

Guía didáctica para el área socio productiva de los Liceos Rurales



MINISTERIO DE EDUCACIÓN PÚBLICA
Viceministerio Académico
Dirección de Desarrollo Curricular
Departamento de Tercer Ciclo y
Educación Diversificada

Obra bajo el apoyo de Ministerio de Educación Pública de Costa Rica, Alianza Empresarial para el Desarrollo, Asociación Yo Emprendedor, BAC San José, Ernst & Young y Fundación Omar Dengo.

Elaboración y edición de la obra:

Dirección de Desarrollo Curricular

Departamento de Tercer Ciclo y Educación

Jefatura: Rigoberto Corrales Zúñiga

Comisión encargada de formulación y revisión:

Roxana Martínez Rodríguez

Hannia Quiroz Quiroz

Montserrat Parés Zamora

Paula Lizano Argüello

Ruth Aguilar Cabezas

Comisión de trabajo externa:

Asociación Yo Emprendedor

Luis Daniel Ramírez Alfaro

Kennys Maltêz Ruíz

Emmanuel Gutiérrez Pizarro

Daniel Carranza Dada

Agradecimiento:

A la colaboración brindada por las docentes y directores de los Liceos Rurales que apoyaron en el proceso de pilotaje, por el bien de la ruralidad de nuestros país.

® Derechos reservados

Prohibida su reproducción parcial o total de este documento con fines privados o lucrativos.

Asociación Yo Emprendedor

Guía didáctica para el área socioproductiva de los Liceos Rurales de Costa Rica. 2020. San José, Costa Rica: YE 2020.



Presentación de la Guía

Costa Rica es un país rico en diversidad natural y cultural, con grandes talentos en la juventud. A nivel de la ruralidad, las personas jóvenes han demostrado sus habilidades y capacidades participando en diferentes programas que el Ministerio de Educación Pública ha promovido a nivel nacional, obteniendo así excelentes resultados en las finales Nacionales de Feria Científica, primeros lugares en Festival de las Artes, Festivales Deportivos y Spelling Bee, para brindar algunos ejemplos. Por lo tanto, brindar oportunidades a la juventud rural debe ser un conjunto de acciones que formen parte de la sinergia social, de manera que sus habilidades, talentos y capacidades se potencien desde diferentes aristas.

En este marco, el Liceo Rural cumple una función esencial en la comunidad, con acciones que buscan hacer realidad la equidad, la inclusión social y la calidad en la educación; todo ello en conexión con lo que plantea la Política Curricular en la dimensión Formas de Vivir en el Mundo, dimensión que *conlleva el desarrollo sociocultural, las interrelaciones que se tejen en la ciudadanía global con el arraigo pluricultural y la construcción de los proyectos de vida.*

El Liceo Rural, es un esfuerzo hecho a la medida de Costa Rica, que contribuye a cerrar las brechas sociales y económicas, en diferentes sectores de nuestro país, al destinar espacio en su Plan de Estudios, para desarrollar en las personas estudiantes, habilidades para el emprendimiento, que les permitan contribuir de manera eficiente al desarrollo económico y social de su comunidad. Para ello, se hace necesario crear un instrumento que permita a los docentes realizar con éxito esta tarea; las presentes Guías Didácticas, son una herramienta que operacionaliza los supuestos de la Propuesta Curricular para los Liceos Rurales en el área Socio Productiva.

Por lo anterior y gracias a la alianza público privada que se estable entre el Ministerio de Educación Pública, la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED), BAC Credomatic, Ernest and Young, Costa Rica, Yo Emprendedor y la Fundación Omar Dengo; se presenta ante ustedes este insumo, que además, representa un esfuerzo para hacer llegar a las comunidades rurales de Costa Rica, herramientas que permitan formar líderes comunales y promover en la juventud rural, iniciativas para generar fuentes de trabajo en la zona que ayuden a mitigar la pobreza y de manera sostenible, aprovechar las riquezas de la zona, para el bien de la comunidad y del país.

Por último, es realmente importante destacar que, a nivel de América Latina, la propuesta de implementar en un plan de estudios de la educación formal pública, lecciones para el desarrollo de habilidades de emprendimiento en la ruralidad, es una propuesta realmente innovadora; por lo que no hay materiales que sirvan de guía y orienten esta labor, con lo que se refuerza la necesidad de elaborar materiales "a la medida". Con ello, las Guías Didácticas del Área Socio Productiva, son el instrumento con el que nuestros educadores mueven a la juventud rural costarricense, a concebirse como participantes activos de la construcción de oportunidades para su comunidad.

“Los jóvenes de las zonas rurales son el futuro de la agricultura y otras industrias rurales, pero a menudo no cuentan con la dirección y el apoyo necesario para contribuir plenamente al desarrollo de sus comunidades, alimentándose de ese modo el ciclo vicioso del subdesarrollo y de la pobreza rural. Reconocer y afrontar sus necesidades y sus aspiraciones es vital para el crecimiento local y nacional - Desarrollo Rural a través del trabajo decente. OIT”

Presentación de la Alianza Emprendedora en Liceos Rurales

La Alianza para la Educación Emprendedora en Liceos Rurales surge a finales del año 2017, en el marco del convenio de cooperación entre la Alianza Empresarial para el Desarrollo (AED) y el MEP, para el desarrollo de herramientas cuyo propósito es contribuir a que las y los estudiantes desarrollen habilidades para la vida laboral, así como para ejercer una ciudadanía activa y responsable para su bienestar y el de su comunidad. La Alianza, se encuentra conformada por organizaciones, que aportan su expertise en el campo del emprendimiento, siendo éstas: Yo Emprendedor, organización líder en el ecosistema emprendedor del país, la firma de consultoría Ernest & Young (EY), el BAC Credomatic y la Fundación Omar Dengo (FOD). De forma conjunta, hemos trabajado para desarrollar las guías didácticas de séptimo a undécimo año, dirigidas tanto a docentes como estudiantes, para el abordaje de las lecciones del área socio productiva. El tiempo dedicado a esta materia, representa una gran oportunidad para vincular el quehacer del Liceo Rural con el desarrollo sostenible de las comunidades y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que ahí habitan. Así mismo, la Alianza cumple el propósito de sumar esfuerzos para la consecución de las siguientes metas del ODS 4 Educación de Calidad:

- 4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.
- 4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

Bajo el liderazgo del Viceministerio Académico, la Dirección de Desarrollo Curricular y el equipo de Liceos Rurales del MEP se han validado las guías con la comunidad educativa, posibilitando a través de talleres la participación y retroalimentación

de las personas directoras, supervisoras y docentes de los más de 130 Liceos Rurales del país, así como de las y los estudiantes y sus familias.

Para el cierre de la primera fase a finales del año 2019, las guías han sido validadas por el 22% de las y los docentes y los talleres han contado con la participación de +244 actores de la comunidad educativa. Para la segunda fase de ejecución, una vez realizada la entrega técnica de las guías, en la Alianza nos hemos propuesto brindar acompañamiento a estudiantes mediante sesiones de activación y programas de entrenamiento presenciales y virtuales a docentes. Nuestro objetivo en el largo plazo es escalar el impacto de esta Alianza apoyando al MEP en la promoción y desarrollo de las habilidades emprendedoras en otras modalidades de educación.

Estas guías son la base para ayudar a los docentes a impartir lecciones que incentivan habilidades esenciales en los jóvenes. Al ser un conjunto de habilidades lo que estamos tratando de incentivar, se torna mucho más importante el *cómo se enseña* que el contenido propiamente. En nuestros entrenamientos hacia los docentes en la aplicación de las guías, nos enfocamos en 5 prácticas que se tienen que incentivar en los jóvenes para absorber el aprendizaje en mentalidad emprendedora.

Estas 5 prácticas son el juego, la creación, la experimentación, la empatía y la reflexión. Todas las dinámicas en las guías están conceptualizadas con flexibilidad para que el docente aplique estas prácticas en el aula y a la vez fortalezca el mayor rango de estudiantes, independientemente de sus características o condiciones particulares para aprender. En todo este material que se ha puesto a disposición se contemplan los *principios del Diseño Universal para el Aprendizaje*, utilizando de esta manera ejemplos y actividades que crean un vínculo afectivo con el estudiante y la realidad de su comunidad rural de Costa Rica, creando de esta manera un sentido de pertenencia en el camino de aprender sobre mentalidad emprendedora.

Justificación de la Guía

En el Plan de estudios de Liceos Rurales, se establecen 6 lecciones en las cuales los profesores del área académica deben aplicar estrategias que favorezcan el desarrollo de capacidades para el emprendimiento, estimular los talentos, la orientación vocacional y fomentar el arraigo, se contribuye en gran medida al logro de lo establecido en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, plasmados en la política curricular Educar para una Nueva Ciudadanía (pág. 76), específicamente en lo que se refiere a los objetivos 4 y 8, los cuales textualmente establecen:

4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.
8. Promover un crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, un empleo digno y productivo, y un trabajo digno para todas las personas.

Por otro lado, el objetivo que pretende el Plan Nacional de Desarrollo y de Inversión Pública del Bicentenario. 2019-2022, (pág. 46), dice:

“Generar un crecimiento económico inclusivo en el ámbito nacional y regional, en armonía con el ambiente, generando empleos de calidad, y reduciendo la pobreza y la desigualdad”

Para ello, establecen varias estrategias, entre las que se plantean las actividades alternativas generadoras de ingresos, el aumento de los encadenamientos productivos, el desarrollo de competencias empresariales, entre otras. Todo ello está en consonancia con lo que pretende el área Socio Productiva, de los Liceos Rurales, donde se busca dotar a sus egresados de capacidades para la empleabilidad y para ser gestores de emprendimientos.

Además, en las Orientaciones Estratégicas Institucionales del MEP, la número 15 indica:

“Promoción del centro educativo como espacio de oportunidad, en condiciones de equidad, pertinencia y calidad, para los y las estudiantes.”

Por último, la Política Curricular Educar para una Nueva Ciudadanía, plantea claramente la necesidad de formar personas capaces de detectar nuevas formas de desarrollar su potencial de trabajo y de insertarse laboralmente de manera proactiva, es decir la formación de personas emprendedoras.

Todo ello, en definitiva, se promueve en el plan de estudios de los Liceos Rurales y es a través de estos centros educativos, que la educación de calidad, pertinente y de oportunidad puede llegar a ser una realidad, se llega a lugares recónditos de nuestro país, permite brindar oportunidades no solo a la juventud sino a la comunidad en general.

Todo ello aunado al planteamiento, en cuanto al paradigma de la complejidad, se contempla en la Política Educativa: *La persona: centro del proceso educativo y sujeto transformador de la sociedad*, que en la página 9 dice:

“En el ámbito educativo, el paradigma de la complejidad permite ampliar el horizonte de formación, pues considera que la acción humana, por sus características, es esencialmente incierta, llena de eventos imprevisibles, que requieren que la persona estudiante desarrolle la inventiva y proponga nuevas estrategias para abordar una realidad que cambia a diario.”

Justificación de la Guía

Esto, hace que la propuesta curricular de Liceos Rurales sea una plataforma para que nuestros docentes preparen a la persona estudiante de zonas lejanas, para enfrentarse un mundo de incertidumbre y procurar plantearse a sí mismos nuevos retos y darse oportunidades

La tarea encomendada es gigantesca, pero necesaria y muy importante, difícil de lograr si no se realizan alianzas con el sector público y el privado, tal y como se indica en el objetivo 17 para el Desarrollo Sostenible, que plantea favorecer alianzas donde se permita que los ciudadanos se apoyen unos a otros como estrategia fundamental.

En la actualidad, el plan de estudios para Liceos Rurales contempla la implementación de 6 lecciones semanales, donde se deben favorecer en la persona estudiante habilidades dirigidas al desarrollo socio productivo; estas lecciones son impartidas por docentes con las especialidades de ciencias, español, estudios sociales, inglés y matemática; los cuales a pesar de su buena voluntad para realizar con éxito este trabajo, no cuentan con las herramientas y la formación para hacerlo.

Por ello, se requiere un documento, que oriente a los docentes de forma sistemática, para que maximicen los aprendizajes que es posible lograr en la persona estudiante en lo que a emprendimientos se refiere, además de desarrollar habilidades en los jóvenes que los constituyan en agentes de cambio y a través de ellos, mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Antecedentes de la Guía

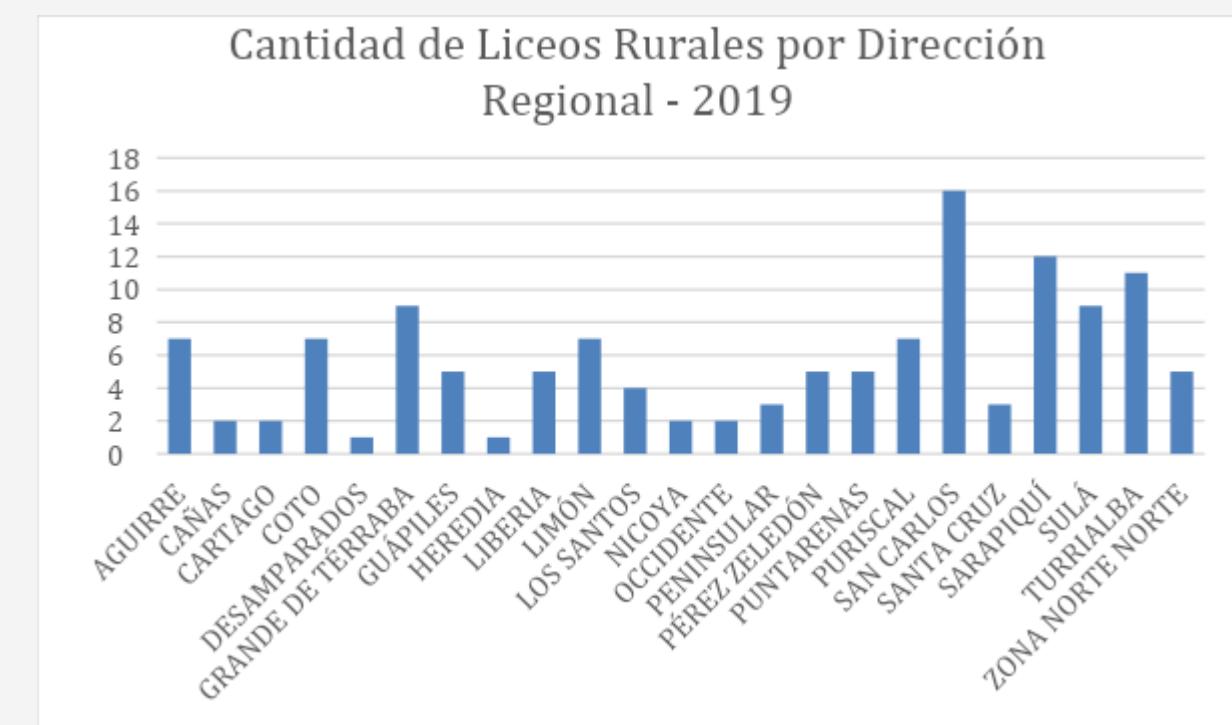
El Ministerio de Educación cuenta desde el año 2009, con un plan de estudio de educación secundaria, diseñado especialmente para ser desarrollado en las zonas rurales dispersas del país, en respuesta a las condiciones económicas y sociales de vulnerabilidad que enfrenta nuestra ruralidad, aprobado por el Consejo Superior de Educación según consta en el acuerdo CSE 05 - 52 - 09, restructurado según acuerdo CES 04 - 43 - 13. El Plan de Estudios de Liceos Rurales, busca una formación de estudiante, desde un enfoque integrador del desarrollo humano sostenible, por lo que contempla espacios donde se promuevan en las jóvenes habilidades de autogestión y emprendimiento, de tal manera que se adquieran conocimientos y habilidades vinculadas con el mundo del trabajo, útiles para contribuir con la economía familiar y con el desarrollo socio-productivo de sus comunidades, para con ello potenciar al máximo el contexto rural.

En el área Socio Productiva de los Liceos Rurales, los jóvenes en edades entre los 12 y 18 años, deben desarrollar habilidades de emprendimiento, que les preparen para enfrentarse de mejor manera a la vida del trabajo, donde no solo se logren niveles más elevados de productividad que les permitan a las zonas rurales, mejores índices de desarrollo, sino además, se favorece que nuestros jóvenes conciban un plan de vida que les permita un empleo decente o bien crear su propia fuente de ingresos, favoreciéndose a sí mismo y a otros de la comunidad.

Se espera que con la orientación y guía que proporcionen las guías, los docentes de Liceos Rurales, que no tienen formación en emprendimiento, puedan llevar a la persona estudiante a determinar necesidades que tenga su comunidad y de manera innovadora y creativa, sea de manera individual o colectivamente, encuentre soluciones viables, en las cuales no solo la persona estudiante encuentre una forma de trabajo, sino que como líderes comunales, formen sinergia para que su comunidad mejore las condiciones de vida.

En la actualidad se cuenta con 130 Liceos Rurales en todo el país, que atienden a más de 11 000 (once mil) estudiantes.

La distribución de los Liceos Rurales por Dirección Regional del Ministerio de Educación se muestra en el cuadro siguiente:



Dado que en el Departamento de Tercer Ciclo y Educación Diversificada recae la coordinación de los Liceos Rurales, es que en noviembre del 2017 se firma un Plan de Trabajo amparado en el Convenio Marco de Cooperación entre el Ministerio de Educación Pública y la Asociación Empresarial para el Desarrollo, cuyo objetivo es:

“Proporcionar herramientas que contribuyan al logro del propósito del área Socio Productiva de los Liceos Rurales, de tal manera que las y los estudiantes desarrollen habilidades para la vida laboral que les permitan ejercer una ciudadanía activa para el bienestar de sí mismo y de su comunidad”.

Enfoque curricular

Consideraciones generales :

El enfoque curricular constituye el énfasis teórico que caracteriza y organiza los elementos metodológicos de las Guías para el área Socio Productiva de los Liceos Rurales, considerando el desarrollo integral del estudiantado en el contexto socio-histórico-cultural de nuestro país, concreto en la Política Curricular bajo la visión “Educar para una Nueva Ciudadanía”.

La educación que promueve el Ministerio de Educación Pública de Costa Rica asume como pilares filosóficos, el humanismo, el constructivismo y el racionalismo, por ser los fundamentos que sustentan la política educativa del país, según acuerdo N° 82-94 del Consejo Superior de Educación.

Estos pilares filosóficos, se complementan con los aportes teóricos de connotados investigadores, como: Piaget- desarrollo cognitivo y el procesamiento humano de la información, Ausubel- aprendizaje significativo, Bruner- adquisición de conceptos, Vygotsky- teoría sociocultural del desarrollo y zona de desarrollo próximo o potencial, Wallon- desarrollo socioafectivo y Freire- el diálogo como una práctica reflexiva, democrática y compartida de la realidad, reflexiva, democrática y compartida de la realidad.

Este diseño curricular se enriquece con los principios filosóficos de la Política Curricular como el **socio constructivismo**, que visualiza el aprendizaje como una actividad social, en la cual, el estudiantado aprende a aprender en colaboración con los demás, intercambiando opiniones para la toma de decisiones, que apoyan la solución de problemas que se presentan en el ámbito local y global. Desde la **pedagogía crítica** se fortalece en la asignatura la formación crítica de su propia realidad, para transformarla como derecho fundamental en respeto del ser humano.

En este sentido, se promueve en el estudiantado el desarrollo de **habilidades para una nueva ciudadanía**, que le permitan hacer frente a tareas diversas, en una diversidad de situaciones y ambientes retadores, donde se ponen en evidencia las particularidades de cada ser humano, y se conjugan en una sinergia que hace posible enfrentar las realidades que se viven en nuestro planeta, de manera creativa y certera.

Estas guías están desarrolladas para incentivar la mentalidad emprendedora en estudiantes de séptimo, octavo, noveno, décimo y onceavo año. Cada guía está dividida en módulos, que se pueden observar en los índices. Estos módulos están compuestos por lecciones que tienen herramientas y actividades para explicar y fortalecer conceptos importantes para pensar de una manera emprendedora.

Se cuenta con fichas de seguimiento para que el estudiante y el docente vean el avance y puedan monitorear el progreso de entendimiento aplicado a talleres socio-productivos o ideas de negocios. Pensar de manera emprendedora se logra al desarrollar 59 habilidades esenciales para incentivar las ideas y ver oportunidades, administrar recursos escasos y atraer nuevos, y experimentar e incentivar la toma de acción.

Cada guía tiene una herramienta de evaluación de estas habilidades esenciales, para que el estudiante y el docente puedan ver el desarrollo y avance conforme se aplican las guías a lo largo de la educación secundaria en la ruralidad Costarricense.

Evaluación

El área Socio Productiva se desarrolla a través de 6 lecciones planteadas en la malla curricular, las cuales conllevan una evaluación, cuyos rublos se detallan en el reglamento de evaluación aprobado el año 2019, en el artículo 36 inciso "n", se indica sobre la valoración porcentual lo siguiente:

Trabajo cotidiano	25 %
Proyecto (uno)	65 %
Asistencia	10 %

Además, deben seguirse los lineamientos establecidos en cuanto al proyecto en el Reglamento de Evaluación de los Aprendizajes y a los datos por el Departamento de Evaluación.

La creación y ejecución del proyecto, requiere de un sustento teórico, que permita desarrollar un proceso validado científicamente; por lo que, dependiendo del grupo, se sugieren 2 lecciones semanales para estudiar lo que se establece en la presente guía, y otras lecciones serán dedicadas a la parte práctica del proyecto que el estudiante desarrolle.

El rubro denominado "Proyecto", se describe en el documento "Liceos Rurales. Propuesta Curricular" del 2013, en la página 27. Donde además se establecen algunas indicaciones para su construcción, a saber:

- Son desarrollados por los estudiantes, con la guía y orientación del docente.
- Responde a un diagnóstico comunal, por lo que se orienta a resolver problemáticas propias del contexto o a atender intereses y demandas del estudiantado.
- Su ejecución, pueden abarcar más de un período lectivo, esto implica una organización por etapas, de manera que se puede iniciar en séptimo año y culminar en años subsiguientes.
- Si bien debe consignarse una nota por semestre, es posible plantear una evaluación que se realice paulatinamente según sea el tiempo de ejecución del proyecto.

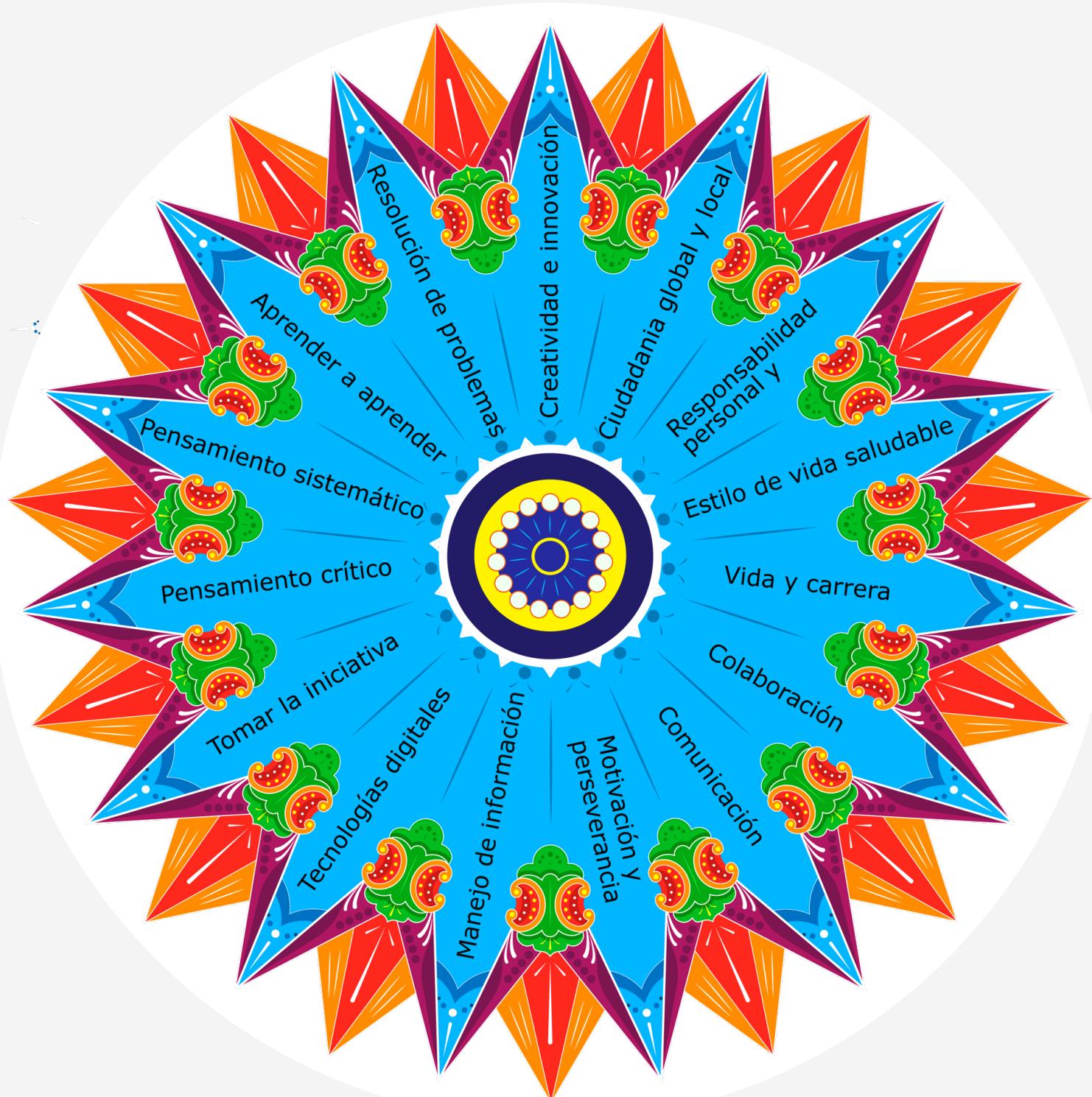
Habilidades en la Guía

Educar para la Nueva Ciudadanía implica, sin lugar a duda, impulsar habilidades esenciales para la vida. Con este objetivo y con el fin de educar ciudadanos más emprendedores e innovadores es que en esta guía encontrará un marco de habilidades esenciales basados en los lineamientos de transformación curricular y la Política Educativa del Ministerio de Educación Pública de Costa Rica, como un destacado esfuerzo por brindar las herramientas adecuadas a personas estudiantes y docentes en Liceos Rurales en Costa Rica.

El emprendimiento es el acto de tomar acción sobre ideas y oportunidades para crear valor social y económico en comunidad y por esta razón es una de las fuerzas transformadoras más poderosas del planeta, y la clave para lograr una sociedad más próspera e inclusiva. Convertir nuestra sociedad en un conjunto de personas creativas que resuelven problemas es uno de los focos más importantes de nuestro sistema educativo, por eso incentivar a emprendedores desde temprana edad es vital en la construcción de la Costa Rica para el futuro.

La mentalidad emprendedora es una forma de pensar, la cual nos ayuda a convertir ideas en acciones, a movilizar recursos, y a crear valor social y económico. Esta guía de emprendimiento tiene como objetivo incentivar las habilidades esenciales para promover el desarrollo de mejores emprendedores en zonas rurales. Para esto es necesario incentivar las siguientes habilidades esenciales.

En esta guía se trabajan específicamente las siguientes habilidades: Pensamiento crítico, Pensamiento Sistémico, Aprender a aprender, Resolución de problemas, Creatividad e Innovación, Vida y carrera, Colaboración, Comunicación, Manejo de la información, y Tomar la iniciativa.



