

Capacidades y competencias
para la vida

Identificación de
oportunidades de negocio

UNA PROPUESTA DE FORMACIÓN HUMANA
PARA ENFRENTAR LOS RETOS DE LA VIDA



FE Y ALEGRÍA COLOMBIA

P. Hernando M. Gálvez Arango S.J.
Director Nacional

Víctor Murillo Urraca.
Director Ejecutivo Nacional

Jaime Benjumea Pamplona
Coordinador General del Proyecto

Fernando Otálora Millán
Autor

María Fernanda Vinuesa
Dirección de libro

Marcela Figueroa García
Diseño Gráfico

Corcas Editores S.A.S.
Impresión

Módulo de Identificación de
oportunidades de negocio
ISBN: 978-958-8365-36-7

Fe y Alegría autoriza la reproducción parcial de los textos que aquí se publican con fines pedagógicos, trabajo sociales y/o comunitarios, siempre y cuando reconozcan créditos a Fe y Alegría sobre los mismos. La reproducción comercial con ánimo de lucro, está prohibida parcial y totalmente, de conformidad con las normas legales vigentes.

© Fe y Alegría Colombia

Carrera 5 No. 34-39
Teléfono 3209360
Fax 2458416
Página web: www.feyalegria.org/colombia
E-mail: dimal@feyalegria.org.co

Primera edición (2009)
Realizado con el apoyo de Alboan y
la Diputación Foral de Bizcaia

Impreso en Bogotá, Colombia. Enero 2013.

Contenido

PRESENTACIÓN	6
INSTRUCTIVO METODOLÓGICO	11
NUESTRO PUNTO DE PARTIDA	15
1. ¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos?	15
2. ¿Cómo estamos?	16
3. Nuestro compromiso con el aprendizaje	17
UNIDAD 1. ¿PUEDO CREAR UN NEGOCIO?	21
1. Presentación	23
2. Conocemos, practicamos y aprendemos	23
3. Glosario	40
4. Aprendamos más	41
UNIDAD 2. ¿CÓMO VEMOS LAS OPORTUNIDADES?	43
1. Presentación	45
2. Conocemos, practicamos y aprendemos	45
3. Glosario	63
4. Aprendamos más	64
UNIDAD 3. IDENTIFICAMOS NUESTRO NEGOCIO	67
1. Presentación	69
2. Conocemos, practicamos y aprendemos	69
3. Glosario	87
4. Aprendamos más	88
AUTODIAGNÓSTICO DE SALIDA	91

Contenido

Identificación de oportunidades de negocio

Presentación

“El objetivo esencial de toda genuina educación no puede ser otro que recuperar la dignidad de las personas y enseñar a vivir humanamente. Recuperando la aventura apasionante de llegar a ser persona* y volviendo a poner de moda al ser humano. Vivir es hacerse, construirse, inventarse, desarrollar la semilla de uno mismo hasta alcanzar la cumbre de sus potencialidades. En el corazón de una cultura de violencia y de muerte, es necesario educar para el amor, que es educar para la libertad, para la liberación de uno mismo liberando a los demás”.

Antonio Pérez Esclarín¹

Capacidades y Competencias para la Vida (CCPV) de Fe y Alegría Colombia es un programa cuyo fin último es el desarrollo humano integral de su población escolar y docente. Es la apuesta que se hace desde Fe y Alegría, en coherencia con la filosofía de “promover la formación de hombres y mujeres nuevos, conscientes de sus potencialidades y de la realidad que los rodea abiertos a la trascendencia, agentes de cambio y protagonistas de su propio desarrollo”².

- Seres saludables, que sepan cuidar su salud física, mental, emocional y social.
- Que manejen de manera competente herramientas psicosociales básicas, que les permitan gestionarse a sí mismos(as) y gestionar el mundo de las relaciones con las demás personas.
- Promotoras(es) de entornos saludables y seguros (físicos y psicosociales) y que desarrollen estilos de vida saludables.

Capacidades y Competencias para la vida no nace de un día para otro, es fruto de la integración de las experiencias de Habilidades para la Vida, Competencias Generales y Competencias Ciudadanas que durante años a trabajado el Movimiento; en su combinación, busca preparar al estudiantado y profesorado en favor de una cultura de convivencia y ejercicio ciudadano.

CCPV pretende favorecer la práctica educativa acorde a las exigencias de la realidad y avanzar en la gestación de una propuesta que logre que niños, niñas y adolescentes sean:



Identificación de oportunidades de negocio

- Que sepan hacer frente a situaciones relacionadas con diversos aspectos de prevención.
- Emprendedores(as) con capacidad de organización y proyección en el mundo productivo.
- Sujetos protagonistas históricos, que construyen memoria, promueven la vida (digna y con derechos humanos) en la cotidianidad.
- Ciudadanos(as) activos(as).
- Personas que saben cuidar de sí, de los demás y del entorno, solidarias, que construyen equidad, son incluyentes y tienen perspectiva de justicia.
- Responsables—corresponsables de su destino, el de la humanidad y la naturaleza.
- Creativos(as) e innovadores en la solución de problemas de diferente orden que se les presentan en la vida.

Sabemos que no se puede hacer todo a la vez, trabajar las CCPV exige tiempo, dedicación, organización y la creación de una cultura institucional entorno al trabajo que se pretende. Por ello la apuesta para su inclusión en los currículos escolares se centra en una estructura modular. Cada módulo tiene sentido en sí mismo y posee puntos de articulación con los otros favoreciendo una correlación adecuada.

Los módulos se organizan entorno a las competencias psicosociales, las competencias ciudadanas y las competencias socio-laborales, desde las cuales se aborda:

- **Competencias psicosociales:** el desarrollo de las capacidades y habilidades relacionadas con la construcción de sí, las relaciones con las demás personas y con el mundo social y natural.³
- **Competencias ciudadanas:** Las habilidades, actitudes y prácticas relacionadas con vivir digna y democráticamente.
- **Competencias socio laborales:** Las capacidades para aplicar los conocimientos a la resolución de problemas relacionados con el mundo social y productivo, a la destreza para manejar ciertas tecnologías, para interpretar y procesar información, así como a la capacidad para trabajar en equipo y transferir los conocimientos a nuevas situaciones problemáticas.

Presentando nuestro mundo

*. Cuando hablamos de los docentes o los estudiantes, no somos ajenos a la diferenciación de género y al reconocimiento de la esencia de las maestras y las estudiantes, pero para no hacer engorrosa la lectura de los módulos con alusiones repetidas a los y las, y a las conjugaciones en femenino o masculino, preferimos hacer el uso común y genérico que aparece en la totalidad del documento.

1. Resumen del libro de PÉREZ ESCLARÍN, A. Educar para humanizar. 2007. Disponible en internet en: <http://www.librosaulamagna.com/libro/EDUCAR-PARA-HUMANIZAR/8182/4167> Consultado en abril de 2012.

2. Cfr. Ideario – objetivos (2.1). Disponible en internet en: <http://www.feyalegría.org/> Consultado en julio de 2012.

3. Se abordan las habilidades propuestas por la OMS en su iniciativa internacional de 1993.

Identificación de oportunidades de negocio

En este módulo en particular, trataremos la competencia relacionada a la Identificación de oportunidades de negocios, la cual se ha definido como la capacidad para identificar las condiciones, necesidades y expectativas de una comunidad como oportunidad para crear un negocio que redunde en el beneficio personal y social.

Junto con Trabajo en equipo, Manejo de conflictos, Orientación ética, Manejo de recursos, Gestión ambiental, Dominio personal, Solución de problemas, Toma de decisiones, Orientación al servicio, Gestión de la tecnología, Elaboración de planes de negocio y Aprender a aprender conforman el grupo de las competencias socio-laborales.

El módulo contiene un instructivo en el que se muestran los objetivos y las características de cada uno de los momentos de la metodología a utilizar. Asimismo, se describen los roles que deben asumir en éstos tanto docentes como estudiantes.

Posteriormente encontramos *Nuestro punto de partida*. En esta parte se desarrollan las siguientes secciones:

1. *¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos?:* actividad en la que el conjunto de estudiantes describe y toma conciencia de las situaciones en las que ha ejercido la Identificación de oportunidades de negocios.
2. *¿Cómo estamos?:* autodiagnóstico basado en los criterios de desempeño definidos para cada competencia.
3. *Nuestro compromiso con el aprendizaje:* acuerdo entre cada estudiante y su docente, en el que el/la primero(a) se responsabiliza por el alcance de los objetivos propuestos en cada unidad del módulo. Incluye un listado con las evidencias de aprendizaje que debe presentar el o la estudiante.

Después se presentan las tres unidades de aprendizaje del módulo (dirigidas al conjunto de estudiantes); cada una corresponde a uno de los momentos educativos en los que hemos decidido desarrollar la competencia Identificación de oportunidades de negocios.

A su vez, las unidades se han dividido en cuatro secciones:

1. *Presentación:* breve introducción a la unidad y a los objetivos de aprendizaje propuestos.
2. *Conocemos, practicamos y aprendemos:* serie de actividades de ejercitación de la competencia Identificación de oportunidades de negocios. En éstas se incluye el saber, el saber hacer y el saber ser necesarios para adquirirla. En el siguiente cuadro podemos observar las unidades, sus objetivos de aprendizaje y actividades.

Identificación de oportunidades de negocio

MÓDULO: IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIO		
Unidades	Objetivos de aprendizaje	Actividades
1. ¿Puedo crear un negocio?	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar nuestras habilidades para crear de un negocio. – Identificar los aspectos que tenemos por mejorar para la creación de un negocio. – Tener un acercamiento a los componentes de un negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> – Análisis de situaciones. – La empresa de camisas. – La mejor solución.
2. ¿Cómo vemos las oportunidades?	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar las necesidades de nuestro entorno, que nos permitan crear un negocio. – Desarrollar nuestra capacidad de observar, entender, analizar y aprender de nuestro entorno. – Identificar experiencias, propias o no, que pueden enriquecer nuestra habilidad de crear un negocio. – Identificar los aportes de esas experiencias para los proyectos individuales. – Reconocer las necesidades de información para entender las necesidades de una comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> – Nuestro entorno también nos enseña. – ¿Cómo recogemos información? – Identificación de necesidades y expectativas.
3. Identificamos nuestro negocio	<ul style="list-style-type: none"> – Identificar la idea de negocio más viable. – Conocer a profundidad el mercado de la idea de negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> – Lluvia de ideas. – Selección de ideas de negocio. – ¿Cuál es nuestro mercado?

3. *Glosario:* está compuesto por los términos técnicos más utilizados en la unidad con su respectiva definición.

4. *Aprendamos más...:* contiene las referencias de libros de texto y enlaces de Internet en los que estudiantes y docentes pueden ampliar los conceptos presentados en cada unidad.

La última parte del módulo contiene un *Autodiagnóstico de salida* que permite a los estudiantes y docentes verificar que la competencia Elaboración de planes de negocio ha sido adquirida y desarrollada satisfactoriamente. En esta sección también se señala cómo construir un plan de mejoramiento que permita a los estudiantes alcanzar los niveles de desempeño esperados cuando no lo han logrado.

