Cartilla de Comportamiento Emprendedor

¡CAMINO AL LOGRO!



Con videos de formación de:

LinkedIn LEARNING

¡Una guía al alcance de todos para desarrollar tu potencial emprendedor!

Comportamiento Emprendedor, ¡Camino al Logro!/Ruth Nelly Gutiérrez Achury, Luisa Fernanda Martínez Vega, María Paula Gómez Franco, Genny Andrea García Pereira, Magaly Caycedo Molano, David Jiménez Ávila. Bogotá, Colombia: Servicio Nacional de Aprendizaje. 2020.

111 páginas. 21,59 x 27,94 cm.

ISBN: XXX XXX XXX

Incluye bibliografía.

Primera parte. La Estación: U1. ¿Qué es el Comportamiento Emprendedor. Villa de la Visualización y Análisis: U2. Visión Emprendedora. Villa de la Identificación: U3. Dimensiones Emprendedoras. Villa de la Decisión: U4. Toma de Decisiones. Villa del Diseño: U5. Creatividad Emprendedora; U6. Estrategia Emprendedora; U7 Emprendimiento y Negociación. Segunda parte. Villa de la Acción: 1. Descubre tu idea de negocio. 2. Modela tu idea de negocio.

Servicio Nacional de Aprendizaje SENA
Dirección General
Bogotá D.C., Colombia.

Director General SENA
Carlos Mario Estrada Molina
Director de Empleo y Trabajo
Hernán Darío Fuentes Saldarriaga
Coordinador Nacional de Emprendimiento
Carlos Arturo Gamba Castillo

Autores
Ruth Nelly Gutiérrez Achury
Luisa Fernanda Martínez Vega
María Paula Gómez Franco
Genny Andrea García Pereira
Magaly Caycedo Molano

ISBN: XXX XXX XXX

© Servicio Nacional de Aprendizaje SENA

Diseño y diagramación
David Jiménez Ávila

Hecho depósito que exige la ley.
Esta publicación surge como un producto de aprendizaje de la iniciativa Formación para el Comportamiento Emprendedor, desarrollada por la Coordinación Nacional de Emprendimiento en el marco de la promoción del Comportamiento Emprendedor promovido por la Dirección de Empleo y Trabajo. El resultado de esta obra no compromete a la institución. Todos los derechos reservados. Se autoriza la reproducción parcial o total de esta publicación con fines educativos u otros fines no comerciales, siempre que se cite la fuente.

Bogotá, Colombia. 2020.
Primera edición.

Tabla de contenido

Prólogo 6

Introducción 7

La Fórmula del Logro 10

Desarrollo de la Formación en Comportamiento Eprendedor 12

Mapa de villas 13

Primera parte 14

La estación
Unidad 1: ¿Qué es el comportamiento emprendedor 15

Villa de la Visualización y Análisis
Unidad 2: Visión Emprendedora 40

Villa de la Identificación
Unidad 3: Dimensiones Emprendedoras 45

Villa de la Decisión
Unidad 4: Toma de Decisiones 53

Villa de la Negociación
Unidad 5: Creatividad Emprendedora 60
Unidad 6: Estrategia Emprendedora 68
Unidad 7: Emprendimiento y Negociación 75

Segunda parte 84

Villa de la Acción
Unidad 1: Descubre tu idea de negocio 86
Unidad 2: Modela tu idea de negocio 105

¡Para tener en cuenta!

Antes de comenzar esta aventura emprendedora, te recomendamos que tengas a la mano los siguientes implementos:

• Un cuaderno o libreta de apuntes. Este será tu diario de viaje, en el que desarrollarás algunas de las actividades propuestas en la cartilla (también puedes usar recursos digitales, como el bloc de notas de tu celular o un documento Word).
• Lápices o esferos de diferentes colores
• ¡Y mucho ánimo!

Este recurso fue dispuesto para tu crecimiento y desarrollo personal. ¡Sumérgete en esta travesía por el Camino al Logro con toda la actitud!



Prólogo



Carlos Gamba
Coordinador Nacional de Emprendimiento

Donde todo comienza

En su libro Loco por Emprender, Linda Rottenberg, confundadora y CEO de Endeavor, afirma: “Dominar el arte del emprendimiento no tiene que ver solo con empezar un negocio. Consiste en aprovechar oportunidades, superar dudas, manejar el riesgo, lidiar con el caos, cultivar empleados, lidiar con éxitos y fracasos, integrar el trabajo y la familia, y esforzarse para que la siguiente generación también pueda soñar en grande”. No hay una afirmación más acertada que ésta para retratar lo que significar emprender. Pero, ¿qué hay detrás de estas palabras? ¿Cuál es la esencia? Para mí, sin duda alguna, es la actitud. Es la actitud en donde todo comienza.

A lo largo de 20 años, he conocido cientos de emprendedores, personas que, independientemente de su condición social, territorial o de género, han logrado cumplir sus sueños y llevar a una acción concreta sus ideas, con un factor en común: su profundo convencimiento de que el emprendimiento, más que una solución económica, es la mejor opción para transformar su vida, la de sus familias, y sus entornos.

