

<b>Denominación:</b>	TALLER No 13 “PROCESO EMPRENDEDOR”
<b>Nombre y código del Programa de formación:</b>	Tecnología en Gestión de Negocios Tecnología en Gestión Empresarial
<b>Identificación del taller</b>	Fase Evaluación
<b>Duración estimada horas y fecha de entrega:</b>	12 horas
<b>Modalidad del trabajo:</b>	Presencial
<b>Ambiente de formación:</b>	Ambiente de formación presencial-macroaula. Televisor- VGA- HDMI- Computador portátil por cada 5 aprendices. Libros de la biblioteca. Bases de datos.
<b>Materiales de formación:</b>	Kit de materiales: marcadores, CD, borrador de tablero, cartulinas, bloc de notas, lápices, esfero.

### I. OBJETIVO (S)

- Identificar el perfil emprendedor del aprendiz SENA.
- Identificar la idea de negocios.
- Entregar herramientas para que el aprendiz SENA valore la idea propuesta.

### II. CONCIENCIACIÓN

Estimado Aprendiz

El desarrollo del presente taller, está orientado a identificar tanto su perfil emprendedor como la idea de negocios que trabajará en el proyecto productivo.

Para iniciar lo invitamos a leer la siguiente frase:

“La persona emprendedora no es solo aquella que ha creado una empresa; ser emprendedor implica una forma de pensar y un conjunto de habilidades y actitudes... de hecho, se pueden encontrar emprendedores en la política, la investigación, la docencia y en todos los ámbitos de la vida” (Iniciativa emprendedora, s.f.)

Ahora conteste:

1. ¿Considera que todos los emprendedores tienen empresa?
2. ¿Qué se necesita para ser emprendedor?
3. ¿Cuáles emprendedores conoce en nuestro país?

Dé respuesta a las anteriores preguntas y discuta su reflexión con sus compañeros y con su instructor.

El SENA apuesta a gente que potencialice sus aptitudes, a través de nuevos conceptos, dominio de herramientas e instrumentos y especialmente vía el desarrollo de habilidades en contextos prácticos. Comencemos entonces con ese empeño.

### III. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

El taller cuenta con un total de 3 actividades que son guiadas por el instructor, el orden propuesto es el que se presenta en las instrucciones. Las sesiones se deben desarrollar en un contexto dinámico orientado al aprendizaje cooperativo a fin de que el propio taller sea un momento clave de aplicación. Se

sugieren grupos de 4 personas (GAES). Se sugiere realizar el taller en dos (2) sesiones de formación de seis (6) horas cada una.

#### IV. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS ACTIVAS

La estrategia usada será el Metodología constructivista de Kolb. Para llevarlo a cabo se usarán como técnicas:

- Cuestionario como contextualización del tema.
- Análisis crítico de gráficas, para la conceptualización abstracta y comprensión.
- Exposición oral de la idea de negocios.

#### V. INSTRUCCIONES PARA EL DESARROLLO Y ENTREGA EL taller

##### 5.1 Actividad Uno. Contextualización. Perfil emprendedor.



Para llevar a cabo esta actividad, deberá responder individualmente el Test Emprendedor “¿Tienes madera de empresario?” disponible en la página 12 del documento “El espíritu emprendedor” que se encuentra adjunto a este taller.

Luego de contestarlo, discuta el resultado con los demás miembros de su GAES y con su instructor.

##### 5.2 Actividad Dos. Innovación.

Para dar inicio se propone que revise el cuadro 7.1. disponible en la página 106 del Manual de Oslo tercera versión, que se adjunta a este taller o que puede consultarse en el repositorio de

documentos de Colciencias: <http://repositorio.colciencias.gov.co:8081/jspui/handle/11146/505>

El cuadro presenta los objetivos y efectos de cada tipo de innovación, luego de revisarlo con su grupo GAES, conteste:

1. ¿Qué tipo de innovación manifiesta la idea de negocios seleccionada por el GAES?
2. ¿Qué aspectos mejorará su idea de negocios?
3. ¿Requiere su idea de negocios una estructura organizacional específica? ¿Cuál es?

