

# MODELO METODOLÓGICO DE FORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTO IDIPRON

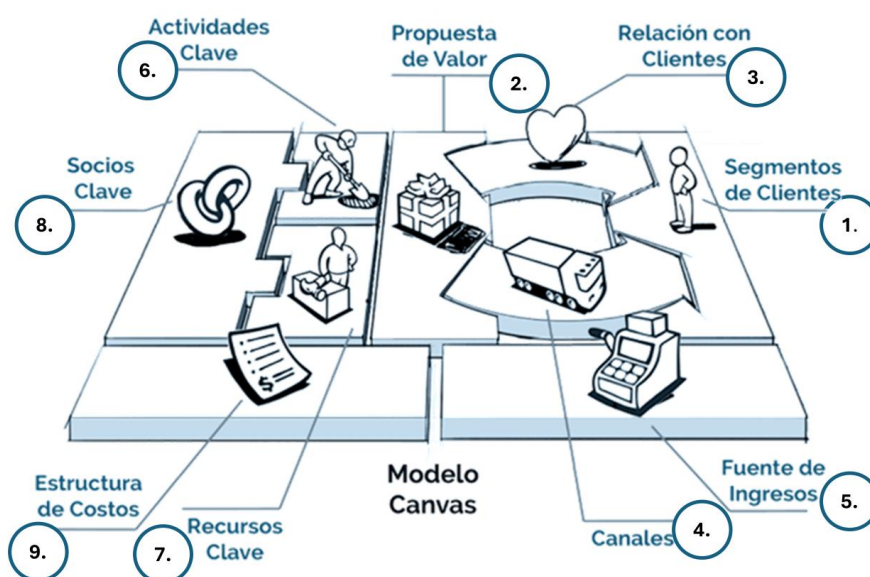
## HECHO A LA MEDIDA

### INTRODUCCIÓN

A lo largo de la existencia del Idipron, el emprendimiento se ha ido consolidando como una estrategia que apalanca a los BENEFICIARIOS en su proceso de construcción y resignificación del proyecto de vida. El diseño de la estrategia ha transitado por muchos procesos diversos, cambiando y adaptándose constantemente para responder a las necesidades que las características poblacionales nos plantean.

La estrategia en el año 2017 recibió a partir de un convenio con LATAN un impulso fundamentalmente en la concepción teórica para la construcción y adaptación de herramientas técnicas que fueran dinámicas, adaptables a las características de las poblaciones que la misionalidad del Idipron atiende.

Con el apoyo de LATAN se desarrolló una metodología a partir del modelo canvas, que, atendiendo a la construcción de la idea de negocio en un emprendedor, facilitara la elaboración de los elementos fundamentales para concretar efectivamente en 9 pasos la formulación de la idea de negocio (Figura 1)<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> <https://factura.com/blog/introduccion-al-modelo-canvas-modelo-de-negocio/>

Figura 1: lienzo del modelo canvas

En el paso del tiempo, se ha ido configurando el modelo concretándolo en diversas etapas y acciones, hasta llegar en la actualidad a una propuesta para el 2024 que ha recibido el nombre de HECHO A LA MEDIDA, que se proyecta sobre la atención a las necesidades específicas de los beneficiarios que desean emprender (Figura 2).



Figura 2: Modelo metodológico Hecho a la Medida (Idipron)

La pretensión del modelo metodológico es atender a la diversidad y complejidad de las características de la población que atiende el instituto. Es importante aclarar que el modelo tiene por objeto el desarrollo de una idea de negocio, a partir de las características y posibilidades de los emprendedores, el Idipron no financia ni provee capital semilla para el desarrollo de los emprendimientos, por lo cual la consolidación del emprendimiento en el marco de un proyecto, es lo que le brindará posibilidades en las oportunidades públicas y privadas.

