

	<b>INSTITUCIÓN EDUCATIVA HÉCTOR ABAD GÓMEZ</b>		
	<b>Proceso: GESTION CURRICULAR</b>	<b>Código</b>	
<b>Nombre del Documento: PLAN DE MEJORAMIENTO</b>		<b>Versión 01</b>	<b>Página 1 de 7</b>

<b>ÁREA: EMPRENDIMIENTO</b>			
<b>ESTUDIANTE:</b>			
<b>PERIODO: TRES</b>	<b>GRADO: SEXTO</b>	<b>GRUPO:</b>	<b>FECHA:</b>

<b>COMPETENCIAS</b>			
Dominio personal, Orientación ética, Empatía, Toma de decisiones, Solución de Problemas, Creatividad, Pensamiento reflexivo y crítico, Aprender a aprender, Cooperación y Trabajo en equipo, Comunicación, Liderazgo, Manejo de la información, Gestión de planes y proyectos individuales y colectivos, Manejo de la Tecnología y la Informática, Negociación, Orientación al servicio.			

<b>TEMAS:</b>		
<b>BIENES, PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
<b>PREGUNTA PROBLEMATIZADORA</b>		
<b>¿Cómo utilizar fuentes de información en la producción de nuevos conocimientos aplicables a la ejecución de propuestas de negocio o empresa?</b>		
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO</b>		
<b>ACTITUDINALES SER</b>	<b>CONCEPTUALES SABER</b>	<b>PROCEDIMENTALES HACER</b>
Identifica los problemas prioritarios según su magnitud e impacto, analizando una situación (social, cultural, económica, laboral) para identificar alternativas de acción o solución, definiendo y utilizando datos para resolver problemas a través de proyectos personales y/o colectivos.	Observa situaciones en el contexto, diferenciando los elementos y acciones que deben mejorarse en una situación dada y utilizando las TIC disponible en el entorno para el desarrollo de diversas actividades (comunicación, aprendizaje, búsqueda y validación de la información).	Desarrolla acciones para mejorar continuamente aspectos con base en lo que aprende de los demás, escuchando y analizando la información, opinión y argumentos que obtiene sobre una situación y comunicando, oralmente y por escrito, el proceso de indagación y los resultados que obtiene.
<b>OBJETIVO</b>		
Promover la superación de los indicadores de desempeño bajo en el área de Emprendimiento en el tercer periodo, explicando la importancia del conocimiento de las competencias personales para la planificación de su proyecto de vida y la gestión de empresa encaminadas a la satisfacción de necesidades.		
<b>METODOLOGÍA</b>		
Aprendizaje autónomo		

## GUÍA DE ACCIÓN

ESCRIBE TUS RESPUESTAS EN LOS RECUADROS EN BLANCO  
RESPECTA LA ORTOGRAFÍA Y CUIDA LA REDACCIÓN

ANÁLISIS DE SITUACIONES	
Define con tus propias palabras, para ti que es una necesidad.	
¿Consideras tú que las necesidades son las mismas para todos los seres humanos, o que dependen del género, de la época histórica en la que se esté? Justifica tu respuesta.	
¿Cuáles son las necesidades que tu consideras son vitales para los seres humanos y porque?	
El internet, el celular, el computador no son necesidades primarias. ¿Cuál crees tú, que es la razón por la cual estas herramientas se han convertido en objetos de primera necesidad?	
Para ti, ¿Cuales son aquellas cosas, que son necesidades secundarias, pero que tú consideras que son de gran importancia para ti y que sin ellas no sería fácil vivir?	
<p>El investigador Abrahán Maslow, clasifica las necesidades humanas en 5 niveles: Las fisiológicas, las de seguridad, la social, la de estima y la de autorrealización. ¿Cuáles de los diferentes niveles de las necesidades están satisfechas en tu vida?, ¿Cuáles no están satisfechas? ¿Por qué?</p>	 <p>PIRÁMIDE DE MASLOW</p>
Define con tus propias palabras ¿Qué es un bien? ¿Cuándo un bien es mueble y cuando un bien es inmueble?	
A partir de la definición de mercado “Es un contexto donde se venden y se compran bienes y servicios” y los tipos de mercado (mercado del sector primario, mercado del sector secundario o industrial, mercado del sector terciario o de servicio, mercado del sector cuaternario), identifica para cada tipo de mercado tres empresas (ya sean nacionales o internacionales) que pertenezcan a cada uno de estos tipos de mercados.	

