

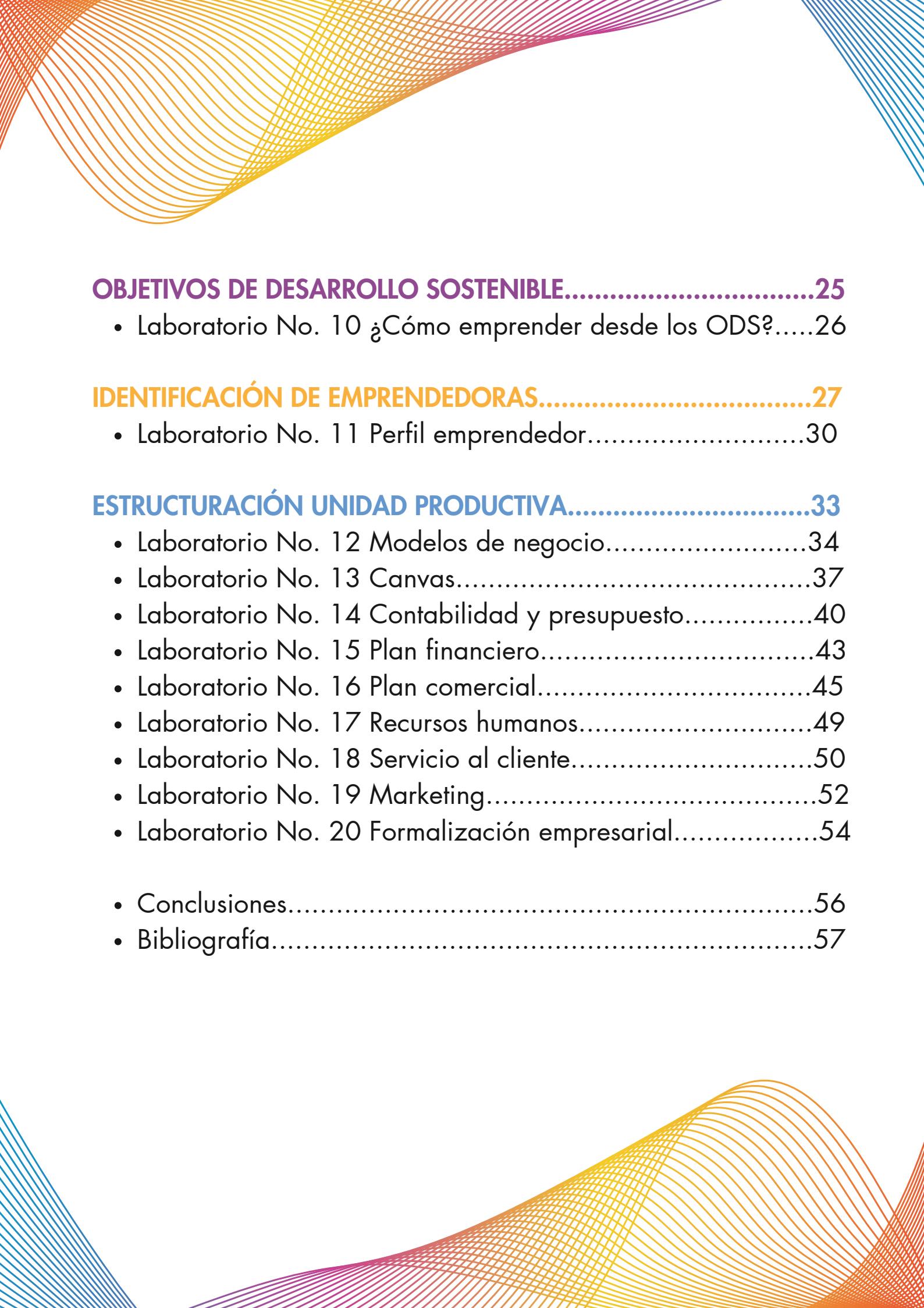
GUÍA DIDÁCTICA

LABORATORIOS DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL
PARA EMPRENDEDORES Y EMPRENDEDORAS



ÍNDICE

• Presentación.....	4
• Introducción.....	6
• Objetivo general.....	7
• Objetivos específicos.....	7
FORMACIÓN HUMANA.....	8
• Laboratorio No. 1. Proyecto de vida.....	9
CULTURA EMPRENDEDORA.....	11
• Laboratorio No. 2 Mentes maestras.....	12
• Laboratorio No. 3 Analiza el sombrero.....	13
DE LA IDEA A LA OPORTUNIDAD.....	16
• Laboratorio No. 4 Solución creativa a problemas sociales..	17
• Laboratorio No. 5 De la ideación a la creación.....	18
• Laboratorio No. 6 Exploración y valentía.....	19
COMUNICACIÓN PARA EMPRENDEDORES.....	20
• Laboratorio No. 7 El poder de la imaginación.....	21
• Laboratorio No. 8 Storytelling.....	23
• Laboratorio No. 9 El factor X.....	24



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.....	25
• Laboratorio No. 10 ¿Cómo emprender desde los ODS?....	26
IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDEDORAS.....	27
• Laboratorio No. 11 Perfil emprendedor.....	30
ESTRUCTURACIÓN UNIDAD PRODUCTIVA.....	33
• Laboratorio No. 12 Modelos de negocio.....	34
• Laboratorio No. 13 Canvas.....	37
• Laboratorio No. 14 Contabilidad y presupuesto.....	40
• Laboratorio No. 15 Plan financiero.....	43
• Laboratorio No. 16 Plan comercial.....	45
• Laboratorio No. 17 Recursos humanos.....	49
• Laboratorio No. 18 Servicio al cliente.....	50
• Laboratorio No. 19 Marketing.....	52
• Laboratorio No. 20 Formalización empresarial.....	54
• Conclusiones.....	56
• Bibliografía.....	57

PRESENTACIÓN

Bienvenido/a a la Guía Didáctica de Emprendimiento, un recurso creado para acompañarte en el apasionante viaje de crear y gestionar tu propio negocio. Este material está diseñado para proporcionarte herramientas prácticas y conocimientos clave en dos áreas fundamentales para el éxito empresarial: habilidades blandas y habilidades empresariales.

A lo largo de esta guía, encontrarás una serie de laboratorios interactivos que te ayudarán a desarrollar capacidades esenciales tanto para el ámbito personal como profesional, las cuales son indispensables para cualquier emprendedora que busque prosperar en el competitivo mundo empresarial.

El presente documento aporta las Acciones Formativas en Emprendimiento Social en el marco del proyecto "*Impulsa: Promoción y consolidación de procesos de emprendimiento joven, impulso de un ecosistema de apoyo y posicionamiento como estrategia ante el desempleo joven en Bolívar - Colombia*". Se trata de un proyecto ejecutado por la Asociación Jovesólides (España) en conjunto con sus contrapartes locales Jovesolides Colombia y Conviventia en la ciudad de Cartagena de Indias (departamento de Bolívar, Colombia) en el marco de las intervenciones de Cooperación Internacional financiadas por la Generalitat de Valencia, específicamente en la línea de "Intervenciones específicas" financiadas en la edición 2023.





«Esta publicación ha sido realizada con el apoyo económico de la Generalitat Valenciana. Los contenido de la publicación son responsabilidad exclusiva de «JOVESOLIDES COLOMBIA y CONVVENTIA» y no refleja necesariamente la opinión de la Generalitat Valenciana».

INTRODUCCIÓN



Vivimos en una era de cambio constante, donde emprender no solo es una opción, sino una poderosa herramienta de transformación personal y social. Las personas emprendedoras se enfrentan a un entorno dinámico y desafiante, que requiere coraje, visión y una mentalidad abierta al aprendizaje continuo.

Este guía, en sus 57 páginas, es una invitación a despertar la creatividad, a cultivar la innovación ya fortalecer la capacidad de adaptación, cualidades esenciales para prosperar en un mercado en constante evolución.

Con un enfoque práctico, cercano y profundamente empoderador, esta guía acompaña especialmente a las personas emprendedoras en su camino hacia la toma de decisiones conscientes, la superación de obstáculos y la construcción de negocios con propósito, impacto y sostenibilidad.

