

Guía didáctica para el área socio productiva de los Liceos Rurales



8°



mep
Ministerio
de Educación Pública

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

Fortalecimiento del proceso sobre emprendimiento y productividad en Liceos Rurales

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 docente 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

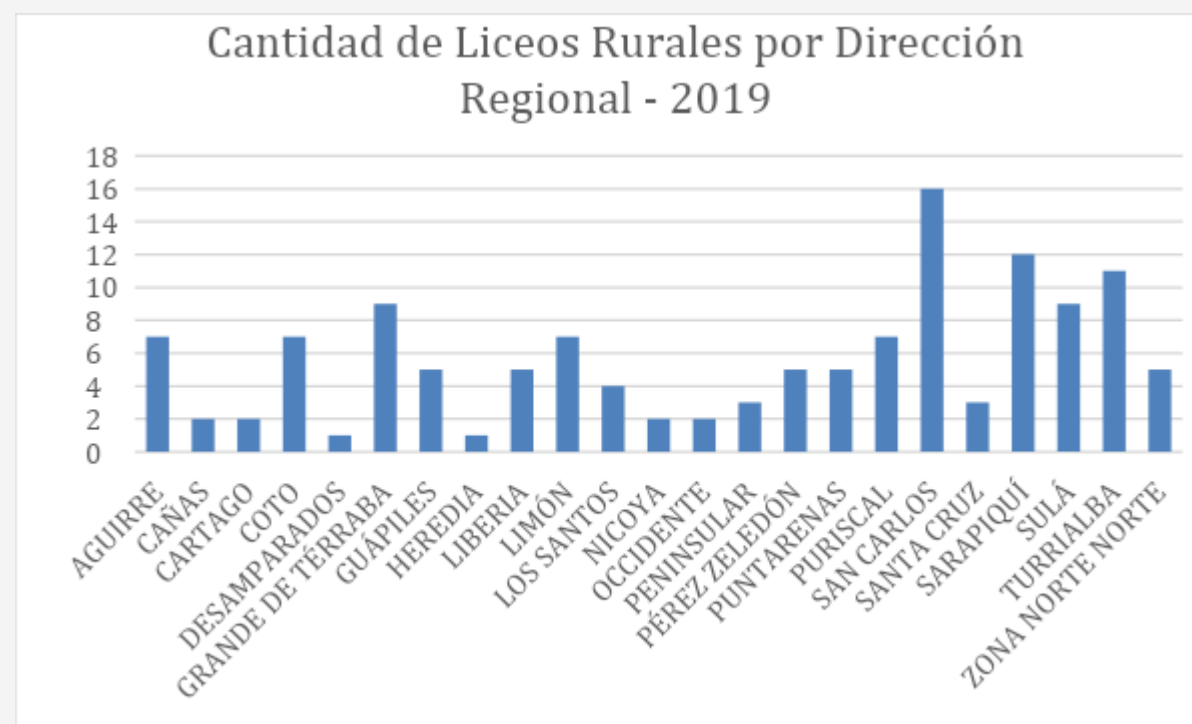
El Ministerio de Educación cuenta desde el año 2009, con un plan de estudio de educación secundaria, diseñado especialmente para ser desarrollado en las zonas rurales dispersas del país, en respuesta a las condiciones económicas y sociales de vulnerabilidad que enfrenta nuestra ruralidad, aprobado por el Consejo Superior de Educación según consta en el acuerdo CSE 05 – 52 – 09, reestructurado 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 rubros 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 %

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.

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

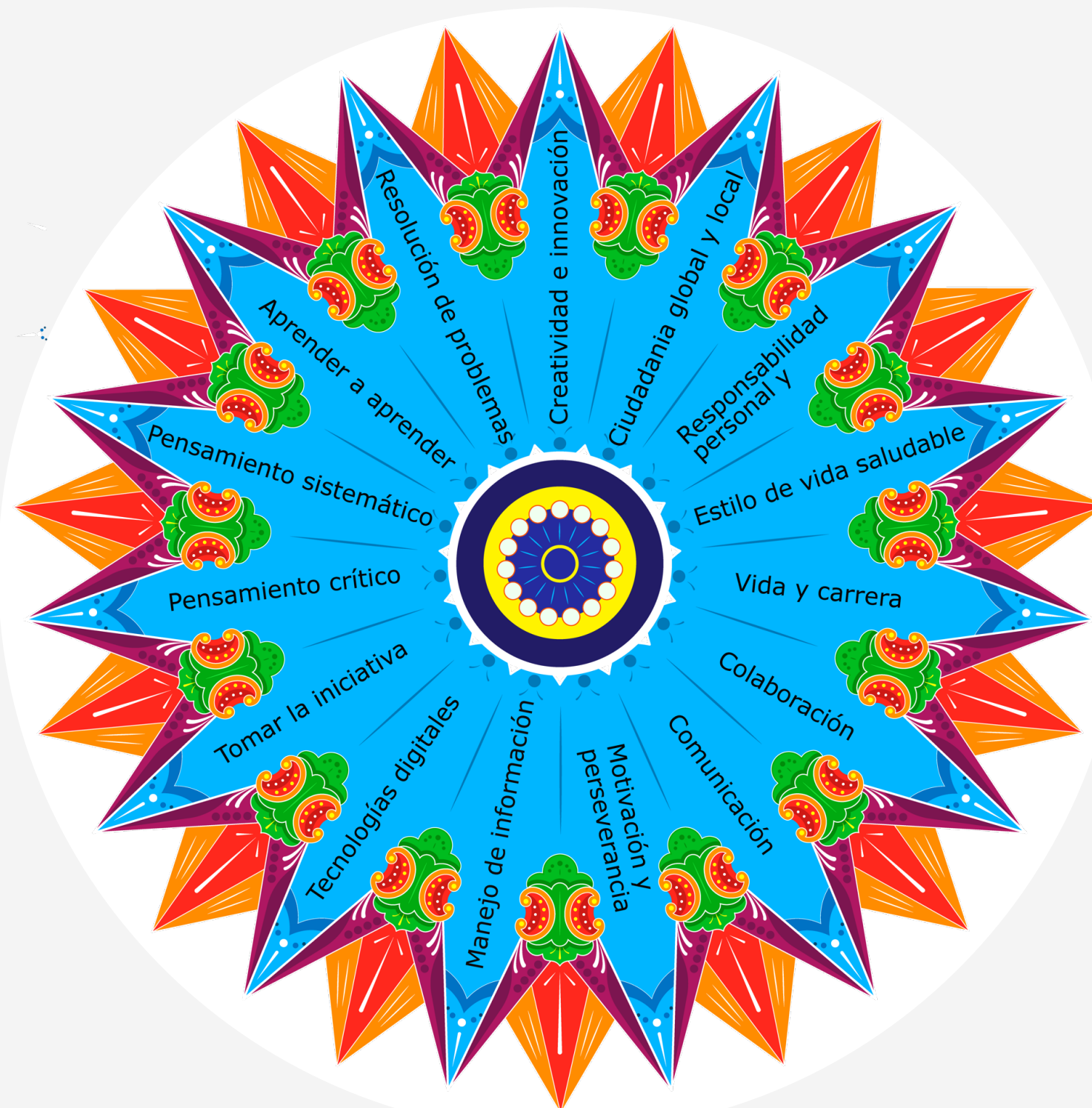
Habilidades en la Guía

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 Sistemático, Aprender a aprender, Resolución de problemas, Creatividad e Innovación, Ciudadanía global y local, Responsabilidad personal y social, Vida y carrera, Colaboración, Manejo de la información, Apropiación de Tecnologías Digitales.



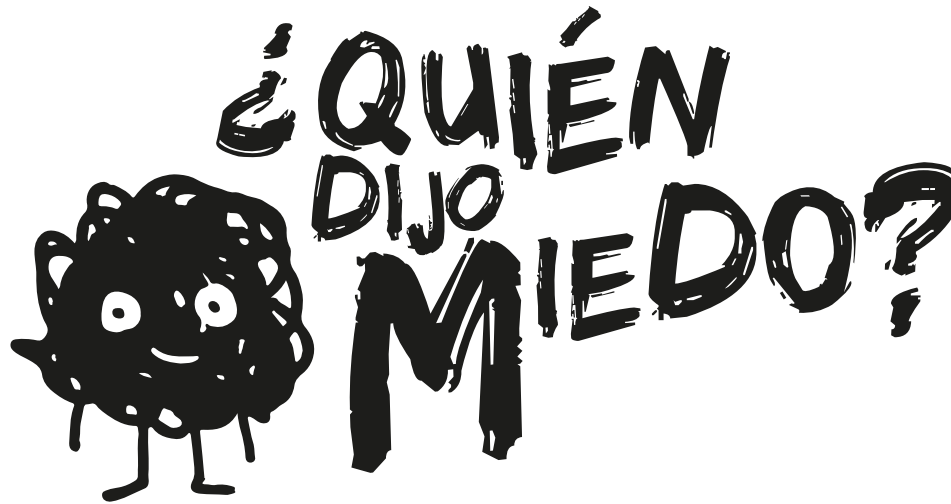
PRESENTACIÓN DE LA GUÍA	03	PRESENTACIÓN DE LA ALIANZA EMPRENDEDORA	04	JUSTIFICACIÓN ANTECEDENTES	05 07	ENFOQUE CURRICULAR EVALUACIÓN	08 09
HABILIDADES EN LA GUÍA	10	SIMBOLOGÍA	12	TEST DE HABILIDADES II	168	GLOSARIO	178
		TEST DE HABILIDADES I	14	FICHAS SE SEGUIMIENTO	172	BIBLIOGRAFÍA	181

ÍNDICE

IDEAS DE PROYECTOS DE NEGOCIOS	Pág 13	IDEAS DE PROYECTOS DE NEGOCIOS	Pág 13	CREATIVIDAD E INNOVACIÓN	Pág 112	GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS	Pág 120	GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS	Pág 120	GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS	Pág 120
1 MÓDULO	Pág	1 MÓDULO	Pág	2 MÓDULO	Pág	3 MÓDULO	Pág	3 MÓDULO	Pág	3 MÓDULO	Pág
Lección I: La idea de negocio que quiero	18	Lección XII: Proyecto - Exposición de la información	78	Lección XXI: Creando a través de la motivación.	113	Lección XXVII: El emprendimiento como oportunidad de aprendizaje Etapa I	121	Lección XXXVII: Diagramación del Producto Mínimo Viable (PMV)	141	Lección XLVII: Ventaja competitiva Fase I	156
Lección II: Las ideas de Negocios como puntos de partida Etapa I	28	Lección XIII: Tipos de Ideas de Negocios: Emprendimientos Lucrativos	79	Lección XXII: Simulador inicial: Design Thinking.	114	Lección XXVIII: El emprendimiento como oportunidad de aprendizaje Etapa II	124	Lección XXXVIII: Proyecto - Construcción del Producto Mínimo Viable (PMV)	142	Lección XLVIII: Ventaja competitiva Fase II	156
Lección III: Proyecto - Casos de estudios	34	Lección XIV: Tipos de Ideas de Negocios: Emprendimientos Sociales	82	Lección XXIII: Proyecto - Creatividad como parte del proceso de aprendizaje	116	Lección XXIX: Proyecto - Taller de habilidades blandas	128	Lección XXXIX: Validación del Producto Mínimo Viable (PMV)	143	Lección XLIX: Recursos actividades y aliados	158
Lección IV: Las ideas de Negocios como puntos de partida etapa II	36	Lección XV: Tipos de Ideas de Negocios: Emprendimientos Culturales	88	Lección XXIV: Comprendiendo el proceso creativo.	117	Lección XXX: Necesidades de mercado	129	Lección XL: Modelo De Negocio: Etapa I	144	Lección L: Revisión del modelo de negocio	159
Lección V: Las ideas de Negocios como puntos de partida etapa III	44	Lección XVI: Tipos de Ideas de Negocios: Emprendimientos Ambientales	96	Lección XXV: Como generar ideas creativas e innovadoras.	118	Lección XXXI: Identificando nuestro mercado meta	130	Lección XLI: Estructura del Modelo De Negocio	146	Lección LI: Presentación de la estretegia de negocios de su proyecto	160
Lección VI: Proyecto autoexploración de habilidades	55	Lección XVII: Tipos de Ideas de Negocios: Emprendimientos Innovadores.	105	Lección XXVI: Proyecto - Innovación en la comunidad	119	Lección XXXII: Proyecto - Aplicación de la guía de preguntas	133	Lección XLII: Componentes del Modelo de Negocio: Segmentación de clientes y necesidades de mercado	151		
Lección VII: Bloque práctico - oportunidades de negocios. Fase I	57	Lección XVIII: Proyecto - Conocimiento através de nuestras habilidades	109			Lección XXXIII: Propuesta de valor Etapa I	133	Lección XLIII: Descripción general de los elementos de la estructura administrativa,	152		
Lección VIII: Bloque práctico - oportunidades de negocios. Fase II	63	Lección XIX: Bloque práctico - Desarrollo de la idea de negocio	110			Lección XXXIV: Propuesta de valor Etapa II	136	Lección XLIV: Canales de distribución y comunicación de su proyecto	153		
Lección IX: Identificación de necesidades a través del análisis práctico	71	Lección XX: Bloque práctico: La Metodología de aprendizaje	111			Lección XXXV: Inclusión de opiniones y recomendaciones	139	Lección XLV: Estructura de Costos e Ingresos A	154		
Lección X: Proyecto - Conociendo la comunidad	72					Lección XXXVI: Producto Mínimo viable	139	Lección XLVI: Estructura de Costos e Ingresos B	155		
Lección XI: Aprovechando las oportunidades de negocio en nuestra comunidad	73										

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 "¡BOO!" 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



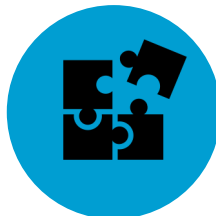
Tarea



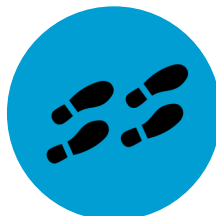
Recurso virtual



Actividad al aire libre



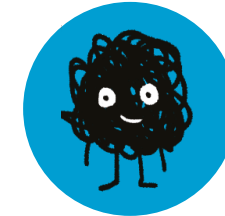
Recursos necesarios en una actividad



Pasos a seguir en una actividad



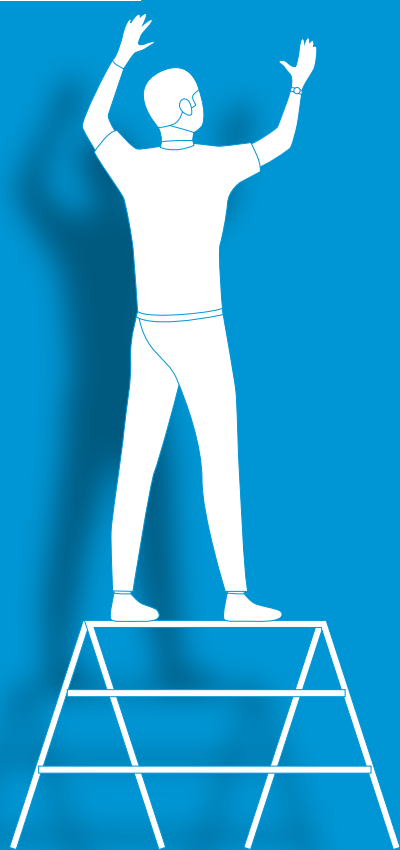
Taquilla aconseja



Taquillo aconseja

IDEAS DE PROYECTOS DE NEGOCIOS

1



Ideas de proyectos
de negocios

Creatividad e
innovación

Generación de ideas
de negocios

Introducción al Módulo

En este módulo tendrás un primer acercamiento con potenciales ideas de negocio, aprenderemos a identificar necesidades de mercado, es decir a aquellos problemas y faltantes en mi comunidad que pueden ser solucionadas por medio de negocios. Así es, los negocios son uno de los principales motores de la economía, ayudan a sociedades enteras a salir adelante en conjunto con otras instituciones públicas, asociaciones de desarrollo, grupos y otros actores importantes. Los negocios son muy diversos, es decir existen emprendimientos sociales, culturales, de base tecnológica, agrícolas, y muchos otros.

Este módulo será nuestro punto de inicio para identificar una necesidad y crear un producto o un servicio de carácter innovador, teniendo en cuenta aspectos culturales, el manejo de la información y la apropiación de Tecnologías Digitales. Así mismo encontraremos las fases para materializar una idea, posibilitando una guía de elementos importantes para nuestro proyecto emprendedor.

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Explorando mis habilidades emprendedoras Fundamentos 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 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 reconocer oportunidades para crear valor en mi comunidad.	☐	☐	☐	☐
Concentrarse en los desafíos	Puedo reconocer desafíos en mi comunidad y alrededores en donde yo pueda contribuir a resolverlos.	☐	☐	☐	☐
Descubrir necesidades	Puedo reconocer necesidades en mi comunidad y alrededores que no se han identificado.	☐	☐	☐	☐
Analizar el contexto	Puedo reconocer los diferentes papeles de sectores públicos, privados y de terceros en mi región o país.	☐	☐	☐	☐
Ser curioso y abierto	Puedo explorar nuevas formas para hacer uso de los recursos existentes.	☐	☐	☐	☐
Desarrollar ideas	Solo y como miembro de un equipo, puedo desarrollar ideas para crear valores para otros.	☐	☐	☐	☐
Definir problemas	Puedo explorar problemas inconclusos de muchas maneras para generar múltiples soluciones.	☐	☐	☐	☐
Diseñar valor	Puedo mejorar los productos, servicios y procesos existentes para que satisfagan de una mejor manera mis necesidades, las de mis compañeros y las de la comunidad.	☐	☐	☐	☐
Ser innovador	Puedo describir cómo algunas innovaciones han transformado la sociedad.	☐	☐	☐	☐
Imaginar	Puedo desarrollar escenarios futuristas sencillos donde se crea un valor para mi comunidad.	☐	☐	☐	☐
Pensar estratégicamente		☐	☐	☐	☐
Acción guiada		☐	☐	☐	☐

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Reconocer el valor de las ideas	Puedo mostrar cómo los diferentes grupos, compañías e instituciones, crean un valor en mi comunidad y en mi entorno.	☐	☐	☐	☐
Compartir y proteger ideas	Puedo explicar que las ideas se pueden compartir y hacer circular en beneficio de cada uno o se pueden proteger con ciertos derechos, por ejemplo, derechos de autor o patentes.	☐	☐	☐	☐
Comportarse éticamente	Puedo describir con mis propias palabras la importancia de la integridad y los valores éticos.	☐	☐	☐	☐
Pensar de forma sostenible	Puedo reconocer ejemplos de comportamiento amistoso con el medio ambiente por parte de las empresas que crean valores para la sociedad en general.	☐	☐	☐	☐
Evaluar el impacto	Puedo distinguir la diferencia entre el impacto de una actividad de valor agregado en la comunidad objetivo y el amplio impacto en la sociedad.	☐	☐	☐	☐
Ser responsable		☐	☐	☐	☐
Seguir tus aspiraciones	Puedo describir mis necesidades, deseos, intereses y objetivos.	☐	☐	☐	☐
Identifica tus fortalezas y debilidades	Puedo identificar en lo que sí y no soy bueno.	☐	☐	☐	☐
Creo en mis capacidades	Creo en mi capacidad para lograr lo que deseo.	☐	☐	☐	☐
Da forma a tu futuro	Puedo describir qué cualidades y habilidades se necesitan para diferentes trabajos y cuáles de estas cualidades y habilidades tengo.	☐	☐	☐	☐
Mantener el impulso	Estoy motivado por la idea de crear valores para mí y los demás.	☐	☐	☐	☐
Ser determinado	Estoy motivado por los desafíos.	☐	☐	☐	☐
Enfócate en lo que te mantiene motivado	Puedo reconocer las diferentes maneras de motivarme y de crear un valor para los demás.	☐	☐	☐	☐
Ser resiliente	Soy decidido y perseverante cuando trato de alcanzar mis objetivos (o los de mi equipo).	☐	☐	☐	☐
No me rindo	No tengo temor de trabajar duro para alcanzar mis objetivos.	☐	☐	☐	☐
Administrar recursos	Puedo apreciar la importancia de compartir recursos con los demás.	☐	☐	☐	☐
Usar los recursos de manera responsable	Puedo describir cómo los recursos duran más a través del uso, reparación y reciclaje.	☐	☐	☐	☐
Sacar el máximo provecho de su tiempo	Valoro mi tiempo como un recurso escaso.	☐	☐	☐	☐
Obtener apoyo	Puedo identificar fuentes de ayuda para mi actividad de creación de valor (por ejemplo, maestros, compañeros, mentores).	☐	☐	☐	☐

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Comprender conceptos económicos y financieros	Puedo explicar conceptos básicos sobre economía (por ejemplo, oferta y demanda, precio de mercado, comercio).	☐	☐	☐	☐
Presupuesto	Puedo idear un presupuesto básico de una manera responsable.	☐	☐	☐	☐
Encontrar financiación	Puedo describir el principal papel de los bancos en la economía y en la sociedad.	☐	☐	☐	☐
Entender impuestos	Puedo explicar cómo los impuestos financian las actividades de un país y su parte en la provisión de bienes y servicios públicos.	☐	☐	☐	☐
Inspira e inspírate	Estoy activamente involucrado en la creación de valor para los demás.	☐	☐	☐	☐
Persuadir	Puedo persuadir a los demás aportando varios argumentos.	☐	☐	☐	☐
Comunicar efectivamente	Puedo comunicar las ideas de mi equipo a otros de manera persuasiva utilizando diferentes métodos (por ejemplo, afiches, videos, juego de roles).	☐	☐	☐	☐
Usar los medios de manera efectiva	Puedo analizar cómo se pueden utilizar los diferentes medios de comunicación para llegar a las audiencias de diferentes maneras.	☐	☐	☐	☐
Asumir la responsabilidad	Me siento cómodo cuando asumo responsabilidades en actividades compartidas.	☐	☐	☐	☐
Trabajar independientemente	Puedo trabajar independientemente en actividades sencillas de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Tomar acción	Muestro iniciativa para enfrentar los problemas que afectan a mi comunidad.	☐	☐	☐	☐
Definir objetivos	Puedo identificar objetivos alternativos para crear valor en un contexto sencillo.	☐	☐	☐	☐
Planificar y organizar	Puedo lidiar con una serie de tareas sencillas al mismo tiempo sin sentirme incómodo.	☐	☐	☐	☐
Desarrollar planes de negocios sostenibles		☐	☐	☐	☐
Definir prioridades	Puedo identificar los pasos básicos que se necesitan en una actividad de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Controla tu progreso	Puedo supervisar si una tarea va a funcionar.	☐	☐	☐	☐
Ser flexible y adaptarse a los cambios	Puedo confrontar y lidiar con los cambios de una manera constructiva.	☐	☐	☐	☐
Manejar la incertidumbre y la ambigüedad	Exploro a mi ritmo las formas de alcanzar los proyectos.	☐	☐	☐	☐
Calcular el riesgo	Puedo describir los riesgos relacionados con una actividad sencilla de creación de valor en la que participo.	☐	☐	☐	☐
Manejar el riesgo		☐	☐	☐	☐
Aceptar la diversidad	Estoy abierto al valor que otros pueden aportar a las actividades de creación de valor.	☐	☐	☐	☐

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

Hito	Afirmación	1	2	3	4
Desarrollar la inteligencia emocional	Puedo reconocer el papel de mis emociones, actitudes y comportamientos en la formación de las actitudes y comportamientos de otras personas y viceversa.	☐	☐	☐	☐
Escuchar activamente	Puedo hablar sobre los beneficios de escuchar las ideas de otras personas para lograr mis objetivos o los de mi equipo.	☐	☐	☐	☐
En equipo	Estoy dispuesto a cambiar mi forma de trabajar en equipo.	☐	☐	☐	☐
Trabajar juntos	Puedo contribuir a actividades sencillas de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Expandir la red	Estoy abierto a establecer nuevos contactos y cooperar con otros (individuos y grupos).	☐	☐	☐	☐
Reflejar	Puedo dar ejemplos de fracasos temporales que han llevado a logros valiosos.	☐	☐	☐	☐
Aprender a aprender	Puedo anticipar que mis habilidades y capacidades crecerán con la experiencia, a través de ambos el éxito y el fracaso.	☐	☐	☐	☐
Aprender de la experiencia	Puedo reflexionar sobre mi experiencia al participar en actividades de creación de valor y aprender de ellas.	☐	☐	☐	☐

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

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.

1 Introducción

Para iniciar cualquier emprendimiento en nuestra comunidad es primordial identificar la idea del negocio, el objetivo de nuestro "proyecto" será pasar a la acción nuestro proyecto de negocio

Todo empieza con una idea. Contrario a lo que comunmente se piensa, una idea por si sola no tiene mucho valor. Es la ejecución de esa idea lo que le da valor. Por eso, es también necesario el equipo de trabajo multidisciplinario que pueda co-crear y colaborar el proyecto de negocio.

Recuerde: tener un equipo que le ayude en su idea, significa que cuenta con la posibilidad de delegar tareas para sacar todo adelante. ¡No se trata de que lo terminés haciendo todo vos!

2 ¿Qué es Una idea de negocios?

Emprender es resolver problemas de forma creativa, una idea de negocio es una propuesta de solución para los problemas y necesidades que tienen las personas en sus comunidades. 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.

La idea de negocio puede ser producto de:

Necesidades insatisfechas que se manifiestan en un determinado lugar: Imaginemos que en nuestra comunidad casi en 85% de la población consume pan, no obstante, para obtener este producto se ven obligados a movilizarse hasta la comunidad vecina para obtener pan fresco. Este es un ejemplo de un mercado que aún no ha sido

explorado en su comunidad y posee por lo tanto consumidores potenciales para poder desarrollar una panadería en su comunidad.

Necesidades actuales que se proyectan en el futuro:

Este punto es el inicio no solamente para identificar una necesidad futura sino también para crear un producto o un servicio de carácter innovador. Es importante que usted como emprendedor de su idea pueda ir más allá de lo estándar, de lo típico. Si se decide por un negocio con este tipo de características es importante pueda anticiparse a las necesidades que crea que la comunidad pueda presentar en un determinado tiempo, para cuando eso ocurra usted tendrá el producto o servicio para solucionarla.

Como consejo, es importante aprovechar las tendencias e inclusive la cultura misma (cuando hablamos de cultura nos referimos a las distintas formas y expresiones de un conjunto de personas, a través de

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

costumbre, prácticas y comportamiento de lo que hacen), de esta manera, si sabemos aprovechar estos factores, podemos crear necesidades ofreciendo productos o servicios que aún no se demanda y que puedan ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas.

Inquietudes, intereses insatisfechos:

Este es otro de los puntos que tiene que tener en cuenta a la hora de crear un negocio, es además una gran fuente de inspiración, ya que de seguro si algo nos interesa, pueden existir muchísimas personas que también compartan las mismas inquietudes. Todos los productos y servicios que hoy conocemos han surgido de la necesidad de solucionar un problema.

Imagine que en su comunidad se desecha al final de cada mes un total de 100 llantas que de seguro irán a parar al basurero municipal, ninguna persona todavía ha tenido la idea de

darle otra forma de utilización a las llantas desechadas. Esto es el inicio para que usted piense en la posibilidad de tomar las llantas y convertirlas en atractivos maseteros, floreros, e inclusive materia prima para crear zapatos y ropa. Así, estará ayudando al medio ambiente y de paso también estará creando un negocio que muy pocas personas han descubierto.

Productos o servicios que ya existen pero que presentan problemas o debilidades

Esta es otra fuente de inspiración para crear un servicio o un producto. Solo hace falta que pueda observar su alrededor y darse cuenta de que existen muchas formas de realizar las cosas y mejorar de esa manera la calidad de vida de las personas. Por ejemplo, supongamos que en su comunidad el tema de transporte público es muy ineficiente, y comprar un carro resulta ser muy costoso en la actualidad, por lo que sería una muy buena idea crear lazos con

la municipalidad de su lugar y alquilar bicicletas, esto ayudaría a tener un transporte más eficiente, además de colaborar con el medio ambiente y de esta forma tener un aire más limpio.

1 Dinámica en Clases

Reflexione la siguiente pregunta comparta con sus compañeros



Los problemas más grandes de la humanidad, son los negocios potenciales más grandes que existen.

¿Cual es el problema más grande que existe en mi comunidad? como puedo ayudar a resolverlo?

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

3 La idea de negocio como punto de partida de lo que será mi emprendimiento

Iniciar un emprendimiento por primera vez puede ser algo intimidante. Vos asumiste este reto, y todo empieza con mucha motivación y ánimo, pero a la vez existen muchas preguntas e incertidumbre sobre cuál es la ruta que tiene que seguir para el desarrollo de su idea.

Por lo tanto, se puede decir que todo emprendimiento inicia por una idea y sigue hasta lograr convertir esa idea en algo concreto. A continuación, veremos las siete fases que se deben seguir para materializar toda idea.

1. La idea:

Al inicio de todo emprendimiento es importante plantearse preguntas que serán útiles para ir estableciendo una ruta de trabajo de lo que usted quiere lograr:

¿Qué problemas hemos identificado?

¿Qué queremos resolver?

¿Por qué?

¿Quién quiere utilizar o comparar algo que hemos diseñado?

Todo emprendimiento por lo tanto debe iniciar con la identificación de un problema, no importa qué tipo de negocio se planea desarrollar. Ello le permitirá obtener una solución a las posibles necesidades y problemas que pose su comunidad.

Recordá:

No importa el sector donde desees desarrollar tu idea lo importante antes de arrancar, es evaluar y asegurarse si realmente está resolviendo algún problema o necesidad en específico



2. El plan:

En esta parte ya se necesita haber respondido las primeras preguntas de la fase de Idea. Una vez que se haya identificado el problema y ya hemos generado una primera idea de cómo resolver esa necesidad seguimos con la fase de planificación o el plan.

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

En este paso identificamos la manera de cómo implementar la idea a través de las siguientes preguntas:

¿Para quién estamos solucionando un problema o necesidad?

¿De qué manera llevaremos a cabo esta solución?

¿Qué elementos vamos a necesitar?

¿Vamos a necesitar algún tipo de fondos?

¿De dónde podríamos conseguir los fondos necesarios?

¿Existe algunas soluciones parecidas en el mercado, ya?

Como en este plan, aun su idea no está desarrollada, y no sabemos con cuales contratiempos puede topar (pues esto depende de cada idea que se desarrolle) lo aconsejable es que la información sea lo más real y apegado a lo que se necesita, es decir, que la información se lo mas real a lo que necesita y en la medida que vaya

avanzando puede ir modificando su mismo plan.

3. Prototipo

Una vez haya avanzado con la idea y el plan para la satisfacción de necesidades o problemas, el siguiente paso se fundamenta en el proceso de solución tangible. Por ejemplo, si se desea crear empanadas de sabor a guayaba (porque cree que es una necesidad en su comunidad) debe de al menos crear unos cuantos de este sabor para darlos a probar a sus potenciales clientes que ya haya identificado.

No importa el tipo de idea que sea, siempre es necesario que esta resuelva un problema o necesidad de la comunidad. Asi mismo, es importante que se realice un prototipo que es la versión más sencilla de un producto o servicio que nos ayudará como ejemplo para que nuestros potenciales clientes interactuen.

4. Iteración:

Una vez hayas pasado por las etapas anteriores de; i) idea, ii) plan, iii) prototipo, necesita toda la información pertinente para saber qué es lo que realmente necesita mejorar del producto o servicio. Esta etapa le permitirá realmente conocer la necesidad real del mercado al que usted está enfocando su idea.

Imaginemos que usted se dispone a ir donde un costurero con un estilo de vestido que quisiera que le realicen para su graduación (idea), una vez que el costurero le haya tomado la talla y medidas de su cuerpo (planificación), inicia fabricando el vestido que usted le llevo de referencia (prototipo), entonces si por alguna razón el vestido no es como ealmente usted lo quiere entonces el costurero empezará a modificar el vestido hasta dejarlo como realmente usted lo desea, a este proceso se le conoce como (iteración).

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

La retroalimentación sobre su producto o servicio es muy importante ya que nos permitirá tener clientes recurrentes o que me recomiendan a otras personas.



