	INSTITUCIÓN EDUCATIVA HECTOR ABAD GOMEZ		
	Proceso: GESTIÓN CURRICULAR	Código	
Nombre del Documento: GUÍA DE TRABAJO PARA LA ATENCIÓN DE ESTUDIANTES EN LA PRESENCIALIDAD – JORNADA SABATINA		Versión 01	Página 1 de 6

INSTITUCIÓN EDUCATIVA HÉCTOR ABAD GÓMEZ			
DOCENTES: JIMENA GONZÁLEZ OROZCO		NÚCLEO DE FORMACIÓN: TÉCNICO CIENTÍFICO	
CLEI: 3	GRUPOS: 304, 305, 306, 307, 308	PERIODO: 3	SEMANA: 40
NÚMERO DE SESIONES: 2		FECHA DE INICIO: 04/12/2021	FECHA DE FINALIZACIÓN: 10/12/2021

PROPÓSITO

Comprender la importancia del buen uso de la energía que permita emprender proyectos que beneficien al ser humano.

ACTIVIDAD 1 (INDAGACIÓN)

Los tres cerditos emprendedores y el lobo feroz de la crisis

Esta es la versión adaptada a los negocios del famoso cuento de los tres cerditos y el lobo feroz. Cuenta la historia de tres hermanos que querían ser emprendedores. Después de mucho hablar entre ellos, encontraron tres buenas ideas de negocio, y como no se ponían de acuerdo, decidieron emprender en solitario, allá por el 2005.

El primer cerdito

Montó su empresa sin pensárselo mucho. Vio cómo se podía hacer bastante dinero con el negocio inmobiliario “Chiringuito inmobiliario S.L”, y se dedicó a la compraventa de solares. Como era el más vago de los hermanos y le gustaba la buena vida, trabaja poco, y se gastaba con rapidez los suculentos beneficios que dejaban las operaciones.

El segundo cerdito

Había pensado en abrir un restaurante “Tapas y montaditos”. Notaba como podía subir el precio de los menús frecuentemente sin perder clientela. Al principio trabajó duro, pero cuando vio que su hermano menor ganaba mucho dinero sin esforzarse mucho, contrató a alguien para gestionar el local y empezó a disfrutar de los buenos ingresos que le daba el establecimiento.

El mayor de los hermanos

Apostó por las nuevas tecnologías. Invertió mucho tiempo y dinero desarrollando una nueva plataforma de publicidad en Internet "Internet Adverts Corp". El concepto era prometedor, pero sus ingresos muy débiles respecto a los cómodos beneficios de sus hermanos. Sin embargo, el crédito no se daba por vencido.

Planificaba, rectificaba, probaba sin cesar nuevas ideas, apoyándose en el talento de la gente emprendedora que conocía a medida que iba profundizando en el negocio.

Aviso: viene el lobo

Un día de finales de 2006 los tres hermanos se reunieron para hablar de sus negocios. El más joven y el más ocioso vino con su nuevo coche, un Cayenne comprado a crédito. El otro hermano acudió en un Volvo de gama media, parcialmente pagado. El mayor vino en Metro. Este último avisó a sus hermanos. Muchos indicadores económicos mostraban que el boom inmobiliario era en realidad una burbuja crediticia, y que había que ir preparándose porque venía el lobo: una crisis económica cuyo impacto era difícil de medir. Los dos hermanos más jóvenes escucharon con atención la opinión del mayor, que respetaban, pero en cuanto se separaron volvieron a sus viejas costumbres.

Empieza la crisis

A mediados de 2007 la crisis vino a visitar al más joven. Llevaba meses sin vender un terreno, y todos los beneficios que había acumulado durante los años anteriores les había gastado o reinvertido en nuevos terrenos. Ya no le alcanzaba el dinero para pagar sus créditos. A punto de que le embargaran, decidió pedir ayuda a su hermano más cercano.

El crédito mediano le acogió sin pensárselo. Le explicó que el restaurante iba muy bien, y decidió prescindir del gerente del bar para colocar a su hermano. Cuando las ventas bajaron a mediados de 2008 y el lobo de la crisis vino a tocar a su puerta, el restaurante al principio resistió. Los dos hermanos tomaron medidas, redujeron sus niveles de vida, hicieron precios más económicos, pero las ventas seguían cayendo.

Como el negocio no tenía tesorería ahorrada de la época de bonanza, poco a poco se hizo inevitable el cierre. Antes de que la crisis les atrapara, decidieron finalizar limpiamente el negocio, despidiendo a los empleados con sus correspondientes indemnizaciones, y acudieron a su hermano mayor.

Fueron bien recibidos. En el último año la empresa tecnológica del mayor de los créditos se había consolidado. Había reinvertido cada euro de beneficios para mejorar la calidad de su producto en aspectos de valor añadido. Había seguido en lo personal con un nivel de vida espartano, pero finalmente el negocio despegaba. Ayudada por el crecimiento vertiginoso de todo el sector de la publicidad en Internet, la empresa del mayor estaba a punto de recibir fondos de una empresa de Capital Riesgo para pasar a una escala mayor.