## GLOSARIO

Para iniciar la presentación de la metodología del modelo HECHO A LA MEDIDA, iniciamos por presentar un corto glosario que recoge los conceptos dentro de los cuales nos enmarcamos para el diseño de la estrategia y que consideramos fundantes:

- **Emprendimiento:** Consolidación de una idea de negocio que tenga identificada una propuesta de valor que brinde la oportunidad de un plan de egreso satisfactorio.
- **Modelo CANVAS:** *Es una herramienta de gestión estratégica que te permite conocer los aspectos claves de tu negocio.*
- **Mercado:** *Conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos, que llegan a acuerdo entre el producto o servicio y el precio que se cobra por éste.*
- **Mercadeo:** *Es un conjunto de acciones mediante las cuales una empresa estudia las necesidades o problemas característicos de un público, sea este una persona u otra empresa, y a partir de ellos establece estrategias para descubrir cómo resolverlos a través de su producto o servicio.*
- **Estrategia:** *Es un plan de acción de la empresa para llegar a los posibles consumidores y convertirlos en clientes de sus productos o servicios.*
- **Segmento de mercado:** *Son estrategias basadas en la división del mercado en conjuntos más pequeños y caracterizados por la similitud de necesidades, características y hábitos.*
- **Propuesta de valor:** *es el factor que hace diferente y útil a una empresa frente a la competencia y es apreciado por los usuarios.*
- **Cliente:** *Persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa.*
- **Proveedor:** *Persona o empresa que ofrece sus productos y/o servicios a cambio de un pago monetario el cual se realiza en un solo pago o a crédito según hayan sido pactados los términos.*
- **Oferta:** *Es la cantidad de bienes y servicios que los oferentes están dispuestos a poner a la venta en el mercado a unos precios concretos.*
- **Demanda:** *Cantidad total de un bien un servicio que la gente desea adquirir.*
- **Eficacia:** *Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.*

- **Producto:** Todo lo que se produce o lo que resulta del proceso de la producción. Todo aquello que se intercambia en el mercado.
- **Servicio:** Un servicio, en el ámbito económico, es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes, brindando un producto inmaterial y personalizado.
- **Competencia:** El término competencia en el ámbito económico, hace referencia a las situaciones que se dan dentro de un mercado en el que hay varios ofertantes y demandantes de un bien o servicio.
- **Valores de marca:** Es el valor que un producto o servicio ha ido adquiriendo a lo largo del tiempo, se refiere al grado de familiaridad de los consumidores con la empresa y su marca.
- **Proyecto:** Un proyecto de emprendimiento es aquel que puede resolver algún problema de forma innovadora. Se caracteriza por estar encaminado a satisfacer la necesidad en un sector específico y se considera que es exitoso cuando logra ese propósito y, al mismo tiempo, es rentable.

## HABILIDADES PARA EMPRENDER

La propuesta metodológica que se presenta desea desarrollar unos conceptos que a nuestro modo de ver son vitales para alguien que manifiesta ser o desear ser emprendedor, en particular, consideramos estratégico conocer y comprender cuales son las habilidades o capacidades que se requieren para el emprendimiento, para lo cual lo primero es comprender las diferencias entre los conceptos que usamos (figura 3):



Figura 3: conceptos claves y diferencias

Desear ser emprendedor no es lo mismo que ser emprendedor, por ello es que existen muchas personas que manifiestan querer hacer emprendimientos, se forman, experimentan, pero son muy pocos quienes realmente conquistan sus deseos siendo emprendedores, hay muchas variables que afectan el resultado, pero en especial hay limitantes en las habilidades del emprendedor, pues son muy exigentes y demandan actitud y aptitudes para su conquista, aunque existen muchas propuestas de habilidades, hemos sintetizado las que consideramos claves para nuestro modelo y las presentamos a continuación:

