PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: EMPRENDIMIENTO INNOVADOR
- Código del Programa de Formación: 62120025
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada): N/A
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada): N/A
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada): N/A
- Competencia: VALORAR LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIO Y/O SERVICIO SEGÚN LOS REQUERIMIENTOS DEL MERCADO Y LAS CONDICIONES DE LA EMPRESA CONSULTORA
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar: GENERAR LAS BASES PARA DESARROLLO DE UNA CULTURA EMPRENDEDORA Y DE CONSTANTE CAMBIO E INNOVACIÓN.
- Duración de la Guía: 40 Horas

2. PRESENTACIÓN

El programa de Emprendimiento Innovador que se pone a su disposición, fue diseñado con el objetivo de ofrecer al aprendiz una oportunidad de identificar las oportunidades de negocio en los diversos nichos mercado, contando con la oportunidad de identificar las innovaciones que caractericen el éxito del producto o servicio a desarrollar, sus requerimientos y necesidades por medio de interpretación tendencias globales y asi obtener un éxito al momento de generar un proceso de innovación.

La comprensión de esta guía le permitirá fortalecer conocimientos que, en su calidad de aprendiz se convertirán en herramientas para alcanzar y desarrollar sus competencias técnicas fundamentales en el desempeño de su perfil como emprendedor de ideas innovadoras de negocio.

Como estrategias metodológicas aplicaremos: la exploración de saberes previos, la apropiación de conceptos y la aplicación del conocimiento; herramientas que los conducirán a alcanzar los resultados de aprendizaje planteados en esta guía y reunir así, las evidencias requeridas.

Debe tener presente el aprendizaje independiente para el desarrollo de las actividades planteadas, lo invito para que se apoye en las lecturas complementarias publicadas en el espacio asignado de la conforme el pasar de las actividades; es válido para ampliar sus conocimientos realizar investigaciones adicionales en la base de datos de la biblioteca virtual del SENA y participar activamente por medio del trabajo colaborativo en las actividades asignadas cuando ello lo requieran.

Es importante conocer los fundamentos teóricos del entorno económico y comercial, las tendencias y mega tendencias que existen en el mercado, incorporando los procesos organizacionales presentes en los elementos de la gestión de la información y las variables económicas, políticas y sociales del entorno global, en los que cada día desempeñamos nuestras actividades.

Es interés del SENA estimular su desarrollo integral, por lo cual aspectos relacionados con su esencia como ser humano son tomadas en consideración en condiciones de respeto, motivación y desafío con lo cual su ingreso o participación en la actividad productiva le resultará especialmente atractiva.

La finalidad de esta guía está en que el aprendiz pueda aplicar técnicas de generación de ideas innovadoras de negocio en sus proyectos de formación investigativa teniendo en cuenta su diseño metodológico del mercado y los tamaños muéstrales, e implementación de los resultados bajo conceptos o recomendaciones de inversión.

Esta guía tiene como objetivo principal acercar a los aprendices al conocimiento básico sobre el emprenderismo innovador para las empresas y emprendedores que desean incursionar en este nuevo canal de ventas.

"Mantente cerca de tus clientes. Tan cerca que seas tú el que les diga lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de que lo necesitan." Steve Jobs

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Descripción de la(s) Actividad(es): Las actividades que a continuación se describen se desarrollaron conforme a los lineamientos y requerimientos de la planeación academica del diseño del programa, los cuales deben implementarsen conforme la capacidatacion teorica academica, socializada por el instructor a cargo. Dichas actividades deben ser desarrolladas bajo los programas de Word, Power Point y Excel y cuyo fin sea el identificar la aplicabilidad de lo visto en el ambiente de formación.

Ambiente Requerido: Tomando en cuenta el contexto actual del año 2020-2021 en que el país atraviesa una pandemia global debido al COVID-19, se debe establecer las medidas pertinentes y de bioseguridad, es por esto que se requiere de contar con una conectividad a internet por medio de un dispositivo informatico de computo o de celular. Esto quiere decir que la formación se desarrollará en ambientes virtuales con conectividad a internet.

