disponibles. validar prototipo según técnicas de validación.

RAP 3-Diseñar prototipo de idea de negocio de acuerdo con técnicas de validación.

Apreciados aprendices, no olvidemos que una idea de negocio puede surgir de un propósito, una potencalidad tuya o del entorno, un problema, necesidad u oportunidad, o la suma de todos.

Teniendo en cuenta lo anterior y con los mismos grupos de trabajo, hagamos un esfuerzo por descubrir la mayor cantidad de ideas d enegocio: Durante 10 minutos generemos la mayor cantidad de ideas de negocio posibles con cada grupo de trabajo. ¿Qué ideas o propuestas se te ocurren para iniciar un emprendimiento?, en plenaria de grupo socialice ante todo el grupo de formación.
Posterior a cada socialización, aclare dudas con su instructor encargado.



Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje colaborativo
Materiales de formación: Equipos de cómputo, marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de cartulina.
Material de apoyo: Cartilla comportamiento emprendedor
Evidencias de aprendizaje: De desempeño
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo de desempeño
Duración de la actividad: 12 horas.

Actividad 4: Construir modelo de negocio acorde con herramientas de planeación estratégica.

RAP 4-Formular modelo de negocio de acuerdo con herramientas de planeación estratégica.

Conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas y realicen la siguiente lectura:

Un Modelo de Negocio describe lo que buscan los clientes, cómo lo quieren, y lo que están dispuestos a pagar, así como la forma en que la empresa va a satisfacer esas necesidades y la forma en que va a obtener beneficio por ello. En particular, el Modelo de Negocios define los siguientes puntos:

- Nuestro producto o servicio y su valor diferencial en el mercado.
- Quiénes son nuestros clientes.
- La utilidad del producto o servicio para el cliente.
- Estrategias de captación y retención del cliente.
- Estrategias de marketing y distribución.
- Cómo se obtienen los recursos productivos necesarios.
- Cómo se obtienen los beneficios.

Existen muchas formas de describir y dar forma a un modelo de negocio. Una de las más populares es el modelo canvas (*The Business Model Canvas*, originalmente propuesto por Alexander Osterwalder en 2008).



El Modelo de Negocios Canvas define las las Bases sobre las que una organización crea, proporciona y capta valor; y representa una herramienta que se desarrolla para describir, analizar y diseñar los diferentes aspectos del negocio.

Esta herramienta es un lienzo con las siguientes características:

- Visual
- Flexible
- De visión global de la organización
- Fácil de entender y fácil de aportar
- De cocreación
- Donde la aportación de valor al cliente es el eje del negocio
- Complemento al plan general de empresa
- Documento para recoger la hipótesis de nuestra idea de negocio.

Contiene 9 pasos

Que reflejan la lógica que sigue una empresa para generar ingresos.

Cubre las 4 áreas principales de un negocio:

- Clientes (Quien)
- Oferta (Qué)
- Infraestructura (Cómo)
- Viabilidad económica (Cuánto)

Lo más importante es conocer:

- Quien es nuestro cliente
- Cuál es su problema o necesidad
- Cuál es nuestra propuesta de valor para él.

Los nueve pasos del modelo de negocio forman la base de una herramienta útil (Osterwalder, 2010):

"El lienzo de modelo de negocio"

Donde se pueden esbozar modelos para negocios nuevos o existentes.

Segmentos de mercado.

En este bloque se definen los diferentes grupos de personas o empresas a las que se va a dirigir la actividad de la empresa. Un modelo de negocio puede tener uno o varios segmentos que requieren un conocimiento exhaustivo de las necesidades específicas del cliente objetivo.

Propuesta de valor.

Es el factor diferenciador por el que el cliente elige una y otra empresa. Busca solucionar un problema o satisfacer una necesidad. Es el conjunto de productos y servicios que crean valor para el segmento de mercado. El lienzo de propuesta de valor es la herramienta indicada para determinar esta sección del lienzo de modelo de negocio.

Canales de distribución.

Es la forma en que el negocio se comunica con sus diferentes segmentos de mercado o clientes y de esa manera cumplir con la propuesta de valor.

Relación con los clientes.

Establece los diferentes tipos de relaciones que espera tener con sus clientes o segmentos de mercado. Las relaciones pueden ser personales o automatizadas. El tipo de relación repercute directamente en toda la experiencia del cliente en el modelo de negocio.

Fuentes de ingreso.