Discuta las respuestas en plenaria y solicite retroalimentación a su instructor.

##### 5.3 Actividad Tres: Canvas de la idea de negocios

Se invita a los aprendices a que en grupos de cuatro personas máximo (GAES) realicen el Lienzo Canvas para la idea de negocios seleccionada. El lienzo diseñado por Osterwalder & Pigneur se presenta a continuación.

Cada GAES deberá desarrollar el Lienzo de Canvas de acuerdo con las instrucciones que se presentan a continuación y realizar en la segunda sesión del taller una exposición detallada de los nueve bloques del lienzo. Se recomienda imprimir o dibujar el lienzo en un pliego de papel. Se adjunta el lienzo a este Taller.

<p><b>Socios Clave</b></p> <p>¿Quiénes son nuestros socios clave?      ¿Quiénes son nuestros proveedores clave?      ¿Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave?      ¿Qué actividades realizan nuestros socios clave?</p>	<p><b>Actividades Clave</b></p> <p>¿Qué actividades clave requieren nuestra atención de valor?      ¿Nuestros canales?      ¿Nuestros recursos con los clientes?      ¿Nuestros canales de ingresos?</p>	<p><b>Propuesta de Valor</b></p> <p>¿Qué valor estamos entregando a los clientes?      ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?      ¿Qué necesidad estamos satisfiriendo?      ¿Qué conjunto de productos o servicios estamos ofreciendo a estos segmentos de clientes?</p>	<p><b>Relación con Clientes</b></p> <p>¿Qué tipo de relación usamos que establezcamos y mantengamos con uno de nuestros segmentos de clientes?      ¿Qué relaciones hemos establecido?      ¿Cómo interactúan con?      ¿Cómo se relacionan con el resto de nuestro negocio?</p>	<p><b>Segmentos De Clientes</b></p> <p>¿Para qué segmentos estamos valor?      ¿Quiénes son nuestros canales más importantes?</p>
	<p><b>Recursos Clave</b></p> <p>¿Qué recursos clave requieren nuestra atención de valor?      ¿Nuestros canales?      ¿Nuestros recursos con los clientes?      ¿Nuestros canales de ingresos?</p>		<p><b>Canales</b></p> <p>¿Cómo llegamos a los clientes y qué canales usamos?      ¿Cómo los estamos alcanzando ahora?      ¿Cómo están integrados nuestros canales?      ¿Cuáles funcionan mejor?      ¿Cuáles son los más baratos?      ¿Cómo podemos integrarlos a las tácticas de nuestros clientes?</p>	
<p><b>Estructura De Costos</b></p> <p>¿Cuáles son los costos más importantes del nuestro modelo de negocio?      ¿Cuáles recursos clave son los más costosos?      ¿Cuáles actividades clave son los más costosos?</p>		<p><b>Fuente De Ingresos</b></p> <p>¿Por qué están nuestros clientes están dispuestos a pagar?      ¿Actualmente por qué se pagan?      ¿Cómo están pagando?      ¿Cómo podemos pagar?      ¿Cómo puede cada fuente de ingresos a los ingresos generados?</p>		

## ¿Cómo desarrollar el formato?

### 1. Segmentos de clientes

- ¿A quiénes ofrecerá el producto? ¿Son clientes individuales o institucionales? ¿Cuáles son sus características? Indique si la empresa atiende al mercado de masas (público en general), un nicho de mercado (un segmento especializado), atiende al mercado segmentado (segmentos ligeramente diferentes) o al mercado diversificado (segmentos de mercado totalmente diferentes).