Porque emprender no es solo construir una empresa, es también construir una versión más fuerte, libre y auténtica de ti mismo/a.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar las herramientas, conocimientos y estrategias para desarrollar, gestionar y hacer crecer su emprendimiento, fomentando la innovación, la creatividad y la capacidad de adaptación en un entorno competitivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

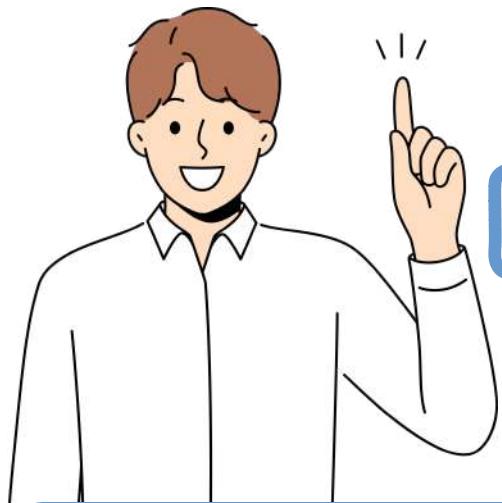
- Identificar y desarrollar habilidades blandas.
- Fortalecer la capacidad de liderazgo y gestión emocional.
- Fomentar habilidades empresariales fundamentales.
- Incorporar habilidades de innovación y creatividad.

FORMACIÓN HUMANA

- Construir un escenario de probabilidades de perfil de emprendimiento , mediante el cruce de atributos presentes en las personas participantes.
- Determinar los componentes afectivos, cognitivos y comportamentales asociados con el perfil de las personas emprendedoras.
- Valorar los atributos de la personalidad que caracterizan a una persona emprendedora.

Promover una mentalidad innovadora, proactiva y orientada a la solución de problemas; estas competencias son fundamentales para cualquier persona que quiera emprender un negocio o afrontar nuevos retos.





LABORATORIO #1

PROYECTO DE VIDA

Un proyecto de vida, también conocido como plan de vida, es la orientación y el sentido que una persona le da a la vida.

Los proyectos de vida sirven para proporcionar conocimientos sobre nosotros mismos, con el fin de alcanzar de forma realista nuestros sueños o hallar el sentido de nuestra misión como persona.



Un proyecto de vida tiene como objetivo principal brindar orientación y guía en la toma de decisiones y acciones a lo largo de la vida de una persona.

Al plantear objetivos claros y definidos, se crea un marco de referencia que permite evaluar el progreso y la consecución de metas.

Tener un proyecto de vida te ayudará a tomar las mejores decisiones para tu futuro.

Te dará dirección y propósito.

INSTRUCCIONES

Imagina el éxito. Permítete soñar a lo grande. Imagina cómo sería un día normal en tu vida ideal. Esto puede incluir diferentes aspectos y áreas como las finanzas, tu carrera, tus relaciones personales o tu salud.

Se recomienda elaborar un diagrama visual, conocido como mind map, que incluya los intereses y objetivos que permitan ayudarlos/as a determinar cuál es el paso siguiente en el que deberían focalizarse.



Para crear una lista de sueños, empieza identificando lo que te **apasiona** y lo que realmente **quieres lograr** en la vida. Luego, escribe una lista detallada de tus **deseos**, desde **metas personales** hasta **aspiraciones profesionales** y **experiencias** que te gustaría vivir.

CULTURA EMPRENDEDORA

- Concienciar que todas las personas somos creativas, sólo hace falta "despertar" nuestra creatividad.
- Crear colectivamente historias creativas (con resolución de problemas) en grupo y tan solo a partir de imágenes.
- Obtener herramientas para fomentar el pensamiento creativo en el equipo.

Generar en las personas participantes un espíritu emprendedor que les permita incorporar el emprendimiento como una práctica propia y hacerlas partícipes de los procesos de transformación de su propia vida y de la sociedad.



LABORATORIO #2

MENTES MAESTRAS

MATERIALES:

Objetos creativos, juguetes, tarjetas con imágenes, etc.



Las historias, incluso las aparentemente más "aburridas", pueden ser una herramienta poderosísima para atrapar la atención de tu lector (tu potencial cliente).

INSTRUCCIONES

Se forman grupos aproximadamente de 4 a 5 participantes, y por cada grupo se entregan unos objetos o tarjetas con imágenes con el fin de que creen una historia entre todas, empezando con: "érase una vez", y las participantes deberán continuar.

Lo que se busca es despertar la creatividad, la innovación y el trabajo en equipo.

LABORATORIO #3

ANALIZA EL SOMBRERO

PARTE #1

Se comparte la técnica y la problemática a resolver. Se procede a explicar la función de cada sombrero y los conceptos clave.

El /la dinamizador/a colocará los sombreros al azar, repartidas dentro del grupo de participantes para que estos argumenten sobre el punto de vista que les tocó, según la piedra asignada.



MATERIALES:

- Sombreros de colores: blanco, rojo, azul, amarillo, verde y negro.
- Folio en papel bond tamaño carta.
- Cartulina impresa con sombreros de colores.

PARTE #2

INSTRUCCIONES

Se comparte una problemática y a cada grupo se le asigna un folio y un color de sombrero.

Luego, cada 5 minutos se rota por los diferentes sombreros, de tal manera que todas tienen que pensar desde cada punto de vista y dialogar en equipo.

Para finalizar se socializa con todo el grupo.



EMOCIONES Y
SENTIMIENTOS



ALTERNATIVAS Y
CREATIVIDAD



JUICIO POSITIVO



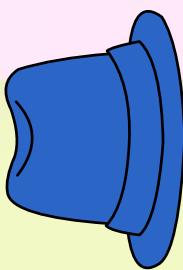
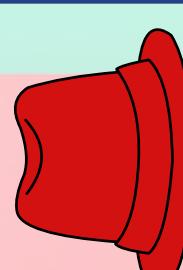
JUICIO NEGATIVO



HECHOS Y PERSPECTIVA
OBJETIVA INFORMACIÓN.



CONTROL DEL
PENSAMIENTO

	EXPOSICIÓN DE CONTROL DEL PENSAMIENTO	
	EXPOSICIÓN DE ALTERNATIVAS Y CREENCIAS CREATIVAS	
	EXPOSICIÓN DE JUICIO POSITIVOS	
	EXPOSICIÓN DE JUICIO NEGATIVO	
	EXPOSICIÓN DE EMOCIONES Y SENTIMIENTOS	
	EXPOSICIÓN DE HECHOS Y PERSPECTIVA OBJETIVA INFORMACIÓN.	

DE LA IDEA A LA OPORTUNIDAD

- Fortalecer las capacidades de enfrentarse a problemas reales aportando soluciones innovadoras.
- Fomentar el trabajo en equipo y la colaboración multidisciplinaria para enfrentar problemas.
- Enseñar a ver los problemas como oportunidades de innovación y cómo a partir de un desafío puede surgir una solución creativa

Se busca que cada participante de la actividad logre identificar la capacidad para transformar las condiciones negativas (o no convencionales) en características positivas.



LABORATORIO #4

SOLUCIÓN CREATIVA A PROBLEMAS SOCIALES



Planteamos una problemática sobre la cual tendrán que pensar en cómo abordar un problema. Los equipos tienen 20 minutos para obtener 4 posibles soluciones y 5 minutos para presentarlo a todo el grupo.

Ejemplos de problemáticas: Desempleo o empleo informal, violencia de género, contaminación al medio ambiente, pobreza, migración, calentamiento global o desigualdad de género.



LABORATORIO #5

DE LA IDEACIÓN A LA CREACIÓN

INSTRUCCIONES

Previamente a la actividad, el/la formador/a debe proyectar un **RETO SOCIAL** de un problema, poniendo toda la información en un panel o proyectando un video.

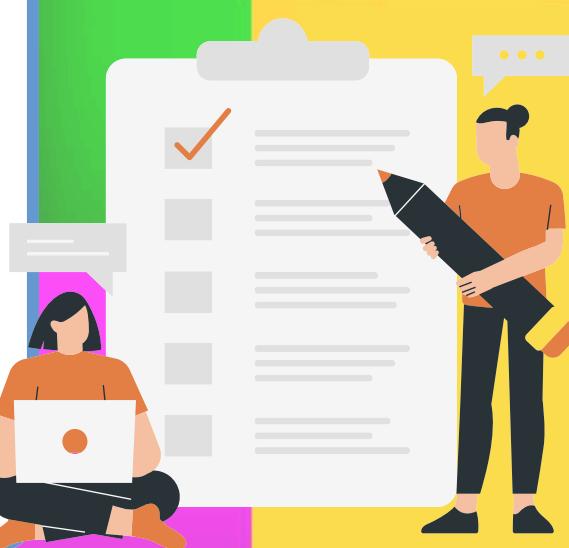
Todos las personas participantes deben ver el reto, indicándoseles que a partir de la información suministrada deben escribir los estímulos generados en una hoja (sentimientos, recuerdos, ideas).