<b>Identifica y escribe, un problema o una necesidad, en la institución, tu casa y tu barrio, que deseas superar.</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DE SOLUCIONES</b>	
<b>A partir de la necesidad que identificaste en el punto anterior, escribe el nombre de un producto (bien o servicio) que deseas diseñar u ofrecer, para superar esa dificultad o necesidad identificada. Ejemplo: Mejorar un objeto de tu entorno, diseñar un objeto, un producto comestible, un servicio, etc.). ¿Por qué?</b>	
<b>¿Cuáles son los usuarios potenciales de ese bien o servicio que deseas diseñar u ofrecer? (edad, genero, etc.).</b>	
<b>¿Cuáles son las principales características del producto que deseas diseñar? Dibuja y describe el bien o servicio que deseas diseñar u ofrecer.</b>	
<b>DIBUJO/IMAGEN</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>¿En qué tipo de mercado se ofrece este producto (bien o servicio)?</b>	
<b>¿Consideras que el mercado virtual es una buena opción para promocionar el bien o servicio propuesto? ¿Porque?</b>	
<b>Escribe un plan o ruta a seguir que te permita diseñar el bien que tu elegiste o el servicio que tu decidiste ofrecer.</b>	
<b>¿Cuál es el presupuesto que se requiere para diseñar dicho bien u ofrecer dicho servicio?</b>	

COMPRESIÓN LECTORA

Lee detenidamente el siguiente texto y responde las preguntas que se enuncian a continuación

Analizando el mercado con Zanga<sup>1</sup>

Tras encomendar las tareas a su equipo de trabajo, FER se reúne con Doña Perfe para continuar la explicación de las conclusiones alcanzadas en la convención de abejas. Doña Perfe le explica a FER una de las conclusiones más importantes alcanzadas: todas estas colmenas están fuera de mercado.

- Abuela, cuando me comentas que estamos fuera de mercado. ¿A qué te refieres? - preguntó FER a Doña Perfe-
- Querida FER. Las abejas sociales melíferas producimos bienes y servicios que después los clientes compran. Si no producimos bienes y servicios que los clientes deseen, el trabajo de apicultoras como Doña Api no tendrá sentido y cajas de madera como las que nos alberga tampoco.
- Pero siempre se dijo que nuestra miel es extraordinaria; y qué decir de la miel de azahar -indicó FER apoyada sobre un enorme cilindro lleno de miel con una etiqueta manuscrita-
- Sí, es cierto lo que dices- asintió Doña Perfe-. Pero Doña Api y el resto de apicultores fallan en algo.
- ¡Abuela ayúdame! ¡No puedo despegar! FER se había quedado pegada a la mugrienta y pringosa etiqueta del cilindro que le servía de apoyo. Su abuela no paraba de reír mientras despegaba de aquel papel las alas de FER.



- ¿Qué es esto? - preguntó FER una vez despegada-. -Un ejemplo de lo que te indicaba en relación a no atender los deseos de los consumidores. ¡Mira la etiqueta del envase con el que comercializa Doña Api nuestra miel!
- En la etiqueta, con mala caligrafía y de forma manuscrita, aparecía el siguiente texto: " Miel de abejas der Pireneo a granel 2 quilos más o menos"
- ¡Vaya!, esto lo habrá escrito el Premio Nobel de Literatura- indicó de forma irónica FER-
- Además, observa que un envase de 2 kilogramos de miel no es el más adecuado para los tiempos actuales. Las familias ya no son tan numerosas y se requieren envases pequeños...

Un cruce de antenas televisivo-gastronómico había interrumpido la didáctica conversación entre Doña Perfe y FER. Mientras esperaba que se desliaran las antenas de su abuela, FER llamó a Zanga para darle instrucciones. Zanga con su estilo inconfundible llegó zumbando... y cantando. -

- ¿Has conseguido información acerca de nuestros clientes? - Preguntó FER en relación a las tareas encomendadas en la reunión de coordinación-
- ¿Estadísticas, gráficos, porcentajes, cifras,...? Elige el formato, te doy la información. Soy tu analista de mercado.
- ¡Por favor Zanga... pareces un charlatán! -Sus deseos son órdenes, jefe. ¡Miel de romero, miel de azahar, caramelitos de miel para el niño y para la niñaaaaaaaaaaaaa...!-

- ¡De acuerdo! -Zanga con gesto solemne se dirigió a FER-. Como responsable de análisis de mercados y marketing expongo los resultados de mi trabajo. -En primer lugar, he observado que los hogares han cambiado bastante, revoloteando cien hogares he observado que sólo 10 contaban con más de tres miembros, 50 contaban con tres miembros, 25 contaban con dos miembros y los restantes eran solteros o solteras. He olvidado en mi celda el gráfico, pero en él se observa fácilmente la importancia de cada tipo de familia.

Estructuras Familiares	
Tipos de familias	Nº de familias
>3 miembros	10
3 miembros	50
2 miembros	25
Soltero/a	15

- ¡Buen trabajo Zanga! -Eso no es todo FER -contestó de inmediato Zanga-. He observado que los cilindros en los que Doña Api vende su miel no son los adecuados. Además la miel y sus derivados se utilizan con distintos envases y con distintos usos.