La historia de la humanidad ha estado acompañada de la actitud emprendedora. Todo lo que vemos a nuestro alrededor ha tenido su origen en una suma básica y poderosa: actitud emprendedora + intención emprendedora + comportamiento emprendedor. Es decir, todo comienza con la actitud.

Es por ello que Camino al Logro cobra su real importancia en el sentido de presentar a la comunidad emprendedora una guía práctica y vivencial para que las personas encuentren su motor interno a la hora de identificar esa ruta ganadora que los lleve a potencializar sus ideas emprendedoras.

Camino al logro es el fruto del esfuerzo de un equipo de trabajo convencido de que los procesos formativos tienen efectos positivos sobre las Características Emprendedoras Personales, que, a su vez, les permiten a los emprendedores asumir un equilibrio respecto a su sentir, pensar y actuar, soportado en Competencias Emprendedoras Personales.

Al final, nuestro fin superior será el de contribuir de manera decisiva al fomento de la mentalidad emprendedora de cientos de personas que, con su espíritu y fuerza emprendedora, están forjando un país de progreso e inclusión social gracias al descubrimiento del momento en donde todo comienza: la actitud emprendedora.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Introducción

> La imaginación es el principio de la creación. Imaginamos lo que deseamos, queremos lo que imaginamos y, por fin, creamos lo que queremos.
>
> **George Bernard Shaw**

Bienvenido al Camino al logro, una travesía diseñada para ayudarte en el desafiante propósito de transformar tu sueño en una realidad. A lo largo de este camino, descubrirás tu motivación y tus fortalezas, además de algunas herramientas que te servirán para potenciar el poder transformador de tus ideas.

Pero, ¿por qué Camino al Logro?

En todas las culturas, la historia ha reservado un lugar especial para reconocer a aquellas personas que tuvieron una idea, tomaron la iniciativa y, con sus acciones, lograron cambiar la forma de vivir de las sociedades para siempre. Toma como ejemplo al creador de la bombilla eléctrica: gracias a su invento, las personas ahora pueden realizar un gran número de actividades durante la noche, sin tener que preocuparse por la oscuridad. Otro ejemplo es el creador del teléfono, un elemento que ha revolucionado la manera como se comunican los seres humanos cuando están separados por largas distancias. El teléfono ha llevado a que se fortalezcan los lazos de unión entre familiares, amigos y conocidos, a pesar de no estar físicamente presentes.

Todos los inventores tienen algo en común: sus acciones han sido guiadas por una fuerza interna que les impulsa a seguir adelante sin importar las dificultades. Todos, sin excepción, han estado dispuestos a realizar un esfuerzo adicional para conseguir lo que se han propuesto, a pesar de los obstáculos y los fracasos. Esa actitud, pasar de la idea a la acción, ha convertido a muchos inventores en pioneros. En otras palabras, los ha convertido en emprendedores.



Alberto Farah
Fundador de **Nauty 360**, un emprendimiento apoyado por el Fondo Emprender del SENA.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Puedes ver, entonces, cómo el emprendimiento no está relacionado únicamente con la creación de empresa? Por años, el emprendimiento fue entendido solamente desde un punto de vista empresarial. Pero en la actualidad, el emprendimiento es visto como una actitud que se relaciona con el desarrollo de las personas y las economías. Eso se hace visible con la mejora de las condiciones de vida de las sociedades donde la idea del emprendedor tiene impacto, y con la realización de los sueños que motivaron, en primer lugar, las acciones del emprendedor.

Dicho de otra manera, puedes entender el emprendimiento desde dos niveles: el individual, que te permite poner en práctica actitudes y habilidades para la creación de valor en diferentes escenarios de tu vida, y el colectivo, que tiene un impacto directo en la forma como se organizan y funcionan las sociedades.

Así, podemos afirmar que los emprendedores son guiados por una alta motivación al logro. Mira de nuevo a los inventores: ellos se propusieron una meta (hacer realidad una idea), y se esforzaron mucho para llegar a ella, sobrepasando obstáculos y sintiendo una enorme satisfacción por el éxito alcanzado.

De ese modo, el Camino al Logro es el camino del emprendedor. Es el recorrido que te lleva de la idea a la acción.

Sin embargo, sabemos que la distancia que existe entre la idea y la acción es muy grande. Convertir tus sueños y anhelos en realidad requiere de valentía, persistencia y gran determinación, pues el trayecto está lleno de riesgos e incertidumbres. Es por eso que el Camino al Logro se encuentra dividido en varias paradas, y en cada una de ellas vas a encontrar diferentes herramientas que te ayudarán en el proceso de desarrollo de tu actitud emprendedora.



Participantes del *Bootcamp SENA 2019* durante una de las sesiones de aprendizaje del evento.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Recuerda!

Los inventores son sólo un ejemplo. No necesitas tener una gran idea que cambie al mundo para convertirte en un emprendedor. Basta con que tengas una idea que genere valor, y que te propongas a convertirla en realidad.

Hora de ***accionar***

Realiza el siguiente ejercicio



En la ley 1014 de 2006, conocida como la Ley de fomento de la cultura del emprendimiento*, se encuentra la siguiente definición:

"Emprendimiento: una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado. Su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad".

Teniendo en cuenta lo que te hemos presentado en esta introducción y la anterior definición, responde a las siguientes preguntas de acuerdo con tu propia opinión.