Una vez han identificado los estímulos, estos deben ser tenidos en cuenta para realizar una lluvia de ideas de causas, problemas u obstáculos que van a necesitar para estructurar una posible solución al problema.

De manera individual, cada participante debe escribir en un post designado para causas, problemas y obstáculos que consideren para alcanzar el reto.

MATERIALES:

Panel con el reto, hojas en blanco y post it



LABORATORIO #6

EXPLORACIÓN Y VALENTÍA

INSTRUCCIONES

LLUVIA DE IDEAS INVERSA

En las habituales lluvias de ideas se les pide a las participantes resolver problemas.

La lluvia de ideas inversa se le pide a las personas participantes generar magníficas formas para causar un problema.

Comienza planteando el problema y pregunta "¿Cómo podríamos causar esto?"

Una vez que tengas una lista de maneras sensacionales de crear problemas, ¡estás listo para comenzar a resolverlos!

MATERIALES:

Hojas en blanco y lapiceros



COMUNICACIÓN PARA EMPRENDEDORES

- Ser capaces de manejar herramientas para la creación de videos, presentaciones e imágenes sobre el proyecto social.
- Utilizar la comunicación no verbal como medio de mostrar o contar una historia.
- Compartir las propuestas elaboradas a través de presentaciones breves, sencillas e impactantes

Brindar las habilidades de comunicación adecuadas para poder liderar con éxito los emprendimientos. Una comunicación efectiva es una herramienta poderosa para transmitir ideas de manera clara y convincente, fortalecer relaciones y persuadir a los demás.



LABORATORIO #7

EL PODER DE LA IMAGINACIÓN

INSTRUCCIONES

A partir de un objeto personal significativo que hayan aportado las personas participantes (hemos de pedirlo la sesión anterior), les proponemos que individualmente piensen en transformarlo de manera que pase a desarrollar una función diferente a la que tiene asignada.

Ejemplos: unos lápices de colores pasan a ser una escalera, una taza pasa a ser un portalápices, unas llaves pasan a ser piercing, etc.

Damos 10 minutos para que se haga el trabajo individualmente, después vamos haciendo una ronda de presentación en la que cada participante presenta el objeto original y su uso, así como la transformación realizada y su utilidad.

Comenzamos el aprendizaje de las herramientas con cualquier editor de vídeo. Recoger el proceso de transformación del objeto que han traído, en un vídeo.

A continuación se forman parejas de trabajo y se les indican las siguientes consignas: hacer fotos o grabar varias secuencias de vídeo al objeto original y sus funcionalidades, los cambios realizados, el objeto transformado y sus nuevas funcionalidades (no más de 10 fotos o vídeos).

MATERIALES:

Objeto personal.
Computador, televisor,
servicios de internet,
celular o cámara digital



Una vez aprendido el manejo de la herramienta de forma amena, se indica a los participantes que a partir de los proyectos sociales generados por cada grupo en la anterior fase, deberán realizar pequeños vídeos de presentación de su **IDEA**.

LABORATORIO #8

STORYTELLING

INSTRUCCIONES

Se indica a las personas participantes que van a desarrollar técnicas de comunicación que les ayudarán a agudizar sus sentidos.

Se hacen grupos de trabajo y a cada uno de ellas se les entrega 2 pelotas de goma con algún "recuerdo" o "sentimiento" escrito en ella.

Con esas ideas deben construir el guion de una historia que posteriormente escenificarán en cine mudo o dibujo, en un tiempo estipulado para ello.

Por último, una vez escenificadas las historias, el resto de participantes, debe adivinar de qué va la historia y con ellos hacer una reflexión sobre las diferentes historias representadas.

MATERIALES:

Pelotas de goma con algún recuerdo o sentimiento



LABORATORIO #9

EL FACTOR X

¿Qué es un Elevator Pitch?

Un Elevator Pitch es una presentación concisa y convincente de tu actividad o negocio. Se trata de un breve discurso de venta, que no debe durar más de 1 minuto o el tiempo justo para llegar hasta el último piso si te subes en un ascensor.



5 consejos para elaborar un elevator pitch



Planificar

Centrar el discurso en 1- 2 ideas

Utiliza lenguaje natural

Transmite pasión por lo que haces

Estructura tu elevador pitch

INSTRUCCIONES

El **FACTOR X**, actividad de presentación, valoración y difusión de ideas que reta a las participantes a presentar sus IDEAS/PROYECTOS en solo 1 minuto y medio de la forma más creativa y convincente posible.

Las participantes presentarán en 1 min y medio su proyecto social. Habrá un jurado compuesto por 4 miembros (pueden ser personas vinculadas a la entidad, grupo o localidad donde se realice), que dispondrá de una ficha para puntuar del 1 al 5, en los criterios de innovación y creatividad, impacto social, viabilidad y comunicación.

Tras cada presentación, 2 miembros del jurado realizarán aportaciones a cada proyecto, respecto a dos criterios distintos. Se organizan los grupos de trabajo y se les da el tiempo para que organicen su Pitch de Negocios.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- Trabajar por un desarrollo ambiental, social y económico más sostenible.
- Desarrollar y promover estrategias para reducir la contaminación del aire, agua y suelos, así como fomentar la economía circular mediante la reutilización, el reciclaje y la reducción de residuos.
- Garantizar que todas las personas tengan las mismas oportunidades para alcanzar su máximo potencial, eliminando las barreras y discriminaciones basadas en su identidad de género.

Se busca conformar empresas alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible y la Agenda 2030, debido a que tienen mayores posibilidades de ser aceptadas y apoyadas por sus clientes y la sociedad en general.



LABORATORIO #10

¿CÓMO EMPRENDER DESDE LOS ODS?



Instrucciones: Las personas participantes se agruparán por parejas. En una cartulina, cada pareja tendrá que elaborar un listado con las actos que realizan en su día a día a través de su emprendimiento y que generan contaminación.

Una vez terminados los listados, se expondrán al resto del grupo y se dará paso a una reflexión conjunta sobre las medidas a adoptar para cambiar esos actos.

¿Soy una persona emprendedora responsable al consumir?

La actividad consiste en reconocer los hábitos de consumo que cada participante tiene.

Cada persona recordará y escribirá, en un folio, la última compra que ha realizado para su emprendimiento y responderá las siguientes preguntas:

- ¿Necesito lo que he comprado?
- ¿Lo he comprado por satisfacer un deseo?
- ¿He elegido libremente o es una compra compulsiva?
- ¿Cómo me voy a deshacer de él una vez que haya terminado de usarlo?



MATERIALES:
Lápices de colores,
tijeras, pegamento,
cartulinas, folios,
bolígrafos



IDENTIFICACIÓN DE EMPRENDEDORES

- Analizar las habilidades clave desarrolladas por las personas emprendedoras, tales como liderazgo, toma de decisiones, gestión de equipos, resolución de problemas y habilidades financieras.
- Clasificar el perfil del/la emprendedor/a según sus características personales, tales como su enfoque estratégico, visión empresarial, tolerancia al riesgo y adaptabilidad a cambios del mercado.

Identificar y categorizar el perfil de la persona emprendedora, evaluando sus experiencias, habilidades desarrolladas y visión empresarial.



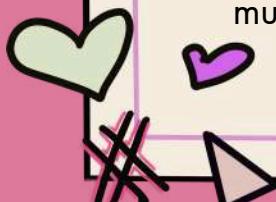


IGUALDAD DE GÉNERO EN TU EMPRENDIMIENTO

La igualdad de género se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades, oportunidades y resultados para mujeres y hombres, niñas y niños.

Contribuye a la reputación, la rentabilidad del negocio y genera una ventaja para las empresas. Infórmate sobre por qué la igualdad de género es importante para ti y tu negocio.

Recuerda que las mujeres son más de la mitad del mercado y tienen el 80% del poder de compra. ¡Las mujeres no son un nicho, son el mercado! (Gemma Cernuda, 2015).



Las/os participantes realizan un análisis que les permita conocer cómo su negocio contribuye a la igualdad de género, mediante la aplicación de una serie de pasos.