Cuando la crisis afectó al crédito, los tres créditos durante unos momentos vacilaron. ¿Iban a echarse por atrás los inversores? ¿Se iba a quedar sin crecimiento la empresa? Pero no fue así.

Los socios de Capital Riesgo fueron convencidos por la estrategia y los resultados conseguidos por el hermano mayor, y entraron en el proyecto. Los otros dos hermanos pudieron ser contratados en funciones que correspondían a sus habilidades, pero sin más favores que haber podido entrar.

Fuente: Kerfant, A. (2010).

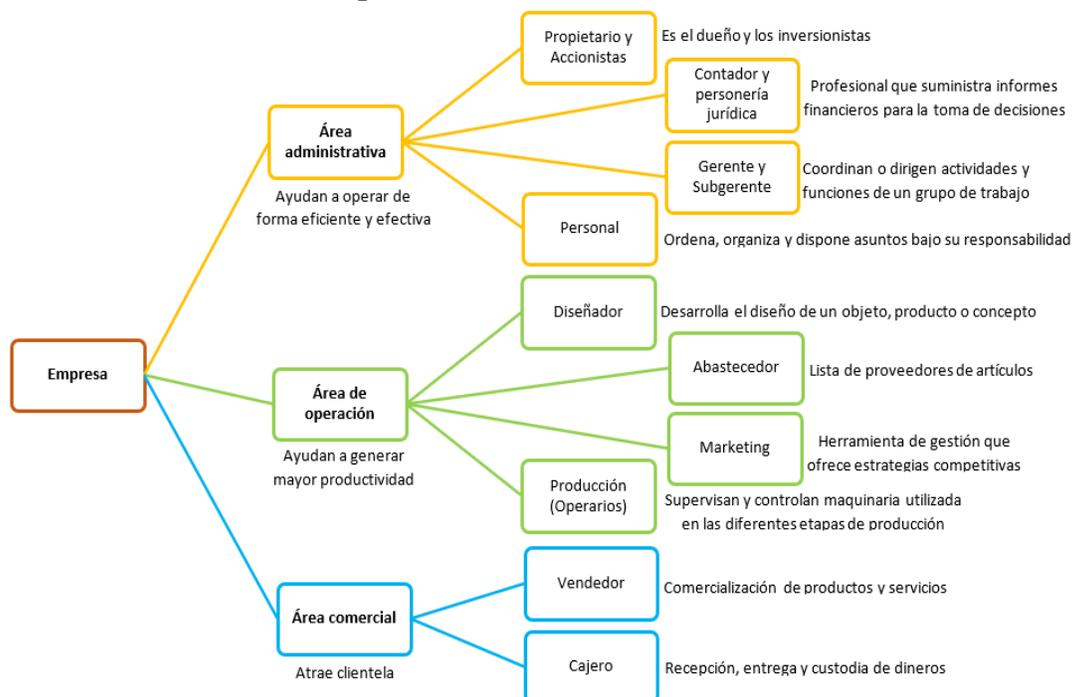
Ahora responde:

1. ¿Qué enseñanza te deja esta fábula?
2. ¿Qué ventajas tiene para una empresa, la forma de asociación de los integrantes que la conforman?
3. ¿Está preparado para dedicar el tiempo, el dinero y recursos necesarios para iniciar una empresa?, justifique su respuesta
4. Elija su grupo de trabajo y el producto para iniciar su proyecto empresarial

ACTIVIDAD 2 (CONCEPTUALIZACIÓN)

La empresa: Es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la producción y transformación de productos y/o la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio

Estructura básica de la empresa



La idea: Nuestra mente tiene pensamientos ya vividos (60 %) nuevas acciones (40%) las cuales deseamos en muchas ocasiones por falta de estímulos o voluntad propia. Con una mente emprendedora, muchas de estas ideas las podemos retomar y convertirse en un gran empresario. Una mente emprendedora conduce sus comportamientos hacia actividades y resultados generadores de valor, comprendiendo los riesgos de sus acciones, aceptando los cambios, solucionando las adversidades que surgen alcanzando el éxito de la empresa. Un empresario es una persona que, de forma individual o colectiva, fija los objetivos y toma las decisiones estratégicas acerca de las metas, los medios, la administración y el control de las empresas, asume la responsabilidad tanto comercial como legal frente a terceros, tiene características propias como ser auténtico, observador, arriesgado, examinador de necesidades propias y de la sociedad, eliminador de paradigmas, disciplinado y optimista para así poder elegir una idea empresarial, desarrollarla y luego materializarla.