Para ti:

1. ¿Qué es riqueza?
2. ¿Qué es valor?
3. ¿Qué es una oportunidad?
4. ¿Qué es un logro?
5. ¿Qué es el éxito?
6. ¿Cómo ves los conceptos anteriores aplicados en tu vida? Describe cada uno.

Ahora, con tus definiciones, vuelve a leer toda la unidad y la definición de la ley 1014. Luego, responde a las siguientes preguntas:

1. Este ejercicio, ¿ha cambiado tu manera de entender el emprendimiento? ¿Cómo?
2. ¿Crees que puedes ser un emprendedor? ¿Por qué sí y por qué no?

*Reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 de 2009 .

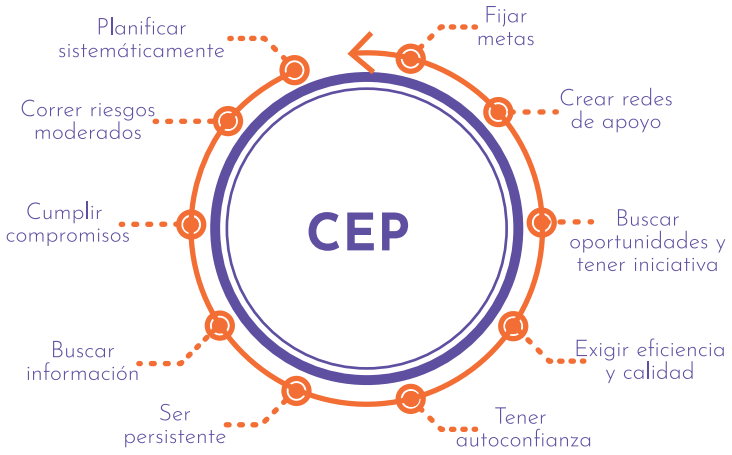
El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

La fórmula del logro

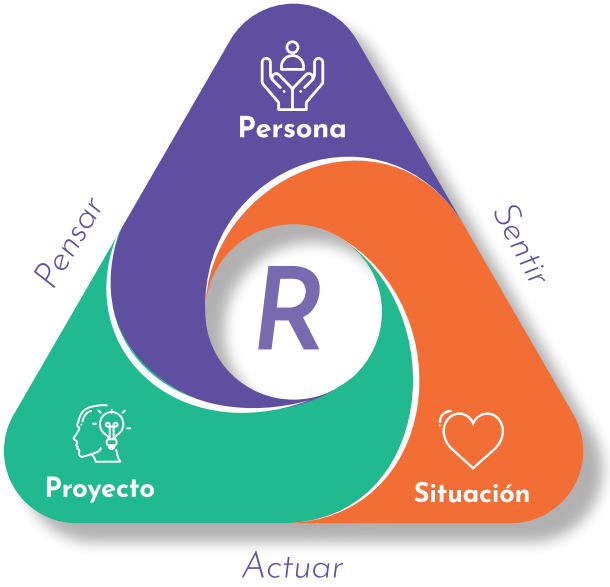
Ya dijimos que el Camino al Logro es el camino del emprendedor. También, dijimos que el emprendimiento es una actitud que te lleva de la idea a la acción. Por ser una actitud, muchos de los ingredientes que la activan se encuentran en tu interior, y es importante que los conozcas para que puedas desarrollar un verdadero Comportamiento Emprendedor en tu vida, que te lleve a convertir tus sueños en logros.

Los componentes del Comportamiento Emprendedor pueden resumirse en tres elementos:

Características Emprendedoras Personales



Triángulo de la responsabilidad



Competencias Emprendedoras Personales



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Triángulo de la Responsabilidad

