

4.- HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN Y PRESENTACIÓN DE IDEAS O PROYECTOS. CAPACIDAD DE SÍNTESIS. COMUNICACIÓN

4.1 HERRAMIENTAS DE ORGANIZACIÓN DE IDEAS O PROYECTOS: pensamiento visual o visual thinking

Existen muchas técnicas para organizar ideas, pero entre todas ellas vamos a destacar el visual thinking o pensamiento visual.

Visual thinking o pensamiento visual: es una herramienta que permite organizar ideas o contenidos a través de dibujos sencillos y textos cortos. Es decir, el visual thinking es una especie de mapa visual que nos puede ayudar a organizar todas nuestras ideas o todos los conceptos relacionados sobre un tema importante. Las ideas se convierten en imágenes para aprovechar que el cerebro humano las asimila mejor.

Beneficios del visual thinking o pensamiento visual:

- 1.- Ayuda a activar la atención de quien lo aplica, ya que como tenemos que resumir todos los conceptos, nos permite entrenar la extracción de las ideas fundamentales.
- 2.- Se estimula la investigación autónoma, ya que no es necesario dar todos los detalles. Por lo tanto, el propio individuo tiene que reflexionar sobre lo que es más importante. Todo esto favorece que sea más fácil comprender los conceptos más difíciles.
- 3.- Al ser necesario el pensamiento gráfico se potencia la creatividad y se genera una mejor estructura de los contenidos, para así desarrollar la capacidad de síntesis (capacidad de resumir).
- 4.- Favorece habilidades de pensamiento, es decir, la comprensión de las ideas y contenidos. Aunque estamos muy acostumbrados a expresarnos a través de palabras, la expresión gráfica puede ser muy eficiente. El cerebro tiene una gran facilidad para entender y analizar imágenes, por lo que se facilita tanto la comprensión como la memorización. Esto se debe a que la comprensión y el aprendizaje se absorben en un 75% por la vista. Además, la memoria se puede ver multiplicada por 6 si a las palabras les añadimos imágenes.
- 5.- Proporciona más alternativas de expresión al ser humano lo que contribuye a la motivación. Estamos acostumbrados a únicamente expresarnos por la palabra oral o escrita, pero el dibujo tiene un gran poder (fíjate lo que les gusta a los niños dibujar). De esta manera podemos cultivar lo que se denomina la emoción estética, que es la emoción que sentimos al percibir una obra de arte.

Dicho de otra manera, organizar las ideas de manera visual, con pequeños textos, puede ser una herramienta muy interesante a la hora de presentar una idea o proyecto. Puede ser muy útil, para hacer un esquema visual que nos sirva para resumir los principales conceptos de un tema.

En resumen utilizaremos dibujos, esquemas, diagramas o notas autoadhesivas para dar una mejor información, transmitir mejor las ideas. Todo ello contribuye a incrementar el valor de lo que se esté presentando.

https://youtu.be/QMHfpyY_ccs?si=xpa-W89JQ3t21gqI

4.2 HERRAMIENTAS DE PRESENTACIÓN DE IDEAS O PROYECTOS: storytelling, elevator pitch.

Una vez que tenemos nuestra idea de negocio, una manera de comunicarla a nuestros posibles clientes o inversores es a través de una historia. Para ello podemos usar la técnica del storytelling.

EL STORYTELLING es una técnica narrativa que consiste en contar una historia para comunicar un mensaje o una idea de una manera atractiva. Aplicado al modelo de negocio, consiste en contar una historia relacionada con el producto para provocar una conexión emocional con el público. Ejemplo: pizza Casa Tarradellas, o la lotería de Navidad.

<https://youtu.be/J87qOQjRCE>

Como hemos visto, esta historia pueda ser utilizada como prototipo del producto, de manera que podemos contarla a los clientes para que estos nos den su opinión sobre si el producto estaría resolviendo su problema o satisfaciendo su necesidad. Con el feedback de los clientes, podemos saber si vamos por buen camino o si debemos hacer ajustes en nuestro modelo de negocio.