<sup>1</sup> Adaptado de LA AVENTURA DE FER. Documento digital.

– ¿Podrías informarme al respecto? – se interesó FER-. –Este informe también está en mi celda... Disculpa por mi despiste. –Espero los informes que olvidaste en tu celda. Infórmame de cualquier novedad –concluyó FER-.

–Espera FER, no te vayas aún, tengo una propuesta para mejorar la comercialización de nuestra miel, he traído el boceto de la etiqueta de nuestros productos:

–La marca sería la siguiente: Miel Luna. El eslogan que acompaña a la marca será el siguiente: “Una miel de altura”.



–El logotipo propuesto será un círculo que contiene una media luna naranja panal y el resto del círculo serán celdas.

–Gracias Zanga –FER se mostraba asombrado-. Has cumplido con creces con las tareas encomendadas. Comunicaremos a Labora y Work tu propuesta, también contaremos con la opinión de mi abuela.

FER ejercía por primera vez de gerente, tratando la información de cada miembro de su equipo, motivándoles en su trabajo, tomando decisiones, coordinando las tareas.

**Ayúdale a Zanga a proporcionarle a FER la información que ha olvidado en su celda**

**Elabora un gráfico de barras que muestre la importancia de cada tipo de hogar en función de su tamaño, con la información proporcionada en el texto.**

**Busca imágenes de productos obtenidos de los recursos apícolas: miel, jalea real, cera,... describe como son estos envases, su tamaño, su dimensión, si entre ellos se parecen.**

**Gestiona tu empresa**

**Analiza el mercado para el producto o servicio que planteaste en el apartado anterior y responde**

**¿Cómo son los clientes que pueden comprar los productos o contratar los servicios que ofreces?**

<b>¿Qué empresas producen ya estos productos u ofrecen este servicio en la ciudad?</b>		
<b>¿Cómo son los productos o servicios ofrecidos por la competencia?</b>		
<b>La etiqueta de la miel a la que se pegó FER parecía escrita por un “Premio Nobel”. Crea una marca, un eslogan y un logotipo para tu empresa.</b>		
<b>MARCA DE TU EMPRESA</b>	<b>LOGOTIPO</b>	<b>ESLOGAN</b>
<b>Definición de Portafolio de Servicios</b>		
<p>Es un libro, carpeta o documento en el cual incluimos la información básica y necesaria de nuestro negocio o empresa para que nuestros clientes o futuros clientes conozcan nuestra empresa, ayudándoles a tener una buena impresión de ella. El portafolio de servicios debe contener:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Una descripción sobre la historia de nuestro negocio (cómo comenzó, fecha, cómo fue creciendo, etc.)</li> <li>➤ Objetivos de nuestra empresa a corto, medio y largo plazo.</li> <li>➤ Visión de nuestra empresa.</li> <li>➤ Productos y servicios que disponemos y aquellos que tenemos pensado adquirir próximamente.</li> <li>➤ Sellos y garantías de calidad, cuantos más sellos oficiales de calidad podamos incluir en él, mucho mejor.</li> <li>➤ Nuestros proveedores, intentando destacar aquellos de prestigio nacional e internacional.</li> <li>➤ Respaldos de los que dispone la empresa, socios, colaboradores, etc.</li> <li>➤ Nuestros clientes más importantes (si ya se tienen.)</li> </ul>		
<b>Diseña el portafolio de servicios para tu empresa (no es necesario incluir todos los aspectos).</b>		

**DESARROLLO DE HABILIDADES DE PENSAMIENTO**

Conecta las 12 casas con el cable telefónico más corto posible. ¿Cuál es el camino más corto que lo lleva a todas las casas? Puedes comenzar por cualquiera y no necesitas volver al punto de partida. Plantea varias soluciones.



La esfera de este reloj debe cortarse en seis partes de forma cualquiera, de modo que la suma de los números que haya en cada parte sea la misma.



**Fuentes de Consulta**

Zapata Avendaño, María Eugenia. Guías de Emprendimiento. I.E. Héctor Abad Gómez, 2014.  
Bueno Valencia, Janny Lucía. Docente I.E. Héctor Abad Gómez. Apuntes de Emprendimiento. 2015.  
Técnicas de estudio. Documento propio.  
<http://cienciayconvivencias.wix.com/cienciayconvivencia>  
[http://www.futurosemprendedores.org/sites/default/files/bloque3\\_unidad3.pdf](http://www.futurosemprendedores.org/sites/default/files/bloque3_unidad3.pdf)  
<http://www.negocios1000.com/2010/11/que-es-y-como-hacer-portafolio-de.html>  
[http://taquetaque.com/wp-content/uploads/2012/12/Piramide\\_de\\_Maslow.jpg](http://taquetaque.com/wp-content/uploads/2012/12/Piramide_de_Maslow.jpg)

REVISADO:	FECHA:	VALORACIÓN:
-----------	--------	-------------