En esta parte se busca definir a través de qué mecanismos buscará capturar valor, hace referencia a la forma como recibirá los ingresos por la venta de sus productos o servicios.

Recursos claves.

En este bloque deben definirse los recursos fundamentales para que el negocio genere el valor previsto y pueda sobrevivir en el mercado. Estos recursos pueden ser: físicos, humanos, intelectuales y económicos.

Actividades clave.

Cuáles son las acciones que vas a llevar a cabo para que su modelo de negocio funcione. Normalmente, serán de tres tipos: de producción, de solución de problemas y de red o plataforma (web, software, red de distribución, etc.)

Socios claves.

En este bloque se recogerán las alianzas que permitirán que el negocio funcione, por ejemplo acuerdos con proveedores o distribuidores, acuerdos con competidores y con no competidores.

Estructura de costos.

Se deben reflejar aquí los costos necesarios para poner en marcha la idea. Sólo se deberán recoger los más Importantes.

Subactividad 2: Con base en la lectura realizada, analice el contenido de los siguientes videos, atendiendo a las indicaciones u orientaciones de su instructor:

- Business Model Canvas (Subtitulado al español): https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr_cEgY
- Diseñando la propuesta de valor | el lienzo: https://www.youtube.com/watch?v=ZCJC1hI6qWQ

De acuerdo con la información analizada, tanto en la lectura previa como en los videos, responda las siguientes preguntas de manera individual:

- ¿Qué importancia tiene el modelo canvas en una idea de negocio?
- De acuerdo con la lectura, ¿Para qué considera usted sirve el modelo canvas?
- ¿Cuáles componentes del modelo CANVAS, hacen parte del factor interno y el factor externo de la organización?

Socialice las respuestas en un conversatorio con el grupo.

Posteriormente, el instructor le entrega un estudio de caso (anexo 2) para su lectura y análisis, conforme equipos de trabajo máximo de cinco personas para el desarrollo de este ejercicio, tenga en cuenta las siguientes preguntas orientadoras para la ejecución del lienzo CANVAS:

Segmento de mercado

- ¿Para quién está generando valor?
- ¿Quién es su cliente más importante?

Propuesta de valor.

- ¿Qué valor proporciona a sus clientes?
- ¿Qué problema de sus clientes ayuda a solucionar?
- ¿Qué necesidades de los clientes satisface?
- ¿Qué servicios o productos ofrece a cada segmento de mercado?

Canales de distribución.

- ¿Qué canales prefieren sus segmentos de mercado?
- ¿Cómo establecer contacto con los clientes?
- ¿Cómo se relacionan los diferentes canales?
- ¿Cómo se integran en las actividades diarias de los clientes?

Relación con los clientes.

- ¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?

- ¿Cómo puedes integrar esa relación en tu negocio en términos de costos y formato de atención? ¿Requieres algo adicional para generar la relación que esperas?

Fuentes de ingreso.

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar sus clientes?
- ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cómo pagan actualmente por un producto o servicio similar?

Recursos claves.

- ¿Cuáles son los recursos que requiere su negocio para generar valor?
- ¿Qué recursos son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?

Actividades clave.

- ¿Cuáles son las actividades claves que requiere su negocio para generar valor?
- ¿Qué actividades son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?

Socios clave.

- ¿Quiénes son tus socios claves?
- ¿Cuáles son las motivaciones para las asociaciones?

Estructura de costos.

- ¿Cuáles son los costos más altos de su negocio?
- ¿Qué recursos o actividades claves son más costosos?

En el ambiente de formación, cada equipo de trabajo socializa el modelo CANVAS ante grupo y el instructor retroalimenta el proceso.

Teniendo en cuenta la idea de negocio que han planteado de manera grupal en el proceso de formación, aplique el modelo CANVAS de acuerdo a su entorno productivo.

Ambiente requerido: Lugar con capacidad para 15 personas, con tablero, sillas y mesas de trabajo.
Estrategias o técnicas didácticas activas: Aprendizaje colaborativo, aprendizaje por proyectos.
Materiales de formación: Equipos de cómputo, marcador permanente, marcador borrable, papel periódico, cartón paja, resma de papel bond, octavos de cartulina.
Material de apoyo: Cartilla comportamiento emprendedor
Evidencias de aprendizaje: De producto y conocimiento
Instrumentos de evaluación: Lista de chequeo de producto y cuestionario de preguntas.
Duración de la actividad: 12 horas.