GUÍA

Guía metodológica

Guía metodológica

Los módulos son una herramienta para avanzar en el desarrollo de las competencias y en este sentido brindan opciones metodológicas, sin pretender abarcarlas en su totalidad, ni ser una única manera de abordarlas. Muestran una ruta en la que el autoaprendizaje, el aprendizaje colaborativo y el aprendizaje guiado o tutorado son caminos que convergen en una misma dirección donde lo importante es que todos aprenden de todos.

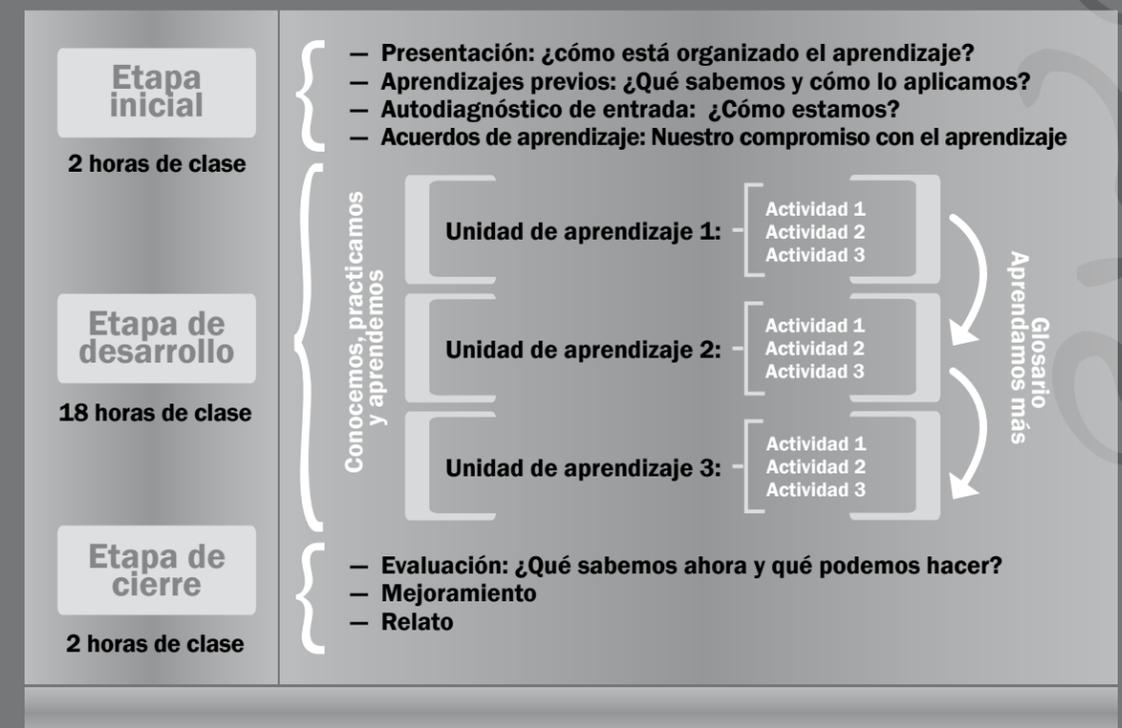
Autoaprendizaje no porque sea en solitario, sino porque se busca una construcción de criterios propios, una auto-reflexión y mirada crítica sobre sí mismo. Colaborativo porque es la oportunidad de construir con otros, de negociar sentidos y apoyarse mutuamente. Guiado porque el docente orienta, retroalimenta y garantiza el proceso de aprendizaje.

Esas tres formas de aprender son propiciadas en los módulos a través de estrategias diversas que promueven la reflexión, el debate, la construcción y la acción contextualizada.

Los módulos no constituyen un camino lineal que implique prerequisites rígidos entre un módulo y otro. Aunque están interrelacionados, no exigen ser abordados en secuencia. Cada uno contiene los elementos propios para desarrollar dimensiones de la competencia.

Para contribuir al proceso de adquisición de estas competencias, se diseñó una metodología estructurada en tres etapas con diez momentos diferentes.

Estructura de Módulos



Identificación de oportunidades de negocio

Etapa Inicial: Esta sección busca asegurar las condiciones para la apropiación de la competencia, en tanto se busca ambientar y disponer a los estudiantes para el aprendizaje, además indagar pre-conceptos y ubicar el punto de partida respecto a los desempeños esperados en el desarrollo de la competencia. Esta etapa está compuesta de cuatro momentos:

1. *¿Cómo está organizado el aprendizaje?:* Este momento pretende sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de desarrollar capacidades y competencias para la vida a partir del enfoque conceptual definido por Fe y Alegría, presentar los objetivos de aprendizaje que el estudiante podrá demostrar al terminar el módulo, y motivar a los estudiantes para el desarrollo de capacidades y competencias para la vida a través de la metodología que proponen los módulos y sus unidades.

El rol que asume el docente en este primer momento consiste en generar una reflexión sobre los escenarios en los que los jóvenes se desenvuelven y las herramientas que requieren para responder a sus demandas. A partir de esta reflexión se presentan las capacidades y competencias para la vida y la competencia particular de este módulo como un elemento formativo de desempeño en el entorno cotidiano, familiar, académico y laboral.

2. *¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos?:* Es el momento en el cual se debe disponer a los estudiantes hacia el aprendizaje a través de la identificación de sus saberes previos. El rol principal del docente se centra en plantear la actividad para recuperar saberes previos y orientar a los estudiantes para identificar y tomar conciencia sobre las situaciones de su vida en que ha aplicado la capacidad/competencia para la vida.
3. *¿Cómo estamos?:* El objetivo central de este momento consiste en la autoevaluación que debe realizar el estudiante para saber qué tanto conoce y ha aplicado la competencia en la vida en función de los criterios de desempeño. Mientras el estudiante realiza el instrumento presentado, el docente dirige y orienta su construcción para que en lo posible se responda de manera objetiva.
4. *Nuestro compromiso con el aprendizaje:* Este momento representa un espacio donde se establecen acuerdos y definen compromisos de los estudiantes con el docente para cada una de las actividades, de manera que puedan hacer un seguimiento autorregulado de sus objetivos de aprendizaje, según las fechas establecidas. El rol principal del docente, además de comprometer al estudiante con la elaboración y entrega de las evidencias, se centra en escuchar y ser receptivo a las expectativas de los estudiantes.

Etapa de Desarrollo: En esta segunda sección se presentan tres unidades de aprendizaje compuestas cada una por tres actividades donde los estudiantes ponen en escena sus desempeños para el desarrollo de la competencia y reconocen sus aprendizajes y la forma en que los adquieren. Al comienzo de cada unidad se dan algunos conceptos básicos y los objetivos que se persiguen para que sean tenidos en cuenta en la globalidad de las actividades. Además de la presentación de la unidad, este momento metodológico consta de la sección “conocemos, practicamos y aprendemos” (actividades que componen cada unidad), el glosario y la sección “aprendamos más”.

Identificación de oportunidades de negocio

5. *Conocemos, practicamos y aprendemos:* Este momento metodológico está representado por las diferentes actividades del módulo. Cada actividad contiene objetivos y algunas anotaciones conceptuales como guía para los docentes y referencia para orientar su realización. Es fundamental que el docente comprenda claramente estas anotaciones y en las actividades busque el momento adecuado para compartir estas ideas y alimentar la reflexión. Al finalizar se propone un ejercicio de metacognición, con el fin de hacer conciencia sobre lo que se aprendió, cómo se aprendió y qué faltó por aprender.

Es importante que el docente controle el tiempo de la actividad y acompañe a los estudiantes en el desarrollo de las actividades a través de la dinamización de los procesos, la retroalimentación y fortalecimiento de los elementos correspondientes a cada competencia.

6. *Glosario:* En esta sección se presenta una relación de conceptos básicos contemplados en la unidad con su respectiva definición. El objetivo central de esta parte es consolidar los conceptos que sustentan el desarrollo y comprensión de la competencia trabajada.
7. *Aprendamos más:* En este apartado se ofrecen diversas fuentes de consulta en libros e Internet. Su objetivo es motivar la exploración documental con el fin de ampliar y confrontar los saberes construidos.

Etapa de Cierre: Esta tercera sección está centrada en concretar la aplicación de la competencia, generar mecanismos de nivelación para aquellos estudiantes que eventualmente no hayan alcanzado suficientes niveles de desempeño y generar un espacio para registrar los aportes más significativos del proceso.

8. *¿Qué sabemos ahora y qué podemos hacer?:* El objetivo de este momento consiste en valorar el nivel de desempeño que los estudiantes han alcanzado en su aprendizaje y en el desarrollo de la competencia trabajada. Mientras el rol del estudiante se centra en aplicar el auto-diagnóstico de salida y comparar sus resultados con los obtenidos en la prueba de entrada para identificar los avances y los aspectos a mejorar, el rol principal del docente se centra en valorar el nivel de desempeño del estudiante en relación con el criterio, dar retroalimentación a los estudiantes sobre sus resultados en términos de avances en el proceso y socializar los resultados de los aprendizajes, cuando es el caso.
9. *Mejoramiento:* Es el momento en el cual se define para los estudiantes que aún no han logrado los desempeños esperados, unas acciones que les permita alcanzar los objetivos de aprendizaje definidos para cada unidad.
10. *Relato:* Representa el último momento de la metodología de trabajo, en el cual a partir del recuento que realiza el profesor de todos los conceptos y actividades desarrolladas en el módulo, los estudiantes elaboran un relato escrito donde describen el aporte del trabajo realizado para su vida presente y futura.

Nuestro punto de partida



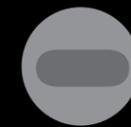
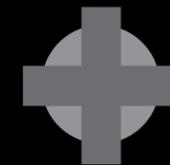
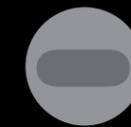
1. ¿Qué sabemos y cómo lo aplicamos?

Con el fin de reconocer qué tanto sabemos sobre la identificación de oportunidades de negocio en nuestra vida cotidiana, resulta útil preguntarnos varias cosas:

1. ¿Hemos vendido algo en los últimos cinco años?
2. Cuando algo se nos dificulta, ¿identificamos claramente la causa?
3. ¿Creamos soluciones para los problemas que se presentan?
4. Cuando necesitamos tomar alguna decisión, ¿la tomamos solos?
5. ¿Buscamos a alguien para obtener consejo?
6. Cuando tenemos varias cosas por hacer, ¿se nos facilita organizar las tareas?
7. ¿Nos aseguramos de cumplir el orden planteado en el tiempo previsto para hacerlo?

Para completar este ejercicio debemos tener en cuenta la cantidad de preguntas que respondimos afirmativamente y las que contestamos en forma negativa. Esto nos permitirá saber nuestras habilidades o experiencias y dónde tenemos oportunidades de mejorar.

Cada uno de los aspectos que respondemos positivamente se refiere a una habilidad que poseemos, mientras que los negativos corresponden a aspectos en los que tenemos posibilidades de aprender.