ÍNDICE

PRESENTACIÓN DE LA GUÍA	03	PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA EMPRENDEDORA	04	JUSTIFICACIÓN ANTECEDENTES	05 07	ENFOQUE CURRICULAR EVALUACIÓN	08 09
HABILIDADES EN LA GUÍA	10	SIMBOLOGÍA	12	TEST DE HABILIDADES II	117	GLOSARIO	132
		TEST DE HABILIDADES I	14	FICHAS SE SEGUIMIENTO	121	BIBLIOGRAFÍA	135

ESPÍRITU EMPRENDEDOR Pág 13

CAPACIDAD DE ESCUCHA Pág 42

TOMA DE DECISIÓN Pág 69

ASUMIR RIESGOS Pág 93

1 MÓDULO

Lección I: Identificando el desarrollo personal I Pág 18

Lección II: Identificando el desarrollo personal II Pág 21

Lección III: Proyecto – Identificación del fracaso como oportunidad Pág 25

Lección IV: Identificando oportunidades en el entorno Pág 26

Lección V: Proyecto – Identificando necesidades en la comunidad Pág 30

Lección VI: Proyecto – Preparación de información Pág 35

Lección VII: Creatividad a través de la generación de soluciones Fase I Pág 36

Lección VIII: Creatividad a través de la generación de soluciones Fase II Pág 39

Lección IX: Creatividad a través de la generación de soluciones Fase III Pág 40

2 MÓDULO

Lección X: La necesidad de saber escuchar Pág 43

Lección XI: Proyecto – Caso de escucha activa Pág 45

Lección XII: Las barreras del escucha Pág 46

Lección XIII: El proceso de la escucha activa Pág 49

Lección XIV: Proyecto – Identificando formas alternativas de la comunicación verbal Pág 53

Lección XV: Escuchar y oír ¿Qué es lo que hacemos? Pág 54

Lección XVI: Tipos de escuchas Pág 57

Lección XVII: Proyecto – La identificación de oportunidades a través de la escucha Pág 59

Lección XVIII: Expresión con claridad asertiva y empatía I Pág 61

Lección XIX: Expresión con claridad asertiva y empatía II Pág 63

Lección XX: Proyecto – Elevtor Pitch Pág 67

Lección XXI: Técnicas para negociar y conversar Pág 68

3 MÓDULO

Lección XXII: Del espíritu al plan de acción Pág 70

Lección XXIII: Proyecto – Presentación en grupos colaborativos Pág 73

Lección XXIV: Del espíritu al plan de accion: fijación de objetivos Pág 74

Lección XXV: Trabajando con autonomía Pág 75

Lección XXVI: Proyecto – Aplicación de entrevista en la comunidad Pág 77

Lección XXVII: Identificación de actores para el apoyo de mi idea de negocio Fase I Pág 79

Lección XXVIII: Identificación de actores para el apoyo de mi idea de negocio Fase II Pág 81

Lección XXIX: De la idea a la ejecución del plan Fase I Pág 83

Lección XXX: De la idea a la ejecución del plan II Pág 84

Lección XXXI: Proyecto – Recolección de información Pág 86

Lección XXXII: De la ejecución a resultados Pág 91

Lección XXXIII: Presentación de la información Pág 92

4 MÓDULO

Lección XXXIV: Conceptos principales Fase I Pág 94

Lección XXXV: Conceptos principales Fase II Pág 99

Lección XXXVI: Proyecto - Validación Pág 106

Lección XXXVII: Matriz de riesgo Fase I Pág 108

Lección XXXVIII: Matriz de riesgo Fase II Pág 111

Lección XXXIX: Discusión grupal Pág 113

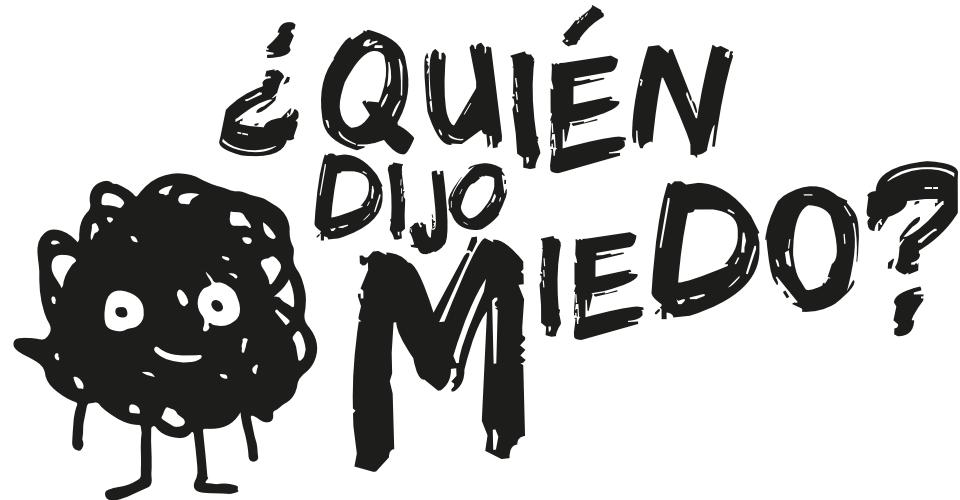
Lección XL: Generación de soluciones Pág 114

Lección XLI: Validación Pág 115

Lección XLII: Proyecto - Validación Pág 116

SIMBOLOGÍA

Definición de Taquillo



Es una bolita negra, llena de miedo, que representa los miedos de todos nosotros, y tiene miedos propios también. Taquillo le tiene miedo a todo, a las nuevas experiencias, a los nuevos retos y a cualquier cosa que lo saque de su zona de confort...pero siempre sigue adelante y, a pesar de su miedo, explora hasta dónde puede llegar. Su curiosidad lo encuentra en nuevas situaciones y andanzas escalofriantes, sin embargo al final siempre sale a relucir su valor.

Taquillo es el miedo, así que naturalmente una de sus cosas favoritas es asustar. Le encanta molestar a sus amigos sorprendiéndolos con un "iBOO!" y un brinco inesperado. Pero no le gusta que lo asusten, y se pone de mal humor cuando alguien lo molesta, o cuando algo inesperado sucede, como cuando se quiebra un plato en la cocina, y reacciona dramáticamente con un grito gruñón.

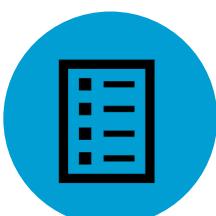
Taquillo vive dentro de todos nosotros, y tiene su lado positivo y negativo.

Él representa una dualidad del miedo y la valentía, de lo racional y lo emocional y de lo bueno y lo malo. Taquillo puede ser quién nos detiene, pero si sabemos cómo tratarlo, puede ser quién nos empuja.
#quetaquillo

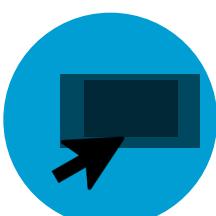
Simbología de apoyo



Actividad en clase



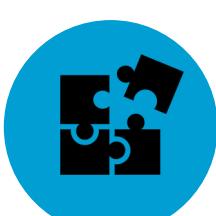
Tarea



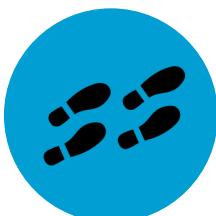
Recurso virtual



Actividad al aire libre



Recursos necesarios en una actividad



Pasos a seguir en una actividad



Taquillo aconseja



1

ESPÍRITU EMPRENDEDOR



Introducción al Módulo

En este módulo, exploraremos más nuestras habilidades esenciales para emprender, aprenderemos sobre factores importantes para trabajar en equipo, escuchar a otros, tomar decisiones como parte de nuestra vida personal y de nuestro proyecto. También profundizaremos en nuestra capacidad para asumir riesgos, enfrentar obstáculos y completar tareas de forma eficaz y eficiente.

Nuestro objetivo es poder desarrollar nuevas habilidades vinculadas para convivir con otros (nuestra comunidad, nuestro equipo de trabajo, nuestros clientes, nuestros potenciales inversionistas) para enfrentar el mundo real, y que podamos estar listos para afrontar nuestros negocios y proyectos.

Un emprendedor que cree en sí mismo aprovecha mejor las herramientas de negocio que puedes aprender en este y en los siguientes módulos de formación. En las próximas lecciones aprenderemos sobre el fracaso como oportunidad de aprendizaje. Es decir que vamos a asumir riesgos a salir de nuestra zona de comodidad, ya que con ello desarrollaremos todo nuestro potencial, dejando atrás todos los miedos que nos detienen, preparándonos para reducir la incertidumbre.

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Explorando mis habilidades emprendedoras Intermedio I

Nombre:	Nivel:
Sexo:	Edad:

Esta medición tiene como objetivo explorar mis habilidades emprendedoras basadas en tres áreas: Identificando ideas y oportunidades, entiendo los recursos que necesito, y tomando acción. No hay respuesta correctas. La medición es para que podás explorar personalmente como estás en las diferentes habilidades de mentalidad emprendedora.

Por favor marque con una equis (X) en que medida las siguientes afirmaciones le corresponden

Si no se entiende el enunciado se puede dejar en blanco.

1. Definitivamente no. 2. Pocas veces. 3. La mayoría del tiempo . 4. Definitivamente sí.

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Identificar, crear y aprovechar oportunidades	Puedo explicar que es una oportunidad para crear valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concentrarse en los desafíos	Puedo identificar oportunidades para resolver problemas de diferentes maneras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Descubrir necesidades	Puedo explicar a diferentes grupos que tienen diferentes necesidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Analizar el contexto	Puedo distinguir la diferencia entre contextos para crear un valor (por ejemplo, en las comunidades, redes informales, organizaciones existentes y el mercado).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser curioso y abierto	Puedo experimentar con mis habilidades y capacidades en situaciones que son nuevas para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar ideas	Puedo experimentar con diferentes técnicas para generar soluciones alternativas a los problemas, utilizando los recursos disponibles de manera efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir problemas	Puedo participar en dinámicas de grupo dirigidas para definir problemas inconclusos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diseñar valor	Puedo identificar las funciones básicas que debe tener un prototipo para ilustrar el valor de mi idea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser innovador	Puedo distinguir la diferencia entre los tipos de innovaciones (por ejemplo, el proceso contra los productos innovadores y la innovación social, el incremento contra la innovación revolucionaria).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imaginar	Puedo desarrollar (solo o con otros) una visión inspiradora para el futuro que involucre a otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensar estratégicamente	Puedo explicar qué es una visión y cuál es su propósito.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Acción guiada	Mi visión para crear un valor me impulsa a hacer el esfuerzo de convertir las ideas en acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reconocer el valor de las ideas	Puedo decir la diferencia entre el valor social, cultural y económico.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compartir y proteger ideas	Puedo distinguir la diferencia entre los tipos de licencias que se pueden usar para compartir ideas y proteger los derechos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comportarse éticamente	Puedo aplicar el pensamiento ético a los procesos de consumo y producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensar de forma sostenible	Puedo identificar prácticas que no son sostenibles y sus implicaciones para el medio ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evaluuar el impacto	Puedo identificar el impacto que tendrán las oportunidades de aprovechamiento en mí y en mi equipo, para el grupo objetivo y para la comunidad circundante.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser responsable		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguir tus aspiraciones	Puedo comprometerme a cumplir mis necesidades, deseos, intereses y objetivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifica tus fortalezas y debilidades	Puedo evaluar mis fortalezas y debilidades y las de otros en relación con las oportunidades de crear valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creo en mis capacidades	Puedo evaluar el control que tengo sobre mis logros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Da forma a tu futuro	Puedo describir mis habilidades y aptitudes relacionadas con las opciones de carrera, incluido el trabajo por cuenta propia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantener el impulso	Puedo anticipar la sensación de alcanzar mis objetivos y esto me motiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser determinado	Puedo establecer desafíos para motivarme.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfócate en lo que te mantiene motivado	Puedo reflexionar sobre los incentivos sociales asociados a tener iniciativa y crear valor para mí y para los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser resiliente	Puedo superar las simples circunstancias adversas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me rindo	Puedo demorar el logro de mis objetivos para obtener un mayor valor, gracias al esfuerzo prolongado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administrar recursos	Puedo experimentar con diferentes combinaciones de recursos para convertir mis ideas en acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usar los recursos de manera responsable	Puedo analizar los principios de economía circular y eficiencia de recursos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacar el máximo provecho de su tiempo	Puedo analizar la necesidad de invertir tiempo en diferentes actividades de la creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Obtener apoyo	Puedo describir los conceptos de división del trabajo y especialización laboral.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprender conceptos económicos y financieros	Puedo utilizar el concepto de costos de oportunidad y la ventaja comparativa para explicar por qué se producen intercambios entre individuos, regiones y naciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presupuesto	Puedo redactar un presupuesto para una actividad de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encontrar financiación	Puedo explicar que las actividades de creación de valor pueden tomar diferentes formas (un comercio, una empresa social, una organización sin fines de lucro, etc.) y pueden tener diferentes estructuras de propiedad (empresa individual, sociedad limitada, cooperativa, entre otros).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entender impuestos		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspira e inspiráte	No me desanimo por las dificultades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persuadir	Puedo persuadir a otros cuando brindo evidencia de mis argumentos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicar efectivamente	Puedo comunicar soluciones de diseño imaginativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usar los medios de manera efectiva	Puedo utilizar varios métodos, incluyendo los medios sociales para comunicar las ideas que generan valor de manera efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asumir la responsabilidad	Puedo asumir la responsabilidad individual y grupal para llevar a cabo tareas sencillas en las actividades de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajar independientemente	Puedo iniciar actividades sencillas de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tomar acción		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir objetivos	Puedo describir mis objetivos para el futuro de acuerdo con mis fortalezas, ambiciones, intereses y logros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planificar y organizar	Puedo crear un plan de acción que identifique los pasos necesarios para alcanzar mis objetivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar planes de negocios sostenibles	Puedo desarrollar un modelo de negocio para mi idea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir prioridades	Puedo priorizar los pasos básicos en una actividad de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controla tu progreso	Puedo identificar diferentes tipos de datos que son necesarios para supervisar el progreso de una actividad sencilla de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser flexible y adaptarse a los cambios	Puedo cambiar mis planes según las necesidades de mi equipo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manejar la incertidumbre y la ambigüedad	Puedo analizar el papel que juega la información en la disminución de la incertidumbre, la ambigüedad y el riesgo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Calcular el riesgo	Puedo hacer la diferencia entre riesgos aceptables e inaceptables.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manejar el riesgo	Puedo evaluar críticamente los riesgos asociados a una idea que crea valor, tomando en cuenta una variedad de hechos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aceptar la diversidad	Puedo combinar diferentes contribuciones para crear valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar la inteligencia emocional	Puedo expresar mis ideas creadoras de valor (o las de mi equipo) de manera asertiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Escuchar activamente	Puedo escuchar las ideas de otras personas para crear valor sin mostrar prejuicios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En equipo	Puedo trabajar con una variedad de individuos y equipos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajar juntos	Puedo contribuir al equipo de manera constructiva en la toma de decisiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expandir la red	Puedo usar las relaciones que tengo para obtener el apoyo que necesito para convertir las ideas en acciones, incluido el apoyo emocional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reflejar	Puedo reflexionar sobre los fracasos (míos y de otras personas), identificar las causas y aprender de ellos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprender a aprender	Puedo reflexionar sobre la relevancia de mi trayecto de aprendizaje para mis oportunidades y opciones a futuro.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprender de la experiencia	Puedo reflexionar sobre mi interacción con los demás (incluyendo colegas y mentores) y aprender de ello.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1 IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL I

1 INTRODUCCIÓN

Identificación de las principales fortalezas como persona.

Podríamos afirmar que el espíritu emprendedor es el motor que nos impulsa a continuar con cada iniciativa que nos proponemos. Este concepto se encuentra muy ligado a las iniciativas y a las acciones que vamos tomando en nuestras vidas. El espíritu emprendedor por lo tanto abarca un conjunto de cualidades y habilidades que van desde el trabajo individual hasta el trabajo en equipo.

A continuación, podemos observar algunas características de aquellas personas que poseen un espíritu emprendedor:

- Las personas que poseen un espíritu emprendedor poseen la capacidad para innovar, además de eso podríamos decir también que tienen la capacidad para probar nuevas y mejores formas de hacer las cosas.

Habilidad de tomar decisiones y actuar considerando aquello que favorece el bienestar propio, de otros y del planeta, comprendiendo la profunda conexión que existe entre todos ello

- Las personas que poseen un espíritu emprendedor tienen la capacidad de querer desarrollar cambios en cada momento en los diferentes ambientes en donde se encuentran, además tienen la capacidad de adaptarse al cambio y probar ideas propias sin importar el miedo.
- En resumen, las personas que poseen un espíritu emprendedor son perseverantes, creativos, dinámicos, asumen riesgos, además confían en sí mismos, y poseen así, capacidad de decisión que se traduce en personas activas y resolutivas ante las circunstancias que puedan darse, siempre las personas con un espíritu emprendedor cultivan el hábito de aprender a aprender e cada experiencia a las que se enfrenta.

2 Identificando las principales fortalezas como persona

El reconocimiento personal de habilidades, fortalezas, destrezas y actitudes como personas, funcionan exactamente como un espejo, ya que nos ayuda a reflejar aquellos puntos en los que realmente somos "buenos" y aquellos en los que deberíamos de trabajar más.

Completar el siguiente cuadro con la información solicitada:

Identifico mis habilidades	Identifico mis actitudes positivas

1

IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL I

Complete la siguiente información:

Plano escolar:

1. ¿Qué tipo de metas quiero alcanzar en el plano escolar?
2. ¿Qué tipo de habilidades poseo para alcanzar esas metas escolares?
3. ¿Qué tipo de actitudes poseo para alcanzar esas metas en el plano escolar?

Plano profesional:

1. ¿Qué quiero realizar en mi plano profesional?
2. ¿Qué habilidades poseo hoy que pueden ayudarme a alcanzar esas metas?
3. ¿Qué actitudes creo que debería de empezar a desarrollar para alcanzar esa meta?

Identificación de las características como emprendedor

Ya hemos identificado cuales son las características de un espíritu emprendedor, ahora debemos identificar aquellas que definen realmente a un emprendedor:

1. Nunca está conforme: la persona emprendedora siempre esta buscado nuevas áreas de mejoras en todo, ya sea en servicio o producto.
2. Posee pasión por lo que hace: la persona emprendedora suele entregarse por completo a lo que hace y siempre tiene tiempo para cumplir con lo que se propone.
3. Visualiza un plan: un emprendedor siempre visualiza una ruta y tiene un plan "A", si ese no funciona tiene uno de tipo "b", o inventa plan "C" mientras sigue avanzando hasta lograr sus objetivos
4. Posee capacidad de aprendizaje: las personas emprendedoras siempre están en constante aprendizaje del mundo que los rodea. Desde escuchar y aceptar las críticas constructivas hasta tomarlas y traducirlas en verdaderos insumos para implementarlos en sus trabajos.

1

IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL I

5. Genera creatividad e innovación: aunque no necesariamente en esta actividad se tiene que inventarlo todo siempre la persona emprendedora está tratando de descubrir nuevas formas de uso a lo ya existente, es allí donde recae la verdadera innovación.
6. Persiste e intenta: la persona emprendedora no se da por vencida, trata una y otra vez hasta ver que sus objetivos sean completados.
7. Trabaja en equipo: además de poseer características de liderazgo, la persona emprendedora siempre está abierto a compartir con personas que aporten en el desarrollo de su idea.
8. Optimista y autónomo: la persona emprendedora, es segura y confía en sí misma, confía así mismo en sus propias habilidades y destrezas.
9. Capacidad de organización: sobre todo es una persona que se organiza con el tiempo, y establece un cronograma de todo lo que tiene que ir creando.
10. Identifica necesidades y oportunidades: la persona emprendedora también identifica necesidades en una zona y convierte la satisfacción de dicho problema en una verdadera oportunidad.

Selección cinco características con las que usted cuente

2 **Vinculación de los intereses y desarrollo personal al área emprendedora**

En la actualidad es frecuente que jóvenes como usted que están en el proceso de graduarse en el nivel de bachiller se realice una serie de preguntas acerca de lo que va a suceder en su vida, tanto en el ámbito personal como, social, educativo y porque no también en el profesional. Muy a menudo las preguntas más frecuentes suelen ser ¿qué voy a hacer con mi vida cuando salga del colegio? ¿qué debo tomar en cuenta para mi decisión? ¿si decido tomar en cuenta desarrollar mi negocio que debo saber primero? ¿por dónde empiezo?

Podríamos decir que las respuestas a esas preguntas suelen ser no tan fácil de contestar, no obstante, suele ser mucho más fácil poder encontrar esta respuesta si conociéramos más a fondo nuestros gustos, nuestras preferencias y nuestras habilidades de esta forma estaríamos dando una respuesta de quienes somos de lo que queremos y de la manera en la que podemos trabajar para conseguir lo que queremos.

2**IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL II**

Habilidad de tomar decisiones y actuar considerando aquello que favorece el bienestar propio, de otros y del planeta, comprendiendo la profunda conexión que existe entre todos ello

1 Caso de estudio

- Nombre del emprendedor: Manuel
- Edad del emprendedor: 23 años
- Nombre del emprendimiento: Creaciones de delicias dulces

Manuel es un emprendedor de 23 años, su emprendimiento en la actualidad tiene apenas unos meses desde que empezó su desarrollo. Creaciones de delicias dulce, es el nombre del emprendimiento que se especializa en creaciones de todo tipo de reposterías, así como queques para todo tipo de eventos. Desde los primeros días de inauguración de la pastelería muy pocas personas han pasado por el mostrador a comprar sus productos. María, que es la encargada de hacer las labores panadera y Laura que es la encargada en caja, ambas se encuentran muy preocupadas ya que han notado la ausencia de su fundador Manuel en la panadería, casi nunca se presenta al lugar y siempre que hay que solucionar problemas pareciera que tiene cosas más importantes que hacer. María y Laura le han aconsejado a Manuel que sea más proactivo, estructurado, y de tener un plan de acción, porque de ir al mismo ritmo el emprendimiento pronto cerrara sus funciones a causa de esos factores que las desaniman.

Actitud: estado de animo que se expresa de una cierta manera .

Analice el caso anterior:

Tomando en cuenta los aspectos anteriores sobre el caso de emprendimiento de Manuel:

- ¿Cuáles actitudes cree que le hacen falta desarrollar a Manuel?
- ¿Cuáles habilidades cree que Manuel debería de reforzar?
- En su definición de una persona con un carácter emprendedor señale las cinco características que para usted todo emprendedor como Manuel, debería de tener.
- Identifique las debilidades de Manuel y trate de visualizar como hacerle frente a esas debilidades.
- Además de las recomendaciones hechas por parte de María y Laura, ¿qué más le recomendaría a Manuel?
- Si Manuel no toma las recomendaciones hechas cómo cree que terminara el emprendimiento. Justifique su respuesta.

2

IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL II

2 Definición de fracaso

En palabras muy sencillas, podríamos decir que el fracaso consiste en la no realización de nuestros objetivos o en la interrupción de las tareas que ya hemos comenzado a realizar.

Tal vez, suele parecerle muy usada la frase "muchas veces no podemos alcanzar los objetivos que nos proponemos: por eso fracasamos o, no se pudieron alcanzar lo que habíamos previsto, por eso fracasamos", pero es exactamente eso mismo, cuando no logra terminar lo que se hay visualizado o se han interrumpido nuestro proceso de alcanzar el fin de ese objetivo, es cuando decimos que hemos fracasado.

Pero, ¿porque las personas fracasan? Aunque existe toda una explicación teórica sobre porque las personas fracasan, aquí lo resumiremos en pocas líneas.

Las personas fracasan por factores asociados a la inseguridad, el temor al riesgo, y al sentimiento de incertidumbre. Aunque si bien es cierto como seres humanos esos factores están impregnados en nuestro ADN, hemos sabido cómo reducir ese sentimiento, pero en muchas ocasiones las personas que se dejan abrumar por este tipo de sentimientos son las más propensas a no cumplir su objetivo y llegar así al estado de fracaso.

Aunque también, hay que recordar que también los fracasos no son solo culpa nuestras, existen muchos factores externos, enlazados a la sociedad como por ejemplo la falta de interés, la prisa o simplemente el desconocimiento. Por ejemplo, imaginemos que en su comunidad hay muchos artistas desde danza, hasta artistas de pinturas que crean obras de artes muy buenas, sin embargo, usted es la única persona que los conoces, entonces el fracaso le habría llegado a estos artistas por

factores externos como el desconocimiento de la población hacia este tipo de artistas. Es decir, en pocas palabras, el fracaso en gran medida depende de lo que sintamos y de los riesgos que estamos dispuestos a tomar, pero también en muchas ocasiones depende de factores meramente externos

3 Identificando posibles fracasos

Existen algunos elementos que nos ayudaran a conocer cuando nos estamos encaminando hacia el fracaso de nuestro emprendimiento. Cuando identifique estos elementos es importante bien pueda darle una dirección distinta a lo que ha venido haciendo o bien sea capaz de reconocer que precisa de ayuda.

- Imprudencia: el emprendedor no tiene prudencia a la hora de prevenciones y de actuaciones.

2

IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL II

- No existe sentido común: el emprendedor no es consciente con lo que necesita y lo que realmente realiza.
- No existe formación: el emprendedor no se forma en ninguna área, aún sabiendo que necesita reforzar una área, por ejemplo, la financiera.
- La organización no existe: el desorden impera en todos los sentidos, en muchas ocasiones inclusive hasta el fundador del emprendimiento pierde su interés.
- Existencias del miedo: otros factores asociados a la personalidad humana como el miedo, la incertidumbre y los vacíos de información de lo que va a pasar en el futuro hace que los emprendedores pierdan el interés hundiéndose por completo por todo lo que trabajaron durante un largo tiempo.
- Ausencia de metas: uno de los factores que determinan en fracaso de nuestro emprendimiento es justamente la falta de metas y de objetivos.

Falta de compromiso: otro de los factores determinante en el fracaso del desarrollo de emprendimientos es la falta de cumplir con aquellos que ya se había comprometido.

- Además de visualizar los riesgos anteriores que nos puede llevar al fracaso, también es preciso mencionar que existen riesgos propios del emprendimiento como por ejemplo el mercado del negocio hasta, situaciones o coyunturas económicas negativas o buenos periodos de crecimiento de la economía.

4 Consejos: sobrevivir a un fracaso

Fracasar es parte de ser emprendedor. Solo se fracasa si uno no aprende de los errores cometidos.

Fracasar es una oportunidad para aprender y mejorar. Tenemos que desapegarnos del concepto social negativo que le hemos puesto a esta palabra.

- No desanimarse:

Aunque el fracaso en definitiva es algo desalentador, al ver como algo que le ha dedicado tiempo y esfuerzo no funciona, un consejo alentador para hacer frente es jamás desanimarse, por el contrario, se deben dar paso al control de nuestras emociones y recordar que no seremos la primera persona que fracasa.

- Volver a intentarlo:

¿Acaso los bebés, cuando están empezando a caminar, no caen en reiteradas veces y lo intenten hasta que lo logran? Así mismo, el fracaso debe de alentarnos a seguir intentarlo hasta ver materializado todo por cuanto hemos trabajado y por cuanto trabajaremos.

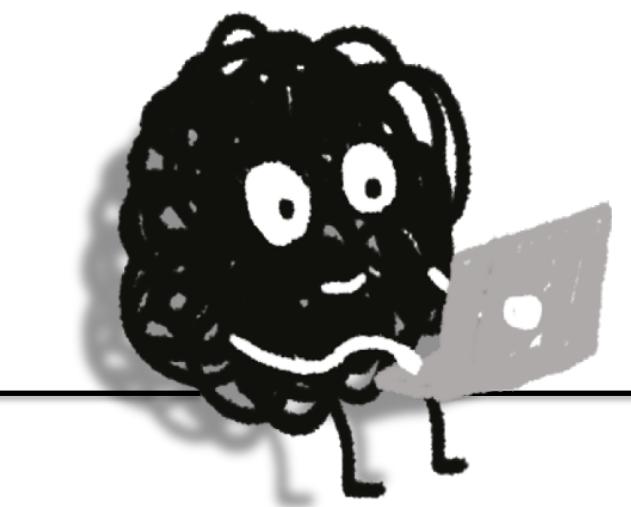
2

IDENTIFICANDO EL DESARROLLO PERSONAL II

Tomarse el tiempo: intentarlo todo es válido, pero también es importante que como emprendedor tome su tiempo para analizar en qué momento y que circunstancia llevaron su emprendimiento al fracaso, para que una vez analizada pueda iniciar nuevamente.

- Planear nuevamente:

Es importante una vez haya pasado por los pasos anteriores, tener un plan de acción y decidir qué hará diferente en esta ocasión para evitar el fracaso.



En resumen:

Existen algunos elementos que nos ayudaran a conocer cuando nos estamos encaminando hacia el fracaso:

- Imprudencia
- No sentido común
- Existencia de miedos
- Ausencia de metas
- Falta de compromiso

Los fracasos son oportunidades para crecer por ello:

- No te desanimes
- Vuelve intentarlo
- Planea nuevas formas de conseguir lo que quieres
- Reflexiona
- Aprende de los errores

3

PROYECTO - IDENTIFICACIÓN DEL FRACASO COMO OPORTUNIDAD

1 Introducción

La palabra fracaso se encuentra cargada de negatividad en la mayoría de los casos, esto nos lleva a sentir como el enojo, la frustración y el miedo comúnmente nos invade cuando fallamos o nos equivocamos, pero existen personas que en lugar de lamentarse deciden aprovechar las experiencias para aprender y salir adelante.

En este sentido, no hay que pensar nunca que los fracasos nos alejan de nuestras meta y que por ello no podremos alcanzar nunca logros a futuro. ¡Al contrario! Los fracasos no enseñan, nos hacen más fuertes, más sabios en la medida de llegar a entender acerca de la naturaleza de lo que paso.

Es por eso que se dice que el fracaso bien aprovechado (viéndolo del lado positivo), puede conducirnos a realizar ajustes necesarios con vistas a mejorar.

Siempre que llamemos de forma negativa a un error, nos estamos limitando a crecer y aprender de las acciones pasadas.

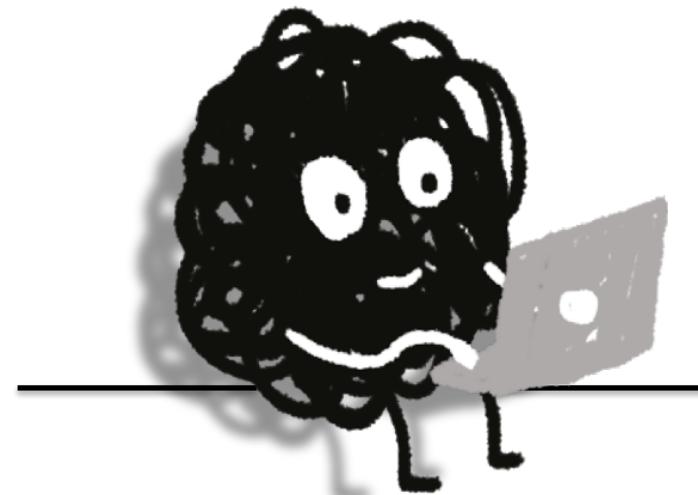
2 Análisis de casos de fracaso

Los estudiantes realizaran análisis de casos de estudios sobre fracasos de la vida real.

Materiales: revistas, periódicos, información de libros, noticias, etc (todo en donde existan casos reales de fracasos o asociados)

Habilidad: Responsabilidad personal y social

Habilidad de tomar decisiones y actuar considerando aquello que favorece el bienestar propio, de otros y del planeta, comprendiendo la profunda conexión que existe entre todos ello



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

Dividir el grupo en subgrupos

Paso 2:

Analizar una noticia asociada al fracaso (del periódico, revista etc)

Paso 3:

Analizar los elementos que llevaron a esa personas (empresas) al fracaso

a. En este último punto el estudiante deberá manejar información de la lección anterior para contestar este paso.

3 Cierre actividades

Compartir con el grupo una vez finalizado el ejercicio los principales hayazgos.

4

IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO



Dinámica en clases

Importancia de conocerse a sí mismo

Objetivo:

Los estudiantes usarán la creatividad para expresar autoconciencia.

El alumno presentará un producto visual a la clase.

Recursos a utilizar en la actividad:

Papel, lápices, bolígrafos, marcadores de colores.

Carteles grandes, cinta adhesiva, tijeras, revistas, fotografías y periódicos relevantes que atraen a sus estudiantes.