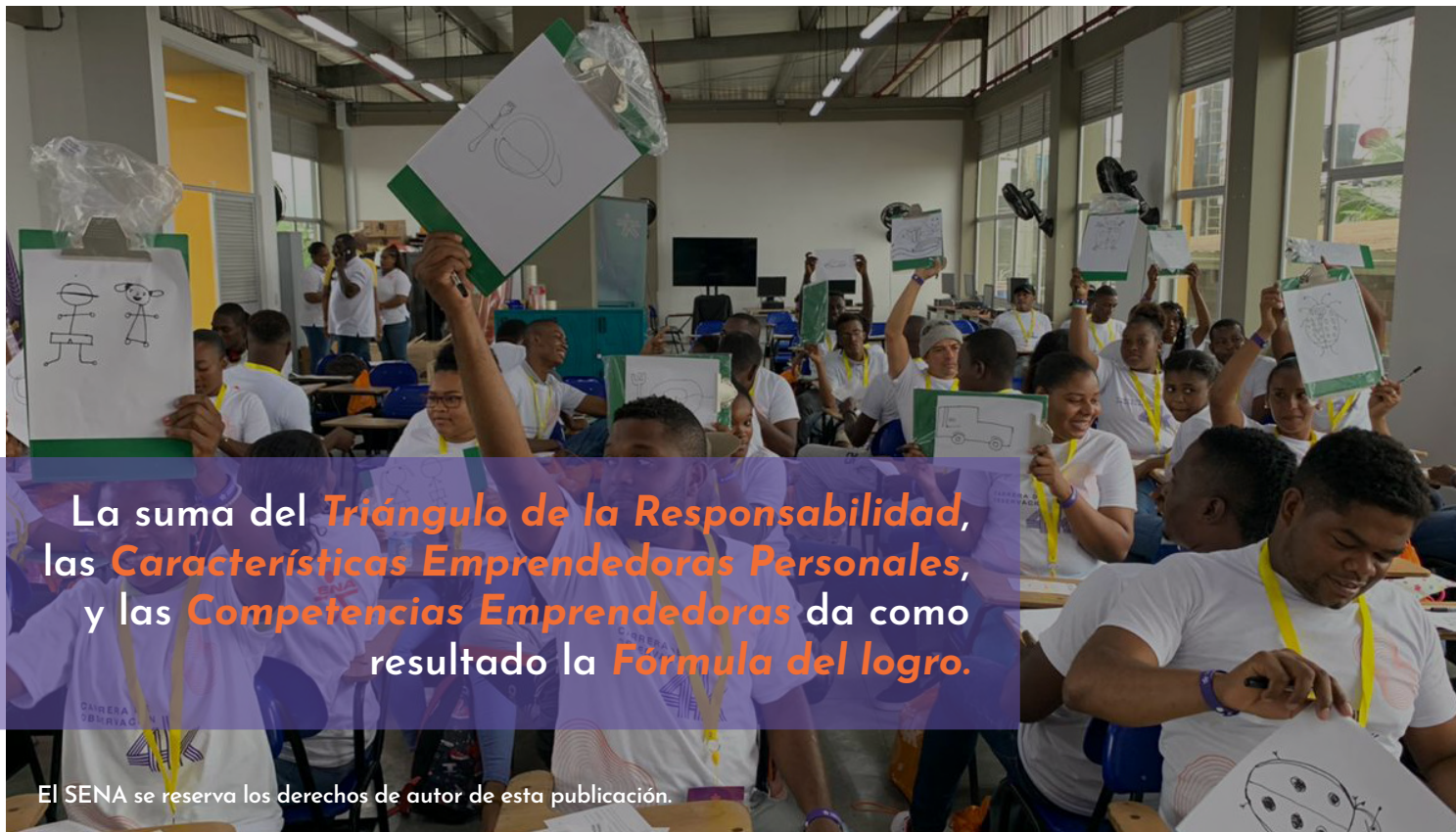
Para superar los posibles obstáculos que debas enfrentar en tu Camino al Logro, es necesaria una alta dosis de responsabilidad. La responsabilidad es la fuerza interna que hace la diferencia entre el éxito y el fracaso. Se traduce como el compromiso que asumes contigo mismo, con aquello que deseas y que te has propuesto hacer en tu vida. Eso sin olvidar el entorno que te rodea. Por ello, la responsabilidad se aplica en el marco de un triángulo: persona, proyecto y situación.

Características Emprendedoras Personales

Aplicadas con responsabilidad, las Características Emprendedoras Personales (CEP) nos pueden llevar a ser líderes, con habilidad para enfrentar la realidad de forma creativa. Las CEP son rasgos de nuestra personalidad que definen cómo actuamos y nos comportamos frente a los retos personales y profesionales de nuestras vidas. Son 10 y pueden mejorarse continuamente.

