UNIDAD 3 ACTIVIDAD 3 MELISSA OSPINA MAYA

1. ¿Cuál es la definición de un proyecto de emprendimiento local?

Cabe a destacar que, a diferencia de la forma tradicional de buscar desarrollo de una comunidad, en la que los lineamientos, la manera y la metodología surgen desde el exterior de la comunidad, el desarrollo local, parte de las necesidades locales, de los recursos locales y de la decisión de los agentes locales. En busca de fomentar las capacidades de los individuos, tener ingenio y proveedores locales los cuales aporten y apoyen al desarrollo de la zona y su comunidad.

1. ¿Qué es Pyme?

Pyme se define cómo Pequeña y mediana empresa.

Características:

* El número de empleados de la empresa, que no puede superar a los 250 trabajadores.
* El volumen de negociosanual que ha de ser inferior o igual a 50 millones de euros o el balance general no puede ascender de 43 millones de euros. En este caso no tienen por qué cumplir ambos requisitos, con que cumplan uno de ellos ya serán consideradas como pyme

1. Me parece que está acorde según las características y el número de empleados que permite tener, además de los inmensos beneficios que reciben

* Facilita el control de la empresa. Cuanta más pequeña es la compañía, más sencillo es organizar y controlar que todo salga según lo previsto. No es lo mismo gestionar una empresa con mil trabajadores que una empresa con cinco. En las empresas pequeñas, es más fácil saber lo que está ocurriendo en cada momento, comprender los problemas con los que se encuentran los trabajadores o conocer los resultados de la empresa.
* Permite un trato más personalizado a los clientes. Las pequeñas empresas se caracterizan por conseguir un trato más familiar, cordial y personalizado con sus clientes. Las pymes conocen a sus clientes de manera personal, saben cuáles son sus gustos, intereses y necesidades, por lo que les es más fácil diseñar estrategias personalizadas y satisfacer a sus clientes.
* Mayor facilidad para el cambio. La capacidad de reacción y de adaptación de las pymes es mucho mejor y más rápida que la de las grandes empresas. Cuanto más sencilla es la estructura de la empresa, mejor se gestionan los cambios. Además, en este tipo de organizaciones, es más fácil acatar decisiones, corregir errores y solucionar incidencias que cuando se trata de una empresa grande, donde hay que cumplir con una serie de protocolos que entorpecen y retrasan este tipo de acciones.
* Incrementa el compromiso de los trabajadores. En las empresas pequeñas y medianas, los vínculos y relaciones que se establecen entre los miembros de la empresa son más personales y cercanos. Este tipo de relaciones favorece que los trabajadores se sientan más vinculados y comprometidos con la empresa y que den lo mejor de sí mismo. Este compromiso se traduce en una mayor productividad y rendimiento por parte de los trabajadores.

1. ¿Qué se debe tener en cuenta para la elaboración de un proyecto de emprendimiento?

Identificar un problema: El primer paso dado por los emprendedores de DUTO fue seleccionar y enfocarse en un problema, para ello pensaron en las diferentes limitaciones que pudiesen afectar a un ingeniero de sistemas (siendo esta la profesión algunos miembros del equipo), y finalmente decidieron que los problemas visuales serían su "foco".

Encontrar un mercado potencial: El siguiente paso fue determinar si realmente existía un grupo de posibles clientes para su producto que justificarán la continuidad del proyecto, para ello recurrieron a estadísticas, locales y mundiales, sobre personas con discapacidad visual.

Identifica a la competencia: Este punto es crucial porque en él podemos conocer otros productos y servicios desarrollados para cubrir el problema identificado inicialmente.  
  
Debes preguntarte si tu solución presenta ventajas frente a la competencia actual y si posee características que lo hagan atractivo para el mercado potencial. En el caso de Iris, su competidor más fuerte era el [sistema Braille](http://es.wikipedia.org/wiki/Braille_(lectura)), el cual tenía la ventaja de ser un sistema reconocido a nivel mundial, pero no permitía reconocer colores o figuras. Entonces existía un nicho donde DUTO podría enfocar sus energías.

Define claramente lo que vas a hacer: Ya tienes un enfoque, un mercado y sabes que tu idea de negocio tiene potencial frente a posibles competidores... llego de preguntarte ¿Qué voy a hacer? o ¿Cómo voy a solucionar el problema generando una propuesta de valor atractiva?  
  
Debes definir con claridad el tipo de solución adecuada según tu experiencia, tus conocimientos, características del mercado objetivo y cualquier otro elemento que pueda afectar la aceptación de tu producto.

Cree en tu proyecto: Ya has dado cuatro importantes pasos y vas a encontrar personas que intentarán hacerte renunciar... *¡Eso no va a funcionar!! ¡Las personas no van a comprarlo!! ¡Si funcionara, alguna gran empresa ya lo hubiera hecho!* Son algunas de las frases que debes ignorar.  
  
Cree firmemente en tus ideas y continua con pasión y perseverancia, ignora a las personas negativas y sigue adelante!

Arma tu equipo de trabajo: Ya sabes qué vas a hacer y tienes la firme convicción de hacerlo, ahora debes encontrar a las personas para convertir tus ideas en una realidad. ¿Necesitas ingenieros? ¿Administradores?, etc.  
  
Encuentra a personas positivas, con habilidades complementarias y con gran determinación para apostarle a tu proyecto.  
  
Un buen equipo de trabajo es clave en los emprendimientos exitosos, por ello no te encierres solo con tus ideas y más bien anímate a aprovechar el potencial de otros emprendedores.

Diseña tu producto o servicio: Ahora sí, manos a la obra. Es hora de materializar tus ideas. Crea un prototipo de tu producto, y paténtalo si es necesario.  
  
Felicidades, para este punto tu proyecto ya es casi una realidad y ahora, más que nunca, debes mantener la motivación y continuar firmemente dispuesto a superar cualquier obstáculo que se cruce en tu camino.

Identifica el impacto de tu producto: Determina cada uno de los beneficios para el cliente. Debes dejar totalmente claro el por qué tus clientes estarían dispuestos a pagar por tu producto y no por el de tus competidores.  
  
También define si es conveniente llegar a un mercado local, nacional o internacional.

Define quiénes son tus clientes y quiénes son tus usuarios: Para el caso de Iris, el grupo de personas que van a hacer uso del producto (usuario) son niños en edad de escolaridad con problemas visuales, y las personas interesadas en adquirir el producto (clientes) serían entes gubernamentales y centros educativos.

Este punto es muy importante desde el punto de vista del marketing, pues debes crear estrategias para cautivar a tus usuarios y lograr que tus clientes te compren. En algunos casos el cliente y el usuario es la misma persona.

Elabora un [discurso de ascensor o "elevator pitch"](http://negociosyemprendimiento.com/elevator-pitch-o-discurso-de-ascensor): Tu proyecto está listo para ser compartido con el mundo y así acceder a los recursos necesarios para continuar con su desarrollo, y un "discurso de ascensor" es una herramienta poderosa para captar la atención de personas interesadas.  
  
Este discurso contiene lo principal del proyecto, y debe durar entre 30 segundos y 1:30 minutos. Debe ser sencillo para que cualquiera lo pueda entender.

Promociona tu emprendimiento: Habla de tu proyecto en todas partes y participa en diferentes eventos y convocatorias. También aprovecha la prensa gratuita y la promoción a través de Internet. El objetivo es que el mundo entero conozca tu producto.