Materiales: Computador, Celular, Tablet, Cuaderno y Block de Notas, Lapiz o lapicero y conectividad a internet para asistir al ambiente de formación virtual.

Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Paso No. 1. Para esta actividad se deben conformar por grupos de tres aprendices y contestar con sus propias palabras y conocimientos adquiridos a lo largo de sus formaciones académica, las siguientes preguntas:

¿De que le gustaría tener una empresa/idea/negocio? Y porque?
¿A quien le vendería ese producto y por qué?
¿A qué ciudades y/o países le gustaría exportar sus productos o servicios?
¿Sabe cuánto dinero le cuesta producir ese producto o servicio?
¿Cuáles son los medios publicitarios más convenientes para anunciase?

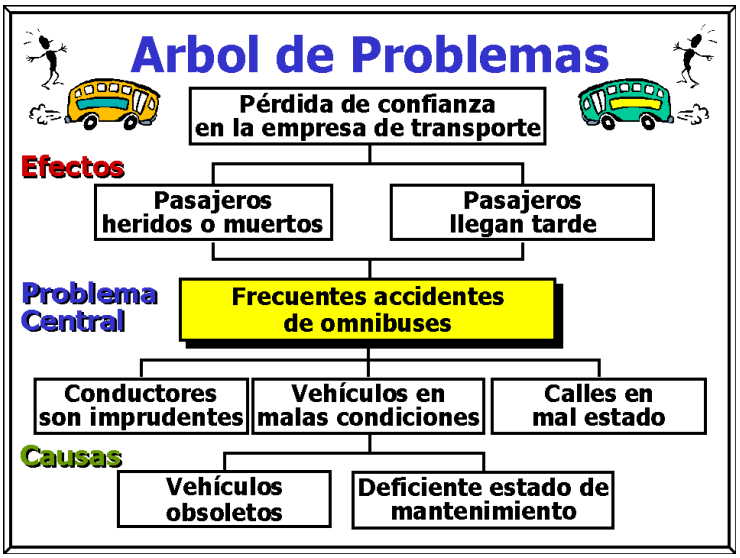
Los dos pasos anteriormente descritos se socializarán en el ambiente virtual, la cual se requerirá participación de todos los aprendices y debe dejar constancia de lo elaborado en un documento de Word o PowerPoint.

FORMULACION DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Actividades de Reflexión inicial.

Paso No. 1. Estudiemos la lectura del caso DISNEY, la cual es suministrada por el instructor, en el cual identificaremos en conjunto las principales falencias en la investigación que se realizó al construir el nuevo parque temático Disney Paris, el cual no tubo los resultados esperados desde su etapa de creación.

Paso No. 2. De acuerdo con su conocimiento, experiencia y la información recibida en el ambiente de formación construya un árbol de problemas de una empresa que será objeto de estudio, con la finalidad de identificar qué aspectos se tienen en cuenta.



Identificar un (1) caso de fracaso más grande de una de las empresas más importantes del mundo y aplicar el Árbol de problemas.

Los dos pasos anteriormente descritos se socializarán en el ambiente virtual, la cual se requerirá participación de todos los aprendices y debe dejar constancia de lo elaborado en un documento de Word o PowerPoint.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

- QUE ES EMPRENDIMIENTO
- PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PERSONAL
- LIENZO MODELO CANVAS
- SEGMENTACION DE MERCADOS
- 5 FUERZAS DE PORTER
- CLASIFICACIÓN DE SITIOS WEB
- ECOMMERCE
- MARKETING MULTICANAL

MODELO DE VIABILIZACION DE IDEAS DE NEGOCIO

Paso No. 1. Identificar lo que es planeación estratégica personal, determinando los aspectos mas relevantes en la vida de cada uno de los aprendices y el como el conocernos a si mismos refleja el primer paso de emprendimiento.