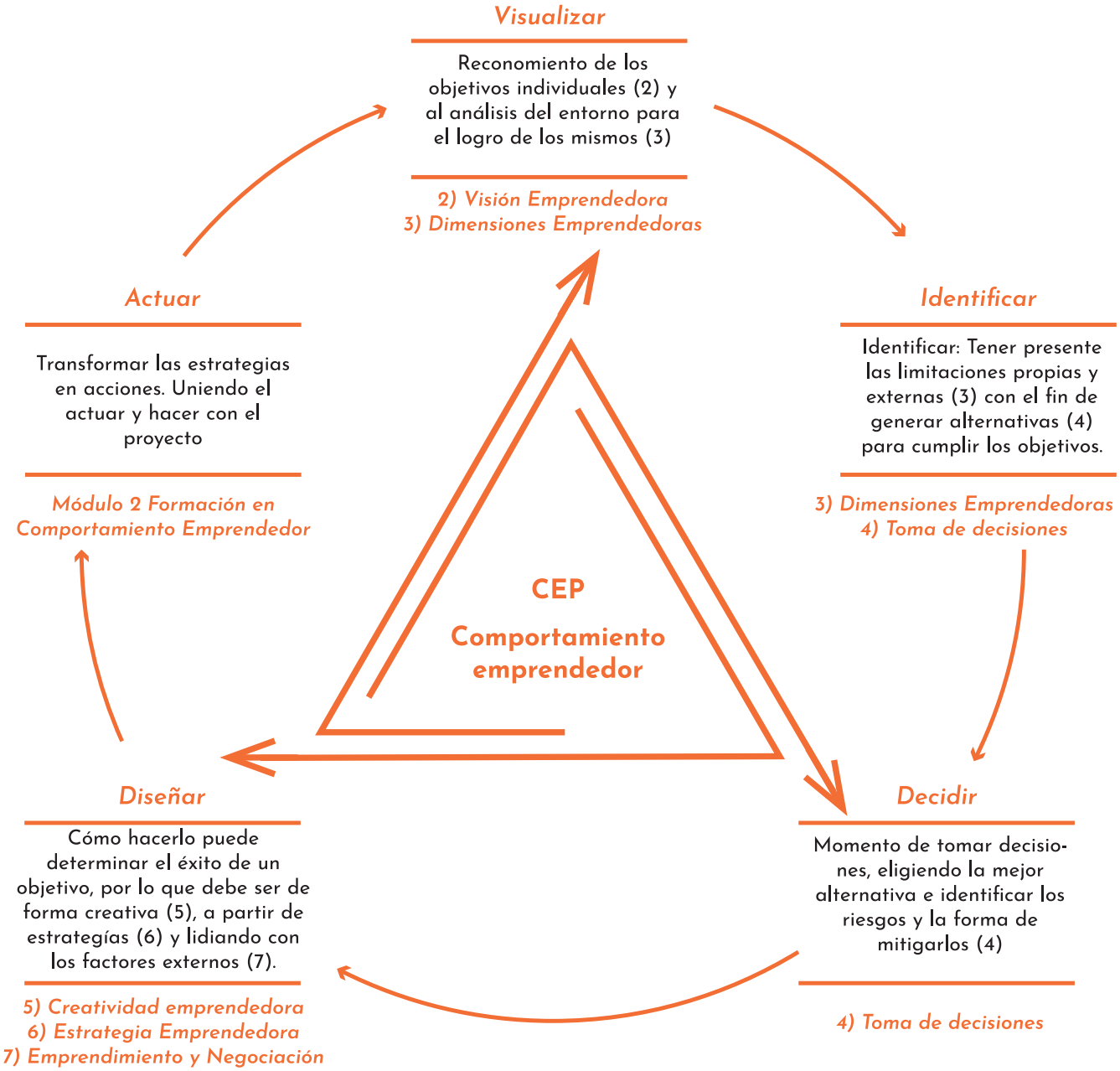
Competencias Emprendedoras

La responsabilidad y la motivación al logro nos pueden llevar a trabajar activamente en la realización de nuestros sueños. Cuando eso sucede, nuestras CEP evolucionan y se convierten en Competencias Emprendedoras. Las Competencias son las que nos llevan a conseguir el cambio que deseamos, pasando de la idea a la acción.



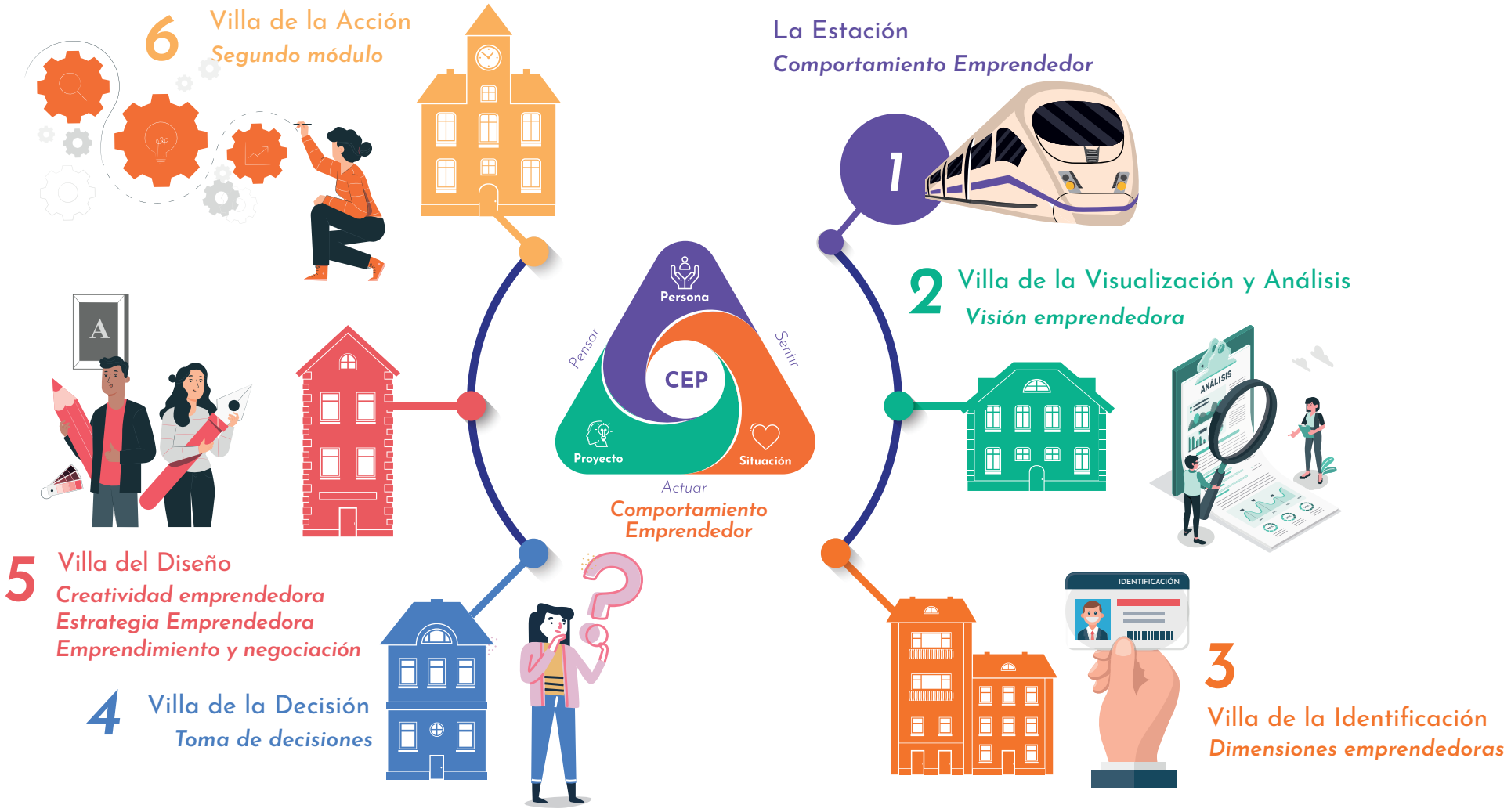
El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Desarrollo de la Formación en Comportamiento Emprendedor