El riesgo al fracaso de una idea siempre va a existir, lo importante es minimizarlo; ya que depende del grado de aceptación que la idea tenga en la sociedad, para esto:

- Se debe tener claro la idea y el objetivo
- No salirse del contexto ni el ambiente que lo rodea
- Observe que hay en el mercado y como se puede mejorar
- Sondar a los amigos y vecinos sobre el producto o servicio en mente
- Tomar decisiones con base a lo observado

Plan de negocios: Es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener una respuesta positiva por parte de los inversores, permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha, debe incluir el detalle del plan de acción que es una hoja de ruta que organizada, que orienta e implementa el conjunto de tareas necesarias para la consecución de objetivos y metas.

Una forma dinámica de presentar el plan de negocios es mediante la herramienta Power point, creada por Microsoft. Es un software que permite realizar presentaciones multimediales a través de diapositivas, se puede utilizar texto esquematizado, imágenes, música y animaciones que hacen llamativo e interesante el tema expuesto.

Cuando se diseña el plan de negocios se debe hacer un estudio de mercadeo se debe tener en cuenta:

1. El entorno: se debe conocer el sitio donde se establecerá la empresa, (factores socio económicos, culturales, medioambientales, entre otros)
2. La demanda: Un producto o servicio es bueno si se vende y genera satisfacción, (necesidades de los clientes, necesidades a satisfacer y en qué forma)

3. Los clientes: Se debe identificar quiénes compran, qué, dónde y por qué compran, cómo, cuándo y cuánto compran

4. La competencia: Otras empresas que satisfacen la misma necesidad, se debe conocer cuál será nuestro valor agregado y de la otra empresa se debe conocer el tamaño y ubicación, características de sus productos o servicios y clientes, calidad de sus productos con relación al precio, canales de distribución, medios publicitarios y sus proveedores

5. Los proveedores: se debe garantizar el suministro adecuado de insumos o materia prima para realizar sus actividades

Pasos para desarrollar el plan de negocios



Modelo de negocio (modelo Canvas):

8 Alianzas ¿Cuáles serán los socios claves o estratégicos (proveedores, clientes y accionistas)?	7 Actividades claves ¿Qué actividades necesito desarrollar para generar valor a mi producto o servicio?	1 Propuesta de valor ¿Cómo queremos generar valor para nuestros clientes?	4 Relación con los clientes ¿Cuál es el tipo de relación que esperan los clientes?	2 Segmento de clientes Conocer muy bien; ¿Para quién es la propuesta de valor?
	6 Recursos claves ¿Qué recursos necesito para generar valor a mi producto o servicio?		3 Canales ¿Cómo entregar la propuesta de valor a nuestros clientes?	
9 Costos ¿Cuál será la estructura de costos que se implementará para mostrar la utilidad de nuestra empresa?		5 Flujo de ingresos ¿Cuál será el valor que está dispuesto a pagar nuestros clientes por nuestros productos o servicios?		

Es una representación abstracta de una empresa, ya sea de manera textual o gráfica, de todos los conceptos relacionados, acuerdos financieros, y el portafolio central de productos o servicios que se ofrecerá con base en las acciones necesarias para alcanzar las metas y objetivos estratégicos. Debe ser rentable (genere utilidad), escalables (crecimiento de la empresa), repetibles (estandarizarlos para replicarlos), Viables (se puede llevar a cabo) y deseable (será exitoso). La anterior es una herramienta que prueba la validez de la viabilidad de un modelo de negocio:

ACTIVIDAD 3 (APLICACIÓN Y EVALUACIÓN)

1. Piense en un negocio que crea que le genere ingresos para usted y su familia
2. Explique su proyecto empresarial (plan de negocios)
3. Diseñe el modelo Canvas a su idea de negocio en una presentación de Power Point o en cartelera
4. Haga una lista de recursos que necesite para iniciar su empresa, piense en recursos humanos, físicos, tecnológicos, entre otros
5. Haga un presupuesto de gastos de inversión (si hay accionistas - inversores señale ¿cuál es la inversión de cada uno?)
6. Haga una lista de materiales necesarios para iniciar la producción, con su presupuesto
7. Coloque el posible valor del producto, tenga en cuenta la inversión y la ganancia; justifique las razones

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Cámara de Comercio de Bogotá. (N.A). Beneficios y riesgos de formalizar una empresa. Recuperado de <https://www.ccb.org.co/Fortalezca-su-empresa/Temas-destacados/Formalice-su-empresa/Beneficios-de-la-formalidad-y-riesgos-de-la-informalidad>
- González, J. (2020). Núcleo Técnico Científico. Recuperado de <https://www-tecnocientifico.blogspot.com/>
- Kerfant, A. (2010). Los tres cerditos emprendedores y el lobo feroz de la crisis. <https://crearmiempresa.es/article-los-tres-cerditos-emprendedores-y-el-lobo-feroz-de-la-crisis-97752338.html>
- Marketing y finanzas. (2013)._Modelo Canvas, una Herramienta para Generar Modelos de Negocios. Recuperado de <https://www.marketingyfinanzas.net/2013/03/modelo-canvas-una-herramienta-para-generar-modelos-de-negocios/>