- **Creatividad:** La creatividad es una habilidad que nos ayuda a imaginar y tener ideas diferentes, de cambiar las cosas que ya existe.
- **Innovación:** La innovación es un cambio de idea de un producto que no existe, de algo que puede seguir evolucionando.
- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo es una labor que se lleva a cabo a través de un conjunto de integrantes que tienen un objetivo común, aunque cada uno desarrolle sus tareas de forma individual para conseguirlo.
- **Empatía:** Se define como el sentimiento de identificación con alguien o la capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.
- **Comunicación asertiva:** Es un estilo de comunicación en el que se expresa sus ideas, sentimientos y necesidades de forma directa, segura, tranquila y honesta.
- **Planeación:** Es el proceso y resultado de organizar una tarea simple o compleja teniendo en cuenta factores internos y externos orientados a la obtención de uno o varios objetivos.
- **Orientación hacia el cliente:** Actitud permanente por detectar y satisfacer las necesidades y prioridades de los clientes (internos/externos).
- **Motivación al logro:** Impulso de superación en situaciones de rendimiento, preocupación por hacer las tareas cada vez mejor, lograr objetivos difíciles y alcanzar un nivel de resultado optimo.
- **Pensamiento analítico y crítico:** El pensamiento crítico consiste en no aceptar la verdad aparente sin una demostración. El pensamiento analítico consiste en tener la capacidad de descomponer un problema complejo en partes más simples.

- **Organización:** Preparar una cosa pensando detenidamente en todos los detalles necesarios para su buen desarrollo, disponer de un conjunto de personas y medios para un fin determinado.
- **Responsabilidad:** Es dar cumplimiento a las obligaciones y ser cuidadoso al tomar decisiones o al realizar algo.
- **Aprendizaje continuo:** Es el proceso a través del cual se adquieren nuevas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción y la observación.

## DESARROLLO METODOLÓGICO DE FORMACIÓN

La formación en emprendimiento se plantea como un ejercicio de talleres con un enfoque teórico/práctico donde se brindan las herramientas para incentivar la creatividad y fomentar la ideación e identificación de oportunidades.

El proceso de formación está basado en el desarrollo de la creatividad y la búsqueda de propuesta de valor en las ideas de negocio, junto con el desarrollo de otras habilidades. Las sesiones se apoyan con material audiovisual cuyo objetivo es generar ese interés por emprender, ser creativo e innovador.

Por las disposiciones y situaciones que caracterizan nuestra población beneficiaria, el diseño de talleres que pueden incorporar varios módulos que atienden a diversas temáticas, esta pensado en el enfoque de atención a necesidades y oportunidades, es decir, al reconocimiento de las potencialidades y dificultades que nuestros BENEFICIARIOS tienen. Este reto, es el que da la característica clave al modelo metodológico. No existen dos talleres iguales, aunque los contenidos sean comunes, todo depende del contexto, las características de la población y las oportunidades que se descubran.

El desarrollo de una metodología de taller, implica la vinculación de los procesos cognitivos, las habilidades personales, las herramientas dinamizadoras, los recursos que implique el líder de la actividad, y el contraste entre la experiencia y los nuevos conceptos que logren vincularse en el ejercicio (figura 4).





Figura 4: Herramientas para el enfoque metodológico de un taller

## ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

El diseño de contenidos que se propone como línea de trabajo, aborda 4 grandes acápites que se recogen en el modelo canvas a manera de aplicación (figura 5). Los aspectos temáticos, de conocimiento, son los insumos que se desarrollan de acuerdo a las disposiciones cognitivas de los BENEFICIARIOS, en la búsqueda de que transfieran el conocimiento de la manera más pertinente en una idea de negocio, utilizando los 9 elementos que propone el modelo.