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Mapa de villas



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Formación en

Comportamiento Emprendedor

Primera parte



La Estación

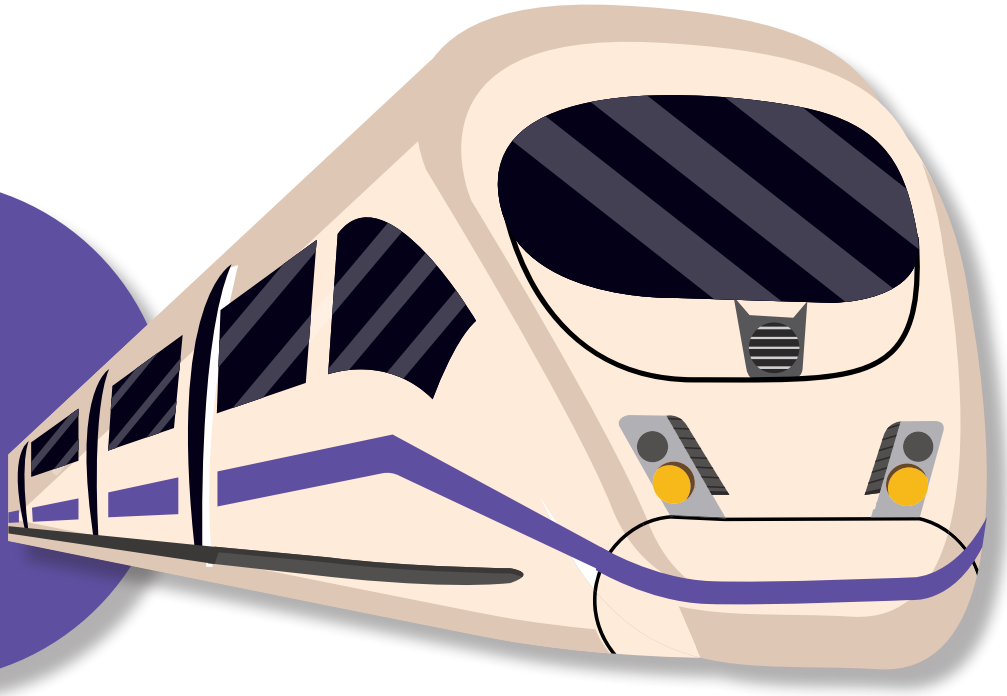


Aquí encontrarás:

Unidad 1

¿QUÉ ES EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR?

1



Recursos virtuales

A través de este curso, dictado por consultores y expertos, podrás identificar tus Características Emprendedoras, tus Competencias Emprendedoras, y tus motivaciones.



Unidad 1

¿QUÉ ES EL COMPORTAMIENTO EMPRENDEDOR?

En la unidad anterior, mencionamos que el emprendimiento había sido entendido por varios años como un tema limitado a la creación de empresas. Eso fue así porque por más de un siglo. Los primeros científicos sociales que estudiaron el emprendimiento observaron sus enormes beneficios a través de las empresas que eran creadas por personas con cualidades aparentemente especiales. Sin embargo, a medida que conocían más sobre el emprendimiento, los científicos dejaron de lado las habilidades empresariales de las personas que estaban detrás de esas ideas de negocio, y se concentraron en estudiar más de cerca las motivaciones que impulsaron en algún momento a esas personas a hacer realidad sus ideas. Uno de esos científicos fue el psicólogo David McClelland.