Identificación de oportunidades de negocio

RESPUESTA	1	2	3	4	5	6	7
Si							
No							



2. ¿Cómo estamos?

Antes de iniciar nuestro proceso de desarrollo de la competencia de identificación de oportunidades de negocio, debemos autoevaluarnos para saber qué tanto la conocemos y la hemos aplicado en nuestras vidas. Por tanto, debemos diligenciar el siguiente autodiagnóstico, de acuerdo con la escala valorativa ubicada después de esta tabla.

Autodiagnóstico de entrada

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	Calificación		
	Marque con una X		
	Si	No	Algunas veces
1. Reconozco las motivaciones personales para crear una unidad de negocio.			
2. Reconozco las habilidades para crear un negocio por cuenta propia.			
3. Identifico las exigencias que implican crear un negocio por cuenta propia.			
4. Valoro los conocimientos y experiencias propias o de otros.			
5. Identifico las condiciones, necesidades y expectativas de una comunidad como oportunidad para crear un negocio.			
6. Propongo ideas de negocio.			
7. Clasifico y selecciono ideas de negocio viables.			
8. Identifico el mercado de un negocio seleccionado.			

Identificación de oportunidades de negocio

Escala valorativa

ESCALA	DESCRIPCIÓN
Si	Demuestro identificación de oportunidades de negocio en situaciones de diversa complejidad, por medio de comportamientos y elaboraciones acordes a la situación y a los criterios definidos para ella.
Algunas veces	Demuestro la identificación de oportunidades de negocio en situaciones simples y en algunas complejas. Asumo una actitud coherente con los criterios esperados que me permite alcanzar buenos resultados.
No	Demuestro muy poca identificación de oportunidades de negocio en situaciones simples y no lo hago en circunstancias complejas. Mis acciones no corresponden a los criterios definidos para esta competencia.

Los enunciados en los que nos calificamos con *Algunas veces* o *No* muestran que debemos trabajar para desarrollar estos desempeños.



3. Nuestro compromiso con el aprendizaje

Desarrollar los desempeños que muestran que poseemos la competencia de identificación de oportunidades de negocio implica asumir con responsabilidad el compromiso de estudiar los conceptos, realizar las actividades y elaborar las evidencias de aprendizaje que se presentan en este módulo.

Debemos, entonces, acordar con nuestro docente las fechas de entrega de las evidencias que muestran que estamos desarrollando la competencia de identificación de oportunidades de negocio. Así, en compañía de nuestro docente debemos diligenciar la siguiente tabla.

habilidades
experiencias

Actividad 1/ Pág.25



Actividad 2/ Pág.31



Actividad 3/ Pág.37



Unidad uno

Puedo crear un negocio



Identificación de oportunidades de negocio



“Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo”. Albert Einstein.

El enfoque de formación de Fe y Alegría, sustentado en valores como la participación, la solidaridad, la responsabilidad, entre otros, se conciben las competencias laborales generales como un factor de desarrollo humano, por el reconocimiento que se hace de los sujetos para comprenderse a sí mismos, valorarse, transformarse y transformar su entorno, con un sentido social y ético. Formar por competencias exige un acercamiento con prácticas pedagógicas memorísticas, centradas en contenidos disciplinares, para volcar el acento de interés hacia el desarrollo de la capacidad de actuación, del sujeto que aprende. En la interacción con el docente como a los estudiantes, son sujetos históricos, capaces de comunicarse, intercambiar significados y sentidos, ejercer su voluntad de trascender y realizar sus sueños, así como de transformarse y transformar su entorno. Estas características hacen del aula un lugar interesante, que alimenta el deseo de saber, el trabajo en grupo y el estudio de problemáticas sentidas, lo cual conduce a la formación de sujetos capaces de actuar en el mundo libre de opresiones y de explotación. En este marco, se inscribe la concepción de Fe y Alegría, sobre las competencias laborales generales, y las define como:

- secuencias de le
- vidad productiva
- s generales com
- cubran las motiv
- a reflexiones sob
- positiva, al comp
- s generales, bus
- gral de los sujet
- y contextos. Se
- apacidad para la
- formación de Fe
- lo humano, por e
- cias exige un dis
- to que aprende.
- alizar sus sueño
- problemáticas se
- e marco, se insc
- do lo que se ha
- nestar humano. I
- aciones y circun
- tes, en la medic
- mo y responden
- ilia, los amigos, l
- entorno. De este
- adiantes, y ser de
- aber-saber, es d
- empeños eficien
- importancia centi
- dad, la response
- a sí mismos, valc
- tenidos disciplina
- os, capaces de c
- en del aula un lu
- vos, comprometi
- ne como “las

El objetivo de esta unidad es que los estudiantes identifiquen las oportunidades de negocio que existen en su entorno, para luego actuar sobre ellas, creando oportunidades de negocio que nos ayuden a nosotros y también a los que nos rodean.

1. Presentación

Esta unidad busca ayudarnos a entender qué habilidades y oportunidades nos brinda nuestro entorno para luego actuar sobre él, creando oportunidades de negocio que nos ayuden a nosotros y también a los que nos rodean.

Cuando terminemos esta unidad, debemos estar en capacidad de analizar un problema, plantear varias alternativas de solución e identificar la mejor para luego ponerla en marcha.

Objetivos de aprendizaje de la unidad

1. Identificar nuestras habilidades para crear un negocio.
2. Identificar los aspectos que tenemos por mejorar para la creación de un negocio.
3. Tener un acercamiento a los componentes de un negocio.

2. Conocemos, practicamos y aprendemos

Ahora es el momento de desarrollar la competencia de identificación de oportunidades de negocio. Con este objetivo y la orientación de nuestro docente, llevaremos a cabo las siguientes actividades. Al realizarlas debemos tener en mente el acuerdo de aprendizaje pactado con nuestro docente.

ANÁLISIS



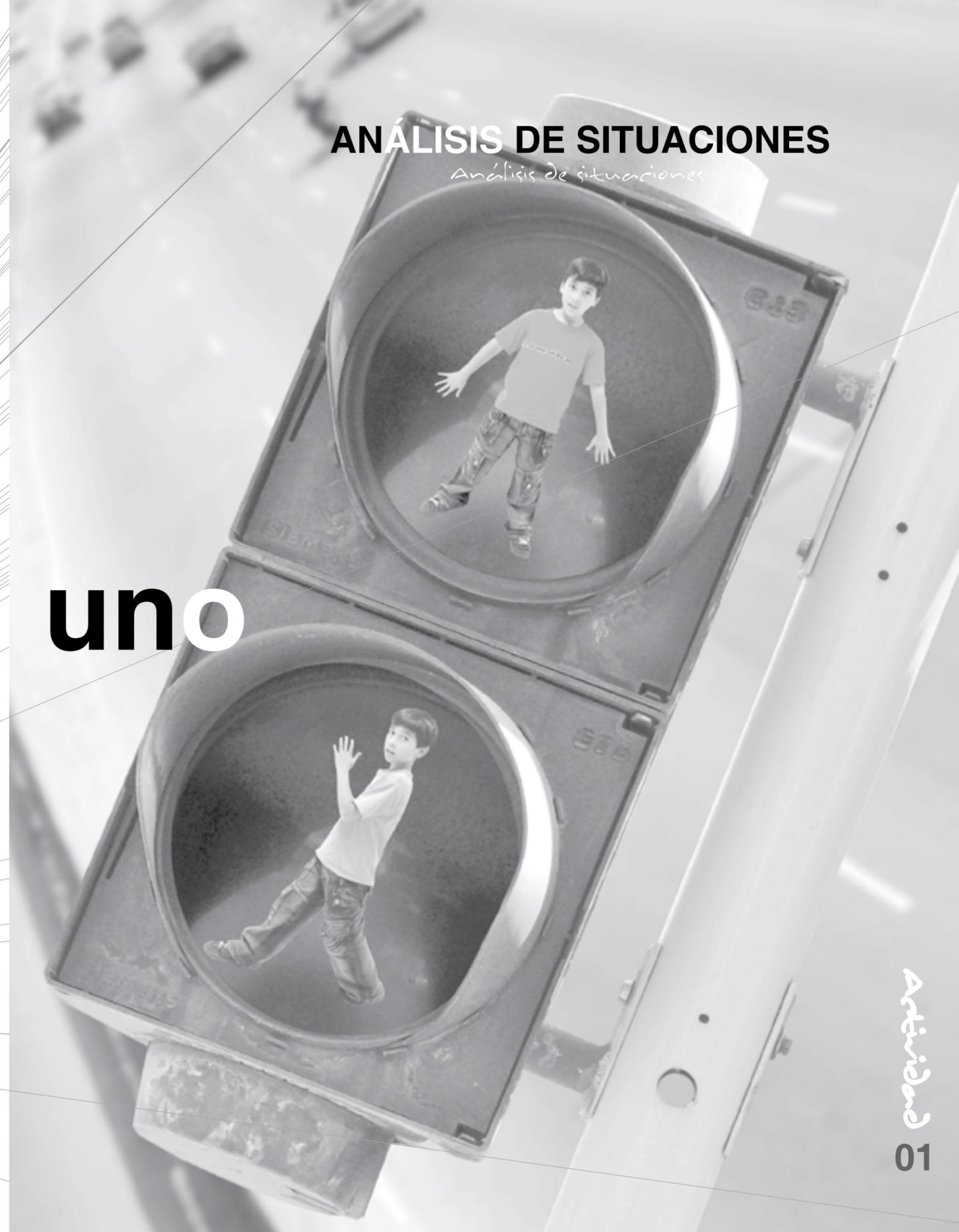
Unidad **uno**

**Competencias
Laborales
Generales**

Actividad 1/ Pág.25

Actividad 2/ Pág.31

Actividad 3/ Pág.37



Concepto relacionado

Una persona optimista, que encuentra posibilidades y alternativas en medio de situaciones complejas o adversas, con capacidad para asumir el riesgo o aventurarse a explorar en nuevos proyectos, puede considerar que cuenta con muchas condiciones para ser emprendedor, es decir para aventurarse a crear su propio negocio. De hecho, emprendedor en francés significa pionero y este término se empleaba para denominar a los aventureros que venían al Nuevo Mundo⁴.

Una de las principales habilidades de un individuo emprendedor es la observación, la cual le permite encontrar y aprovechar información que no resulta obvia para todos. No basta con recoger dicha información, es necesario adelantar un análisis continuo y estructurado de datos. La observación detallada de un hecho en particular nos permite advertir si existe un problema, es decir debemos ser capaces de advertir si las cosas no están o no van a salir bien. Ante un problema, nos debemos preguntar qué tan complejo es. Si lo podemos resolver nosotros mismos o requerimos de la ayuda de otro o de otros, si disponemos de los recursos técnicos y financieros suficientes para plantear alternativas posibles.

A partir del análisis de un amplio espectro de factores del entorno, se pueden generar soluciones sencillas y útiles para una situación determinada. Debemos tener en cuenta que las alternativas que se proponen para resolver cada situación deben ser realistas, es decir que se puedan llevar a cabo tanto por su complejidad humana, técnica y económica.