INSTRUCCIONES

El/la formador/a comparte una guía que sirve como una herramienta estratégica y práctica para fomentar un ambiente inclusivo y equitativo dentro de la organización u emprendimiento.

Dando respuesta de manera grupal, logrando identificar si se tienen en cuenta estos aspectos.



ACTIVIDAD: GUÍA DE ANÁLISIS SOBRE IGUALDAD DE GÉNERO



¿CONTRIBUYENTE
A LA IGUALDAD
DE GÉNERO EN TU
NEGOCIO?

PASOS A
SEGUIR



INCORPORAR EL COMPROMISO CON LA IGUALDAD DE GÉNERO

1. Define valores de tu emprendimiento.
2. Infórmate sobre la importancia de la igualdad de género.
3. Sensibiliza a tu cliente sobre la igualdad de género.

REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DE GÉNERO

Elabora un plan de acción, con objetivos para contribuir a la igualdad de género.

VINCULAR TU GESTIÓN COMERCIAL AL ENFOQUE DE GÉNERO

Cuida la comunicación y publicidad de tu negocio, recordando mejorar siempre el lenguaje inclusivo.

PREVÉN Y EVITA LA VIOLENCIA Y EL ACOSO EN TU NEGOCIO

Infórmate sobre cómo prevenir y denunciar la violencia y el acoso.

"La igualdad de género es más que un objetivo en sí mismo. Es una condición previa para afrontar el reto de reducir la pobreza, promover el desarrollo sostenible y la construcción de un buen gobierno"



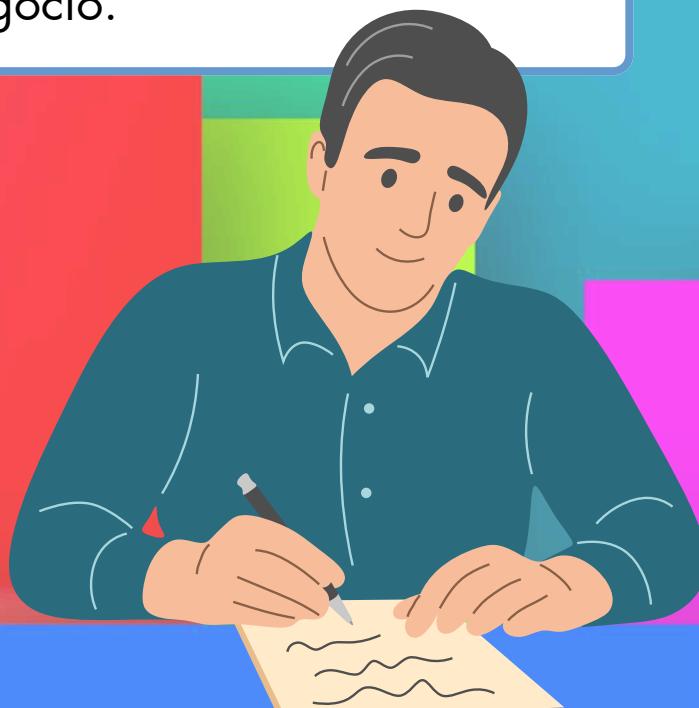
LABORATORIO #11

PERFIL EMPRENDEDOR

INSTRUCCIONES

Realizar el siguiente test de manera individual con preguntas concretas de personalidad, donde cada participante responderá con sinceridad para generar un indicador que muestre un resultado final y así conocer dónde se posiciona cada emprendedor/a.

De esta manera se podrá permitir y guiar la idea de negocio.



Para realizar este test adecuadamente, debes leer con atención los enunciados y asignar un puntaje a cada uno de ellos.

La escala de puntuación está representada por las siguientes categorías:

- (5) Definitivamente sí
- (4) Probablemente sí
- (3) Indeciso
- (2) Probablemente no
- (1) Definitivamente no



TEST: CARACTERÍSTICAS PERSONALES, TUS DESTREZAS Y TU SITUACIÓN

Liderazgo: Cuando enfrentas una situación difícil, ¿logras mantener la calma, informarte de la manera apropiada y tomar decisiones sin posponer o trasladar el problema a alguien más?

Gestión del cambio: No existe ninguna idea de negocio totalmente segura. Siempre se corre el riesgo de fracasar. ¿Eres consciente de los riesgos y aceptas la posibilidad de que tu negocio podría enfrentar desafíos?

Empatía: Una persona emprendedora juega un papel importante en el desarrollo de la comunidad. ¿Eres consciente de este rol?

Tolerancia al cambio: ¿Puedes mantener un espíritu positivo bajo presión? ¿Puedes ver las oportunidades en las situaciones difíciles?

Innovación: ¿Te consideras una persona recursiva? ¿Te gusta buscar nuevos caminos y alternativas para solucionar situaciones prácticas?

Sueños: Me suelen decir que "ponga los pies en el suelo", porque tengo mucha imaginación.

Negociación: En toda negociación siempre hay una parte ganadora y otra perdedora.

Inconvenientes: Considero que los problemas solo tienen una posible solución.

Riesgos: Me gusta trabajar seguro/a y no correr riesgos por pequeños que estos sean.

**Si lograste entre 100% y 70%...
¡Felicitaciones! Tienes mucho potencial
para ser emprendedor.**

**Si lograste entre 60% y 40%...
¡Felicitaciones! Tienes mucho potencial
para ser emprendedor.**

**Si lograste entre el 35 y 0%, ¡Ánimo!
Puedes trabajar en tus capacidades y
desarrollar tu potencial emprendedor.**



Los resultados obtenidos a través de este test reflejan el estado actual de tus habilidades y capacidades como emprendedor. El sistema tipo semáforo (rojo, amarillo y verde) te permite visualizar claramente las áreas que requieren más atención y aquellas en las que ya estás desempeñándote bien.



Se establece considerar la torre como su unidad productiva y cada miembro del equipo tiene un turno para hacer un movimiento, protegiendo su unidad productiva ante cada adversidad.

Durante el tiempo establecido, ganará quien levante la torre más alta respetando las reglas .

Se dividirán las personas participante en grupos iguales y se les pedirá a cada una armar una torre con turnos estipulados. Solo se podrá usar la misma mano para armar la torre. Ganará el equipo cuya torre permanezca en pie durante un tiempo máximo de 15 minutos.

ESTRUCTURACIÓN UNIDAD PRODUCTIVA

- Explicar de forma precisa y clara cada uno de los temas necesarios a desarrollar durante la estructuración de unidad productiva y teniendo en cuenta las necesidades más latentes en la sociedad.
- Promover la adopción de prácticas innovadoras y sostenibles en los procesos productivos de las jóvenes emprendedoras, por medio de metodologías estratégicas que les permitan adaptarse a las demandas del mercado y mejorar su competitividad.

Identificar y validar los principales aspectos del modelo de negocio con el que se ha identificado el cliente y el mercado objetivo



LABORATORIO #12

MODELOS DE NEGOCIOS

Es un instrumento que se utiliza con el objetivo de trazar un mapa que permita ver con claridad la forma de solucionar una necesidad del mercado.

Es importante saber que, si nuestro emprendimiento no consigue vender como esperamos, es posible que nuestro modelo de negocio no esté bien construido por diversas razones: puede haber fallado en la selección de socios estratégicos, del tipo de cliente, o incluso nuestra idea de negocio puede no tener ningún valor único que nos diferencie del resto.



HERRAMIENTA DE ANÁLISIS



Si quieras prosperar en un mercado competitivo, tienes que analizar el estado de tu empresa, por dentro y por fuera. Internamente, tienes que entender lo que estás haciendo bien y lo que podrías mejorar. Externamente, tienes que considerar hacia dónde llevar tu negocio y predecir los nuevos retos del mercado a los que probablemente te enfrentarás.



ANÁLISIS DAFO

Un análisis DAFO es el proceso de descubrir y examinar diferentes aspectos de tu empresa, y organizar tus descubrimientos en una sencilla plantilla de cuadrícula de 2x2. Cada cuadrante de la cuadrícula corresponde a una letra del acrónimo DAFO.

El acrónimo significa puntos débiles, amenazas, fortalezas y oportunidades.



ACTIVIDAD: VALIDACIÓN DE NEGOCIOS DEL SECTOR

INSTRUCCIONES

Identificar 3 ideas de negocios en el entorno en que habitan las personas participantes y validar su viabilidad, identificar los principales factores que pueden facilitar u obstaculizar el desarrollo de la idea de negocios, en su ambiente externo (oportunidades y amenazas).