5. Expansión:

Una vez que sepa cuál o cuáles serán los problemas que solucionar en su comunidad, además de eso hay que elaborar un plan para satisfacer esas necesidades de forma eficiente, y cuente a la vez con un prototipo del servicio o producto y ha adaptado todas aquellas críticas constructivas al mejoramiento de su producto. ¡Ahora es hora de adentrarnos en la etapa de expansión de nuestro producto o servicio!

Lo importante de esta fase es que el emprendedor a la hora de salir a la calle con un producto o un servicio, una vez pasada por todas las etapas anteriores, se asegure que lo que ha realizado no sea algo deficiente, se debe asegurar de contar con un producto útil para sus usuarios y eficiente para las necesidades de los mismos.

6. Innovación:

Una vez su idea haya llegado a la etapa de expansión se ha convertido en un emprendimiento.

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

Ahora, en esta etapa debe enfocar su esfuerzo en mejorar nuevamente el producto o servicio que ha realizado.

Aunque se encuentre en la etapa de crecimiento si no innova su producto o solución al final del tiempo dejara de ser relevante o se encontrara con otros competidores con mejores soluciones a los problemas y de esta forma su idea se vera desplazada por la competencia.

Como ejemplo: Imagine que su empresa de empanaditas de guayaba tiene un competidor con un producto más rico y barato que el suyo, esto permitirá que dejen de preferirlo a usted (por muy bueno que sea en lo que hace) por preferir a la competencia. Evite a toda costa que esto suceda.

7. Talento Humano:

No por ser Una de las áreas que mayor tiene utilidad en emprendimiento es la gestión del recurso humano. Muchas de las personas que empiezan un emprendimiento dejan de lado esta fase, por ello, veamos qué tan importante resulta:

Desde un principio la (s) persona (s) que desarrollan la idea constituyen el talento humano del emprendimiento.

Todas las personas son el recurso de conocimiento dentro del emprendimiento por ende son una valiosa fuente de ventaja competitivas en el desarrollo de su idea.

Dentro de las características del talento humano en un emprendimiento debe asegurarse que todas las personas poseen un área específica de trabajo, asegurándose de forma en éxito de su emprendimiento

3 Elementos de identificación para la creación de una idea de negocio

1. 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 satisfecha con el paso del tiempo, es decir, que no sean ideas de corto plazo ya que no es viable para su idea si dese que esta se convierta en una empresa en el largo plazo.

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

2. La idea de nuestro producto debe añadir valor

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

Por ejemplo, que estamos haciendo diferente que hará que las personas nos prefieran, ya sea por el costo, servicio, ubicación y de más aspectos de diferencia. Si logramos identificar estos aspectos de valor añadido lograrg diferenciarnos de la competencia existente en el mercado por la preferencia de nuestro producto o servicio.

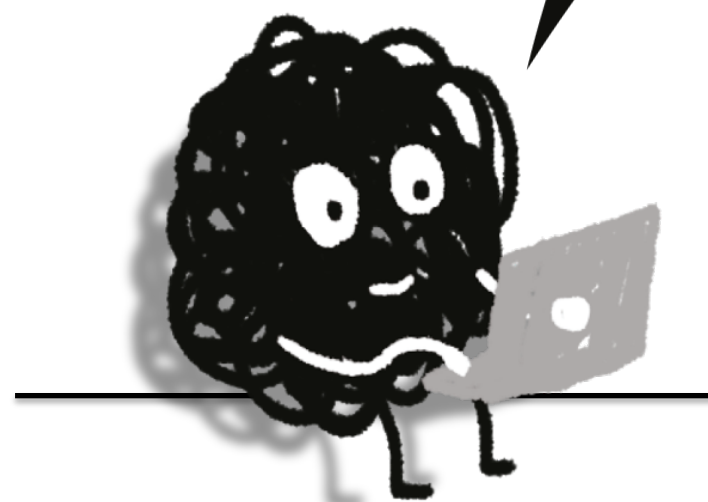
3. Nuestra idea posee mercado:

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 demanda.

producto o servicio que hemos diseñado. Por lo tanto, tenemos que identificar el segmento de mercado al cual nos dirigimos.

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.

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 desean



1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

Por lo tanto, su idea de negocio debe responder las siguientes preguntas para saber si se encuentra en el camino correcto de su desarrollo:

Su idea de negocio tiene que responder:

Pregunta	Descripción
Qué (producto o servicio venderá su negocio)	
A quién (le venderá su negocio)	
Cómo (venderá su negocio su producto o servicio)	
Por qué (necesidad de sus clientes atenderán su idea)	

La idea de su negocio, además, debe estar basada en un servicio o producto que usted conozca bien. Además de eso, deben ser productos o servicios por los cuales las personas están dispuestos a pagar.

Un producto por el cual las personas pagarían: puede ser algo que usted elabore, ya sea un bien físico que se entrega el cliente.

Un servicio por el cual las personas pagarían: no es tangible y puede ser, cuidar bicicletas, podar arboles, dar clases de matematicas o de idioma, etc.



Tarea



Agregue esta información anterior a la ficha de seguimiento de su proyecto.

1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

¿Quién?

¿Quiénes será las personas que compraran sus productos o servicios? Como los clientes son algo fundamental en el desarrollo de nuestra idea de negocio es sumamente importante tener claro todo lo relacionado a ellos, ¿Qué es lo que les gusta? ¿Qué es lo que necesitan? ¿Cuáles son sus problemas, sus preocupaciones, etc.?

¿Cómo?

¿Cómo piensa vender su producto o servicio? Si se planea abrir un local en específico, o no. Existen muchas maneras de las cuales puede vender el producto o servicio que ofrece.

¿Cuál?

Aquí tiene que tener claro cuál necesidad de sus clientes está satisfaciendo a través de su servicio o producto. Su idea de negocio debe de tener siempre en cuenta a sus clientes y a sus necesidades. Por ejemplo, Si desea hacer empanaditas de guayaba con azúcar, sus clientes no puede ser diabeticos.

La empatía es la capacidad de percibir, compartir y/o inferir los sentimientos, pensamientos y emociones de los demás, basada en el reconocimiento del otro como similar, es decir, como un individuo similar con mente propia



1

LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

5 Cierre de actividades

Rellene la información en la matriz de identificación de idea de negocio.

Segmento de necesidades	Producto o servicio innovador	Necesidades satisfechas	Solución al problema
Necesidades Fisiológicas			
Necesidades de Seguridad			
Necesidades Sociales			
Necesidades de Autoestima			

2

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO
PUNTOS DE PARTIDA ETAPA 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.

INTRODUCCIÓN

1 Dinámica de
apertura



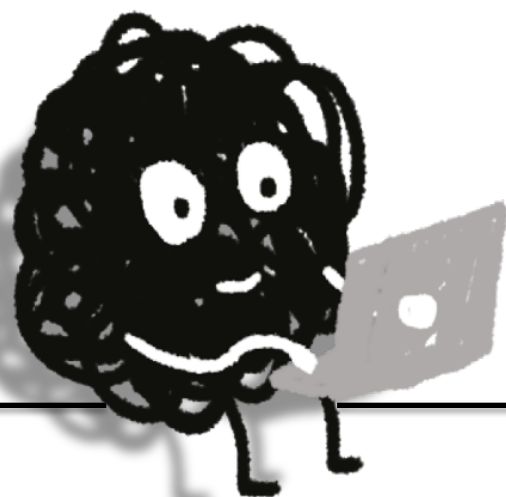
A continuación, se le presenta un cuadro donde deberá identificar las ideas más adecuadas, para su propio negocio. Estas ideas deben de estar pensadas cada una de forma cuidadosa ya que le ayudará como veremos más adelante a tener una idea mucho más depurada de lo que pretendemos desarrollar más adelante.

Complete el siguiente cuadro con la información solicitada:

Generación de ideas de negocios	
Idea de negocio	Actividad
Ideas de negocios de acuerdo con las necesidades de la comunidad	1. _____
	2. _____
	3. _____
Idea de negocios de acuerdo con las necesidades urgentes de la comunidad	1. _____
	2. _____
	3. _____
Ideas de negocios de acuerdo con mis experiencias previas	1. _____
	2. _____
	3. _____
Ideas de negocios de acuerdo con mis gustos	1. _____
	2. _____
	3. _____
Ideas de negocios de acuerdo con las tendencias o necesidades futuras	1. _____
	2. _____
	3. _____

2

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA I



Una vez haya completado la información del cuadro (anterior), usted está lista (o) para que continúe con el siguiente paso:

i) Considerando que en este momento cuenta con muchas actividades/soluciones probables para desarrollar su idea, deberá identificar solamente una actividad por cada idea.

Para ello, es necesita ser lo más objetivo con las opciones que ha de escoger, es decir, tiene que dejar de un lado la idea que más le guste o le parezca que esta de "moda" para centrarse en razones de fondo que le permitan estar seguro de que ha hecho una excelente selección.

Complete el siguiente cuadro. Deberá completar las casillas con la información que se solicita; por ejemplo, si seleccionó el tema de turismo rural en "ideas de negocios de acuerdo a mis gustos" deberá completar ¿Cuánto usted conoce del tema? ¿Qué tipo de experiencias posee en ese sector? ¿Qué tipo de experiencias y habilidades posee para desarrollar turismo rural en su comunidad? En el caso de que no conozco mucho el sector en donde quiero desarrollar mi idea de negocio: ¿A quién debo preguntar? ¿Cómo puedo reclutar talento o recurso humano para desarrollar mi idea de negocio? ¿Qué debo saber para iniciar?

Esto le permitirá darse cuenta de cual ideas es la que usted mejor debería desarrollar de acuerdo a lo antes mencionad

2

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA I

Complete el siguiente cuadro:

Tipo	Item	Idea 1	Idea 2	Idea 3	Idea 4	Idea 5
PERSONALES	a. ¿Cuánto conoce sobre los productos o servicios para esta actividad?					
	b. ¿Qué tipo de experiencia tiene que pueda favorecer esa idea?					
	c. ¿Qué tipo de conocimiento y habilidades posee para llevar a cabo ese tipo de negocios?					
IDEA	d. ¿Cómo se basó para determinar que en su comunidad su negocio es una necesidad aun insatisfecha?					
	e. ¿En que se basó para idénticar que sería una idea buena?					
	f. ¿Qué tipo de personas entenderá su negocio?					
	g. ¿Cree que habrá la clientela suficiente para que su negocio se mantenga con el tiempo?					
CAPITAL HUMANO Y ECONÓMICOS	h. ¿Las personas estarán dispuesta a pagar por el producto o servicio que haya determinado?					
	i. ¿Necesita su idea un tipo de espacialidad en el personal?					
	j. ¿De dónde podrá obtener la mano de obra que ocupa para desarrollar su idea?					
	k. ¿De dónde obtendrá los recursos que precisa para desarrollar su idea?					
DE PERCEPCIÓN Y GUSTOS	l. ¿Cómo se imagina en cinco años más, con su idea completamente desarrollada?					
	m. ¿Cómo logrará adaptar esta idea a sus características personales y a sus habilidades?					
	ñ. ¿Está dispuesto a dedicarle mucho tiempo a su idea?					

2 Lo que es una idea de negocios

Veamos entonces algunos ejemplos sobre ideas de negocios:

- Un hotel para mascotas, que supere en lo tradicional el servicio de veterinaria a los cuales estamos acostumbrados a ver.
- Un servicio de jardinería, con la posibilidad "con la posibilidad de que el cliente pueda pagar pequeñas cuotas, tipo "abonos" hasta completar el pago del servicio"
- Un centro de empleadas domésticas que, permitirá además de capacitaciones a las colaboradoras ofrecer servicio profesional de limpieza para el hogar con la posibilidad de adquirir productos de limpiezas creados por ellas mismas.

Como se aprecia, la mayoría de estas ideas de negocios ya existen, pero a diferencia estas en específicas incluyen el componente de "mejora", por lo tanto, todo lo que consideramos idea de negocio debe permitirnos desarrollar un atractivo, creando un valor nuevo para los clientes a quien nuestra oferta está dirigida. Entonces, podemos decir que siempre que pensemos en una idea de negocios tenemos que tener en cuenta la necesidad de un conjunto de personas y a la vez visualizar el componente de interés que nuestro producto puede aportar para la solución de sus necesidades o problemas. Así mismo tenemos que tomar en cuenta a la hora de desarrollar nuestra idea de negocios, lo que ofrece la competencia de forma directa (que ofrece algo similar a lo que yo hago) y lo que también ofrece aquella competencia de manera indirecta. (no necesariamente el mismo producto, pero que bien los clientes podrían preferir ese producto).

Para nuestra conclusión entonces, una idea de negocios es aquella que:

- Identifica las necesidades en un lugar específico para clientes específicos.
- Visualiza el componente de valor que puede ser añadido en la idea para satisfacer a nuestros clientes.
- Analiza lo que se ofrece en el mercado, sabiendo que podemos agradar un nuevo valor.
- Define el producto, y sus variantes de cómo, para que y hacia quien va dirigido.

2

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA I

Algunos ejemplos de ideas de negocios que podemos adaptar en nuestra comunidad:

Caso 1: Mi negocio de papayas

Me encanta la papaya y todos los días comparto con mi familia en el desayuno.

Hasta a mi perro le gusta cuando le doy de premio. Viendo que a otros vecinos también les gusta y la consumen solamente cuando encuentran en la verdulería (¡casi nunca hay en mi pueblo!), una idea de negocios puede ser proveer de esto a los vecinos.

Podemos poner a germinar las semillas y sembrar los arbolitos en el patio de la casa.

Abonarlos con los restos orgánicos de la comida de la casa y regarlas constantemente para que crezcan. Con paciencia y cariño, en 4-6 meses florecen y tendríamos una producción de papayas en 8 meses para vender a los vecinos.

Caso 2: Una idea de negocio que nos mueve

Noté que el señor que tiene un bus en el pueblo, no lo utiliza el Sábado porque generalmente transporta estudiantes. Muchas familias utilizan el fin de semana para hacer sus compras e ir al mercado del pueblo más grande contiguo a mi comunidad.

Una idea de negocios es asociarse con el dueño del bus para uno proveerle demanda nueva el fin de semana. Nosotros traemos a los clientes, él aporta el bus, y podemos tener un negocio lucrativo los sábados ayudando a la comunidad a transportarse y ahorrar en sus compras.

Los sábados vamos a tener un bus que va al supermercado grande del pueblo, donde los vecinos pueden ahorrar por comprar en volumen y en un establecimiento más barato, el señor del bus tendría clientes el Sábado y quedaría una utilidad por yo conseguir y planificar los viajes.

Caso 3: Una empresa de Turismo rural

Me encanta la catarata escondida que hay en mi pueblo. Siempre voy con mis amigos a bañarme al río y disfrutar de la naturaleza. ¡Nos encanta! ¿Será que a otras personas les gustaría? La próxima vez que vas, tomás fotos de la belleza natural con un celular (lo podés pedir prestado a un familiar) para tener que compartirle a las demás personas. Buscas herramientas en línea para publicar las fotos (Instagram, Facebook, Airbnb Experience, etc). Publicás las fotos, que lindo es, lo que se disfruta, inclusive como llegar.

En todos los lugares que publicas y promocionas la catarata dejás tu número de teléfono para que la gente te pueda contactar. Podés compartir tus publicaciones en grupos de turismo, montañismo y hasta de noticias en redes sociales para que más gente vea tus fotos y tenga tu número. Podés cobrar un monto por ser el guía a la catarata y llevar a personas que buscan este tipo de experiencias los fines de semana.

Después de algunos viajes, viste la necesidad de proveerles almuerzo. Las tortillas de queso de tu tía son deliciosas...¿será que las agregamos a los productos de nuestra nueva empresa de turismo rural?.

2

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA I

3 Atributos de una idea de negocio

A estas alturas, si hiciéramos preguntas sobre ideas de negocios a nuestros compañeros encontraríamos que en su mayoría todas poseen un aspecto diferenciados que hacen de esa idea algo único. Así mismo, existen varios factores que pueden indicarnos cuando nos encontramos ante una de negocio:

- Nuestra idea debe estar asociada a la noción de un producto (sea un bien o un servicio).
- Debe de haber clientes que tengan necesidades de ese producto.
- Debe haber clientes que en cuentren valor en este producto/servicio.
- Debe generar ingresos que aspiramos o deseamos.

- Debe de representar algo hacia lo que podamos comprometernos.
- Y sobre todo debe entusiasrnos a trabajar por dar respuesta o solucionar algo.

Por lo tanto Si algunos de estos factores no existen, aumentan el riesgo y amenaza el desarrollo de nuestra idea de negocios.

Es importante pueda analizar los tres elementos que ponemos a su disposición para generar ideas de negocios de forma creativa e intuitiva

1) Ideas de negocios a partir de lo que a la gente le gusta:

- Piense en actividades que la gente con cierta frecuencia realiza
- ¿Qué parte de esas actividades pueden mejorarse para que las personas disfruten más?
- ¿Son muchas o pocas las personas que se inquietan por lo por lo mismo que usted??

- ¿Eso parece una idea de negocio?
- ¿Esta idea puede ser aplicable específicamente solo a esta actividad o puede ser desarrollada en casos similares

2) Ideas a partir de necesidades: aquí debemos prestar mayor atención a esta sección, ya que siempre las necesidades resulta ser un punto donde convergen las ideas y se desarrollan grandes emprendimientos.

- Piense en una situación que a usted le haya causado problemas.
- ¿Cuál es el problema?
- ¿Conoce a muchas o pocas personas con el mismo problema?
- ¿Se puede resolver?
- ¿De qué manera?

3) Ideas a partir de experiencias

- ¿En que se considera bueno? Esta respuesta debe responder a un área en específico que destaque.

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 Dinámica en Clases



El objetivo de esta actividad se centra en el trabajo en equipo y técnicas que ayuden al desarrollo de habilidades blandas, así como la identificación de técnicas que puedan ser aplicadas a la vida cotidiana.

Recursos a utilizar en la actividad:



Bolitas de una circunferencia pequeña (algo así de un tamaño que alcance en la palma de la mano, o bien puede sustituirse por aquellas que el profesor considere aptas).

Cronometro o reloj para tomar el tiempo



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

Se deberá trabar en equipos, cuya distribución sea igual (ejemplo dos grupos de 20 cada uno, la cantidad varía según el maestro)

Paso 2:

El profesor da las instrucciones de pasar la bolita, 4 grupos de 5 personas cada uno, (todos los estudiantes deberán tocar la bolita ocho veces cada uno) el profesor es enfático que si alguien bota la bolita deberá iniciar nuevamente el conteo de la actividad (hasta completar las ocho veces)

a) Aquí el profesor tomara el tiempo (algunos tardaran más de un minuto e incluso hasta dos para que la bolita pase por cada persona las ocho veces solicitadas).

Una vez se haya hecho la primera prueba el facilitador solicitará que se haga en menos tiempo (e inclusive se puede hacer el ejercicio en menos de 2 segundos).

Observaciones:

Lo que se trata de evaluar en la dinámica será la forma en como los estudiantes se idean nuevas maneras de tocar la bolita a la forma tradicional, es decir en menor tiempo posible.

El facilitador hace referencia a las formas, maneras y/o estrategias que permitió lograr la actividad, a través de la participación de los estudiantes.

3

PROYECTO – CASOS DE ESTUDIOS

3

Análisis de ideas asociadas a la realidad de la comunidad

A continuación, se procederá a redactar una lista de aquellas experiencias personales en las que cada estudiante ha tenido éxitos y se plantearan preguntas que permitan identificar como fue que lo consiguió.

Así mismo, se procederá a elaborar una lista de aquellos negocios de la comunidad en donde han tenido éxito con el paso del tiempos ¿cuáles creen que han sido los elementos que le han llevado al éxito?

Su idea de negocio tiene que responder:		
Experiencias personales	Lista de negocios de la comunidad	Respuestas

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II

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 Introducción

Muchos jóvenes se preguntan acerca de su futuro. ¿Cuál es el futuro de mi vida personal, educativa y profesional?

Muy a menudo las preguntas más frecuentes suelen ser ¿Qué voy 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 donde empezar? Etc...

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

Autoconocerse es una de las herramientas más poderosas para el camino de emprender.

Dinámica en clases



Complete el siguiente Test que se presenta a continuación

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1: complete el siguiente Test

Test: Emprendiendo a través de preferencias y habilidades propias

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

1- La actitud emprendedora se caracteriza por _____

- A) por solucionar problemas y superar obstáculos
- B) crear algo innovador
- C) poseer capacidades y habilidades especiales

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

2 - Una persona emprendedora se caracteriza por _____

- A) es aquella persona que sabe convencer y vender a las demás personas de lo que hace
- B) es aquella persona que tiene actitud más que habilidades
- C) es aquella persona que tiene un negocio exitoso

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

3- En muchas de las ocasiones un emprendimiento surge por _____

- A) las necesidades y oportunidades identificadas en una comunidad
- B) por la formación recibida
- C) Ninguna de las anteriores

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

4- Algunos emprendimientos que han tenido éxito se han basado en _____ que han tenido sus desarrolladores antes de poner en marcha una nueva idea

- A) en el conocimiento de sus desarrolladores
- B) en las experiencias de sus desarrolladores
- C) todas de las anteriores

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

5- _____ supone una de las más grandes barreras para un emprendedor

- A) no tener dinero
- B) el miedo al fracaso
- C) no poseer ideas

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II



Pasos a seguir en la actividad:

Continuidad del Test

Test: Emprendiendo a través de preferencias y habilidades propias

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

6- muchos de los emprendimientos han tenido éxito después de_____

- A) replicar otros emprendimientos
- B) fracasar y volver a intentarlo
- C) Ninguna de las anteriores

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

7- uno de los principales motores de una persona emprendedora es_____

- A) su familia
- B) tener la oportunidad de aportar a la economía
- C) hacer aquello que les apasiona y disfruta

Complete el siguiente enunciado con la opción que corresponda:

8- Una idea de emprendimiento siempre tiene que fijarse primero en_____

- A) el mercado que posee
- B) ser una idea oportuna
- C) todas las anteriores

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO
PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II

Paso 2:

Seleccione las actividades en donde usted considera que destaca:

Selección las actividades que considere necesario	
Cultura	Tecnología
Matemáticas	Artesania
Medio ambiente	Cocina
Idiomas	Intrumentos
Ayudar a las personas	Deporte

Paso 3:

En esta sección agregue otros temas en los que se considera que sobresale:

Su idea de negocio tiene que responder:	

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II

Paso N° 3:

Ahora que ya haya identificado las actividades en donde se destaque, podrá ser más consiente en qué temas podría direccionar su idea de negocios.

Recuerde que una persona emprendedora es aquella que más allá de tener una idea capaz de ser exitosa y de haber encontrado una necesidad a satisfacer, debe motivarle trabajar largas horas por el desarrollo de esa idea. Por lo tanto, su idea debe ser algo que lo inspire, porque lo último que precisamos en este punto es sentir que por lo que vamos a trabajar no nos motiva, si es así, este punto le ha de servir para darse cuenta de forma temprana que deberá cambiar la temática de su emprendimiento.

4 Identificación de posibles ideas para mi negocio

En este punto tal vez ya tiene una idea clara de lo que quiere realizar o esté pensando a que sector dirigir su emprendimiento, si aún no es así, esta guía le permitirá darse cuenta si realmente la idea de emprendimiento que quiere desarrollar vale la pena o no. Con la ayuda de esta guía puede determinar cuáles de las ideas consideradas hasta este momento, se pueden desarrollar, en función de necesidades personales, conocimiento y posibles experiencias y prioridades es que deberá decidir.

Así mismo, podrá determinar cuál idea podrá tener mayor éxito, aunque cuando hablamos de éxito no nos referimos estrictamente al éxito económico, sino a distintos logros que se van completando con el pasar del tiempo en función del interés que usted le designe, de sus habilidades y preferencias.

Dinámica en clases



A continuación, ponemos a su disposición la siguiente autoevaluación para que logre, valorar cada idea por separado, en función de una serie de criterios que le ayudarán a determinar qué idea puede desarrollar mejor y cuales probablemente tengan mejores éxitos que otras.

4 LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

¿Recuerda que en la lección anterior dijimos que las respuestas que se habían dado en el recuadro N° 2 debían de reposar? Es hora de tomar al menos tres ideas y evaluarlas con el recuadro que se le presenta a continuación.

F = Falso

V = Verdadero

Habilidades/ atributos/preferencias	Escala de valoración				
	(F)				(V)
La idea de negocios que pienso se ajusta a lo que siempre he querido	1	2	3	4	5
Estoy dispuesto (a) a dedicarle mucho tiempo a esta idea	1	2	3	4	5
Presto atención a todo lo que me rodea	1	2	3	4	5
Tengo las capacidades para poder llevar adelante esta idea	1	2	3	4	5
Tengo claro cómo puedo conseguir el talento humano que me hace falta	1	2	3	4	5
Estoy convencido de que esta será la actividad a la que me dedicare durante un largo tiempo	1	2	3	4	5
Total, de afirmaciones valoradas en:					

Paso N° 2:

- Coloque en la columna "A" el número total de afirmaciones que usted haya contado.

Paso N° 3:

- Multiplique el resultado de la columna "A" por el de la columna "B" y el resultado anótelos en la columna "C".

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO
PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II

Paso N° 4:

Sume verticalmente los puntos obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro de PUNTAJE FINAL TOTAL:

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:		x		=	

PUNTAJE FINAL
TOTAL

Interpretación del puntaje:

- De 30 a 25 puntos = usted tiene una idea de negocios en sus manos. Vale la pena continuar en el proceso para su desarrollo.

- De 24 a 15 puntos = usted tiene en lo que aparentemente puede ser una idea de negocio, pero debe desarrollar más el concepto.
- Menos de 15 puntos = ¡jum! Vale la pena explorar y pensar en que otra idea puede interesarle y replantear todo nuevamente para que no vuelva a ocurrir lo mismo.

4

Desarrollar un posible emprendimiento a través de de una ida identificada

Interpretación del puntaje:

Una vez haya evaluado las tres ideas seleccionadas a través del recuadro anterior y haya obtenido una idea en una puntuación entre 25 a 30 puntos, es la idea apropiada para que continúe con su desarrollo hasta convertirla en realidad. No obstante, antes de continuar es apropiado que pueda seguir los siguientes pasos:

Paso N° 1, Analizar el entorno interior

Suele suceder que es el entorno interno el que afecta mucho más en

el desarrollo de la idea de negocio que las mismas fuerzas externas. Por ejemplo, el desconocimiento de su entorno podría perjudicar su idea en la etapa de desarrollo, por lo tanto, el entusiasmo, la capacidad de trabajo y las ganas de crecer están entre las fortalezas que le ayudaran a construir una idea sólida.

Situaciones internas que amenazan el desarrollo de mi idea	
Mis fortalezas	Mis debilidades

Tarea

Agregue esta información anterior a la ficha de seguimiento de su proyecto.

4

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO
PUNTOS DE PARTIDA ETAPA II

Paso N° 2 Análisis del entorno:

El entorno es sumamente importante para comprender cómo enfrentar los retos y transformaciones que requiere nuestra idea de negocio, por ejemplo, la llegada de nuevas tecnologías, un cambio estratégico o una nueva competencia en el mercado, se hace entonces importante determinar a través del análisis del entorno, todas aquellas oportunidades para reaccionar y las amenazas que pueden representarse a través de determinada situación.

Complete el siguiente cuadro con las amenazas que podría enfrentar su idea de negocio en el entorno.

Situaciones externas que amenazan en desarrollo de mi idea	
Amenazas representadas	¿Cómo atendemos las amenazas?

Paso N° 3, Mercado competidor

Identifique el tipo de idea a desarrollar y conjuntamente evalúe las principales / similares competencias existentes en su comunidad.

Evalúe de 1 a 5, siendo el 1 el más bajo y 5 el más alto, sume los puntajes obtenidos e identifique el área donde su idea es más competitiva que el de la competencia.

Complete la siguiente información:

Concepto	Competidor a	Competidor b	Mi idea
Producto			
Sector: (al que se dedica)			
Tipo de clientes: (edad)			
Necesidades satisfechas			
Innovación del producto			
Otras consideraciones			

Tarea

Agregue la información anterior a la ficha de seguimiento de su proyecto.

1 Introducción

Es muy probable que en nuestra comunidad nos hayamos encontrado en la situación de estar buscando un determinado producto o servicio y no haber encontrado ninguna persona o negocio local que lo ofrezca, o bien, en caso de que lo hubiéramos encontrado, el producto o servicio no se adapte estrictamente a nuestras necesidades como cliente. Si nos ponemos a pensar por un momento podríamos decir que justamente esas necesidades no están siendo cubiertas por el mercado y, por lo tanto, se presentan como oportunidades de negocios que no sabíamos que podíamos desarrollar en nuestra comunidad.

No en vano, algunas empresas se han desarrollado como respuesta a las necesidades insatisfechas en una localidad. En muchos de los casos, la secuencia que ha llevado a personas a montar su propio negocio es sencilla: detectan una oportunidad no cubierta en el

mercado y deciden montar su empresa para satisfacer dichas necesidades.

Pero, no todas las necesidades identificadas y que aún no se encuentran cubiertas poseen una posición en el mercado. Es decir, toda y cada una de las ideas que se decidan realizar en un emprendimiento, deberá contar con un mercado y una demanda potencial.

Igual como le hemos venido recomendando, si las necesidades que ha identificado no cuentan con un mercado y una demanda potencial es mejor replantearse nuestra idea de negocio.

Para identificar las posibles necesidades en una comunidad, existen algunos principios básicos que son importante recordar. Estos principios demuestran utilidad a la hora de realizar un mapeo en las necesidades o problemas que posee nuestra comunidad y que precisan ser satisfechos.



5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Pasos para identificar un problema o una necesidad potencial.

Paso N° 1. Complete la información solicitada en el siguiente recuadro:

Principios básicos sobre necesidades y problemas potenciales de la comunidad	
Sencillez	No busque problemas y necesidades que sean temas difíciles de comprender para usted.
Accesibilidad	En algunos entornos es más difícil obtener la información. Ejemplo: los negocios privados.
Permisos	Caracterice situaciones en las que para acceder a la información no necesite de permiso. Ejemplo: puede preguntar directamente al consumidor o persona que tiene el problema.
Actividades frecuentes	Describa los lugares donde la actividad que le interesa conocer ocurra con frecuencia, ejemplo el parque, calles o la misma comunidad.

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Paso N° 2, Dibuje un mapa de la comunidad que habita e identifique calles, escuelas, iglesias, pulperías, parques, así como punto de interés y señale aquellos puntos donde las necesidades se encuentran presente.

Este punto le ayudara a determinar específicamente cuales son los lugares en donde es necesario empezar a desarrollar su idea de negocio.

Imaginemos por un momento que trata de desarrollar un emprendimiento en un lugar que usted "cree" que hay necesidades de mercado insatisfechas, sin antes haber identificado a través del mapa aquellos puntos donde realmente si se necesita.

Para evitar que eso suceda deberá ser cauteloso y desarrollar el mapa de una manera objetiva

que le permita apreciar así la realidad de su zona para un buen desarrollo de su idea.

4 Elementos claves en la determinación de una idea de negocio

Aquellas ideas de emprendimiento que han permanecido por lo largo del tiempo son aquellas que han sabido aprovechar muy bien la comprensión de las necesidades de sus clientes. Los emprendedores han sabido traducir esas necesidades en productos o servicios para su comercialización, así mismo han tomado ventaja a la hora de desarrollar tácticas de venta para gente en su mercado sobre la base de la información que con anterioridad han encontrado.

A través de la identificación de la información acerca de lo que necesita la comunidad, es decir las personas que conforman su mercado a que dirigirá su emprendimiento, en que trabajan, sus gustos sus preferencias y necesidades, se puede mejorar para saber con exactitud qué es lo que demandan y a ciencia cierta lo que necesita.

- Identifique a sus clientes

El primer paso que deberá seguir es la identificación de sus clientes. Una buena investigación le permitirá entender mejor a sus potenciales clientes, además, le permitirá tener una imagen mucho más detallada de ellos y así mismo, le permitirá entender como dirigirse a ellos a través de sus necesidades.