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Estimado aprendiz, usted tuvo la oportunidad de trasladar los conocimientos adquiridos al final de cada actividad en la etapa del ciclo de aprendizaje vivencial, llevando los aprendizajes a su vida personal y profesional.



En el desarrollo de las actividades como aprendiz, usted participó en los procesos de autoevaluación, coevaluación y Heteroevaluación, aplicando los instrumentos para tal fín y que fueron explicados por el instructor.

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
N/A	**N/A**	Reconocer las caracteristicas de un emprendedor mediante una apropiación de conceptos, caracteristicas productivas, personales y familiares.	**Evidencia de producto** Tipo: biografia familiar para la identificación de emprendimiento y roles de emprendedor en la familia	Relaciona los elementos del comportamiento emprendedor de acuerdo con retos personales y productivos	**Instrumento**: lista de chequeo del producto **Técnica**: observación de producto
N/A	**N/A**	Reconocer motivaciones y competencias personales a partir del propósito de emprendimiento. identificar retos a partir de las potencialidades del entorno. seleccionar reto de innovación de acuerdo con análisis de las problemáticas.	**Evidencia de desempeño** tipo: a través de preguntas orientadoras el aprendiz construye el diagrama de sus motivaciones y competencias personales.	Describe motivaciones y competencias personales de acuerdo con herramienta de identificación.	**Instrumento**: lista de chequeo de desempeño **Técnica**: observación directa

N/A	**N/A**	Seleccionar ideas según herramienta de evaluación. elaborar prototipo de acuerdo con recursos disponibles. validar prototipo según técnicas de validación.	**Evidencia de desempeño** **Tipo:** taller lluvia de ideas	Elabora prototipo de acuerdo con segmento de mercado y técnicas de prototipado. ajusta prototipo de acuerdo con técnicas de validación.	**Instrumento:** lista de chequeo de desempeño. **Técnica:** observación directa
N/A	**N/A**	Construir modelo de negocio acorde con herramientas de planeación estratégica.	**Evidencia de conocimiento** **Tipo**: cuestionario de preguntas del modelo de negocio canvas Evidencia de producto **Tipo:** elaboración de modelo de negocio canvas.	Elabora modelo de negocio acorde con herramienta de planeación estratégica. Sustenta modelo de negocio acorde con técnicas de presentación.	**Instrumento**: cuestionario de preguntas **Técnica**: formulación de preguntas **Instrumento:** lista de chequeo de producto **Técnica:** valoración de producto

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Autogestión: es la capacidad de controlar tu comportamiento, pensamientos y emociones de una manera productiva.
Prioridad: Cosa que se considera más importante que otra, aquel o aquello que tiene prioridad se encuentra primero en comparación con otras personas o cosas.
Objetivo: es una meta o fin último hacia el cual se dirigen las acciones o las operaciones de algún proyecto específico