MATERIALES:

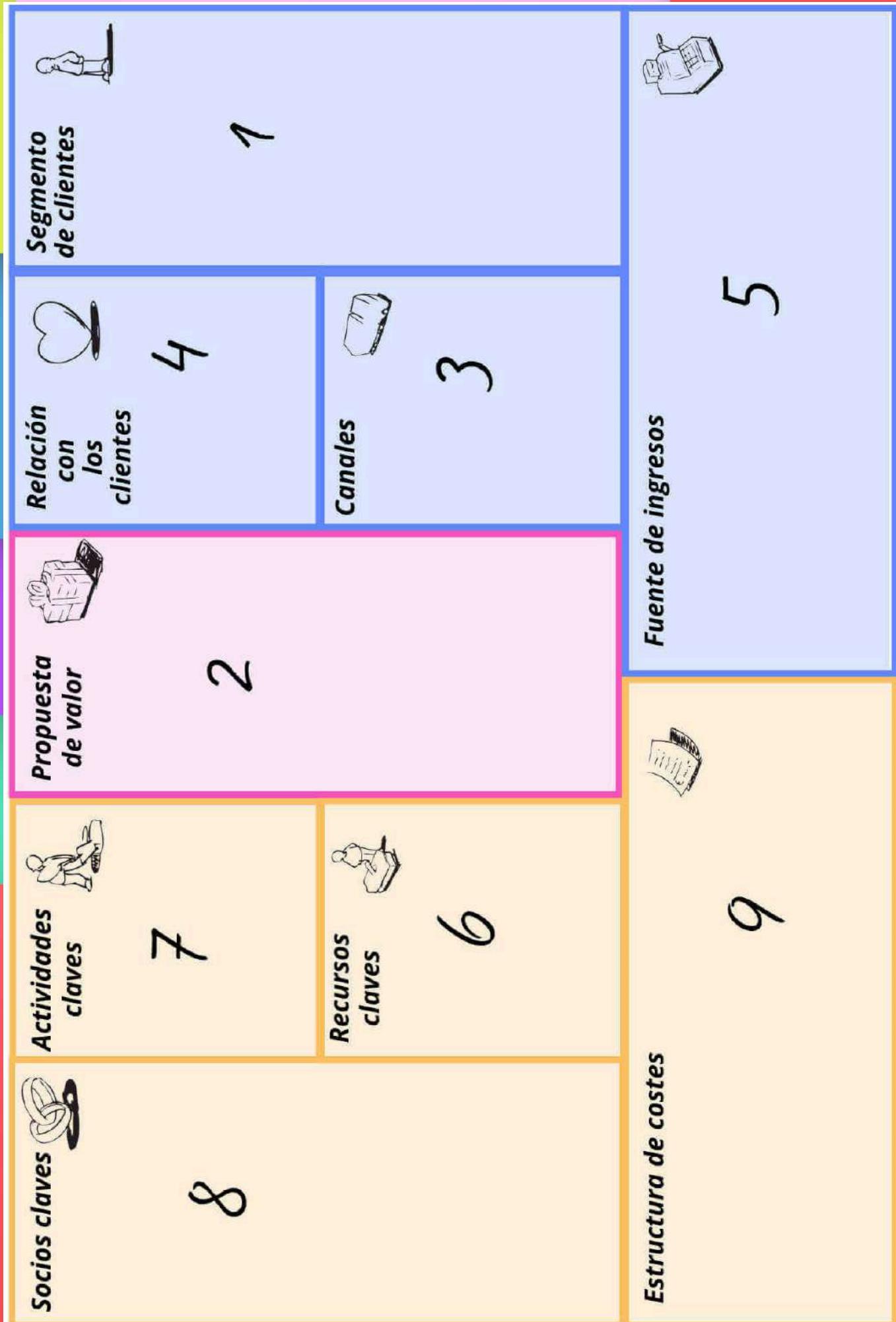
Computador, televisor y servicios de internet.



INSTRUCCIONES

En esta actividad, las personas participantes deberán validar una idea de negocio en su comunidad, analizando la competencia y las oportunidades del mercado. El proceso incluye: seleccionar una idea de negocio relevante para el sector local, investigar la competencia para identificar sus fortalezas y debilidades, y buscar oportunidades de negocio no explotadas. Además, las/os participantes validarán su propuesta a través de encuestas o entrevistas con clientes potenciales. Al final, presentarán sus hallazgos y propondrán mejoras basadas en los resultados obtenidos.

LABORATORIO # 13 CANVAS



DESCRIPCIÓN DE LOS BLOQUES DEL CANVAS

SEGMENTO DE CLIENTES

Detectar las necesidades del mercado, del cliente. Nuestro foco siempre es el cliente y debemos orientar el producto a sus necesidades y deseos.

PROPIEDAD DE VALOR

La propuesta de valor o ventaja competitiva es el motivo por el que el cliente nos va a comprar a nosotros y no a otro. Aquí se incluye lo que hace diferente e innovador.

CANALES

Dependiendo de la naturaleza del producto o servicio, de las exigencias, costumbres de los clientes, se deben diseñar mecanismos eficientes de distribución.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

Los clientes son nuestro eje central, por lo que saber definir la relación que vamos a tener, es fundamental para el éxito de un negocio.

FUENTES DE INGRESOS

Acciones, actividades que generan dinero para la empresa. Es importante determinar el valor que están dispuestos a pagar los clientes por los productos.

RECURSOS CLAVES

- Activos y personas
- Recursos necesarios para generar valor.
- Maquinarias, espacio físico, personal calificado y tecnología.

ACTIVIDADES CLAVE

Se deben tomar en cuenta todos procesos internos de la organización, productivos y de comercialización.

SOCIOS CLAVE

Es necesario identificar socios estratégicos en proveedores, clientes, inversionistas y representantes del estado relacionados con aspectos operativos.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Toda infraestructura tiene unos costos que debemos pagar y optimizar. Debemos definir cuáles son nuestras prioridades y los gastos fundamentales en el negocio.

ACTIVIDAD

INSTRUCCIONES

En esta actividad, las personas participantes deberán utilizar el modelo de negocio Canvas para estructurar y presentar su idea de negocio de manera clara y visual.

A través de esta herramienta, podrán identificar y organizar los elementos clave de su propuesta, lo que les permitirá tener una visión integral de su emprendimiento.

Durante la elaboración, cada participante llenará los 9 bloques del Canvas, explicando cómo su negocio satisface una necesidad en el mercado y destacando los aspectos más relevantes de su propuesta de valor, segmento de clientes, canales de distribución, fuentes de ingresos y otros componentes esenciales.

MATERIALES:

**Computador, televisor
y plantillas con el
modelo.**



LABORATORIO #14

CONTABILIDAD Y PRESUPUESTO

ACTIVIDAD

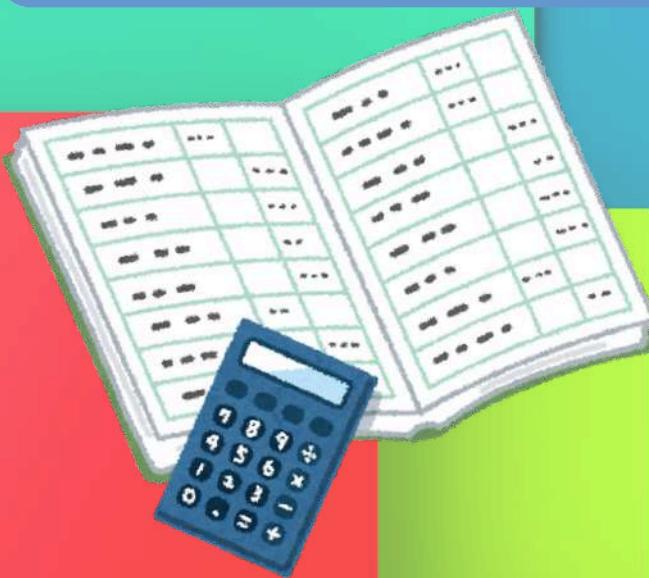
ACTIVIDAD 1: Identificar los costos fijos para determinar el precio de uno de sus productos y/o servicios.

Las personas participantes realizan como ejercicio práctico la realización de su presupuesto personal.