Paso No. 2. Buscar 5 ideas de negocios que desee implementar, aplique la segmentación de mercados e identifique su mejor idea de negocio.

Esta actividad será socializada por cada aprendiz o grupo de aprendices en un lienzo modelo canvas, en el ambiente de formación.

Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Actividad 1- Nombre de la actividad: ANALISIS DOFA

Desarrollar un ANALISIS DOFA – y las 5 fuerzas de PORTER del sector al cual pertenece mi empresa evidenciando los procesos más relevantes en las coyunturas económicas debe estructurar un esquema de investigación de mercado e identificar el nicho de mercado, resaltando las cifras macroeconómicas que afectan su entorno y el determinar si los mercados seleccionados son viables, por lo cual se requiere que realice investigación del producto abordado en su investigación.

Esta actividad se debe socializar en el ambiente de aprendizaje.

Actividad 2- Nombre de la actividad: Desarrollar modelo CANVAS de modelo de negocio.

Determinar en las ideas viabilizadas previamente según un lienzo modelo CANVAS, el cual será socializado previamente por el instructor, para desarrollado por los grupos e ir adicionando las ideas innovadoras.

La actividad se envía por el correo electrónico csanchez@sena.edu.co

Actividad 3- Nombre de la actividad: DESARROLLO DE PLAN DE NEGOCIOS IMPLEMENTANDO LAS IDEAS VIABILIZADAS.

Elaborar la segmentación de su producto en los grupos de trabajo que los conforman, deben realizar una presentación en power point, determinando la ficha y grupo al que pertenecen y hacer una sustentación según sea el caso de mínimo 20 el cual cuente con los siguientes parámetros:

1- Establezca la necesidad de encontrar un mercado.
2- Características técnicas del producto o servicio.
3- Desarrolle una imagen corporativa y un tema publicitario.
4- Determine el Mercado potencial implementando las Técnicas de Segmentación del mercado:

GEOGRÁFICOS: Cuando se emplean las variables geográficas para diferenciar los segmentos de mercado, estas variables son:

Región-Estado	Tamaño	Densidad poblacional	Clima

DEMOGRÁFICOS: Persigue diferenciar grupos distintos en atención a variables del tipo de:

Edad	Ingresos	Tipo de trabajo	Raza
Sexo	Educación	Religión	Clase social

PSICOLÓGICOS: Considera aspectos psicológicos, de personalidad o de creencias, tales como:

Autonomía personal	Gregarismo	Dotes de mando	Conformismo	Autoritarismo

5- Identificar los principales competidores que existen en el mercado.

6- Implementar análisis de matriz DOFA con su modelo de cruce para identificar las estrategias FO, FA, DO, DA del producto seleccionado. Esta visión permitirá saber el lugar que nos encontraremos para competir en el mercado, dado el segmento elegido.

7- Concluya si el producto es viable o no para sacar al mercado

4. ACTIVIDADES DE EVALUACION

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto**	Presenta el desarrollo de ideas innovadoras permitiendo la ampliación de opciones de mercado.	Presentacion de un plan de negocios, desarrollando un modelo de viabilizacion de ideas de negocios conforme los lineamientos del mercado y conforme los parámetros de innovación internacional.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS.

Assessment Center: Es una técnica que se utiliza para evaluar recursos y potenciales para la gestión, en la que se utilizan varias técnicas de evaluación, basándose en la búsqueda del potencial de las personas.

Ayudante: Empleado o empleada que presta ayuda a otra persona, pero con categoría inferior y bajo sus órdenes.

B2E (Bussiness to Employee): Comercio hacia los empleados, consiste en la venta a través del website corporativo, o desde las páginas de la Intranet de acceso restringido, a los empleados de una empresa o conjunto de las mismas.

Back Office: Área de las empresas en las que el personal no tiene contacto con los clientes y se dedica a tareas administrativas.