Meta: fin último hacia el cual se dirigen las acciones o las operaciones de algún proyecto específico
Estrategia: es un plan general para lograr uno o más objetivos a largo plazo o generales en condiciones de incertidumbre
Presupuesto: es una formulación anticipada de los ingresos, costos y la producción de las empresas, razón por la que constituye la base de la planeación de una organización
Gestión: gestión es asumir y llevar a cabo las responsabilidades sobre un proceso, esto puede ser empresarial o personal.
Emprendedor: Persona con capacidad de visualizar oportunidades de mercado y de articular los recursos necesarios para poner en marcha una actividad productiva. El emprendedor espera obtener a cambio una retribución que está fundamentada en la maximización del valor empresarial de su iniciativa.
Emprendimiento: Manera de pensar, sentir y actuar, en búsqueda de iniciar, crear o formar un proyecto a través de identificación de ideas y oportunidades de mercados, factores económicos, sociales, ambientales y políticos, así mismos factores endógenos como capacidad en el talento Humano, recursos físicos y financieros, que le permiten al emprendedor una alternativa para el mejoramiento en la calidad de vida por medio del desarrollo de un plan de negocio o la creación de las empresas.
Empresarismo: Concepto que reúne aspectos involucrados en la generación de empresas: las leyes, los sistemas, el entorno macro y micro, los mercados, el sistema educativo. Se concibe más como una acción que como un resultado. Actitud continúa de un grupo de individuos o de una sociedad en general. Se representa en una cultura con necesidad de renovación permanente
Innovación: cambio que introduce novedades, y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o renovarlos.
Creatividad: capacidad o facilidad para inventar o crear.
Investigación: se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.
Metodología: hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar una gama de objetivos que rigen en una investigación científica.
Normatividad: conjunto de reglamentos de origen interno, cuya función es controlar o dirigir el buen funcionamiento de un fin o acción.
Toma de decisión: es el proceso mediante el cual se realiza una elección entre las opciones o formas para resolver diferentes situaciones de la vida en diferentes contextos.
Características Emprendedoras Personales*:* rasgos de la personalidad ligadas a las motivaciones de los individuos (logro, afiliación y poder) y que están asociadas al éxito de cualquier proyecto personal. Se basan en las investigaciones del psicólogo David McClelland realizadas en la década de los años 60.
Competencias Emprendedoras*:* capacidad de los individuos y grupos de generar respuestas situacionales y proactivas, basadas en un alto nivel de motivación al logro. En otras palabras, es la capacidad para realizar labores con actitud reflexiva y de forma sistemática, permitiendo una mayor competitividad y un cambio en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana.
Comportamiento Emprendedor*:* conjunto de respuestas generadas por los individuos a estímulos de su entorno, basadas en la automotivación. El Comportamiento Emprendedor se manifiesta en una persona que es capaz de asumir una tarea, perseverar en ella, desarrollarla y resolver cualquier contratiempo que se produzca en el proceso.
Estrategia*:* conjunto de acciones, estudiadas y analizadas, que conducen hacia una meta con el mínimo de error. Este concepto tiene su origen en el campo militar (es la fusión de dos palabras griegas: stratos -ejército- y agein -conducir, guiar-), pero en la actualidad, este concepto se ha ampliado a otros ámbitos de la actividad humana: en la educación, en la administración, a nivel empresarial y en la vida cotidiana.
Negociación*:* es el proceso de buscar la aceptación de ideas, propósitos o intereses, buscando el mejor resultado posible, de tal modo que las partes involucradas termine la negociación, conscientes de que fueron oídas, de que tuvieron oportunidad de presentar toda su argumentación y que el producto final será mayor que la suma de las contribuciones individuales.
Triángulo de la responsabilidad*:* esquema que vincula a la Persona, el Proyecto y la Situación, mostrando el equilibrio que es necesario lograr en todo accionar emprendedor. Responsabilidad se entiende como la capacidad de la persona de responder ante las diferentes situaciones que se puedan presentar de una manera proactiva.

Análisis de alternativas*:* identificación de uno o más medios que representan estrategias para dar solución a la problemática.
Análisis de riesgo*:* es el estudio de las causas de las posibles amenazas y probables eventos no deseados.
Creatividad*:* capacidad para encontrar relaciones entre ideas antes no relacionadas, y que se manifiestan en forma de nuevos esquemas, experiencias o productos nuevos.
Desafío*:* dificultad que se asume de modo libre con la finalidad de obtener algún tipo de beneficio.
Empatía*:* capacidad de percibir, compartir y/o inferir los sentimientos, pensamientos y emociones a los demás.
Estrategia*:* conjunto de acciones, estudiadas y analizadas, que conducen hacia una meta.
Innovación*:* introducción de algo nuevo o una novedad que añade valor a un mercado, organización o sociedad.
Negociación*:* es el proceso de buscar la aceptación de ideas, propósitos o intereses entre dos partes, buscando el mejor resultado posible.
Oportunidad*:* circunstancia, momento o medio oportunos para realizar o conseguir algo.
Modelo de negocio: también conocido como diseño de negocio, es la planificación que realiza una empresa respecto a los ingresos y beneficios que intenta obtener. En un modelo de negocio, se establecen las pautas a seguir para atraer clientes, definir ofertas de producto e implementar estrategias publicitarias, entre muchas otras cuestiones vinculadas a la configuración de los recursos de la compañía.
Propuesta de valor: se refiere a la estrategia que desarrolla una empresa para optimizar la oferta y maximizar la demanda. Se trata del conjunto de las acciones que apuntan a mostrar la relevancia de un servicio o producto, especificando su valor y buscando una diferenciación respecto a la competencia.
Cliente: persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua, u ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual. En este contexto, el término es utilizado como sinónimo de comprador (la persona que compra el producto), usuario (la persona que usa el servicio) o consumidor (quien consume un producto o servicio).
Canales de distribución: Es la forma en que el negocio se comunica con sus diferentes segmentos de mercado o clientes y de esa manera cumplir con la propuesta de valor.
Proceso (producción): sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor. Cabe destacar que los factores son los bienes que se utilizan con fines productivos (las materias primas). Los productos, en cambio, están destinados a la venta al consumidor o mayorista.
Recursos clave: medios materiales o inmateriales que permiten satisfacer ciertas necesidades dentro del proceso productivo o la actividad comercial de una empresa. Los recursos claves pueden ser físicos, económicos, intelectuales o humanos.
Costo: es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio). En otras palabras, el costo es el esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo operativo (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.).
Ingresos: Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio.
Asociatividad: mecanismo mediante el cual las organizaciones unen voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivas en el mercado global.
Financiación: consiste en aportar dinero y recursos para la adquisición de bienes o servicios. Es habitual que la financiación se canalice mediante créditos o préstamos (quien recibe el dinero, debe devolverlo en el futuro). La financiación puede realizarse tomando en cuenta la procedencia de los recursos. La financiación externa es aquella que procede de inversores que no pertenecen a la empresa (la financiación bancaria, la emisión de obligaciones, etc.), mientras que la financiación interna tiene su origen en fondos producidos por la propia empresa a través de su actividad (amortizaciones, reservas, etc.).