Ver folio de presupuesto en la siguiente página



Actividad 2: Teniendo en cuenta el ejemplo del libro diario descrito en el material de apoyo, las personas participantes realizarán el libro diario de su unidad productiva del día anterior. (Si no cuenta con la unidad productiva, se realiza un supuesto).



Presupuesto mensual

Ingresos:

Ahorros:

Otros:

Gastos:

Total:

Visión General	Proyección	Real	Diferencia
Total Ingresos			
Total Gastos			
Total Ahorros			

Notas

LIBRO DIARIO DE CONTABILIDAD

Actividad 2

Nombre de la empresa:



Nota:
Anotar diariamente los ingresos recibidos, los gastos realizados y las cuentas por cobrar

LABORATORIO #15

PLAN FINANCIERO

La financiación hace referencia al acceso de capital financiero para el inicio y expansión de los negocios, tanto para el desarrollo de nuevos productos, servicios y procesos, como para la inversión en capital humano o maquinaria.

Importancia del financiamiento Empresarial:

Te ayuda a estabilizar el flujo de efectivo de tu negocio, tendrás un mejor control de tus ingresos, deudas y gastos fijos, como la renta o la hipoteca, servicios de agua, luz, teléfono, etc.

Es una herramienta de negociación que te sirve para negociar las condiciones productos, precios y plazos con tus clientes y proveedores.

Tendrás la posibilidad de acceder a diversos servicios financieros. Cuando obtienes un crédito bancario, puedes acceder de manera más fácil a otros productos complementarios que impulsen tu productividad.



¿Cuál es la fuente de financiación por excelencia?

Recursos Propios
(BOOTSTRAPING)

Todas las empresas deben invertir recursos propios en la financiación de las actividades de innovación.

Financiación Particular
Familiares, amigos y terceros...

Los gastos fijos: Son salidas de dineros permanentes en el corto plazo. Puede que varíen levemente de un mes a otro, pero se puede establecer su costo aproximado; por ejemplo: cuento gastaremos en arriendo, nomina, transportes entre otros



Los Gastos Variables: Son aquellos que sí dependen de la producción de tu empresa, es decir, cambiarán si produces más o menos de lo habitual.



Oportunidad de Ahorro: son aquellas acciones que nos permiten generar o reservar una cantidad de dinero -por pequeña que sea- para ser destinada como ahorro, puede obtenerse de reducir o eliminar gastos innecesarios.



Gastos Hormiga : son aquellos pequeños gastos de los que casi no nos damos cuenta, pero que si los sumamos dan una cantidad enorme, algunos ejemplos son: dulces , gaseosas, tintos, chicles, entre otros



El Ahorro: es la acción de separar una parte de los ingresos que obtiene una persona o empresa con el fin de guardarlo para su uso en el futuro, ya sea para algún gasto previsto o imprevisto, emergencia económica o una posible inversión.



Crédito: es una operación financiera en la que una persona (el acreedor) realiza un préstamo por una cantidad determinada de dinero a otra persona (el deudor) y en la que este último, se compromete a devolver la cantidad solicitada (además del pago de los intereses devengados, seguros y costos asociados si los hubiere) en el tiempo o plazo definido de acuerdo a las condiciones establecidas para dicho préstamo.

Actividad para controlar los gastos hormiga:

1. Elabora un registro detallado de tus gastos
2. Planifica tus compras
3. Elabora una lista de gastos innecesarios



LABORATORIO #16

PLAN COMERCIAL

Es un documento detallado que describe los planes futuros de una empresa. ¿Qué productos quieres vender?, ¿qué servicios quieres ofrecer?, ¿qué mercados quieres conquistar?, ¿qué tipo de clientes te interesan? y otros objetivos estratégicos.

¿Qué importancia tiene la planeación comercial?

Es interpretar el punto de equilibrio donde una empresa no pierde ni gana. El plan comercial permite hacer frente a los costos fijos y variables.



El plan comercial es fundamental para el éxito del negocio porque determina:

- Los volúmenes que se deben producir para atender la demanda.
- Las especificaciones que requiere el cliente.
- Los precios y formas de pago.
- La comunicación empresarial.
- El cumplimiento de los objetivos financieros.

5 TÉCNICAS DE FIDELIZACIÓN EN EL COMERCIO

LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

Se describe como una relación emocional permanente entre tu empresa y tu cliente, que se manifiesta por la voluntad de un cliente de interactuar contigo y comprar tus productos de forma recurrente frente a la competencia.

¿Qué objetivo tiene la fidelización del cliente?

Es el proceso de crear y mantener una relación duradera y positiva con los consumidores existentes al satisfacer sus necesidades y expectativas.

Características de fidelización:

Incluye anticipar necesidades, satisfacer expectativas, crear relaciones duraderas, ofrecer experiencias positivas y promover valores.

1 Recompensa por petición de compra:

Entrega un flayer al cliente por su primera compra, para anotar cada compra que realice y al llegar a un número de veces le hacemos un descuento.

2 Descuentos exclusivos o rebajas anticipadas :

Ofertas que están dirigidas a clientes que sean socios, o adelantar la época de rebajas solamente para ellos.

3 Presentación y venta exclusiva :

Invita a tus clientes habituales a la presentación de un nuevo producto que vayas a lanzar.

4 Regalos sorpresa:

Enviar una felicitación de cumpleaños personalizada, dar un regalo o un descuento.

5 Sentimiento de pertenencia:

Crea una comunidad entorno a tu marca.

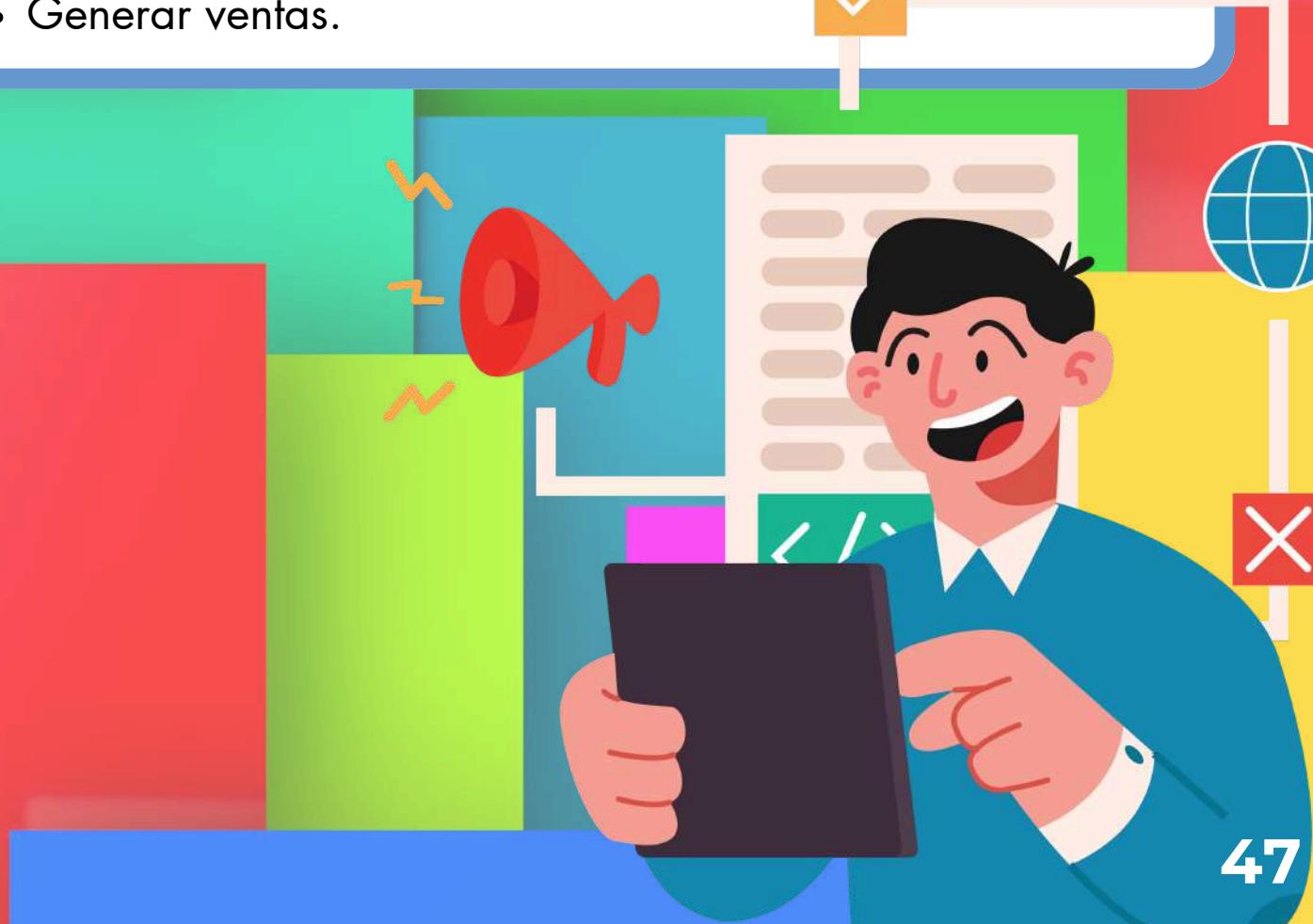


LA ESTRATEGIA COMERCIAL

La estrategia comercial abarca todas las acciones y decisiones tomadas por una empresa para alcanzar sus objetivos comerciales. Incluye la definición de los mercados objetivo, la fijación de precios, la elección de canales de distribución y la comunicación con los clientes. Es el plan de acción que guía a la empresa en la consecución de sus objetivos.

