



Capacidades y competencias  
para la vida

Elaboración de planes  
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 Elaboración  
de planes de negocio  
ISBN: 978-958-8365-34-3

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](http://www.feyalegria.org/colombia)  
E-mail: [dinmal@feyalegria.org.co](mailto:dinmal@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? .....	15
3. Nuestro compromiso con el aprendizaje .....	17
UNIDAD 1. IDENTIFIQUEMOS NUESTRO NEGOCIO .....	21
1. Presentación .....	23
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	23
3. Glosario .....	43
4. Aprendamos más .....	44
UNIDAD 2. LOS RECURSOS DE NUESTRO NEGOCIO .....	47
1. Presentación .....	49
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	49
3. Glosario .....	65
4. Aprendamos más .....	66
UNIDAD 3. CREANDO NUESTRO NEGOCIO .....	69
1. Presentación .....	71
2. Conocemos, practicamos y aprendemos .....	71
3. Glosario .....	88
4. Aprendamos más .....	89
AUTODIAGNÓSTICO DE SALIDA .....	91

Contenido

# ENCONTREMOS NUESTRO PRODUCTO

*Encontremos nuestro producto*

# Unidad **uno**

**Competencias  
Laborales  
Generales**

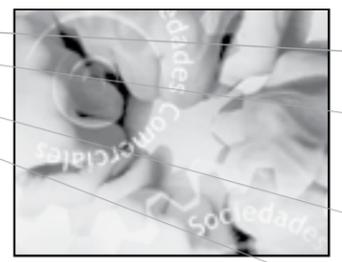
Actividad 1/ Pág.25



Actividad 2/ Pág.31



Actividad 3/ Pág.37



## Concepto relacionado

El mercado está lleno de innumerables productos que buscan satisfacer las necesidades de diferentes tipos de población con características específicas. “En un mundo cada vez más pequeño, globalizado y con mercados más sofisticados, la opción para competir está en la diferenciación, es decir en poder construir para la empresa elementos que hagan que los clientes prefieran lo nuestro frente a los productos o servicios de la competencia”<sup>4</sup>.

Es importante que tengamos claridad sobre el significado del término producto y de los demás conceptos aplicables a nuestro ejercicio.

*Producto:* es el artículo o conjunto de artículos y/o servicios que suplen una necesidad creando un valor en quien lo consume. Se puede tratar de un producto que resulta de la transformación de materias primas o de algo que se crea.

*Artículo:* hace referencia a un objeto, se emplea en el vocabulario comercial.

*Servicio:* acción o conjunto de acciones que se realiza para beneficio de alguien.

*Debilidad:* característica del producto que al compararlo con otros productos similares podría ser una razón para que nuestro producto no sea adquirido.

*Fortaleza:* característica del producto que, frente a otros productos similares, podría ser la razón para que compren nuestro producto.

*Factor diferenciador:* característica del producto que otros no tienen, que lo hace único o especial.

En el medio empresarial se habla de ventaja competitiva para referirse a aquel elemento particular y distinto que permite a un producto diferenciarse de los demás. El economista Michael Porter dice “ser diferente... es seleccionar una serie

de actividades distinta a las que otros han seleccionado, para ofrecer una mezcla única de valor”<sup>5</sup>.

Esto significa que el elemento diferenciador o la ventaja competitiva es la que permite que un producto sea reconocido en el mercado y escogido por los clientes entre muchos otros, porque además de prestar el servicio para el cual fue creado, entrega elementos adicionales como confort, estatus o los hace sentir miembros de un mismo grupo.

## Objetivo de la actividad

- Reconocer un producto por sus características, identificar sus debilidades, fortalezas y factores diferenciadores.

## Evidencia de aprendizaje

- Descripción del producto y sugerencias de venta.

## Duración de la actividad

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

- 30 minutos para el análisis del producto en grupo.
- 60 minutos para el ejercicio de venta de producto a toda la clase.
- 30 minutos para la elaboración en grupo del documento de sugerencias.

## Recursos didácticos necesarios

- Lápiz
- Papel

## Instrucciones de la actividad

- Integramos grupos de tres personas cada uno.

4. Araújo, Beatriz. Identifique ideas para crear empresa. Uniempresarial. 2008. P.32

5. Michael Porter citado en Gerencia Empresarial [www.degerencia.com/tema/estrategia\\_empresarial](http://www.degerencia.com/tema/estrategia_empresarial). Consulta Febrero de 2009.

## Elaboración de planes de negocio

- Escogemos un producto que nos parezca interesante para analizar.
- Analizamos las características del producto de la siguiente manera:
  - Tamaño (micro, pequeño, mediano, grande, muy grande)
  - Peso (muy liviano, liviano, pesado, muy pesado)
  - Color (de colores, blanco y negro, con diseño)
  - Funcionalidad: se refiere a la descripción de su operación, funcionamiento y beneficios. Por ejemplo, si es una grapadora, debemos decir que es un artículo de papelería, pequeña y fácil de cargar, tiene diferentes colores. Cuenta con cartucho de ganchos, que permite ver cuando se acaban y además tiene un seguro para evitar que los ganchos se salgan.
- Escribimos un reporte sobre el producto, señalando sus debilidades, ventajas y factores diferenciadores.
- Luego ofrecemos en venta el producto a nuestros compañeros. Resaltamos sus ventajas o fortalezas aunque también mencionamos sus debilidades y hacemos énfasis en los factores diferenciadores del mismo. Esto le permitirá a nuestros clientes (nuestros compañeros) tener toda la información de nuestro producto y decidir si lo compran o no.
- A su vez, quienes están tomando la decisión de comprar, podrán sugerir otros beneficios, debilidades o factores diferenciadores.
- Finalmente, debemos recoger en un documento las sugerencias de los compradores.

## Reflexiones sobre nuestro aprendizaje

En este ejercicio, nos damos cuenta de nuestra capacidad de observación e interpretación sobre el propósito de un artículo o producto, además empezamos a entender por qué algunos se venden más que otros.

Una vez apropiemos este ejercicio, seremos capaces de interpretar cualquier producto y podremos comenzar a diseñar uno propio.

Es importante tener en cuenta que muchas veces necesitamos a otras personas para que nos ayuden a analizar, desde diferentes puntos de vista, una situación. Sus aportes nos permitirán saber qué nos hace falta incluir en el análisis que estamos realizando.

Respondemos estas preguntas para identificar nuestras debilidades y fortalezas:

- ¿Nos fue fácil escoger el producto?
- ¿Pudimos describir con facilidad las características físicas del producto?

## Elaboración de planes de negocio

- ¿Cuántas funciones logramos identificar en el producto?
- ¿Qué tuvimos en cuenta para realizar la exposición de venta de nuestro producto?
- ¿En el momento de la exposición, encontramos más funciones para nuestro producto?
- ¿Nuestros compradores o clientes sugirieron funciones adicionales?
- ¿Nuestros clientes compraron el producto? ¿Por qué creemos que lo hicieron?

Realizar este ejercicio con cualquier tipo de producto cada vez que tengamos la oportunidad es una práctica efectiva para desarrollar esta habilidad.