Así, analizar los hechos y plantear soluciones es una de las competencias emprendedoras.

Objetivo de la actividad

- Desarrollar la capacidad de identificar problemas y generar soluciones de manera individual.

Evidencia de aprendizaje

- Escrito con el análisis de cada una de las situaciones, el cual contiene la identificación y definición del problema o problemas, las soluciones propuestas y la descripción de los pasos para implementarlas.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

- 30 minutos para la identificación en grupo de los problemas de cada situación.
- 30 minutos en el planteamiento individual de dos soluciones para cada problema.
- 30 minutos para la presentación de las soluciones a todo el grupo y análisis de cada una de ellas.
- 30 minutos en la elaboración en grupo del documento que describe la solución y los pasos para la implementarla.

Recursos didácticos necesarios

- Papel tamaño oficio
- Lápiz

Instrucciones de la actividad

- Nos reunimos en grupos para identificar el problema existente en cada una de las siguientes situaciones:

Usted está sentado en una cafetería tomando un café y observa que hay dos personas en el mostrador, una en la caja y otra en la vitrina. Luego entra un grupo de seis personas. Todos piden algo diferente, sin embargo la señora del mostrador les entrega todo correctamente a cada uno. En el momento de cancelar la señora de la caja no tiene claro qué cobrar.

Cafe

4. Castillo, Alicia. Estado del Arte en la Enseñanza del Emprendimiento. Intec. Chile. 1999. www.finam.cl/contenidos/aliciacastilloholley/estado_arte_emprendimiento.pdf

Identificación de oportunidades de negocio

Pueblo

Llega usted a un pueblo en tierra cálida, en domingo. Está en la plaza central del pueblo y necesita caminar cuatro cuadras al oriente de la plaza para conseguir un sitio donde le vendan un refresco y se pueda sentar.

Acero

Usted pertenece a una empresa que se dedica a la comercialización de acero para construcción, pero no hay producción de acero en este momento y el stock de las bodegas está en un 50%.

-  De forma individual planteamos dos soluciones para cada uno de los problemas. Luego argumentamos dentro del grupo las alternativas y señalamos los pasos para llevar a cabo cada una de ellas.
-  Reflexionamos sobre cuánto nos demoramos en describir el problema. Debemos considerar cuáles fueron los aspectos que nos parecieron más difíciles de explicar y por qué.
-  Luego analizamos ¿cuántos pasos tuvo la implementación más larga y cuántos tuvo la implementación más corta?, ¿cuál es la más posible de desarrollar y cuál la menos realista?

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Luego de analizar las anteriores situaciones, es importante que respondamos estas preguntas:

- ¿Participamos activamente en el ejercicio?
- ¿Nos pareció un ejercicio interesante? ¿Por qué?
- ¿Encontramos los problemas fácilmente?
- ¿La(s) solución(es) fue (ron) obvia(s)?

Después de responder estas preguntas, podremos identificar más fácilmente nuestras habilidades y fortalezas, así como también nuestras oportunidades de mejora. Además podremos entender cómo aplicar nuestro propio dinamismo e intención de mejorar nuestro entorno.

EJERCICIO DE CASO: LA EMPRESA DE CAMISAS

Ejercicio de caso: la empresa de camisas

Unidad uno

**Competencias
Laborales
Generales**

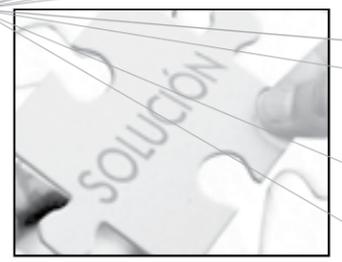
Actividad 1/ Pág.25



Actividad 2/ Pág.31



Actividad 3/ Pág.37



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Damos inicio a esta actividad haciendo algunas referencias al concepto de empresa y señalando algunas de las áreas básicas que existen en cualquier empresa de producción.

Una empresa es un conjunto de operaciones que permiten generar un producto, mediante la transformación de uno o varios materiales; o es una serie de actividades que hacen posible la prestación de un servicio para atender una necesidad.

Sin embargo, las empresas son diferentes unas de otras porque cada una es un “conjunto de actividades que permiten delinear una forma diferente e innovadora de presentar una oferta en el mercado”⁵. La clave, entonces, está en la manera novedosa a través de la cual ofrecen un producto o servicio.

Las áreas básicas de una empresa de producción son:

Producción: se encarga de transformar la materia prima y manufacturar el producto que la empresa desarrolla.

Compras: tiene a su cargo el abastecimiento de las materias primas necesarias para la manufactura, así como de todas las adquisiciones que garantizan el buen funcionamiento de la empresa.

Distribución: le corresponde coordinar el almacenamiento en bodega, la entrega a los camiones y su puntual entrega en las bodegas de los clientes.

Ventas: tiene como función crear el interés de los clientes por el producto y coordinar las condiciones comerciales.

Recursos humanos: debe coordinar a todas las personas contratadas por la empresa y realizar un seguimiento de su bienestar y condiciones laborales.

Identificación de oportunidades de negocio

Objetivo de la actividad

-  Dar herramientas para comprender las exigencias que implica la creación de un negocio.
-  Identificar las habilidades para la creación o el desarrollo de negocios.

Evidencias de aprendizaje

-  Escrito por grupo que contenga:
-  Objetivos por área
-  Problemas y soluciones por área
-  Tareas propuestas por área
-  Listado de soluciones definitivas
-  Listado individual de roles

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

-  20 minutos en la definición por grupos de los retos y tareas para cumplir con el objetivo.
-  50 minutos para que un vocero del grupo presente a todos los compañeros de clase las tareas que su área va a desarrollar.
-  30 minutos en la votación para seleccionar las acciones que permitirán alcanzar el objetivo.
-  20 minutos para la reflexión colectiva sobre las dificultades que enfrentó cada grupo.

Recursos didácticos

-  Calculadora sencilla
-  Papel
-  Lápiz

Identificación de oportunidades de negocio

Instrucciones de la actividad

- 👤 Dividimos el curso en cinco grupos, cada equipo asume pertenecer a uno de los departamentos de la empresa de producción de camisas.
- 👤 Imaginemos que un cliente hace a la empresa un pedido de 450 camisas para entregar en 20 días. En caso de no realizar la entrega completa el día previsto, se cancela el pedido.
- 👤 Tengamos en cuenta que en la empresa hay cinco departamentos, con estas condiciones:
 - Hay 10 personas que trabajan en el área de producción.
 - Cada persona en producción, tiene capacidad para elaborar 15 camisas al mes.
 - El proceso de contratación se demora un día por persona.
 - No hay camisas disponibles en inventario.
 - La materia prima alcanza para 300 camisas.
 - La entrega de la materia prima se demora 15 días, a partir del día en que se solicita.
- 👤 En cada grupo definimos los retos del departamento para cumplir con el objetivo general.
- 👤 Enumeramos los problemas concernientes al área y damos tres posibles soluciones para cada uno.
- 👤 Escogemos un vocero del grupo.
- 👤 Nos reunimos todos los grupos que representan cada una de las áreas de la empresa, para definir cuáles son las tareas que proponemos para cumplir con el trabajo.
- 👤 Al compartir todas las tareas, seleccionamos por votación las que, de común acuerdo, consideramos permitirán solucionar el problema.
- 👤 Recordemos que es necesario que entre todos los departamentos logremos definir cuáles son las tareas que debe realizar la empresa para cumplir el pedido del cliente.
- 👤 A partir de la solución planteada, respondamos estas preguntas:
 - ¿Cuál departamento de la empresa tuvo más dificultades y por qué?
 - ¿Cuál fue el departamento de la empresa con menos dificultades y por qué?
 - ¿Se encontraron soluciones innovadoras para la empresa?, ¿cuáles?, ¿en qué departamentos?

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Con los resultados de las respuestas y de la evaluación conjunta podremos identificar las

Identificación de oportunidades de negocio

exigencias de tener un negocio por cuenta propia y las inmensas oportunidades que existen en hacerlo.

Para reflexionar sobre nuestra participación en el grupo, respondemos a las siguientes preguntas:

- ¿Participamos activamente en el ejercicio?
- ¿En qué momentos del ejercicio hicimos nuestro mayor aporte al trabajo del equipo?
- ¿Cómo describimos nuestro trabajo durante el ejercicio?

Estas respuestas las comentamos con el grupo de trabajo y tomamos nota de las observaciones, para avanzar al espacio de evaluación.

Posteriormente, también en grupo, construimos un listado de actitudes y habilidades ante el trabajo en grupo realizado y luego las asignamos a cada uno de nosotros, teniendo en cuenta nuestra participación en el ejercicio. Podemos asignar una misma actitud o habilidad a varias personas y varias actitudes o habilidades a una misma persona.

Cada uno de nosotros escribe las actitudes o habilidades que, con nuestra ayuda, nos han asignado los miembros del equipo.

Algunas de esas habilidades pueden ser vocería, liderazgo, identificación de problemas, generación de soluciones, definición de objetivos, organización de los objetivos, toma de decisiones y creatividad, entre otras.

La puesta en común de los roles y sus respuestas, nos dará la guía de las fortalezas que tenemos y la claridad sobre los aspectos en los que debemos trabajar para mejorar.



LA MEJOR SOLUCIÓN
La mejor solución

Unidad **uno**

**Competencias
Laborales
Generales**

Actividad 1/ Pág.25



Actividad 2/ Pág.31



Actividad 3/ Pág.37



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Hemos estado trabajando acerca de la observación y el planteamiento de soluciones a los problemas, pero ahora surge la pregunta: ¿cómo identificamos, dentro de varias soluciones posibles, la mejor? En esta actividad ejercitaremos nuestra capacidad para evaluar una solución y decidir cuál es la mejor para cada caso.

Una solución es la acción y efecto de resolver una duda o dificultad usando la razón, con plena satisfacción del objetivo a cumplir. Una solución buena y eficiente es aquella que ofrece la mayor cantidad de beneficios para todos los factores involucrados en la situación.

Objetivo de la actividad

- Identificar la mejor solución para un problema específico.

Evidencia de aprendizaje

- Lista de posibles soluciones.
- Descripción de la solución definitiva.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

- 30 minutos en la identificación y descripción de forma individual de un problema.
- 40 minutos para la elaboración de una lista de soluciones al problema y aplicación de las preguntas y clasificación de las soluciones.
- 50 minutos en compartir el problema y la solución en grupos.