ESTRATEGIA DE MARKETING

- Estudiar la competencia.
- Estudiar al cliente potencial.
- Ofrecer información del servicio o producto a posibles clientes.
- Generar ventas.



ACTIVIDAD

ESTRATEGIAS DE GESTIÓN COMERCIAL

Planeación Estratégica

RESUMEN DE LA EMPRESA

Visión general de la empresa	
Misión	
Objetivos	
Socios	

DESARROLLO

Descripción del producto	
Capacidad de entrega	
Modelo de precios	
Sistema de entregas	
Proveedores de elementos críticos	

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Clientes	
Estado del mercado	
Competencia	

PLAN DE MARKETING

Estrategia	
Cliente	
Posicionamiento	
Publicidad	

ANÁLISIS FODA

Fortalezas	
Debilidades	
Oportunidades	
Amenazas	

LABORATORIO #17

RECURSOS HUMANOS

Los **recursos humanos** son un departamento dentro de las empresas en el que se gestiona todo lo relacionado con las personas que trabajan en ella. Esto incluiría desde el reclutamiento y selección de personal, contratación, bienvenida, formación, promoción, nóminas, contratos y despidos.

El personal de Recursos humanos también trabaja en la prevención y resolución de problemas relacionados con el **desempeño de los empleados**. Trabajan para mantener relaciones positivas entre jefes y empleados. Y de este modo evitar que disminuya la motivación y la productividad de los trabajadores.

Contrato laboral: es aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica, bajo continuada subordinación- cumpliendo órdenes y recibiendo por su labor una remuneración.

Partes: Empleador, Empleado, Trabajador o Colaborador

Obligaciones del empleado Art.58 CST

- Realizar personalmente la labor.
- No comunicar información del empleador.
- Conservar en buen estado los útiles de trabajo.
- Comunicar las observaciones que estime contundentes a evitar daños.
- Cumplir las instrucciones y órdenes del empleador.

Clases de contrato de trabajo:

- Por su forma
 - Verbal
 - Escrito
- Por su duración
 - Término fijo
 - Término indefinido
 - De obra o labor

Principales obligaciones del empleador:

Art 57 CST

- Cancelar el salario.
- Cancelar las prestaciones sociales.
- Suministrar todo lo necesario para la prestación del servicio.
- Entregar la certificación laboral.
- Conceder permiso para las licencias.
- Cancelar los gastos cuando se traslada al trabajador.

Principales Prohibiciones al empleador Art.59CST

- Retener dinero sin autorización.
- Obligar a comprar cosas al empleador.
- Afectar las condiciones dignas.
- No permitir la asociación.

LABORATORIO #18

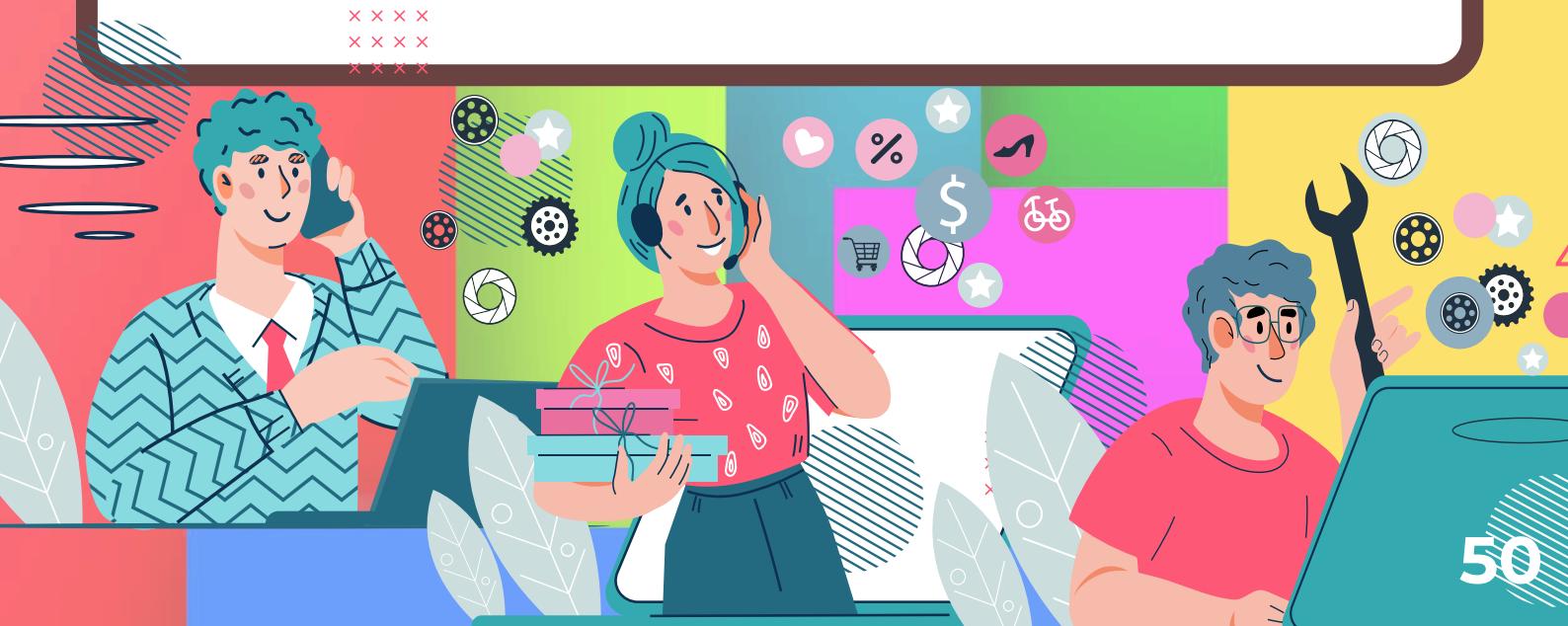
SERVICIO AL CLIENTE

¿Qué es el Servicio al Cliente?

Es el conjunto de estrategias que una organización diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos e internos.

Mandamientos del Servicio

1. El cliente está por encima de todo
2. Dar más de lo que espera el cliente
3. Conocer al cliente
4. No hay nada imposible cuando se quiere
5. No prometer lo que no se va a cumplir
6. Todo puede mejorar
7. Saber ofrecer disculpas
8. Los clientes deben ser escuchados y apreciados
9. Tu marcas la diferencia
10. Fallar en un punto es fallar en todo



Los 7 Pecados del Servicio al Cliente



1. Apatía
2. Robotismo
3. Aires de Superioridad
4. Friaaldad
5. Desaire
6. Evasivas
7. Inflexibilidad



El cliente quiere y espera recibir...



Actividad:
Responde estas preguntas:

1. ¿Qué impacto tiene el servicio para la empresa?
2. ¿Qué hacer para dar un servicio con excelencia?
3. ¿Qué atributos debemos tener para prestar un buen servicio?
4. ¿Porqué nos elegirían?



LABORATORIO #19

MARKETING



Con la llegada de internet, la forma de hacer marketing cambió, las 4P's quedaron cortas, la era digital añadió nuevas formas y maneras de hacer marketing. Antes se pensaba en vender el producto, hoy se piensa en vender emociones, crear necesidades y generar un vínculo con la marca; los folletos ya no son más suficientes.