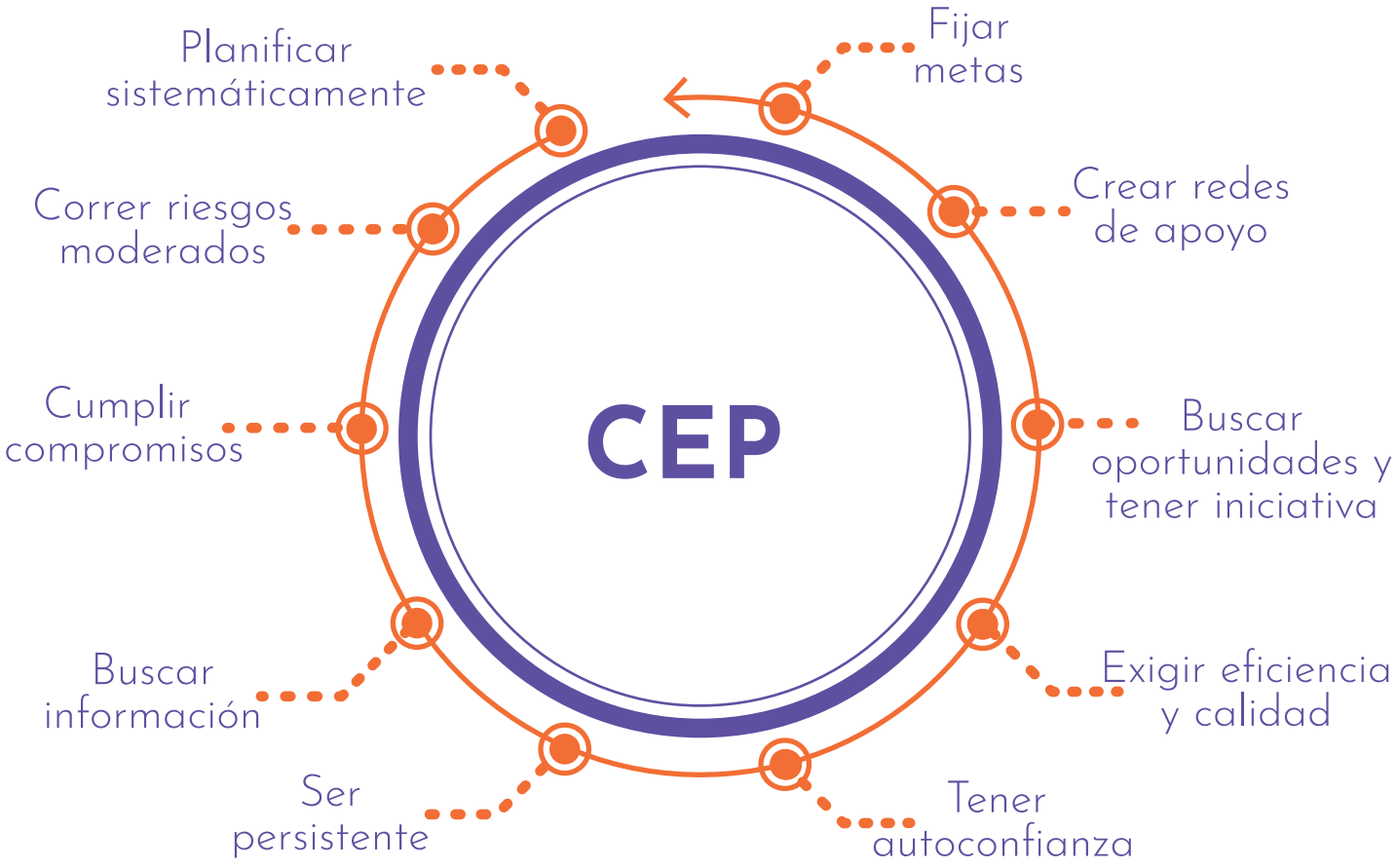
Luego de observar varios casos de fundadores de empresas, el Dr. McClelland llegó a la conclusión de que la motivación que guio las acciones de esos empresarios nació de una enorme necesidad que estos tuvieron de lograr aquello que se habían propuesto. Y esa necesidad, definió la manera como esos empresarios se comportaron ante las diversas situaciones que se fueron presentando en su camino. Esa manera de actuar se llamó Comportamiento Emprendedor.

A pesar de los orígenes de la investigación del Dr. McClelland, su teoría de las necesidades se convirtió en un estudio importante dentro de la psicología, pues trataba de un elemento presente en todos los seres humanos. De ese modo, es posible afirmar que el Comportamiento Emprendedor puede ser desarrollado y fortalecido en cualquier persona, sin importar si son empresarios, líderes de negocios, trabajadores o personas del común.

Para desarrollar el Comportamiento Emprendedor se necesitan tres ingredientes, los mismos que se encuentran en la Fórmula del logro. Uno de esos ingredientes es un conjunto de diez características que se han denominado Características Emprendedoras Personales (CEP) que están presentes, en mayor o en menor medida, en todos nosotros. Nuestro desempeño en la realización de una tarea puede mejorar si nos concentramos en identificar, reconocer y desarrollar cada una de esas características.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Gráfica de las Características Emprendedoras Personales



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

CARACTERÍSTICAS EMPRENDEDORAS PERSONALES

Planificar sistemáticamente

Todos planificamos a diario. Piénsalo: cuando tienes que ordenar tu casa, siempre piensas qué harás primero y qué harás después, cuál es la tarea que no te gusta y cuál es aquella que crees que tardarás menos en terminar. ¡Y con esa vaga planificación, comienzas! Pero, ¿tuviste en cuenta si esa tarea podías hacerla solo o si necesitabas de alguien más? ¿Qué recursos necesitabas para comenzar esa tarea? ¿Cuánto tiempo te llevaría conseguir esos recursos que necesitabas? El no contar con una planificación sistemática nos puede llevar a acumular obligaciones, generándonos desánimo y frustración, pues no somos capaces de terminar lo que empezamos.