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

- Identifique a sus clientes

El primer paso que deberá seguir es la identificación de sus clientes. Una buena investigación le permitirá entender mejor a sus potenciales clientes, además, le permitirá tener una imagen mucho más detallada de ellos y así mismo, le permitirá entender como dirigirse a ellos a través de sus necesidades.

Identificar a sus clientes	
Género	Masculino () Femenino ()
Años	Mayor a 20 () Entre 20 y 30 () Mayor de 40 y menos de 60()
Ocupación	Sector en el cual se desempeña: _____
Ingresos	Menor a 100 mil () Entre 100 mil y 300 mil () Mayor a 400 mil y menor a 600 mil ()
Lugar de residencia	Especifique la zona de su comunidad: _____
Actividades recreativas	Especifique la (s) actividad (es) que su posible cliente (es) realiza (n): _____

5

LAS OPORTUNIDADES DE
NEGOCIOS COMO PUNTOS DE
PARTIDA ETAPA III

Entienda por qué hace las compras: Una vez que haya identificado quienes son sus clientes, puede averiguar qué los motiva a comprar productos y servicios

Entender por qué compra	
Necesidades en el trabajo	
Necesidades familiares	
Necesidades creadas	
Necesidades emocionales	
Necesidades fisiológicas	
Preferencias de marca	

Considere sus hábitos de consumos

Como ha de saber existen diferentes tipos de clientes que estarán dispuestos a gastar cantidades diferentes. Por lo que habrá de averiguar la capacidad financiera y cuáles son los verdaderos hábitos de consumos de sus potenciales clientes. *

Considere sus hábitos de consumo	
Ingresos promedios	
Porción de dinero que gastaría en su producto o servicio que ofrece	

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Saber lo que piensa sobre usted

Aunque en este momento es posible que no tenga un producto o un servicio terminado que pueda mostrarle a su futuro cliente es importante tener un prototipo.

3

Desarrollar un posible emprendimiento a través de la idea identificada

Una idea de negocio está dada a partir de las oportunidades que se presentan para su desarrollo. Lo que quiere decir que, la oportunidad para desarrollar una idea sucede en el momento cuando se descubre que la idea resulta propicia no solo desde el punto de vista del mercado (demanda y oferta) sino también, desde el punto de vista de las posibilidades de sus desarrolladores

¿Qué es lo que piensa su cliente?	
De productos o servicios similares	
Servicio al cliente	

Análisis de caso:

Imaginemos que uno de sus amigos está viendo la oportunidad de montar un negocio vinculado al área de vestuario. Esta idea consiste en hacer camisas, pantalones y sueters unicos para climas donde hace frio.Su amigo, estuvo de visitas en países como Argentina, Canadá, Francia, Rusia, Chile y pudo determinar que había muchas personas que utilizaban este tipo de ropa y que las tiendas en la había estado de paso la gente compraba muchas de estas piezas.

En la actualidad su amigo tiene más de 12 meses experimentado y aprendido sobre las forma y maneras en cómo la gente de su comunidad se viste en diferentes épocas del año, hasta innovar como las piezas pueden adaptarse en este lugar. Como dato relevante, la formación de su amigo emprendedor poco tiene que ver con el área de ropa, ya que él de profesión es chef. Lo que entonces explica el tiempo que lleva aprendiendo sobre las necesidades y problemas con la forma de vestir en su comunidad. Pero este no es el único problema, porque aún no sabe a que tipo de clientes le quiere llegar.

Su amigo, sabe que si se empeña en trabajar en la idea de comida le iría mejor ya que conoce mucho mejor la industria y sabe que existe un mercado de clientes más fácil que si fuera de ropa. Aunque su amigo le ha puesto mucho interés a su idea y ha trabajado muy duro por desarrollar la idea asociada a ropa tiene limitante, que van más allá del potencial de sus intereses e intuiciones. Podríamos decir que hasta ahora tiene una idea, pero no una oportunidad de negocio. De momentos si insiste en desarrollar la idea de ropa debe asociarse con alguien que conozca este sector porque de esta manera el negocio aprenderia más rápido.

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Paso N° 1:

Analice según los conceptos visto con anterioridad y evalúe la idea de su amigo según el cuadro de análisis que se le presenta a continuación.

Criterios para evaluar la idea	Si	No
1- La idea responde a una necesidad de la comunidad		
2- Se pudo realizar un producto necesario		
3- Se cuenta con el conocimiento necesario para desarrollar la idea		
3- Se detallo el perfil de clientes		
4- Puedo replicar esa idea como una oportunidad en mi comunidad		
6- Existe un volumen atractivo de clientes en mi comunidad para replicar esta idea		

Paso N° 2:

Si concluye que la idea cumple con los seis criterios, su amigo puede seguir desarrollando la idea, de lo contrario su amigo no se encuentra ante una verdadera oportunidad de negocios y por ello no existe las sufrientes razones para considerar que lo sea y continuar en el desarrollo de esta.

Por lo que aconsejamos que su amigo debe regresar al ejercicio de la lección dos sobre *habilidades/ atributos/preferencias* para obtener una clara idea de lo que quiere desarrolla, por lo que este ejercicio le permitirá tener una guía y una dirección mucho mas completa para no cometer los errores identificados.

3

Particularidades de una Idea de negocio

Paso N° 3:

Como lo hemos venido viendo a la hora de desarrollar una idea negocios es importante tener en cuenta nuestro mercado meta, (ya que es justamente a quienes vamos a satisfacer sus necesidades y / o problemas) y con ello algunos aspectos que son de total importancia a la hora de determinar verdaderas oportunidades en nuestro emprendimiento.

Segmentación de clientes:

Para entender y tener clara la demanda potencial del producto o servicio que vayamos a realizar es importante tener en cuenta la segmentación de nuestros potenciales clientes que comparten características comunes. Al inicio de esta lección hemos puesto a su disposición una metodología que le permitirá tener una idea clara sobre el perfil de su cliente.

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Análisis de la situación de compra

Para describir oportunidades en el desarrollo de su idea, debemos analizar las situaciones de compra, algunas preguntas relevantes que usted debe plantearse y que necesitan respuestas suelen ser:

Análisis de la situación de compra de mis potenciales clientes	
1-¿En qué momento compra la gente nuestro producto o servicio?	
2-¿Compran solo cuándo lo necesitan o lo hacen por simple satisfacción?	
3-¿Dónde hacen las compras?	
4-¿Quién lo compra? ¿Cómo lo compra?	

Tarea 1

Agregue la información anterior a la ficha de seguimiento de su proyecto.

Tarea 2

Agregue la siguiente e información a la ficha de seguimiento de su proyecto (ver recuadro siguiente página).

5

LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

El análisis de la forma en el que el producto/servicio llega a su potencial cliente, necesidades y formas de compra de sus potenciales clientes así como las demás circunstancias relacionadas a la decisiones que toma y acciones de compra nos indicara cuales son las posibilidades de posicionar nuestro servicio o producto en el mercado.

Nuestro análisis de competencia directa

Además de analizar al consumidor, y sus formas y métodos de compra, es de suma importancia poder analizar la oferta que existe en la actualidad de los actores existentes en el mercado en el que vamos a competir.

Análisis de la competencia directa	
1-¿Cuáles son los servicios o productos de nuestra industria que están creciendo significativamente?	
2-¿Cuál es la propuesta de valor que esos servicio o productos están ofreciendo ?	
3-¿Cuál es nuestra ventaja competitiva de nuestra emprendimiento y que lo que nos hace diferente a la competencia?	

Estos aspectos nos ayudaran a identificar verdaderas oportunidades para posiciones nuestro producto o servicios así mismo nos propicia verdadera información sobre factores relevantes que puedan amenazar o pueden brindar potencial de desarrollo de nuestra idea de negocio.

*Mapa de empatia: Para comprender el comportamiento de potenciales clientes



Herramienta diseñada por XPLANE

6

PROYECTO - AUTOEXPLORACIÓN DE HABILIDADES

Habilidad: Aprender a Aprender

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

1 Introducción

Una vez que hayamos identificado las necesidades que posee la comunidad y hayamos tomado esas necesidades para transformarlas en verdaderas ideas de negocios, es fundamental que cada uno de nosotros podamos identificar nuestras habilidades, conocimientos y gusto.

Por eso es importante que nos planteemos las siguientes preguntas:

- ¿Poseo talento?
- ¿Cuales talento poseo?
- ¿Qué quiero aprender?
- ¿He identificado lo que más me gusta hacer?
- ¿Existen actividades que no me llaman la atención?
- ¿Cómo puedo hacer para lograr aquello que me gustaría hacer y que no puedo lograrlo en este momento?

2 Identificar actividades asociadas a gustos y destrezas

Autoconocimiento de habilidades propias



El objetivo de esta actividad se centra en Autoconocimiento como herramienta para el desarrollo de habilidades propias.

¡Ehhhh profe!

Es importante que la motivación de tu parte en esta actividad para lograr el objetivo deseado



6

PROYECTO - AUTOEXPLORACIÓN DE HABILIDADES

Habilidad: Aprender a Aprender

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



Recursos a utilizar en la actividad:

Hojas en cuadritos (lo aproximado como para que se dibujen), Lápiz



Pasos a seguir en la actividad:

Pasos:

- Se divide el grupo en subgrupos
- Se explica que se deberán dar respuesta a las siguientes preguntas

a. ¿Cuál es tu actividad favorita?

b. ¿Cuáles son los lugares que más te gusta visitar?

c. ¿Qué es lo que más te gustaría aprender?

d. ¿Qué es lo que mejor sabes hacer?

e. ¿Por qué es bueno aprender habilidades nuevas?

f. ¿Por qué existen habilidades que nos cuestan realizar?

- Se dan las repuestas correspondiente y se comparte en clases toda la información por grupo.

1 Introducción

Una idea de negocios hace referencia a la ocasión u oportunidad para comenzar una idea, adentrarse en un sector laboral o el lanzamiento de un nuevo producto en el mercado. Como lo hemos venido analizando en lecciones anteriores una idea de negocio es cuando identificamos una necesidad en el mercado que necesita ser satisfecha, contando siempre con la capacidad y destrezas para desarrollar esa idea de nuestra parte.

Hoy el concepto de oportunidad de negocio está presente gracias al desarrollo de muchos emprendimientos que han sabido aprovechar las necesidades de los consumidores, tratando de satisfacer las demandas o presentar un servicio o un artículo nuevo en el mercado que destaque además por su potencial de solución e innovación.

¿Qué es lo que debemos saber sobre una idea de negocios?

Encontrar una idea de negocios requiere de paciencia, atendiendo en este sentido al monitoreo de necesidades que surjan en el mercado. Es importante, como ya habrá leído que antes de desarrollar una idea de negocio deberá primeramente encontrar una necesidad latente que puede ser solucionada y que al mismo tiempo contar con una cantidad razonable de posibles clientes para que apoyen dicha idea. Así mismo, se requiere de cautela, a la espera de ese momento. Así, aprovechar el instante adecuado nos evitara que nuestra idea “tenga una muerte prematura” debido a que no se ha realizado una investigación que permita tener conciencia de cada paso el desarrollo de nuestra idea.

Se puede decir que encontrar un día de negocio no es una tarea fácil, al contrario, necesita de un estudio de nuestra parte. Existen distintas maneras para identificar una idea de negocio, algunas ya hemos hecho la suficiente referencia en lecciones anteriores.

No obstante, le presentamos una que otras forman de identificación que nos permitirán sacar nuestra idea adelante.

7

BLOQUE PRÁCTICO – LAS
 OPORTUNIDADES
 DE NEGOCIOS. FASE I

Cuadro de identificación de necesidades y oportunidades

Reconocer necesidades	Adaptarse a los cambios
Siempre habrá necesidades esenciales como la salud o la alimentación, pero también surgirán otras nuevas que no resultarán tan importantes, pero que contribuirán a satisfacer las demandas del usuario.	El mercado cambia de un día para otro, modificándose tanto los deseos, necesidades, hábitos, costumbres y modas de los consumidores. Esto exigirá estar atento a los cambios.
Identificar complicaciones	Pistas sobre oportunidades de negocio
Las oportunidades de negocio también aparecerán con la detección de necesidades a raíz de problemas en el día a día de las personas.	En nuestro entorno hay empresarios, emprendedores, proveedores y clientes que pueden encendernos la bombilla en lo que se refiere a oportunidades de negocio.

7

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE I

Caso de estudio N°1.

Juan el emprendedor

Juan es un emprendedor de 20 años que se dedica a la industria alimenticia. Hace poco Juan recuerda el momento en que pensó que su empresa no surgiría nuevamente debido a las complicaciones por las cuales estaba pasando. Clientes que se marchaban, perdidas rojo en sus cuentas, y como si esto fuera poco, Juan se encontraba tan estresado que no pensaba en un plan de salida o emergencia.

Después de unos meses en la misma situación y de parecer no tener otra opción más que cerrar su empresa, Juan le provoco el cambio de mentalidad.

Lo primero que hizo fue, investigar más a sus clientes. Por lo que recurrió a la lista de todos ellos y no paró hasta comprobar si necesitan en verdad los productos que su empresa realizaba, o bien preguntar si necesitaban algo “para encontrar en esa respuesta una solución alternativa a un nuevo negocio”. Hablo, visito a todos hasta que no quedo nadie en la lista.

Una vez que comprobó que todos los clientes no habían de necesitar más de sus productos, centro una parte de sus esfuerzos en innovar sus productos y por otra buscar nuevos clientes a través de los contactos de sus clientes ya realizados. En palabras más simples, a través de sus clientes recogió recomendaciones que le abrieron puertas que por si mismo le habría costado muchísimo.

Por otro lado, se dio cuenta que en la crisis que estaba atravesando dejo de hacer aquellas cosas o actividades en las que no era experto, y en efecto en las que perdía muchísimo tiempo que bien podría habérselas dedicado a la realización de productos innovadores ya que estudio Artes Culinarias.

Así Juan, adopto una postura que le permitió salvar a su empresa, buscar nuevos clientes y dedicarle tempo a las cosas que realmente sabe hacer. En la actualidad la empresa de Juan se ha expandido por varias zonas del país y siempre recomienda desde su experiencia lo que hizo en momentos de crisis para salvar su empresa.

7

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE I

Caso de estudio N°2.

María la emprendedora que venció todos los obstáculos

María es una joven emprendedora de 21 años. Ella se las ingenió para trabajar como empleada en la sección de limpieza de una empresa que se dedicaba a la creación de cremas para el cuidado personal. Desde un principio, María fijó su objetivo en su trabajo, aprender y conocer muy bien el desempeño de todo el proceso en la creación de esas lociones. Fue así como dedicándose a las labores de limpieza fue conociendo en pocos meses todo lo que se necesitaba para que la empresa en la que trabajaba funcionara de la forma como lo hacía. María, quería más retos y no paro hasta ingresar el año pasado a la Universidad a estudiar y fue así como pudo reforzar los conocimientos en materia técnica que le hacían falta para iniciar su emprendimiento en la creación de lociones con componentes orgánicos para el cuidado personal.

Una amiga le prestó un local y con el dinero que ahorro durante su trabajo pudo comprar algunos muebles necesarios para el negocio, ha pasado el tiempo y en la actualidad María, cuenta con tres locales en todo el país y en los próximos dos meses inaugurará un local más en el país



3 **¿Cómo evaluar una idea de emprendimiento?**

El análisis de la idea debe partir de tres fundamentos:

Paso N° 1:

Evalúe cada casilla marcando con una "X" según lo identificado en los dos casos anteriores.

Paso N ° 2: lluvia de ideas

Realice una lluvia de idea sobre lo que le gustaría desarrollar en cualquier de los ámbitos anteriores:

Costumbres de consumo y de producción en su zona

1. Reglas establecidas por la tradición (es) de su comunidad
2. Personas y negocios con los que nos relacionamos
3. Cambios en el entorno
4. Necesidades o quejas que las personas han identificado

Paso N° 3: matriz de la evaluación de las ideas de negocios grupales

Completar la matriz de evaluación de ideas de negocio:

1. Primera columna: listado de ideas que queremos analizar
2. En la primera fila: criterios acordados para valorar cada idea
3. Peso relativo a cada criterio: lo más relevante tendrá mayor peso
4. Rango de puntos para calificar cada idea según criterios

Para evaluar cada criterio habrá que multiplicar el peso relativo por la calificación asignada.

7

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE I

* *Evaluación de una idea de negocios.*

CARACTERÍSTICAS	Nada desarrollada		Poco desarrollada		Desarrollada		Muy Desarrollada	
	1er idea	2da idea	1er idea	2er idea	1er idea	2er idea	1er idea	2er idea
1- La persona emprendedora tiene una verdadera oportunidad de negocio en sus manos.								
2- La persona emprendedora identificó una necesidad de mercado.								
3- La persona emprendedora espero el momento adecuado para desarrollar su idea.								
4- La persona emprendedora identificó un mercado específico para dirigir su servicio/producto.								
5- La persona emprendedora posee conocimientos para desarrollar la idea.								
6- La persona emprendedora asume riesgos.								
7 - La persona emprendedora confió en sí mismo.								
8- La persona emprendedora buscó nuevas oportunidades.								
9 - La persona emprendedora asumió compromisos y retos.								
10 - La persona emprendedora planificó muy bien lo que quería desarrollar.								
Subtotal en idea valoradas en:								
	Total 1er idea				Total 2da idea			

1 Introducción

Es importante dejar claro al inicio de esta lección algunos conceptos básicos que nos pueden ayudar a comprender la importancia que tiene el desarrollo de cualquier actividad u objetivo a través del trabajo en equipo.

Definición de grupo:

Un 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.

Definición de equipo:

Un equipo por otro lado es la definición que se utiliza para designar a 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.

Todos los integrantes del equipo se reconocen como miembros se comportan con base en una serie de normas y actuaciones que, aunque no estén explícitamente dados los comparten, así como también tiene en común valores compartidos.

¿Cuál es la diferencia existente entre grupo y equipo?

En esta respuesta es importante dejar claro que no es lo mismo un grupo que un equipo, por lo que es necesario reconocer las diferencias existentes entre estos conceptos.

Un grupo es fácil formar, solo basta unir personas y tenemos un grupo, en cambio un equipo necesita conocimiento y compromisos y valores compartidos de todos sus miembros.

Por lo que por ejemplo una persona hace falta en un grupo es probable que nadie note su ausencia, en cambio si eso sucediera en un equipo de seguro se notaría.

Así mismo, un grupo depende de los objetivos entre sus miembros, mientras que un equipo depende solamente de cada individuo y de su decisión de permanecer en él.

Importancia de trabajar en equipo

Uno de los elementos más importantes para el cumplimiento de los objetivos es el trabajo en equipo. El trabajo en equipo es un elemento poderoso que estimula la creación de ideas, él se combinan las habilidades y experiencias de sus miembros y es a la vez un cumplimiento de la iniciativa y del desempeño individual, ya que estimula grandes niveles de compromisos hacia fines comunes.

El trabajo en equipo multiplica las posibilidades para generar conocimientos nuevos y motivar el aprendizaje. Es importante señalar que una persona que no posee confianza no compartirá conocimientos.

8

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE II

3 Formación de grupos colaborativos colaborativos para la Identificación de una idea de negocio

Siempre que empecemos a desarrollar un proyecto debemos partir de aquello que nos gusta hacer y sobre lo que seremos capaces de dedicarle tiempo, a partir de allí podemos desarrollar nuestras ideas y planificar bien nuestras actividades.

Una vez que queramos desarrollar una actividad ya sea ligada a una actividad económica en general o a algo más específico, ya sea temas ambientales, culturales, tecnológicos e incluso sociales es importante le dediquemos tiempo en encontrar personas que puedan aportar mucho valor a través de distintas áreas, pero también es fundamental que a través de los miembros del equipo se pueda proponer una idea de negocio realista que pueda ser ejecutada.



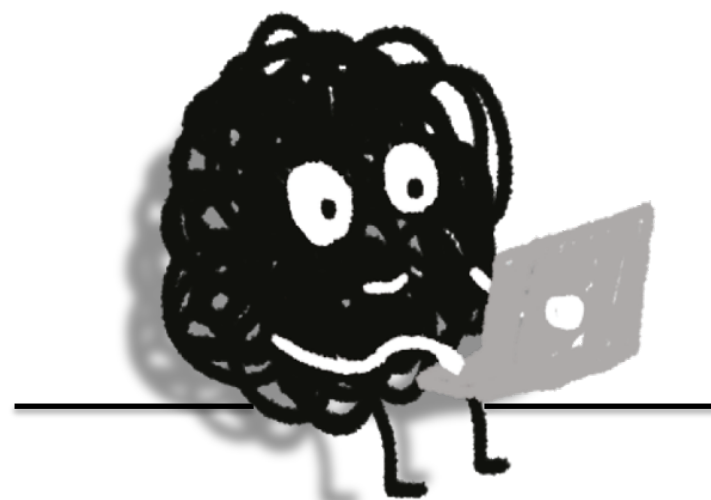
Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

- Elección de idea y definición del negocio

Elegir una idea de negocio es decidir que vamos a producir o que servicio vamos a ofrecer

Una muy buena idea de negocio identifica las necesidades del mercado y crea soluciones



8

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE II

Por lo tanto, el análisis de la idea debe partir de esos tres fundamentos

Paso N ° 2: lluvia de ideas

Realice una lluvia de idea sobre lo que le gustaría desarrollar en cualquier de los ámbitos anteriores:

Costumbres de consumo y de producción en su zona

- 1.Reglas establecidas por la tradición (es) de su comunidad
- 2.Personas y negocios con los que nos relacionamos
- 3.Cambios en el entorno
- 4.Necesidades o quejas que las personas han identificado

Paso N° 3: matriz de la evaluación de las ideas de negocios grupales

Completar la matriz de evaluación de ideas de negocio:

1.Primer columna: listado de ideas que queremos analizar

2.En la primera fila: criterios acordados para valorar cada idea

3.Peso relativo a cada criterio: lo más relevante tendrá mayor peso

4.Rango de puntos para calificar cada idea según criterios

Para evaluar cada criterio habrá que multiplicar el peso relativo por la calificación asignada.

*

Paso N° 4: seleccione la idea con la mayor puntuación.

3 Importancia de identificar y desarrollar una Idea de negocio

Para iniciar cualquier proyecto de negocios es importante iniciar primeramente por la identificación de la idea del negocio que queremos desarrollar y sobre el cual trabajaremos

Aunque las ideas en muchos de los casos han sido el resultado de un proceso de inspiración, también han sido un proceso de búsqueda y de identificación sobre verdaderos problemas que enfrente la sociedad.

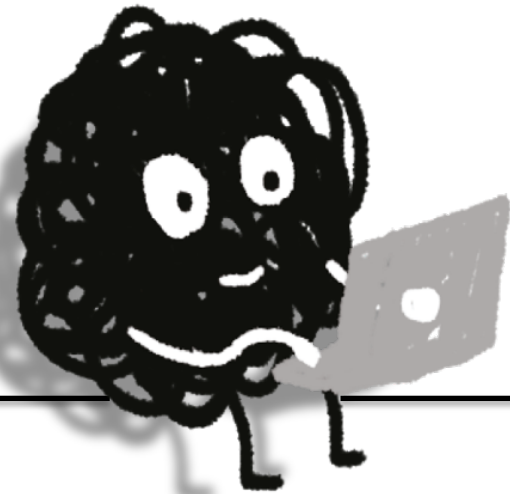
Uno de los primeros pasos necesario debe ser la investigación del entorno emprendedor que le permitirá desarrollar la idea. Esa investigación le permitirá identificar y evaluar los aspectos como las oportunidades, las amenazas y los riesgos.

Como hemos hecho referencia en el transcurso de esta guía la idea de negocio suele producirse por:

- 1.Necesidades insatisfechas presentes en el mercado
- 2.Necesidades actuales que se proyectan a futuro
- 3.Nuevas necesidades
- 4.Inquietudes e intereses personales
- 5.Deficiencia en productos y servicios

8

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE II



En resumen

Una necesidad insatisfecha en el mercado es una oportunidad para desarrollar un proyecto dirigido a suplir esa necesidad. Podríamos decir si usted determina con certeza cual es el tipo de necesidad que poseen las personas, tiene casi asegurado un mercado como tal.

Por otro lado, el desarrollo de emprendimientos ha permitido cada día el aumento de autoempleo en jóvenes que apenas están recién graduados del colegio y en otros casos que apenas han de comenzar la universidad.

Si echamos un vistazo al pasado veremos que la educación que recibimos fomenta de manera cada vez más creciente las ideas emprendedoras y muchos de los jóvenes que reciben este tipo de educación están aprovechando al máximo sus capacidades para formar el perfil del trabajador por cuenta propia, flexibilidad, autonomía, iniciativa, creatividad y de esta forma no solo crear una fuente de autoempleo sino también, a ser una fuente de empleo para muchos jóvenes de su comunidad.

8

BLOQUE PRÁCTICO – LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS. FASE II

Hoy la formación de emprendimientos ha propiciado el desarrollo del crecimiento económico y social de nuestros países. Si lo vemos más específicamente en nuestras comunidades se han desarrollado muchos emprendimientos que hoy emplean a muchas personas y por supuesto también han invertido el desarrollo de la comunidad de una u otra forma.



¿Y si pudiera crear empleo para muchas personas?

Piense por un momento si usted tuviera la oportunidad de crear empleo para muchas personas.

¿A qué se dedicarían a esas personas? (idea y área específica del emprendimiento)

¿A quiénes emplearía? (rango de edad de las personas)

¿A cuántas personas emplearía?

¿Cómo le gustaría aportar a su comunidad más allá del empleo de personal?

4 Retomando conceptos

Claves de sesiones aprendidas

Aplicar el juego del “Gol para asentar conocimientos de sesiones aprendidas previamente” *

* *Matriz de Evaluación de una idea de negocios.*

Idea de negocio	1- Existe una necesidad Peso 40	2- Posee capacidad y conocimiento propio Peso 30	3- Satisfago una necesidad Peso 20	4- Existen competencias similares en mi zona Peso -10	TOTAL
IDEA 1					
IDEA 2					
IDEA 3					
IDEA 4					
IDEA 5					

1-Existencia de necesidad		2-Capacidades y conocimiento		3-Necesidades satisfechas		4-Competencias similares	
Muy alta	4	Muy alta	4	Muy alta	4	Muy alta	4
Alta	3	Alta	3	Alta	3	Alta	3
Baja	2	Baja	2	Baja	2	Baja	2
Muy baja	1	Muy baja	1	Muy baja	1	Muy baja	1



El Juego del Gol

EL juego del gol para asentar conocimientos. Material: Sólo precisamos de una pizarra, marcadores y las preguntas de los alumnos escritos en papel y recortadas una a una.

Aplicación de la actividad: Puede ser empleada al finalizar cada unidad didáctica, no importa la materia siempre que haya un lote de preguntas y respuestas que puedan elaborar los alumnos.

Objetivos: Repasar los contenidos de la unidad correspondiente, solventar las posibles dudas o lagunas que haya con respecto a estos y promover la interrelación entre el alumnado de la clase y fomentar la escucha entre este.

Descripción de la actividad: El profesor en los días previos a la realización de la actividad debe pedir a los alumnos que elaboren un número determinado de preguntas de la unidad didáctica que acaba de estudiarse en clase.

Pueden ser unas cinco preguntas con sus correspondientes respuestas escritas en papel.

1. Se elige a un alumno que será el árbitro del partido y por lo tanto el encargado de leer las preguntas y determinar, con ayuda del profesor si las respuestas, el tiempo y el procedimiento empleado para responder son correctos.
2. El día de la actividad se divide el grupo-clase en dos, formando dos equipos de igual número de alumnos. Cada equipo elegirá un nombre que le represente y un portavoz.
3. El profesor dibuja en la pizarra un campo de fútbol que estará dividido en tres partes iguales de izquierda a derecha. A cada lado del campo se dibuja una portería con el nombre de cada equipo escrito encima en medio del campo un círculo que representará el balón.

4. Se pide a cada alumno de los dos equipos que entregue su hoja de preguntas y respuestas al profesor.
5. Entre los dos portavoces se elige el equipo que comenzará "sacando", es decir a contestar las preguntas.
6. Comienza el juego con el balón en medio del campo: El profesor elige una pregunta del equipo contrario para el equipo que saque.
7. Los contrincantes también deben decidir a qué miembro del equipo envían la pregunta, de tal manera que ningún miembro del equipo quede sin contestar y no se repita la persona que contesta. Hay un tiempo límite para contestar las preguntas, el árbitro cronometra el tiempo, puede ser un minuto o más depende del tipo de pregunta.
8. En la imagen que sigue puede observarse el campo de fútbol como quedará dibujado en la pizarra.

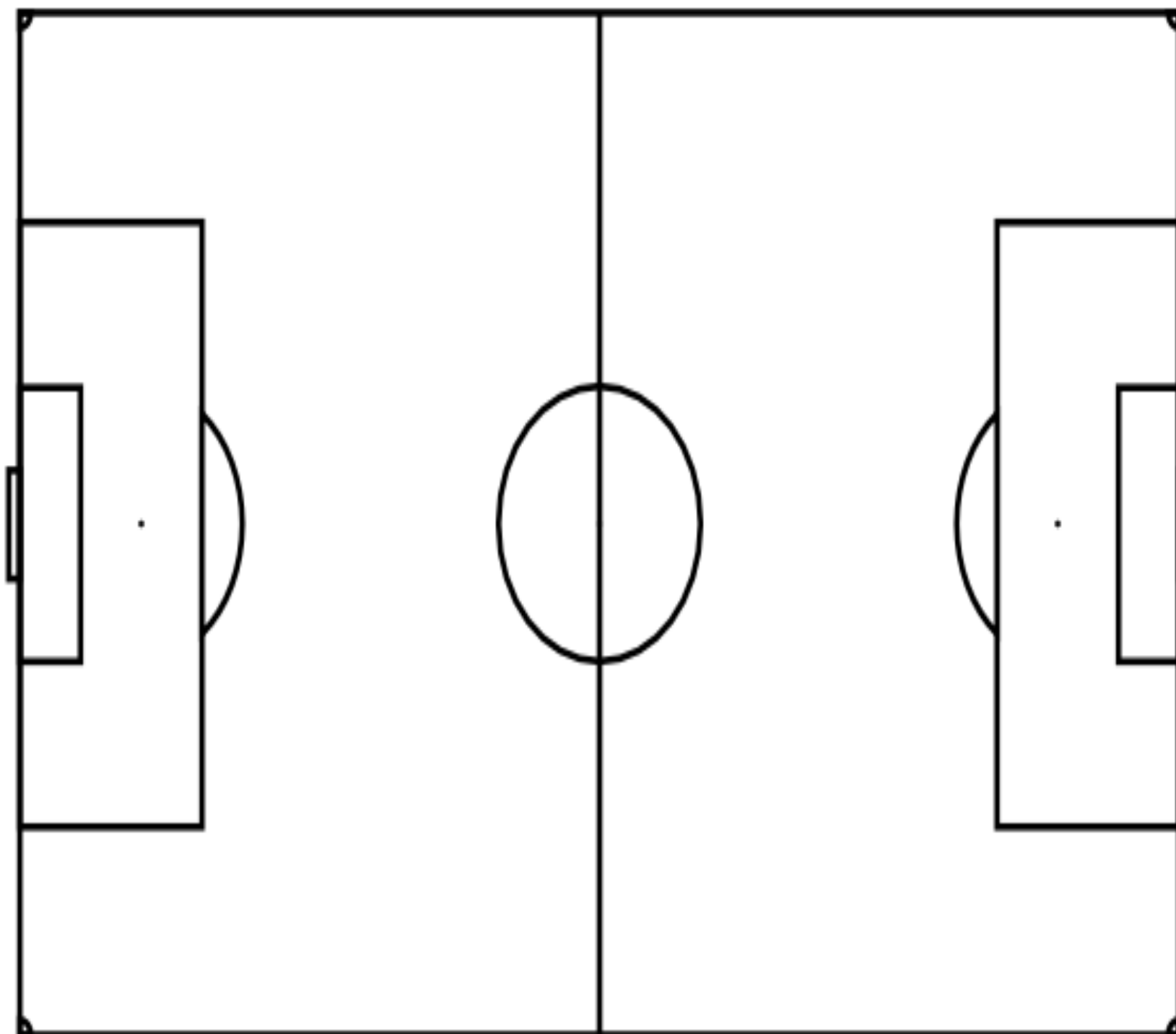
***El Juego del Gol****** Juego del gol para asentar conocimiento**

Si la persona que saca responde correctamente a la pregunta el balón se moverá del centro del campo hacia la portería del equipo contrario una posición. Si no acierta la pelota sé que da donde estaba y pasa el turno al equipo contrario.