Recursos didácticos necesarios

- Papel
- Lápiz

Identificación de oportunidades de negocio

Instrucciones de la actividad

- Identifiquemos una situación que realmente sea un problema para cada uno de nosotros. Puede ser algo personal o académico. (Es muy importante que la reconozcamos como un problema, porque vamos a aprender cómo reconocer la mejor solución).
 - De manera individual, describimos el problema que hemos identificado.
 - Hacemos una lista de varias posibles soluciones para el problema en cuestión.
 - Respondemos estas preguntas para cada una de las soluciones:
 - ¿A cuántas personas beneficia la solución?
 - ¿A cuántas personas perjudica?
 - De 1 a 10, ¿en qué proporción la solución resuelve el problema?
 - De 1 a 10, ¿es posible realizar la solución?
 - Una vez tengamos todas las soluciones evaluadas, identificamos la que nos ofrezca mejores condiciones, es decir aquella que perjudique al menor número de personas, que beneficie a más personas, que tenga más posibilidades de realización y que resuelva el problema en una mayor proporción.
- Existe la posibilidad de que las mejores condiciones no sean posibles en una misma solución. En este momento, debemos atender los diferentes factores con diferentes prioridades así: tendrá mayor importancia aquella que sea posible; en segundo lugar, la que solucione el problema; en tercer lugar se ubicará la solución en la que el número de personas beneficiadas sea mayor al número de personas perjudicadas.
- Trabajemos en grupos de cinco personas y les contamos a nuestros compañeros nuestro problema y la mejor salida que encontramos. Así, nuestro grupo nos ayudará a tomar conciencia de nuestra propia evaluación de soluciones.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Este ejercicio nos permite practicar y mejorar nuestra habilidad para, frente a un problema, tomar decisiones acertadas, valorando sus impactos y beneficios.

Depende de nosotros que hayamos tomado un buen ejemplo para hacer el ejercicio y poner en práctica cómo escoger la mejor solución.

4. Aprendamos más

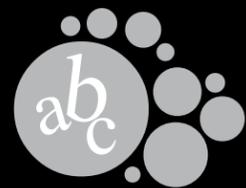
Algunos de los conceptos tratados en esta unidad fueron extraídos de los documentos del siguiente listado. En éste también encontraremos otros textos que nos permitirán profundizar diversos aspectos de los temas desarrollados en la unidad.

Libros de texto

-  KAHANE, Adam. Cómo resolver problemas complejos. Editorial Norma. 2006.
-  SCHMETTERER, Bob. Saltar, una revolución en las estrategias creativas de negocio. McGraw Hill Interamericana. México. 2003.
-  HERRERA Hernán y BROWN Daniel. La guía del emprendedor. Editorial Empresa Activa. 2007.
-  PRIETO, Carlos y SUÁREZ, Carlos. Introducción a los negocios. Editorial Limusa Noriega. México. Quinta Edición. 2001.

Enlaces en Internet

-  spanish.smetoolkit.org/spanish/es/index



3. Glosario

ANÁLISIS CONTINUO: recolección de datos estructurada y regular sobre un amplio espectro de factores del entorno.

SOLUCIÓN: acción y efecto de resolver una duda o dificultad usando la razón, con plena satisfacción del objetivo a cumplir.

LIDERAZGO: es la capacidad de influir, motivar, organizar y llevar a la acción, para el libre logro de sus fines y objetivos, a las personas, grupos y sociedades, en un marco de valores⁶.

EQUIPO: es un grupo de personas con roles claros y específicos que trabaja bajo un mismo objetivo o propósito.

6. Tomado de: http://www.liderazgo.org.co/JorgeYarce/lider_va/que_es_el_liderazgo.pdf Fecha de consulta: 8 de febrero de 2009.

Glosario



Actividad 1/ Pág.47



Actividad 2/ Pág.53



Actividad 3/ Pág.59



Unidad dos

¿Cómo vemos las oportunidades?

NUESTRO ENTORNO TAMBIÉN NOS ENSEÑA

Nuestro entorno también nos enseña

Unidad dos

Competencias Laborales Generales

Actividad 1/ Pág.47



Actividad 2/ Pág.53



Actividad 3/ Pág.59



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Es muy importante que estemos atentos y observemos nuestro entorno. Vamos a investigar a qué se dedica cada uno de los miembros más cercanos de nuestra familia.

El entorno es todo aquello que nos rodea. Desde los factores geográficos hasta los sociales y culturales. Una buena parte de la habilidad de la identificación de oportunidades de negocio, depende de nuestro propio conocimiento sobre las cosas que nos influyen, en nuestra familia o nuestro barrio, de la capacidad de reconocer los conocimientos o valores que existen y que se manejan en la vida cotidiana.

También debemos tener claro cómo aprendemos de dicha influencia y cuál es nuestra capacidad para cambiar, transformar y mejorar el entorno al cual pertenecemos.

En el caso de los negocios, debemos permanecer vigilantes, atentos a los cambios que se producen en nuestro entorno. Se deben revisar los estudios nacionales e internacionales que muestran las tendencias del sector y de los productos que nos interesan, ya sea porque son los que producimos o los que genera la competencia, tanto en nuestro país como en el exterior.

Es necesario estar actualizados sobre las normas y reglamentaciones que rigen el campo en el cual nos estamos desarrollando. Ellas nos indican los estándares y exigencias que, por ley, se han fijado para responder adecuadamente a las demandas de los clientes, en términos de calidad y en algunos casos, precios.

Comprender el entorno no sólo significa conocerlo sino también advertir sus cambios futuros y, al mismo tiempo, ser ágiles para modificar las estrategias planteadas, cuando surge la necesidad. Debemos tener flexibilidad, es decir tener la capacidad de adaptarnos y aprovechar al máximo los cambios que se presentan.

Objetivos de la actividad

-  Tomar conciencia de lo que vemos en nuestro entorno.
-  Ofrecer herramientas para interpretar el entorno a partir de sus necesidades.

Identificación de oportunidades de negocio

Evidencia de aprendizaje

-  Escrito ordenado y numerado con las respuestas y análisis efectuados.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

-  40 minutos para el análisis individual del caso seleccionado y elaboración de un documento con los elementos o criterios importantes.
-  60 minutos en la mesa redonda para compartir los criterios identificados en cada caso analizado.
-  20 minutos para la elaboración de una lista con las conclusiones de la reflexión.

Recursos didácticos necesarios

-  Papel
-  Lápiz
-  Casos de empresarios

Instrucciones de la actividad

-  Analicemos los siguientes casos para identificar la influencia del entorno en la creación de cada negocio.

identifican



Identificación de oportunidades de negocio

1º caso

Fundada en 1984 por Luis Suez, Film Suez es la compañía pionera, y única en Argentina, en materia de publicidad en cines. Comercializan en el país más de 500 salas, incluyendo las cadenas Cinemark, Hoyts General Cinema, Village Cines, National Amusements (Showcase Cinemas) y Atlas Cines. Basan su conocimiento del negocio en la interrelación permanente con los principales anunciantes, agencias de publicidad y medios con representación en el país, convirtiendo al portafolio en uno de sus principales activos. En 1997 inauguraron Film Suez Uruguay, que maneja cerca del 80% de las salas, y concretaron el joint venture con Val Morgan, empresa líder en Australia y Nueva Zelanda (con presencia en EE.UU, Inglaterra y los Emiratos Árabes) e instalaron oficinas en Chile, comercializando 65 salas pertenecientes a las cadenas Hoyts General Cinemas y National Amusements (Showcase).

2º caso

Un atleta, capitán del Team Argentina que participa en las competencias de aventura más importantes a nivel mundial y un empresario, ex encargado de eventos deportivos para Nike, iniciaron su propio emprendimiento en 1993, creando el Club de Corredores, empresa líder en Latinoamérica, especializada en la organización de maratones y carreras de aventura, con una infraestructura única a nivel mundial en esta especialidad, donde combina su vasta experiencia con su pasión por el atletismo. El Club de Corredores fue creado con la idea de brindar servicios al deportista, desde informarlo acerca de las distintas competencias que se desarrollan en el país y en el extranjero, hasta organizar competencias propias. La empresa se dedica a la organización integral de eventos deportivos, siendo responsable en la actualidad de la organización de más de 80 eventos al año, tanto en Argentina como en otros países de Latinoamérica.

Identificación de oportunidades de negocio

3º caso

Annie Millet, madre de tres hijos y abuela de tres nietos. Fue pionera en Argentina en materia de Rent a Car y ha sido licenciataria de la marca Hertz desde el año 2000. Es la mayor empresa de alquiler de autos de Argentina, con presencia en las principales ciudades y aeropuertos del país, manejando una flota de más de 1.000 vehículos de todo tipo, incluyendo económicos, de lujo, especiales con caja manual y automática, minivans y camionetas 4x4.

De forma individual, escogemos un caso para analizar, lo leemos cuidadosamente y respondemos las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles pudieron ser las motivaciones principales que impulsaron, en el caso seleccionado, a empezar el negocio?
- ¿Cuáles pudieron ser las condiciones del entorno que favorecieron el éxito del negocio?
- ¿Qué características socioeconómicas tenían los clientes y cómo influyó esto en el negocio?

A partir de la reflexión sobre los casos, hemos podido considerar las variables que entran en juego en el emprendimiento. Es decir, cuando tenemos la motivación para empezar un negocio, debemos tener en cuenta muchos factores, tales como el tipo de producto o servicio que se quiere ver, el cliente objetivo, los puntos de comercialización y venta, las estrategias de mercadeo. Con este ejercicio nos acercamos a algunos de estos factores que nos ayudan a comprender los factores relacionados con una empresa exitosa.

Escribamos en una hoja anexa a nuestras respuestas, de manera corta y concreta, los elementos o criterios del caso empresarial analizado que nos parecen importantes para nuestra vida y nuestra experiencia como emprendedores.

Ahora, en una mesa redonda, compartamos los aspectos que hemos escogido y realicemos una lista con todos los elementos identificados.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Las respuestas dadas nos podrán decir qué sabemos, donde lo hemos aprendido y cómo lo aplicamos, para cada caso. Es muy importante, identificar cómo analizamos los temas que nos rodean y cómo aplicamos lo que observamos en ellos.

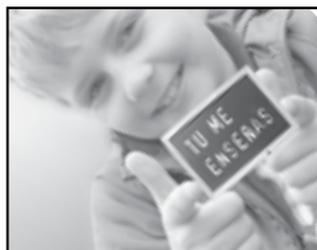
Debemos tener en cuenta que el emprendimiento empresarial incluye, no solo vender un producto o tener una idea, implica además la responsabilidad de ponerlo en marcha y lograr que funcione como una unidad de negocio.

¿CÓMO RECOGEMOS INFORMACIÓN?
Cómo recogemos información?

Unidad dos

**Competencias
Laborales
Generales**

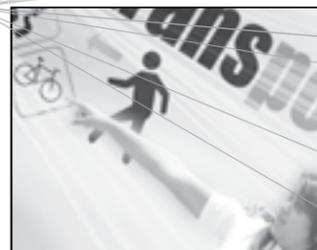
Actividad 1/ Pág.47



Actividad 2/ Pág.53



Actividad 3/ Pág.59



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

La información es el resultado del análisis de datos ordenados. Es decir, es el producto de varios procesos mentales o documentados en los que se organizan los datos de manera consecuente y se analizan, teniendo en cuenta unas variables específicas.

De manera permanente, recogemos información ya sea a través de la observación, la consulta de fuentes documentales o electrónicas, la conversación con otros, la participación en conferencias o foros o la realización de entrevistas formales e informales.