Muestras de escudo de armas (ya sea copiado o proyectado)

Habilidad: Responsabilidad personal y social

Habilidad de tomar decisiones y actuar considerando aquello que favorece el bienestar propio, de otros y del planeta, comprendiendo la profunda conexión que existe entre todos ello



Pasos a seguir en la actividad:

Primera parte

Paso N° 1:

Los maestros inician una discusión en clase (o grupo pequeño) sobre lo que es un escudo de armas. Históricamente, las familias de diversas culturas y épocas a menudo diseñaron ropa, escudos simbólicos, joyas, etc, que significaban ancestros, logros y valores. Estos patrones fueron utilizados para comunicar historias familiares a través de generaciones.

Paso

Paso N° 2:

Los maestros explican que los estudiantes crearán un escudo de armas que representará aspectos de quiénes son, personas importantes para ellos, valores, objetivos, fortalezas, debilidades, y similares.

Paso N° 3:

Los maestros pueden mostrar ejemplos de Escudos de Armas para incentivar la sesión de ideación. Ejemplo: ¿Qué representa nuestro escudo? ¿Qué valores tiene?

Paso N° 4: *

Se alienta a los estudiantes a crear los suyos. Pueden usar la plantilla, pero que no se limiten a este modelo. Los maestros instruyen a los estudiantes a completar la plantilla como guía general para ayudarlos a visualizar lo que quieren poner en su Escudo de Armas.

Paso N° 5:

Luego, los estudiantes usan hojas de papel en blanco para dibujar un borrador de su escudo de armas. Su producto final se realizará en un gran cartel y se mostrará en el salón de clases.

4

IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO

Paso N° 6:

Los maestros alientan a los estudiantes a ser creativos y utilizar diferentes tipos de materiales. (bolígrafos de colores, marcadores, fotos de revistas, periódicos, fotos de casa).

Paso N° 7:

Puntos para recordar:

Esta actividad está diseñada para el trabajo individual, pero se alienta a los estudiantes a formar grupos pequeños o encontrar socios para ayudar a generar ideas. Los maestros deben ser conscientes de estudiantes que muestran dificultades para comenzar con su visual. Pueden necesitar asistencia adicional.

Habilidad: Responsabilidad personal y social

Habilidad de tomar decisiones y actuar considerando aquello que favorece el bienestar propio, de otros y del planeta, comprendiendo la profunda conexión que existe entre todos ello



Pasos a seguir en la actividad:

Segunda parte:

Paso N° 1:

Cuando los estudiantes hayan completado su Escudo de Armas, se les debe indicar que准备n una presentación oral para explicar su producto a la clase. Los estudiantes recibirán una calificación para el presentación. O como alternativa, haga que la clase realice una "caminata de galería" en el que los estudiantes recorren el aula mirando el trabajo de sus compañeros y proporcionando comentarios constructivos.

Puntos para recordar:

Los maestros alientan a los estudiantes a presentarse frente a la clase, explicando que el público las habilidades para hablar y comunicarse son críticas en el mundo laboral actual. Sin embargo, también deben ser sensibles a las preocupaciones individuales y los niveles de comodidad.

4

IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO

1 Reconocimiento de las características de la comunidad

Siempre que hemos de iniciar un emprendimiento sea donde sea que lo desarrollaremos, es importante podamos conocer a fondo el lugar donde este habrá de completarse, ya que muchos factores como el tipo de población, necesidades y problemas intervendrán en el desarrollo de este.

Pero ¿cuándo se hace necesario la caracterización de mi comunidad?

Cuando se es nuevo y se requiere estar informado antes de comenzar a desarrollar una idea o un proyecto. Como emprendedor, entonces, precisa tener claro el medio (la comunidad) en donde desarrollará su idea.

Pero ¿cuándo se hace necesario la caracterización de mi comunidad?

Cuando se es nuevo y se requiere estar informado antes de comenzar a

desarrollar una idea o un proyecto. Como emprendedor, entonces, precisa tener claro la comunidad en donde desarrollará su idea.

Es importante que una vez ya ha empezado a trabajar sobre la idea de su negocio, pueda caracterizar en todas las formas como sea posible la comunidad que habita. Solo a través del verdadero conocimiento del lugar podrá ser capaz de identificar necesidades y problemas que necesitan ser resueltos. Ese problema o necesidades podrían ser aprovechados para encaminar su idea a ayudar a otras personas.

Cuando se está trabajando en la comunidad y se requiere realizar un inventario.

Si bien las comunidades son complejas y constantemente se encuentran en cambio. La detención periódica para caracterizar a su comunidad podría ayudarle a dirigir la idea del emprendimiento que desea desarrollar.

Además, tener una descripción fresca sobre la población y las diferentes comunidades existentes podría ayudarle a identificar cuales rutas no hay que tomar: por ejemplo, que nuevas necesidades se han identificado, cuáles han sido solucionadas y cuales es mejor no atender debido a su complejidad. Todo lo anterior ayudará a mejorar su trabajo en las primeras etapas de desarrollo de su idea.

Cuando se está considerando desarrollar una iniciativa nueva o un programa y se precisa de una primera evaluación para un posible éxito.

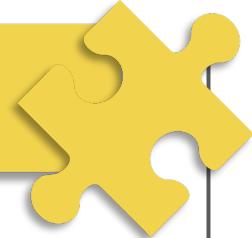
En este punto se resumen los dos anteriores: además de la primera vez que identifico necesidades y problemas, probablemente este sea el punto más importante para iniciar una caracterización de la comunidad.

En este punto habrá de tener una idea clara porque es importante la caracterización de la comunidad que habita, más allá de algo geográfico.

4

IDENTIFICANDO OPORTUNIDADES EN EL ENTORNO

MATERIAL DIDÁCTICO



Ejemplo de escudo:



Plantilla para elaborar escudo:

1. Dos cosas que hagas bien	2. Tu trabajo ideal
3. Tu heroe	4. Tres palabras que te describen
5. Algo en lo que crees firmemente	6. Algo sobre tu cultura, familia o amigos

5

PROYECTO - IDENTIFICANDO NECESIDADES EN LA COMUNIDAD

1 Introducción

A la hora del desarrollo de nuestro emprendimiento es necesario identificar en ese proceso las necesidades que posee la comunidad. Estas mismas necesidades se verán traducidas en reales oportunidades para nuestra idea de emprendimiento.

Siguiendo esta línea, para que nuestra idea se pueda convertir en una verdadera oportunidad de solución a las necesidades de la población es preciso que cumpla con tres elementos:

- ❑ Una propuesta que, de solución mediante un producto o servicio que se atractiva , validada con nuestros potenciales clientes y usuarios y que resuelva una necesidad de mercado.
- ❑ Existencia de un mercado que demande esa solución
- ❑ Una propuesta de valor que caracterice la diferencia

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

Una vez que nuestra idea de emprendimiento cumpla con esos tres elementos tendremos en nuestras manos una verdadera idea con bases desarrollada.

2 Elementos claves en la determinación de una idea de negocio

Idea oportuna:

La idea que vaya a desarrollar tiene que surgir en el momento adecuado y tiene que mantenerse a través del tiempo. Esto significa que tiene que haber clientes que demanden el producto o servicio que vayamos a realizar.

Además, ese producto o servicio que vayamos a realizar debe satisfacer las necesidades de la población. Es muy importante que las necesidades que descubramos vayan siendo resueltas con el paso del tiempo, pues si se satisface en un periodo de tiempo muy cortos no es viable que su idea se transforme en una empresa.

La idea de nuestro producto debe añadir valor:

Cuando pensamos en una idea de negocio, también debemos de pensar en todo aquellos que nos diferencia de las demás competencias que existe dentro de nuestra comunidad y que por lo tanto nos hace diferente.

Añadir valor por lo tanto consiste en, brindar a los clientes un producto o un servicio por el cual percibe haber pagado lo justo (monto económico) que consiste en una "milla extra" que se da para fidelizar al cliente. El valor agregado en un producto o servicio es muy importante ya que si no se entrega al comprador o consumidor este sentirá de alguna manera que se le sigue ofreciendo lo mismo que otros.

Por ejemplo, ¿qué estamos haciendo diferente? ¿qué hará que las personas nos prefieran, ya sea por el costo, servicio, ubicación? Etc.

5

PROYECTO: IDENTIFICANDO NECESIDADES EN LA COMUNIDAD

Nuestra idea debe poseer mercado:

Cuando se trata de realizar una idea de negocios las personas suelen pasar en muchas ocasiones por alto el mercado existente y la cantidad de personas que pueden adquirir en producto o servicio que hemos diseñado.

Por lo tanto, tenemos que identificar el segmento de mercado al cual nos dirigimos y asegurarnos que posee un tamaño mínimo. Esto nos permitira tener personas interesadas ya sea en el producto o servicio realizado.

Usted puede responder algunas preguntas que le pueden ayudar en este punto para saber si su idea cuenta con personas interesadas:

- ¿Quién parará por mi producto o servicio?
- ¿Estoy haciendo suposiciones basandome en experiencias previas?

¿Cómo venderé mi producto o servicio?

¿Cómo encontraré a mis clientes?

¿Tengo oportunidad en mi comuniad para enfocar mi idea hacia otro segmento de la población?

Por el contrario, si pensamos una idea de negocio sin tener en cuenta el segmento y el tamaño del mercado, nuestra idea estará designada a no tener el éxito que hemos pensado. Por lo tanto, este es uno de los pasos fundamental para saber si lo que estamos pensado tiene un potencial de demanda.

Como consejo:

Identifique ideas en donde sepa que existe necesidad de mercado y habrá personas dispuesta a adquirir su producto o servicio. Nunca se deje llevar solo por lo que usted cree que las personas, muchas de

las veces pueden necesitar algo muy diferente de lo que usted cree. Por lo tanto, para tener una respuesta que fundamentalmente lo que las personas necesitan, se deben identificar muy bien las necesidades de la comunidad.

Por el contrario, si pensamos una idea de negocio sin tener en cuenta el segmento y el tamaño del mercado, nuestra idea estará designada prácticamente al fracaso, esto es por lo tanto un paso fundamental para saber si lo que estamos pensado tiene potencial de demanda.

5

PROYECTO: IDENTIFICANDO NECESIDADES EN LA COMUNIDAD

Caso de estudio:

En la comunidad de San Pedro viven alrededor de 200 familias. La comunidad esta alejada de los centros de comercio de la zona y al abastecimiento de alimentos es constante y costoso. Al entrevistar a las sodas de la comunidad, el comedor escolar y a varios otros adultos de la zona, nos damos cuenta que el consumo de huevos es muy común en la población. Casi que todas las personas utilizan huevos en su cocina. La persona que vende los huevos en la comunidad llega 1 vez a la semana y vende el cartón en 2.500 colones.

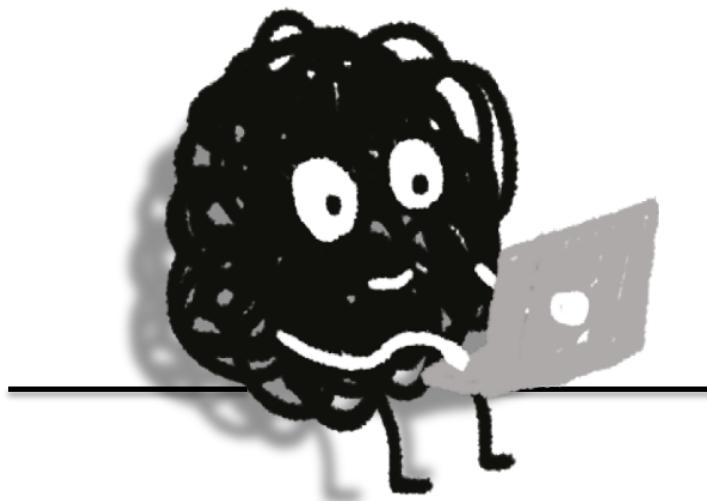
Vemos una oportunidad de crear valor y abastecer la comunidad con este producto de una manera sostenible, que crea valor en la comunidad, a toda la población y al emprendedor. Tenemos la idea de empezar a producir huevos de pastoreo en la escuela como proyecto socioproductivo. Nos asociamos con el hogar de ancianos, las sodas y el comedor de la escuela para que nos den todos los sobros de alimentos orgánicos que botan. Compramos las primeras gallinas para abastecer el comedor de la escuela como primer paso. Creamos un encierro para las gallinas y empezamos a alimentarlas y a producir huevos.

Por cada carton de 30 huevos que vendemos, le regalamos 2 huevos al hogar de ancianos de la comunidad. Este valor añadido a la comunidad + que utilizamos los desperdicios de la comunidad nos crea clientes fieles que nos compran huevos todas las semanas. Así empezamos un negocio, que recicla basura en la comunidad y prove de un producto que se consume regularmente.

Mientras vamos creciendo creamos valor (utilidad) para nuestra escuela y esto motiva a los padres de familia a consumir todos sus huevos de nuestro emprendimiento. el negocio crece y logramos abastecer a toda la comuindad de manera sostenible con nuestros huevos de pastoreo. ¿Qué otro producto podríamos crear que agregue valor a la comunidad?

5

PROYECTO: IDENTIFICANDO NECESIDADES EN LA COMUNIDAD



En resumen:

- Es necesario que el producto o servicio que vayamos a realizar deba satisfacer las necesidades de la población.
- Es muy importante que las necesidades que descubramos vayan siendo satisfechas con el paso del tiempo, pues si se satisface en un periodo muy cortos no es viable que su idea se transforme en una empresa más adelante.
- Muchas veces los emprendedores creen saber qué es aquello que los clientes necesitan o que querrán comer como en este caso anterior, no obstante es importante tener la certeza de que es lo que realmente **quieren**, no vaya hacer que nuestro trabajo al que hemos invertido tanto tiempo deje de funcionar por el hecho de no haber identificado las verdaderas necesidades de nuestro público meta.
- Es necesario que el producto o servicio que vayamos a realizar deba satisfacer las necesidades de la población.

5

PROYECTO: IDENTIFICANDO NECESIDADES EN LA COMUNIDAD

Siempre que pretendamos desarrollar un proyecto en un área específica se hace necesario e indispensable como primer paso “tener una buena comprensión de la comunidad y de la población en particular”, por ello nos tenemos que tomar el tiempo para esta selección para conocer a fondo nuestra comunidad y específicamente la localidad que habitamos. Si todo esto lo realizamos con el debido proceso nuestro proyecto se asegurará un desarrollo con bases fundamentadas en la realidad y así podrá resistir con el paso del tiempo.

A través de las necesidades de las personas es como podemos realizar grandes ideas para satisfacer esas inconformidades.

A continuación, algunos principios para identificar un problema o una necesidad potencial:

Principios básicos sobre necesidades y problemas potenciales de la comunidad

Sencillez	No busque problemas y necesidades que sean temas difíciles de comprender para usted. Ejemplo; la basura.
Accesibilidad	En algunos entornos es más difícil obtener la información. Ejemplo las instituciones privadas.
Permisos	Caracterice situaciones en las que no tiene que pedir permiso para informarse de las necesidades o problemas latentes.
Actividades frecuentes	Describa los lugares donde la actividad que le interesa conocer ocurra con frecuencia, ejemplo el parque.

6

PROYECTO – PREPARACIÓN DE INFORMACIÓN

Habilidad: creatividad e innovación.

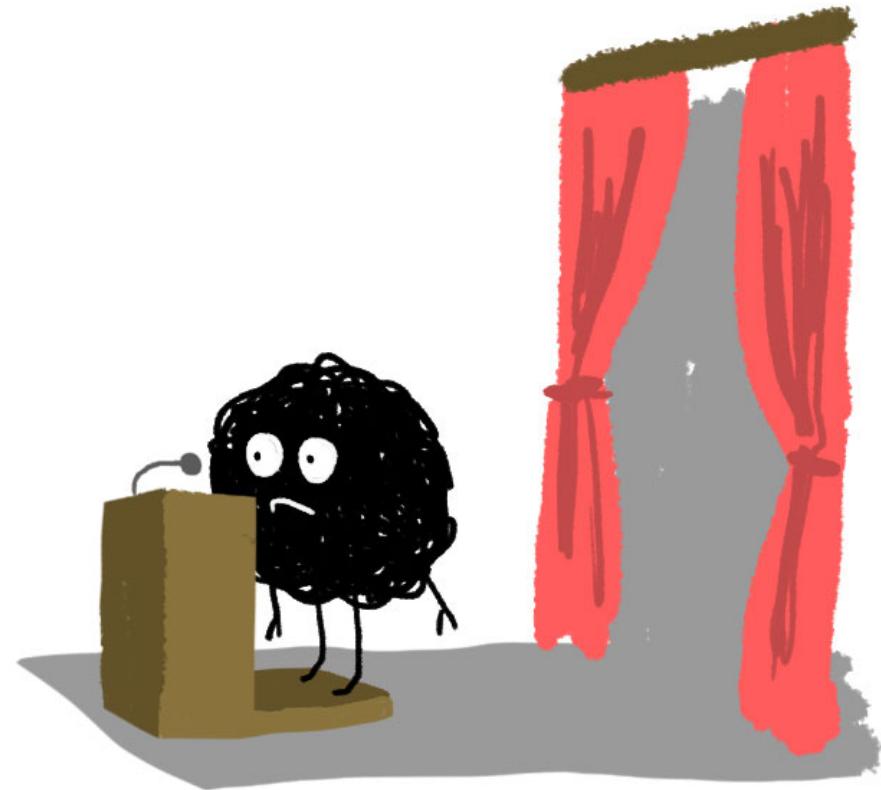
Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

1 Introducción

Presentación de información.

Revise e Identifique mediante los diferentes ejercicios aplicados en las lecciones anteriores los:

- Problemas que es consciente que existen en la comunidad.
- Asuntos de interés, cotidianas de la vida de la comunidad.
- Relevancia de esos aspectos cotidianos para la comunidad.



7

CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FASE I

1 Introducción

A continuación, se le presentan una lista de actividades sobre la forma en la que podemos identificar aquellos cambios que sufre nuestra comunidad. Entiéndase cambios al conjunto de necesidades y de transiciones que se encuentran presente en su comunidad.

- Encuestas:
(La más adecuada) estas son por excelencia una de las mejores formas de encontrar la información que precisa, estas se pueden llevar a través de un medio escrito, cara a cara o por teléfono.
- Grupos focales, foros públicos y sesiones de escucha: Esta es también una de las formas más utilizadas para recabar información sobre los cambios o necesidades de nuestra comunidad.

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

- Informes:

Si encontró información valiosa puede desarrollarla en forma de un pequeño informe, caracterizando que fue lo que encontró y orientando esos hallazgos a la forma en cómo podrán ser utilizados para el éxito de su proyecto.

- Observación: Este es una de los ejercicios más importantes, el de observar un lugar específico con el fin de encontrar información valiosa que luego pueda ser usada para el desarrollo de su proyecto.

2 Identificación de tendencias y comportamiento en el mercado

¿Qué es la tendencia de mercado?

La tendencia y comportamiento de mercado se puede entender como una dirección, impulsada por una secuencia de eventos o actividades que modifican una determinada realidad.

Algunos consejos que puede aplicar para identificar las tendencias y comportamiento en el mercado y así captar la mayor cantidad de clientes posibles sería:

1. Analice el producto o servicio de su interés (este debe estar asociado a la idea que está trabajando) y pregúntese ¿cuál ha sido el comportamiento de ese bien y/o producto a lo largo de un tiempo prudente? Pueden ser días o meses inclusive, eso le permitirá tener información si existe demanda.

7

CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FASE I

2. Analice su alrededor, concretamente si existe o no competencia, observe cuales son las estrategias que su competencia utiliza, como captan clientes, como fidelizan a que las personas compren, que valor añadido le estan entregando a las personas.

Observe pero no suponga, conozca la necesidad de las personas a través de una investigación que es lo que las personas necesitan ya sea un producto o servicio.

No se limite al mismo nicho de mercado que otros. Si ha identificado un nuevo nicho con algunas necesidades que puede satisfacer es importante evaluar y actuar rápido para aprovechar las oportunidades que surjan.

A continuación, se le presenta una pirámide de las distintas necesidades que pueden surgir en su comunidad. Complete en cada espacio como mínimo tres características según necesidad. (Revisar Anexo al final de esta lección) *



Dinámica en Clases

Observación:

Aprende a través de una cuidadosa observación.

La observación y la intuición son herramientas críticas de diseño. Este ejercicio te ayuda a aprovechar ambos. Encuentre pistas sobre el contexto para el que está diseñando que pueden estar ocultas a simple vista.



Recursos a utilizar en la actividad:

Papel, lápices, bolígrafos, marcadores de colores.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1:

Ve a un lugar ocupado, el más ocupado de tu comunidad. Este podría ser un lugar específico para

su desafío de diseño o no (piense en un mercado, una calle principal, un café, parque, etc).

Paso N° 2:

Tómese 30 minutos, siéntese en silencio y observe. Enfoca tu campo visual en un lugar a la vez. Presta atención a los detalles. ¿Cómo están interactuando las personas? Observe las expresiones faciales, los gestos y otras señales no verbales.

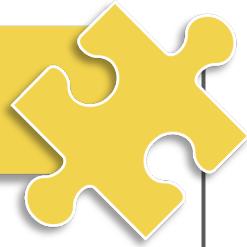
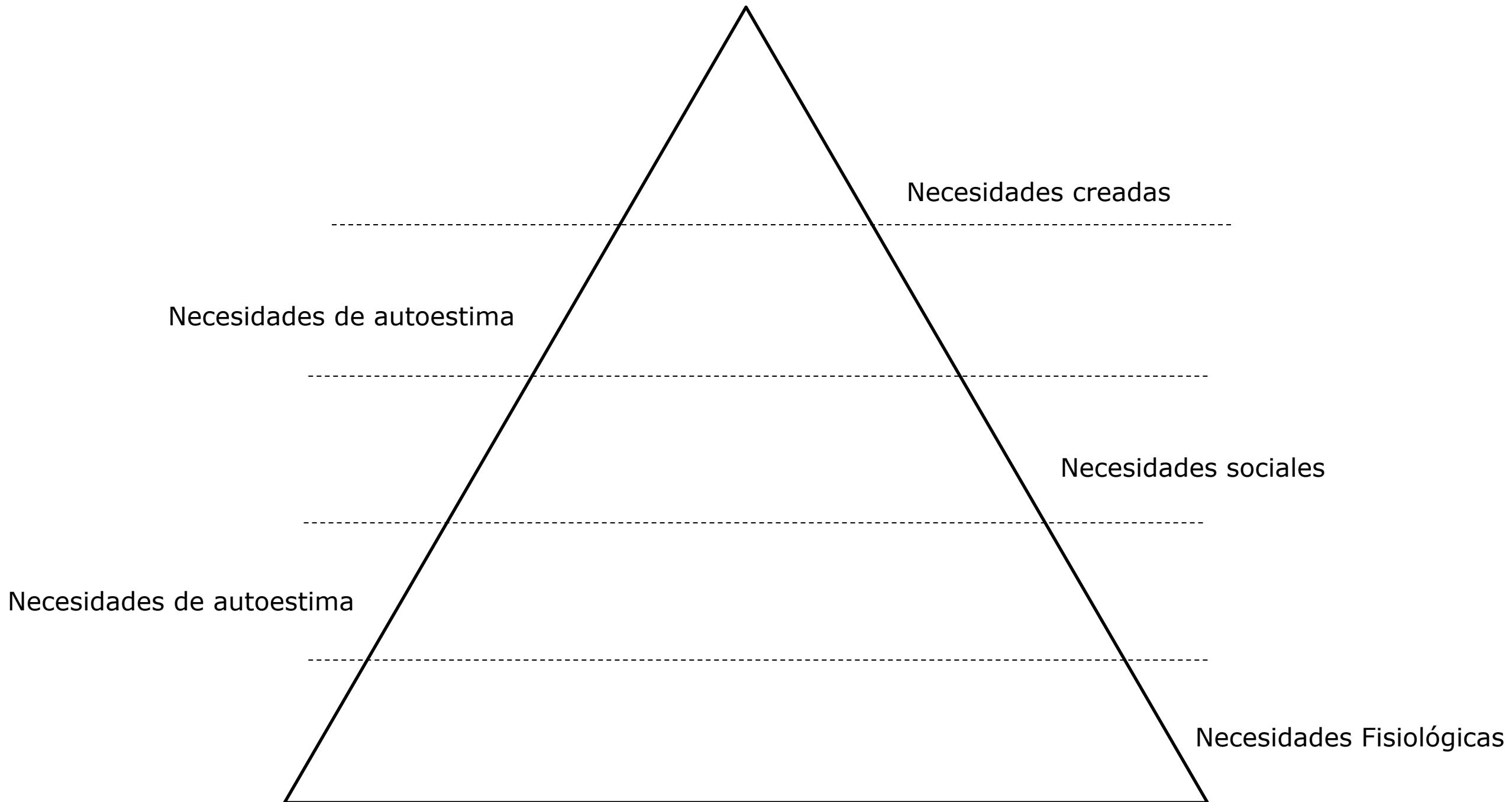
Paso N° 3:

Anote las observaciones, comenzando con la palabra "Me di cuenta". Escriba un pensamiento o curiosidad que surja en cada observación, comenzando con las palabras "Me pregunto" (por ejemplo, noté que los niños en el mercado cuidaban a sus hermanos; ¿me pregunto si esto es típico?)

Paso N° 4:

Revisa tus notas. ¿Qué se destaca? ¿Qué has aprendido? ¿Quéquieres investigar más a través de entrevistas?

* Ver al final de la lección Pirámide de necesidades

*** Pirámide de necesidades:**

8

CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FASE II



Dinámica en clases

Sesión de malas ideas:

Nombra todas las malas ideas para dejar espacio a las buenas.

Encontrar la solución perfecta desde el principio puede parecer paralizante. Entonces, en lugar de tratar de encontrar la respuesta correcta, desatasca haciendo una lista de todas las respuestas incorrectas.

Recursos a utilizar en la actividad:

Bolígrafos, notas adhesivas, una gran hoja de papel o pizarra

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.



Pasos a seguir en la actividad: **Paso N° 4:**

Paso N° 1:

Reunir 3-6 personas.

Paso N° 2:

Escribe el desafío que estás tratando de resolver en un post-it, una hoja de cuaderno o en la pizarra de la clase

Paso N° 3:

Ponga un cronómetro de cinco minutos y haga una lluvia de ideas sobre las peores ideas que puedan imaginar. Pueden usar indicaciones como: ¿cuáles son las peores formas de resolver este problema? ¿Cuáles son algunos productos o servicios terribles que podríamos crear? ¿Cuáles son algunas formas que no funcionan para vender nuestro producto? Elimine la presión dejando fluir sus peores ideas.

Revisa tus ideas y reflexiona. ¿Hay alguna que puedas convertir en una buena idea con un poco de trabajo? ¡Ponte a prueba para remezclar una y hacerla genial!

Puntos extra

Si te sientes valiente, muestra algunas de tus peores ideas a los usuarios potenciales y pídeles que te ayuden a hacerlas geniales!

9

CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FASE III

Se usan las sesiones de ideación para aprovechar un amplio conjunto de conocimientos y creatividad.

En el transcurso de su proyecto, debe hacerlo no solo con su equipo, sino también con los socios y las personas para las que está diseñando.

Consulte las Reglas de ideación para conocer los detalles de lo que hace que sea una lluvia de ideas fructífera, pero recuerde que la mejor política es promover la apertura, muchas ideas y creatividad sobre la viabilidad inmediata del proyecto. Las tormentas de ideas funcionan mejor cuando el grupo es positivo, optimista y enfocado en generar tantas ideas como sea posible.



Dinámica en clases

Sesión de ideación:

Una sesión de ideación es una manera excelente de inyectarle energía a tu equipo o proyecto y acumular una cantidad asombrosa de ideas.



Recursos a utilizar en la actividad:

Bolígrafos, notas adhesivas, una gran hoja de papel o pizarra



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1:

Pase bolígrafos y notas adhesivas a todos y tenga un gran trozo de papel, pared o pizarra en el que pegarlos.

Paso N° 2:

Revise estas reglas de lluvia de ideas antes de comenzar: Diferir el juicio. Nunca se sabe de dónde vendrá una buena idea.

La clave es hacer que todos sientan que pueden decir la idea en su mente y permitir que otros construyan sobre ella.

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

Paso N° 3:

Fomentar las ideas salvajes a menudo pueden dar lugar a saltos creativos. Al pensar en ideas extravagantes o extrañas, tendemos a pensar en lo que realmente queremos sin las limitaciones de la tecnología o los materiales.

Paso N° 4:

Construir sobre las ideas de los demás. Ser positivo y construir sobre las ideas de los demás requiere algo de habilidad. En la conversación, tratamos de usar "y" en lugar de "pero".

Paso N° 5:

Jamás utilizar la palabra NO. Usar "sí, y...", "me gusta y que pensás de..."

9

CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LA GENERACIÓN DE SOLUCIONES FASE III

Paso N° 6:

Mantente enfocado en el tema. Intenta mantener la discusión en el objetivo, de lo contrario puede divergir más allá del alcance de lo que está tratando de idear. Una conversación a la vez. Es mucho más probable que su equipo desarrolle una idea y dé un salto creativo si todos están prestando atención a quien comparte una idea nueva.

Paso N° 7:

Se visual. En las tormentas de ideas en vivo, escribimos en Post-its o pedacitos de papel y luego las colocamos en una pared. Podés dibujar las ideas para ser más rápido. No importa si no eres Picasso, ve por la cantidad.

Paso N° 8:

Apunte a tantas ideas nuevas como sea posible. En una buena sesión, se generan hasta 100 ideas en 60 minutos. Arranca las ideas rápidamente y aprovecha las mejores.

Recordá la importancia en este ejercicio de estar abierto a escuchar todo, y a no decir nunca "NO SE PUEDE"



CAPACIDAD DE ESCUCHA



2

Introducción al Módulo

La capacidad de escucha es una cualidad que no todos poseemos, es por ello que en las próximas lecciones abordaremos la necesidad de saber escuchar y valorar el ser escuchado, esto nos abrirá muchas puertas en todos los aspectos de nuestra vida. Desarrollar una escucha activa nos beneficiará en gran medida ya que reduce las barreras de comunicación y nos permite entender y aceptar las opiniones o sugerencias de otras personas para nuestras ideas de negocio, así como en nuestra vida personal.