Balanced Scorecard: Cuadro de Mando Integral - Conjunto ordenado de indicadores que determinan la marcha de la empresa (emanan de la visión y la estrategia) al identificar cómo las personas crean valor desde las distintas unidades de negocio. Combina indicadores financieros tradicionales con otros de actuación que sirven de predictores.

Benchmarking: Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores. / También se puede definir como un proceso continuo y constante mediante el cual una organización analiza cómo otra organización realiza una función específica con el fin de mejorar su eficacia y eficiencia en una función igual o similar.

Benchmarking: Es una evaluación comparativa que establece un punto de referencia a partir del cual se comparan de manera sistemática, los productos, servicios y métodos de una empresa con sus competidores.

Best practices: Son las mejores prácticas utilizadas en la gestión de una organización.

Blended Learning: Es una mezcla de formación a distancia y presencial, también llamada semi-presencial.

Brainstorming: Término inglés que suele traducirse como "Lluvia de ideas" y que se utiliza para designar una técnica de grupo empleada en la investigación cualitativa. Básicamente consiste en la reunión de un pequeño grupo heterogéneo de 8-12 personas a las que se convoca para hallar ideas o soluciones nuevas sin ninguna restricción ni limitación. / Técnica creativa de obtención de información sobre un tema que el grupo desconoce, en el los participantes vierten lo primero que pasa por sus cabezas.

Burnout: El síndrome de "burnout", también llamado síndrome de "estar quemado" o de desgaste profesional, se considera como la fase avanzada del estrés profesional, y se produce cuando se desequilibran las expectativas en el ámbito profesional y la realidad del trabajo diario.

Business game: Técnica de simulación utilizada en la formación, en la que se forman varios equipos que compiten entre sí, representando cada uno a una empresa. Cada grupo se organiza por su cuenta (asignando tareas y cargos a sus miembros), recibiendo información completa sobre la situación y actividades de su empresa, con el objeto de tomar decisiones para solventar los problemas que se le presentan.

Barreras en la comunicación: Interfieren negativamente en nuestra comunicación interpersonal, y se hallan: EN EL EMISOR Y/O EL RECEPTOR. SÓLO EN EL EMISOR. EN EL CONTEXTO.

Base de datos (de empresas): Una base de datos consiste en un archivo organizado de información referido a empresas con las que se tiene relación comercial.

Boca a boca: Expresión utilizada para definir la información que se transmite verbalmente. Es, probablemente, el canal de comunicación más antiguo, eficaz y con menor coste que existe.

Boletines internos: Pueden ser impresos o mediante la proyección de vídeos.Sus objetivos son de información sobre las actividades internas y externas de la firma, formando activamente una "cultura de empresa".

Diagnostico Económico: Consiste en la descripción, evaluación y análisis de la situación actual y la trayectoria histórica de la realidad económica, política y social de un país, o de algún fenómeno o variable que se desea estudiar, por lo tanto, implica un conocimiento cuantitativo y cualitativo de la realidad existente y una apreciación de las posibles tendencias de los fenómenos, lo cual permite realizar proyecciones de las diversas restricciones técnicas y políticas sobre las que se desarrolla la economía, a fin de solucionarlas en el corto, mediano y largo plazos.

Clientes: "Públicos de una empresa que demandan sus bienes o servicios. Existen, básicamente, tres tipos de clientes: 1. Clientes propiamente dichos o primarios, que son aquellas personas físicas o jurídicas que adquieren directamente a la empresa los bienes y servicios que produce o distribuye y, por lo tanto, son conocidos por la misma, siendo identificables en algunos casos; pueden ser o no consumidores de los productos. 2. Clientes secundarios. Son personas físicas o jurídicas que adquieren los productos a través de los clientes primarios o incluso de otros secundarios que no son conocidos, ni por tanto identificables directamente, y que pueden ser o no consumidores. 3. Consumidores. Son aquellas personas que usan el producto, pudiendo ser clientes primarios o secundarios o no serlo. Generalmente, no son conocidos ni identificables directamente, aunque a través de acciones especiales de marketing directo o promocionales se puede llegar a identificarlos. // Programa que demanda servicios de otro ordenador llamado servidor y se hace cargo de la interacción necesaria con el usuario."