Esta información es útil, pero resulta mucho más provechosa si la podemos convertir en algo significativo que amplíe el conocimiento sobre el aspecto que estamos analizando, que nos permite contar con datos obtenidos de la misma manera, con las mismas preguntas y en el mismo tipo de respuesta, para efectos de poderla organizarlos y, posteriormente, analizarlos.

Una vez sabemos el tipo y calidad de la información que queremos recolectar, debemos establecer la forma y el método que vamos a aplicar para recoger los datos.

Una forma sencilla de recolectar información cierta de nuestro entorno es realizando encuestas a las personas que hacen parte de él. La encuesta consiste en un cuestionario que contiene varias preguntas y que al mismo tiempo determina la forma en la que se darán las respuestas, junto con las instrucciones para su diligenciamiento. Las encuestas se realizan a un grupo de personas, que se denomina muestra, mientras que el censo se adelanta a toda la población de una ciudad o un país, por ejemplo. Existen encuestas de satisfacción, que consultan exclusivamente a los consumidores de determinado producto y censos de población, en los que se realizan encuestas a todos los habitantes de una ciudad para saber cuántos son en total o cuántos hombres, mujeres y niños viven en ella.

Las encuestas permiten obtener una información organizada a partir de las preguntas que se han formulado. Es por ello que es muy importante definir primero qué se quiere saber, para luego hacer las preguntas más adecuadas.

Identificación de oportunidades de negocio

Objetivo de la actividad

- Formular las preguntas acertadas para recoger la información que necesitamos.

Evidencias de aprendizaje

- Encuestas diligenciadas
- Informe del ejercicio

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

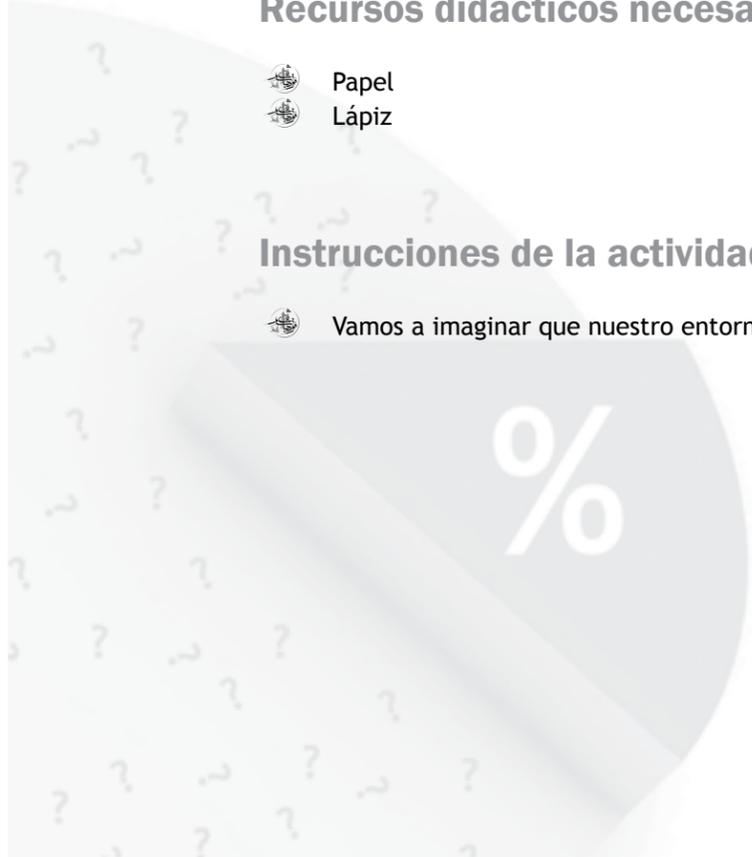
- 20 minutos para la elaboración en grupos de las preguntas.
- 40 minutos en la exposición de las preguntas de cada grupo a todos los compañeros de clase.
- 20 minutos para la asignación de puntajes a cada pregunta.
- 20 minutos para la realización de la encuesta en parejas y retroalimentación.
- 20 minutos en la elaboración del documento escrito.

Recursos didácticos necesarios

- Papel
- Lápiz

Instrucciones de la actividad

- Vamos a imaginar que nuestro entorno es el que se describe en el siguiente párrafo:



%

Identificación de oportunidades de negocio

Las inundaciones de finales del año afectaron 2.236 hectáreas de la fibra, arrojando millonarias pérdidas para los agricultores.

La temporada de recolección de algodón en Córdoba comenzó en firme a comienzos del mes de febrero y se extenderá hasta finales de marzo. Aunque fueron sembradas 24.839 hectáreas en todo el departamento, sólo 22.500 hectáreas se consideraron en buen estado. Con ellas se aspira obtener una producción de 45 mil toneladas de la mota. El resto de la siembra quedó sumergida en las aguas por el fuerte invierno que azotó Córdoba a finales del año pasado. Los cultivos fueron hechos por 2.500 aldoneros, de los cuales el 80 por ciento son pequeños productores⁷.

-  Dividimos el grupo en cinco equipos.
-  Cada equipo diseña 15 preguntas donde la respuesta debe ser sí o no. Las preguntas nos deben permitir recoger información sobre la situación.
-  Para diseñar las preguntas, tengamos cuenta que éstas deben darnos información acerca de los siguientes cuestionamientos:
 - ¿Está contenta la población con la situación?
 - ¿Les gustaría que cambiara?
 - ¿Por qué?
 - ¿Creen que puede cambiar?
 - ¿Cómo se podría hacer para que cambiara?
 - ¿Cuál es el factor (controlable) más importante, que podría mejorar esa situación?
-  Cada equipo debe exponer sus 15 preguntas a todo el grupo.
-  En un cuadro, calificamos las 15 preguntas de cada equipo, con puntaje de uno a 15, siendo 15 la mejor. Las que resulten mejor calificadas formarán parte de la encuesta final.
-  Una vez la encuesta esté definida, nos reunimos por parejas, donde una persona diligencia la encuesta y la otra da las respuestas.

Identificación de oportunidades de negocio

-  Al terminar la encuesta, pedimos retroalimentación a nuestro compañero acerca de la claridad de las preguntas y su relevancia en la consecución de información. Esto nos ayuda a identificar si fuimos precisos en las preguntas y en las respuestas.
-  Registramos las respuestas en el informe de este ejercicio.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Este ejercicio nos permite identificar nuestras habilidades para relacionar la información que necesitamos, con la forma en que diseñamos las preguntas.

Tengamos en cuenta estos interrogantes:

- ¿Fue seleccionada para la encuesta final alguna de las preguntas diseñadas por mí?
- ¿Cuánto tiempo me demoré diseñando las preguntas?
- ¿Mis preguntas buscaban la información requerida?
- ¿Las preguntas que formulé fueron suficientemente claras?

Las respuestas nos podrán dar una mejor idea de nuestras habilidades para recoger la información que necesitamos.



7. Tomado de: www.eltiempo.com/colombia/caribe/comenzo-en-firme-cosecha-de-algodon-en-cordoba-se-extendera-hasta-marzo_4796186-1

Unidad dos

Competencias
Laborales
Generales

Actividad 1/ Pág.47



Actividad 2/ Pág.53



Actividad 3/ Pág.59



IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES Y EXPECTATIVAS

Identificación de necesidades y expectativas

como se utiliza

transporte



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Vamos a ver lo que un grupo de personas necesita, identificando su situación, sus problemas y dificultades y, al mismo tiempo, entendiendo su visión acerca de la mejor solución.

Comencemos por entender lo que significa una necesidad⁸, es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla. Algunos ejemplos son: sed, hambre, frío, afecto, logro, realización, poder etc. Las necesidades son inherentes al ser humano.

Las necesidades se pueden jerarquizar así⁹:

-  Necesidades fisiológicas, comida, bebida, vestimenta y vivienda.
-  Necesidades de seguridad y protección.
-  Necesidades de pertenencia, afecto, amor y amistad.
-  Necesidades de autoestima, autovalía, éxito y prestigio.
-  Necesidades de autorrealización, de lo que uno es capaz, autocumplimiento.

Por su parte, una expectativa es lo que se espera que suceda, es una suposición centrada en el futuro que puede o no ser realista.

Con estos conceptos podremos identificar con mayor certeza las necesidades y, por ende, estar en capacidad de desarrollar un producto o solución que sea útil y satisfaga a un grupo. Toda idea de negocio comienza con la observación e identificación de las necesidades de un grupo de personas.

Objetivos de la actividad

-  Aprender a entender la situación de un grupo de personas.
-  Identificar sus dificultades o necesidades
-  Comprender cuál es la mejor solución que propone el grupo.

Identificación de oportunidades de negocio

Evidencia de aprendizaje

-  Descripción de la población, de la situación a analizar, de la dificultad identificada y de la solución esperada por la población.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

-  40 minutos para la sistematización de las respuestas dadas a las encuestas.
-  20 minutos para la clasificación de las respuestas.
-  30 minutos en la realización del análisis de resultados.
-  30 minutos para la exposición ante la clase de los resultados.

Recursos didácticos necesarios

-  Resultados de las encuestas de la actividad anterior
-  Hojas tamaño oficio
-  Lápiz

Instrucciones de la actividad

-  Nos organizamos en diez grupos.
-  Tomamos los resultados de las encuestas desarrolladas en la actividad anterior. En una tabla, contamos las respuestas dadas por los compañeros encuestados a cada una de las preguntas.
-  Identificamos, en este orden, las respuestas que cumplen con las siguientes condiciones:
 - Las situaciones críticas son las que han obtenido el mayor número de puntos.

8. Tomado de: <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/18/jerarquia.htm>
Consulta realizada en febrero 8 de 2009.

9. Maslow, Abraham. En su libro Motivación y Personalidad planteó el concepto de la jerarquía de necesidad. www.queb.org/motivacion/La-Piramide-de-Maslow

Identificación de oportunidades de negocio

- Dentro de estas situaciones críticas, identificamos la mayor dificultad.
 - De las respuestas con mayor dificultad, seleccionamos la que proponga la mejor solución, es decir la que haya obtenido más puntos.
-  Después de realizar el conteo de respuestas, realizamos el informe de análisis de resultados, el cual contiene la descripción de la población, de la situación que se va a analizar, de la dificultad identificada, de la solución esperada por la población y las conclusiones.
-  Finalmente, cada grupo expone ante el equipo los resultados del trabajo. Recibimos preguntas y sugerencias y aclaramos dudas. Esta valoración la incluimos en nuestro reporte final.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

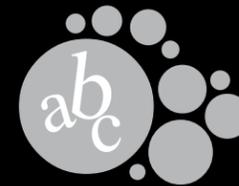
Este ejercicio nos muestra los pasos que nos permiten identificar las necesidades de una comunidad y encontrar en ellas, oportunidades de negocio. Es importante que revisemos las dificultades que tuvimos en la interpretación de las situaciones, así como los inconvenientes presentados y las soluciones, frente a las respuestas dadas en las encuestas de manera independiente.