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).**

SENA-FAO. Desarrollo forestal participativo. Santa fe de Bogotá, 1995

Paolo Mefalopulos and Chris Kamlongera. Organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación. Roma, 2008.

Netty Consuelo Huertas Cardozo. Turismo rural comunitario como una propuesta metodológica de innovacion social para comunidades en conflicto. Caso montes de maria. Tesis doctoral Universidad de Girona España, 2015.

Alba, A. (2015). Guía Design Thinking en español para dummies: Cómo crear productos y servicios innovadores diferentes. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://innolandia.es/guia-design-thinking-en-espanol-para-duguia-design-thinking-en-espanol-para-dummies-como-crear-productos-y-servicios-innovadores-diferentesmmies-como-crear-productos-y-servicios-innovadores-diferent/

Alba, A. (s.f.). Un ejemplo de Design Thinking en servicios tradicionales: Despacho de Asesoría. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://innolandia.es/ejemplo-de-design-thinking-asesoria/

Benet Pozo, M. (21 de febrero de 2017). 5 Aspectos en los que aplicar el design thinking. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/5-aspectos-los-aplicar-design-thinking/

Campero, J. (07 de agosto de 2018). "Jobs to be Done" llave hacia la innovación. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://teamwins.com.ar/2018/08/07/jobs-to-be-done-llave-hacia-la-innovacion/

Clos, I. (29 de noviembre del 2016). Todo lo que necesitas saber sobre los retos de innovación, elemento clave del Design Thinking. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/lo-necesitas-saber-los-retos-innovacion-elemento-clave-del-design-thinking/

Del Cerro, J. (20 de octubre de 2016). "Tira tu Canvas a la basura" mi charla con Alex Osterwalder. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.entrepreneur.com/article/284053

Emprende a conciencia (s.f.) Diseño de prototipos. Recuperado de: https://emprendeaconciencia.com/diseno-prototipo

Ministerio de la Información y las Telecomunicaciones (9 de septiembre de 2012). Business Model Canvas (subtitulado al español) [Video en internet]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=OoshJr_cEgY

Osterwalder, A.; Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio. Barcelona: Deusto.

Pardo, C. (16 de mayo de 2017). Caso práctico de cómo aplicar el design thinking en la vida diaria [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.sociedaddelainnovacion.es/caso-practico-aplicar-design-thinking-la-vida-diaria/

Ramos, C. (12 de marzo de 2018). El Business Model Canvas de Alex Osterwalder. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://cristinaramosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder/

Sonderegger, p. (31 de octubre de 2017). El "Value Proposition Canvas": el Canvas de la Propuesta de Valor. [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://teamwins.com.ar/2017/10/31/el-value-proposition-canvas-el-canvas-de-la-propuesta-de-valor/

Sosa, S. (5 de marzo de 2015). ¿Cómo puede el "design thinking" promover la innovación para el desarrollo? [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://blogs.iadb.org/conocimiento-abierto/es/como-puede-el-design-thinkingpromover-la-innovacion-en-el-desarrollo/

Strategyzer (s.f.). Business Model Canvas. Recuperado de: https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**KAREN GARCÍA GORDILLO**	**Instructor**	**CAMPESENA**	**11 de febrero de 2026**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					