9. Si la respuesta es correcta el equipo contrario elige otra persona del grupo contrincante para que conteste la pregunta siguiente, si vuelve a acertar, la pelota se moverá una posición, entrando en el área de penalti de la portería del equipo contrario, y si no pasa el turno al otro equipo.

10. El juego consiste en marcar el mayor número de goles posibles, o de responder el mayor número de respuestas.

11. Pueden ofrecerse incentivos o premios al equipo ganador, como algo material o no, por ejemplo, comentarios positivos en la evaluación de esa actividad.



9

IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES A TRAVÉS DEL ANÁLISIS PRÁCTICO

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 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 conocer mejor los problemas, necesidades y situaciones por las que pasa no solamente una personas sino, incluyo 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

3 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) tratara (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 hayzgos de las diferentes necesidades

10

PROYECTO – CONOCIENDO LA COMUNIDAD

Habilidad: Aprender a Aprender

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

1 Introducción

En esta lección usted será capaz de identificar aquellos elementos de importancia que posee la comunidad, a la vez será capaz de identificar una lista de aquellas necesidades de tipo social que podrían ser abordadas.

Así mismo , se elabora una lista de aquellas necesidades de carácter social:

- Cuido de adultos
- Cuidado de niños
- Temas de salud
- Necesidades y molestias
- Otros que puedan aportar a conocer mas de temas sociales

2 Cierre de actividades

Procedemos a resumir y a presentar la información encontrada.

2 Elaboración de elementos Claves de la comunidad

Elabore una lista de recursos que posee la comunidad, estos elementos pueden ser:

- Económicos
- Conocimiento
- Lugares
- Congregación de personas
- Recursos naturales
- Otros que puedan aportar al su idea de negocio



11

ELEMENTOS CLAVES DE UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO INNOVADORA

Habilidad: Aprender a Aprender

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

1 Fuentes de información en el desarrollo del modelo de negocios

Elementos claves de una oportunidad de negocio innovadora.

Para determinar los elementos claves de una oportunidad de negocio y que esta posea el componente de innovación, es necesario primero conocer algunos conceptos asociados a un negocio innovado, veamos a continuación:

¿Qué es un emprendedor innovador?

Es importante diferenciar un emprendedor de un emprendedor innovador, en este caso el primer concepto se refiere a una persona que decide organizarse, iniciar y operar un negocio, eso es ser emprendedor a palabras simples. Por otro lado, un emprendedor innovador no es más que una persona que decide organizarse,

iniciar y operar un negocio, a diferencia que lo hace de manera que implementa algo novedoso e introduce mejoras al servicio o producto que ofrece.

¿Ser emprendedor es lo mismo que ser innovador?

Si bien es cierto toda persona emprendedora debería poseer características innovadoras, esta no es la suficiente razón para decir que todos deberían poseer ese componente.

Por ejemplo, pensemos en un primer escenario:

imaginemos que usted decide poner un emprendimiento de helados, no obstante, su negocio no se diferencia de nada a los cientos de locales que ofrecen helados en su país. Por esta razón, podríamos decir que, si somos emprendedores, pero carecemos de la falta de originalidad.

Ahora imaginemos en un segundo escenario:

Que decide agregar a sus helados el componente de innovación, originalidad y decide crear un helado con sabor a moracasganabana relleno con leche condensada. Estaría sin duda alguna siendo un emprendedor pero ahora con el factor de innovación y por lo tanto su emprendimiento pasaría a ser un negocio innovador.

¿Un emprendedor innovador es aquella persona que inventa algo nuevo?

No del todo, muchas veces pensamos que innovar es realizar algo nuevo, y muchas veces confundimos el término de innovar con inventar. Inventar es crear algo nuevo e innovar va más relacionado con las prácticas y usos que se le dé a ese elemento inventado.

11

APROVECHANDO OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN NUESTRA COMUNIDAD

¿Soy un emprendedor innovador?

Ya sabemos quién es un emprendedor innovador, pero ¿Cómo se si soy uno de ellos?

A través de características como:

1. Siempre preguntan y están insatisfechos: Para que una persona pueda innovar debe cambiar algo. En mucho de los casos esa persona he experimentado estar insatisfechos por eso que quiere transformar.

2. Ven más allá de lo todo el mundo ve: Un emprendedor innovador siempre está analizando todo alrededor y buscado alternativas para realizar ya sea un producto o una actividad (servicio)

1. Prueba, fallan, corrigen y vuelven a intentarlo: Los emprendedores innovadores no solo van más allá de lo estándar, sino también van poniendo en práctica y probando cada idea, ya que es así como se consiguen resultados.

Entonces una oportunidad de negocio innovadora es:

- Tener las ideas claras

Como hicimos referencia anteriormente: una persona emprendedora con características innovadoras tiene que poseer ideas claras sobre el producto o servicio a ofrecer, y por lo tanto nuestro negocio tiene que tener impreso este componente.

- Innovar en todos los ámbitos

Nuestro negocio debe buscar formas alternativas de diferenciarnos de los demás y de brindar una nueva experiencia a sus clientes.

- Probar una y otra vez las ideas

Una oportunidad de negocio innovadora siempre está en constante búsqueda de nuevas formas de brindar experiencias a sus clientes por lo que probando ideas que satisfacen a sus clientes y una vez

edificada la aceptación de sus clientes introduce ese factor diferenciador.

- No resistir al cambio ¡Un negocio que quiere ser innovador, jamás resiste al cambio! Si ha identificado nuevas formas de acercarse a clientes, diseñar un nuevo modelo de negocio o, reenfocar el negocio.

Todas estas ideas resumen en definitiva como ser un emprendedor innovador y como a la vez de esas prácticas podemos integrarlas y traducirlas en esfuerzos para que nuestra idea de negocio se convierta realmente en algo innovador y único en el mercado que operará.

11

APROVECHANDO OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN NUESTRA COMUNIDAD

3 Creación de una herramienta de evaluación de oportunidades De negocios basadas Capacidades e intereses

Complete la siguiente herramienta:

F = Falso.

V =. Verdadero

Capacidades e intereses	Escala de valoración				
	(F)				(V)
Estamos claros de lo que queremos desarrollar a través de nuestra idea de negocio.	1	2	3	4	5
Se nos han ocurrido soluciones para el problema que hemos identificado.	1	2	3	4	5
Podemos aplicar esta solución en el mundo real. Para ello contamos con el conocimiento en materia de desarrollo.	1	2	3	4	5
Tenemos claro el tiempo que esta idea nos puede llevar y de la forma en como lo vamos a lograr.	1	2	3	4	5
Hemos identificado algunos fallos que puede poseer nuestra idea y sabemos cómo solucionarlo.	1	2	3	4	5
Identificamos nuestras habilidades y debilidades personales, así como las obstáculos para el desarrollo de nuestra idea.	1	2	3	4	5
Total, de afirmaciones valoradas en:					

11

APROVECHANDO OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN NUESTRA COMUNIDAD



Pasos a seguir para completar la herramienta

Paso N° 1:

Coloque en la columna "A" el número total de afirmaciones que usted haya contado.

Paso N° 2:

Multiplique el resultado de la columna "A" por el de la columna "B" y el resultado anótelos en la columna "C"

Paso N° 3:

Sume verticalmente los puntos obtenidos en la columna "C" y coloque el resultado en el recuadro de PUNTAJE FINAL TOTAL:

Favor consultar recursos sobre formas de trabajos colaborativos / innovadores :

<https://bit.ly/recursovirtual>

	A		B		C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 3:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x		=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:		x		=	

PUNTAJE FINAL TOTAL

Interpretación del puntaje:

- De 30 a 25 puntos = usted tiene una idea de negocios en sus manos. Vale la pena continuar en el proceso para su desarrollo.
- De 24 a 15 puntos = usted tiene en lo que aparentemente puede ser una idea de negocio, pero debe desarrollar más el concepto.

Menos de 15 puntos = Vale la pena explorar y pensar en que otra idea puede interesarle y replantear todo nuevamente para que no vuelva a ocurrir lo mismo.



Pasos a seguir en la actividad

Desarrollo:

Paso N° 1

Se trata de preparar una lista común de 10 objetos que los/las participantes llevarán en vacaciones.

Paso N° 2

Los diez primeros objetos seleccionados no deben ser elegidos para el uso personal, sino con la intención de que la estancia de todos sea lo más agradable y mejor organizada posible. Se lee la lista para todos.

Paso N° 3

De forma individual se hace una elección de los 10 objetos entre los 50 propuestos. Finalizado se hace una puesta en común, debate y elección de los 10 objetos. El grupo es libre de poner en práctica los procedimientos que estime más favorables, con el fin de llegar a un acuerdo sobre una lista única de 10 objetos.

Paso N° 4

Una vez realizada la lista establezca por día la forma en como empleara cada instrumento.

Paso N° 5

El docente observará el proceso y el procedimiento de toma de decisiones. Puesta en común del resultado del ejercicio y debate sobre el procedimiento de toma de decisiones utilizado.

Paso N° 6

Conviene concluir la técnica analizando los distintos modelos de toma de decisiones: autoritarismo, voto y consenso y valorar las ventajas y los inconvenientes de cada uno de ellos en los grupos.

12

PROYECTO - EXPOSICIÓN DE LA INFORMACIÓN

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

1 Introducción

Los grupos colaborativos rellenan la información correspondiente a las herramientas vistas en la clase previa.

2 Preparación y presentación de información

La información obtenida de la herramienta se prepara de forma ordenada y resumida de acuerdo al desarrollo de la herramienta.

3 Cierre de actividades

Se presenta la información y el facilitador da retroalimentación sobre la información de las herramientas, Dichas herramientas tienen que ser presentadas por grupos colaborativos.

13

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS LUCRATIVOS

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

1 Introducción

A la hora de desarrollar nuestro propio proyecto en un área en específica es necesario e indispensable como primer paso “tener una buena comprensión de la comunidad y de la población en particular”, por ello nos tomaremos el tiempo preciso en esta lección para conocer nuestra comunidad y la localidad que habitamos. Esto nos asegurará desarrollar nuestro proyecto con bases fundamentales para que pueda desarrollarse y persista con el pasar del tiempo.

2 Identificación del entorno cercano

Descripción de la comunidad a través de sus cuatro niveles:

A través de la descripción de la historia de nuestra comunidad, podemos obtener un contexto del cual lograremos recoger y obtener datos que puedan identificar las

principales necesidades de la población que precisan se atendidas y a la vez, nos asegura posibilidades de desarrollo en nuestra idea de negocio.

Asegúrese completar la información a través de los siguientes tres niveles que se muestra a continuación. Una vez los haya completado será capaz de identificar las necesidades que urgen ser solucionadas y de ellas más adelante podrá evaluar la idea con un sentido más lucrativo.

1. Descripción de nuestra comunidad:

- Tipos de información que mejor describen a la comunidad

- ☐ Información demográfica
- ☐ Información geográfica
- ☐ Información histórica
- ☐ Participación ciudadana
- ☐ Líderes claves dentro de la comunidad

- ☐ Líderes claves dentro de la comunidad

- ☐ Medios de comunicación y transporte

- Descripción de las fuentes de información por medio de la cuál la comunidad se informa

- ☐ Televisión

- ☐ Radio

- ☐ Periódico

- ☐ Internet

- ☐ Biblioteca

- Valores la calidad de la información que llega a su comunidad

- ☐ Actual

- ☐ Atrasada

- ☐ Positiva

- ☐ Negativa

2. Descripción de las situaciones cotidianas que suelen suceder a la población en general:

13

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS LUCRATIVOS

2. Descripción de las situaciones cotidianas que suelen suceder a la población en general:

- Asunto de interés, estos suelen estar asociados a situaciones muy cotidianas de la vida diaria, a la hora de identificarlos no tendrá mayor problema.

- ☐ Educación
- ☐ Salud
- ☐ Economía
- ☐ Seguridad
- ☐ Vivienda

- Relevancia de esos aspectos cotidianos para la comunidad

- ☐ Muy relevantes
- ☐ Relevantes
- ☐ Poco relevante
- ☐ Nada relevantes

3 Describa de acuerdo con los factores identificados anteriormente, la prioridad de los asuntos ocurridos:

- Los problemas o necesidades existentes han generado, continúan generando y posiblemente generaran cambios muy perceptibles en la comunidad.
- Frecuencia en la que ocurre (n) el problema; i) Siempre, ii) casi siempre, iii) nunca.
- Número aproximado de personas que se ven afectados por esta necesidad o problema y necesitan una solución.
- Posibilidad de abordar/solucionar el problema o necesidad
- Posible impacto/consecuencia de la abordarlo.

13

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS:
EMPRENDIMIENTOS
LUCRATIVOS

4. Una vez identificado todos los elementos anteriores podrá identificar los asuntos prioritarios y podrá buscar soluciones para ser abordadas a través de su idea de emprendimiento.

Complete:

Tipo de necesidades	Soluciones posibles a través de mi idea
Solución 1	
Solución 2	
Solución 3	

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

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

1 Introducción

En la actualidad es muy frecuente encontrarse a muchísimas personas con necesidades que no están siendo satisfechas, podríamos decir que estas necesidades son en muchos casos producto de la ineficiencia de sectores tanto público como privado. En la mayoría de los casos las personas han identificado que las empresas privadas poseen poca actitud ética con sus propios empleados y han mostrado una conciencia escasa en temas asociados al medioambiente y a la sociedad. Es por ello, por lo que muchos de los emprendedores que nacen en la actualidad centran sus esfuerzos con el objetivo de corregir esos errores de deficiencias identificados.

Esta lección le permitirá tener una idea más clara sobre lo que es un emprendedor social, aportando a la vez algunos ejemplos de emprendimientos de carácter social que operan en el mercado, así como

también le permitirá visualizar e identificar las necesidades prioritarias en esta materia en su comunidad.

2 Lo que es un emprendimiento Social

Los emprendedores sociales son personas que buscan poner en práctica ideas cuyo fin es resolver problemas presentes en la sociedad.

Una empresa B es un negocio que utiliza la fuerza del emprendimiento para hacer el bien. Estas empresas generan negocios que crean valor social o ambiental. Ellas amarran su éxito empresarial con ayudar al planeta y las personas, y por esto van a ser las líderes del mercado en el futuro. Como hemos visto, el mercado está cambiando. Ya no es suficiente agregarle valor a los consumidores si nuestros productos o prácticas destruyen nuestro planeta o le hacen daño a la comunidad. Las empresas del futuro son las que solucionen estos problemas o ayuden a solucionarlos. Existe una certificación internacional que declara que una empresa es B. Esta certificación es un análisis profundo de cómo opera el negocio y si considera el bienestar ambiental y social, antes que el monetario.

Concepto emprendedor:

Por lo tanto, un emprendedor puede ser definido como aquella persona que ha reunido las condiciones necesarias para generar un negocio, pero eso no es suficiente, ya que estos no necesariamente necesitan ser inventores de nuevos y grandes avances en la parte de producto o servicios. Por lo que para ser considerado como un emprendedor "se deben saber invertir los recursos que tenemos a nuestra disposición de la manera más estratégicamente posible."

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

Por lo que entonces para identificar a un emprendedor se deben reunir cuatro aspectos diferenciadores y cada uno complementario:

- Creación de valor

Un emprendedor además de generar y añadir valor al producto o servicio que realiza, también es capaz de traspasar recursos económicos de un área de baja productividad a una de alta productividad y de mayor rendimiento.

- Identificación de oportunidades:

Un emprendedor genera cambios en un área a través de la explotación de las oportunidades que ha sido capaz de encontrar un área específica a través de las necesidades identificadas

- creatividad:

Un emprendedor también debe destacar por no solo por la capacidad de aprovechar las oportunidades,

sino también por afrontar los retos que comportan la falta de recursos y de esa forma sobrepasarlos y obtener resultados.

- Capacidad para aceptar riesgos

Un emprendedor es aquella persona capaz de navegar la incertidumbre, sobrellevar el riesgo y estar comodo en la incertidumbre.

En conclusiones un emprendedor:

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



Tarea



Investiga cuales son algunas empresas B y el bien que hacen en el mundo. Escoje tu favorita y presentala en clase para compartir el conocimiento con tus compañeros. Preguntense, ¿Cuáles tipos de empresa B podrian surgir de la comunidad?

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

Además de lo anterior mencionado, existen dos aspectos que todo emprendimiento social debe poseer:

1. Objetivos de procurar hacer el bien: aunque no se consensa sobre la medida que los fines sociales deben estar presentes, estos siempre deben estar. Como hemos hecho referencia, el punto para clasificar un emprendimiento social se fundamenta en si sus objetivos de trabajo apuntan a fines sociales.
2. Papel que juega el grupo en la sociedad al cual se dirige el proyecto: En caso de emprendimiento social, debe reunir esfuerzos para beneficiar a un grupo beneficiario que compromete a la sociedad como tal.

El fin social no debe ser el único

Así se determina que el fin único de un proyecto social no debe ser solo el lado social, ya que en muchos

casos los emprendimientos lucrativos deberán de tener como fin el papel de social, mientras que en otros puede existir un claro compromiso de generación de ingresos que vayan de la mano con el fin social.

2 Importancia de emprendimientos sociales en mi comunidad

Una vez que hay hemos definido los rasgos de un emprendimiento social, debemos centrarnos en la importancia de los emprendimientos sociales en la comunidad. En la actualidad los emprendimientos sociales permiten en nuestras comunidades:

- Cambios a grandes escalas: Ya que al identificar problemas que luego se traducen en necesidades pueden ser solucionados con ayuda de la misma población. Lo que al principio parecía no tener solución puede que lo tenga a través de la ayuda de toda la comunidad o de una parte que sea fundamental para cambiar la situación.

- Acerca a nuevas personas: debido a que facilita el trabajo en equipo para solucionar una situación e impacta a un número mayor de personas.
- Genera resultados positivos y afianza a que en un futuro los proyectos que se puedan llevar a cabo cuenten con la colaboración de muchas más personas.
- Ayuda a entender la dinámica de cada grupo de la comunidad: esto permite que generar un autoconocimiento de los grupos de la comunidad, a la vez le permite tomar decisiones y acciones en la comunidad.

Los puntos anteriores reflejan la importancia del desarrollo de emprendimientos sociales en una comunidad, pero cuando hablamos de la importancia en general de un proyecto social vemos que su ejecución permite resolver problemas identificados, los cuales de una u otra forma mejoran la calidad de vida de todas las personas de la sociedad.

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

El mercado esta cambiando y el futuro de los negocios también. Para el futuro, los emprendimientos que no consideren su comunidad y ambiente no van a tener mercado. Por eso una de las mejores oportunidades para los jóvenes es incluir un aspecto social en su emprendimiento.

3 Priorizar las necesidades prontas a resolver en la comunidad

- Con la finalidad de visualizar las principales necesidades en la comunidad en el ámbito social existente, se propone a continuación una tabla en donde deberán de identificarse dichas necesidades pertenecientes a distintos sectores de la sociedad.

Investigue que es una empresa b.
Presente la información encontrada al resto de la clase.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1.

Se debe reflexionar sobre las necesidades que usted considera que existe en su comunidad.

Paso N° 2.

Se dispondrá a rellenar cada uno de los espacios correspondientes: i) ámbitos, ii) Retos o necesidades detectadas en cada uno de los ámbitos, iii) Identificación de quienes están ayudando a solucionar el problema, iv) manera de cómo se resolvería los problemas a través de qué servicio o producto.

identificación de necesidades sociales			
Ámbito	Retos o necesidades	¿Quiénes trabajan para una solución?	Manera en la que resolveremos esta situación

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES

Que puede hacer uso de las siguientes preguntas que se muestran a continuación para tener idea mucho más completa sobre el o los temas sociales de su interés.



- Identifique si su propuesta inicial cubre alguna necesidad social, ya que le será más fácil poder completar la información solicitada.
- ¿Cómo se quiere satisfacer necesidades o solucionar problemas sociales identificados?

- Identifique si ya existen casos similares en otras localidades y como las ha solucionado.
- ¿Qué características específicas tendrá nuestro producto o servicio para solucionar esa necesidad o problema?

Paso N° 4. Compartir la información con el resto de la clase.

Información adicional: Podemos observar que en los últimos años los emprendimientos sociales han incrementado su desarrollo en espacios específicos:

- El 7% de los emprendimientos sociales se dedican a actividades de salud.
- El 11% de los emprendimientos sociales se dedican a actividades de democratización en países.

- El 13% de los emprendimientos sociales se dedican a actividades de protección e igualdad para las mujeres.
- El 30% de los emprendimientos sociales se dedican a actividades de educación.
- El 55% de los emprendimientos sociales se dedican a actividades para el crecimiento de la economía.

4 **Caso de estudio** **sobre emprendimiento**

Completar conjuntamente a través del trabajo en equipo ideas sociales.

Se requiere ser creativo y dispuesto a trabajar en el contexto de falta de información.

14

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS SOCIALES



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1.

A continuación, se le presenta dos casos de emprendimientos sociales reales, con información mínima sobre las actividades que se realizan.

Paso N° 2.

Usted debe detallar toda la información necesaria como que tal conociera esta idea de emprendimiento social.

Paso N° 3.

Para ello deberá completar la información a través del modelo de negocio visto en la lección N° 8.

Paso N° 4.

Compartir la información clases.

Caso de estudio.

Nutrivida inicia su producción en una planta de 200 metros cuadrados, en donde desarrolló 3 productos alimenticios, fortificados y de alta calidad nutricional: cereal infantil, sopa instantánea de pollo y una bebida en polvo. También cuenta con un paquete con una comida completa (Nutripack, que tiene bebida y sopa).

De acuerdo con la directora, los productos no se regalarán porque el negocio debe ser financieramente sostenible. Sin embargo, si se venderán al menor costo posible para que la clientela meta pueda comprarlos. "Hay que enseñar a pescar, no regalar el pescado. De todas formas no alcanzarían los recursos para acabar con la pobreza extrema", añade. Otro de los aspectos de importancia es que estos alimentos se distribuyan mediante la red MANU (Mamás Pro Nutrición), compuesta por 100 jefas de hogar de escasos recursos, quienes fueron capacitadas para vender los productos y a la vez educar e informar a los clientes sobre la importancia de una buena alimentación.

"La idea es que ellas estén listas para llevar estos productos puerta a puerta en sus comunidades. Es un modelo que estamos replicando de Bangladesh y si bien, como empresa social solo vamos a generar pocos empleos, vamos a generar muchos indirectamente con esta fuerza de venta", señala la alta ejecutiva

Además de la distribución directa, Nutrivida venderá estos productos en los Musmanni Mini Súper (cadena de supermercados pequeños de Fifco) y en 12.000 pulperías (pequeños abastecedores comunales).

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS CULTURALES

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

1 Introducción

Los emprendimientos culturales son iniciativas o proyectos culturales y creativos con un plan que los hace económicamente sostenibles o en vías de serlos. (UNESCO 2014)

2 Lo que es un emprendimiento cultural

Como recién hemos hecho referencia, podríamos decir que un emprendimiento cultural se caracteriza por, i) la creación intangible, ii) se expresa a través de las personas, iii) conjuga la creación, producción y comercialización de bienes y servicios culturales.

Por lo tanto, podríamos decir que un emprendimiento cultural es una idea de negocio que promueve la creatividad artística y está relacionado estrictamente con las artes plásticas, la música, el cine, la danza, el teatro entre muchas actividades más.

El emprendimiento cultural además es una forma de desarrollo del potencial productivo que posee cada persona, con ese potencial productivo se pretende generar o consolidar relaciones y entramados de buenas prácticas entre las personas de la comunidad, que sirva a la vez para dotarlas de identidad.

Dinámica en Clases



Caracterizando el perfil *



Pasos a seguir en la actividad:

Paso 1:

Se formarán.

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS CULTURALES

Paso 2:

A cada estudiante se le brindara el perfil ya sea femenino o masculino en una hoja (dos por estudiante)

Paso 3:

Cada pareja tendrá que jugar el rol del estudiante A y el estudiante B. Cada estudiante escribirá en el perfil al menos 4 características que crea que lo hacen diferente de los demás, ya sean características físicas o intangibles como, por ejemplo, cantar, bailar o pintar.

Paso 4:

El estudiante "A" describirá en el otro perfil dado 4 características físicas únicas del estudiante "B" y características intangibles del mismo compañero. El compañero "B" realizara lo mismo con el compañero "A".

Paso 5:

Una vez se haya realizado el ejercicio se procederá en una hoja (cartulina) a pegar tolos los papelitos en un perfil de tamaño gigante.

Paso 6:

El profesor procederá hacer énfasis en las características únicas o similares que poseemos y cómo podemos sacarle provecho.

Perfil del emprendedor cultural:

Es importante determinar el perfil de un emprendedor cultural para saber si poseemos estas características y de esta forma podamos descubrir si este es el tipo de emprendimiento que me gusta más.

Para iniciar, usted debe comprender el perfil de los artistas o creativos, su personalidad, ritmos, convicciones sensibilidad o motivaciones más profundas.

- El emprendedor cultural tiene una motivación más allá de ganar dinero: podríamos decir que su interés personal es el demostrar su trabajo, hacer conocer la cultura de su comunidad, conservar su patrimonio cultura, ser reconocido por su talento y / o generar productos o servicios innovadores útiles para la sociedad desde la ética. Esto hace que las personas que se dedican a emprendimientos culturales sean personas muy sensibles a los comentarios, sensibles en el aspecto de habilidades de escucha y tolerancia hacia lo que debe mejorar o incluir.
- Los temas financieros, el dolor de cabezas: Muchas veces se cree que las personas que se dedican a los temas culturales "son malas para el tema de números" incluso los mismos emprendedores culturales llegan a creérselo. Si bien es cierto hay muchas personas que se le facilita el tema de numero a otras no, pero esto no quiere decir que sea imposible, al contrario, es solo

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS CULTURALES

falta de práctica, para desarrollar esa habilidad y fijarse muy bien en números para que podamos incluir esa habilidad en nuestro emprendimiento y evitar que poco a poco nos quedemos sin dinero.

- Un emprendedor cultural más allá del talento, también es organizado y ejerce planeación: La persona emprendedora en este sector debe comprender el ritmo de trabajo y la disciplina que hay que tener para poder realizar todo, desde coordinar de manera individual hasta realizar actividades que impliquen a muchas personas.

3 Importancia de emprendimientos culturales

A pesar de que en la actualidad muchos de los emprendimientos que se desarrollan tienen que ver con el tema lucrativo, existen a la vez muchos emprendimientos que han desarrollado importantes iniciativas en el sector cultural muchos de ellos, han identificado una importante necesidad por conservar y

desarrollar iniciativas culturales para vitalizar y seguir preservando la esencia de la comunidad.

A continuación, se presentan cuatro puntos importantes de los emprendimientos en el beneficio y aporte hacia la conservación de la cultura en la comunidad:

- El emprendimiento cultural favorece la diversidad cultural y reconocer el valor del trabajo, los saberes la creatividad, el patrimonio, la memoria y las prácticas de los individuos alrededor de la cultura.
- Incide en las condiciones de vida de una comunidad, no solamente aportando al desarrollo de la economía local, sino también desarrollando diferentes formas de creación y favoreciendo a la construcción de una comunidad / sociedad más participativa.

- Al fomentar el emprendimiento de carácter cultural estamos ayudando a la creación de lazos y relaciones locales entre sus habitantes, así mismo se fortalecen los sistemas de valores y se asegura la identidad de la comunidad.

- En muchas ocasiones algo que afecta la demanda cultural no es que exista falta de difusión de esta misma, sino que existe una falta de la necesidad y de reconocer que la cultura puede aportar a concretar comunidades más sólidas. Por lo que los emprendimientos culturales son importante para dar a conocer ese tipo de valor que pueden ser rescatados.

4 Sectores tradicionales de la Industria creativa

Las industrias culturales se pueden definir, como los ciclos de creación de producción y de distribución de bienes y / o servicios que utilizan la creatividad y el capital intelectual como insumos primarios. El sector emprendedor en la industria abarca un campo amplio y heterogéneo que

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS:
 EMPRENDIMIENTOS
 CULTURALES

Sector	Principales sectores en la industria cultural		
Sectores tradicionales de la industria cultural	Editorial	Audiovisual	Fonográfica
	Libros	Cinematografía	Industria discográfica
	industria grafica	Industria de televisión	Radio
	Revistas	Industria fotográfica	Conciertos y actualizaciones
	Publicidad	Industria videográfica	
	Diseño grafico	industria de publicidad	
Otros sectores de la industria cultural	Arte y audiovisual	Turismo y cultura	
	Teatro	Arquitectita	
	Conciertos ya actuaciones	Gastronomía	
	Danza	Productos artesanales	
	Diseño	Ecoturismo	
	Moda	Artesanías	
Sectores más recientes de la industria cultural	Multimedia		
	Publicidad		
	Videojuegos		
	Diseño		
	Soporte multimedia		

5

Organizaciones locales o regionales
 para el desarrollo y
 Fortalecimiento de emprendimientos
 culturales

En Costa Rica al igual que en otros países existen muchas instituciones tanto públicas como privadas que apoyan a aquellos que quieran emprender, no obstante, en esta sección le brindamos las instituciones más grandes que brinda apoyo en el aspecto cultural a los emprendedores de este sector.

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS CULTURALES

Organizaciones para el desarrollo y fortalecimiento de emprendimientos culturales

	Nombre de la organización	Descripción d la actividad
Sector gubernamental	Unidad de cultura y economía (Ministerio de Cultura y Juventud).	El objetivo de la unidad de cultura y economía (uce) es "generar las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, mediante la coordinación y articulación de esfuerzos a nivel institucional.
	Centro costarricense de producción cinematográfica(mcj)	Tiene como objetivo resguardar e incentivar la producción audiovisual y cinematográfica de costa rica.
	Sistema nacional de radio y televisión (mcj)	Está a cargo de varios medios de comunicación de costa rica. Tiene como objetivo promover programas culturales y los buenos valores de costa rica
Sector académico	Unidad de Cultura y Economía (MCJ). Centro de tecnología y artes visuales (cetav y eje mipyme de la Fundación Parque Metropolitano la Libertad (MCJ)	Centro de tecnología y artes visuales, que brinda a los jóvenes oportunidad de desarrollar competencias técnicas relacionadas a la tecnología y a las artes visuales.
	Universidad de Costa Rica (UCR): agencia universitaria para la gestión del emprendimiento (AUGE)	Agencia universitaria para la gestión del emprendimiento, incubadora que impulsa el desarrollo de emprendimientos en costa rica.
	Universidad de Costa Rica (UCR): unidad de gestión y transferencia del conocimiento para la innovación (Proinnova)	Se gestionan proyectos de emprendimientos novedosos y asesoran en temas de creatividad, innovación, propiedad intelectual.
Sector empresarial	Cámara de Tecnologías de la Información y Comunicación	Su objetivo es procurar el desarrollo, promoción y uso de las tecnologías digitales en costa rica.
	Cámara Nacional de Radio y Televisión	Es el organismo que agrupa la mayor cantidad de radio fusores costarricense, y es encargado de promover el desarrollo de la industria de la radio en el país.

15

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS CULTURALES



Tarea

Identifique una organización e instituciones tanto públicas como privadas que puedan colaborar a los emprendedores en temas culturales en su comunidad.

Se debe identificar:

- Nombre
- Objetivo de la institución
- Como pueden colaborar a proyectos culturales
- Qué tipo de colaboración o apoyo reciben los emprendedores.

Caso de estudio N°6.

Enseñando a través de la Cultura: el caso de Mario

Mario es descendiente de japoneses y sus padres lo habían mandado de chico a una primaria bilingüe, donde aprendió japonés. A medida que fue creciendo, Mario comenzó a preguntarse para qué le servía el conocimiento de la lengua asiática. Entonces, se le ocurrió transmitir esos conocimientos a otros jóvenes, con el objetivo de inculcar la cultura oriental.