Ayudémonos con las siguientes preguntas:

- ¿Pudimos organizar los datos con facilidad?
- ¿Se nos facilitó encontrar conclusiones?
- ¿Se nos facilitó analizar los resultados?
- ¿Las preguntas fueron claras?
- ¿Las respuestas nos dan la información que buscamos?

De nuestra habilidad para identificar las dificultades, depende la facilidad con la que analizamos los datos de la encuesta y llegamos a conclusiones ciertas y concretas acerca de la mejor solución. Si se presentan muchas dificultades en el análisis de los resultados, revisemos de nuevo las encuestas y verifiquemos cómo podemos mejorar en la interpretación de las necesidades de otros. Las preguntas y sugerencias que se plantean durante la presentación de los resultados al grupo, nos ayudan también a nuestra autoevaluación sobre cómo interpretar las situaciones y necesidades de los demás.

necesidades
identificación



3. Glosario

ENTORNO: es todo aquello que rodea a un determinado grupo de personas, pueden ser condiciones geográficas, sociales, culturales o económicas.

INFORMACIÓN: es la conclusión del análisis de datos. Es el resultado de varios procesos mentales o documentados donde se organizan los datos de manera consecuente y se analizan.

NECESIDAD: es una sensación de carencia unida al deseo de satisfacerla.

EXPECTATIVA: es algo que se espera suceda en el futuro.

MOTIVACIÓN: es lo que hace que un individuo actúe y se comporte de una determinada manera. Es una combinación de procesos intelectuales, fisiológicos y psicológicos que intervienen en su decisión en una situación dada.

Glosario

Identificación de oportunidades de negocio



4. Aprendamos más

Algunos de los conceptos tratados en esta unidad fueron extraídos de los documentos del siguiente listado. En éste también encontraremos otros textos que nos permitirán profundizar diversos aspectos de los temas desarrollados en la unidad.

Libros de texto

-  KOTLER, Philip y AMSTRONG, Gary. Fundamentos del marketing. Pearson Education. Sexta Edición. 2003. México.
-  KINNEAR, Taylor. Investigación de mercados. McGraw Hill. Quinta Edición. 2003. Bogotá.

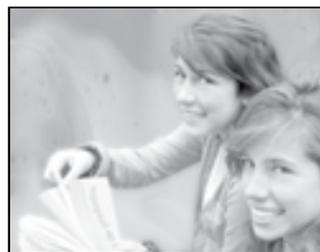
Enlaces en Internet

-  www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas
-  Torrecilla, José Miguel. Identificar la necesidad del cliente: su satisfacción como centro de los objetivos de la empresa. Revista Economía Industrial. No.330 Ministerio de Industria y comercio de España. 1999. www.mityc.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/330/14jmto.pdf

Actividad 1/ Pág.71



Actividad 2/ Pág.77



Actividad 3/ Pág.83



Unidad tres

Identificamos nuestro negocio



DESCUBRIR OPORTUNIDADES

Descubrir oportunidades

Unidad tres

**Competencias
Laborales
Generales**

Actividad 1/ Pág.71

Actividad 2/ Pág.77

Actividad 3/ Pág.83



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Una vez identificamos la solución que quiere la comunidad, necesitamos desarrollar la capacidad de ver oportunidades, es decir de crear soluciones que resuelven las necesidades y expectativas descubiertas.

Un empresario es “quien ve oportunidades donde otros sólo ven problemas.”¹⁰ Para lograrlo, se requiere una actitud creativa y curiosa, es decir mirar las situaciones desde diferentes puntos de vista, proponer nuevas formas de hacer algo o generar cambios y transformaciones en procesos o productos ya existentes.

Para ampliar las posibilidades de ver las oportunidades debemos pensar en lo que nos gusta, en lo que realmente nos apasiona, así podemos proponer algo que realmente nos motive a hacerlo realidad. Pensemos, además, en los beneficios que esa oportunidad puede generar en las demás personas y en la sociedad, en las ventajas para el medio ambiente, la cultura, la recreación, la economía, por citar algunos campos.

De las oportunidades identificadas surge la idea de negocio, que se puede definir como un breve boceto¹¹ que describe en términos claros el producto y el funcionamiento del negocio, es decir la manera como vamos a lograr que el negocio se mantenga, ofreciendo a sus clientes lo que ellos necesitan. “Es una abstracción que representa el ofrecimiento que se le hará a los clientes”.¹²

Tener una idea no es suficiente, es necesario identificar si existe algo parecido en el mercado, qué beneficios recibe quién decida comprar nuestro producto y tratar de saber si es posible venderlo o no es decir, si los precios del producto van a estar al alcance de nuestros clientes o si va a ser posible hacer llegar a ellos nuestros productos.

Se debe clarificar desde el principio cuál es el producto o servicio a desarrollar y los objetivos que se persiguen con él.

10. Módulo 1. Creación de empresa. Cámara de Comercio de Bogotá. 2008. P. 7.

11. Tomado de www.ventures.com; <http://www.ventures.com.co/content/view/33/94/>

12. Rico, Rubén citado por Beatriz Araújo en *Identifique ideas para crear empresa*. Uniempresarial. 2007. P.110.

Identificación de oportunidades de negocio

Objetivo de la actividad

- Desarrollar varias ideas de negocio a partir de una necesidad.

Evidencia de aprendizaje

- Documento con el enunciado de cada idea y la respuesta a las preguntas.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

- 30 minutos para la identificación individual de ideas de negocio.
- 30 minutos para la selección individual de la mejor idea.
- 60 minutos en la presentación a los compañeros de clase de la alternativa seleccionada.

Recursos didácticos necesarios

- Papel
- Lápiz

Instrucciones de la actividad

A partir de la situación que se relata a continuación, debemos analizar las necesidades y descubrir oportunidades de negocio.

Una comunidad indígena se ha dado cuenta de que tiene los pies más anchos que las medidas regulares de zapatos, lo mismo sucede con las medias y demás artículos para los pies. Ellos quisieran que se creara una talla nueva con especificaciones acordes a sus características.

Identificación de oportunidades de negocio

 De manera individual, cada uno de nosotros va a crear y desarrollar cinco ideas de negocio correspondientes a la situación anterior, respondiendo las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es la necesidad de la comunidad?
- ¿Cuál es la solución que la comunidad propone?
- ¿Cuál es el producto que se ajusta a esa solución? (Descripción detallada del producto)
- ¿El producto existe en el mercado o es necesario realizarlo?
- En caso de existir en el mercado, ¿qué necesitamos para comercializarlo?
- En caso de tener que realizarlo, ¿qué necesitamos para producirlo?
- ¿Dónde lo vendemos?
- ¿A quién se lo vendemos?
- ¿Quién lo utiliza?
- ¿Cómo llega el producto a quien lo utiliza?
- ¿Cómo garantizamos que el producto satisfaga la necesidad encontrada?

 Luego analizamos la idea a la luz de las respuestas y seleccionamos la que a nuestro juicio es la mejor.

 En grupo, compartimos con nuestros compañeros nuestra mejor idea.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Este ejercicio nos impulsa a empezar un proceso creativo a partir de una condición dada. Además, nos ofrece un marco definido para crear ideas aplicables y funcionales.

Formulemos estas preguntas:

- ¿Al analizar las ideas, tuve en cuenta todas las preguntas?
- ¿Al seguir las preguntas, obtuve una idea más fácil de aplicar?
- ¿Cuáles fueron las razones que me llevaron a escoger la idea seleccionada?

Las respuestas a estas preguntas nos permiten analizar nuestra capacidad de formular ideas realizables alrededor de grupos de personas con necesidades.

SELECCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Selección de la idea de negocio

Unidad tres



**Competencias
Laborales
Generales**

Actividad 1/ Pág.71



Actividad 2/ Pág.77



Actividad 3/ Pág.83



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Una idea de negocio viable es aquella que surge de una oportunidad identificada, de una necesidad por cubrir, pero además por la cual una población está dispuesta a pagar o reconocer algo a cambio.

El concepto de negocio hace también referencia a una organización, grande o pequeña, que recibe sus ingresos gracias a la venta de productos o servicios a un grupo de personas, los cuales están atendiendo la necesidad identificada. La operación o funcionamiento del negocio incluye la manera en que se asegura al cliente que, sus productos o servicios van a estar disponibles para la venta.

Por consiguiente, la selección de una idea de negocio dentro de un abanico de posibilidades implica, desde el punto de vista interno, hacer un balance de las debilidades y fortalezas de la organización; la valoración de los riesgos y las posibilidades para eliminarlos o reducirlos y, por el lado externo, de la evaluación sobre los factores económicos, tecnológicos y del mercado.

La idea de negocio “debe ser definida mediante un proceso serio, consciente y planeado”¹³ y constituye una forma de iniciar con éxito el emprendimiento empresarial.

Objetivo de la actividad

- Analizar y seleccionar la idea de negocio más viable.

Evidencias de aprendizaje

- Matriz de análisis y evaluación.
- Informe de la idea de negocio seleccionada.

Identificación de oportunidades de negocio

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

- 30 minutos para la presentación al grupo de la idea seleccionada y el diligenciamiento de la matriz de evaluación.
- 60 minutos para la exposición a los compañeros de clase de la idea seleccionada por cada grupo.
- 30 minutos para la elaboración del informe de descripción de la idea de negocio de cada grupo.

Recursos didácticos

- Ideas propuestas en la actividad anterior.
- Lápiz
- Papel

Instrucciones de la actividad

- Integramos 10 grupos de trabajo.
- Cada miembro del grupo expone a su equipo la idea seleccionada.
- En una matriz, el grupo evaluará la idea teniendo en cuenta los siguientes criterios de evaluación:
 - ¿Qué hace nuestro negocio?
 - ¿Cuál es el aporte que nuestro servicio o producto le brinda al cliente?
 - ¿Qué pasos sigue nuestro negocio desde la elaboración o consecución de un producto o servicio hasta la entrega final al cliente?
 - ¿Qué ventajas tiene sobre otros negocios similares?
 - ¿Cuál es el mercado objetivo? ¿Dónde queremos vender?
 - ¿Cuáles son nuestros clientes objetivos? ¿Cuántos hay?
 - ¿Cómo planeamos que los clientes conozcan nuestro producto?¹⁴
- Cada uno de los miembros del grupo, tendrá una tabla para dar puntaje a las ideas expuestas por nuestros compañeros, para cada uno de los factores evaluados en las preguntas. Siempre calificaremos las ideas de nuestros compañeros, no las propias.

13. Cómo evaluar y definir una oportunidad empresarial. 150 ideas empresariales. Citado por la Cámara de Comercio de Bogotá, en el Módulo 1. Creación de Empresas. 2008.