Nuestro objetivo será aprender acerca de las herramientas para una comunicación asertiva, permitiendo que una vez finalizado tengamos las herramientas para una comunicación asertiva y el desarrollo de una escucha activa a nuestros clientes permitiéndonos tener una mejora continua en todas nuestras áreas de desempeño y permitiéndonos ser más perceptivos y empáticos.

10

LA NECESIDAD DE SABER ESCUCHAR



1 Dinámica en clases

Diferentes tipos de escucha

El objetivo de esta dinámica es identificar los beneficios de saber escuchar



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Dividir al grupo en dos subgrupos "A" y grupo "B".

Paso N°2:

Contar una historia corta.

Paso N° 3:

Pedir al grupo "A" contar las veces que aparece una determinada letra en el cuento.

Paso N° 4:

Pedir al grupo "B" Escuchar la historia sin necesidad de estar pendiente de alguna letra en específica.

Paso N° 5.

Hacer preguntar al grupo "A" sobre la cantidad de letras y al "B" preguntar sobre información general y viceversa.

Paso N°6:

Resumir los paso anteriores: cuando escuchamos de forma selectiva nos centramos en poner atención solo en lo que queremos escuchar y se desconcentra del resto del mensaje. Nos encontramos presentes pero ausente de mente.

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

2 Identificar los beneficios saber escuchar

El arte de saber escuchar es muy importante para el desarrollo de una comunicación exitosa con las demás personas que nos rodea. Solo como ejemplo, hoy las habilidades comunicativas son una de las aptitudes más valoradas por los empleadores a la hora de contratar personal.

Pero ¿a qué nos referimos cuando hacemos referencia a los beneficios de saber escuchar?

Básicamente dentro de los beneficios que recibimos a la hora de practicar una escucha atenta, están:

- Dar validez a la persona que hablan: siempre que practicamos una escucha activa estamos demostrando a la otra persona respeto, afecto y aprecio.

10

LA NECESIDAD DE SABER ESCUCHAR

Si acompañamos la escucha con la mirada y algunos gestos de atención, se creará un lazo de confianza entre ambas personas, este punto es importante ya que si hablamos, por ejemplo, de atraer más clientes a nuestros proyectos debemos estar abiertos a escuchar sugerencias y necesidades que debemos solucionar.

- Situarse en la misma página de participación: siempre que escuchamos hacemos una interpretación de toda la información, dicha información adquiere relevancia para nosotros cada vez que estamos atentamente escuchado. Es importante que siempre que escuche, pueda hacerlo de forma atenta ya que eso le ayudará a seguir la secuencia y el hilo del discurso de nuestro emisor.
- Aprender y enriquecernos: por ultimo y no menos importante, siempre que escuchamos de forma atenta, terminamos aprendiendo.

Los diferentes puntos de vistas y de apreciación de la realidad nos permiten a la vez crear criterios propios y nos ayudan a definirnos como personas, todo esto lo podemos adquirir a través del proceso de la escucha.

2 Reglas básicas de escucha

- Demuestra que realmente quieres escuchar
- Escucha el tono de voz del emisor, las palabras con diferentes tonos pueden tener grandes significados.
- Es necesario estar concentrado en lo que dice nuestro emisor
- Detecta las palabras claves y las ideas centrales de lo que el emisor está tratando de decir.

11

PROYECTO – CASOS DE ESCUCHA ACTIVA

1 Introducción

Importancia de saber escuchar:

Saber escuchar no es solo una actitud, sino tambien es una aptitud y una habilidad, y una de las más importantes para nuestra vida cotidiana.

Podriamos decir que no solo se escucha a traves de los oídos, sino tambien a través de la mirada, con el cuerpo, con la respiración, muchos estudios dicen que una persona puede percibir información de otra a través de:

- 1% proveniente de la boca
- 1,5% proveniente de las manos
- 3,5% proveniente del olfato
- 11% proveniente del oido
- 83% proveniente de los ojos

Las personas no siempre dicen con palabras lo que piensan, es por eso que debemos de aprender a leer la forma de comportamiento de las personas a traves de los diferentes sentidos ya mencionados. Quienes logran desarrollar esta capacidad pueden detectar y reflejar los sentimientos y necesidades.



Dinámica en clases

El objetivo de esta dinámica es reforzar la forma de escucha activa



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: Hojas blancas y lapices

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Se realiza un solo grupo

Paso N° 2:

El Facilitador cuenta una historia breve "Hoy me levante, tome una ducha y después salí a comprar pan en el nuevo negocio de mi amigo Juan..." .

Paso N° 3:

El facilitador designa palabras a los estudiantes.

Paso N° 4:

Con cada palabra designada los estudiantes comenzaran uno a uno a relatar una historia muy breve. Luego en parejas escriben la historia escuchada.

12

LAS BARRERAS DE LA ESCUCHA



Dinámica en clases

El objetivo de esta dinámica es: Identificar las barreras que impiden llevar un mensaje claro.



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: Palabras, frases cortas y fragmentos de una lectura, hojas blancas, lápices, marcadores.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Dividir a la clase en dos grupos

Paso N° 2:

Seleccionar a un líder del grupo "A" y otro del grupo "B"

Paso N° 3:

Cada líder tendrán palabras, frases cortas y fragmento de lecturas que deberá leerse al oído a la primera persona, y esta se encargará de pasarla hasta la última persona de cada fila, la persona final será la encargada de copiar la frase que llega.

Paso N° 4:

Se realizará el proceso hasta que se haya acabado la información previamente plasmada en la hoja.

Paso N° 5:

Repasar cuales fueron las barreras que impidió llevar el mensaje claro hasta la última persona.

2 Aplicación de autodiagnóstico

El docente deberá aplicar un autodiagnóstico sobre la escucha*

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

2 Reconocimiento de los diferentes obstáculos sobre la escucha

Se dice que de todo lo que logramos escuchar en una conversación modificamos el sentido de la conversación en un 70% ¿mucho verdad? Cuando no logramos prestarle atención a nuestro emisor del mensaje, este llega modificado de un 85-90% del mensaje. Por eso es importante practicar una escucha activa siempre que se está delante de una persona.

A continuación, identificaremos algunas barreras que nos impiden escuchar:

- La distracción: imagínese que una persona promedio piensa entre 400 y 700 palabras por minuto, y puede escuchar entre 130 y 200 palabras.

* Ver al final de la lección aplicación de autodiagnóstico sobre la escucha

12

LAS BARRERAS DE LA ESCUCHA

Esto permite al cerebro distraerse cada vez que escuchamos por lo tanto es importante estar concentrado en la conversación que estamos teniendo.

- Desgaste de energía: necesitamos realizar, aunque no parezca un esfuerzo de energía y de atención personal hacia nuestro emisor, si no estamos dispuesto a gastar este tipo de energía ya hemos identificado una barrera que nos permitirá obtener un mensaje más claro.
- Prejuicios: otros de los obstáculos, es el prestar atención solamente a aquello que nada más nos interesa. En muchas ocasiones nos dejamos influenciar por los temas que me llaman mucho más la atención o por aquellos que no son tan agradables.
- Barreas físicas: así mismo existen barreras de tipo físicas que nos impiden una verdadera comunicación como por ejemplo el ruido, falta de iluminación e inclusive las dimensiones mismas del espacio, juega un papel muy importante.

Como lo hemos sugerido en esta sección, es importante que se pueda identificar todas aquellas barreras u obstáculos que nos impide gozar tanto de una comunicación assertiva como de una escucha activa.

12

LAS BARRERAS DE LA ESCUCHA

MATERIAL DIDÁCTICO



Responda el siguiente test:

Test de escucha activa

	SI	NO
¿Recuerdas el color de los ojos de tu interlocutor?		
¿Responde al teléfono mientras otras personas te hablan?		
¿Te concentras en el mensaje de tu interlocutor?		
¿Piensas en la respuesta que darás mientras tu interlocutor habla?		
¿Prestas atención a los gestos de quién te habla?		
¿Animas a otras personas a que sigan hablando?		
En tu última conversación ¿interrumpiste a tu interlocutor?		
¿En ocasiones resumis la información principal de lo que has escuchado?		
¿Terminás alguna frase de las personas que te hablan sin esperar que finalice?		
¿Asentís con la cabeza mientras te hablan?		
¿Escuchas parcialmente solo lo que te interesa del mensaje?		
¿Prejuzgás la forma de hablar o de vestir de su interlocutor?		
¿Recordás el mensaje central de una entrevista que mantuviste el día anterior?		
¿Intentás aprender algo de lo que te cuentan?		
Mientras estás escuchando, ¿jugas con algún objeto?		
¿Le pedís a tu interlocutor que te aclare algún punto?		
¿Cuándo te dicen algo con lo que no estás de acuerdo, dejás de escuchar?		
¿Interpretas el mensaje de tu interlocutor desde su punto de vista?		

Interpretación de la puntuación.

Suma 1 punto a cada respuesta según:

Sí preguntas 1, 3, 5, 6, 8, 10, 13, 14, 16, 18

No preguntas 2, 4, 7, 9, 11, 12, 15, 17

Suma el total de puntos obtenidos.

Entre 0 y 8 puntos: no te gusta escuchar. Prestas poca atención a quienes te hablan.

Entre 9 y 14 puntos: tu capacidad de escucha es buena. Tu nivel de compresión de lo escuchado es aceptable.

Entre 15 y 18 puntos: sabes escuchar de forma excelente. Captas fielmente el mensaje de tu interlocutor.

13

EL PROCESO DE LA ESCUCHA ACTIVA



Dinámica en clases

A continuación, complete el siguiente cuadro con la información que se le solicita: La información que deberá proporcionar corresponde a las formas verbales y no verbales que siempre están presentes en una comunicación.

Comunicación asertiva en la comunicación	Características
Conducta no verbal	
Conducta verbal	

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

1 Identificación de las conductas no productivas en la escucha

Antes de iniciar identificándolas conductas no productivas en la escucha, es importante primero acercarnos al término de "inteligencia emocional". Cuando hablamos de inteligencia emocional, hacemos referencia a la capacidad que cada uno de nosotros posee para identificar, entender y manejar las emociones correctamente, de tal modo que nos facilite una buena relación con los demás.

Pero ¿qué tiene que ver el tema de inteligencia emocional con el tema de escucha y comunicación asertiva? En una sola palabra: todo. La inteligencia emocional nos ayuda a conocer e identificar nuestras emociones de manera que podamos ser capaces de darnos cuenta que es lo que estamos experimentando, cuándo y por qué.

13

EL PROCESO DE LA ESCUCHA ACTIVA

Cuando una persona es capaz de reconocerse emocionalmente a sí misma, las relaciones con las demás personas se dan un máximo esfuerzo. No obstante, cuando las personas son inestablemente emocionales tienden a reproducir en términos de comunicación, conductas no productivas que afectan de forma importante la transmisión del mensaje.

Algunas de las conductas no productivas a la hora de escuchar son:

Conductas no productivas a la hora de escuchar	
Falta de interés	Mostrar una actitud corporal incómoda
Interrumpir al que habla	Distraerse con cada momento
Concentrarse en los detalles y no en el fondo del mensaje	Hacer que se escucha cuando en verdad no se presta atención
Fijarse en el ambiente y descuidar el contenido	Permitir que las emociones bloqueen el mensaje
Adoptar una idea errónea del mensaje original	"Soñar despierto", es decir, pensar en otras cosas

13

EL PROCESO DE LA ESCUCHA ACTIVA

1 Reconocimiento y superación de problemas cuando escuchamos

Ya hemos hablado de la importancia de la inteligencia emocional con respecto a la comunicación, no obstante, ¿se ha preguntado usted cuáles son las verdaderas razones para escuchar? Podríamos citar muchas pero lo cierto es que las más comunes son:

- Sentir que puedo ser influenciado por el pensamiento de los demás
- Creer que la otra persona no sabe del tema
- Sentir que cuando se habla se ejerce mayor influencia que cuando se escucha

Volvemos nuevamente a una de las preguntas iniciales, ¿Cómo hacemos para solucionar esos problemas? Hemos elegido para este caso diez formas de superar los problemas a la hora que nuestra escucha no sea activa, así mismo, si seguimos estos pasos no permitirá sacarle el máximo provecho al proceso de comunicación.

Conductas no productivas a la hora de escuchar

Falta de interés sobre el tema	Crear distracciones
Fijarse demasiado en el exterior y descuidar el contenido	Precindir lo que resulta difícil
Interrumpir al que habla	Permitir que las emociones bloquen el mensaje
Concentrarse en los detalles y perderse lo principal	Ponerse a pensar en otras cosas
Adaptarlo todo a una idea preconcebida	Desviar el tema hacia otros temas de no relevancia

14

PROYECTO – IDENTIFICANDO FORMAS ALTERNATIVAS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL

1 Introducción

Identificación del lenguaje no verbal en las personas

La comunicación que realizamos a través de nuestro cuerpo tiene una gran influencia en las relaciones con las demás personas, y es el perfecto espejo de las emociones que nos ocurren en un determinado momento. A todo el mundo le ha ocurrido que ha conocido una persona, pero ésta no le transmitía confianza. Esto generalmente es porque existe una contradicción entre lo que comunica verbalmente esa persona y lo que dice su lenguaje corporal.



Dinámica en clases

Objetivo de la actividad: identificación de elementos de la comunicación no verbales

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

Organizar la clase en parejas

Paso 2:

Se le asignara un rol a cada persona A y B, la persona A será el dueño de un local (de frutas, de restaurante, tienda, etc) Se le asignara un rol. La otra persona B, (será quien llegue a la tienda) se le asignara en el papel de una personas ya sea (alegre, furiosa, triste, energica) y demás, que llega a la tienda a comprar.

Paso 3:

Al personal con el rol A, sabra el rol de la persona B, más la persona B, no podrá saber nunca el rol de la otra personas.

- El rol de la persona A, no puede ser revelado hasta el final de la clase.
- Se explica que el final de la actividad y conocer los patrones de comportamiento no verbal de las personas.
- Es importante contar con retroalimentación de parte del facilitador.



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: Hojas blancas y lapices

14

PROYECTO – IDENTIFICANDO FORMAS ALTERNATIVAS DE LA COMUNICACIÓN VERBAL



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

Organizar la clase en parejas

Paso 2:

Se le asignara un rol a cada persona A y B, la persona A será el dueño de un local (de frutas, de restaurante, tienda, etc) Se le asignara un rol. La otra persona B, (será quien llegue a la tienda) se le asignara en el papel de una personas ya sea (alegre, furiosa, triste, energica) y demás, que llega a la tienda a comprar.

Paso 3:

Al personal con el rol A, sabra el rol de la persona B, más la persona B, no podrá saber nunca el rol de la otra personas.

- El rol de la persona A, no puede ser revelado hasta el final de la clase
- Se explica que el final de la actividad y conocer los patrones de comportamiento no verbal de las personas.
- Es importante contar con retroalimentación de parte del facilitador.



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: Hojas blancas y lapices

15

ESCUCHAR Y OÍR ¿QUÉ ES LO QUE HACEMOS?

1 Introducción

Caso de estudio

El escuchar es un elemento muy importante en etapas previas, y de desarrollo de un emprendimiento, escuchar es el poder entender a aceptar otras opiniones y sugerencias que podrían tener las personas hacia el emprendimiento. Al escuchar y procesar nuevos criterios de personas diferentes, se podría abrir nuevas oportunidades o ideas para el proyecto, temáticas que probablemente los emprendedores no han visto desde una perspectiva diferente y que podría servirles inclusive para mejorar el proyecto. Por ejemplo:

- Un emprendedor que es cerrado ante la crítica y no le interesa escuchar a las demás personas probablemente no va a tener tanto éxito como uno que si escucha críticas y sugerencias.

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

Esto es porque la persona está cerrada y no quiere ser objeto de crítica, por otro lado, no está dejando que su emprendimiento crezca dado a que no quiere ayuda de otras personas con una simple sugerencia.

- Un emprendedor que, si escucha, que sabe entender las críticas y sugerencias que las personas le hacen, tiene una alta posibilidad de éxito en el emprendimiento. Esto porque está mejorando su proyecto en ciertas medidas con base a las críticas realizadas. Tomar las críticas constructivas y ponerlas a favor para un emprendimiento genera un mejor resultado contrastando así, diferentes puntos de vista que al principio no se tomaron en cuenta o que no se vieron venir.

Es importantes saber escuchar y también saber cuáles críticas y sugerencias tomar. No se pueden tomar todas las críticas, pero si saber escucharlas todas, esto es importante porque es a través de las sugerencias y críticas que se pueden observar nuevos puntos de vistas y analizar nuevas oportunidades.

15

ESCUCHAR Y OÍR ¿QUÉ ES LO QUE HACEMOS?

Caso de estudio

¿Oír o escuchar?

En una convención de emprendedores se encuentran Andrea y Gabriela, cada una con su emprendimiento diferentes pero enfocados en el mismo mercado. Las dos se quieren dedicar a hacer ropa, de parte de Gabriela se va a dedicar a fabricar camisas reciclables y Andrea a suéteres reciclables. En la convención llega la gerente general de la empresa más grande de la industria de ropa, y dice que el color verde limón va ser el color de la temporada.

Gabriela escucha lo que dice la gerente general de la compañía y lo toma como sugerencia hacia dónde va el mercado y con qué colores probablemente tenga más éxito en su proyecto. Por otro lado, Andrés oyó lo que dijo la gerente y no tomó nota sobre estos aspectos.

Al pasar el tiempo Gabriela fabricó camisas con estilos usando como color principal el verde limón. Andrea hizo sus camisas a su criterio con los colores que ella creía que iban a llamar más la atención.

Gracias a la sugerencia de la gerente general sobre la tendencia del mercado, Gabriela vendió todas sus camisas y Andrea vendió muy pocos comparado con su amiga.

Preguntas:

1. ¿Entre Gabriela y Andrea, quien escuchó y quien solamente oyó?
2. ¿Qué entiende entre la diferencia de escuchar y oír?
3. ¿Usted se considera una persona que escucha o una que solamente oye?
4. ¿Toma en cuenta las recomendaciones que le hacen las personas?
5. ¿Por qué cree que una persona no escucha algunas veces?
6. ¿En qué situación se ha encontrado en la que no ha escuchado sugerencias u opiniones?

15

ESCUCHAR Y OÍR ¿QUÉ ES LO QUE HACEMOS?

2 Acerca de la escucha

Como emprendedores, una de las responsabilidades que debemos adoptar es aprender a ser un buen oyente, más a un ser un oyente activo. Cuando logramos poner en práctica una escucha activa conseguimos entender bien las ideas que las demás nos están transmitiendo. Como hemos venido haciendo referencia, saber escuchar de forma activa nos pueden ayudar a generar intercambios de información y por supuesto a establecer un verdadero canal de entendimiento en la recepción del mensaje.

3 ¿Oímos o escuchamos?

Siempre se tiende a utilizar le concepto de la palabra oír y escuchar tal como si fuese lo mismo, no obstante, podemos decir que, cuando escuchamos lo hacemos de una forma consciente, en cambio cuando oímos lo hacemos no solo con el

hecho de dejar de hablar, sino que este requiere de un proceso de nuestra atención deliberada y consciente hacia nuestro interlocutor.

A través de la escucha podemos entender mejor a las personas que nos rodean, ya sean nuestros familiares, amigos o futuros clientes. Es así como a través de este proceso logramos comprender mejor el interior de la persona que expresa el mensaje. De forma intangible, cuando escuchamos somos capaces de comprender más allá del mensaje de esa persona y logramos:

- Validar nuestros sentimientos: posicionarnos en el lado de esa persona y sentir lo que siente.

Existe una relación inseparable entre escuchar y hablar, muchos de los problemas más frecuentes que un emprendedor puede enfrentarse en temas de comunicación tiene que ver con la poca atención al momento de escuchar ya sea bien a sus clientes o a las personas cercanas a su organización cuando se sugiere alguna mejora o algún cambio,

mismo, hablar por encima de los demás sin dar la posibilidad de expresar sus ideas o sus puntos de vista y hacer que nuestras ideas prevalezcan sobre las ideas de los demás, son algunos puntos que dificultan el proceso comunicativo-asertivo.

Como emprendedor, poseer fallas a la hora de la comunicación, ya sea hablando o escuchando puede representar graves problemas en el momento, ya sea de delegar alguna actividad, negociar, vender e inclusive presentar ideas e inspirar a las demás personas a nuestro alrededor.

Es importante que dentro del proceso de comunicación podamos ser capaces de transmitir mensajes claros, fáciles y directos para nuestro público, y/o clientes. La comunicación clara nos permite captar la atención de todas las personas que se encuentran en nuestro alrededor, lo que significa una escucha activa, misma que permitirá la generación de reacciones por parte de nuestro público meta/clientes.

16

TIPOS DE ESCUCHAS

1 Introducción

Muchas veces en nuestra vida cotidiana escuchamos la frase "tenemos que hablar" y rápidamente asociamos esta frase a malas experiencias. No obstante, cuando se es emprendedor esta frase es totalmente lo contrario. La comunicación activa y constante con nuestros clientes es un factor clave que nos permite conseguir el éxito en el desarrollo de cualquier actividad que realicemos.

Los clientes son cada vez más exigente y nosotros como emprendedores debemos saber cómo filtrar sus preocupaciones de tal modo que podamos dar respuesta a sus necesidades. Para ellos es importante escucharle desde todos los medios y canales disponible y a la vez, es importante podamos reconocer los beneficios derivados de una buena escucha para implementarlos en nuestro proyecto.

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

2 Identificación de canales comunicativos

Se puede decir que los medios y canales de comunicación son el soporte que transmite la información desde el emisor (que es quien envía la información) hasta el receptor (que es quien la recibe). En la actualidad con tantas facilidades tecnológicas son muchos los canales que podemos utilizar para dar a conocer un mensaje, un producto o servicio que brindemos en nuestra comunidad.

Los canales por el que se transmite el mensaje de nuestro producto o servicio, pueden ser sonoro (radio), táctil (braille) o visual (televisivo, móvil) y/o personal (cara a cara o boca a boca). Sea cual sea nuestro canal para dar a conocer nuestro producto no debemos olvidar que el centro de nuestro objetivo es el cliente: por ello es el punto de partida para elegir un medio de comunicación apropiado.

A partir de aquí, nuestro mensaje adquiere importancia según sea el tipo de canal de comunicación por el cual haremos llegar la información a nuestros clientes. Realizar una apropiada selección del canal de comunicación, nos podrá proporcionar el inicio de una relación / conversación con nuestros clientes esto a la vez se convertirá en una verdadera estrategia para captar la atención de cada cliente a la vez que seremos capaces de identificar sus necesidades y podremos aportarle soluciones.

16

TIPOS DE ESCUCHAS

3 Reconocimiento de los beneficios de saber escuchar

Como hemos hecho referencia en constante ocasiones y en lecciones anteriores, siempre que ponemos en práctica el proceso de escucha activa, no solo entendemos mejor el mensaje de la otra persona y lo que nos trata de decir, sino también somos capaces de traducir sus angustias y necesidades, por lo es importante en todo momento escuchar que es lo que tiene que decir sus clientes.

Recuerde que la información que puede recolectar de sus clientes a la hora de escucharlos es mucho más valiosa de lo que se imagina y le permitirá generar estrategias que puede ayudarle a conseguir las metas que como emprendedor se ha propuesto.

Los beneficios de escuchar activamente a nuestros clientes son:

- Mejorar el servicio o producto
- Diseñar o modificar un servicio o producto con el fin de adaptar las necesidades identificadas
- Establecer otros canales de comercialización del producto o servicio
- Conocer que es lo que se debe mejorar o cambiar del negocio

- Definir un precio mejor al producto o servicio

Todo lo anterior se desprende del hecho de escuchar de forma activa a los clientes, pero para escuchar de forma activa, necesitamos ofrecerle, la mejor vía para que se exprese:

- Realizar llamadas
- Crear encuestas
- Realizar pequeñas entrevistas presenciales
- Crear un buzón de sugerencia

Escuchar al cliente a través de cualquier medio, nos permite no solo conocer sus necesidades sino también, nos permite brindar una verdadera respuesta óptima a sus necesidades y problemas previamente mapeados.

17

PROYECTO - LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES A TRAVÉS DE LA ESCUCHA

1 Introducción

Cuando hemos tenido una duda en la mayoría de los casos siempre recurrimos hacia alguien que ayude a resolver dicha duda. Esto se podría decir que es un aspecto natural del ser humano. En la actualidad las preguntas son una de las formas más rápidas por las que comunicamos las necesidades. Es por eso, que algunas de las herramientas más utilizadas en nuestros días como la entrevista nos ayudan a enterarnos de aquellos problemas, necesidades y situaciones por las que pasa no solamente una persona sino, incluye una comunidad en general.

Las entrevistas nos sirven para:

- Profundizar sobre un tema específico
- Para comprobar o negar una idea existente
- Para llevar cambios a través de la evidencia de la información existente

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

2 El caso de las necesidades y oportunidades en la comunidad

A continuación elaboraremos una entrevista que nos ayudará a conocer las necesidades de la comunidad. Para ello podremos realizar la entrevista acercandonos al perfil de la población meta con la que pretendemos trabajar (imagine que desea poner un negocio de ropa exclusivamente para mujeres, entonces usted (es) tratará (n) de realizar las preguntas del caso a mujeres exclusivamente)

A continuación algunos tips para realizar la entrevista:

Elabore unas preguntas muy breves y claras sobre lo que necesita saber

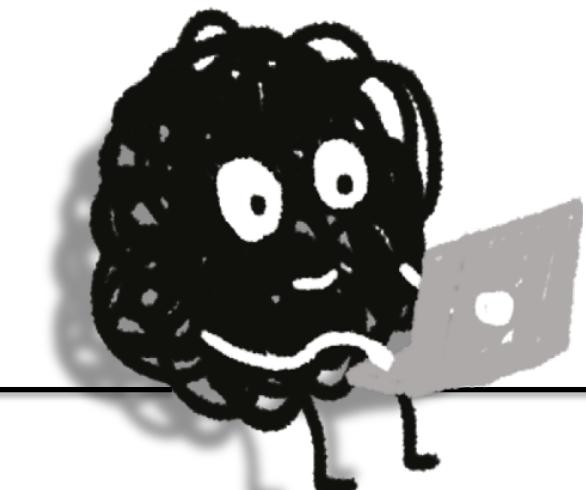
Sea breve

Comience la entrevista con un saludo y explique el motivo de la misma

Realice la entrevista cara cara

Muestre siempre respeto y sea atento lo que esa (s) persona (s) tenga (n) que decir

Realice un escrito de los principales hayzgos de las diferentes necesidades



- Recuerde que este ejercicio es para identificar las necesidades la comunidad, esto a la vez le permitirá tener una idea clara y a la vez le permitirá conocer si su proyecto posee un mercado a satisfacer.
- Recuerde que las preguntas no tiene que desviar la atención con otros temas irrelevantes.

17

PROYECTO - LA IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES A TRAVES DE LA ESCUCHA

1 Actividad al aire libre



Objetivo de la actividad: Realizar una entrevista y conocer los deseos y aspiraciones de las personas

Las entrevistas realmente son lo más importante de la fase de inspiración. El diseño centrado en el ser humano se trata de llegar a las personas para las que está diseñando y escuchar de ellos en sus propias palabras.

Recursos a utilizar en la actividad:

Lapiceros, hojas blancas o un cuaderno de notas, adicional alguna camara o aparato tecnologico que permita grabar.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

No más de tres miembros del equipo de investigación deben asistir a una sola entrevista para no abrumar al participante o abarrotar el lugar. Cada miembro del equipo debe tener un papel claro (es decir, entrevistador, tomador de notas, fotógrafo etc).

Paso 2:

Vaya preparado con un conjunto de preguntas que le gustaría hacer. Comience por hacer preguntas amplias sobre la vida, los valores y los hábitos de la persona, antes de hacer preguntas más específicas que se relacionen directamente con su desafío.

Paso 3:

Asegúrese de escribir exactamente lo que la persona dice, no lo que usted piensa que podría significar. Este proceso se trata de escuchar exactamente lo que dice la gente.

Paso 4:

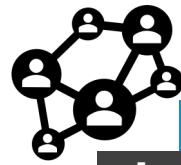
Lo que la persona dice es solo un punto de datos. Asegúrese de observar el lenguaje corporal de su entrevistado y el contexto en el que está hablando.

18

EXPRESIÓN CON CLARIDAD, ASERTIVIDAD Y EMPATÍA FASE I

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.



Dinámica en clases

Comunicando sin hablar. Esta actividad tiene como objetivo que los participantes puedan de manera creativa interpretar algunas actividades usuales, como otras poco usuales. Los de más tendrán que adivinar.

Recursos a utilizar en la actividad:

Útiles escolares

Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Formarse en grupos de 4 personas como máximo forma de circulo.

Paso N°2:

El encargado va a ir pasando y diciendo los temas que un integrante de cada grupo tiene que interpretar.

Paso N°3:

Cada grupo recibira en un papel (pequeño) una actividad que deberá interpretar sin hablar, cada integrante del grupo tiene que participar en la actividad, y no pueden hablar entre ellos ni entre los grupos.

Paso N°4:

Si pasa un minuto y los integrantes no han podido interpretar, " pierde" ese grupo. El grupo que logra después de 4 rondas acertar los temas, es el ganador.

Algunos temas con un grado de dificultad fácil y medio que pueden resultar útil para los estudiante y que se pueden tomar en cuenta son:

- Pedir una goma de mascar
- Limpiar un vídrio
- Jugara ajedrez con una mano
- Hacer comparas en el supermercado
- Jugar futbol

Así mismo se pueden considerar otras actividades que se llevan a cabo en la comunidad que no se contemplen en esta sección.