Actualmente, Mario es estudiante de un colegio localizado en la zona norte del país, y a través de carteles, logró dar su primera clase un día, escondidas, en una pequeña aula vacía de su colegio. Cinco estudiantes fueron los que asistieron y sólo duraron unas tres semanas. No era nada fácil el tema.

“Yo no tenía como objetivo hacer un negocio, sino un proyecto cultural, y creo que eso fue lo que me ayudó a seguir adelante”, reflexiona Mario. Siguió con la pegatina de carteles, y así consiguió un nuevo grupo de estudiantes que querían aprender el idioma, con el paso de tiempo Mario pudo citar a más estudiantes para enseñarles su idioma, por lo que en pequeño espacio de su casa, logra reunir a más de 15 jóvenes cada viernes.

La publicidad de boca en boca le ha permitido crecer a Mario y ha podido ahora tener un grupo más grande que se interesa por conocer más sobre esta cultura y el idioma.

15

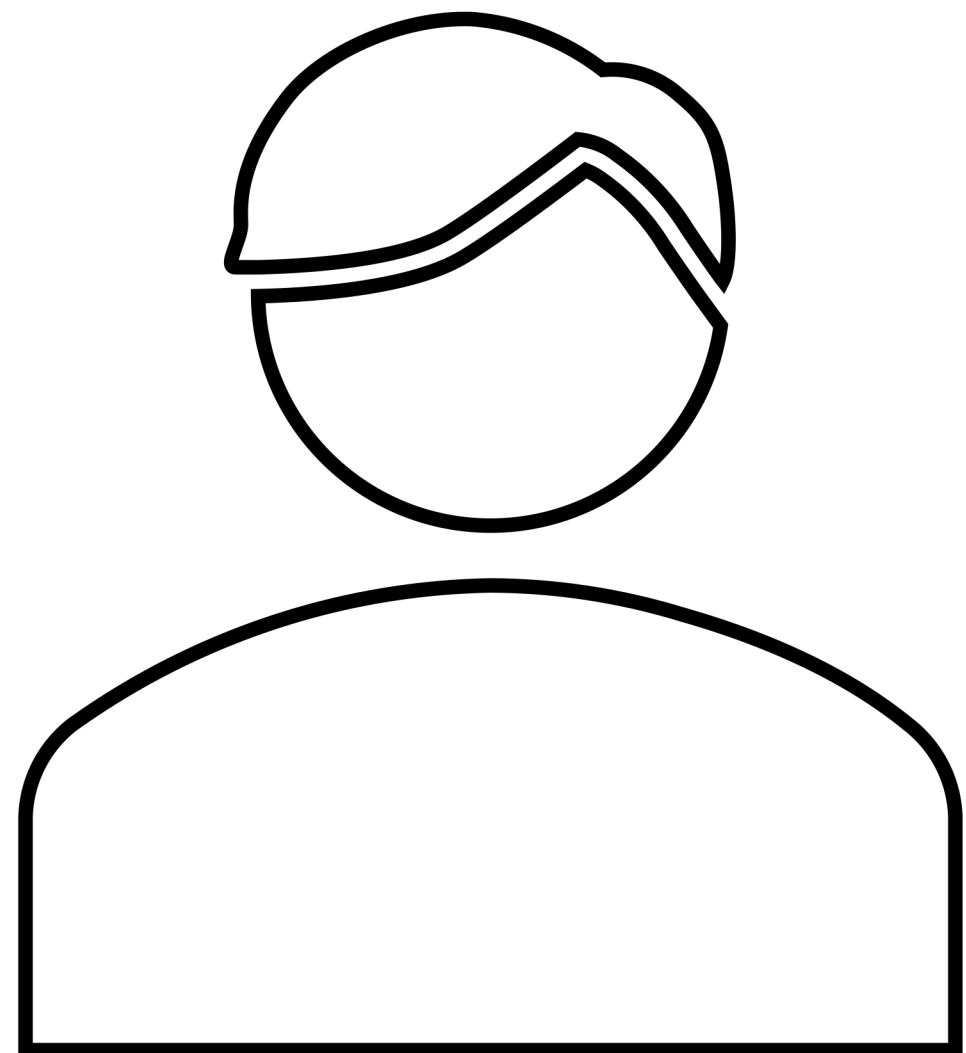
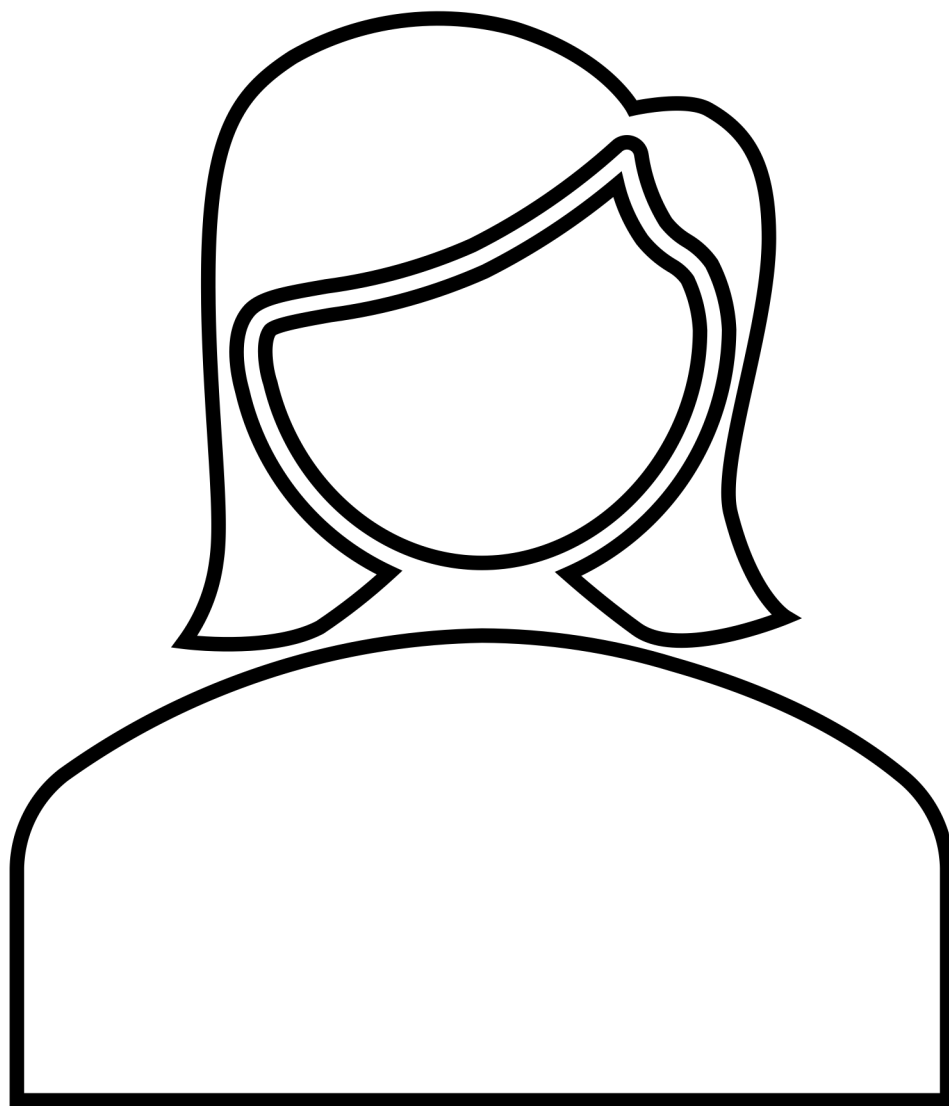
TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS:
EMPRENDIMIENTOS
CULTURALES

Del caso anterior complete:

Pregunta	Respuesta
¿En qué consiste el emprendimiento de Mario?	
¿Cuál ha sido su propuesta de valor?	
¿Cómo puede ayudar el emprendimiento cultural de Mario a la cultura local?	
¿Se encuentra el emprendimiento de Mario en una de las categorías estudiadas anteriormente?	
Enliste las razones del porque se considera un emprendimiento cultural a la actividad que realiza Mario (basado en la lección).	



* Caracterizando el perfil



Tarea 1



Agregue la información anterior a la ficha de seguimiento de su proyecto.

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS AMBIENTALES

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

1 Introducción

Los emprendimientos ambientales han venido tomando fuerza desde inicios de los años 2000, sin embargo, no es sino hasta hace aproximadamente 10 años que se han venido produciendo muchas más iniciativas de productividad en el ambiente verde. Esto se ha observado en el desarrollo de ideas relacionadas con la producción de energías limpias, reciclaje, saneamiento de cuencas en ríos, reforestación. Así mismo estas ideas han propiciado el uso de cada recurso que nos provee la naturaleza de forma razonable, al mismo tiempo que experimentamos nuevos e innovados usos a través de materiales que reemplace la utilización de recursos no renovables en los procesos productivos de nuestra día a día.

En esta sección podrá ser capaz de identificar lo que es un emprendimiento ambiental y la importancia de su desarrollo en la comunidad, así mismo será capaz de identificar los escenarios primordiales para el desarrollo de este tipo de emprendimiento, así como conocer sus aptitudes frente a este tipo de iniciativas para dar soluciones a los problemas ambientales en su comunidad.

2 **Un emprendimiento ambiental**

Un emprendimiento ambiental o un emprendimiento verde es toda aquella idea de negocio enfocada en resolver problemáticas, necesidades y vacíos en el plano ambiental. Pueden estar relacionados con soluciones en energías limpias y renovables, sistemas que permitan la mitigación y adaptación al cambio climático, productos o servicios que reduzcan la contaminación de algún tipo o bien que enfoquen en la educación ambiental, y la protección de la biodiversidad.

Así mismo, un emprendimiento verde se caracteriza por integrar el eje ambiental, económico y social en el propio modelo de negocio en la forma de actuar diario y aportar soluciones innovadoras en las formas de producción y consumo de los bienes y servicios.

Las personas que se dedican a este tipo de emprendimiento deben tener claro primeramente el hecho de agregar valor a algo que aparentemente no lo tenga, por ejemplo, con el tema de los residuos, desperdicios y objetos inutilizables, así mismo, todas las iniciativas deben poseer el factor creativo a la hora de dar un uso diferenciado a un producto o servicio, por ejemplo en el tema de ecoturismo, y por último este tipo de personas que se dedican a temas ambientales deben ser conscientes de la demanda y la sensibilización del público con el que han de trabajar, ya que cada vez son más el número de personas que buscan

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS AMBIENTALES

productos que hayan sido creados con el compromiso amigable del medio ambiente.

3 **Importancia de emprendimientos ambientales para la comunidad**

El cuidado y la preocupación del medio ambiente más allá de ser una medida para combatir el deterioro del planeta, también presenta una oportunidad de negocios para los emprendedores que quieren incursionar en este medio.

Muchas son las ventajas que podemos encontrar a la hora de ofrecer un negocio ecológico, no obstante, en esta sección no centraremos en identificar cual es la importancia de estos para la comunidad.

Primeramente, hay que recordar que la principal característica de los emprendimientos ecológicos es ayudar a la sociedad a tener una mejor calidad de vida, a partir de

este principio podemos encontrar una serie de importantes puntos que nos permitirán comprender más a fondo la importancia de este tipo de proyectos para nuestra comunidad.

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS AMBIENTALES

Algunos aspectos de los emprendimientos verdes:

Beneficios	Aspectos
Sociales	Los emprendimientos ambientales permiten la intervención directa de la comunidad en especial si los emprendimientos tienen la finalidad de educar, conservar o preservar el ambiente que habita. Fortaleciendo de esta manera la conciencia crítica sobre responsabilidades que se ha de tener con el ambiente. Por ejemplo: tratamiento de desechos en mi liceo
Ecológicos	Los emprendimientos ambientales reúnen todas sus fuerzas en desarrollar ideas dirigidas a rescatar o preservar áreas para la comunidad en muchos de los casos esta vía es la conservación y la promoción de los recursos naturales que posee la comunidad. el cuido de parques nacionales cerca de donde vivo.
Educativo	Los emprendimientos ambientales, también contribuyen de forma educativa al incentivar a la comunidad a la conservación y protección del ambiente en beneficio de las presentes y demás generaciones. Por ejemplo los programas de educación ambiental en mi comunida.
Desarrollo integral	Los emprendimientos ambientales al aplicar sus principios básicos en; la sociedad, la ecología y la educación logra la creación de un ambiente más dinámico, creativo y humano permitiendo de esta manera la proactividad de las personas a la hora de detectar problemas y darles soluciones de forma mutua. Por ejemplo, un proyecto para ir a meditar al bosque.
Económicos	Los emprendimientos ambientales son vitales para la economía no solo del país, sino también para las económicas locales, se considera a la vez que los emprendimientos ambientales producen un efecto cascada para la economía, porque no solo genera empleo, sino también ayuda a identificar problemas que pueden ser solucionados a través de la participación conjunta de la población. Por ejemplo, los paneles solares que brindan energia a mi comunidad.
Innovación	Los emprendimientos ambientales están íntimamente relacionados con la capacidad de producir innovación, ya que es mucho más fácil para este tipo de emprendimiento cambiar de cultura o implementar nuevos métodos para el beneficio de la sociedad. Por ejemploi la reutilización que le puedo dar a las botellas de plástico.

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS AMBIENTALES

4 **Aplicación** **De test ambiental**

Aplicación del test de conciencia ecológica como herramienta para la identificación de posibles emprendimientos ambientales. *

5 **Escenarios para el desarrollo** **de emprendimientos** **ambientales**

A continuación, le presentamos un conjunto de iniciativas que puede desarrollar en su comunidad en materia ambiental. Es importante que a la hora de desarrollar cualquiera de estas iniciativas tome en cuenta las sesiones ya antes vistas en esta guía.

- Recolectar residuos sólidos electrónicos y baterías:

Cuando tenemos que deshacernos de los equipos informáticos, como computadoras, celulares televisores o electrodomésticos o baterías,

muchas de las ocasiones no sabemos que hacer, muchas de nuestras familias en la comunidad sin saberlo pueden estar necesitando de este servicio, y en muchas de las ocasiones la solución que pueden encontrar es tirar todo a la basura o apiñar todo en un solo lugar.

Entonces, ¿Qué puedo hacer con estos desechos electrónico?

Puede sepáralos y sacarles provecho y realizar adornos o cosas utiles que luego puede vender y tener así un ingreso económico.

- Negocios sostenibles con alimentos orgánico

Puede empezar cultivando algunos alimentos orgánicos y luego venderlos a vecinos o ferias locales, hoy en día muchas personas por este tipo de alimentos pagan mucho dinero, ejemplo en el caso de las verduras o frutas que son cultivadas sin químicos contaminantes.

suele ser un buen mercado en donde puede poner en práctica sus iniciativas de agricultor y empezar a producir alimentos que mejoran la calidad de vida de las personas.

- Educación y concientización ambiental

Usted junto a otros compañeros pueden dedicarse a crear un programa educativo y de concientización ambiental para las personas de su barrio o de su comunidad en general para que las personas cambien de actitud y puedan realizar buenas prácticas en beneficio del medio ambiente. Recuerde siempre incurrir a alguien adulto para que pueda ayudarlo, preferiblemente un profesor para que pueda apoyarlo en algunos aspectos que quizás usted desconozca.

- Confección de bolsas ecológicas y reutilizables

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS AMBIENTALES

tardan años en biodegradarse y causan un grave daño al medio ambiente no solo a nivel de contaminación, sino también representan un gran peligro para fauna y la flora.

Puede desarrollar bolsas ecológicas y reutilizables en casa y luego venderlas a nivel de la comunidad. Estas bien pueden ser de materia no contaminante, como por ejemplo cartón, papel e incluso, algunas a base de prendas de ropa que no se utilicen.

- Reciclando llantas

Anualmente son muchas los neumáticos que se desechan y que usted podría sacarle provecho y realizar objetos muy creativos.

6 **Caso de estudio** **Revisar anexo**

Revisar al final de la lección sobre el caso de estudio.

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS AMBIENTALES

MATERIAL DIDÁCTICO



*TEST DE CONCIENCIA ECOLÓGICA

	A	B	C	D
Practico actividades ambientales en mi comunidad				
Me siento identificado con algún movimiento en pro del medio ambiente de mi comunidad				
Utilizo los basureros públicos para tirar papeles				
Cuando hay basureros, utilizo los contenedores para depositar de forma separada los desechos.				
Me importa darle nuevos usos a las cosas que puedan ser útiles para mi o para otros				
Separo la basura según tipo				
Pongo en práctica medidas domesticas para ahorrar agua				
Utilizo un sistema de ahorro de energía en mi hogar (bombillos de bajo consumo)				
Me desplazo a pie o en bicicleta en mi comunidad				
Utilizo el transporte público				
Participo en acciones a favor del medio ambiente en lugares públicos (limpieza de ríos, plantar árboles)				
He participado en marcha a favor del cuido del medio ambiente.				
Compro productos amigables con el medio ambiente				
Prefiero los productos con características que no contaminen el medio ambiente.				
Prefiero productos con envases reciclables o reutilizables				
Llevo mi propia bolsa cuando voy de compra				
Compro productos locales en mi comunidad				
Evito comprar cosas innecesarias				
Compro solo lo indispensable				
Compro productos nacionales que los importados				
Opto por comprar productos locales y típicos de mi comunidad para alimentarme				
La contaminación en mi comunidad es muy alta				
Pienso en el mundo natural como en la comunidad a la que pertenezco				
Necesito pasar tiempo en la naturaleza para ser feliz				
Me interesan los problemas ambientales				

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS AMBIENTALES

MATERIAL DIDÁCTICO



* **TEST DE CONCIENCIA ECOLÓGICA**

	A	B	C	D
La razón más importante para la conservación ambiental es la supervivencia humana				
Cuando me siento triste encuentro confort en la naturaleza				
He identificado algunos problemas ambientales en mi comunidad				
No estoy dispuesto a dedicarle tiempo a los temas ambientales				
Pienso en mí mismo (a) como parte de la naturaleza				
La contaminación no es algo que afecte directamente				
Lo peor de la destrucción de los bosques es que frenará el desarrollo de nuevos productos				
Me siento vinculado a animales y plantas				
Al estar en la naturaleza es una gran reductor de estrés				
Mi bienestar personal es independiente del mundo natural				
Se que las personas necesitan ayuda para solucionar los problemas ambientales existentes en mi comunidad				
He pensado en ayudar en los problemas ambientales				
Se cómo sacarles provecho a los problemas ambientales				
En mi hogar contribuimos al medio ambiente				
Se que algunos productos hacen daño a la naturaleza, pero aun así los sigo utilizando				

Puntuación:

- A cada respuesta A le asignas 5 puntos.
- A cada respuesta B le asignas 4 puntos.
- A cada respuesta C le asignas 3 puntos.
-

- A cada respuesta D le asignas 2 puntos

Interpretación de los datos:

Más de 190 puntos: Su perfil se asemeja bastante al de un/a emprendedor ambiental. Tienes iniciativa y disciplina, usted es independiente..

Ello no quiere decir que ya tenga asegurado el éxito para montar un emprendimiento con características ambientales, pero sin duda a nivel personal tienes los rasgos necesarios para triunfar.



Entre 140 a 189 puntos: Reúne bastantes características para ser un buen emprendedor ambiental. No obstante, aunque tus aptitudes son buenas, no se relaje, hay ciertos puntos que debes perfeccionar para lograr el éxito. Analice sus puntos débiles y fije una serie de acciones concretas para mejorarlos en un plazo determinado de tiempo.

Entre 91 a 139 puntos: Debe tener precaución, tomase el tiempo necesario para recapacitar sobre su futuro emprendimiento, aún su confianza, determinación y conocimientos empresariales/emprendedores están un poco flojos, pero no se preocupe, lo único que debe hacer es leer, hablar con otras personas emprendedoras con éxito para aprender sus trucos, aprende de ellos/as introduciendo tu propio estilo. Tiene potencial empresarial, pero le falta un empujón.

Menos de 90 puntos: Si realmente lo que quiere es crear tu propia empresa, aun le queda un camino por recorrer, aunque en su perfil hay alguno de los caracteres de persona emprendedora, en la mayoría de los aspectos las dudas y la inseguridad le acompañan. Intente analizar las razones de todo eso y procura desarrollar tu creatividad, capacidad de asumir riesgos, confianza, mientras las va desarrollando, continúa trabajando para terceras personas y aprende de lo mejor de ellos.

16

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS AMBIENTALES

MATERIAL DIDÁCTICO



Caso de estudio

José es un estudiante de octavo grado del colegio, un buen día le asignan hacer una pasantía en una empresa y observa preocupado la gran cantidad de papel desecho que se generaba en la empresa y pensó como podría hacer para utilizarlo y a la vez darle un uso apropiado que beneficiara a su comunidad.

Hablando con su papá, Jorge, albañil desde hace muchos años y con una gran experiencia en el área le comento su inquietud, Jorge le refiere que con ese papel se pueden hacer bloques.

José, entusiasmado comenzó a trabajar con su padre en la idea... luego de un gran tiempo de esfuerzo llega a un producto. ¡Una mezcla para elaborar bloques a base de papel desechado!

Responda las siguientes preguntas:

Basado en los tipos de emprendimientos que hemos venido estudiando, elabore un final a la historia de José.

- ¿Considera usted que José es un emprendedor? Justifique su respuesta
- ¿Cuáles son las ventajas que José tiene en este a historia?

- ¿A qué tipo de clientes cree que José dirigirá el proyecto? Utilice algunas herramientas visto en lecciones anteriores de ser necesario.
- ¿Lo que acaban de descubrir José y Jorge es algo innovador? Justifique su respuesta.
- ¿Cuáles cree usted que son las principales capacidades e intereses de José y su papá en este proyecto?
- De cambiar o agregar algo a la historia de José ¿Qué sería? Detalle.
- ¿Cree que José ha descubierto un problema en su comunidad?
- ¿Cómo cree que este tipo de proyecto beneficia a la comunidad? Justifique
- Siendo usted un experto en temas de emprendimientos que otros consejos cree que son importantes para José y Jorge.

17

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS INNOVADORES

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

1 Introducción

Emprendimiento innovador:

Podemos decir que los emprendedores suelen desempeñar un rol importante en la innovación. Una parte importante de las innovaciones no nacen de los departamentos de investigaciones y de desarrollo que grandes empresas suelen tener, sino más bien de personas que se han dedicado a observar el mercado y en este aspecto son capaces de identificar no solo las necesidades sino también las necesidades y oportunidades que ofrece el mercado.

Existe un vínculo muy importante e inseparable entre el concepto de innovación y emprendimiento, en muchos de los casos se suele hacer mención de manera conjunta, no obstante, ambos conceptos son diferentes.

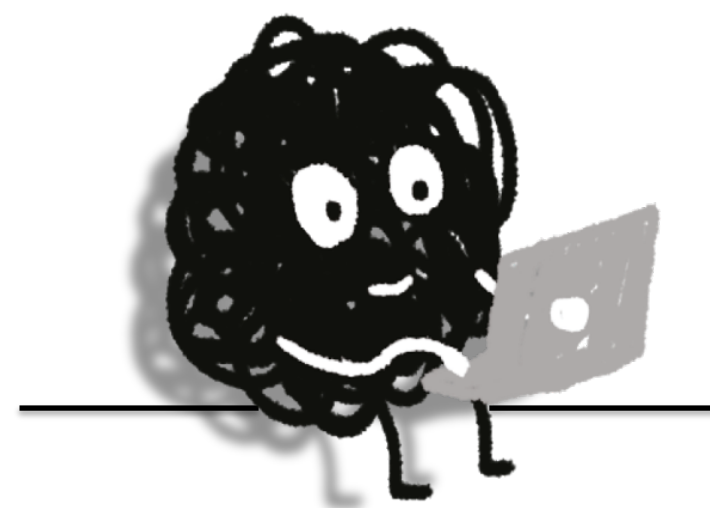
¿A que llamamos un emprendimiento? Se puede ver como la acción por medio de la cual se inician nuevos negocios, la innovación corresponde a la implementación de nuevos procesos, productos sistemas y mecanismos en nuestro emprendimiento. Es así que, cuando ambos procesos se encuentran (Creación de negocio + implementación de nuevos proceso) nos encontramos ante un emprendimiento innovador como tal.

En la mayoría de los casos los emprendimientos con el componente de innovación pueden alcanzar un alto crecimiento y éxito, ya que los emprendimientos innovadores suelen ser más complejos que los que no están basados en el proceso de innovación, ya que suelen enfrentar junto a las actividades propias del negocio, la complejidad de introducir algo nuevo en el mercado. Así mismo se ha demostrado que los emprendimientos han logrado alcanzar una importante expansión de demanda en sus productos o

o servicios, cuando estos han apostada por el factor de innovación.

*La innovación
es solo un idea*

*No todas las
invenciones son
innovaciones*



• La innovación no es solo idea:

Una idea puede ser la base para la innovación y es parte fundamental

17

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES

de tal proceso, pero una idea por sí misma no posee ningún valor al menos que se lleve a la práctica. Las ideas son el inicio de un gran proceso que requiere trabajo, usted como emprendedor debe comenzar con la estrategia, de que quiere lograr con tal idea, además de visualizar las claras necesidades del cliente, hábitos, creencias, prácticas y demás que le permita lograr los objetivos previstos.

- No todas las invenciones son innovaciones:

Cómo se ha hecho referencia en otras secciones anteriores, una invención por si misma nace sin valor, al menos que alguien quiera darle un valor a nuestra idea a través de la su compra / uso.

Es solo una vez que se explota y se inicia el proceso de adquirir lo que usted hizo que su idea adquiere valor y se convierte ya no solo en una idea sino también en un emprendimiento innovador.

- Inventar no es lo mismo que innovar:

Muchas veces pensamos que innovar es realizar algo nuevo, y muchas veces confundimos el termino de innovar con inventar. Inventar es crear algo nuevo e innovar va mas relacionado con las prácticas y usos que se le dé a ese elemento inventado.

2 ¿A quién se le puede ocurrir una idea innovadora?

Caso de ejemplo

Imaginemos por un momento que usted se encuentre con los demás compañeros de clases tratando de encontrar soluciones a una situación en especifica, como por ejemplo, conocer el estado de ánimo de cada compañero una vez por semana durante 4 meses, con la limitante de que no se puede conocer el nombre de cada persona, ni tampoco podemos

preguntarle de forma directa, ni tampoco generar largas encuestas, etc.

Con el aporte de todos los datos ayudarán a generar un reporte para diferentes proyectos en temas sociales para su escuela. Entonces a usted se le ocurre que cada compañero pueda poner en un pedacito de página una carita (sonriente si se encuentra feliz o triste si se encuentra de esa forma), de esa manera estará cumpliendo con las instrucciones y ¡adivine qué! Estará aportando una gran idea que a su grupo de trabajo.

Al igual que en el ejemplo anterior, todos en algún momento hemos tenido muy buenas ideas, y en ese instante hemos dicho ¡lo tenemos! Y sentimos una gran satisfacción personal por haber atravesado el proceso de ideación y resolver de esa manera el problema.

17

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS INNOVADORES

Pero ¿qué hacemos con esa idea? ¿la llevamos a la práctica? ¿somos capaces de estar en constante contacto para un mejoramiento? ¿somos capaces de llevarlas a la práctica? Muchas de las personas a las cuales se le ocurre alguna idea innovadora no son capaces a llevarlas a cabo debido a “obstáculos” camuflado de pereza que no les deja avanzar.

En su ejercicio ya como emprendedor, le brindaremos algunas tácticas que le permitirá estar en constante contacto con su idea con el fin de mejorarla y potenciarla.

3 Ejes para el desarrollo de emprendimientos innovadores en una localidad

Esta sección tiene como finalidad tomar el concepto de innovación y emprendimiento y desarrollar a través de la identificación de potenciales necesidades de una comunidad un emprendimiento de carácter novedoso. Para ellos se ha diseñado cinco ejes estratégicos a seguir:

1.1 Mapear las necesidades de la comunidad

1.2 Identificar las oportunidades del mercado

1.3 Inspirar en modelos tradicionales

1.4 Ofrecer un valor añadido

1.5 Intentar nuevos usos

1.6 Elegir un nuevo público objetivo

Acciones:

Identifique en su liceo un proyecto en el que esté trabajando con su profesor (a), ¿Es innovador?

3 Tipos de innovación

La innovación puede ocurrir en cualquier lugar, ya sea que se trate de una organización con o sin ánimo de lucro.

Puede afectar el desempeño de la propia organización, es decir, el producto o servicio, pero también las estructuras de cómo se presta el servicio.

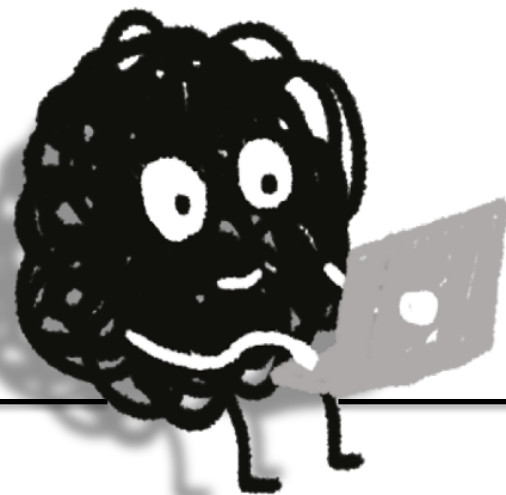
Innovación del producto: Los productos se refieren tanto a productos materiales como a servicios intangibles, como los servicios que satisfacen las necesidades de los clientes y que, por lo tanto, son adquiridos por ellos.

Con las innovaciones de los productos, una empresa gana dinero y trata de diferenciarse de la competencia. tecnológicas y de procesos.

17

TIPOS DE IDEAS DE NEGOCIOS: EMPREDIMIENTOS INNOVADORES

Innovación de servicios: Las innovaciones de servicios son como las innovaciones de productos cuando se trata de venderlos directamente al cliente, por ejemplo, seguros o consultoría de gestión. Incluso si los servicios no se venden activamente, como en el caso de las empresas de fabricación, cada empresa sigue prestando servicios a sus clientes, por ejemplo en logística, reclamaciones, asesoramiento de ventas, etc., incluso si no se venden activamente. Aquí es donde también entra la innovación cuando se trata de la diferenciación y el entusiasmo de los clientes.



¿Podrías hacer un resumen de los tipos de innovación a las que hemos hecho referencia en esta lección?

¿Cuáles de esta aplica para el proyecto que venis trabajando?

Innovación en la manera de hacer negocios: El modelo de negocio es la forma en que una empresa funciona y gana dinero. La innovación del modelo de negocio abarca innovaciones en estrategia, mercadeo, cadenas de suministro, creación de valor, precios o estructuras de costos.

Innovación de procesos y tecnología: Como su nombre indica, se trata de innovaciones tecnológicas, como la creación de productos y servicios. En principio, también son innovaciones de proceso. Estos incluyen, por ejemplo, procesos de producción o tecnologías de TI para aplicaciones. Las innovaciones de productos, las mejoras de calidad o el ahorro de costes a menudo van de la mano con las innovaciones tecnológicas y de procesos.

18

PROYECTO – CONOCIMIENTO A TRAVÉS DE NUESTRAS HABILIDADES

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

1 Introducción

Creación de lista necesidades/habilidades.

A continuación se procederá a realizar una lista de al menos cinco habilidades que posee la persona, para posteriormente identificar en que actividad le gustaría desarrollar.

Él o la estudiante compartirá con otra persona sus habilidades y la información encontrada.

2 Cierre de actividades

Se presenta la información de manera individual y se comenta sobre algunas habilidades que la persona posea y que de repente no haya identificado.

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

En esta sección se pretende orientar hacia la evaluación de la idea de negocio, identificando de esta forma las principales características vistas en el desarrollo de nuestro proyecto.

Se debe tener en cuenta los principales conceptos, así como los procesos que su pusieron a su disposición en el desarrollo de su emprendimiento para valorar la información obtenida y editar cual aspecto que considere necesario.