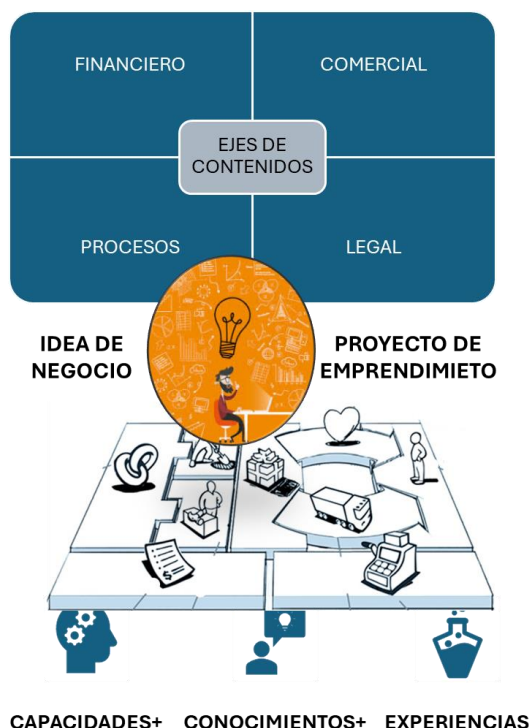


Figura 5: Propuesta de formación en emprendimiento

En primer lugar se determinó que un eje de contenidos debe desarrollarse sobre PRODUCTO, en donde a partir del modelo se trabajarán los aspectos que le permitan al emprendedor identificar su producto o servicio dentro de una propuesta de valor y las claridades que pueda obtener del mercado.

MODULO	OBJETIVO	CONTENIDOS	HABILIDADES	ACTIVIDADES 1
PRODUCTO	Ideación e identificación de oportunidades en un segmento de mercado	<b>1. Modelo Canvas:</b> - Estructura del modelo canvas, - Que es ? - Para que sirve <b>2. Segmento de mercado:</b> - Que es un segmento de mercado - Objetivos de la segmentación - Ventajas - Variables de segmentación, geografica, demografica, Psicografica y en función del uso. - Como se utiliza <b>3. Creatividad e innovación:</b> - Diferencias de creatividad e innovación <b>4. Propuesta de valor:</b> - Definición - Principales elementos - Como crear tu propuesta de valor - Ventajas de la propuesta de valor	* Creatividad e innovación * Trabajo en equipo * Empatía * Comunicación	1. Plantear un problema a resolver (batas de dormir) y crear un producto o servicio que resuelva ese problema (ligero incluido en bata). 2. Adivina quien? Segmento - producto o servicio Juego de roles - Cliente, vendedor, mensajero, gerente

Un segundo eje sobre el cual se desarrollarán diversos talleres es MERCADEO, con lo cual se trabajaran aspectos como estrategias de comunicación, canales de distribución y otras herramientas.

MODULO	OBJETIVO	CONTENIDOS	HABILIDADES	ACTIVIDADES 1
MERCADEO	Creación de marca, estrategia de comunicación y canales de distribución	<b>*Modelo canvas Pasos 3 y 4 :</b> <b>* Identidad de marca:</b> - Definición y para que? - Psicología del color - Valores de marca <b>* Estrategias de comunicación:</b> - Tipos de estrategias de comunicación tradicional Vs marketing Digital <b>* Canales:</b> - Tipos de canales y función - Canal tradicional - Canales digitales - Canales de distribución - Redes sociales (Facebook, What App Bussines e Instagram). <b>* Métodos de pago:</b> - Efectivo - contraentrega - Pagos digitales u electronicos - Billeteras virtuales	* Comunicación asertiva * Planeación * Creatividad e Innovación * Orientación hacia el cliente	1. Imagina que los países son de un solo color, Colombia es rosa, las nubes rosa, los ríos, el mar las montañas y los animales. Por regla general solo se conoce y existe el color rosa. Como sería la comunicación del este país, que valores tendrían, como sería su población

El tercer eje para trabajar es el FINANCIERO, que desarrolla los elementos fundamentales para el costeo del proceso productivo, la determinación de precios, la planeación financiera y otros aspectos.