18

EXPRESIÓN CON CLARIDAD, ASERTIVIDAD Y EMPATÍA FASE I

Paso 4:

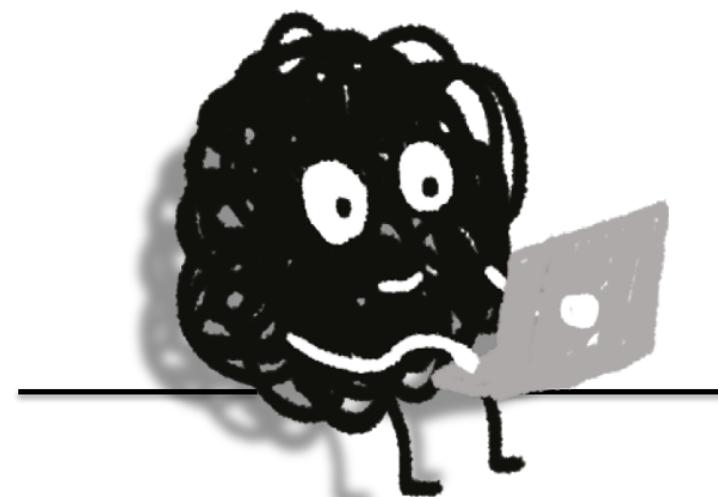
Al finalizar el ejercicio se plantean algunas preguntas sobre el lenguaje corporal, lo que dice las manos, lo que dice los ojos y la importancia de la concentración en el ejercicio.

3 Principales aspectos del lenguaje no verbal

En los seres humanos el lenguaje verbal constituye solamente el 7%, es decir que este porcentaje es apenas lo que hablamos en un día, por otro lado el 38% corresponde al tono de voz y el restante más del 50% corresponde al lenguaje corporal, es decir al lenguaje no verbal. Este dato por sí solo no es más que solo un dato, pero si lo que queremos es sacar provecho al máximo a estas cifras, solo basta echarles una rápida mirada para darnos cuenta de que cuando queremos lograr algún objetivo en alguna reunión o conversación el lenguaje no verbal puede entrar en acción.

Veamos a continuación la principal clasificación del lenguaje no verbal:

- Quinésica: esta se puede subclasificar en (i) gestos, como los movimientos musculares, tanto faciales como corporales que comunican, (ii) las maneras, maneras de moverse para comunicar algo, (iii) posturas, son las posiciones estáticas que adopta el cuerpo, estas también dan comunicar mucho, por ejemplo si se tiene una postura relajada como sinónimo que disfruta del algo o por el contrario una postura descuidada, no le importa lo que está ocurriendo.
- Proxémica: (i) conceptual son los hábitos de creencia y comportamiento relacionados con el concepto de espacio, (ii) social, uso que hacemos del espacio cuando nos relacionamos con otros, (iii) interaccional: la distancia que adoptamos para realizar una actividad, puede ser; cerca o lejos de alguien o de algo.



En resumen:

- Quinésica, asociada a los movimientos musculares y corporales que comunican
- Proxémica, uso del espacio físico para comunicar

19

EXPRESIÓN CON CLARIDAD, ASERTIVIDAD Y EMPATÍA FASE II



Dinámica en clases

¿Me lo compras?



Recursos a utilizar en la actividad:

Utiles escolares o cualquier objeto a la mano.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Formarse en grupos máximo de 4 personas, y seleccionar por grupo solamente un útil escolar. Por ejemplo se puede elegir un lapicero, borrador, marcador o cualquier objeto a la mano.

Paso N°2:

cada grupo va a tener que crear un discurso y escoger a un integrante que exponga el útil escolar o el objeto en menos de 30 segundos para tratar de vender ese útil.

Paso N°3:

Cada grupo tiene que exponer el útil escolar y su discurso de 30 segundos al encargado de la clase.

Paso N°4:

El encargado decide quien vendió mejor su producto. Y se realiza un repaso breve sobre los puntos a mejorar en la presentación a través de la participación de la clase.

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

1 Reconocimiento de la características propias para comunicar una idea

A la hora de emitir un mensaje, es necesario la presencia tanto de un emisor como de un receptor, ya que este último es quien retiene el mensaje emitido. En esta sección vamos a hablar sobre el emisor en concreto. Sobre las habilidades y características que debemos desarrollar o reforzar para comunicar una idea.

Las personas capaces de comunicar una buena idea son idóneos de captar la atención de los oyentes y conseguir de esa forma que las ideas que fueron transmitidas sean comprendidas por las demás personas.

Una persona debe primeramente reconocerse a sí misma como una verdadera comunicadora, en caso que en este ejercicio resulta que así misma no se reconoce como tal, tranquilo/a!

19

EXPRESIÓN CON CLARIDAD, ASERTIVIDAD Y EMPATÍA FASE II

En esta guía hemos pensado en algunas características que podría reforzar para ponerlas en práctica y convertirse en un buen/a comunicador/a de ideas.

• Observar y escuchar:

Como lo estudiamos anteriormente el lenguaje no verbal nos está diciendo mucho más que las propias palabras, por eso es importante analizar lo que las personas nos están diciendo con gestos o miradas. Esto nos servirá para adaptar nuestro discurso, rapidez, tono de vos, etc.

• Generar empatía:

Es importante que cuando tratamos de transmitir un mensaje, logremos ponernos en los zapatos del otro. Cuando realizamos esto, estamos realmente replicando un modelo de comunicación efectivas, esto nos ayudara a entender que puede interesarle escuchar más a nuestro interlocutor e un determinado momento.

• Naturalidad/espontaneidad:

Es importante ser nosotros mismo a la hora de transmitir nuestras ideas, aunque es válido aprenderse un guión determinado, no obstante este no le permitirá actuar con total naturalidad ya que si algo falla tendrá temor que las demás notas se le olviden, evidenciando de esta forma falta de facilidad y naturalidad como tal.

• Seguridad:

Es importante estar seguro de lo que dice, ¿Cómo se logra esto? A través de la búsqueda de información, como emprendedores esto se logra conociendo muy bien nuestro producto/servicio.

• Claridad y sencillez:

Cuando hablamos con naturalidad y añadimos un mensaje sencillo el interlocutor logra entender mucho más nuestro mensaje, por lo tanto, no necesitamos palabras técnicas

para dar a conocer nuestro producto o servicio recuerde que en comunicación: imenos es más!

• Creatividad:

Cuando se atreve a hacer algo diferente en su comunicación, por ejemplo, llevar muestras ya sean físicas o fotográficas, ayudara a captar la atención del público.

2 Herramienta comunicativa: Cita rápida / elevator pitch

Ya sea que como emprendedores queremos atraer inversión hacia nuestro emprendimiento, o simplemente queremos perfeccionar la forma en como ofrecemos nuestros productos o servicio, un "Elevator Pitch" o una presentación rápida busca captar la atención de los receptores que nos interesa, en este caso el segmento de mercado que nos gustaría atender.

Recordemos que un “Elevator Pitch” es una presentación de no más de 60 segundo resumir toda su idea de negocio en ese tiempo, la cual requiere que quede bien claro toda la información que se suministra.

- A la hora de confecciones un “Elevator Pitch” debe tener en cuenta los siguientes elementos:
- El propósito del “Elevator Pitch”: ¿qué es lo que realmente busca con su presentación?
- Pensar sobre su idea, lo que hace y como lo hace
- Reflexionar sobre como lo hace y a través de qué servicios o productos
- transmitir información clave: es importante trasmisitir solo la información relevante
- Prueba de convencimiento: el reto se centra en convencer a las demás personas sobre sus productos o servicios y lo beneficios que reciben a la hora de adquirirlos.

¿Cuáles es el objetivo del “Elevator Pitch”?

- Hacer mención a la propuesta de valor: es decir lo que le hace a su idea ser únicos en el mercado y que es lo diferente que transmiten a sus clientes.
- La idea del “Elevator Pitch” es conseguir un seguimiento o un aproxima cita para ofrecer mas “agresivamente su producto o servicio”

¿Qué más hay que tomar en cuenta?

- Investigar sobre su negocio, los temas estadísticos sobre su sector le pueden ayudar a tener más bases a la hora de su presentación.
- Es importante prepararse y practicar tantas veces como sea necesario hasta que nuestra presentación sea lo más natural posible.

Tipo de público al que puede dirigir su presentación: su lección es libre y puede elegir su presentación hacia cierta audiencia, como: (i) clientes, lo más frecuente de que la presentación este orientada hacia los clientes (ii) inversionistas, (iii)socios, (iv)proveedores, (v)referencias, y (vi)aliados estratégicos. Dependiendo de la necesidad y de los objetivos que quiera alcanzar puede dedicar su presentación hacia cualquiera de la audiencia antes mencionada.

19

EXPRESIÓN CON CLARIDAD, ASERTIVIDAD Y EMPATÍA FASE II

¿Cuál es la estructura del “Elevator Pitch”

- **Apertura:** puede iniciar con estadísticas o una frase de iniciación
- **Problema o necesidad:** justificación del problema e importancia de hacerle frente a ello.
- **Solución:** posee tres elementos, (i)características claves de la solución que ofrece, (ii) impacto y beneficios, y (iii) no entrara en detalle debido a la falta de tiempo.
- **Propuesta de valor:** ¿Tiene mi “Elevator Pitch” que mencionar mi propuesta de valor? Si claro, su presentación debe hacer énfasis también en las, (i) ventajas competitivas, (ii) innovación y (iii) logros alcanzados.

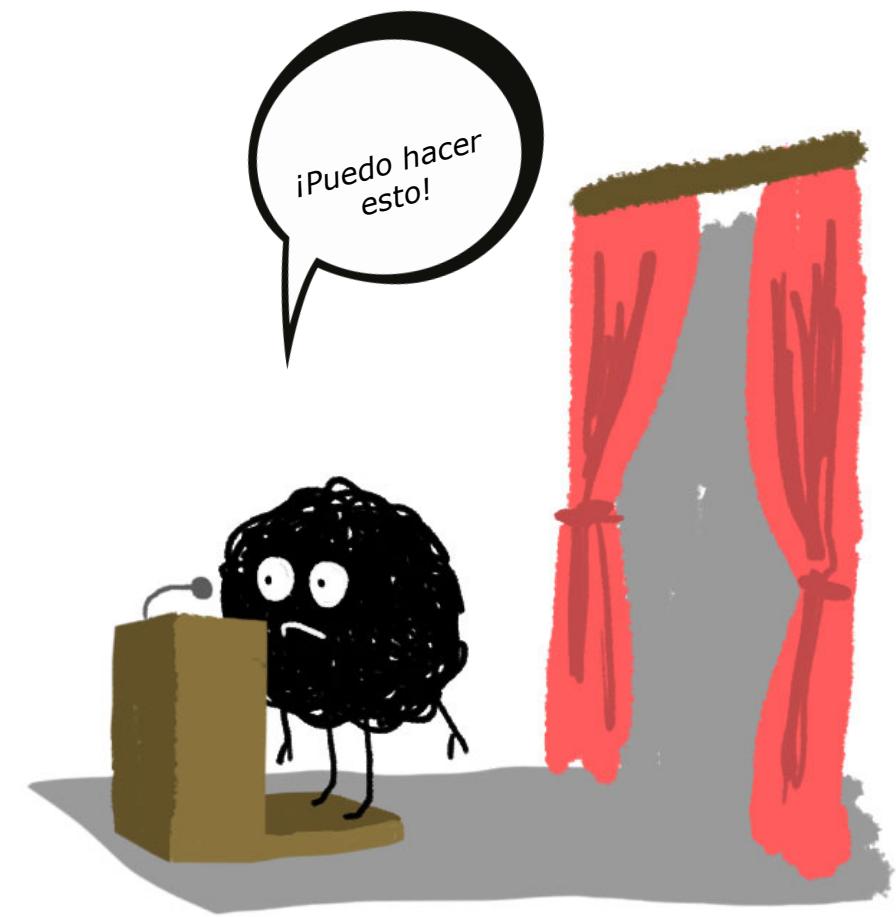
- **Cierre:** ¿Cómo terminar mi “Elevator Pitch” ?

Es importante pueda mencionar tres elementos: (i) mercado de impacto de nuestro emprendimiento, (ii) pasos a seguir y (iii) base de propuesta.

Tips y recomendaciones a la hora de realizar un “Elevator Pitch”

- Mucha práctica (frente a espejo y con personas)
- Validar primera frase (¿captura interés?)
- Mensaje breve
- No entrar en muchos detalles
- Hablar con calma y respirar
- Elaborar guion, no memorizar
- Estudiar a la audiencia
- Ajustar pitch continuamente
- **No asustarse por equivocación,** es normal (corregir)

- Mostrar pasión
- Dominar al 100% datos y números a utilizar
- No es recomendable proyectar participación de audiencia
- Vestimenta cómoda y apropiada
- No hacer más de lo requerido o necesario



20

PROYECTO – ELEVATOR PITCH

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.



Dinámica en clases

Realizar un elevator pitch sobre la idea de mi negocio. Esta dinámica tiene como objetivo incentivar habilidades de presentación en los estudiantes.



Recursos a utilizar en la actividad:

Lapicero y hojas, un cronómetro.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Redactar un elevator pitch por equipos colaborativos, con la herramienta elevator pitch vista la lección anterior.

Paso N°2:

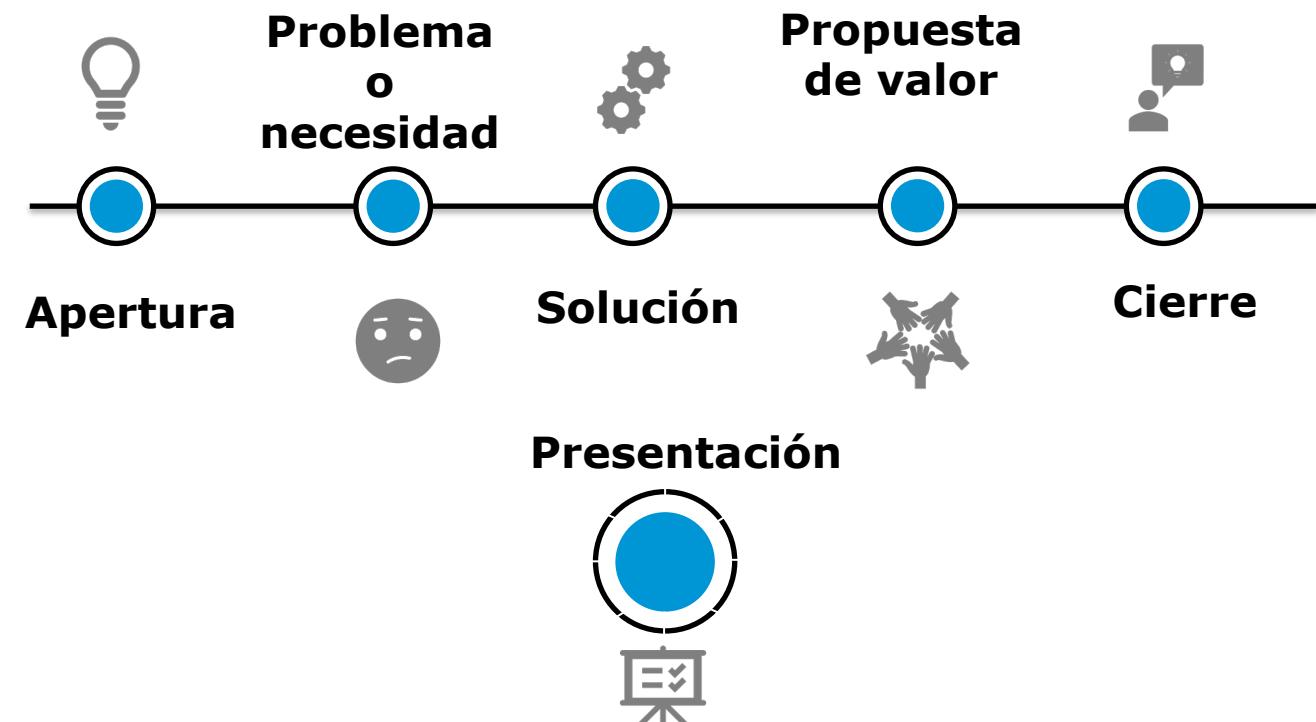
Un representante por grupo (preferiblemente) realizará el elevator pitch en máximos 60 segundos

Paso N°3:

Una vez hayan pasado todos los grupos se realizará un espacio de retroalimentación de las presentaciones. Con preguntas como: i) ¿Qué mejorar? ¿Qué no se incluyó? ¿Qué sería una alternativa distinta de decir lo que quiso transmitir?

Esquema elevator pitch:

Puede utilizar el siguiente esquema para realizar su presentación.



1 Introducción

Aplicar estrategias para lograr acuerdos y compromisos:

Hemos venido haciendo referencia a este punto “la conexión con el interlocutor” y es que se hace importante emprender una buena negociación ya sea con nuestros clientes hasta inclusive con aliados e inversionistas, puede abrirnos grandes posibilidades a nuestro negocio. A continuación, caracterizamos las estrategias más importantes:

• Autocontrol:

Aunque no es fácil llevar lo que se piensa a las conductas, un emprendedor que negocia siempre va a tratar de ser abierto reflexivo y buscar siempre beneficio, y nunca pierde de vista sus objetivos.

Habilidad: Comunicación.

Habilidad que supone el dominio de la lengua materna y otros idiomas para comprender y producir mensajes en una variedad de situaciones y por diversos medios de acuerdo a un propósito.

• Empatía con el interlocutor:

Como el diálogo es la base de cualquier negocio, los emprendedores que asumen este punto son capaces de ponerse en el lugar del otro.

• Mantenerse cerca:

Siempre que se requiere influir sobre los demás, es necesario estar presente en el lugar, de tal manera que la labor de convencimiento de lo que el emprendedor quiere que esa persona realice depende que la labor de convenciendo sea directa

• Construir relaciones duraderas:

Cuando concretamos un negocio con alguien las relaciones deben durar con el paso del tiempo, ya que no se trata de simples contratos, siempre que seamos capaces de llevar una relación duradera con cada cliente esto nos ayudará a referenciarnos por medio del boca en boca con otras personas, con otros clientes.

• Proteger el reconocimiento:

Un emprendedor debe siempre hacer cosas buenas que lo hagan crecer, si esto es así, en el futuro las personas recordar estas acciones y hablarán de emprendedor y sus logros.

3

TOMA DE DESICIÓN



Introducción al Módulo

La toma de decisión es un paso al que muchos le tememos y el cual nos detiene a crecer, es por eso que en este módulo tomaremos acción desarrollando un plan para ejecutar nuestras metas. Teniendo como primer paso el análisis de nuestra potencial idea de negocio, con la realización de un FODA es decir un análisis interno de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de nuestra idea.

La acción requiere ser fijada en objetivos bien definidos, de manera que cada uno de nuestros esfuerzos se orienten a ese objetivo y su cumplimiento, por lo tanto, es importante que en este módulo identifiquemos y validemos nuestra idea, así como las posibles soluciones del problema.

22

DEL ESPÍRITU AL PLAN DE ACCIÓN



Dinámica en clases

Creando mi empresa: ¿qué pasa sí?

Objetivo: Poner en práctica la creatividad y la capacidad de reacción ante situaciones determinadas.



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: hojas blancas y lapices



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Cada estudiante necesita un lápiz y una hoja, en ella van a escribir un emprendimiento que les gustaría tener.

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

Paso N°2:

Al tener el emprendimiento escrito en el papel, van a pasárselo al compañero de la derecha.

Paso N°3:

El compañero, le va a escribir un posible problema que podría tener la idea de emprendimiento del creador y se la va a devolver.

Paso N°4:

El creador de la idea va a contestar al problema que le escribió su compañero y va a compartirlo con toda la clase la solución llegada. La clase va a opinar si hubieran hecho lo mismo o que hubieran hecho diferente con base al problema establecido.

Paso N° 5:

Reflexión sobre el ejercicio realizado y la importancia de un análisis de una idea de negocio antes de llevarlo a la práctica.

2 Identificación de riesgos y amenazas o desventajas posible idea de negocios

Esta matriz está diseñada por 4 partes: oportunidades, debilidades, fortalezas y amenazas. Esta herramienta permite realizar un análisis interno externo, sobre la situación de nuestra idea:

• Fortalezas:

Debemos añadir los atributos o puntos positivos que nos pueden servir para alcanzar nuestros objetivos.

- **Oportunidades:**

Aquí debemos tener en cuenta las condiciones externas, revisando la industria y otros factores como las regulaciones que pueden afectar de forma positiva a nuestro objetivo.

- **Debilidades:**

En esté cuadrante debemos de añadir lo que es perjudicial o los factores que pueden ser desfavorables para nuestro objetivo.

- **Amenazas:**

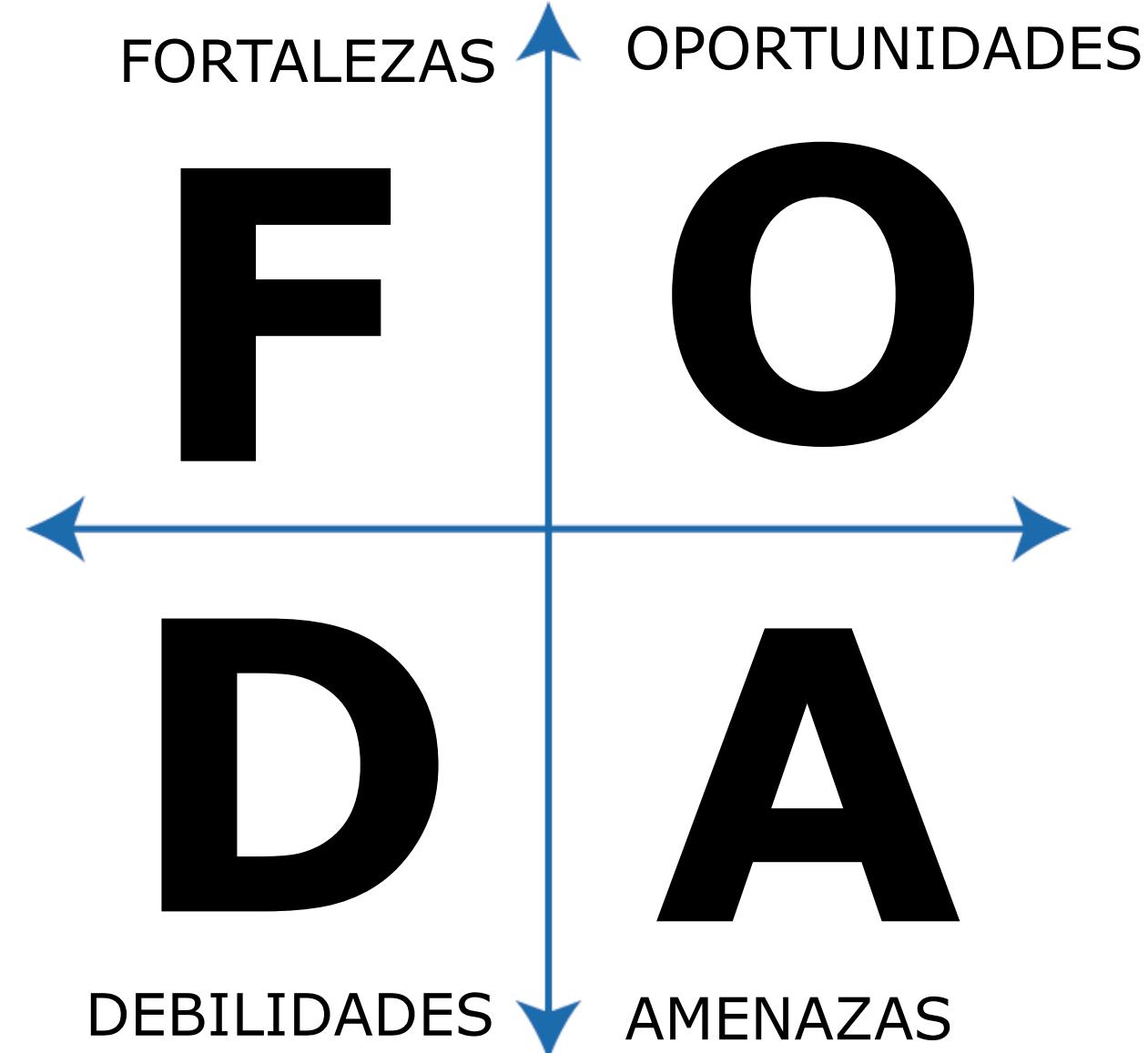
Añadiremos lo perjudicial, todo lo que puede amenazar nuestra supervivencia y la potencial ganancia de resultados de forma externa.



¡Es importante te detengas a pensar en cada aspecto visto anteriormente estos son importante para el desarrollo de tu idea de negocio



* Análisis FODA



23

PROYECTO - PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN EN GRUPOS COLABORATIVOS

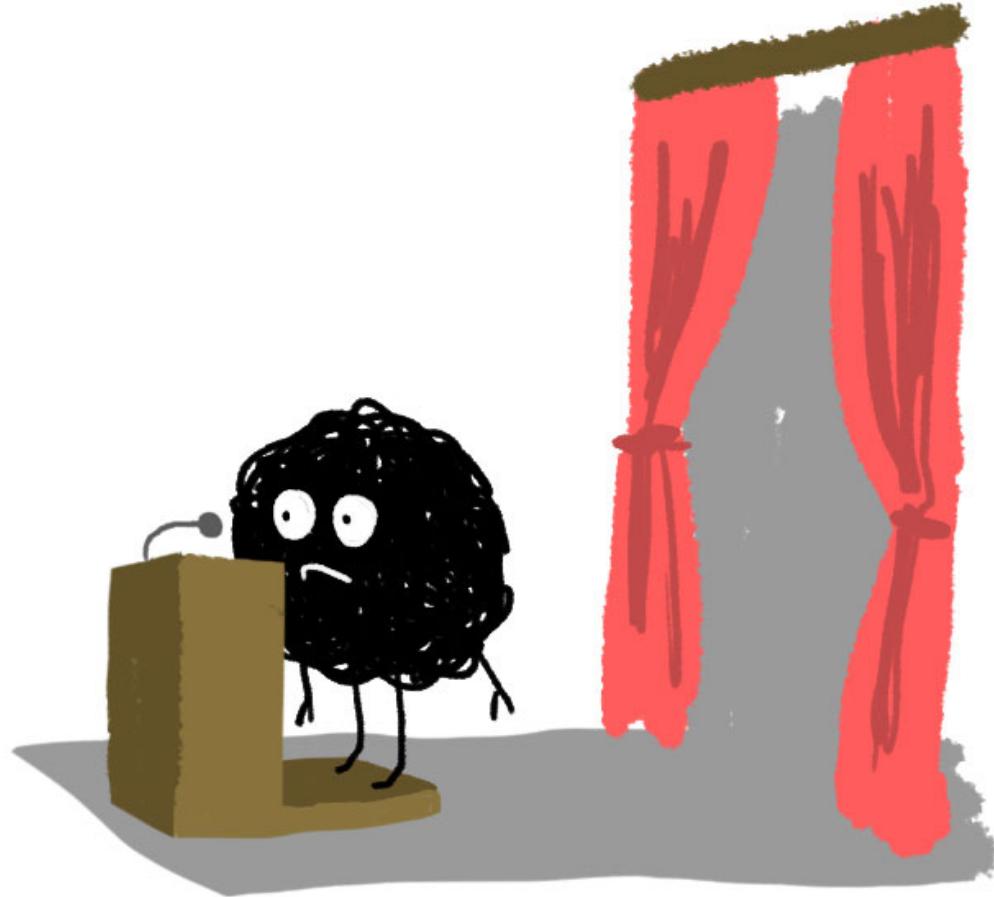
1 Introducción

Análisis de puntos claves en el desarrollo del proyecto

A través de los grupos colaborativos se expone la información correspondiente a la sesión anterior, correspondiente al análisis FODA.

Habilidad: creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.



24

DEL ESPÍRITU AL PLAN DE ACCIÓN: FIJACIÓN DE OBJETIVOS

1 Introducción

Es importante que después de identificar y validar los problemas en la ejecución del proyecto es transcendental comprender las verdaderas causas y los efectos más relevantes para que este no se repita. Por otro lado, en esta lección podrá tener la oportunidad de reconocer cuales son los tipos de problemas en un proyecto y las maneras de dar respuesta a esos problemas.

2 Identificación de riesgos, amenazas o desventajas

Complete la información en el siguiente cuadro sobre los tipos de problemas que podemos encontrar y que propiciara el desarrollo de nuestro emprendimiento.

Habilidad: Manejo de la información.

Habilidad para acceder a la información de forma eficiente, evaluarla de manera crítica y utilizarla de forma creativa y precisa.

Evolución de problemas			
Tipos de problemas	Caracterización	Respuesta proactiva	Respuesta reactiva
Problemas importantes: su respuesta no puede demorar			
Problemas cuyo impacto es considerable pero no urgente			
Problemas urgentes, pero no importantes			
Problemas no urgentes y no importantes			

25

TRABAJANDO CON AUTONOMÍA



Dinámica en clases

El castillo
Objetivo: aprender de fracasos

Recursos a utilizar en la actividad:

Material: baraja de cartas (se puede realizar una alternativa con plantillas de cartón o algo similar)

Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Dividir la clase en grupos de cinco estudiantes y repartir las cartas

Paso N°2:

Armar un castillo lo más grande que se pueda.

Paso N°3:

Una vez el castillo se haya terminado, se le pedirá a los estudiantes que vuelvan armarlo.

Paso N°4:

Por segunda ocasión se les pide que vuelan armarlo

Paso N°5:

Terminar reflexionando sobre los principales problemas a la hora de la actividad y el sentimiento cuando se les solicitó reconstruir el castillo.

2 Movilización de recursos para la solución de problemas

Sería un error pensar que los problemas definitivamente no tienen solución, al contrario, en mayor o menor medida, siempre una situación específica posee un abanico de posibilidades para poder abordarla y que conduzcan a una solución lo más esperada posible.

Habilidad: Manejo de la información.

Habilidad para acceder a la información de forma eficiente, evaluarla de manera crítica y utilizarla de forma creativa y precisa.

Ante esta alentadora línea, la resolución de un problema siempre va acompañada de una "movilización de recurso" ya sean físicos o no, como el apoyo de víveres para ayudar a una familia hasta aspectos intangibles como las ideas que un amigo puede aportarnos para solucionar un problema. Pero, además, siempre que tratamos de dar una respuesta a un problema, inconscientemente estamos poniendo en práctica nuestras capacidades para reflexionar, mismo que nos permite facilitar el aprendizaje de estrategias, aportando a soluciones.