2 Valoración de la la idea de negocios

- 1.1. Caracterización del emprendimiento
- 1.2. Interés del mercado
- 1.3. Grado de innovación
- 1.4. Factores empresariales
- 1.5. Desarrollo de la idea
- 1.6. Disponibilidad de recursos

- Identifique y caracterice la idea de su proyecto a través de un nombre o un título y realice una breve descripción de que se trata, así mismo deberá indicar la ubicación y o el lugar físico donde se desarrollara. (i) nombre del emprendimiento, (ii) actividad, (iii) Dirección, (iv) Sector de la actividad.
- Identifiqué si el mercado al que orienta su emprendimiento posee características que lo hagan atractivo para su emprendimiento, evalúe; i) tamaño del mercado, ii) crecimiento, iii) necesidades.
- Usted como emprendedor tiene que ser lo más objetivo posible al identificar el grado de innovación que posee su emprendimiento con respecto al mercado meta que se pretende llegar.
Para ello puede utilizar: (i) muy débil, (ii) débil, (iii) fuerte, (iv) muy fuerte.
- Así mismo debe ser capaz de evaluar el conocimiento y la preparación propia como emprendedor, temas sociales, ambientales, económicos, innovadores, financieros, organizaciones. Para ello puede utilizar la escala: (i) muy débil, (ii) débil, (iii) fuerte, (iv) muy fuerte.
- En este apartado se trata de evaluar del Desarrollo de la idea. Para ellos hay que ponderar la influencia de los subfactores incluidos a continuación, (i) grado de dificultad de elaboración, (iii) grado de innovación, (i) muy débil, (iii) fuerte, (iv) muy fuerte.
- Se trata de evaluar si su nuevo emprendimiento podrá contar con los recursos necesarios y suficientes para la puesta en marcha. Para ellos hay que tomar en cuenta los siguientes subfactores: disponibilidad de materias primas locales, mano de obra disponible, financiación, disponibilidad de facilidades administrativas y de tramitación para mi emprendimiento. Para ello puede utilizar la escala: (i) muy débil, (iii) fuerte, (iv) muy fuerte.

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 Dinámica en clases



El repollo

Esta actividad tiene como fin retomar conceptos y/o aspectos importantes de sesiones pasadas.



Recursos a utilizar en la actividad:

Hojas de cuadernos (o blancas), y marcador.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1:

Se realizan preguntas en las hojas de uno o varios temas (según el tema que se precise reforzar). Una vez se realicen las preguntas se procede a poner una hoja encima de otro (tratando de formar un **repollo**)

Paso N° 2:

El maestro designara a una persona que se la encargada de tomar el tiempo, como sugerencia los intervalos del tiempo no tienen que ser mayores a 20 segundos, una vez que el tiempo de agote, la persona que tiene el "repollo" le quita una hoja y lee la pregunta, para hacer más dinámica la actividad el facilitador debe tener una hoja numerada con los nombres de cada estudiantes, la personas que ha leído la pregunta decidirá el número, esa persona será la que al finalizar conteste lo solicitado.

Paso N° 3:

Se repite el proceso una vez hasta que no queden hojas (por lo que el tutor debe tener en cuenta tener las preguntas sobre los temas que desee, de tal modo que se pueda abarcar la sesión deseada)

Paso N° 4:

El tutor al finalizar la actividad hace una reflexión sobre la sesión y si se tiene algunas dudas, puede aprovecharse para despejarse.

Paso N° 5:

Al finalizar la actividad se puede ofrecerse incentivos o premios, como algo material o no, por ejemplo, comentarios positivos en la evaluación de esa actividad.

2 Presentación de ideas de negocios por grupos colaborativos

Los estudiantes presentaran a través del modelo de negocio toda la información sobre su idea de emprendimiento.

Se ha elegido presentar el modelo de negocio ya que es la forma más resumida de toda su idea de emprendimiento.

21

CREANDO A TRAVÉS DE LA MOTIVACIÓN

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

El objetivo de esta sesión se fundamenta en la identificación de las claves más importantes a la hora de emprender y como esas claves pueden aprovecharse para desarrollar un emprendimiento de carácter innovador.

Recordemos que la creatividad es una de las habilidades que poseemos como personas, y desde que la humanidad ha existido podríamos decir que la creatividad nos ha acompañado, desde encender la primera llama de fuego por nuestro antepasados, hasta crear luz eléctrica, hasta creando grandes avances tecnológicos como por ejemplo un celular, un tv o una computadora. Todo lo anterior se ha creado tomando como base la creatividad e ir adaptando poco a poco nuevas mejoras. Sin embargo, no desde el principio se le había conocido a este concepto como tal, conforme se ha transcurrido el tiempo se han realizado estudios y

es así como se le dio el nombre al concepto de "creatividad". Cabe mencionar que esta habilidad está en cada uno de nosotros, en diferentes niveles y distintas expresiones y maneras, pero sin duda cada uno de nosotros somos portadores de creatividad. ¡Solo falta practicarla un poco más!

1. Claves para emprender de forma creativa.

Mucho más allá de ser un don, la creatividad es un músculo que hay que ejercitar

Dedicar tiempo: es importante destinar tiempo y pensar en varias ideas a través de técnicas como por ejemplo la lluvia de ideas (realizadas en sesiones anteriores). Es de suma importancia que más allá de generar cantidad de ideas también estas puedan ser de calidad para tener de dónde escoger.

- La inquietud como parte del emprendimiento creativo: nunca se debe esperar a que las ideas caigan del cielo, al contrario, se debe salir a buscar las ideas a través de los distintos recursos de inspiración, como consejo, visite lugares que lo inspire, realice actividades que le ayuden, lea un libro. No hay tal cosa como un momento de iluminación donde la idea millonaria va a llegar. La única manera probada de tener buenas ideas, es teniendo muchas ideas.

22

SIMULADOR INICIAL: DESIGN THINKING

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

Todo proceso innovador exitoso radica no solo en entender al cliente a profundidad sino también a transformar el desarrollo de producto, servicios o procesos cualquiera de los aspectos anteriores se logra pensando como un diseñador, a esta filosofía se le conoce como Design Thinking (diseñar pensando).

Por lo tanto, el Design Thinking. El Design Thinking es una forma de pensar que nos ayuda a resolver problemas.

2 Dinámica de desarrollo



Diseñando a través de mi cliente

El objetivo de esta actividad es desarrollar habilidades creativas en cada estudiante.

Paso N° 2:

Pedirles que en las parejas (estudiante A y B) jueguen el rol "a" de diseñador y "b" de cliente. Sin tener contacto visual, sentados en el suelo dándose la espalda, el estudiante "b" le dirá al estudiante "a" es lo que necesita bien sea un producto o un servicio, el estudiante contrario procederá a realizarlo (dibujarlo).

Paso N° 3:



Recursos a utilizar en la actividad:

Hojas de cuadernos (o blancas), y marcador puede incluir también plastilina.

Los estudiantes realizarán el ejercicio esta vez intercambiando los papeles, una vez terminada la actividad se compararán los dibujos realizados y se preguntará si era de esa forma lo que el cliente necesitaba y lo que el diseñador al final realizó.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1:

Separa a los estudiantes en parejas.

2 Fases del proceso creativo

El Design Thinking, paso a paso. El proceso se lleva a cabo a mediante cinco pasos:

1.1 Definir

1.2 Investigar

1.3 Idear

1.4 Prototipar

1.5 Evaluar

1. Es el paso en donde se definen el problema y se busca ir más allá, preguntando al cliente por el porqué de su preocupación.

- ¿Cuál es el problema?
- ¿Manera en que le afecta?
- ¿Que impacto tiene en su vida?

2. Esta etapa se busca empatizar con los clientes, con las distintas personas implicadas en el problema. Es aquí donde identificamos cuales son los problemas que nuestro cliente tiene y cómo podemos darle solución, es recomendable que demos soluciones solo aquellos

3. Como su nombre lo indica, idear, en esta fase empieza el proceso de generación de ideas en base al problema o problemas previamente identificados. El objetivo es tener muchas alternativas de solución y no ir en busca de la mejor solución, al menos de momento, ninguna idea de solución debe ser descartada y se pueden realizar métodos creativos como:

- Lluvias de ideas
- Mapas o esquemas mentales
- Cualquier otra estrategia adecuada

4. Prototipar: en este punto, es convertir la idea o solución a la que ha llegado en un prototipo ya sea digital, calcado o físico. Es decir, no necesariamente tiene que ser un objeto, sino también un dibujo o incluso un dibujo, guión, o escultura reciclada (pegarle un peine a un celular y amarrarlo de una media vieja para enseñar el prototipo de una maquina para desplumar gallinas. Este prototipo va mejorando según lo que nos va sugiriendo nuestro cliente.

5. Evaluar: Esta etapa de evaluación se realizan pruebas con los prototipos realizados y se solicita a cliente sus opiniones y comentarios, con base al uso del prototipo.

Por lo tanto, el Design Thinking, es un proceso de diseño que nos ayudara a construir un producto o un servicio adaptado para nuestros clientes.

¡La única manera de tener buenas ideas es tener muchas ideas!



23

PROYECTO - CREATIVIDAD COMO PARTE DEL PROCESO DE APRENDIZAJE

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

Aplicación de técnica de diseño creativo en la comunidad.

Los grupos colaborativos aplicaran la herramienta Design Thinking de acuerdo a lo que se ha venido trayendo.

La herramienta se practicara fuera del aula de clases y principalmente se busca que los estudiantes se enfrenten a la creación de soluciones a necesidades lo más cercano a la realidad.

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.

2 Dinámica en clases



El objetivo es estimular la creatividad y realizar actividades de mejoras en las ideas de nuestros compañeros.



Recursos a utilizar en la actividad:

Objetos de nuestra vida cotidiana, lápiz, borrador, zapatos, marcador, tec.

Se puede recurrir al docente para que surjan algunas ideas de objetos que serán presentados más adelante.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso N° 1:

Los estudiantes se reúnen en sus equipos de trabajos

Paso N° 2:

En dos grandes grupos se divide el salón de clases, cada grupo deberá enviar al menos cinco estudiantes al frente con cinco objetos diferentes, los estudiantes del grupo "a" intentará convencer al grupo contrario "b" que el objeto que está exponiendo funciona para cierta actividad, siempre dando pista, sin decir directamente cual es el fin del objeto. La idea se trata de que el grupo contrario adivine.

Paso N° 2:

El grupo contrario, es decir el "b" estará tomando nota una vez terminado el turno y alternados los roles se realizarán comentario, sobre mejoras a la hora de presentar un objeto de tal modo que puedan obtenerse un enriquecimiento de

de comentarios en la clase.

2 Co-creación participativa

Luego, se realiza pregunta a los estudiantes en plenario cómo se les ocurrió la idea, qué ideas descartaron y por qué las dejaron fuera.

Preguntas

- ¿Modificaron su idea original luego de pasar por la metodologías vistas en clases?
- ¿Cuánto cambió?
- ¿En qué cambió?
- ¿En qué otros casos usarían esta metodología?
- ¿Se enriquece el proceso creativo cuando soltamos nuestra mente y otros nos ayudan a pensar e inventar soluciones?

25

COMO GENERAR IDEAS CREATIVAS E INNOVADORAS

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 **Ejercicio creativo** **En grupos colaborativos**



Consultar el siguiente enlace y completar las páginas N° 1, N°2 Y N°3.

Favor consultar recursos sobre formas creativas de pensamiento:

<https://bit.ly/recursovirtual>

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

Creatividad e Innovación aplicado a la comunidad.

S.C.A.M.P.E.R: A través de esta técnica podremos identificar algunos puntos donde podremos de forma hipotética realizar cambios en nuestra comunidad.

La herramienta S.C.A.M.P.E.R, funciona como una forma de expandir y mejorar las ideas, a través del cuestionamiento y la aprobación desde distintos ángulos. Cada letra de esta herramienta funciona como una pregunta que puede ayudarnos a descubrir ideas muy innovadoras para solucionar un problema determinado en una comunidad específica.

Responder las siguientes preguntas

Letra	Palabra	Pregunta (s)
S	Sustituir	¿Qué sucedería con nuestro proyecto si pudiera solucionar un determinado problema?
C	Combinar	¿Qué problema estamos combatiendo con nuestra idea de negocio?
A	Adaptar	¿Qué pasaría si tuviéramos que adaptar la idea de nuestro proyecto a un contexto diferente?
M	Modificar	¿Qué cambios podríamos modificar a través de nuestro proyecto?
P	Pensar	¿Qué cambios podríamos pensar para mejorar nuestro proyecto?
E	Eliminar	¿Qué eliminaríamos de nuestro proyecto para simplificarlo?
R	Revertir	¿De qué manera podríamos revertir el proyecto para que sea más eficaz?

En resumen, el Método de SCAMPER nos obliga a pensar en un enfoque insospechado con respecto a tu proyecto o problema. Cada pregunta te impulsa a investigar la cuestión un poco más a fondo y a considerar nuevas posibilidades para un desarrollo exitoso del mismo.

1

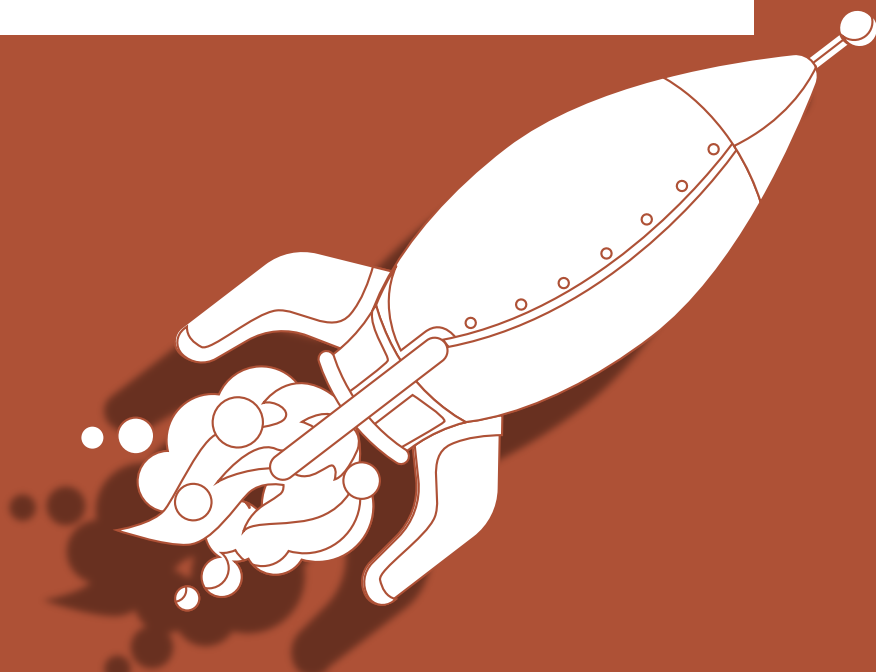
Actividad en clases



Actividad de malas ideas: Realizar una sesión de ideación solo con ideas que creamos que no vayan a funcionar y compartirlas con el resto de la clase.

3

GENERACIÓN DE IDEAS DE NEGOCIOS



Introducción al Módulo

Has estado pensando en ideas de negocio? En este módulo pasaremos a poder brindarte las herramientas para construir tu idea de negocio, partiendo de la colaboración y el emprendimiento como oportunidad de aprendizaje. En los módulos anteriores hemos aprendido sobre las diferentes ideas de negocio, desde emprendimientos sociales, culturales y ambientales, pero no te limités sólo a esos, también hay emprendimientos de base tecnológica, agrícolas, agropecuarios, entre otros.

Este módulo nos brindará las herramientas necesarias para crear nuestro primer producto mínimo viable, es decir la versión más sencilla de nuestro producto o servicio, conoceremos mejor nuestro cliente y además llenaremos el modelo de negocio, un ejercicio con nueve cuadros que resume todos nuestro negocio, además nos ayudará a tener muy claro lo que queremos hacer, y a contar con las mejores ideas de nuestro equipo

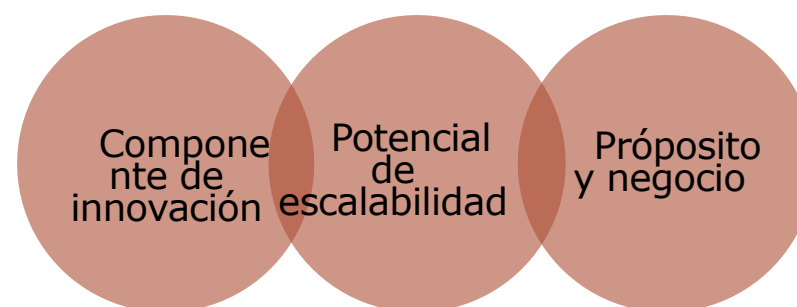
Resolución de problemas capacidad de conocer,
organizar y auto-regular el propio proceso de
aprendizaje

1 INTRODUCCIÓN

Conocimientos básico para emprender.

Emprender implica, desde un punto de vista personal y empresarial tomar riesgos, entre algunas de sus definiciones se asocian con iniciar una idea, negocio, actividad o proyecto, pero sin duda contiene una sección de riesgo. En el ADN de un emprendedor no sólo se mezcla innovación, espíritu y capacidad de ejecución, sino que también se vinculan aspectos como la realidad social y económica, las necesidades de mercado previamente identificadas, así como el abordaje de las oportunidades de negocio.

Sin embargo, existen una serie de características clave cuando de emprendimiento se trata:



1.1 Componente de innovación:

Los proyectos de negocio deben incorporar dentro de sus estrategias iniciales y de crecimiento elementos de creatividad e innovación, que los permita diferenciarse del resto, además de desarrollar ventajas competitivas de acuerdo a su negocio. En proyectos sociales, la diferenciación se basa en el impacto y sostenibilidad que los proyectos pueden adquirir a lo largo del tiempo.

1.2 Potencial de escalabilidad:

Además de innovación, los proyectos deben contener potencial para que sus estructuras sean escalables, es decir que sus modelos de negocio cuenten con las variables suficientes

para llegar a otros nichos de mercado tomando en cuenta sus estrategias de crecimiento anuales, por ejemplo, si tenemos una pulpería escalar sería tener 5 pulperías, luego un supermercado y después Walmart.

En proyectos sociales, el potencial de escalabilidad está relacionado con la capacidad que tiene un proyecto social para aumentar su impacto.

1.3 Propósito y negocio:

Un emprendimiento debe contar con metas técnicas y empresariales, (como las anteriores descritas) que le permitan ayudar a mejorar sus índices de productividad y negocio, pero además deben venir acompañados de una carga positiva de pasión y de propósito emprendedor que se conviertan en los principales propulsores de su emprendimiento. Además de estos tres elementos esenciales que debe tener todo proyecto de negocio que busca

convertirse en emprendimiento, es necesario que dentro de nuestro modelo de negocio podamos comprender que la creatividad y la innovación forman parte de generar modelos con potencial de crecimiento.

Actividad en clases



Revise su proyecto de negocio (social o lucrativo) y realice un primer proceso de revisión enlistando los diferentes componentes de innovación y creatividad presentes en su proyecto, además identifique cuáles procesos o productos podrían ser potencialmente escalables, más adelante estaremos añadiendo estos aspectos en la propuesta de valor, así como en la construcción del modelo de negocio.

2 Contexto emprendedor

Existen una serie de conceptos asociados con emprender y es necesario conocer de primera mano ejemplos, casos y fases, así como diferenciar uno del otro.

En primer término, el concepto de emprendimiento se asocia a éste en una etapa avanzada, superadas las etapas de identificación de necesidades, así como de prototipado.

Es decir, un emprendimiento es un proyecto que se encuentra operando y que se encuentra más bien en sus primeras fases de comercialización, venta e inclusive búsqueda de inversión; esta es la principal diferencia con una idea de negocio, es decir tomar acción. En segundo término, un negocio corresponde a un emprendimiento ya establecido en el mercado, que además de contar con una estrategia de comercialización, se encuentra formalizado, puede que muchos negocios encuentren en alguna fase

de crecimiento la necesidad de emprender vinculada a la generación de nuevos productos, inserción en nuevos nichos de mercado, en algunos casos.

Por otra parte, algunas herramientas con las que las ideas de negocio y emprendimientos trabajan de forma conjunta, se relacionan con el modelo de negocio, el cual consiste en una herramienta empresarial que tiene como objetivo identificar los principales elementos que son objeto de estudio para un inversionista, aliado, socio, y, además, presenta de una manera muy ordenada los aspectos de estudio para la toma de decisiones internas de un proyecto de negocio. Entre las secciones que contiene se encuentran: necesidades/problemas, clientes, propuesta de valor, canales, ventaja competitiva, estructura de costos y fuentes de ingreso. Estaremos estudiando en un siguiente apartado, cada uno de los elementos de esta herramienta.

La propuesta de valor, es uno de los elementos del modelo de negocio,

27

EL EMPRENDIMIENTO COMO OPORTUNIDAD DE APRENDIZAJE ETAPA I

que se enfoca en que el producto o servicio que estamos ofreciendo se enfoque en generar valor, que cuente con ventaja competitiva y además se acople a las verdaderas necesidades de nuestro nicho de mercado. Para esto, trabajaremos por medio de una dinámica que concreta de manera más precisa la propuesta de valor como parte del modelo de negocio, tomando en cuenta el ejercicio de Design Thinking realizado con anterioridad

Un elemento vinculado con la propuesta de valor y el modelo de negocio, es el mercado, para esto es importante comprender que ideas de negocio, prototipos y emprendimientos tienen siempre identificados un nicho de mercado, que se encuentra asociado a una segmentación de clientes, que entre más definido se encuentre resulta beneficioso para el emprendedor (a) ya que, de igual manera, permiten desarrollar mejores estrategias comerciales.

Además relacionado con el tema de financiamiento e inversión, un

emprendimiento tiene dos rutas de salida: ser sujetos de crédito o de inversión, es decir por un lado se incluye el compromiso por medio de alguna figura financiera como un préstamo desde la parte pública o privada, o bien por otro lado, la inversión puede materializarse mediante capital semilla, capital de riesgo o bien inversión directa de parte de una persona o institución a cambio de participación accionaria o una tasa de retorno de inversión pactada, este tipo de procesos se encuentran seleccionados para emprendimientos en fases de crecimiento y que cuenten con la información financiera suficiente para poder presentar ante un inversionista. Sin embargo, para llegar a trabajar el tema de financiamiento, los emprendedores deben tener claras sus necesidades de mercado, ejecutar su validación y conocer en primer término en dónde y cuándo se debe inyectar capital a su emprendimiento.

Actividad en clases



Forme un círculo con un grupo de cinco personas, y por medio de una pequeña bola pásela por sus compañeros ocho veces, tome nota de la duración en esta primera ronda (todos los grupos lo hacen simultáneamente), realice este ejercicio durante unas 3-4 rondas y enfóquese en mejorar cada vez más su tiempo, piense siempre en estrategias para hacer más efectivo su trabajo y recuerde las reglas.

1 Introducción

Primeros pasos para emprender

El emprendimiento conlleva riesgos y oportunidades, como analizábamos en el capítulo anterior, pero estos elementos deben ir organizados con el fin de ver en el fracaso, una forma de acción que nos ayude a crecer durante nuestro camino emprendedor. En el módulo de aprendizaje por proyectos, aprendimos a ver en la ejecución de proyectos estructuras que nos ayudarán a ir formando nuestro emprendimiento, además de visualizar en esquemas prácticos de ejecución potenciales necesidades de nuestra comunidad, que pueden convertirse en proyectos sociales o lucrativos. Al parecer el emprender lleva una serie de pasos, sin embargo, no siempre se cataloga como una "receta mágica" para poder alcanzar el éxito, sino que es una estructura base que podemos tomar en cuenta si queremos llegar a cumplir un objetivo en específico.

Existen algunas etapas clave para emprender, basadas en recomendaciones de emprendedores, empresarios y demás agentes de apoyo en el ecosistema de emprendimiento, que coinciden en que algunas etapas antes, durante y después de emprender son necesarias y que en algunos casos son indicadores clave para el éxito de los emprendimientos.

Dentro de ellas, se encuentran:

1.1 Identificar un cliente y una necesidad.

La segmentación del nicho de mercado nos permite llegar a estrategias mucho más efectivas de comercialización. Muchas ideas de negocio y prototipo se proponen como meta llegar a vender a todo el mundo o a todo un país, pero la realidad es que esta conclusión es producto de un análisis no tan correcto de la realidad de los proyectos de negocio.

A raíz de esto, los emprendedores gastan muchos recursos en su búsqueda de llegar a cualquier población que piensan que consume su producto o servicio. Un claro ejemplo de esto son los emprendimientos en el sector de alimentos, esto porque la asociación de que toda la población son potenciales clientes, es producto de una conclusión apresurada: todos comemos.

Sin embargo, en el análisis y segmentación del nicho de mercado (el primer paso) debe estar enfocado a que con base al producto o servicio que ofrecemos, se pueda determinar un grupo de potenciales consumidores/usuarios que respondan al tipo de alimentos que se vende, este debe ser el primer filtro para lograr la adecuación de nuestra segmentación de mercado. Por lo que, continuando con este ejemplo, el nicho de mercado para personas amantes de la comida gourmet es uno, mientras que el de comida rápida es otro, también existen nichos de

(en el plano de alimentos) para sectores como el orgánico, natural, alimentos procesados o bien quesos alergias a algún ingrediente, por ejemplo, las personas celíacas. El segundo paso, constituye en determinar una zona geográfica en especial, esto tiene como objetivo identificar los grupos efectivos e inmediatos de clientes que con mayor frecuencia compren nuestro producto o servicio, esto sin dejar desatendidos los clientes/usuarios que de manera esporádica adquieren nuestro producto. Este paso depende en su mayoría, del tipo de producto o servicio en el que estemos trabajando, en este caso algunos ejemplos de segmentaciones pueden variar: mujeres mayores de 18 años, que vivan en la Gran Área Metropolitana (GAM), que consuman productos orgánicos con alto valor agregado, y que además su ingreso mensual oscile en +\$180.000 mensuales (siguiendo el ejemplo del sector de alimentos, que hemos venido trabajando).

La aplicación de este segundo filtro, nos acerca cada vez más a una segmentación más idónea de nuestro cliente, ya que contamos con un mercado meta más claro. Con esto, podemos trabajar en el tercer filtro para llegar a una segmentación aún más definida: conocer de primera mano los detalles adicionales, pero primordiales de nuestro cliente, gustos, estudios de la rutina, y del tipo de usuario que enfrentamos. La segmentación correcta, se encuentra lista cuando sabemos identificar cuando una persona o empresa puede ser parte de nuestro grupo de clientes, por las características que hemos identificado.

Definitivamente, identificar nuestro nicho de mercado, así como nuestra segmentación de clientes implica desde un punto de vista emprendedor, conocer la necesidad de mercado que estamos buscando resolver. Toda necesidad, implica clientes/usuarios de diversa índole, y entre más detalles conozcamos, tendremos un mejor acercamiento comercial.

Actividad en clases



Con base al proyecto de negocio (social o lucrativo), basado en las necesidades identificadas en el módulo de aprendizaje por proyectos, producto del diagnóstico comunal realizado y depurado en esta primera fase, construya su segmentación de clientes, sea lo más específico posible y revise cada detalle de lo explicado con anterioridad.

Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.

2 Diseñar un prototipo de solución

Una vez identificadas las necesidades de antemano y estudiados nuestros clientes, podemos trabajar directamente con el diseño de un prototipo de solución a nuestra necesidad de mercado. Los prototipos se resumen en pruebas de mercado y están asociados a los procesos de validación interna y externa, con el objetivo de ser productos próximos a la venta.

El prototipo involucra un diseño básico de nuestra solución, es decir es el producto/servicio más básico que manejamos, además de tener la función de ser el primer boceto o borrador, se enfoca en que el propio cliente/usuario pueda modificarlo, realizarle ajustes y adecuarlo a sus verdaderas necesidades. Uno de los errores más comunes, es que contemos con una necesidad identificada y

un potencial grupo de clientes, pero cuando llegamos a este proceso de validación acercando lo que para nosotros sería el prototipo de solución, para el cliente/usuario no corresponde al producto/servicio deseado. A partir de esto, este paso se concibe uno de los más importantes ya que es, ciertamente, el primer “encuentro con la realidad” para el emprendedor, además que le permitirá validar su producto y verificar que el cliente está dispuesto a comprarlo.

Como parte de este proceso de validación, se recomienda que el prototipo de solución se encuentre acompañado de alguna forma de recolección de la retroalimentación por parte de sus potenciales clientes/usuarios, además de una prueba de mercado que se enfoque en medir realmente la “decisión de compra” de un grupo de personas. Es decir, el cliente debe contar con la disposición económica de pagar por su producto o servicio, para esto le debe quedar claro lo que está obteniendo a cambio de su dinero

Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.

Actividad en clases



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo), diseñe la versión más básica de su producto/servicio que funcione como estructura base para su potencial cliente/usuario la pueda validar. Para esta actividad concéntrese en revisar que el prototipo cuente con lo necesario (básico) y prepare otros diseños (alternativos al original) para llegar a sus potenciales clientes.

**Actividad en
clases****Itera tu cambio a un
mejor prototipo**

La iteración puede enseñarle algo nuevo sobre su prototipo. Si flexiona este músculo al principio del proceso, hará que sus ideas sean mejores, y más fuertes, en el largo plazo.



Recursos a utilizar en la actividad:

Lapicero, hojas blancas.



Pasos a seguir en la actividad:

Paso uno:

Piensa en algo que te gustaría hacer. Podría ser aleatorio (¡una piña!) O algo relevante para su proyecto actual. Empieze pequeño. tivo.

Por ejemplo, si está diseñando un servicio de salud reproductiva para niñas, puede crear rápidamente un prototipo de un nuevo titular de anticonceptivo.

Paso dos:

Retire cualquier cosa que pueda distraerlo (¡eso significa apagar su celular!) Y junte los suministros. Establezca un cronómetro durante diez minutos y construya su primer prototipo. No lo pienses demasiado. Use recursos que encuentre a la mano.

Paso tres:

Una vez que haya terminado, tómese 30 segundos para probarlo y reflexionar. ¿Qué quieres cambiar?

Paso cuatro:

Establezca un cronómetro para otros diez minutos y vuelva a construirlo. Repita esto hasta que tenga seis prototipos.

Paso cinco:

Reflexione sobre sus seis prototipos. ¿Qué cambió? ¿Cómo impulsó la iteración rápida tu idea?

Paso seis: Variación

Transforme esto en un ejercicio grupal, con cada uno iterando por su cuenta. Tendrás al menos 24 prototipos al final de la hora.

Actividad en Clases - Taller



Participe de la siguiente dinámica con sus compañeros (as), su facilitador/docente le guiará en el proceso con el fin de identificar las herramientas y recursos necesarios, así como las lecciones aprendidas a partir de la identificación de habilidades y capacidades necesarias para emprender.