Medios Tecnológicos: Definición de recursos tecnológicos. Un recurso es un medio de cualquier clase que permite satisfacer una necesidad o conseguir aquello que se pretende. La tecnología, por su parte, hace referencia a las teorías y técnicas que posibilitan el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

Rentabilidad: En Economía, la rentabilidad hace referencia al beneficio, lucro, utilidad o ganancia que se ha obtenido de un recuso o dinero invertido. La rentabilidad se considera también como la remuneración recibida por el dinero invertido. En el mundo de las finanzas se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. La rentabilidad puede ser representada en forma relativa (en porcentaje) o en forma absoluta (en valores).

Liquidez: La liquidez es la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. La liquidez se define como la capacidad que tiene una empresa para obtener dinero en efectivo. Es la proximidad de un activo a su conversión en dinero.

Satisfacción del cliente: Satisfacción que tiene un cliente con respecto a un producto que ha comprado o un servicio que ha recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas.

Segmentación de mercado: Acto y efecto de segmentar o dividir el mercado total que existe para un producto o servicio, en diferentes mercados homogéneos (conformados por un determinado tipo de

consumidor con características similares) con el fin de poder elegir de entre dichos submercados resultantes, al más idóneo o atractivo para incursionar.

Telemarketing: Acto y efecto de promocionar o vender productos o servicios a través de medios de comunicación tales como el teléfono o el Internet.

Universo: Conjunto de elementos con características similares de los cuales se desea recoger información para realizar una investigación.

Usuario: Quien utiliza un producto o servicio, a diferencia de un cliente, un usuario, no necesariamente es quien ha adquirido el producto o el servicio.

Valor agregado (valor añadido): Característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio para darle un mayor valor, generalmente es una característica o servicio poco usual, o poco usada por los demás competidores, que le da al negocio o empresa cierta diferenciación.

Venta al contado: Se da cuando se vende un producto, y se cobra al momento de la transacción.

Venta al crédito: Se da cuando se vende un producto, y se acuerda cobrar a un plazo determinado, por ejemplo, a 30 días.

Ventaja competitiva: Ventaja en algún aspecto que tiene un negocio o empresa ante otros del mismo sector o mercado, que le permite tener cierta posición de liderazgo en dicho aspecto; un negocio puede, por ejemplo, tener ventaja competitiva en la atención el público, en sus costos, en la rapidez de su atención, en su distribución, en su infraestructura, en su localización, etc.

Venta personal: La venta personal hace referencia al acto de promocionar los productos de una empresa o negocio a través de un trato directo entre un vendedor y un cliente potencial. Se basa en una comunicación personal ya que va dirigida de una persona a otra, a diferencia de por ejemplo la publicidad, que utiliza una comunicación impersonal, ya que va dirigida a varias personas a la vez.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Reyes, Austín, (2000). Administración de Empresas: teoría y práctica, Mexico: Limusa, Noriega editores.
- Rodriguez, J. (2002), Administración de pequeñas y medianas empresas. 5 Ed. Mexico: Thompson.
- Thomas L. Wheelen. Hunger J. David, 2007. Administración estratégica y política de Negocios.
- http://economipedia.com/definiciones/rentabilidad-riesgo-y-liquidez.html
- https://www.gestion.org/gestion-financiera/instrumentos-financieros/25231/liquidez-riesgo-y-rentabilidad-financiera/
- https://www.mytriplea.com/blog/rentabilidad-riesgo-liquidez-claves-inversion/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Christian Orlando Sanchez Hernandez**	**Instructor**	**Centro de Comercio y Turismo regional Quindío.**	**4 de Febrero de 2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					