Las estrategias más frecuentes que se utiliza para resolver un problema:

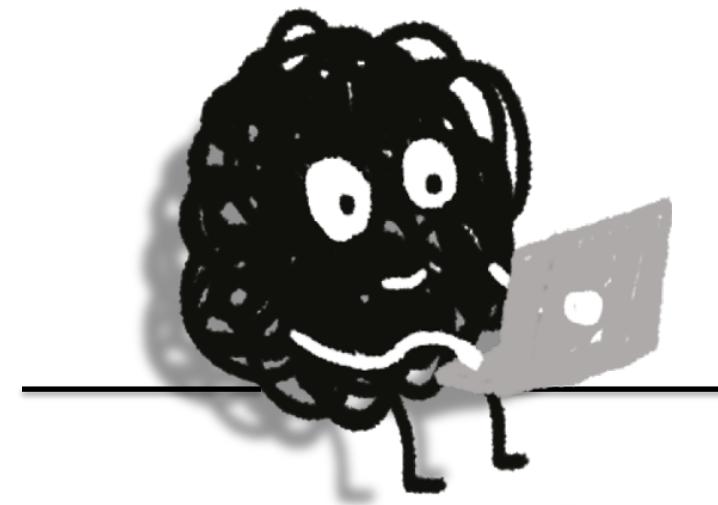
- Empiece por lo que le parezca más fácil, siempre resuelva los problemas más sencillos.
- Descomponga el problema en pequeños problemas.

25

TRABAJANDO CON AUTONOMÍA

- Deduzca y saque conclusiones de posibles soluciones deseado del problema, y compárelas con aquella que usted realmente visualice que serán las que realmente aplican a la solución.
- Identifique si el problema se parece a otros
- Analice si el problema se puede replantear de otra forma
- Realice un plan o una ruta de acción, sobre la forma de actuar antes de iniciar a resolver el problema, una vez que inicia y que termina
- Realice una lista de los recursos que necesite, ya sean económicos, humanos, cognitivos, etc.
- Acerquese hacia las personas que cuenta con las características anteriores y solicite ayuda para la solución de su problema

Una vez haya realizado todos los pasos anteriores es importante que reconozca cada característica de este problema para que cuando se encuentre con situaciones similares pueda reaccionar anticipadamente y solucionar cualquier situación de forma temprana.



En resumen:

- Los problemas siempre tiene soluciones y siempre existen muchas formas de solucionarlos
- Nunca hay que pensar un problema como un todo, siempre es bueno descomponerlo en pequeños problemas y buscar alternativas a cada uno.

26

PROYECTO – APLICACIÓN DE ENTREVISTA EN LA COMUNIDAD

1 Introducción

Realice una entrevista para conocer más a fondo los problemas de la comunidad

Las entrevistas nos sirven para:

- Profundizar sobre un tema específico
- Para comprobar o negar una idea existente
- Para llevar cambios a través de la evidencia de la información existente

2 El caso de las necesidades y o problemas en la comunidad

A continuación elaboraremos una entrevista que nos ayudará a conocer las necesidades de la comunidad. Para ello podremos realizar la entrevista acercandonos al perfil de la población meta con la que

Habilidad: Manejo de la información.

Habilidad para acceder a la información de forma eficiente, evaluarla de manera crítica y utilizarla de forma creativa y precisa.



Dinámica en
clases

pretendemos trabajar (imagine que desea poner un negocio de ropa exclusivamente para mujeres, entonces usted (es) tratará (n) de realizar las preguntas del caso a mujeres exclusivamente)

- A continuación algunos tips para realizar la etrevista:
- Elabore unas preguntas muy breves y claras sobre lo que necesita saber
- Sea breve Comience la entrevista con un saludo y explique el motivo de la misma
- Realice la entrevista cara cara
- Muestre siempre respeto y sea atento lo que esa (s) persona (s) tenga (n) que decir
- Realice un escrito de los principales hallazgos de las diferentes necesidades

Entrevista a experto. Esta actividad tiene como objetivo diseñar preguntas claves para entrevistar a expertos de mi comunida sobre un tema que nos interese conocer (asociado a nuestra idea de negocio). Los expertos pueden ponerlos rápidamente al día con respecto a ese tema, ofreciendonos infomaciòn clave.



Recursos a utilizar en la actividad:

Lapicero y hojas, cámara. Etc..

26

PROYECTO – APLICACIÓN DE ENTREVISTA EN LA COMUNIDAD



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Determine qué tipo de experto necesita. Si trabajas en agricultura, quizás un agrónomo. ¿En salud reproductiva? Puede ser una buena apuesta un médico o un formulador de políticas de salud.

Paso N°2:

Cuando reclute a sus expertos, bríndeleles una vista previa del tipo de preguntas que hará y hágales saber cuánto tiempo necesitará. Esto es para ser respetuoso con el tiempo del experto.

Paso N°3:

Elija expertos con diferentes puntos de vista. No quieres las mismas opiniones una y otra vez.

Paso N°4:

Haz preguntas inteligentes e investigadas. Aunque debería venir preparado con una idea de lo que le gustaría aprender, asegúrese de que su plan de juego sea lo suficientemente flexible como para permitirle seguir líneas de investigación inesperadas.

Paso N°5:

Registre su entrevista con las herramientas que tenga. Un bolígrafo y papel funcionan bien.

Paso N°6:

Realice al menos unas 5 preguntas como mínimo del tema que querrá conocer con el o la experto (a)

27

IDENTIFICACIÓN DE ACTORES PARA EL APOYO DE MI IDEA DE NEGOCIO FASE I

1 Introducción

Herramienta de mapeo de recursos a través de los actores para el desarrollo de mi proyecto.

El mapeo de recursos en una comunidad es ideal para solucionar problemas y necesidades existentes dentro del espacio que habitamos, suele suceder que en muchas de las ocasiones la comunidad logra identificar recursos que puede poner a su disposición y solucionar así muchos de los problemas que aquejan.

Imaginemos un grupo de vecinos que se reúnen para dar solución al tema de calles en mal estado en su barrio y determinan que repararla saldría en un precio muy favorable para todos, no obstante, aquellas personas que no pueden aportar económicamente sugieren aportar sus habilidades para la construcción y otras deciden apoyar con material.

Observaciones:

Los aportes de recursos que la comunidad realiza a través de los vecinos es muy variada:

- Recursos económicos por parte de los vecinos que tiene la posibilidad
- Apoyo en la parte de construcción, por medio de habilidades.
- Recursos en especies, como por ejemplo vecinos que contaban con cementos y demás materiales.

Se puede observar que, aunque los recursos no son en forma económica, aportan un gran valor para poder realizar la reparación de las calles. Por lo que nunca hay que restarle importancia a este tipo de recursos que son muy valiosos.



1 clases

Dinámica en

Compartir con la clase la información encontrada en la entrevista (lección anterior)

Habilidad: Colaboración

Habilidad de trabajar de forma efectiva con otras personas para alcanzar un objetivo común, articulando los esfuerzos propios con los de los demás.



Dinámica en
2 clases

identificando los recursos de la comunidad a través de la lluvia de ideas.

Objetivo del ejercicio: obtener información pertinente, en forma rápida, trabajando con un grupo reducido de personas en la identificación de los recursos que posee la comunidad.

Este tema sobre los recursos es mucho más abierto a la hora de trabajar con muchas personas (por ejemplo, toda la clase) y se busca recolectar todas las ideas y percepciones de la gente.

27

IDENTIFICACIÓN DE ACTORES PARA EL APOYO DE MI IDEA DE NEGOCIO FASE I



Recursos a utilizar en la actividad:

Material necesario: notas adhesivas u hojas y algo de cinta adhesiva.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Determinar que a partir de ese momento se realizará un mapeo de recurso de la comunidad a través de las ideas de todos los presentes.

Paso 1:

Determinar que a partir de ese momento se realizará un mapeo de recursos de la comunidad a través de las ideas de todos los presentes.

Paso 2:

Selección de participantes, todos en las clases deben participar, pues se busca que el grupo sea lo más heterogéneo posible.

Paso 3:

Designar por grupos, puede ser de cinco o más personas (según la cantidad de estudiante) un área específica a trabajar sobre los recursos, esas áreas pueden ser:

- Capacidades / habilidades de los miembros de la comunidad.
- Estructuras físicas o lugares.
- Un negocio que provee trabajo o apoya la economía.
- Asociaciones existentes en la comunidad.
- Instituciones u organizaciones.
- Otros que logre identificar.

Paso N°4:

Realizar una lluvia de idea tratando de identificar los recursos por sectores para luego poder ser compartida en el grupo en general.

Paso N°4:

Reflexionar sobre el potencial que puede tener la comunidad en la realización de nuevos negocios.

28

IDENTIFICACIÓN DE ACTORES PARA EL APOYO DE MI IDEA DE NEGOCIO FASE II

1 Introducción

El primer paso del proceso para establecer un verdadero funcionamiento de mi proyecto es determinar quiénes son aquellos actores que pueden apoyarme directa o indirectamente y a que grupos o subgrupo de la sociedad pertenecen.

Como segundo paso, es importante un estudio de esos actores en forma de un análisis mucho más profundo sobre las necesidades y e intereses de los grupos, es decir la manera en cómo se verán afectados y en qué medida, además, no hay que olvidar que los actores/población en un espacio como la comunidad son los principales en generar influencia positiva en forma de apoyo en los diferentes proyectos /emprendimientos que se podrían generar.

Las respuestas a estas preguntas constituyen, por lo tanto, una base a partir de la cual se puede iniciar con la elaboración de la estrategia de nuestro proyecto con relación a los recursos.

Habilidad: Colaboración

Habilidad de trabajar de forma efectiva con otras personas para alcanzar un objetivo común, articulando los esfuerzos propios con los de los demás.

2 Revisión del plan de acción

Es importante responder las siguientes preguntas, ya que estas le permitirán mapear de manera más estratégica todos aquellos recursos que posee la comunidad, de esta manera disminuye el margen de error de ser olvidado todos aquellos recursos incluyendo los más importantes para que se proyecto se ejecute.

¿Quiénes son los actores de mi comunidad? (incluir en la lista personas e instituciones, grupos de personas y cualquier figura relevante de la comunidad)

¿Qué poseen esos actores? (incluir en esta lista todos aquellos tangibles como dinero, materiales que se encresiten, hasta los ejemplos intangibles como el conocimiento que puedan ayudarle en el desarrollo de su proyecto).

Revisar la herramienta de identificación de recursos en la comunidad. *

*** Herramienta de identificación de recursos en la comunidad**

Identificación de actores en la comunidad : ¿quién es?



Identificación de recursos en la comunidad : ¿qué poseen los actores?

29

DE LA IDEA A LA EJECUCIÓN DEL PLAN FASE I

Habilidad: Aprender a aprender.

Resolución de problemas capacidad de conocer, organizar y auto-regular el propio proceso de aprendizaje.



Dinámica en clases

El objetivo de esta actividad es presentar los principales hallazgos de la herramienta de identificación de recursos en la comunidad



Recursos a utilizar en la actividad:

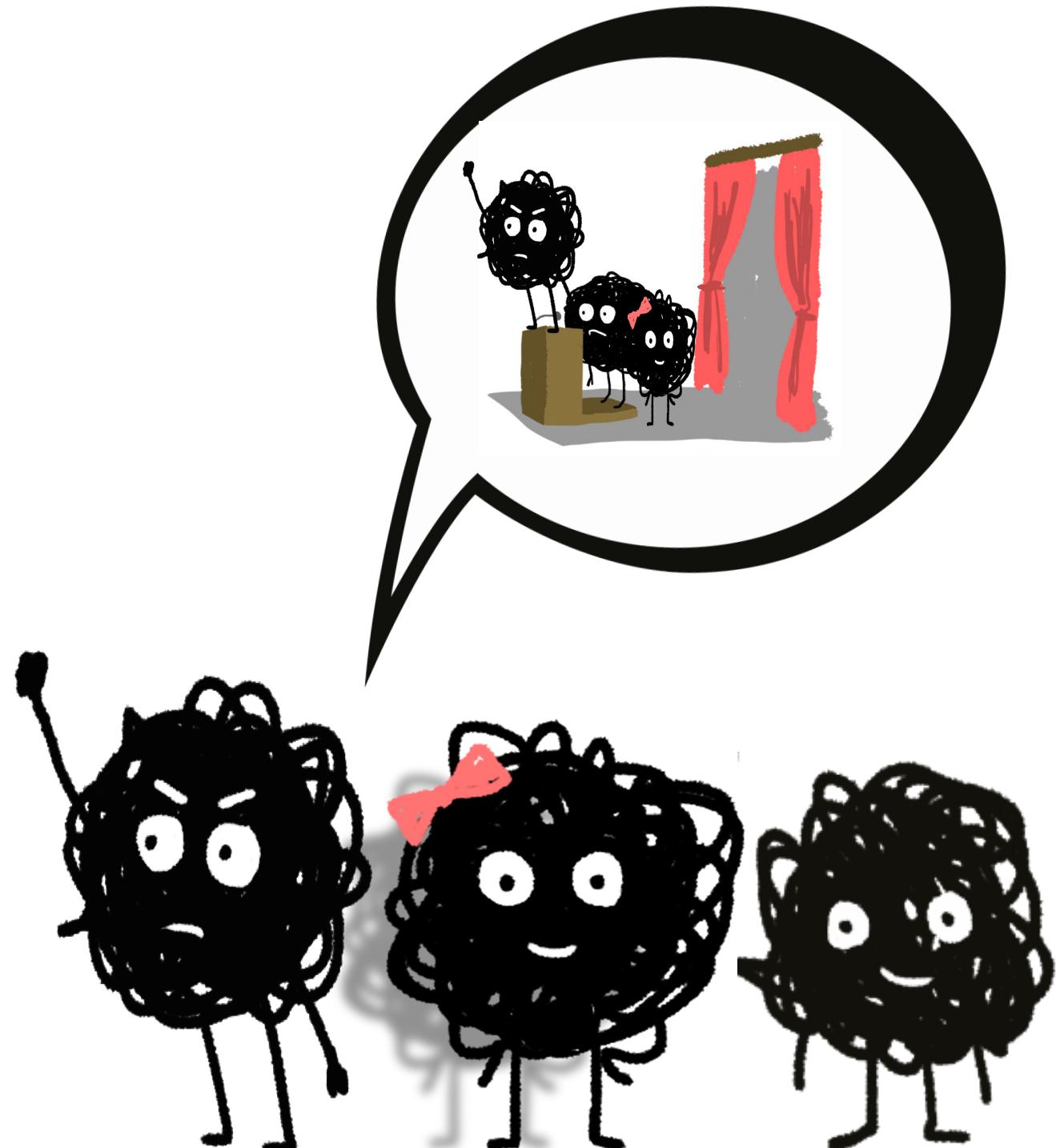
Materiales: cartulinas o herramienta de identificación de recursos en la comunidad ampliado (calcado o dibujado)



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

En grupos colaborativos se dispondrán a presentar la información.



30

DE LA IDEA A LA EJECUCIÓN DEL PLAN FASE II

1 Introducción

A través de las sesiones anteriores hemos analizado una serie de conceptos y también hemos trabajado la parte didáctica en la mayoría de los casos, no obstante, es preciso identificar nuestro desarrollo en el conocimiento de las diferentes lecciones vistas en clases, para ellos es importante completar la siguiente información:

- ¿Qué hemos hecho en clases anteriores?
- ¿Cuál ha sido mi participación?
- ¿Qué he conseguido comprender de todo lo anterior?
- Para que no se me olvide lo aprendido, tendré que:
- Lo que más me cuesta es:
- Para comprender lo que más me cuesta voy a:
- ¿Cómo me he sentido en las diferentes lecciones?

Habilidad: Aprender a aprender.

Resolución de problemas capacidad de conocer, organizar y auto-regular el propio proceso de aprendizaje.

2 Revisión del plan de acción

Visión emprendedora: quedarse con la idea de lo que quiere realizar, pero no hacer nada, no le sirve de nada al emprendedor por ello, debemos actuar a través de la visión y traer a través de un plan las acciones que tenemos que trabajar. Planteele las siguientes preguntas:

- Realizar una lista de las acciones que se precisan para llevar a cabo el proyecto.
- De la lista ¿cuáles son las más urgentes?
- ¿Cuáles pueden esperar y cuánto tiempo?
- De las listas de actividades urgentes ¿Qué recursos necesito?
- ¿En qué parte de la comunidad puedo encontrar los recursos?
- ¿Con cuánto tiempo para llevar cada actividad? Recuerde pensar en un tiempo prudente pero también debe contemplar algún inconveniente que pueda atrasarla.

Adicional a estas preguntas también puede introducir algunos puntos que le ayudan a tener más claro cuál será ese plan de acción a seguir para ejecutar su proyecto. Estos puntos pueden ir de lo más básico a lo más complejo, de eso se trata tener todo los detalles a mano.

30

DE LA IDEA A LA EJECUCIÓN DEL PLAN FASE II

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Preguntas	Respuestas
¿He identificado algo que me apasiona?	
¿Posee una visión de lo que quiero hacer?	
¿Qué me falta por alcanzar las metas?	
¿Qué necesito para alcanzar mis objetivos?	
¿Estoy dispuesto a invertir tiempo en el logro de los objetivos en el proyecto que me apasiona?	
¿Qué debo dejar de realizar?	
¿Qué debo aprender?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Quiero realmente impactar a muchas personas?	
Si ya ha identificado una idea de proyecto ¿ha sido la única o ya ha visualizado otra?	

31

PROYECTO - RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN



Dinámica en clases

"Diferentes perspectivas"

Objetivo: aprender de fracasos



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: cartulinas y marcadores de color



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

En grupos de 5, identificar un negocio de la comunidad por cada grupo.

Habilidad: Aprender a aprender.

Resolución de problemas capacidad de conocer, organizar y auto-regular el propio proceso de aprendizaje.

Paso N°2:

En grupos van a discutir que mejoras o cambios le harían al negocio que seleccionaron, en el sentido que implementarían un concepto nuevo para ese negocio, pero siempre teniendo en cuenta lo que es la especialidad. (Pulperia, servicios de buses, taxis, lavandería, ferretería, etc..)

Paso N°3:

Los grupos van a tener que escribir en una cartulina, el nombre el nuevo negocio con un nuevo concepto y explicar que fue lo que hicieron nuevo y porque lo hicieron y como esos cambios son innovadores para esa tienda.*

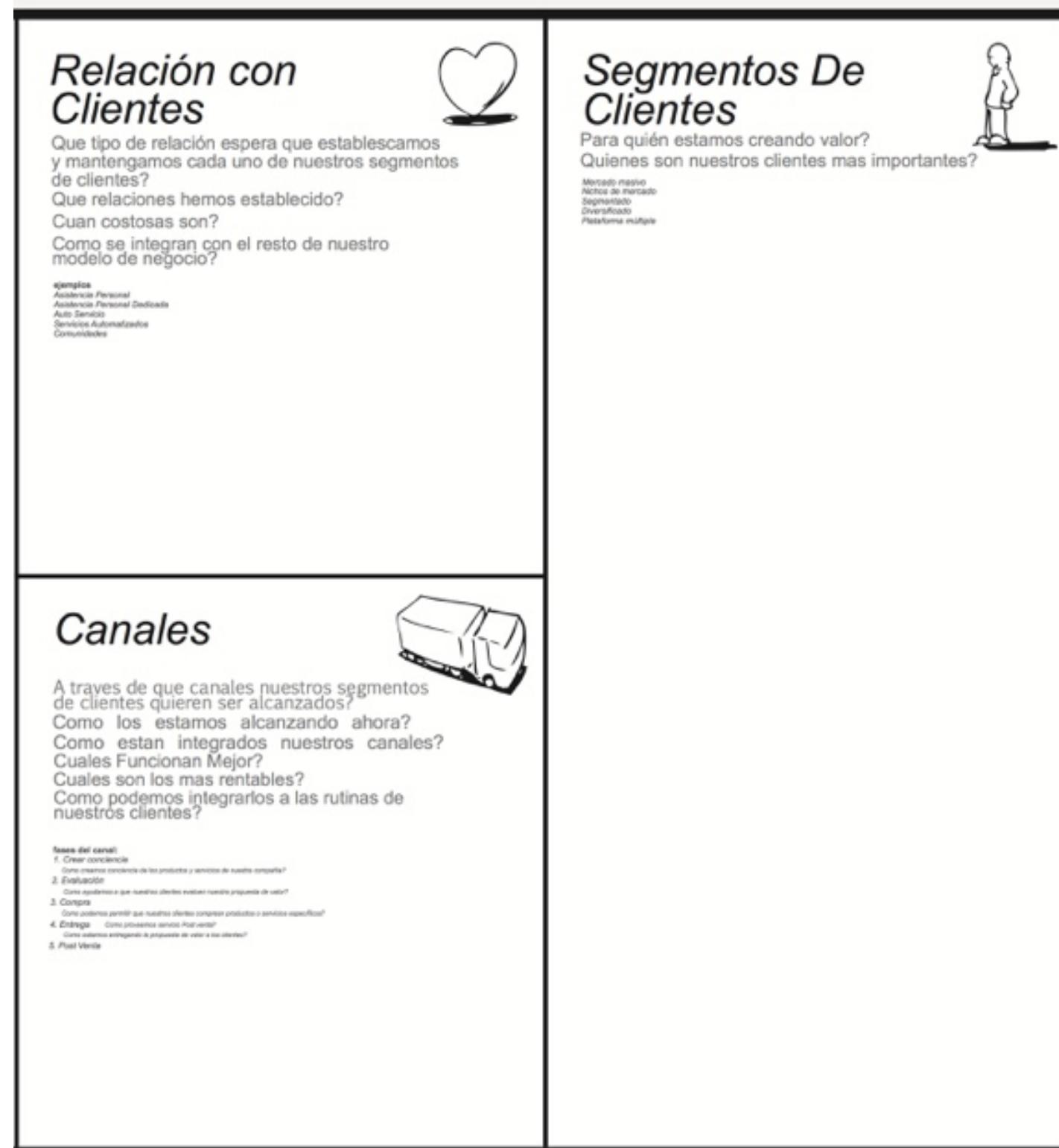


* Lean Startup Canvas o Lienzo modelo de negocios:

<p>Socios Clave</p>  <p>Quienes son nuestros socios clave? Quienes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave?</p> <p><small>Investigaciones para realizar alianzas: Optimización y economía Reducir riesgos e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades particulares</small></p>	<p>Actividades Clave</p>  <p>Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><small>Categorías: Producción Solvión de problemas Plataforma / Red</small></p>	<p>Propuesta de Valor</p>  <p>Que valor estamos entregando a los clientes? Cual problema estamos ayudando a resolver? Cual necesidad estamos satisfaciendo? Que paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes?</p> <p><small>Novedad Desempeño Personalizado "Ayuda a hacer el trabajo" Gasto Menor/Status Precio Reducción de Costos Reducción de Riesgos Accesibilidad Conveniencia/ Usabilidad</small></p>
<p>Recursos Clave</p>  <p>Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingresos?</p> <p><small>Típos de recursos: Físicos Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos) Humanos Financieros</small></p>		



* Lean Startup Canvas o Lienzo modelo de negocios:





* Lean Startup Canvas o Lienzo modelo de negocios:

Estructura De Costos

Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
 Cuales recursos clave son los mas costosos?
 Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es más:
 Enfocado al costo/Estructura de costos conservadora, presupuesto de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing)
 Enfocado al valor/Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium)

Ejemplo de características:
 Costos fijo (Salarios, rentas, Utilidades)
 Costos Variables
 Economías de escala
 Economías de alcance



1 **Actividad en clases**



Unir el Modelo de Negocio con los demás compañeros y compartir la información desarrollada.

Fuente De Ingresos

Por cual valor nuestros clientes están dispuestos a pagar?
 Actualmente por que se paga?
 Como están pagando?
 Como prefieren pagar?
 Cuanto aporta cada fuente de ingresos a los ingresos generales?

Tipos:	Precios fijo:	Precios dinámicos:
Venta de activo	Lista de precios	Regociación
Carga por uso	Según características	Gestión del rendimiento
Carga por suscripción	Dependiendo del segmento	Mercado en tiempo real
Prestamos/Renta/Arranque	Dependiendo del volumen	Subastas
Licenciamiento		
Carga de corredaje		
Publicidad		



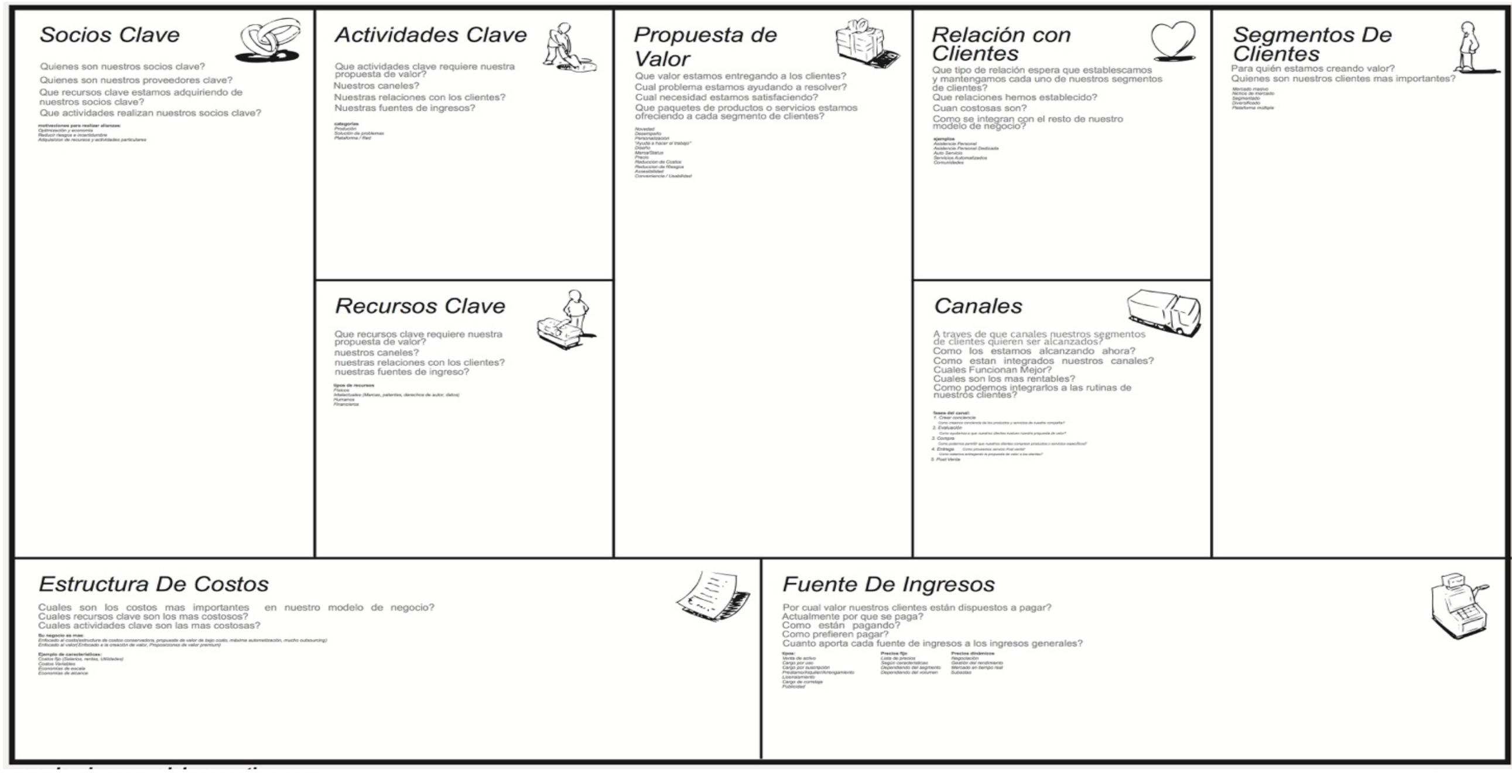
Favor consultar recurso:

Lienzo modelo de negocios

→ <https://bit.ly/recursovirtual>



Lienzo modelo de negocios completo:



32

DE LA EJECUCIÓN A RESULTADOS



Dinámica en clases

"Diferentes perspectivas"

Aplicación: complete la información en el instrumento modelo de negocio.



Recursos a utilizar en la actividad:

Materiales: cartulinas, notas adhesivas y marcadores de color.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

En grupos colaborativos identificar los espacios del modelo de negocio que deberá ser llenado.

Habilidad: Manejo de la información.

Habilidad para acceder a la información de forma eficiente, evaluarla de manera crítica y utilizarla de forma creativa y precisa.

Paso N°2:

Puede ser creativo, agregar notas adhesivas y generar el modelo de negocio ampliado en una cartulina o en papel periodico, como sea de su preferencia.

Paso N°3:

Generen ideas con los compañeros del grupo, recuerde que esta información que irá en las distintas sección es han contemplado en lecciones anteriores. De la misma manera, podrá observar preguntas por cada sección que deberán ser completadas y que usted puede utilizarlas como ejemplo para guiarse. *

33

PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Habilidad: Aprender a aprender.

Resolución de problemas capacidad de conocer, organizar y auto-regular el propio proceso de aprendizaje.



Dinámica en clases

Presentación de hallazgos

El objetivo de esta actividad es presentar ante la clase la principal información encontrada (o que al menos ha sido completada en las secciones anteriores del modelo de negocio).