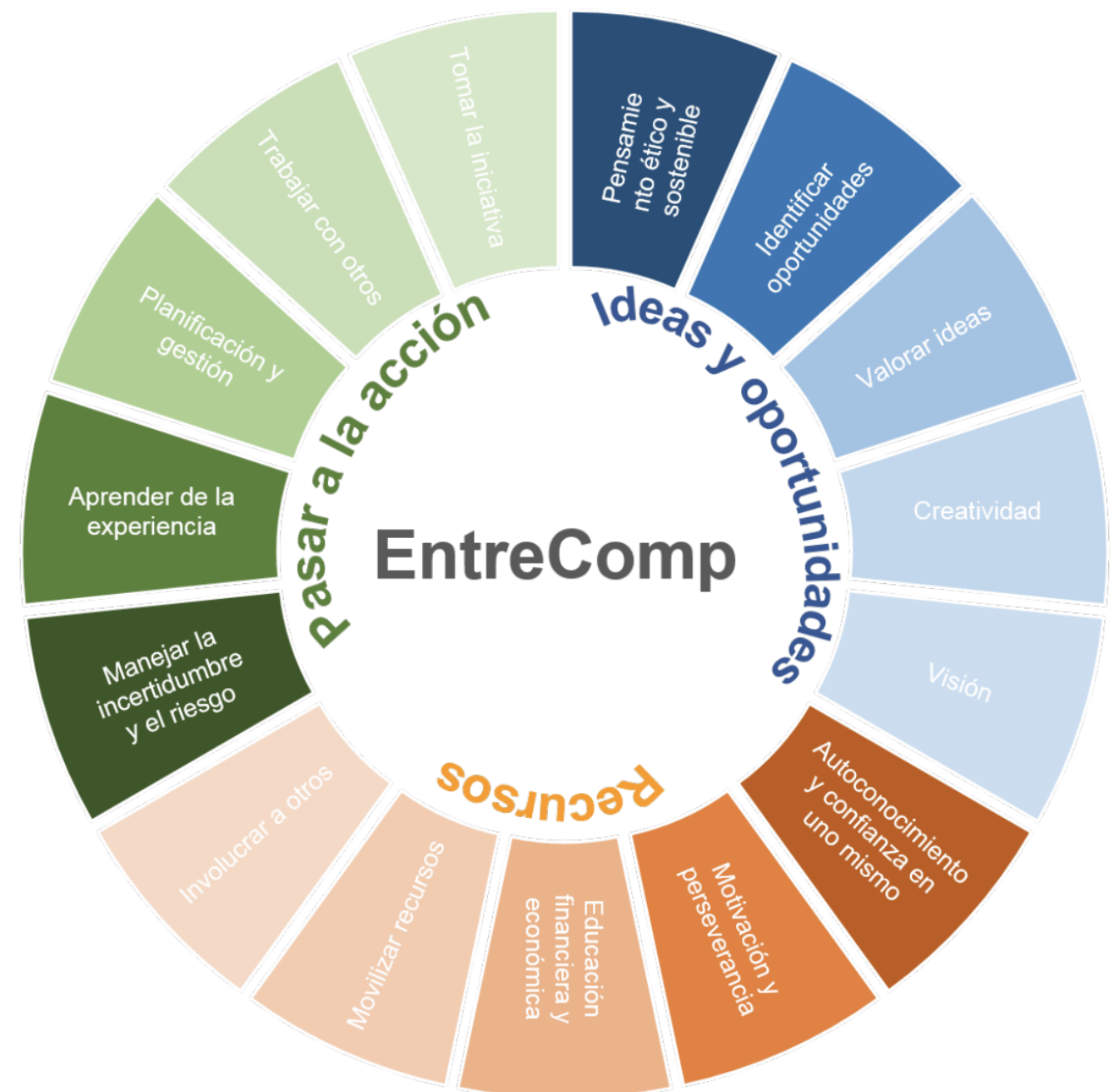
Las siguientes son las habilidades esenciales para todo emprendedor, que derivan de Entrecomp que es una de las herramientas más importantes a nivel mundial en temas de emprendimiento y habilidades para los ciudadanos.

Recursos a utilizar en la actividad:

Lapicero, hojas blancas.

Paso uno:

Analiz el círculo con los compañeros de clase y preguntense: ¿Cuales son las habilidades que ven aquí más importantes? ¿Cuales sienten que les hace falta trabajar en su comunidad? ¿Cual de estas habilidades vez más presente en tu comunidad?



www.entrecomp.com

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

Aprendamos a validar.

En esta etapa, nos concentramos en la validación del producto/servicio que estamos trabajando, es decir de la forma en que, a partir de las recomendaciones y retroalimentación de nuestros potenciales clientes, podríamos tener un mejor producto/servicio.

Algunas recomendaciones se resumen en tres pasos:

1.3.1 Identifica tu mercado objetivo

El paso más importante para evaluar una idea de negocio es determinar quién va a comprar tu producto o servicio. Para esto, considera factores relevantes, tales como: edad, sexo, nivel de educación, ingresos y ubicación. Entre más información tengas de tu cliente ideal mucho mejor.

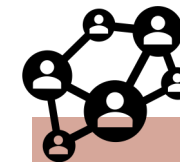
1.3.2 Conoce la estrategia de diferenciación de tu negocio

Este proceso se realiza en conjunto con ejercicios de construcción de propuesta de valor que permitan diferenciar el valor agregado del producto/servicio, tenerlo claro no solamente es importante, sino que transmitirlo a sus potenciales clientes lo es aún más.

1.3.3 Diseña una propuesta única de venta

El enfoque debe estar en el valor agregado que genera el producto o servicio, para ello es importante: estudiar la competencia y realizar un estudio de viabilidad financiera.

Actividad en Clases



A partir de las recomendaciones en torno al proceso de validación, prepare una herramienta para registrar la retroalimentación a partir del prototipo de solución construido anteriormente, esto puede ser una guía de preguntas y contra preguntas que le puede hacer su potencial cliente.

- Tome en cuenta algunas preguntas enfocadas en el usuario: ¿Cómo le gustaría que lo diseñara el usuario? ¿Qué colores, formas, atributos, y características hacen el producto/servicio más atractivo para el cliente y el usuario?

31

IDENTIFICANDO NUESTRO MERCADO META

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

Comprenda a su cliente

Revise cada uno de los aspectos medulares que debe comprender cada validación de mercado, estos elementos serán la base para el primer contacto con potenciales clientes:

1.1 Categoría:

Verifique que el cliente se encuentre dentro de su nicho de mercado y segmentación previamente definida, además según los públicos de interés que determine puede darles más relevancia a unos, esto debido a un proceso de selección comercial.

1.2 Recomendaciones de producto final:

Anote las recomendaciones y críticas que sus usuarios realizaron con relación a la presentación del producto/servicio, el material, los colores, los gustos, sabores, entre

otros, todo esto relacionado con el material físico o bien con las características si es que de un servicio se trata.

1.3 Recomendaciones de necesidades reales y de uso cotidiano:

Anote recomendaciones del cliente enfocadas en el uso diario/habitual/común (o bien potencial) de su producto o servicio, asegúrese que el potencial usuario lo utilice frecuentemente en su rutina.

Actividad en clases



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo) seleccione al menos cinco públicos de interés, es decir diferentes perfiles de su mercado meta, esperando que éstos presenten opiniones, necesidades y problemáticas diferentes.

Coloque una breve descripción con cada público elegido. Puede utilizar como base la siguiente tabla:

1.4 Recomendaciones de servicio (canales y experiencia):

Anote recomendaciones acerca de los canales y formas de venta, pregunte acerca de la entrega, de sistemas de pago, de formas de uso, y complementos.

1.5 Recomendaciones de valor agregado y ventaja competitiva:

Anote de la diferencia que busca su potencial cliente con respecto a la competencia, también es una oportunidad para verificar precio, nivel de acceso a medios virtuales y redes sociales, así como personalización del producto o servicio.

31

IDENTIFICANDO NUESTRO MERCADO META

Complete el siguiente cuadro

Público seleccionado	Descripción

¿Qué son necesidades de mercado?

Los "puntos de dolor" del cliente son barreras y obstáculos que el cliente encuentra en productos o servicios que ya se encuentran en el mercado o bien en necesidades o problemas no resueltos.

Actividad en Clases



Con base a los públicos de interés consultados en la lección anterior, coloque un resumen de toda la información pertinente a su proyecto, y todos los detalles de sus clientes.



Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.

Complete el siguiente cuadro con la información recolectada:

Público de interés	Categoría	Recomendaciones de producto final	Recomendaciones de necesidades reales y de uso cotidiano	Recomendaciones de servicio (canales y experiencia)	Recomendaciones de valor agregado y ventaja competitiva.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

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 Actividad en
Clases**



Aplique la guía de preguntas a los diferentes perfiles identificados previamente en la lección anterior.

Ejercicio de empatía:
¿Por qué escogí estos públicos de interés?
¿Cuál es la mejor forma de preguntarles la información? ¿Se sienten cómodos con las preguntas que estoy haciendo?



1 Introducción

Estudio de los elementos de validación:

Cada elemento y recomendación realizada es valiosa para mejorar el proyecto de negocio, sin embargo, como emprendedores debemos seleccionar las que agregan valor a nuestro proyecto, para esto hay una serie de criterios que se pueden tomar en cuenta para ir gradualmente incorporando las recomendaciones de nuestros clientes:

1.1 Conozca bien a su cliente

Este paso es primordial, y lo hemos abordado desde la segmentación de clientes en anteriores lecciones, así como en el propio proceso de validación de mercado, pero conocer el cliente también implica examinar de cerca sus principales "puntos de dolor", necesidades, motivaciones personales y profesionales, por lo que es necesario tener claro lo siguiente:

1.1.1 Customer Jobs o actividades habituales o diarias: actividades relacionadas con su producto/servicio que están intentando realizar tus clientes habitualmente.

1.1.2 Pains (dolores): situaciones o costes no deseados que experimentan tus clientes al realizar las actividades anteriores: ¿Le lleva mucho tiempo? Es decir, le cuesta mucho dinero, requiere de esfuerzos considerables. ¿Qué le sienta mal? Frustraciones, molestias, cosas que les dan un dolor de cabeza. ¿Hay otras soluciones de bajo rendimiento? Le faltan características, rendimiento, mal funcionamiento.

¿Qué dificultades y desafíos encuentran? Sobre cómo funcionan las cosas, dificultades de hacer las cosas, resistencia. ¿Qué riesgos tiene tu cliente? Financieros, sociales o técnicos. ¿Qué errores comunes comete? Son errores de uso u otros. ¿Qué barreras

encuentra su cliente en la adopción de soluciones? Costes de inversión inicial, curva de aprendizaje, la resistencia al cambio, entre otros.

1.1.3 Gains (beneficios): beneficios que esperan obtener tus clientes al realizar esas actividades: ¿Qué ahorros hace feliz a tu cliente? En términos de tiempo, dinero y esfuerzo. ¿Qué resultados y expectativas espera tu cliente? En términos de nivel de calidad, más de algo, menos de algo. ¿Cómo entusiasman las soluciones actuales a tu cliente? Características, rendimiento o calidad. ¿Qué podría hacer el trabajo de tu cliente o la vida más fácil? Una curva de aprendizaje más plana, más servicios o menor costo de propiedad. ¿Qué buscan los clientes? Un buen diseño, garantías, las características específicas o bien ¿Cómo medirías el éxito y el fracaso de tu cliente y el fracaso? En términos de rendimiento, coste. ¿Qué aumentaría la probabilidad de adoptar una solución?.

Actividad en clases



Identifique las actividades habituales, los dolores y los beneficios que pueda generar con su proyecto de negocio. Complete una lista con las variables antes descritas.

Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.

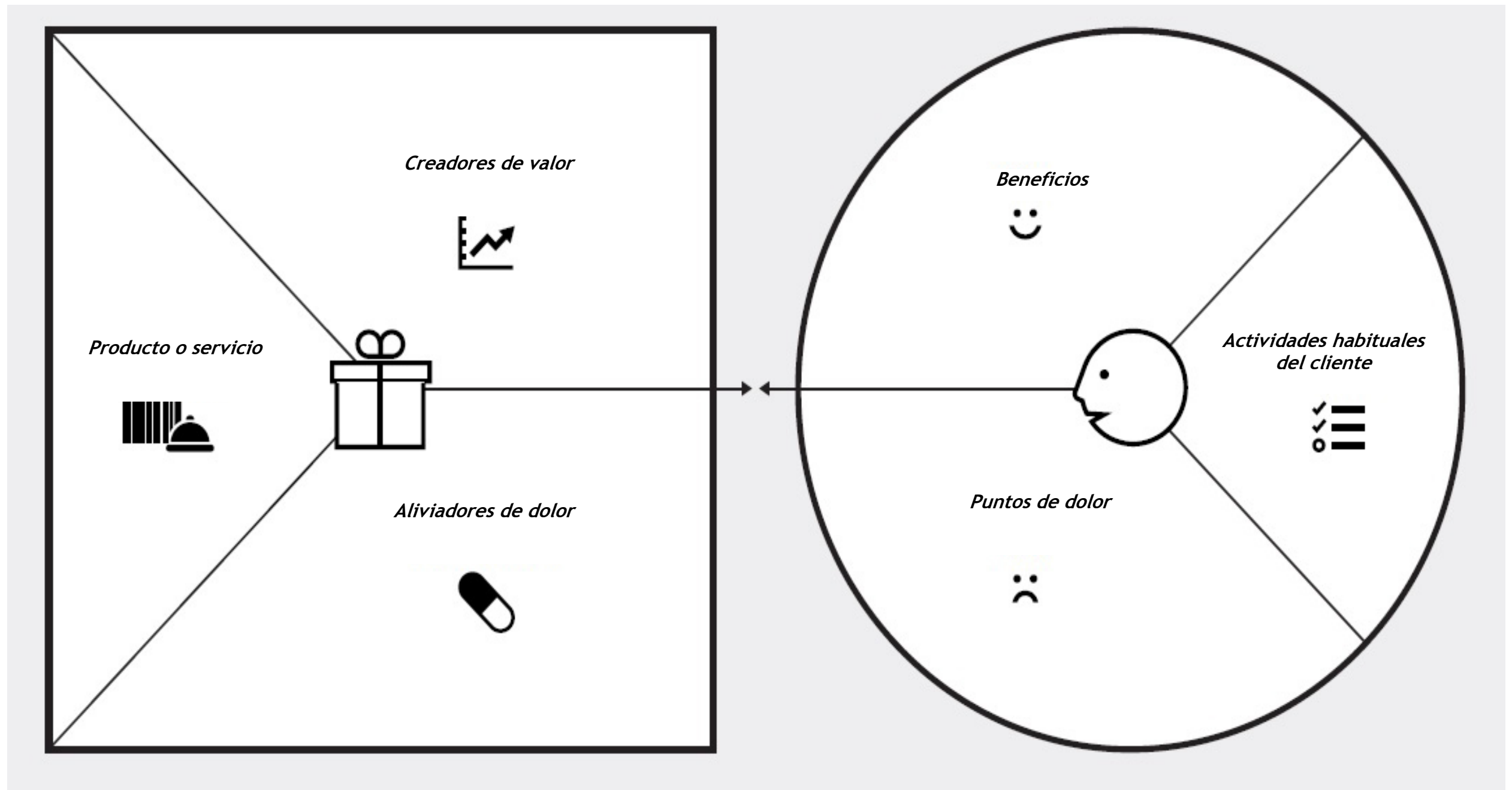
Observe y analice el siguiente caso, tome nota de los puntos que debe completar con su proyecto de negocio. En esta primera parte del taller nos enfocaremos en estudiar cuál es el comportamiento del cliente, los puntos de dolor y beneficios que recibe con la oferta de productos y servicios actuales.

Ejemplo:Una empresa de productos agrícolas en Palmar Sur tiene como principal cliente a un supermercado cerca de la zona que se encarga de colocar sus productos a la venta y han identificado lo siguiente:

* Detalle	Descripción
Customer Jobs o “Actividades habituales del cliente”	El supermercado espera cada lunes una serie de productos agrícolas para la venta, cuando los recibe, los coloca en un stand refrigerado y espera que los consumidores accedan a ellos en una sección de “Verduras y Vegetales” dentro del local.
Puntos de dolor “Pains”	La empresa envía con un mensajero los productos agrícolas, los deja en la puerta del supermercado a las 7 am de cada lunes, por lo que el supermercado no cuenta con una garantía de cuido y de acomodo de los productos en los estantes. Además, los productos se dejan en el suelo de la entrada del local y sin una separación básica entre frutas, verduras, vegetales, legumbres, entre otros.
Beneficios “Gains”	Los productos siempre son frescos, de buena calidad y de un empresario local. Cuenta también con gran variedad de productos, y de temporada.



* Propuesta de valor Canvas



1 Introducción

Ajustar la propuesta de valor según las recomendaciones para tu producto o servicio.

El cliente es lo más importante. Todos los emprendimientos que fallan tienen un producto o servicio que no cuente clientes recurrentes o clientes satisfechos que recomienden mi producto.

Para esto, es importante definir las características de tu producto o solución así como identificar cuáles de estas están resueltas el problema de tus clientes:

1.1 Products and services (productos y servicios):

Productos o servicios que ofreces a tus clientes.

1.2 Pain relievers (analgésicos):

Cómo resuelves los problemas o necesidades (puntos de dolor antes comentados) de tus clientes (ahorro de tiempo, comodidad, fácil acceso a información, costes).

1.3 Gain creators (vitaminas):

Cómo estás aportando beneficios a tus clientes en base a las expectativas de tus clientes antes mencionadas.

Actividad en clases

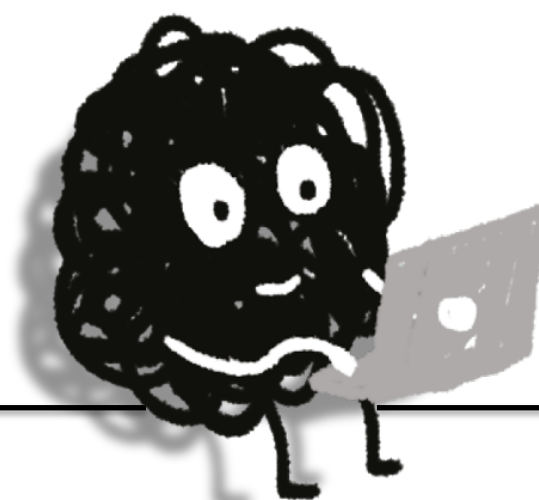


Escriba los productos y/o servicios vinculados con su proyecto de negocio. Además, coloque los "analgésicos" que usted (es) le brinda al cliente por medio de su proyecto de negocio, completa también con las "vitaminas", es decir como generan valor. Complete una lista con las variables antes descritas.

Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.



- Observe y analice el siguiente caso, tome nota de los puntos que debe completar con su proyecto de negocio. Debe considerar que siempre se manejan hipótesis que tendrás que validar con el mercado y así obtener retroalimentación de tus potenciales clientes.

Una empresa de productos agrícolas en Palmar Sur tiene como principal cliente a un supermercado cerca de la zona que se encarga de colocar sus productos a la venta y han identificado lo siguiente:

Cliente: Supermercado

Detalle	Descripción
Productos y servicios ofrecidos	Verduras y vegetales Legumbres Hortalizas Frutas Servicio de empacado Servicio de distribución y entrega
Analgésicos "Pain Relievers"	La empresa seguirá realizando las entregas los lunes tempranos, pero hasta la apertura del local, los productos estarán separados en bolsas listas para la venta y biodegradables para el consumidor.
Generadores de valor "Gain Creators"	Los productos siempre serán frescos y de buena calidad (como estándar de calidad), contarán con fechas de vencimiento para conocimiento del cliente y un centro de consulta en línea para consultar recetas e informaciones complementarias del producto.

1

**Actividad en
clases**

Revise los dos cuadros realizados en las lecciones anteriores, revíselos con su grupo de trabajo, comparta el trabajo con sus compañeros e integre opiniones y recomendaciones con el fin de mejorar cada vez más la propuesta de valor de su proyecto de negocio.



1 Introducción

Diagramación del PMV como parte de la propuesta de valor de su proyecto

El Producto Mínimo Viable (PMV) constituye una herramienta para validar y aprender de los clientes y potenciales compradores de su producto o servicio, algunas características base:

- La versión más sencilla de un producto o servicio en específico.
- El producto más rápido (con respecto a su elaboración) y económico
- La medición de los resultados debe ser certera y flexible.
- Los clientes lo quieran, necesiten y deseen comprar.

Algunas diferencias entre Producto Mínimo Viable (PMV) y Prototipo:

Prototipo: ¿puedo construirlo? Es decir, hacer una representación visual o real del servicio o producto que quiero lanzar al mercado constituye la elaboración de un prototipo, para compartirlo y recibir retroalimentación.

PMV: ¿me lo comprarían? La experiencia con potenciales clientes y aliados que ayuden a realizar mejoras sustanciales la versión mínima de mi producto o servicio, el cual está listo para comprarse por los primeros clientes (recibir dinero o pago)

Cuánto estás dispuesto a perder?

Esta es una de las preguntas más poderosas que se puede hacer un emprendedor. Al entender el concepto de esta **perdida aceptable**, tomar acción siempre es más fácil. La pérdida aceptable nos ayuda a pagar solo lo que nos alcanza.

¿Cuanto estás dispuesto a perder para hacer la primer prueba de tu negocio? ¿Que es lo que quieres aprender de esta primer prueba?

Por ejemplo, queremos montar una granja de cerdos para abastecer a la comunidad de chicharrones. Soñamos con tener 100 chanchos, pero no tenemos los recursos para comprar la tierra, construir una cerca, comprar los cerdos, todo su alimento y hacer la distribución. Lo que queremos aprender en esta etapa es si la comunidad consume la carne de cerdo y si les gusta nuestra receta de chicharrones.

36

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Tenemos a Juan y a María. Juan no tiene dinero para hacer la prueba y María tiene 100.000 colones. Juan, al ver que el tiene tiempo los fines de semana y antes y después de la escuela, decide intercambiar horas de trabajo alimentando y bañando a los cerdos del vecino para que le regalen un cerdo bebé. El esta dispuesto a perder 10 horas de trabajo semanal por 2 meses para este trueque. Entonces decide hacer esto para empezar su granja, con solo 1 cerdo y ver como lo reciben los vecinos cuando haga su receta de chicharrones.

María esta dispuesta a perder 100.000 que tiene ahorrado por ventas de otros negocios + 10 horas de trabajo a la semana. Ella decide comprar dos cerdos, hembra y macho para empezar el negocio. Amarra sus cerdos a un árbol cerca de casa y los atiende constantemente. Tiene crías y empieza a reproducir sus chanchitos. Poco a poco va vendiendo y esta cada vez más cerca a su sueño de tener una granja con 100 cerdos.

como ven, la perdida aceptable es diferente para todos los emprendedores. Algunos tenemos tiempo, algunos tenemos dinero, algunos tenemos los dos.

La idea aquí es definir un monto que no nos va a destruir, y decidir perder eso si el negocio no funciona. Para tu idea de negocio:

- ¿cual es tu perdida aceptada?
- ¿Si todo falla, cuánto estás dispuesto a perder para aprender en esta primera etapa del emprendimiento?

Actividad en clases



Construya un boceto de un potencial PMV de su proyecto o negocio. En esta etapa, debe utilizar su creatividad para crear una versión sencilla y básica de su potencial producto. Puede dibujarlo, o crear una versión con materiales simples.

Tarea



Agregue esta información a la ficha de seguimiento de su proyecto.

37

DIAGRAMACIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE (PMV)

Habilidad: Resolución de problemas

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

1 Actividad en clases



Construya la versión de su PMV. En esta sección en especial cuando hacemos referencia a diagramación estamos hablando de diseñar en una hoja, la forma en como imaginamos que será ese producto o servicio que hemos venido trabajando con anterioridad. Para ello es importante que nos inspiremos a crear esa primera versión "diseñada/dibujada".

Lo que nos puede enseñar si alguien está dispuesto a comprar nuestro producto o servicio y nos da lecciones valiosas para poder iterar y seguir construyendo nuestras próximas versiones.



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

1 Actividad en clases



Construya la versión de su PMV, recuerde utilizar los materiales enlistados en la lección anterior. Esta versión a pesar de ser básica, debe ser más adelante expuesta a un grupo de potenciales clientes para que realicen recomendaciones y mejoras.



39

VALIDACIÓN DEL PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Habilidad: Resolución de problemas

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

1 Actividad en clases



Con base al PMV elaborado en la sección anterior, realice un proceso de validación ante un público de interés seleccionado y anote las correcciones y recomendaciones que su potencial cliente le puede brindar.

Muéstrese receptivo a nuevas ideas, estructuras y formas de ver el producto o servicio. pregunte a su potencial cliente cómo imaginaría el producto/servicio, así como su implementación.



1 Introducción

Definición y diferenciación

El modelo de negocio es una herramienta fundamental para todo emprendimiento, su incorporación se basa en la metodología de Lean Startup que tiene como objetivo identificar de manera previa, las necesidades puntuales y las potenciales alianzas producto del involucramiento de diversos actores, así como los principales elementos de estudio de un inversionista, empresa financiera, así como otro actor del ecosistema de emprendimiento.

Además, es una herramienta de fácil uso para el emprendedor, ya que resume en diferentes cuadros la implementación de las diferentes etapas, ventajas competitivas y demás elementos. Se diferencia de un plan de negocio por ser sintético, y exponer claramente las formas de ganar dinero de una empresa o emprendimiento. A la vez, éste no es

estático, sino que responde a las diferentes tendencias de mercado, puede ajustarse a nuevas necesidades, nichos de mercado e inclusive nuevos canales de venta.

El Modelo Canvas Lean Startup se compone de 9 bloques, entre los cuales:

Segmentos de clientes: este bloque identifica los distintos grupos de personas (u organizaciones) sobre los que se debe enfocar un proyecto de negocio. Es imposible dirigirse a todo el mercado con una misma estrategia, para eso tenemos que estudiar y seleccionar un segmento de mercado y dirigir tus esfuerzos hacia ese grupo de clientes potenciales, ¿Cuáles son sus características, comportamientos y necesidades?

Propuesta de valor:

¿Por qué los clientes elegirían el producto o servicio que provee tu empresa? La respuesta a esta pregunta es nuestra propuesta de valor.

En este elemento tendremos que definir cuál es el diferencial que posee tu negocio: un producto innovador, precios bajos, diseño exclusivo, mayor practicidad, más rendimiento, mejor servicio, entre otros. El valor no está sólo en el producto, sino en todas las ventajas que el usuario puede experimentar.

Canales de distribución:

Este bloque describe la forma en que tu negocio alcanza el segmento elegido para entregarle su propuesta de valor. Los canales dependerán del segmento que se haya definido y deben elegirse cuidadosamente para encontrar el más efectivo: canales directos, mayoristas, puntos de venta propios o vía web.

Relación con el cliente:

Representa el tipo de relación que tu negocio establece con los diferentes segmentos de clientes. Se debe pensar en cómo alcanzar a cada grupo particular, mantenerlo y lograr

el posicionamiento esperado: comunidades virtuales, servicios postventa, atención personalizada, servicios automáticos. Para esto, es necesario analizar cuál es la mejor forma de relacionarte según las características de tus clientes.

Fuentes de ingresos:

En este bloque se identifican la principales formas en que la empresa genera los ingresos, es decir como entra y sale dinero. ¿Cómo es el flujo de ingreso? ¿Diario, mensual, fijo, variable, estacional?

Recursos clave:

Abarca los activos estratégicos que una empresa debe tener para crear y mantener su modelo de negocio: bienes tangibles, maquinarias, local comercial, tecnologías, know-how, recursos humanos. de negocio.

Actividades clave:

Son las actividades estratégicas esenciales que se deben realizar para llevar de forma fluida la propuesta de valor al mercado, relacionarse con los clientes y generar ingresos. Estas actividades varían de acuerdo al modelo de negocio, abarcando distintos procesos internos, por ejemplo: producción, marketing, distribución, servicios específicos, mantenimiento, nuevos desarrollos.

Socios clave:

Se trata de identificar la red de proveedores y asociados necesarios para llevar adelante el modelo de negocio. No puede pensarse nunca a la empresa como autosuficiente, sino inmersa en una gran red de contactos que le permiten optimizar su propuesta de valor y tener éxito en el mercado

Estructura de costos:

implica todos los costos que tendrá la empresa para hacer funcionar el modelo de negocio.

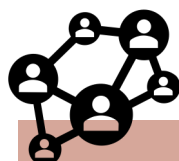
41

ESTRUCTURA DEL MODELO DE NEGOCIOS

Habilidad: Aprender a aprender

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

1 Actividad en clases *



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo) construya un modelo base del Lean Canvas, no rellene aún los espacios correspondientes, pero dibuje la estructura adecuada para que pueda agregar constantemente información, y actualizarlo conforme crezca su emprendimiento.



* Lean Startup Canvas o Lienzo modelo de negocios:

Socios Clave  Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Qué recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Qué actividades realizan nuestros socios clave? motivaciones para realizar alianzas: Optimización y economía Reducir riesgos e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades particulares	Actividades Clave  Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos? categorías: Producción Solución de problemas Plataforma / Red	Propuesta de Valor  Qué valor estamos entregando a los clientes? Cuál problema estamos ayudando a resolver? Cuál necesidad estamos satisfaciendo? Qué paquetes de productos o servicios estamos ofreciendo a cada segmento de clientes? Novedad Desempeño Personalización "Ayuda a hacer el trabajo" Diseño Marca/Status Precio Reducción de Costos Reducción de Riesgos Disponibilidad Conveniencia / Usabilidad
	Recursos Clave  Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingreso? tipos de recursos: Físicos Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos) Humanos Financieros	



Relación con Clientes  Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cuan costosas son? Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? Ejemplos - Asistencia Personal - Asistencia Personal Dedicada - Auto Servicio - Servicios Automatizados - Comunidades	Segmentos De Clientes  Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes? Ejemplos - Merchero masivo - Nicho de mercado - Segmentado - Diversificado - Plataforma múltiple
Canales  A traves de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor? Cuales son los mas rentables? Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes? Etapas del canal: 1. Crear conciencia - Como creamos conciencia de los productos y servicios de nuestra compañía? 2. Evaluación - Como ayudamos a que nuestros clientes evalúen nuestra propuesta de valor? 3. Compra - Como podemos permitir que nuestros clientes compren productos o servicios específicos? 4. Entrega - Como proveemos servicios Post venta? - Como podemos entregar la propuesta de valor a los clientes? 5. Post Venta	



Estructura De Costos

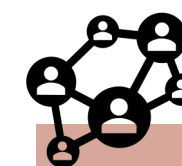
Cuales son los costos mas importantes en nuestro modelo de negocio?
Cuales recursos clave son los mas costosos?
Cuales actividades clave son las mas costosas?

Su negocio es mas:
Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta 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 fijos (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?

Spots:	Precios fijos	Precios dinámicos
Venta de activo	Lista de precios	Negociación
Cargo por uso	Según características	Gestión del rendimiento
Cargo por suscripción	Dependiendo del segmento	Almacenado en tiempo real
Prestación de servicio/entregamiento	Dependiendo del volumen	Subastas
Leasamiento		
Cargo de montaje		
Publicidad		





* Lienzo modelo de negocios completo:

Socios Clave  Quiénes son nuestros socios clave? Quiénes son nuestros proveedores clave? Que recursos clave estamos adquiriendo de nuestros socios clave? Que actividades realizan nuestros socios clave? <i>motivaciones para realizar alianzas:</i> Optimización y economía Reducción de riesgos e incertidumbre Adquisición de recursos y actividades particulares	Actividades Clave  Que actividades clave requiere nuestra propuesta de valor? Nuestros canales? Nuestras relaciones con los clientes? Nuestras fuentes de ingresos? <i>categorías:</i> Producción Solución de problemas Plataforma / Red	Propuesta de Valor  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? <i>Novedad</i> <i>Desempeño</i> <i>Personalización</i> <i>"Ayuda a hacer el trabajo"</i> <i>Costo</i> <i>Menor Riesgo</i> <i>Flexibilidad</i> <i>Reducción de Costos</i> <i>Reducción de Riesgos</i> <i>Accesibilidad</i> <i>Conveniencia / Usabilidad</i>	Relación con Clientes  Que tipo de relación espera que establezcamos y mantengamos cada uno de nuestros segmentos de clientes? Que relaciones hemos establecido? Cuan costosas son? Como se integran con el resto de nuestro modelo de negocio? <i>ejemplos:</i> Asistencia Personal Asistencia Personal Dedicada Auto Servicio Servicios Automatizados Comunidades	Segmentos De Clientes  Para quién estamos creando valor? Quiénes son nuestros clientes mas importantes? <i>Modelo masivo</i> <i>Nicho de mercado</i> <i>Segmentado</i> <i>Diversificado</i> <i>Plataforma multiplata</i>
	Recursos Clave  Que recursos clave requiere nuestra propuesta de valor? nuestros canales? nuestras relaciones con los clientes? nuestras fuentes de ingreso? <i>Tipos de recursos:</i> Físicos Intelectuales (Marcas, patentes, derechos de autor, datos) Humanos Financieros		Canales  A través de que canales nuestros segmentos de clientes quieren ser alcanzados? Como los estamos alcanzando ahora? Como estan integrados nuestros canales? Cuales Funcionan Mejor? Cuales son los mas rentables? Como podemos integrarlos a las rutinas de nuestros clientes? <i>Tipos de canales:</i> 1. Canal tradicional 2. Canales convencionales de los productos y servicios de nuestra compañía 3. Entregables 4. Canales digitales 5. Canales de venta directa 6. Canales de venta indirecta 7. Canales de venta mixta	
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? <i>El negocio es mas:</i> Enfocado al costo/estructura de costos conservadora, propuesta de valor de bajo costo, máxima automatización, mucho outsourcing? Enfocado al valor/Enfocado a la creación de valor, Proposiciones de valor premium? <i>Ejemplo de características:</i> Costos fijos (Salarios, rentas, utilidades) Costos Variables Economías de escala Economías de alcance		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? <i>Tipos:</i> Venta de activos Carga por uso Carga por suscripción Protección/seguros/seguros Licenciamiento Carga de comisión Publicidad <i>Prácticas típicas:</i> Carga de servicios Según características Dependiendo del segmento Dependiendo del volumen <i>Prácticas alternativas:</i> Propiedades Gestión del rendimiento Estrategia de tiempo real Subastas		

42

COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO: SEGMENTACIÓN DE CLIENTES Y NECESIDADES DE MERCADO

Habilidad: Aprender a aprender

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

1 Actividad en clases



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo) rellene los espacios de segmentación de clientes (según la Lección 42 previamente trabajada), las necesidades de mercado, asegúrese incluir datos de importancia que sean variables de peso para justificar la necesidad de su producto, así como la solución (producto final) de manera sencilla, clara y concreta.