14. Tomado de www.ventures.com; <http://www.ventures.com.co/content/view/33/94/>

Identificación de oportunidades de negocio

- Al final sumamos los puntajes de cada idea, concluyendo que la idea con mayor puntaje es la que hemos identificado como una oportunidad de negocio real. El puntaje será de 1 a 5, siendo 1 difícilmente posible y 5 altamente posible.
- Una vez hayamos escogido la idea de negocio, cada equipo la expone a todo el salón, para recibir sus preguntas y sugerencias.
- Como conclusión del ejercicio, debemos realizar un informe que contenga la descripción de la idea de negocio seleccionada, con su puntaje y el análisis de preguntas resueltas en el desarrollo de la idea de negocio. También debemos registrar las dudas y sugerencias que hayan surgido en la exposición general de nuestra idea de negocio, con sus respectivas aclaraciones.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Este ejercicio nos muestra los factores que debemos tener en cuenta para evaluar una idea de negocio de manera crítica y objetiva.

Lo importante en nuestro proceso de aprendizaje, es identificar con claridad lo que debemos evaluar en el momento de analizar una idea de negocio e identificarla como una oportunidad real. Pues ideas puede haber muchas, pero su éxito depende de cómo se hagan realidad.

El proceso de compartir con más personas nuestras evaluaciones y análisis siempre será enriquecedor, porque aporta nuevos puntos de vista y conceptos que, posiblemente, nosotros no hemos tenido en cuenta.



Unidad tres

**Competencias
Laborales
Generales**

Actividad 1/ Pág.71



Actividad 2/ Pág.77



Actividad 3/ Pág.83



¿CUÁL ES NUESTRO MERCADO?
Cuál es nuestro mercado?



Identificación de oportunidades de negocio

Concepto relacionado

Mercado es el conjunto de factores de una comunidad que afectan positiva o negativamente el desarrollo de un negocio, por ejemplo: los proveedores, los clientes, los competidores, los entes reguladores e incluso otros productos que puedan afectar la decisión de nuestros clientes.

Si queremos ser competitivos en un mundo comercialmente agresivo y cambiante, debemos conocer muy bien el entorno de nuestro negocio e interpretarlo acertadamente. Es necesario disponer de toda la información posible acerca de nuestro mercado.

El mercado “es un arreglo institucional en el cual los individuos muestran su capacidad de iniciativa. Ese es el verdadero punto de contacto entre cómo funciona una economía y cómo se puede organizar un emprendimiento”.¹⁵ Es decir, es lo que permite articular o acercar las necesidades de una población con los propósitos de un empresario.

Una vez se cuente con la idea de negocio clara y el producto identificado, podemos definir un mercado para estudiarlo. Es importante que tengamos en cuenta lo que ya existe en el mercado, si hay un producto igual o similar al de nuestro negocio, pues esto nos ayudará entender y conocer mejor lo que necesitamos para que nuestra idea de negocio sea un éxito.

Objetivos de la actividad

-  Identificar los productos competidores y las empresas o personas que los fabrican o comercializan.
-  Identificar los clientes potenciales.
-  Identificar nuestros proveedores.
-  Identificar las instituciones reguladoras de dicho mercado.

Identificación de oportunidades de negocio

Evidencia de aprendizaje

-  Informe con los resultados relevantes en cuanto a zona de influencia, competidores directos en dicha zona, competidores indirectos y clientes potenciales con su respectiva descripción y características.

Duración de la actividad

La actividad está diseñada para 120 minutos de trabajo distribuidos de la siguiente manera:

-  60 minutos en la descripción exhaustiva del producto.
-  60 minutos para la elaboración del documento escrito de acuerdo con preguntas.

Recursos didácticos

-  Informe final de resultados de la actividad anterior
-  Calculadora

Instrucciones de la actividad

-  A partir de la idea de negocio seleccionada en el ejercicio anterior, describimos de manera exhaustiva y detallada el producto que vamos a producir o comercializar. Para su descripción, observamos productos similares en el colegio o en el barrio y hacemos énfasis en las diferencias o elementos parecidos a los de nuestro producto, observemos ¿cuántos son?, ¿dónde se venden?, ¿quién los compra?
-  Para el producto descrito, respondemos en un documento escrito y de manera breve y clara cada una de las siguientes preguntas:
 - ¿El producto existe en el mercado o es necesario producirlo?
 - ¿En caso de existir en el mercado, qué necesitamos para comercializarlo?

Identificación de oportunidades de negocio

- ¿En caso de tener que realizarlo, qué necesitamos para producirlo?
- ¿Qué empresas o personas ajenas a nuestro negocio necesitamos para comercializarlo o producirlo? (Debemos tener en cuenta todo el proceso, hasta que nuestro producto está listo para ser vendido, incluyendo materias primas)
- ¿Cuántas personas o empresas venden algo similar o igual en el mismo sector?
- ¿A quién se lo vendemos?
- ¿Cuántas personas o empresas usan un producto similar?
- ¿Cuántas personas o empresas pueden utilizar nuestro producto?, ¿por qué? Éstas se refieren a los clientes potenciales que debemos capturar.

Este ejercicio nos muestra cómo debemos valorar nuestro mercado de una manera más acertada y así lograr conquistarlo con éxito.

Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

Después de este ejercicio, no sólo hemos identificado a nuestros proveedores, competidores y clientes, sino que también tenemos cuantificados a nuestros clientes potenciales y a nuestros competidores, directos e indirectos.

Revisemos:

- ¿Logramos identificar cuántos competidores tenemos?
- ¿Logramos identificar cuántos productos similares existen en el mercado?
- ¿Logramos identificar cuántos clientes podemos tener?
- ¿Identificamos la metodología para conocer nuestro mercado?

Estas preguntas nos ayudarán a identificar la información que logramos conseguir del mercado y nuestra propia comprensión de su importancia en el proceso empresarial. Si no conocemos el mercado, podemos estar equivocados en el enfoque de nuestra idea de negocio.



3. Glosario

IDEA DE NEGOCIO: es un breve boceto en el que se describe el producto y el funcionamiento del negocio.

PRODUCTO: es el resultado de un proceso de creación o transformación a partir de materias primas.

SERVICIO: es un conjunto de actividades que permiten satisfacer una necesidad.

MERCADO: es el conjunto de factores de una comunidad que afectan positiva o negativamente el desarrollo de un negocio como proveedores, competidores, entes reguladores u otros productos que afectan la decisión de los clientes.

Glosario

Identificación de oportunidades de negocio



4. Aprendamos más

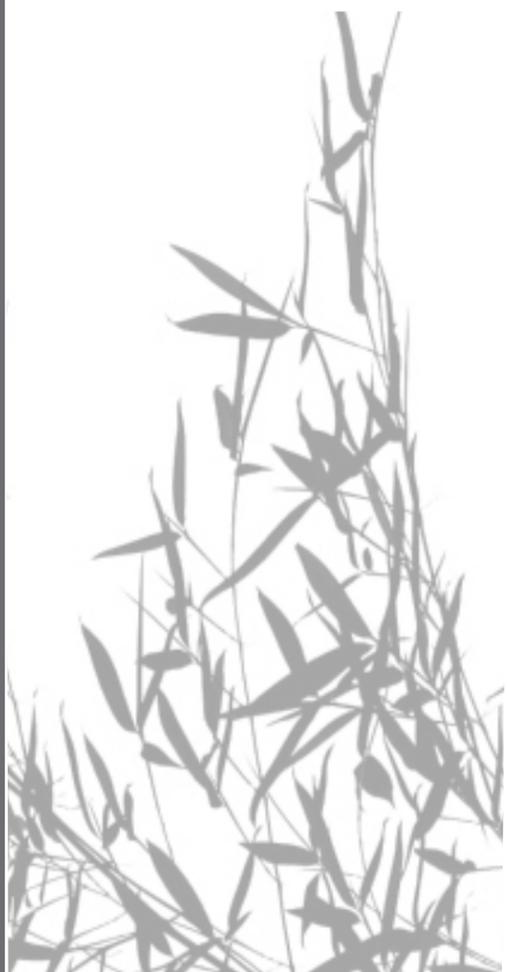
Algunos de los conceptos tratados en esta unidad fueron extraídos de los documentos del siguiente listado. En éste también encontraremos otros textos que nos permitirán profundizar diversos aspectos de los temas desarrollados en la unidad.

Libros de texto

 KINNEAR, Taylor. Investigación de mercados. McGraw Hill. Quinta Edición. 2003. Bogotá.

Enlaces en Internet

 http://www.alfaguara.com.ar/aguilarempresa/art.asp?id_art=20



Autodiagnóstico

de salida



Identificación de oportunidades de negocio



Ahora que hemos finalizado las unidades de aprendizaje para adquirir y desarrollar la competencia de Identificación de oportunidades de negocio, es necesario que autoevaluemos nuestros avances y resultados. Para ello debemos diligenciar el siguiente autodiagnóstico, teniendo en cuenta la escala valorativa que se presenta a continuación.

Escala valorativa

ESCALA	DESCRIPCIÓN
Si	Demuestro la de identificación de oportunidades en situaciones de diversa complejidad, por medio de comportamientos y elaboraciones acordes a la situación y a los criterios definidos para ella.
Algunas veces	Demuestro la de identificación de oportunidades en situaciones simples y en algunas complejas. Asumo una actitud coherente con los criterios esperados que me permite alcanzar buenos resultados.
No	Demuestro muy poco la de identificación de oportunidades en situaciones simples y no lo hago en circunstancias complejas. Mis acciones no corresponden a los criterios definidos para esta competencia.

Autodiagnóstico de salida

CRITERIOS DE DESEMPEÑO	Calificación		
	Marque con una X		
	Si	No	Algunas veces
1. Reconozco las motivaciones personales para crear una unidad de negocio.			
2. Reconozco las habilidades para crear un negocio por cuenta propia.			
3. Identifico las exigencias que implican crear un negocio por cuenta propia.			
4. Valoro los conocimientos y experiencias propias o de otros.			
5. Identifico las condiciones, necesidades y expectativas de una comunidad como oportunidad para crear un negocio.			
6. Propongo ideas de negocio.			
7. Clasifico y selecciono ideas de negocio viables.			
8. Identifico el mercado de un negocio seleccionado.			

Identificación de oportunidades de negocio

Si en uno o varios enunciados nos calificamos con *Algunas veces* o *No*, debemos seguir trabajando en el desarrollo de ese o esos desempeños. Por tanto, es necesario formular un plan de mejoramiento que nos permita alcanzarlos. Para desarrollarlo, debemos:

- Elaborar con nuestro docente un diagnóstico de nuestros desempeños y de las evidencias de las actividades que contribuyen a desarrollarlos.
- Llevar a cabo nuevamente la(s) actividad(es) y elaborar su(s) evidencia(s) de aprendizaje correspondiente(s), pero esta vez, haciendo énfasis en los aspectos críticos determinados en el diagnóstico.
- Establecer un cronograma para el desarrollo de esa(s) actividad(es) y la entrega de la(s) evidencia(s) respectiva(s).

Para finalizar, con el apoyo de nuestro docente realizamos un recorrido por las diferentes actividades desarrolladas, recapitulando objetivos y conceptos trabajados en el módulo, y *construimos libremente un relato escrito* donde conectamos los sucesos, acontecimientos y vivencias, cerrando con una descripción sobre el aporte que el trabajo realizado ha dejado para nuestra vida presente y futura.