Recursos a utilizar en la actividad:

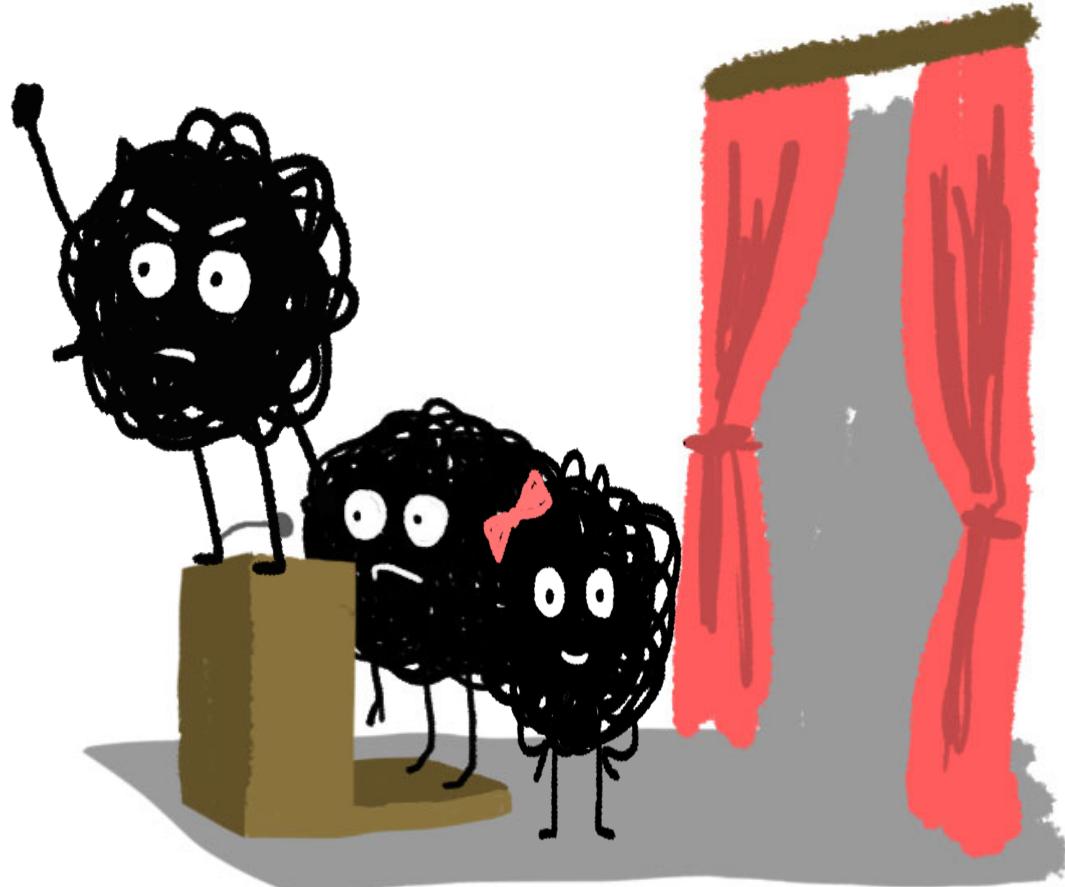
Materiales: cartulinas o modelo de negocio ampliado dibujado, calcado.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

En grupos colaborativos explorar las secciones del modelo de negocio.



ASUMIR RIESGOS

4



Introducción al Módulo

En este módulo conoceremos mejor el mundo de los riesgos de los proyectos que estamos planteando, es decir como influyen nuestra comunidad, nuestros clientes y demás situaciones y problemas externos, algunos fuera de nuestro alcance. Nuestra principal pregunta será: ¿Cuáles serán aquellas situaciones conocidas y desconocidas que podrán afectar el desarrollo de nuestros proyectos?

El riesgo es parte esencial de emprender, afrontar situaciones como la pérdida de productividad (en el caso en que no podamos producir los productos o servicios necesarios para nuestros clientes) o la falta de materia prima seguirán siendo riesgos que si nos los atendemos de forma correcta, podrían ser eventuales pesadillas para nuestros negocios. Sin embargo, arriesgar es parte de la vida de los emprendedores, debemos saber cuánto y cómo hacerlo para siempre abatir la incertidumbre, aprender de los fracasos, y salir adelante cuando la operación nos haya resultado exitosa.

34

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE I

Habilidad: Pensamiento sistemico

Habilidad para ver el todo y las partes, así como las conexiones entre estas que permiten la construcción de sentido de acuerdo al contexto.

1 Introducción

La ejecución de los proyectos implica desde cualquier perspectiva, el involucramiento de riesgos en diferentes rangos y niveles. Sin embargo, un proyecto debe enfrentarse desde su planificación hasta la ejecución a riesgos, es decir a situaciones previstas y no prevista que de una u otra forma afectan el desarrollo de su negocio. Esta serie de aspectos, incluyen desde temas económicos, sociales, políticos, de ejecución, ambientales, entre otros.

Los riesgos se presentan al inicio, durante o bien después afectando el desarrollo de nuestro proyecto, pero además son una oportunidad para explorar nuevos nichos de mercado, conocer mejor a nuestros clientes e inclusive contar con procesos y productos con modelos de negocio que permitan absorber de mejor manera el enfrentamiento a situaciones desconocidas, en las que los planes de contingencia suelen quedarse cortos para el propio manejo de proyectos y demás variables.

Como lo mencionamos, los riesgos se conciben como aquellas situaciones en las que se pone en "peligro" la ejecución de nuestro proyecto, es decir que existen una serie de situaciones ajenas a nuestra capacidad de acción o bien fuera de nuestro alcanzable que influyen de manera directa o indirecta en el desarrollo exitoso de nuestra propuesta. A manera general, los riesgos se presentan en cualquier proyecto que decidimos emprender, y para esto debemos saber que los procesos de identificación suelen ser necesarios con el fin de poder elaborar los planes de contingencia, categorización de los mismos, así como la diagramación de planes de acción que nos permitan estar listos para afrontarlos en el momento en que se presenten.

Sin embargo, el arte de asumir riesgos y de enfrentarse a ellos, implica que la organización/empresa o emprendimiento se encuentre con la capacidad empresarial y organizativa para enfrentarlos.

Uno de los aspectos más seguros, es que muchas veces a pesar de querer medir cada uno de los riesgos de un proyecto en específico, debe contemplarse la posibilidad de que todo falle, y eso implique poner a prueba nuestra capacidad de respuesta ante problemas y situaciones complejas que implican razonamiento, análisis y toma de decisiones contemplado un riesgo mayor o menor. Como estudiantes emprendedores, debemos estar entrenados para afrontar el riesgo, sin caer en pánico, en tener capacidad de respuesta, así como enfrentarlo con soluciones que siempre favorezcan a nuestras partes. Este ejercicio de respuesta ante los riesgos implica, sin lugar a duda, experiencia y habilidades blandas que nos permitan llegar a un destino seguro.

Con especial enfoque en negocios, existen una serie de riesgos que podemos reconocer y medir (veremos este proceso en la siguiente lección), pero estas son variables que podemos incluir dentro de nuestro modelo de negocio y así contemplarlas desde el inicio.

¿Qué cambia?

Algunos factores importantes que se pueden tomar en cuenta cuando hablamos de riesgo es:

- El mercado
- Los competidores
- Los clientes
- El ambiente
- El negocio

Los negocios son fieles estructuras de cambio, es decir cada vez cambian y se transforman más rápido, debido a múltiples elementos, entre ellos: la tecnología, los gustos, motivaciones, necesidades y otras configuraciones sociales, que llevan a nuestros clientes a tomar decisiones diferentes, es decir el mercado y sus prácticas implican siempre estar atentos a las necesidades de nuestros clientes.

La innovación que apliquemos en procesos, productos y estrategias que busquen generar más ventas, y ser líderes en el sector, por ejemplo, implican tomar riesgos, valorarlos es una buena práctica, pero en muchas ocasiones tomarlos a pesar de las diferentes circunstancias significa hacer las transformaciones necesarias para seguir siendo competitivos.

Para comprender un poco las áreas donde comúnmente los emprendimientos se encuentran expuestos a riesgos, es determinante estudiar cada área, así como algunos de los casos de estudio conforme a estudiar la metodología en que cada riesgo es abordado

1.1 El Mercado

Este segmento está relacionado directamente con nuestra segmentación de clientes, es decir las preguntas que deberíamos evaluar conforme a preparar nuestra evaluación de riesgo estarán enfocadas en la preparación que debemos contar ante cambios sorpresivos del mercado relacionados con la capacidad de respuesta rápida a estos cambios en el mercado, que pueden ir desde el comportamiento, la regulación, la segmentación y la generación de valor con nuestros productos o servicios.

Dinámica en
clases

Complete el siguiente cuestionario con su debido proyecto de negocio, para cada pregunta, además de la respuesta, proponga una primera estrategia de abordaje en caso de que esa problemática se presentara. Más adelante, estaremos trabajando sobre la elaboración de planes de contingencia ante el riesgo y demás aspectos.



Algunas consideraciones

Algunas consideraciones:

Pregunta: corresponde a la interrogante principal, tiene el objetivo de explorar una problemática o necesidad que podría ser potencial motivador de riesgo en el negocio.

Respuesta: corresponde a la respuesta actual del negocio, es válido colocar que su proyecto no cuenta con las herramientas necesarias para abordar este riesgo, ya que en esto consiste este ejercicio, que con base a estas respuestas se puedan generar estrategias más adelante.

Estrategia de acción: corresponde al plan de acción que tomaremos para este riesgo presentado, las estrategias deben ir redactadas siempre buscando soluciones no solamente inmediatas, sino también existen más complejas y que pueden durar un tiempo.

34

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE I

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con un nicho de mercado definido?		
¿Nuestro cliente/usuario/beneficiario tiene claro el valor que genera nuestro producto/servicio?		
¿Qué tan rápido existen cambios o transformaciones en los intereses o motivaciones en nuestro nicho de mercado?		
¿Podemos prevenir estos cambios en los nichos de mercado mediante metas de crecimiento enfocadas en generar valor con nuestros productos/servicios?		
¿Qué nuevas regulaciones se podrían pensar de cara a nuestro mercado?		
¿Podría la tecnología y sus nuevas aplicaciones sustituir inmediatamente o de forma gradual el posicionamiento de mi producto/servicio en el mercado?		
¿Me permiten los cambios frecuentes en el mercado contar siempre con un producto adecuado al cliente?		

1.2 Los competidores

La competencia siempre debe ser parte de nuestro constante mapeo y referencia, ya que nos ayuda a mejorar nuestros productos o servicios, es decir la competencia leal siempre aumenta la calidad y el estándar de lo que hacemos, ya que utilizando las fuerzas del mercado nos obliga a innovar, replantear los productos, volver la mirada hacia el cliente y generarle más valor.

Debemos tener claro, que cuando nos referimos a competidores, podemos dividirlos en dos segmentos: la competencia directa que corresponde a aquellas empresas que operan en el mismo mercado. Es decir, que venden el mismo producto o servicio y se dirigen a los mismos clientes (segmento de mercado) . En este caso, los riesgos derivados de la presentación de esta competencia deben enfocarse en la capacidad de diferenciación y se asocian directamente con la ventaja competitiva que estudiamos en el modelo de negocio.

El segundo segmento corresponde a la competencia indirecta, que corresponden a las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado y clientes buscando satisfacer sus necesidades con productos sustitutos o de forma diferente, por lo que el proceso de identificación de riesgos deberá ir enfocado en estudiar la capacidad de inserción de estos competidores en nuestro nicho de mercado, teniendo en cuenta su capacidad de crecimiento en el mediano y largo plazo.

**Dinámica en
clases**

Complete el siguiente cuestionario con su debido proyecto de negocio, para cada pregunta, además de la respuesta, proponga una primera estrategia de abordaje en caso de que esa problemática se presentara. Más adelante, estaremos trabajando sobre la elaboración de planes de contingencia ante el riesgo y demás aspectos.

**Algunas consideraciones**

Consideraciones para completar el cuadro:

Pregunta: corresponde a la interrogante principal, tiene el objetivo de explorar una problemática o necesidad que podría ser potencial motivador de riesgo en el negocio.

Respuesta: corresponde a la respuesta actual del negocio, es válido colocar que su proyecto no cuenta con las herramientas necesarias para abordar este riesgo, ya que en esto consiste este ejercicio, que con base a estas respuestas se puedan generar estrategias más adelante.

Estrategia de acción: corresponde al plan de acción que tomaremos para este riesgo presentado, las estrategias deben ir redactadas siempre buscando soluciones no solamente inmediatas, sino también existen más complejas y que pueden durar un tiempo.

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II

Habilidad: Pensamiento sistemico

Habilidad para ver el todo y las partes, así como las conexiones entre estas que permiten la construcción de sentido de acuerdo al contexto.

1 Introducción

El mercado y los competidores

En la lección anterior estudiamos los riesgos que podemos enfrentar al no conocer nuestro mercado, la segmentación de clientes, así como una breve preparación basado en la guía de preguntas que tiene como objetivo acercar nuestros negocios a enfrentar los potenciales riesgos teniendo en cuenta lo dinámico del mercado y de la competencia como principal eje de estudio.

los retos que podemos enfrentar con nuestros clientes. Al igual que el mercado, los clientes no suelen ser estáticos, cada uno de ellos presenta similitudes y diferencias cuando hablamos de las necesidades que cubre el producto/servicio que ofrecemos. La propuesta de valor, estudiada en lecciones anteriores forma parte de la estrategia de diferenciación, pero también de atención a nuestros clientes.

Con el fin de identificar los riesgos que podría presentar el manejo de nuestros clientes de forma idónea, debemos recordar la segmentación que realizamos desde el inicio con la definición de los nichos de mercado de nuestros productos en conjunto con dicha segmentación, y así contar con riesgos específicos de operación en nuestros clientes.



Dinámica en
Clases

2 Los clientes

Las necesidades de nuestros clientes/usuarios/consumidores cada vez se encuentran actualizando, es decir aspectos externos como la tecnología, el comportamiento del mercado, la producción de nuevos productos y el conocimiento del impacto de ellos, pueden llegar a ser variables de peso en la definición de

Complete el siguiente cuestionario con su debido proyecto de negocio, para cada pregunta, además de la respuesta, proponga una primera estrategia de abordaje en caso de que esa problemática se presentara. Más adelante, estaremos trabajando sobre la elaboración de planes de contingencia ante el riesgo y demás aspectos.

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

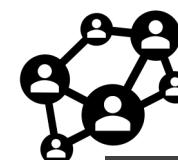
Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con una herramienta de actualización de productos y necesidades para nuestros clientes?		
¿Asumimos que las necesidades, motivaciones y puntos de dolor siguen siendo los mismos con los que inicialmente resolvimos con nuestro negocio?		
¿Incluimos variables como el uso de la tecnología en el uso de nuestros productos y servicios?		
¿Con qué frecuencia realizamos grupos focales de atención resolviendo las necesidades de nuestros clientes actuales?		
¿Conocemos nuestro cliente ideal?		
¿A cuál mercado nos enrumbamos en los próximos 10 y 20 años?		
¿Contamos con metas de crecimiento para conocer ese segmento de clientes?		
¿Conocemos de antemano, porqué nuestros clientes eligen nuestro producto o servicio?		

2**El
ambiente****El mercado y los competidores**

Los negocios no solamente deben concentrarse en nuestros clientes, sino que también debemos de conocer de antemano los efectos externos que pueden afectar directa e indirectamente el comportamiento de nuestros clientes. Esta variable es uno de las más riesgosas, ya que gran parte de estos factores se encuentran lejos de nuestro control. Es decir, es mucho más complicado intervenir o ajustar ya que dependen del sector público, institucionalidad, burocracia, tramitología, efectos colaterales, inversión y disposiciones legales que pueden afectar el desarrollo de nuestro negocio.

Cuando denominamos a una variable más riesgosa que otras, nos referimos a nuestra capacidad de acción sobre éstas, es decir en qué medida podemos influir para que controlar cierta situación que se encuentra afectando nuestro

negocio. En este apartado, podremos identificar algunas de las principales variables en el sector de negocio (a pesar de ser muy generales, el objetivo es que a partir de cada cuestionamiento, las editemos y ajustemos), para esto es recomendado que planteemos una estrategia de seguimiento que busca vincular los riesgos y las estrategias de acción con potenciales formas de asegurarnos cuando ese riesgo en específico se encuentra activo y así contar con mejores formas de abordaje, en su mayoría para tiempos de crisis, recesión o ajuste económico (positivos y/o negativos).

**Dinámica en
clases**

Complete el siguiente cuestionario con su debido proyecto de negocio, para cada pregunta, además de la respuesta, proponga una primera estrategia de abordaje en caso de que esa problemática se presentara. Más adelante, estaremos trabajando sobre la elaboración de planes de contingencia ante el riesgo y demás aspectos.

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Cuáles son las disposiciones técnicas con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿Cuáles son los requisitos en este sector?		
¿Cuáles serían las disposiciones legales con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿En qué se enrumban las nuevas disposiciones legales?		
¿Cuál es la estrategia de sostenibilidad de la empresa?		
¿Cómo se proyecta la empresa si enfrenta una fuerte crisis de proyección de marca?		
¿Cómo aborda nuestro proyecto de negocio la retención y fidelización de nuestros clientes?		
¿Cómo reacciona la empresa ante nuevos riesgos inesperados ocasionados por la banca, el mercado, la crisis, la situación socio económica?		

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II



Dinámica en clases

Con base a esta información, debemos conocer las estrategias de seguimiento. Esta herramienta tiene como función permitir tener un mayor control del potencial riesgo en nuestros proyectos. Estas estrategias contienen metas de medición de los diversos temas que con un control de las variables tendría como medida la activación de alertas amarillas o rojas ante el acercamiento de los riesgos presentados.

Con base a las estrategias de acción presentadas en cuadro anterior, proponga por cada una de las elaboradas, una estrategia de seguimiento que permita diagramar los indicadores “de alerta” para que los tenga en cuenta en su proyecto.

Pregunta Inicial	Estrategia de acción	Estrategia de seguimiento
¿Cuáles son las disposiciones técnicas con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿En qué se enrumban las nuevas disposiciones técnicas en este sector?		
¿Cuáles serían las disposiciones legales con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿En qué se enrumban las nuevas disposiciones legales?		
¿Cuál es la estrategia de sostenibilidad de la empresa?		
¿Cómo se proyecta la empresa si enfrenta una fuerte crisis de proyección de marca?		
¿Cómo aborda nuestro proyecto de negocio la retención y fidelización de nuestros clientes?		
¿Cómo reacciona la empresa ante nuevos riesgos inesperados ocasionados por la banca, el mercado, la crisis, la situación socio económica?		

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II

Revise que su estrategia de seguimiento cuente con variables sencillas de medir para la recolección de información, claras y legibles. Además, que cuenten con un periodo de actualización periódica y una herramienta respectiva de medición (que puede ser construida después), por ejemplo: Cada 3 meses se medirá el ingreso bruto per cápita promedio de nuestros clientes, con el objetivo de alinear nuestras bandas presupuestarias de producto y así ajustar la oferta, esto se hará por medio de una encuesta de satisfacción en productos seleccionados, con los que el proyecto de negocio cuente como base para realizar esta valoración.

4 El negocio

Con respecto al ámbito empresarial, es decir el manejo de negocio se puede tener en cuenta una serie de factores como el capital, los socios, la necesidad de ser sujetos de crédito o inversión en mediano o largo plazo, así como la capacidad de innovación y crecimiento en aspectos básicos de su negocio.

Las preguntas de este apartado se encuentran enfocadas en su mayoría en el modelo de negocio, es decir, en las variables en las que la operación del negocio que pueden presentar un riesgo en el manejo y constituye una práctica en los emprendimientos. Muchos de los proyectos de negocio, no toman en cuenta estos riesgos a pesar de estar estrechamente vinculados a la labor cotidiana de sus proyectos.

cuenta con las herramientas necesarias para abordar este riesgo, ya que en esto consiste este ejercicio, que con base a estas respuestas se puedan generar estrategias más adelante.

Estrategia de acción: corresponde al plan de acción que tomaremos para este riesgo presentado, las estrategias deben ir redactadas siempre buscando soluciones no solamente inmediatas, sino también existen más complejas y que pueden durar un tiempo.



Dinámica en clases

Complete el siguiente cuestionario con su debido proyecto de negocio, para cada pregunta, además de la respuesta, proponga una primera estrategia de abordaje en caso de que esa problemática se presentara. Más adelante, estaremos trabajando sobre la elaboración de planes de contingencia ante el riesgo y demás aspectos.

35

CONCEPTOS PRINCIPALES FASE II

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con un problema o necesidad claramente identificado?		
¿Es nuestro nicho de mercado lo suficientemente rentable para trabajar?		
¿Agregamos valor con nuestro producto o servicio?		
¿Generamos un buen margen de ganancia?		
¿Controlamos nuestros costos de producción?		
¿Agregamos valor a todas nuestras contrapartes (clientes, socios, proveedores....)?		
¿Conocemos el margen de operación en nuestra cadena de valor?		
¿Tenemos determinada nuestra estructura de costos, el margen de ganancia, y el precio final de nuestro producto?		
¿En qué medida afecta el precio de la competencia en el establecimiento del precio de nuestro producto?		
¿Cómo estamos diversificando la estructura de ingresos para que sea más dinámica?		
¿Cuáles son las principales innovaciones en nuestros canales de contacto con nuestros clientes?		
¿Cuáles son los perfiles de recurso humano que estaremos ocupando?		
¿Ocupamos inversión? (Cuánto, y para qué?)		
¿Cuál es nuestra meta de crecimiento en rentabilidad anual?		
¿Cuántos productos/servicios queremos y debemos (punto de equilibrio) colocar en el mercado?		
¿Conocemos nuestras necesidades para el siguiente paso?		

36

PROYECTO - VALIDACIÓN

Habilidad: Pensamiento sistémico

Habilidad para ver el todo y las partes, así como las conexiones entre estas que permiten la construcción de sentido de acuerdo al contexto.



Dinámica en clases

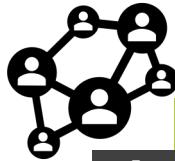
Con base a los cuadros completados, realice al menos una sesión de consulta con un experto en el área de su idea de negocio. Recuerde recopilar las recomendaciones en un cuadro o herramienta que le permita tomarlas en cuenta más adelante. Puede utilizar el siguiente cuadro como guía.

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Recomendación	Sector	Estrategia de seguimiento	Encargado (a)

36

VALIDACIÓN – PROYECTO



Dinámica en clases

Entrevista a experto. Esta actividad tiene como objetivo diseñar preguntas claves para entrevistar a expertos de mi comunidad sobre el tema de nuestro interés.



Recursos a utilizar en la actividad:

Lapicero y hojas, cámara. Etc..



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N°1:

Determine qué tipo de experto necesita. Si trabajas en salud, puede ser una buena apuesta un médico o alguien que trabaje en el área asociada.

Paso N°2:

Cuando reclute a sus expertos, bríndele una vista previa del tipo de preguntas que hará y hágales saber cuánto tiempo necesitará. Esto es para ser respetuoso con el tiempo del experto.

Paso N°3:

Elija expertos con diferentes puntos de vista. No quieras las mismas opiniones una y otra vez.

Paso N°4:

Haz preguntas inteligentes e investigadas. Aunque debería venir preparado con una idea de lo que le gustaría aprender, asegúrese de que su plan de juego sea lo suficientemente flexible como para permitirle seguir líneas de investigación inesperadas.

Paso N°5:

Registre su entrevista con las herramientas que tenga. Un bolígrafo y papel funcionan bien.

Paso N°6:

Realice al menos unas 5 preguntas como mínimo del tema que quiera conocer con el o la experto (a)

37

MATRIZ DE RIESGOS FASE I

Habilidad: Pensamiento crítico

Habilidad para mejorar la calidad del pensamiento y apropiarse de las estructuras cognitivas aceptadas universalmente (claridad, exactitud, precisión, relevancia, profundidad, importancia).

1 Introducción

La gestión de los riesgos

Gestionar o administrar los riesgos es "el proceso mediante el cual se identifican, analizan, evalúan, tratan o manejan, monitorean y comunican los riesgos generados en una actividad, función o proceso" llevado a cabo con el fin de "mitigar la exposición total de la empresa" a los riesgos. Existen una serie de riesgos entre ellos: del entorno y los de la empresa. El entorno organizacional comprende elementos como el país donde está ubicada la empresa, su naturaleza, la región, la ciudad, además del sector, la industria y las condiciones económicas, políticas, sociales y culturales. Algunos riesgos del entorno son: riesgos de la naturaleza (terremotos, maremotos, deslizamientos, erupción volcánica, etc.), riesgo país, riesgo cultural, riesgo económico, riesgo político, riesgo social riesgo tecnológico.

Dentro de la empresa se pueden presentar un sinfín de riesgos que pueden afectar los procesos, el mercado, los recursos humanos, físicos, tecnológicos, financieros y organizacionales, así como a los clientes y hasta la imagen de la misma. Algunos riesgos generados en la empresa son: riesgo reputacional, riesgo puro, riesgo especulativo, riesgo estratégico, riesgo operativo, riesgo físico, riesgo ambiental, riesgo legal, riesgo laboral, riesgos financieros.

La gestión de riesgos trae múltiples beneficios, como son el análisis organizacional, vinculado con todo el personal en el tema de la exposición al riesgo, toma de decisiones acertadas y equilibradas para el manejo de los riesgos, mejor control en los costos de la empresa, mejoramiento continuo y aprovechamiento.

La gestión de riesgos comprende seis etapas: la identificación, en la que se descubren aquellos eventos o situaciones que reflejan peligro

y afectan los objetivos de la organización; la calificación de riesgos, en la que se determina la representatividad de los riesgos, es decir, la magnitud de estos, en cuanto a su probabilidad de ocurrencia y a su impacto; la evaluación de riesgos, que consiste en analizar la situación en la que está la organización frente a los riesgos, de acuerdo con su calificación, en ella se determina si los riesgos son aceptables, tolerables graves o inaceptables; el diseño de medidas de tratamiento de los riesgos, estas medidas se clasifican en dos tipos: para el control del riesgo (evitar, prevenir o proteger) y para el financiamiento del riesgo (aceptar, retener o transferir); posteriormente se da la implementación de las medidas de tratamiento de los riesgos; y el monitoreo y evaluación de los riesgos, que consiste en realizar el seguimiento al estado de los riesgos.

Elementos de la matriz de riesgos

La Matriz de Riesgos es una herramienta de gestión que permite determinar objetivamente cuáles son los riesgos que enfrenta una organización. Relacionado con el tema de emprendimiento, esta nos servirá para contar con un panorama general de los riesgos inmediatos y en las diferentes áreas, así como su categorización como altos, medios o bajos con el objetivo de brindar atención a los más urgentes.

1.1. Pasos para la elaboración de una Matriz de Riesgos

1.1.1 Lluvia de ideas en la determinación de los principales riesgos

Lógicamente el primer paso será identificar el máximo posible número de riesgos para nuestro proyecto. Para ello nos debemos reunir con los stakeholders que nos puedan aportar la mayor información y

analizar el posible origen de los riesgos. Para obtener el mayor número posible de riesgos y no dejarnos ninguno olvidado por el camino, podemos ayudarnos de una herramienta llamada: RBS (Risk Breakdown Structure). La RBS nos ayudará en nuestras sesiones de ideación con los interesados del proyecto a buscar riesgos en todas las áreas posibles. Sin embargo, en esta primera fase de identificación dedicaremos la lección a estudiar los riesgos basados en un proceso de validación y revisión interna antes de evaluar los riesgos con otros agentes externos como clientes, proveedores, socios, entre otros.

1.2 Categorización de los riesgos

Después de la identificación de los riesgos, el siguiente paso sería hacer un análisis cualitativo y a ser posible también cuantitativo de los mismos para poder clasificarlos de mayor a menor importancia en nuestra Matriz de Riesgos. Para esto, debemos comprender las siguientes variables basado en cada riesgo identificado

previamente, y brindarle una categoría de atención, esto puede ser desde bajo, medio o un riesgo alto, y además colocar si este riesgo es probable, muy poco probable, bastante probable. No utilizaremos ninguna fórmula de cálculo de probabilidad, pero para fines prácticos será bueno determinar cuáles riesgos en nuestro negocio cuentan con mayor probabilidad de que ocurran, además de la estrategia de respuesta para cada uno de ellos.



Dinámica en clases

Revise el cuadro adjunto con un ejemplo de la categorización de los riesgos (Matriz de la categorización de riesgos), tome en cuenta los riesgos identificados en las lecciones anteriores y realice este ejercicio de colocar en la tabla cada riesgo según su impacto, así como su probabilidad (raro, poco probable, probable, muy probable, casi seguro), también determine las consecuencias existentes.



* Herramienta matriz de riesgo

		GRAVEDAD (IMPACTO)				
		RARO 1	POCO PROBABLE 2	POSIBLE 3	MUY PROBABLE 4	CASI SEGURO 5
PROBABILIDAD	Despreciables	5	5	10	15	20
	Menores	4	4	8	12	16
	Moderados	3	3	6	9	12
	Mayores	2	2	4	6	8
	Catastróficos	1	1	2	2	4

38

MATRIZ DE RIESGOS FASE II



Dinámica en
clases

Complete el cuadro adjunto con los riesgos en las diferentes áreas del negocio, tome en cuenta las respuestas a los ejercicios anteriores enfocados en el mercado, los competidores, los clientes, el ambiente y los aspectos de negocio evaluados en las lecciones anteriores.

Tenga en cuenta que este es un primer proceso de validación interna por lo que tendrá que identificar los elementos que debe preguntar.

Habilidad: Pensamiento crítico

Habilidad para mejorar la calidad del pensamiento y apropiarse de las estructuras cognitivas aceptadas universalmente (claridad, exactitud, precisión, relevancia, profundidad, importancia).

Algunas consideraciones:

Impacto: Estas corresponden a las dos áreas de enfoque en la medición e identificación de riesgos en cualquier organización.

Áreas: subdivisiones temáticas de las áreas de nuestro proyecto de negocio.

Entorno natural: producto o servicio puntual con el que se relaciona el riesgo directamente.

Descripción: se debe colocar el estado actual de planificación de este producto y si éste presentara algún riesgo en caso de tenerlo.

Una de las habilidades más importantes de emprender es saber sobrelevar el riesgo y navegar la incertidumbre y rápida. Lo más importante para emprender es tomar acción!



38

MATRIZ DE RIESGOS FASE II

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Impacto	Áreas	Entorno natural	Descripción
Proyecto Relacionado (Externo)	Mercado	Instalaciones	
		Servicios locales	
		Ambiente político	
		Ambiente legal	
		Entorno cultural	
		Condiciones de trabajo	
		Condiciones financieras	
		Competencia	
		Solicitud	
	Organización y gestión	Dependencias financieras	
Proyecto relacionado (Interno)	Cliente	Estabilidad de la empresa	
		Experiencia de la empresa	
		Cultura corporativa	
		Lugar de negocios	
		Experiencia de gestión	
		Definición de necesidades	
		Incertidumbre de las necesidades	
		Complejidad de las necesidades	
		Relación con el cliente	
	Tecnología	Disponibilidad de tecnología	
		Madurez tecnológica	
		Limitaciones tecnológicas	
	Recursos de personal / material	Personal de habilidades	
	Otros	Experiencia personal	
		Disponibilidad de recursos	
		Calidad de recursos	

39

DISCUSIÓN GRUPAL



Dinámica en clases

Revise los cuadros realizados en las lecciones anteriores, reviselos con su grupo de trabajo, comparta el trabajo con sus compañeros e integre opiniones y recomendaciones con el fin de cuantificar y medir mejor los riesgos que puede presentar su emprendimiento en las diferentes fases de desarrollo.