El marketing digital es la aplicación de las estrategias del marketing en el mundo online, combina el diseño, la creatividad, el impacto y la rentabilidad. Un gran atributo de este es que puedes medir inmediatamente tu estrategia a través de la data.

¿Qué significan las 4 P's del marketing mix?

Marketing
MIX

Las 4Ps del marketing mix significan: Producto, precio, punto de venta y promoción.

De acuerdo con la teoría del marketing mix, estas 4 "P" son los componentes básicos de cualquier campaña de marketing exitosa. Si bien ninguna estrategia garantiza al 100 % que se dispararán las ventas, cubrir las 4 "P" en tus campañas de marketing puede aumentar significativamente las probabilidades de éxito.

El enfoque de las 4 "P" funciona para casi cualquier sector y se puede aplicar a cualquier negocio, desde emprendedores independientes hasta organizaciones de nivel empresarial.

LABORATORIO #19

MARKETING

Transición entre las 4 P y las 4 E del marketing

4 P

Producto

- Se centra en ofrecer productos con las mejores características en el mercado.
- Es objetivo.
- Prioriza la oferta.

4 E

Experiencia

- Se centra en ofrecer experiencias únicas a los clientes.
- Es subjetiva.
- Prioriza a las personas.

Precio

- Su objetivo es obtener la mayor ganancia posible de cada operación.
- Es unidireccional.

Intercambio

- Su propósito es ofrecer al cliente lo que busca y obtener un beneficio por ello.
- Se basa en el ganar-ganar.

Punto de venta

- Se basa en la elección de los lugares indicados para ofrecer un producto.
- Aprovecha los medios tradicionales de venta.
- Se da en el espacio físico.

Omnipresencia

- Busca ofrecer un producto a todas las personas.
- Utiliza los medios digitales para llegar a la gente.
- Se da en el espacio virtual.

Promoción

- Es una estrategia basada en la comunicación.
- Busca crear conciencia sobre la existencia de una oferta.
- Está encaminada a vender.

Evangelización

- Es una estrategia basada en la interrelación.
- Busca crear conciencia sobre un problema y ofrecer una solución.
- Está encaminada a conectar con el cliente.



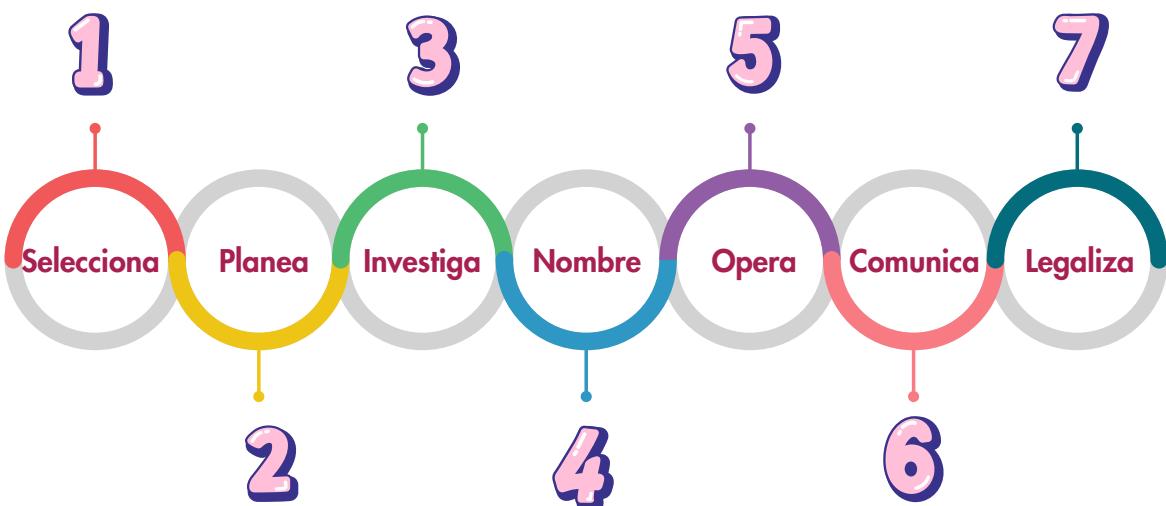
Responde estas preguntas:

1. Elabore una estrategia de marketing para su marca.
2. Describa ¿cuál red social usa y porque?
3. ¿Cuál es la ventaja de la transición de las 4P a las 4E?.

LABORATORIO #20

FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL

7 PASOS PARA CREAR UNA EMPRESA



FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL COMPONENTE JURÍDICO

PASOS PARA FORMALIZAR EL NEGOCIO EN LA CÁMARA DE COMERCIO

1. Presente el documento de constitución con los requisitos de la ley 1258 de 2008.
2. Verifique que el nombre elegido para la sociedad no se encuentre inscrito (verificación de homonimia). Se realiza en www.Rues.org.co
3. Adquiera los formularios RUES y sus anexos en cualquiera de las sedes.
4. Diligenciar el formato de las responsabilidades tributarias, sabiendo cuáles son aquellas que se deben cumplir.
5. Adjunte copia de la cédula de cada uno de los accionistas según lo dispuesto en la ley 1780 de 2016.
6. Adjunte cartas de aceptación de las personas nombradas en los cargos de representantes legales.
7. Pague los derechos de inscripción y el impuesto de registro al momento de presentar la documentación.



¿CUÁL ES LA FINALIDAD DE LA MATRÍCULA?

La inscripción de la matrícula como comerciante, además de ser una obligación legal, tiene como finalidad darle publicidad o dar a conocer a los terceros la calidad de comerciante.

¿QUÉ ES LA FORMALIZACIÓN EMPRESARIAL?

La formalización es un proceso gradual que llevan a cabo las empresas o negocios para incorporarse a la economía formal; es decir, cumplir con todas las normas que les sean exigibles.

Importante: Cada año el comerciante, persona natural, deberá llevar a cabo la renovación de su matrícula mercantil y la de todos sus establecimientos de comercio, agencias o sucursales entre el primero de enero y el 31 de marzo. El incumplimiento de esta obligación le acarreará sanciones económicas por parte de la superintendencia de sociedades

BENEFICIOS DE FORMALIZAR TU NEGOCIO

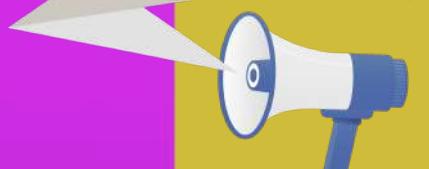
1 Acceso a créditos

2 impulsa tu expansión

3 Proyecta Confianza

4 Previene sanciones

BENEFITS



CONCLUSIONES

Para concluir podemos decir que la integración de habilidades blandas y habilidades empresariales son fundamentales para el éxito de cualquier emprendimiento, porque mientras que las habilidades blandas como lo son (comunicación, trabajo en equipo, liderazgo, resolución de problemas, creatividad) permiten la creación de relaciones sólidas y la gestión eficaz de las personas, las habilidades empresariales (planificación estratégica, gestión financiera, marketing, innovación, toma de decisiones) son clave para la viabilidad y crecimiento del negocio. Ambas son interdependientes y deben desarrollarse de manera conjunta para lograr un emprendimiento sostenible.

Además de su importancia individual, el desarrollo de habilidades blandas y empresariales permite a las emprendedoras no solo fortalecer sus negocios, sino también contribuir al crecimiento de sus comunidades. La combinación de estas competencias fomenta la creación de modelos de negocio más inclusivos, resilientes e innovadores, capaces de adaptarse a los constantes cambios del mercado. Asimismo, facilita la generación de redes de apoyo y colaboración, esenciales para el éxito de cualquier emprendimiento, especialmente en entornos competitivos y en constante evolución.



BIBLIOGRAFÍA

- <https://eneaunydos.com.ar/quien-eres/>
- <https://www.mba-asturias.com/empresas/elevator-pitch>
- https://www.santanderopenacademy_.com/es/blog/6-sombreros-para-pensar-ejemplos.html
- <https://www.cccartagena.org.co/>
- https://www.rlcu.org.ar/recursos/A_000014_4_003_Taller_1.pdf
- <https://ruesfront.rues.org.co/>
- <https://estudios.unad.edu.co/oferta-de-cursos/tecnicas-para-el-desarrollo-de-liderazgo-y-el-espiritu-emprendedor>
- <https://www.significados.com/proyecto-de-vida/>
- https://www.moviendonegocios.com/leader/emprendedores_habilidades-de-comunicacion-para-emprendedores/