### 2. Propuesta de valor

- ¿Qué problema o necesidad resuelve su producto o servicio? Responda en detalle: ¿Por qué comprarán los clientes en la empresa? ¿Cuál es el valor por el que están dispuestos a dar su dinero? En su libro, Osterwalder & Pigneur indican que doce propuestas de valor: novedad, mejora del rendimiento, personalización, el trabajo hecho, diseño, marca/estatus, precio, reducción de costos, reducción de riesgos, accesibilidad y comodidad/utilidad.

### 3. Canal

- ¿Cómo se va a realizar la comunicación con el cliente? ¿Cuáles van a ser los puntos de contacto entre el cliente y la empresa? ¿Cómo se hará llegar información y productos o servicios al cliente?

### 4. Relaciones con los clientes

- Presente las relaciones de la empresa con sus clientes, cómo captará sus clientes, cómo fidelizará y cómo estimulará las ventas. Revele si la empresa hará asistencia personal o autoservicio, o si tendrá servicios automáticos de venta.

<p><b>5. Flujos de ingresos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿La empresa cobra por el producto o por el servicio? ¿La empresa cobra un único valor o solicita pagos periódicos? ¿Cómo obtiene ingresos la empresa?</li> </ul>
<p><b>6. Recursos clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para poder prestar el servicio o facilitar el producto al cliente, la empresa deberá realizar actividades que consumen recursos humanos, técnicos, tecnológicos, etc. Realice un listado de los recursos infaltables para atender los clientes. Por ejemplo, un recurso clave es un restaurante es el refrigerador, así como las recetas estándar.</li> </ul>
<p><b>7. Actividades clave</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para poder mantener excelentes relaciones con los segmentos de clientes y entregar la propuesta de valor, la empresa deberá realizar actividades clave. Haga un listado de esas actividades. Por ejemplo, en un restaurante una de las actividades clave es la selección de proveedores.</li> </ul>
<p><b>8. Alianzas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los aliados siempre pueden complementar las capacidades de la empresa, reducir la incertidumbre y traer nuevos conocimientos. Indique quiénes o cuáles podrían ser sus aliados clave.</li> </ul>
<p><b>9. Costos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indique costos variables y fijos de la iniciativa empresarial. Si puede detallarlos mucho mejor.</li> </ul>

## VI. EVIDENCIAS O ENTREGABLES ASOCIADOS AL TALLER

- Test resuelto ¿Tienes madera de empresario? Se debe presentar el resultado por cada miembro del GAES.
- Informe: Tipo de innovación de la idea seleccionada.
- Exposición oral (aprendiz o grupo de aprendices) en la que se describan el Modelo de Negocios a través del lienzo Canvas para cada GAES.

## VII. GLOSARIO

Emprendedor: El Diccionario de la Real Academia Española lo define como “Que emprende con resolución acciones o empresas innovadoras.”

Innovación: Innovación es la implementación de un producto (bien o servicio) o proceso nuevo o con un alto grado de mejora, o un método de comercialización u organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas.

OCDE, 2005, p.33.

## VIII. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Kotler, P. A. (2008). *Fundamentos de marketing. Octava edición*. México: Pearson Educación.

Megias, J. (18 de abril de 2016). *Estrategias, Startups y Modelos de negocio*. Obtenido de <http://javiermegias.com/blog/>

Osterwalder, A. P. (2011). *Generación de modelos de negocio*. Barcelona: DEUSTO.

Imagen tomada de pixabay.com CCO Public Domain. Gratis para usos comerciales. No es necesario reconocimiento.

## CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia/Red	Fecha
<b>Autor</b>	Mónica Liliana Valenzuela Barón	Instructora	CENTRO DE SERVICIOS FINANCIEROS. REGIONAL DISTRITO CAPITAL	6 de febrero de 2017
<b>Autor</b>				
<b>Autor</b>				
<b>Revisión</b>				
<b>Aprobación</b>				

### IX. Control de cambios

Autor	Descripción del cambio	Cargo de quien aprobó	Fecha