Habilidad: Pensamiento crítico

Habilidad para mejorar la calidad del pensamiento y apropiarse de las estructuras cognitivas aceptadas universalmente (claridad, exactitud, precisión, relevancia, profundidad, importancia).

Una de las habilidades más importantes de emprender es saber sobrelevar el riesgo y navegar la incertidumbre y rápida. ¡Lo más importante para emprender es tomar acción!



40

GENERACIÓN DE SOLUCIONES

Habilidad: Pensamiento crítico

Habilidad para mejorar la calidad del pensamiento y apropiarse de las estructuras cognitivas aceptadas universalmente (claridad, exactitud, precisión, relevancia, profundidad, importancia).

1 Introducción

Continuidad de los pasos en la elaboración de la Matriz de Riesgos

Una vez analizada la probabilidad y el impacto de los riesgos del proyecto, siguiendo los pasos de identificación y categorización, procederemos a cumplimentar la Matriz de Riesgos

En esta matriz indicaríamos por un lado el riesgo, y por otro su probabilidad e impacto, el resultado de multiplicar PxI (Probabilidad x Impacto) será la clasificación global del riesgo, podemos usar un código de colores para los riesgos en nuestra matriz como el siguiente: verde (riesgo bajo), amarillo (riesgo medio), rojo (riesgo alto).

Por último y no por ello menos importante, debemos recordar que la Matriz de Riesgo es un documento "vivo", es decir deberemos actualizarla constantemente para

que sea un reflejo de la realidad y nos sea una herramienta útil.

Para ello deberemos revisar la Matriz de Riesgos en todas las reuniones de reporte de estado de nuestro emprendimiento, y comentar los riesgos que nos han impactado, los que no, clasificarlos de nuevo, modificar la probabilidad y el impacto si estos han variado, etc.

2 Acerca de los planes de contingencia

Además de la identificación de los riesgos, es importante elaborar planes de contingencia para cada uno de los riesgos planteados en el cuadro anterior.



Dinámica en
clases

Complete la matriz de riesgo adjunta, que constituye un resumen de las lecciones anteriores, esta tabla es bastante completa ya que resumirá los estados, las áreas de atención, nivel de prioridad, los alcances y costos de nuestros riesgos en el negocio. Además, reconozca los planes que realizaría en caso de que unos de los riesgos planteados sucedan

Habilidad para mejorar la calidad del pensamiento y apropiarse de las estructuras cognitivas aceptadas universalmente (claridad, exactitud, precisión, relevancia, profundidad, importancia).

1 Introducción

Herramientas para la validación externa de riesgos

Existen algunas herramientas que se utilizan para que mediante los agentes externos al proyecto de negocio como proveedores, clientes, competidores y terceros podamos validar:

Lluvia de ideas

El equipo expone sus percepciones de riesgo en las diferentes áreas y departamentos de trabajo y propone las variables que consideran son de riesgo en el negocio.

Entrevistas estructuradas/ Semiestructuradas

Son útiles cuando es difícil reunir a un grupo de expertos para identificar los riesgos. Este método también se usa para apreciar la eficacia de los controles existentes como parte del análisis del riesgo.

Se puede realizar en cualquier fase de un proceso. Antes de iniciar las entrevistas se deben tener claros los objetivos de las mismas, una lista de entrevistados y un conjunto de preguntas bien preparadas. Estas preguntas que guiarán al entrevistador durante el proceso, deben ser abiertas y concretas, lo más sencillas posibles y formuladas en un lenguaje que el entrevistado entienda.

Talleres de trabajo

Consiste en una reunión de grupo de actores de interés que tiene como objetivo identificar los riesgos y evaluar su posible impacto en la empresa.

Comparación con otras organizaciones

Algunas veces referenciar otras empresas con el objetivo de evaluar los competidores es una buena técnica que ayuda en la identificación de riesgos.

Cuestionario:

Estas herramientas están enfocadas en detectar las preocupaciones de los actores sobre riesgo o amenazas que se perciben en el entorno operativo.



Dinámica en clases

Construya su propia herramienta de trabajo para realizar el proceso de validación externa, tome en cuenta las herramientas previamente presentadas con el fin de aplicarla con sus actores de interés definidos. Para esto, escoja una audiencia: clientes, proveedores, socios, aliados comerciales, competidores, inversores, entre otros.

42

PROYECTO – VALIDACIÓN



Dinámica en clases

Realice en conjunto con su equipo de trabajo el proceso de validación externa a la audiencia seleccionada, tome en cuenta que ya no estará preguntando sobre necesidades de mercado, ventaja competitiva o valor agregado, sino más bien sobre los riesgos de su negocio. El objetivo es que logremos validar en conjunto con estos actores dinámicas de riesgo en nuestros proyectos de negocio.

Habilidad: Creatividad e innovación.

Habilidad para generar ideas originales que tengan valor en la actualidad, interpretar de distintas formas las situaciones y visualizar una variedad de respuestas ante un problema o circunstancia.

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Explorando mis habilidades emprendedoras Intermedio II

Nombre:	Nivel:
Sexo:	Edad:

Esta medición tiene como objetivo explorar mis habilidades emprendedoras basadas en tres áreas: Identificando ideas y oportunidades, entendiendo los recursos que necesito, y tomando acción. No hay respuesta correctas. La medición es para que podás explorar personalmente como estás en las diferentes habilidades de mentalidad emprendedora.

Por favor marque con una equis (X) en qué medida las siguientes afirmaciones le corresponden

Si no se entiende el enunciado se puede dejar en blanco.

1. Definitivamente no. 2. Pocas veces. 3. La mayoría del tiempo . 4. Definitivamente sí.

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Identificar, crear y aprovechar oportunidades	Puedo buscar de forma proactiva oportunidades para crear un valor, incluidas por necesidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concentrarse en los desafíos	Puedo redefinir la descripción de un desafío, de modo que puedan surgir oportunidades alternativas para abordarlas de manera evidente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Descubrir necesidades		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Analizar el contexto	Puedo identificar mis oportunidades personales, sociales y profesionales para crear un valor, tanto en organizaciones existentes o mediante la creación de nuevas empresas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser curioso y abierto	Puedo buscar de manera activa nuevas soluciones que satisfagan mis necesidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar ideas	Puedo probar el valor de mis soluciones con los destinatarios finales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir problemas	Puedo remodelar problemas inconclusos para que se ajusten a mis habilidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diseñar valor	Puedo generar pruebas y definir prototipos progresivamente que estimulen el valor que quiero crear.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser innovador	Puedo juzgar si una idea, producto o proceso es innovador o simplemente nuevo para mí.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Imaginar	Puedo construir escenarios futuristas sobre mi actividad de crear valores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensar estratégicamente	Soy consciente de lo que se necesita para construir una visión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acción guiada	Puedo decidir con qué tipo de visión puedo contribuir para crear un valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reconocer el valor de las ideas	Puedo decidir en qué tipo de valor quiero actuar y luego elegir el camino más apropiado para hacerlo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Compartir y proteger ideas	Puedo elegir los derechos más convenientes para compartir y proteger el valor de mis ideas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comportarse éticamente	Estoy motivado por la honestidad y la integridad cuando tomo decisiones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pensar de forma sostenible	Puedo hacer una declaración transparente del problema cuando me enfrento a prácticas que no son sostenibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evaluar el impacto	Puedo identificar las partes interesadas que se ven afectadas por el cambio provocado por mi actividad de crear valor (o la de mi equipo), incluidas las partes interesadas que no pueden expresar lo que opinan (por ejemplo, las futuras generaciones, el clima o la naturaleza).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser responsable	Puedo distinguir la diferencia entre la contabilidad por el uso de los recursos y la contabilidad por el impacto de mi actividad de crear valor en las partes interesadas y en el medio ambiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguir tus aspiraciones	Puedo reflexionar sobre mis necesidades individuales y grupales, deseos, intereses y aspiraciones en relación con las oportunidades y las perspectivas futuras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Identifica tus fortalezas y debilidades	Me motiva el deseo de utilizar mis fortalezas y habilidades para aprovechar al máximo las oportunidades para crear valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Creo en mis capacidades	Creo que puedo influir en las personas y las situaciones para mejorar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Da forma a tu futuro	Puedo usar mis habilidades y aptitudes para cambiar mi trayectoria profesional, como resultado de nuevas oportunidades o por necesidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantener el impulso	Puedo controlar mi propio comportamiento para mantenerme motivado y lograr los beneficios de convertir ideas en acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser determinado	Estoy dispuesto a esforzarme y usar recursos para superar los desafíos y lograr mis objetivos (o los de mis equipos).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Enfócate en lo que te mantiene motivado	Puedo notar la diferencia entre los factores personales y externos que me motivan a mí y a otros a la hora de crear un valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ser resiliente	Puedo decidir cuando no vale la pena seguir con una idea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
No me rindo	Puedo mantener el esfuerzo y el interés a pesar de los contratiempos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administrar recursos	Puedo obtener y manejar los recursos necesarios para convertir mi idea en acción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usar los recursos de manera responsable	Uso los recursos de manera responsable y eficiente (por ejemplo, energía, materiales en el cambio de suministro o proceso de fabricación, espacios públicos).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sacar el máximo provecho de su tiempo	Puedo usar mi tiempo efectivamente para alcanzar mis objetivos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Obtener apoyo	Puedo encontrar y enumerar servicios públicos y privados para apoyar mi actividad de creación de valor (por ejemplo, incubadora de empresas, asesores de empresas sociales, ángulos de puesta en marcha, cámara de comercio).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comprender conceptos económicos y financieros	Puedo leer estados de ingresos y hojas de balance.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presupuesto	Puedo conocer las necesidades de flujo de caja de una actividad que crea un valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Encontrar financiación	Puedo identificar fuentes de financiamiento públicas y privadas para mi actividad de creación de valor (por ejemplo, premios, fondos colectivos y acciones).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entender impuestos	Puedo estimar las principales obligaciones contables y fiscales que debo realizar para cumplir con los requisitos fiscales para mis actividades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inspira e inspiráte	Puedo dar el ejemplo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persuadir	Puedo persuadir a los demás recurriendo a sus emociones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comunicar efectivamente	Puedo comunicar el valor de mi idea (o la de mi equipo) a las partes interesadas de diferentes entornos de manera efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Usar los medios de manera efectiva	Puedo usar los medios de comunicación de manera apropiada al demostrar que soy consciente de mi audiencia y mi objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asumir la responsabilidad	Puedo asumir responsabilidades individuales y grupales en actividades de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trabajar independientemente	Me motiva la posibilidad de poder iniciar actividades de creación de valor de forma independiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tomar acción	Me enfrento a los desafíos, resuelvo los problemas y aprovecho las oportunidades para crear valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir objetivos	Puedo establecer objetivos a corto plazo en los que puedo actuar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Planificar y organizar	Puedo permitir la posibilidad de cambios en mis planes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desarrollar planes de negocios sostenibles	Puedo definir los elementos clave que conforman el modelo de negocio necesario para entregar el valor que he identificado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Definir prioridades	Puedo establecer mis propias prioridades y actuar sobre ellas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Controla tu progreso	Puedo establecer hitos básicos e indicadores de observación para monitorear el progreso de mi actividad de creación de valor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Ser flexible y adaptarse a los cambios	Puedo adaptar mis planes para alcanzar mis objetivos a la luz de los cambios que están fuera de mi control.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Hito	Afirmación	1 2 3 4
Manejar la incertidumbre y la ambigüedad	Puedo buscar activamente comparar y contrastar diferentes fuentes de información que ayuden a reducir la ambigüedad, la incertidumbre y el riesgo al tomar decisiones.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Calcular el riesgo	Puedo sopesar los riesgos y beneficios del trabajo autónomo con opciones de carrera alternativas y tomar decisiones que reflejen mis preferencias.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Manejar el riesgo	Puedo evaluar de manera crítica los riesgos relacionados con la configuración formal de una empresa de creación de valor en el área en la que trabajo.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Aceptar la diversidad	Puedo valorar la diversidad como una posible fuente de ideas y oportunidades.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Desarrollar la inteligencia emocional	Puedo enfrentar y resolver conflictos.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Escuchar activamente	Puedo escuchar a mi destinatario final.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
En equipo	Comparto la propiedad de las actividades de creación de valor con los miembros de mi equipo.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Trabajar juntos	Puedo crear un equipo de personas que pueden trabajar juntas en una actividad de creación de valor.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Expandir la red	Puedo establecer nuevas relaciones para obtener el apoyo que necesito para convertir las ideas en acciones, incluido el apoyo emocional (por ejemplo, unirse a una red de mentores).	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Reflejar	Puedo determinar si y cómo he logrado mis objetivos, para poder evaluar mi desempeño y aprender de él.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Aprender a aprender	Siempre estoy buscando oportunidades para mejorar mis fortalezas y reducir o compensar mis debilidades.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Aprender de la experiencia	Puedo filtrar los comentarios brindados por otros y rescatar lo mejor de ellos.	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Fichas de seguimiento

FICHA DE SEGUIMIENTO – GUÍA DE NOVENO AÑO MÓDULO II: CAPACIDAD DE ESCUCHA

I. EL PROCESO DE LA ESCUCHA ACTIVA:

II. DEL ESPÍRITU A LA ACCIÓN: FIJACIÓN DE OBJETIVOS

Comunicación asertiva en la comunicación	Características	Evolución de problemas			
Conducta no verbal		Tipos de problemas	Caracterización	Respuesta proactiva	Respuesta reactiva
		Problemas importantes: su respuesta no pudo demorar			
		Problemas cuyo impacto es considerable pero no urgente			
		Problemas urgentes, pero no importantes			
		Problemas no urgentes y no importantes			

Fichas de seguimiento

**FICHA DE SEGUIMIENTO – GUÍA DE NOVENO AÑO
MÓDULO III: TOMA DE DECISIÓN**

I. DE LA IDEA A LA EJECUCIÓN DEL PLAN FASE I

Preguntas	Respuestas
¿He identificado algo que me apasiona?	
¿Posee una visión de lo que quiero hacer?	
¿Qué me falta por alcanzar las metas?	
¿Qué necesito para alcanzar mis objetivos?	
¿Estoy dispuesto a invertir tiempo en el logro de los objetivos en el proyecto que me apasiona?	
¿Qué debo dejar de realizar?	
¿Qué debo aprender?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Quiero realmente impactar a muchas personas?	
Si ya ha identificado una idea de proyecto ¿ha sido la única o ya ha visualizado otra?	

Fichas de seguimiento

**FICHA DE SEGUIMIENTO – GUÍA DE NOVENO AÑO
MÓDULO IV: ASUMIR RIESGOS**

**I. GUÍA DE PRESUNTAS PARA LA SESIÓN DE CONSULTA
SOBRE RIESGOS:**

**II. RESULTADOS DE LA SESIÓN DE CONSULTA A
EXPERTOS:**

Fichas de seguimiento

III. MATRIZ DE RIESGOS:

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con un nicho de mercado definido?		
¿Nuestro cliente/usuario/beneficiario tiene claro el valor que genera nuestro producto/servicio?		
¿Qué tan rápido existen cambios o transformaciones en los intereses o motivaciones en nuestro nicho de mercado?		
¿Podemos prevenir estos cambios en los nichos de mercado mediante metas de crecimiento enfocadas en generar valor con nuestros productos/servicios?		
¿Qué nuevas regulaciones se podrían pensar de cara a nuestro mercado?		
¿Podría la tecnología y sus nuevas aplicaciones sustituir inmediatamente o de forma gradual el posicionamiento de mi producto/servicio en el mercado?		
¿Me permiten los cambios frecuentes en el mercado contar siempre con un producto adecuado al cliente?		

Fichas de seguimiento

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Cuenta con un producto/servicio que no es fácil de replicar?		
¿Puede identificar con facilidad los elementos que me diferencian de la competencia?		
¿Cuentan sus productos/servicios con algún proceso de protección de datos como la propiedad intelectual o derechos de autor?		
¿Cuenta con alguna estrategia de diferenciación al mediano y largo plazo?		
¿Cómo enfrenta a su competencia directa e indirecta?		
¿Cuenta con un proceso para incluir elementos en el abordaje de la competencia?		

Fichas de seguimiento

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con una herramienta de actualización de productos y necesidades para nuestros clientes?		
¿Asumimos que las necesidades, motivaciones y puntos de dolor siguen siendo los mismos con los que inicialmente resolvimos con nuestro negocio?		
¿Incluimos variables como el uso de la tecnología en el uso de nuestros productos y servicios?		
¿Con qué frecuencia realizamos grupos focales de atención resolviendo las necesidades de nuestros clientes actuales?		
¿Conocemos nuestro cliente ideal?		
¿A cuál mercado nos enrumbamos en los próximos 10 y 20 años?		
¿Contamos con metas de crecimiento para conocer ese segmento de clientes?		
¿Conocemos de antemano, porqué nuestros clientes eligen nuestro producto o servicio?		

Fichas de seguimiento

Preguntas	Respuestas
¿He identificado algo que me apasiona?	
¿Posee una visión de lo que quiero hacer?	
¿Qué me falta por alcanzar las metas?	
¿Qué necesito para alcanzar mis objetivos?	
¿Estoy dispuesto a invertir tiempo en el logro de los objetivos en el proyecto que me apasiona?	
¿Qué debo dejar de realizar?	
¿Qué debo aprender?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Cómo me puede ayudar?	
¿Quiero realmente impactar a muchas personas?	
Si ya ha identificado una idea de proyecto ¿ha sido la única o ya ha visualizado otra?	

Fichas de seguimiento

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Cuáles son las disposiciones técnicas con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿En qué se enrumban las nuevas disposiciones técnicas en este sector?		
¿Cuáles serían las disposiciones legales con las que debería contar nuestro producto/servicio?		
¿En qué se enrumban las nuevas disposiciones legales?		
¿Cuál es la estrategia de sostenibilidad de la empresa?		
¿Cómo se proyecta la empresa si enfrenta una fuerte crisis de proyección de marca?		
¿Cómo aborda nuestro proyecto de negocio la retención y fidelización de nuestros clientes?		
¿Cómo reacciona la empresa ante nuevos riesgos inesperados ocasionados por la banca, el mercado, la crisis, la situación socio económica?		

Fichas de seguimiento

Pregunta	Respuesta	Estrategia de acción
¿Contamos con un problema o necesidad claramente identificado?		
¿Es nuestro nicho de mercado lo suficientemente rentable para trabajar?		
¿Agregamos valor con nuestro producto o servicio?		
¿Generamos un buen margen de ganancia?		
¿Controlamos nuestros costos de producción?		
¿Agregamos valor a todas nuestras contrapartes (clientes, socios, proveedores....)?		
¿Conocemos el margen de operación en nuestra cadena de valor?		
¿Tenemos determinada nuestra estructura de costos, el margen de ganancia, y el precio final de nuestro producto?		
¿En qué medida afecta el precio de la competencia en el establecimiento del precio de nuestro producto?		
¿Cómo estamos diversificando la estructura de ingresos para que sea más dinámica?		
¿Cuáles son las principales innovaciones en nuestros canales de contacto con nuestros clientes?		
¿Cuáles son los perfiles de recurso humano que estaremos ocupando?		
¿Ocupamos inversión? (Cuánto, y para qué?)		
¿Cuál es nuestra meta de crecimiento en rentabilidad anual?		
¿Cuántos productos/servicios queremos y debemos (punto de equilibrio) colocar en el mercado?		
¿Conocemos nuestras necesidades para el siguiente paso?		

Fichas

de seguimiento

III. TABLA DE RESUMEN:

Impacto	Áreas	Entorno natural	Descripción
Proyecto Relacionado (Externo)	Mercado	Instalaciones	
		Servicios locales	
		Ambiente político	
		Ambiente legal	
		Entorno cultural	
		Condiciones de trabajo	
		Condiciones financieras	
		Competencia	
		Solicitud	
	Organización y gestión	Dependencias financieras	
Proyecto relacionado (Interno)	Cliente	Estabilidad de la empresa	
		Experiencia de la empresa	
		Cultura corporativa	
		Lugar de negocios	
		Experiencia de gestión	
		Definición de necesidades	
		Incertidumbre de las necesidades	
		Complejidad de las necesidades	
		Relación con el cliente	
		Disponibilidad de tecnología	
	Tecnología	Madurez tecnológica	
		Limitaciones tecnológicas	
		Recursos de personal material / Personal de habilidades	
	Otros	Experiencia personal	
		Disponibilidad de recursos	
		Calidad de recursos	

Fichas de seguimiento

III. GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL PROYECTO:

Coloque acá un orden establecido para su presentación del proyecto, utilice la información llenada en esta “Ficha de seguimiento del proyecto”, además asigne roles a su equipo para la presentación.

GLOSARIO



Análisis: estudio detallado de algo, especialmente de una obra o de un escrito.

Asertividad: es una habilidad social que se trabaja desde el interior de la persona. Se define como la habilidad para ser claros, francos y directos, diciendo lo que se quiere decir, sin herir los sentimientos de los demás, ni menospreciar la valía de los otros, sólo defendiendo sus derechos como persona.



Cliente: se refiere a una persona que a cambio de un pago recibe servicios/productos de alguien que se los presta por ese concepto.

Consumidor (a): Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello.

Consumidor (a): Toda persona física o entidad de hecho o de derecho, que, como destinatario final, adquiere, disfruta o utiliza los bienes o los servicios, o bien, recibe información o propuestas para ello.

Comunicación assertiva: habilidad social de relación es una forma de expresión consciente, mediante la cual se manifiestan las ideas, deseos, opiniones, sentimientos o derechos de forma congruente, clara, directa, equilibrada, honesta y respetuosa, sin la intención de herir o perjudicar.

Crisis: Es un cambio brusco sobre algún aspecto, un cambio negativo en una situación



Diagnóstico: instrumento de valoración que implica la recolección y análisis de datos para evaluar problemas de diversa naturaleza.



Elevator Pitch: Discurso de presentación sobre un proyecto o emprendimiento, ante potenciales clientes o accionistas cobrando especial relevancia para este segundo colectivo que se supone que busca proyectos y emprendedores con ideas claras, concisas y sintéticas

Espíritu emprendedor: es el motor que nos impulsa a continuar con cada iniciativa que nos proponemos. Este concepto se encuentra muy ligado a las iniciativas y a las acciones que vamos tomando en nuestras vidas. El espíritu emprendedor por lo tanto abarca un conjunto de cualidades y habilidades que van desde el trabajo individual hasta el trabajo en equipo.

Emprendedor: Es una persona creativa, que crea valor en el mercado, identifica oportunidades, es ingeniosa y posee capacidad para aceptar retos.

Emprendimiento: se le denomina al proceso consolidado producto de emprender un proyecto, también se utiliza como parte de aspectos macro como el "Ecosistema de Emprendimiento".

Empatía: Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona.

Encuesta: conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa de grupos sociales, para averiguar estados de opinión o conocer otras cuestiones que les afectan.

Equipo: es un grupo de personas con habilidades complementarias, con objetivos y un conjunto de metas en común. Los miembros están unidos para trabajar a fin de alcanzar los objetivos establecidos, por lo que cada una de las personas responden a ser los responsables de sus resultados.

GLOSARIO



Fracaso: consiste en la no realización de nuestros objetivos o en la interrupción de las tareas que ya hemos comenzado a realizar, sin embargo en emprendimiento el fracaso es una oportunidad de aprendizaje, es asumir riesgos.

FODA: debe sus siglas al análisis interno de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto, el FODA se desarrolla en una matriz que contrasta cada uno de sus elementos.

Fidelización de clientes: Es la Lealtad de un cliente a una marca, producto o servicio



Grupo: es la unión de más de dos personas que pueden o no tener características similares, a modo de ejemplo, todas las personas de su comunidad o bien las personas que laboran en una organización.



Habilidad: es la aptitud innata, talento, destreza o capacidad que ostenta una persona para llevar a cabo y por supuesto con éxito, determinada actividad, trabajo u oficio.

Habilidades blandas: son aquellos atributos o características de una persona que le permiten interactuar con otras de manera efectiva, lo que generalmente se enfoca al trabajo, a ciertos aspectos de este, o incluso a la vida diaria. No son sólo un ingrediente en particular, sino que son el resultado de una combinación de habilidades sociales, de comunicación, de forma de ser, de acercamiento a los demás y otros factores que hacen a una persona dada a relacionarse y comunicarse de manera efectiva con otros.



Idea de negocio: es una descripción corta de las operaciones básicas de un negocio que se pretender abrir. Por lo tanto, un negocio como tal, empieza con una buena idea de negocios, no obstante, antes de continuar con el desarrollo de la idea de negocio, es preciso tener en cuenta un par de ideas claras de cuál será la clase de negocios que deseemos tener.



Impacto: se refiere al resultado final, medible y alcanzable en un tiempo definido de un proyecto ejecutado.

Innovación: se le denomina al proceso que involucra el mejoramiento de un producto o servicio, y que no sólo implica la generación de un nuevo prototipo, sino que también se enfoca en el mejoramiento de los canales de distribución, procesos, estrategias y nichos de mercado. Se encuentra asociado con las tendencias y modas, pero no sólo abarca temas tecnológicos.

Innovar: innovar es realizar algo nuevo.

Inventar: es crear algo nuevo e innovar va mas relacionado con las prácticas y usos que se le dé a ese elemento inventado.

GLOSARIO



Mercado Meta: hace referencia al destinatario ideal de un servicio o producto. Por lo tanto, se trata del sector de población al que se dirige un bien y al que podrá dirigir una organización sus esfuerzos de mercadotecnia.



Nicho de mercado: se le denomina al conjunto de consumidores que conservan intereses, aficiones, rangos etarios y económicos propios de una cierta población.



Pensamiento sistémico: Es ese proceso donde consideramos a todas las partes y tenemos claro que, si una parte está mal, el sistema se ve afectado. Por lo anterior es importante considerar que el pensamiento sistémico contempla: Soluciones, Recursos y Contextos.

Planificación: plan general, metódicamente organizado y frecuentemente de gran amplitud, para obtener un objetivo determinado, tal como el desarrollo armónico de una ciudad, el desarrollo económico, la investigación científica, el funcionamiento de una industria.

Población Beneficiaria/Objetivo: son los usuarios del proyecto o beneficiarios directos, ubicados en una localidad específica. A esta población se le define por su pertenencia a un segmento socioeconómico, grupo etario (menores de seis años, por ejemplo), localización geográfica (zona rural o urbana) y carencia específica (insuficiente abastecimiento de agua potable). Este concepto se utiliza propiamente para los proyectos sociales.

Proceso de validación: la validación de un proceso consiste en establecer evidencia documentada que proporciona un alto grado de seguridad de que un proceso específico, consistentemente produce un producto o servicio que cumple las especificaciones y características de calidad predeterminados.

Prototipo (MPV): “prototipar” es convertir una idea de producto en un elemento tangible que puede ser “tocado, visto, medido y utilizado” para probar el concepto que se está desarrollando y por lo tanto se convierte en la primera aproximación real del producto para el mercado. MPV en sus siglas significa “Mínimo Producto Viable”

Proyecto: se refiere al conjunto de actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo, son esquemas de solución para una problemática o necesidad en específico.

Proyección de marca Disposiciones (legales, técnicas, de diferentes tipos): Proyectar una marca es darle una imagen y hacerla llegar al consumidor. Tipos: Marcas nominativas: Un signo formado por una o varias palabras, números o letras, Marcas figurativas. Son imágenes, logos, logotipos, Marcas Mixtas. Es la combinación de las dos anteriores, Marcas tridimensionales, Marcas sonoras o auditivas



Retención de Crisis: Es un instrumento para amortiguar el impacto de la crisis



Usuario/a: Que usa habitualmente un servicio o producto.

BIBLIOGRAFÍA

Universidad EAFIR. 2015. *Riesgos del emprendedor.* Recuperado de:

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/11904/riesgos_del_emprendedor.pdf?sequence=2&isAllowed=y

CEO LEVEL.2016. *Como crear una Efectiva Matriz de Riesgos en tan solo 3 Pasos.* Recuperado de: <http://www.ceolevel.com/como-crear-una-efectiva-matriz-de-riesgos-en-tan-solo-3-pasos>

Pedagogía activa. S, F. *Actividades para compartir sentimientos y experiencias.* Recueprado de:<https://www.pedagogiaactiva.com/actividades/item/22-actividades-para-compartir-sentimientos-y-experiencias.html>

Fuji, N. S,F. *Caso práctico de segmentación (i).* Recuperado de: <https://labcalidad.files.wordpress.com/2011/03/2212-casos-segmentacion3b3n1.pdf>.

BIBLIOGRAFÍA

Rankia. Chile. 2018. *¿Cómo realizar el Análisis FODA de una empresa?* Disponible a través de: <https://goo.gl/Loiaki>.

Emprendedores, 2018. *34 Técnicas para detectar ideas realmente innovadoras.* Recuperado de: <https://www.emprendedores.es/gestion/a77493/tecnicas-detectar-ideas-innovadoras/>.

Educación Navarra. S.F *Tests de capacidad de escucha activa.* Disponible a través de: <https://goo.gl/hANXWg>.

CENIDET. 2018. *Bussiness model canvas generator.* Disponible a través de: <https://goo.gl/qkp9PK>.

Business model generation. S.F. *Modelo de negocio.* Recuperado de: https://canvanizer.com/downloads/business_model_canvas_poster.pdf

Universidad de Cleveland. 2019. Actividades. Recuperado de: <https://cehs.csuohio.edu/mmfw/making-my-future-work-0>

Creative Commons Attribution citado en TicaMerica. S.F Lienzo modelo de negocios. Recuperado de: [https://ticamericas.net/Download/Business Model Canvas ESP.pdf](https://ticamericas.net/Download/Business%20Model%20Canvas%20ESP.pdf)