Algunos consejos de cómo utilizar el storytelling para transmitir nuestra idea de negocio son:

1. **Identificar el mensaje clave.** Antes de narrar la historia debemos tener claro cuál es el problema que resuelve nuestro producto y cómo lo hace.
2. **Crear uno o varios personajes interesantes.** Debemos crear personajes con los que los clientes puedan identificarse. Para ello es importante que nos basemos en el arquetipo del cliente (Un **arquetipo de cliente** es una representación ficticia y detallada del cliente ideal de una empresa. Se trata de humanizar al cliente al que nos queremos dirigir para entender sus características y comportamientos y diseñar productos que satisfagan sus necesidades y expectativas.)
3. **Desarrollar la trama de manera atractiva.** La trama es importante para captar la atención, para ello es interesante plantear el problema que tienen los personajes y luego cómo lo resolvieron con nuestro producto. La trama debe tener una introducción (presentamos el problema), un desarrollo (se explica cómo se resuelve) y un final (se muestra qué ocurre después).
4. **Utilizar elementos emocionales.** Conectar con las emociones de los clientes es una de las claves del storytelling. Para ello es muy interesante apoyarse en el *mapa de empatía* del cliente.
5. **Adaptar la historia al público.** Hay que adaptar la historia a las personas a la que estamos contando, ajustándola a su nivel de conocimientos.
6. **Ser conciso.** Es importante que la historia no sea demasiado larga para no aburrir al público.

DISCURSO EN EL ASCENSOR O ELEVATOR PITCH

Es otra manera de comunicar las ideas o proyectos de manera impactante, ágil y rápida ya que debe durar entre 45 segundos y un minuto. Es una herramienta efectiva para captar la atención de clientes potenciales, inversores y otros interlocutores clave en un breve período de tiempo.

(<https://www.youtube.com/watch?v=uv357YzY7-k>)

Como estructurarlo:

- comenzar con un dato en forma de pregunta que capte la atención

- breve presentación
- mostrar el público objetivo, el problema y la solución que se va a dar con el proyecto
- Ventajas para el inversor si se pide financiación

https://youtu.be/2b3xG_Yjgvl

Ventajas

- . **Permite comunicar tu mensaje de manera breve y directa.**
- . **Capta la atención de tu audiencia de manera inmediata.**
- . **Ayuda a definir y transmitir tu propuesta de valor de manera efectiva.**
- . **Puede adaptarse fácilmente a diferentes situaciones y audiencias.**
- . **Genera nuevas oportunidades de conexión y colaboración.**

3Desventajas

- . **El tiempo limitado puede dificultar la inclusión de información detallada.**
- . **La brevedad del elevator pitch puede generar estrés o ansiedad al presentarlo.**
- . **Al ser tan corto, puede no proporcionar suficiente contexto sobre el negocio o proyecto.**
- . **Puede resultar demasiado generalizado si no se adapta a las necesidades específicas de la audiencia**
- . **Si no se presenta de manera interesante y atractiva, puede perder la atención de la audiencia rápidamente.**

5.- SENSIBILIDAD Y VALORACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y SOSTENIBLE.

Concepto de emprendimiento social y sostenible y su importancia en la sociedad actual

El emprendimiento social y sostenible es aquel que va encaminado a crear un triple valor: valor económico, valor social y valor medioambiental.

El emprendimiento sostenible, implica un proceso cuyo fin es lograr el desarrollo sostenible, mediante el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades y la creación de valor que provoca la prosperidad económica, la cohesión social y la protección del medio ambiente. Para ello qué deberíamos hacer :medir la necesidad de recursos(¿es necesario explotar tanto a la naturaleza? ,controlar el consumo de energía y usar energías menos contaminantes , elegir productos ecológicos, reutilizar y reciclar ,considerar proveedores que compartan nuestros

valores, disminuir la huella ecológica, mejorar el bienestar de la ciudadanía, incrementar la solidaridad y disminuir el egoísmo y la avaricia...

El emprendimiento social es una perspectiva corporativa a partir de la cual las empresas dirigen esfuerzos y recursos a la elaboración de soluciones innovadoras para problemas sociales, promoviendo un impacto positivo en la comunidad.

Se diferencian de otros emprendimientos en su razón de ser, mientras que los emprendimientos tradicionales buscan satisfacer las necesidades de clientes o consumidores para generar una riqueza económica, los emprendimientos sociales buscan generar valor social y/o ambiental por medios comerciales.

Es importante en la sociedad actual pues es una manera de contribuir al bienestar de la sociedad y del medio ambiente sin dejar de lado el crecimiento económico y la creación de riqueza.

La Economía del bien común (EBC) es un movimiento de carácter socioeconómico y político, propuesto inicialmente por Christian Felber en 2010, que defiende un sistema económico alternativo fundado en la dignidad humana, la solidaridad, la cooperación, la responsabilidad ecológica, etc.

Nota: Revisar todo el tema relacionado con la RSC