MODULO	OBJETIVO	CONTENIDOS	HABILIDADES	ACTIVIDADES 1
FINANCIERO	Proyección de metas y planeación financiera	<b>*Modelo canvas Pasos 5,6,8 y 9 :</b> <b>Estructura de costos y gastos</b> - Definición de costo: activos, pasivos, patrimonio Definición de gasto <b>* Distribución del ingreso</b> <b>* Definición de utilidad</b> - Punto de equilibrio <b>* Fuentes de financiación</b> - Ecosistema público y privado financiador	* Planificación * Motivación al logro * Pensamiento analítico y critico	1. Juan es un joven de 23 años con 1 hijo que vende empanadas. Al día vende 25 empanadas con precio und. De 1.300, pagar arriendo 400 mensual y gasta en alimentación 400 mensuales, servicios 150. Quiere comprarle a su hijo un juguete de 200. Plantee soluciones para que Juan pueda comprarle el juguete al niño. 2. Monopoly humano, con obligaciones economicas a cumplir

Por último, el cuarto ejes es el LEGAL, donde se informará y ayudará a generar las herramientas de formalización del emprendimiento, y los canales de viabilización según cada necesidad.

MODULO	OBJETIVO	CONTENIDOS	HABILIDADES	ACTIVIDADES 1
--------	----------	------------	-------------	---------------



LEGAL	Entienda y asuma el ser un ciudadano responsable	<p>*Modelo canvas paso 8:</p> <p>*Beneficios de la formalización</p> <p>*Generalidades del Regimen Tributario en Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Persona natural</li> <li>- Persona Jurídica</li> <li>- RUT: Que es y para que sirve?</li> <li>*Clases de cobro: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuenta de cobro</li> <li>- Factura</li> </ul> </li> <li>* Propiedad intelectual y derechos de autor</li> </ul>	<p>* Organización</p> <p>* Responsabilidad</p> <p>* Aprendizaje continuo</p>	1. Check list requerimientos legales según el Proyecto transversal
-------	--	--	--	--

Algunas herramientas que se proponen en relación con las líneas temáticas para el desarrollo de los talleres como módulos, bajo la comprensión que se pueden desarrollar en distintos momentos de conformidad con las necesidades que se tengan con los grupos de trabajo son:

**EMPRENDIMIENTO&VIDA:** aborda la sensibilización frente al emprendimiento como proyecto de vida, donde se define el concepto, se complementa con casos de éxito y superación de emprendimientos, y el desarrollo de una actividad que fomenta la creatividad.

**CREAR&INNOVAR:** la creatividad e innovación se aborda con material audiovisual que ayuda a comprender los conceptos y actividades lúdicas que refuerzan las diferencias entre creatividad e innovación, y les permiten tener pensamientos disruptivos.

**NECESIDAD&PRODUCTO:** tendrá como temática principal la propuesta de valor, que les permite tener un diferencial y ser competitivos en el mercado. Se abordará la definición de propuesta de valor, los principales elementos, los pasos para crear tu propuesta de valor y las ventajas.

**MERCADO&CLIENTE:** tendrá como temática principal la segmentación del mercado, los objetivos de la segmentación, ventajas, variables de la segmentación (geográfica, demográfica, psicográfica) y como se utiliza.

**MARCAVsMARCAS:** se trabajan conceptos como identidad de marca, definición, psicología del color, valores de marca. Durante la sesión se realiza un ejercicio práctico con la finalidad de aplicar los conocimientos.

**COMERCIALIZACIÓN&PRODUCTO:** aborda las redes sociales, como estrategia de comercialización y visualización de productos y servicios.

**ECONOMÍA&FINANZAS:** aborda el tema de las billeteras virtuales para familiarizar a los jóvenes con estas dinámicas donde se darán a conocer las más comunes y cómo implementarlas.

**HERRAMIENTAS&FINANZAS:** taller se trabajan conceptos como elaboración de presupuesto, cuenta de cobro, y la importancia del ahorro.