1 Introducción

Canales de distribución como fuente de innovación directa en los modelos de negocio.

La innovación concebida como aplicable solamente en el producto final, debe ser contrastada con las diversas posibilidades y estructuras en las que el emprendedor puede innovar y usar estos medios como aspectos diferenciadores, así como el establecimiento de ventajas competitivas. La innovación puede incluir la mejora en procesos, procedimientos, etapas de desarrollo, estrategias de acercamiento con mercados en específico que busquen mejorar el producto o le adicionen valor agregado.

Algunos de los canales en los que los emprendimientos innovan vinculando sus estructuras de distribución pueden estar relacionados con:

1.1 Vinculación del componente tecnológico:

Esto puede verse diagramado en el proceso de pedido, evaluaciones de los productos o servicios, así como en el manejo de la experiencia de usuario. A pesar de que el contar con productos tecnológicos no siempre debe estar relacionado con la innovación, usualmente genera valor a los emprendimientos que se encuentren en una fase de desarrollo.

1.2 Personalización de las experiencias de usuario:

Una forma de innovar en los canales de distribución se enfoca en que existen muchos servicios y productos que pueden encontrar valor en su propia personalización, y ver en esto un elemento diferenciador, siempre y cuando el usuario y cliente identifique esto como una necesidad del sector. ¿Cuál es un negocio nuevo que por medio del internet revolucionó su industria?

1.3 Optimización del modelo de negocio:

En algunas ocasiones, el modelo de negocio implica que los cambios en el nicho de mercado, de manera que cada vez sea más fácil aplicar el modelo a otros clientes y tendencias con pequeños ajustes.

2 Acerca de la estructura de costos e ingresos

La estructura de costos no solamente debe enfocarse en identificar los costos directos e indirectos, sino también en referenciar el modelo de negocio pensando en el potencial de escalabilidad y replicabilidad manteniendo los costos en lo más bajo. Por otra parte, con respecto a la fuente de ingresos, también esta estructura debe evaluarse en razón de maximizar los ingresos, ya sea por la fidelización de clientes, la adquisición de nuevos o bien mejorar los rendimientos de ciertos clientes. Desarrollaremos esta sección del Modelo de Negocios en una lección posterior.

44

CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y COMUNICACIÓN DE SU PROYECTO

Habilidad: Aprender a aprender

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

1 Actividad en clases



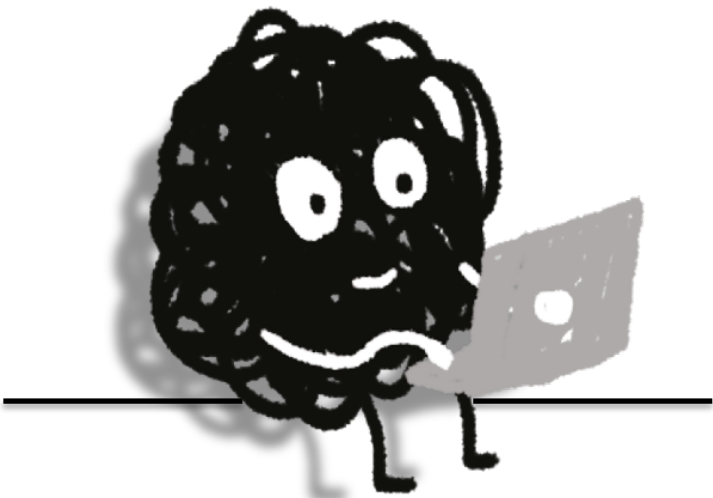
Síntesis de la información referida a "Canales de distribución y comunicación de su proyecto"

Identifique los canales actuales de distribución de su producto o servicio, a partir de este primer proceso, revise si estos canales responden a lo que sus clientes y usuarios necesitan, para esto investigue su segmentación de clientes y verifique qué canales utilizan de forma frecuente. Con base a esta información, adecue su estrategia en donde coloque los canales de distribución y comunicación que además de responder a su segmento de mercado, puedan ayudar a dar valor agregado a su proyecto o bien contribuyan en el potencial de escalabilidad.

1 Actividad en clases



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo) complete los cuadros de la estructura administrativa (fuentes de ingreso y estructuras de costos) teniendo en cuenta todos los datos de su proyecto de negocio.



- Verifique la estructura de costos de su proyecto de negocio, que cuente con una tabla básica que le permita de forma clara y concreta reconocer los costos fijos y variables de su proyecto, asegúrese de incluir todas las variables necesarias con el fin de que su estructura cuente con los elementos más claros posibles.

El cuadro puede seguir un formato, como el siguiente:

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	TOTAL	

Con base a esto, el objetivo es que cada proyecto de negocio (lucrativo o social), tenga los costos del proyecto totales que implica ejecutar y pueda estudiar bajo su modelo de negocio, el costo de producción de su producto/servicio y así determinar las variables básicas de rentabilidad. Vale aclarar que este es un cuadro básico de determinación de costos, con el objetivo de introducir dentro del modelo de negocio, los primeros elementos que conllevan la determinación del precio de un producto/servicio.

Para la determinación de las fuentes de ingreso, determine las principales fuentes, entre ellas, puede ser: venta directa, suscripción, venta por medio de canales virtuales y redes sociales, venta corporativa, entre otros. Para esto, complete un cuadro básico, donde coloque las principales fuentes de ingreso, su estrategia para cada una de ellas, así como el porcentaje de las ventas por cada fuente determinada.

Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	TOTAL	

**1 Actividad en
clases**

Revise las dinámicas de "Diseñar pensando", "El Canvas de Propuesta de Valor" y "Canvas de Modelo de Negocio" con el objetivo que determinar los principales elementos de innovación y ventaja competitiva de su emprendimiento. Señale de manera clara, los elementos diferenciadores de su proyecto, además que estén vinculados a la escalabilidad y replicabilidad de su modelo de negocio.

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

1 Actividad en
clases



Compare en conjunto con sus compañeros y con otros proyectos de negocio (lucrativo o social) sus ventajas competitivas y elementos diferenciadores. Asegúrese de realizar dos o tres validaciones con el objetivo de contar con diferentes opiniones posibles desde diferentes puntos de vista.

El cuadro puede seguir un formato, como el siguiente:

Emisor	Ventaja Competitiva	¿Lo diferencia del resto?	¿Cómo agrega valor?

49

RECURSOS ACTIVIDADES Y ALIADOS

Habilidad: Aprender a aprender

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

1 Actividad en clases



Con base a su proyecto de negocio (social o lucrativo) rellene los espacios de “Recursos, actividades y aliados” (según la Lección 42 previamente trabajada), asegúrese que los aliados y socios le ayuden a aumentar el alcance de su proyecto, potencien sus ventas, le ayuden a distribuir su producto o bien que sean considerados socios clave en etapas como producción, comunicación, difusión e impacto, por ejemplo.

50

REVISIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

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.

1 **Actividad en clases**



Revise los dos cuadros realizados en las lecciones anteriores, revíselos con su grupo de trabajo, comparta el trabajo con sus compañeros e integre opiniones y recomendaciones con el fin de mejorar cada vez más el Modelo de Negocio de su proyecto.

51

PRESENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE NEGOCIOS DE SU PROYECTO

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.

1 **Actividad en clases**



Presente su proyecto de negocio (lucrativo o social) ante la clase, maneje la presentación en conjunto con sus compañeros en alrededor 20 minutos, exponga todos los pasos de su modelo de negocio, debidamente estudiado, reciba retroalimentación de sus compañeros (as).

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, 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 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.	☐	☐	☐	☐
Concentrarse en los desafíos	Puedo identificar oportunidades para resolver problemas de diferentes maneras.	☐	☐	☐	☐
Descubrir necesidades	Puedo explicar a diferentes grupos que tienen diferentes necesidades.	☐	☐	☐	☐
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).	☐	☐	☐	☐
Ser curioso y abierto	Puedo experimentar con mis habilidades y capacidades en situaciones que son nuevas para mí.	☐	☐	☐	☐
Desarrollar ideas	Puedo experimentar con diferentes técnicas para generar soluciones alternativas a los problemas, utilizando los recursos disponibles de manera efectiva.	☐	☐	☐	☐
Definir problemas	Puedo participar en dinámicas de grupo dirigidas para definir problemas inconclusos.	☐	☐	☐	☐
Diseñar valor	Puedo identificar las funciones básicas que debe tener un prototipo para ilustrar el valor de mi idea.	☐	☐	☐	☐
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).	☐	☐	☐	☐
Imaginar	Puedo desarrollar (solo o con otros) una visión inspiradora para el futuro que involucre a otros.	☐	☐	☐	☐
Pensar estratégicamente	Puedo explicar qué es una visión y cuál es su propósito.	☐	☐	☐	☐

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

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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
Presupuesto	Puedo redactar un presupuesto para una actividad de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
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).	☐	☐	☐	☐
Entender impuestos		☐	☐	☐	☐
Inspira e inspiráte	No me desanimo por las dificultades.	☐	☐	☐	☐
Persuadir	Puedo persuadir a otros cuando brindo evidencia de mis argumentos.	☐	☐	☐	☐
Comunicar efectivamente	Puedo comunicar soluciones de diseño imaginativas.	☐	☐	☐	☐
Usar los medios de manera efectiva	Puedo utilizar varios métodos, incluyendo los medios sociales para comunicar las ideas que generan valor de manera efectiva.	☐	☐	☐	☐
Asumir la responsabilidad	Puedo asumir la responsabilidad individual y grupal para llevar a cabo tareas sencillas en las actividades de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Trabajar independientemente	Puedo iniciar actividades sencillas de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Tomar acción		☐	☐	☐	☐
Definir objetivos	Puedo describir mis objetivos para el futuro de acuerdo con mis fortalezas, ambiciones, intereses y logros.	☐	☐	☐	☐
Planificar y organizar	Puedo crear un plan de acción que identifique los pasos necesarios para alcanzar mis objetivos.	☐	☐	☐	☐
Desarrollar planes de negocios sostenibles	Puedo desarrollar un modelo de negocio para mi idea.	☐	☐	☐	☐
Definir prioridades	Puedo priorizar los pasos básicos en una actividad de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Controla tu progreso	Puedo identificar diferentes tipos de datos que son necesarios para supervisar el progreso de una actividad sencilla de creación de valor.	☐	☐	☐	☐
Ser flexible y adaptarse a los cambios	Puedo cambiar mis planes según las necesidades de mi equipo.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐

Test de habilidades y capacidades emprendedoras

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

Fichas

de seguimiento

FICHA DE SEGUIMIENTO – GUÍA DE OCTAVO AÑO

MÓDULO I: IDEAS DE NEGOCIO

I. LA IDEA DE NEGOCIO QUE QUIERO

Pregunta	Descripción
Qué (producto o servicio venderá su negocio)	
A quién (le venderá su negocio)	
Cómo (venderá su negocio su producto o servicio)	
Por qué (necesidad de sus clientes atenderán su idea)	

LAS IDEAS DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA

ETAPA II

Situaciones internas que amenazan el desarrollo de mi idea	
Mis fortalezas	Mis debilidades

Fichas

de seguimiento

III COMPETIDORES

Situaciones internas que amenazan el desarrollo de mi idea	
Mis fortalezas	Mis debilidades

IV LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS COMO PUNTOS DE PARTIDA ETAPA III

Situaciones internas que amenazan el desarrollo de mi idea	
Mis fortalezas	Mis debilidades

Fichas

de seguimiento

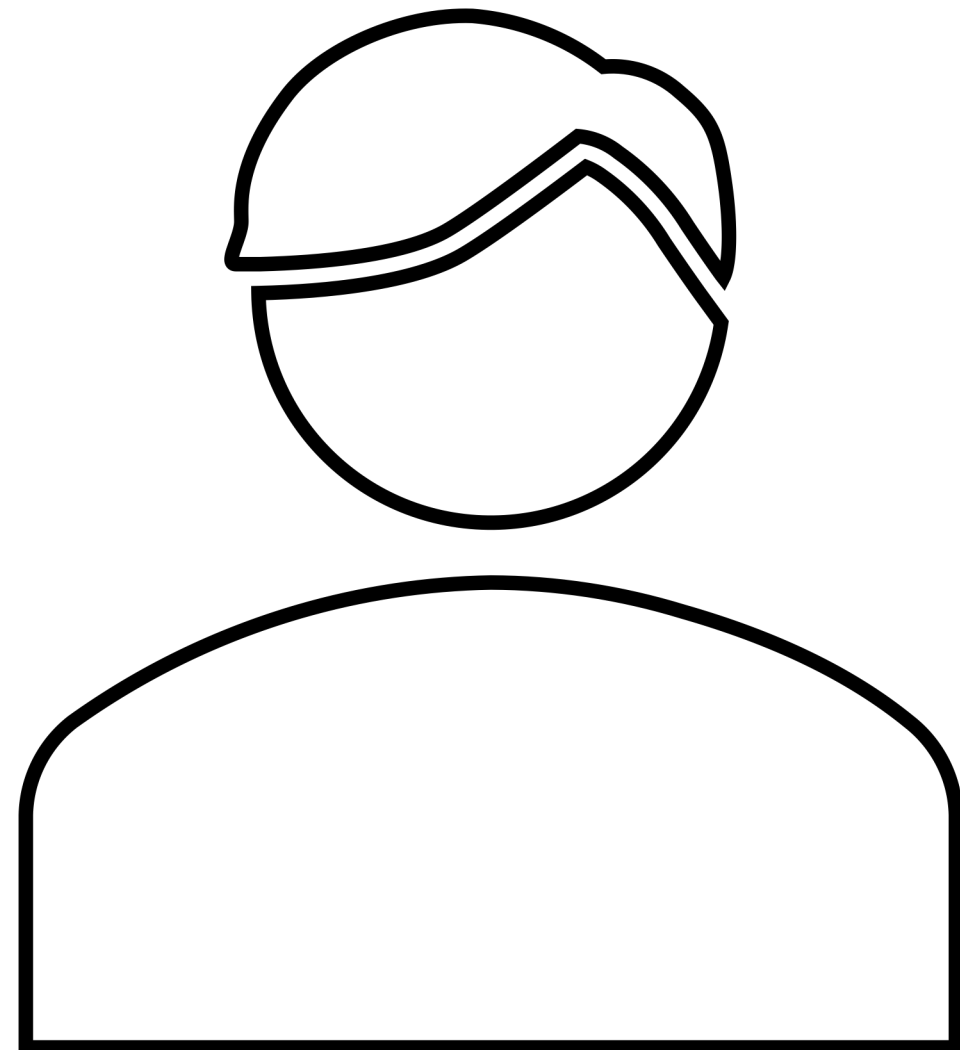
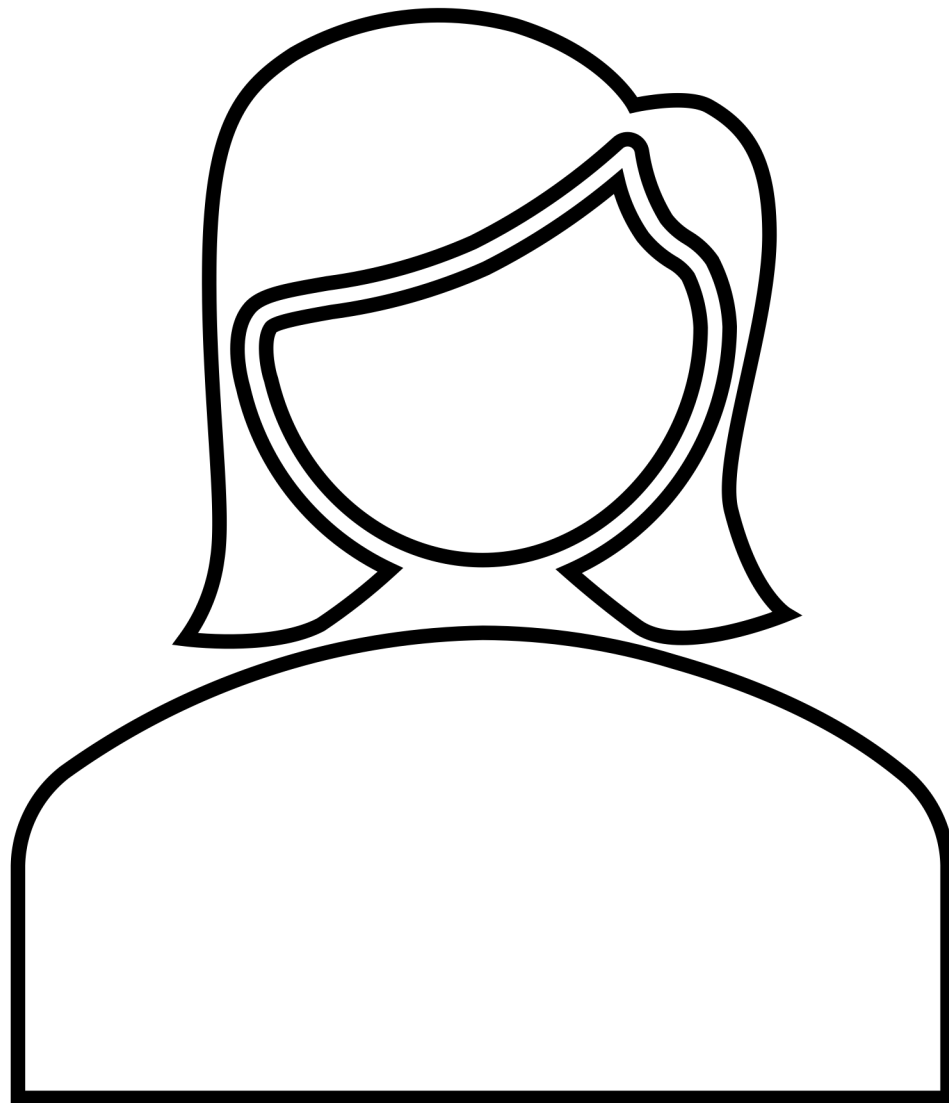
V ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA DIRECTA

1-¿Cuáles son los servicios o productos de nuestra industria que están creciendo significativamente?

2-¿Cuál es la propuesta de valor que esos servicio o productos están ofreciendo ?

3-¿Cuál es nuestra ventaja competitiva de nuestra emprendimiento y que lo que nos hace diferente a la competencia?

VI CARACTERIZANDO EL PERFIL



Fichas

de seguimiento

FICHA DE SEGUIMIENTO – GUÍA DE OCTAVO AÑO
MÓDULO I: IDEAS DE NEGOCIO

I. GUÍA DE PREGUNTAS PARA LAS NECESIDADES DE MERCADO:

Coloque las preguntas que le harán a los potenciales clientes, aliados, socios de su proyecto

II. POBLACIÓN META:

Público Seleccionado	Descripción

Fichas

de seguimiento

I. GUÍA DE PREGUNTAS PARA LAS NECESIDADES DE MERCADO:

Público de interés	Categoría	Recomendaciones de producto final	Recomendaciones de necesidades reales y de uso cotidiano	Recomendaciones de servicio (canales y experiencia)	Recomendaciones de valor agregado y ventaja competitiva.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Fichas

de seguimiento

IV . PROPUESTA DE VALOR ETAPA II

Construya un boceto de un potencial PMV de su proyecto o negocio.

V . GUÍA DE PRESENTACIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Coloque acá un orden establecido para su presentación del proyecto, utilice la información llenada en el Modelo de Negocio, además asigne roles a su equipo para la presentación.

GLOSARIO



Apropiación

Tecnológica: es un concepto utilizado para explorar la relación entre la 'tecnología' y el 'individuo' y describir el proceso mediante el cual una tecnología pasa de ser desconocida a ser parte de la vida diaria de un agente.



Canales de

distribución: Se refiere al canal que se usa para llevar el producto desde el fabricante o creador hasta el consumidor final. Cuando el canal de distribución es "directo" el fabricante vende directamente al consumidor final sin necesidad de intermediarios. Cuando el canal de distribución es "indirecto" el producto pasa por varias manos antes de llegar al consumidor final. Los intermediarios entre el fabricante y el consumidor en un canal de distribución indirecto pueden incluir: Mayorista/ distribuidor, Comerciante, Catálogos, etc.

Cocreación: Es una creación conjunta o colectiva, se refiere a las personas que conjuntamente han creado algo

Capacitación:

Capacitar es crear las aptitudes en los emprendedores que les permitan alcanzar sus metas y objetivos. En la capacitación quien capacita sólo debe facilitar ese proceso sin figurar en él. Es decir, capacitar a alguien es ampliar con más aptitudes la visión que ya tiene, sin que quien capacita pretenda cambiar esa visión. diaria de un agente.

Capital Humano: El capital humano es el más importante dentro de una organización y se remite a la productividad de los trabajadores en función de su formación y experiencia laboral.

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.

Competencias: son aquellas orientadas al desarrollo de aptitudes sociales. Se trata de capacidades comunicativas, de trabajo en equipo, flexibilidad y adaptabilidad frente a un determinado trabajo.

Corto, Mediano y largo plazo: El corto plazo es una expresión, en especial en economía para designar la duración de periodos breves, el mediano plazo es una duración de periodos mas largos comprendidos entre dos años a seis años, es un período más largo para producir cambios radicales en la estructura de una empresa, cada tiempo depende de la situación específica.

Capacitación:

Capacitar es crear las aptitudes en los emprendedores que les permitan alcanzar sus metas y objetivos. En la capacitación quien capacita sólo debe facilitar ese proceso sin figurar en él. Es decir, capacitar a alguien es ampliar con más aptitudes la visión que ya tiene, sin que quien capacita pretenda cambiar esa visión. diaria de un agente.

GLOSARIO



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

Directo e Indirecto: Directo es aquello que guarda una relación estrecha con el producto o servicio, en cuanto a Indirecto es aquello que se relaciona de forma leve.



Ecosistema: se refiere al grupo conglomerado de actores públicos y privados de un sector que se reúnen con el fin de coordinar una serie de actividades e iniciativas de forma conjunta.

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.

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

Energías Limpias: Es aquella que se produce sin ninguna forma de contaminación, no genera residuos peligrosos.

Energías Renovables: Son aquellas que utilizan recursos naturales, como el sol y no utilizan recursos fósiles.

Emprendedor social: "una especie de emprendedores dentro del género de los emprendedores", de modo más prácticos podemos decir que se trata de un tipo de emprendimiento que prosigue fines sociales.

Un emprendedor social no es solo una persona altruista, sino también es aquella que demuestra una clara determinación por hacer una contribución a la sociedad.

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".

Empresa/emprendimiento social: una empresa social es aquella que tiene un impacto positivo en el medioambiente o en la sociedad y, a la vez, resulta rentable como negocio.

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



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 duras: tienen relación con los requerimientos formales y técnicos para realizar una determinada actividad. Por ejemplo, conocer los procedimientos y modo de operación de una máquina en una fábrica



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: Dar diversos usos ya sea a un producto o a un servicio.

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

Iteración: hace referencia directa al acto o la consecuencia de iterar, un verbo que es empleado como un sinónimo de repetir o reiterar, comprendiendo por lo anterior que se desarrolla una acción o se pronuncia nuevamente, pese a que **ya se había hecho.**



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

GLOSARIO

Necesidades

fisiológicas: se refiere a las necesidades básicas, por ejemplo, respiración, alimentación, descanso, etc.



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.

Métrica: una métrica en un proyecto es una unidad de medida que se de para conocer el avance o los desvíos con respecto al plan original, puede ser en términos económicos, de resultados de pruebas, de permisos obtenidos, es decir de cualquier tema que se considere puede brindar las herramientas para decidir el avance, corrección o cancelación del proyecto. La métrica tiene que ser definida de forma que se pueda medir en forma efectiva, se pueda

relacionar con objetivos o hitos específicos y tenga plazos o periodos definidos de tiempo para su ejecución. En pocas palabras, debe ser medible, relacionable y estipulable en el tiempo.



Oportunidades de negocio: se refiere a necesidades producto de motivaciones y problemas, que pueden ser resultas mediante la generación de un emprendimiento.

Oferta y demanda: El término demanda, se refiere a la cantidad de bienes o servicios que se solicitan o se desean en un determinado mercado de una economía a un precio específico. Oferta, hace referencia a la cantidad de bienes, productos o servicios que se ofrecen en un mercado bajo unas determinadas condiciones.



Recurso Humano: Es el trabajo que aporta una persona o conjunto de personas a determinada organización



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.

GLOSARIO

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.

Proyectos lucrativos: esquemas de solución enfocados en generar utilidad y ganancia. Cuentan con aspectos básicos financieros y comerciales en donde venden productos o servicios. Estos proyectos no se encuentran exentos de generar impacto social, ambiental o económico por medio de la venta de sus productos o servicios.

Proyectos No-Lucrativos: esquemas de solución enfocados en resolver problemáticas sociales, económicas o ambientales, entre otras áreas, que a pesar de

no tener un fin lucrativo propiamente generan modelos de sostenibilidad al mediano y largo plazo.

Publicidad Boca a Boca: Es una estrategia que aprovecha la experiencia de clientes, que cuentan su experiencia a familiares, amigos compañeros.



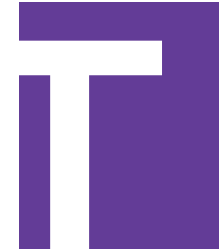
Sistematización: proceso por el cual se pretende ordenar una serie de elementos, pasos, etapas, etc., con el fin de otorgar jerarquías a los diferentes elementos.

Sostenibilidad: se le denomina al proceso en el que se combinan tres variables: económica, social y ambiental que ejecuta una empresa/organización/proyecto para consolidar el impacto.

Stakeholders: Las personas o entidades interesadas o que resultan afectadas por las actividades de una empresa. Pueden ser trabajadores, accionistas, sindicatos, entre otros.

GLOSARIO

Stakeholders: Las personas o entidades interesadas o que resultan afectadas por las actividades de una empresa. Pueden ser trabajadores, accionistas, sindicatos, entre otros.



Ventaja Competitiva: se refiere al conjunto de características clave que diferencian a un emprendimiento en un nicho de mercado.

Técnica: acciones estructuradas, generalmente bajo normas o protocolos que pueden ser escritos o por transmisión oral y que permite alcanzar resultados esperados ante situaciones debidas.

Tangible e Intangible: Tangible hace referencias a las cosas que se puedan ver, como los árboles. Intangibles son aquellas cosas reales que no se pueden ver, como el aire.

BIBLIOGRAFÍA

Rodríguez, F; & Moreno, J. S.F. *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. Recuperado de: https://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_identificacionOportunidades_SAE.pdf.

EduCaixa.2017. Sesión N 1. *Emprender: cuestión de problemas y capacidades, test*. Recuperado de: https://www.educaixa.com/microsites/KCJE/M1S1_Test_tienes_madera_emprendimiento/story_html5.html

QuestionPro. 2018.*El Mercado u las necesidades del cliente en la investigación (Parte I)*. Recuperado de: <https://www.questionpro.com/blog/es/mercado-y-necesidades-del-cliente/>.

Economía. *Definición de oportunidad de negocio*: Recuperado de: <https://www.economiasimple.net/glosario/oportunidad-de-negocio>.

Recurso Pyme. *Caso de estudio, como dos emprendimientos salieron de la crisis*. Recuperado de: <https://recursosparapymes.com/caso-de-estudio-como-2-emprendedores-salieron-de-la-crisis/>

Martin, I. 2016. *Videotutoriales sobre trabajo cooperativo*. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ymsi5ILNAh8&feature=youtu.be>.

Portal PQS. 2014. *Cinco tipos para tener un emprendimiento innovador*. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/tu-negocio/que-estrategias-usar-para-tener-un-emprendimiento-innovador>.

Importancia.ORG. 2018. *Importancia del modelo de negocio*. Recuperado de: <https://www.importancia.org/modelo-negocio.php>.

CENIDET. 2018. *Bussiness model canvas generator*. Recuperado de: <https://sites.google.com/a/cenidet.edu.mx/canvas/home/socios-clave>.

BIBLIOGRAFÍA

Sence, Chile, 2015. *Habilidades y herramientas para emprendimiento*. Recuperado de: http://www.sence.cl/601/articles-8485_recurso_3.pdf

EduCaixa. 2012. *Los emprendedores sociales: innovadores al servicio del cambio social*. Recuperado de: https://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf

Mares, Madrid. 2017. *Guía didáctica de economía social y solidaria*. Recuperado de: : <https://maresmadrid.es/wp-content/materiales-mares-mad/materiales-comunicacion/publicaciones/Guia-diactica-economia-social-y-solidaria-MARES.pdf>

InfoArte. S.F. *Manual de emprendimiento cultural*. Recuperado de: http://www.infoartes.pe/wp-content/uploads/2015/03/manual_emprendimiento.pdf

Fomento cultural y creativo, 2011. *La importancia del emprendimiento cultural*. Recuperado de: : <https://www.youtube.com/watch?v=CfK7ykjFQaU>.

Universidad de Salamanca. 2017. *Guía práctica de emprendimiento social y cultura*. Recuperado de: https://empleo.usal.es/emprende/guia-esyc/a-emprendimiento_social_y_cultural/2-2_emprendimiento_cultural_e_industria_cultural_y_creativa.html.

Zapata, M. 2016. *Proyectos emprendedores: emprendimiento ambiental*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/cienciatics/proyectos-emprendedores-emprendimiento-ambiental>.

Entrepreneur. S.F. *Innovación: ¿qué es y qué no es?* Recuperado de: <https://goo.gl/EDdzHm>. Revisado en julio, 2018.
Entrepreneur. S.F. *Siete tácticas para generar ideas innovadoras*. Disponible a través de: <https://goo.gl/oxfXZF>.

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

BIBLIOGRAFÍA

IEBS. 2015. *El emprendimiento social, la clave para una economía sostenible*: Recuperado de: : <https://www.iebschool.com/blog/el-emprendimiento-social-creacion-empresas/>
Fomento cultural y creativo, 2011. *La importancia del emprendimiento cultural*. Disponible a través de: <https://www.youtube.com/watch?v=CfK7ykjFQaU>.

Zapata, M. 2016. *Proyectos emprendedores: emprendimiento ambiental*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/cienciatics/proyectos-emprendedores-emprendimiento-ambiental>.

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

Universidad de la frontera. 2017. *Cuestionario sobre actitudes y preocupaciones ambientales*. Recuperado de: <https://goo.gl/npB5qQ>,

Emprende en Red. 2012. *Material didáctico para el desarrollo del espíritu emprendedor*, Recuperado de: <https://goo.gl/Vbdx53>.
Expertemprende. 2015. *Guía de habilidades emprendedoras*. Recuperado de: <http://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2012/09/Gu%C3%ADa-de-habilidades-emprendedoras.pdf>.

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

Universidad de la frontera. 2017. *Cuestionario sobre actitudes y preocupaciones ambientales*. Recuperado de: <https://www.surveymonkey.com/r/ecoambiental>

Entrecomp. S.F. Marco europeo para la competencia emprendedora. Recuperado de: <http://culturaemprendedora.extremaduraempresarial.es/wp-content/uploads/2015/11/Dossier-entrecomp.pdf>.