Cuando planificamos de forma sistemática no sólo tenemos en cuenta los medios y recursos (presentes y futuros) necesarios para lograr el objetivo o meta propuesta, también establecemos indicadores que nos permitan realizar un seguimiento y conocer el grado de avance de nuestras tareas. Sólo así, podremos saber si estamos cumpliendo con nuestro propósito o si requerimos de algo más para conseguirlo (en otras palabras, establecer líneas de acción y elegir alternativas de actuación).

¡Recuerda!

La planificación debe ser percibida como un proceso continuo, en la que el seguimiento y el control a partir de información, te permiten hacer los ajustes necesarios para lograr tus metas u objetivos.

Hora de ***accionar***

Cuando planifiques, hazte las siguientes preguntas:



- ¿Qué es lo que quieres hacer?
- ¿Para qué lo vas a hacer?
- ¿Cuándo vas a hacer?
- ¿Por qué lo vas a hacer?
- ¿Cómo lo vas a hacer?
- ¿Dónde lo vas a hacer?
- ¿Cuándo lo vas a hacer?
- ¿Cómo lo vas a costear?
- ¿Quién lo van a hacer?
- ¿Quién lo va a dirigir?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Desarrolla el hábito de la planificación

Una excelente forma de comenzar a desarrollar el hábito de la planificación, es hacer listas para diferentes cosas. Por ejemplo sobre las tareas que tienes que realizar durante la semana, los alimentos que necesitas comprar en el supermercado, las películas que quieres ver, o los lugares que deseas visitar.

Durante la próxima semana te invitamos a realizar una lista sobre las actividades que tienes que realizar, toma un cuaderno o la herramienta que más se te facilite. ¡Recuerda tenerla a mano para recordar tus tareas y marcar las que vas cumpliendo. Esto genera motivación para cumplir los objetivos.

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo

Escucha la experiencia del ingeniero argentino Matías Agustín Burton que te permitirá ver cómo la planificación puede ser aplicada a nuestras vidas con el fin de lograr cualquier proyecto personal y profesional.

Haz click aquí para ver el video



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Fijar metas

En la característica anterior, hablamos de 'metas' y 'objetivos'. Y aunque en el día a día ambas palabras son usadas como sinónimos, en realidad no significan lo mismo.

Imagina que te encuentras en una maratón. Es tu sueño ganar la carrera y por esa razón te inscribiste. Ese es tu objetivo. Pero, para ganar la maratón, deberás recorrer una cierta cantidad de kilómetros en un tiempo determinado. Si los kilómetros o el tiempo no estuviesen definidos, ¿cómo sabes si fuiste el ganador o si alguien terminó la carrera primero que tú? ¿Cómo sabrías que lograste tu objetivo?

Similar pasa en la vida cotidiana. Muchas veces, no logramos aquello que nos proponemos por no saber establecer una meta. Y cuando hablamos de meta, no nos referimos únicamente a un desafío. Una meta debe cumplir con una serie de características, que nos permitirán tener mayor claridad sobre lo que queremos conseguir y lo que requerimos para llegar allí. Esa es la base de toda planificación.

Dichas características las hemos reunido en una palabra: MAREAR.

- **Medibles:** Define elementos medibles que te permitan evaluar el cumplimiento de tu meta (tiempos, cantidades, distancias, etc.).
- **Alcanzables:** Analiza el contexto (lugar) para cumplir tu meta. Ejemplo: Algo que es alcanzable en Bogotá no necesariamente es alcanzable en Leticia y viceversa.
- **Realistas:** Analiza los recursos que requieres para cumplir tu meta (recursos económicos, productivos, humanos, tecnológicos).
- **Específicas:** Debes escribir tus metas de una manera clara, para evitar que otras personas las entiendan de forma distinta. De este modo, si necesitas ayuda para lograr tu meta, las personas entenderán exactamente lo que quieres y qué pueden hacer para apoyarte.
- **Acotadas:** determina el tiempo necesario para cumplir tu meta, de manera que puedas verificar su cumplimiento (ej.: voy a viajar a un país extranjero el próximo mes).
- **Reto:** toda meta implica tomar riesgos.

Mira la charla de John Doerr, presidente de la empresa Kleiner Perkins, en la que se presentan ejemplos de cómo grandes compañías utilizan el método ORC (Objetivos y Resultados Clave), para conseguir excelentes resultados en innovación.

Haz click aquí para ver el video



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio



Ahora que conoces los elementos clave que componen una meta, vamos a realizar un ejercicio. Piensa en algo que deseas cumplir y califica los criterios de acuerdo con lo visto anteriormente:

Describe tu meta:

_____

_____

_____

_____

• ¿Tu meta es fácilmente medible? ¿Puedes identificar el momento en que la hayas cumplido? SI ☐ NO ☐

• ¿Tu meta es alcanzable? ¿Describiste el lugar en el que la cumplirás? SI ☐ NO ☐

• ¿Tu meta es realista? ¿Cuentas con los recursos para hacerla realidad? ¿Si requieres recursos adicionales, sabes cómo conseguirlos? SI ☐ NO ☐

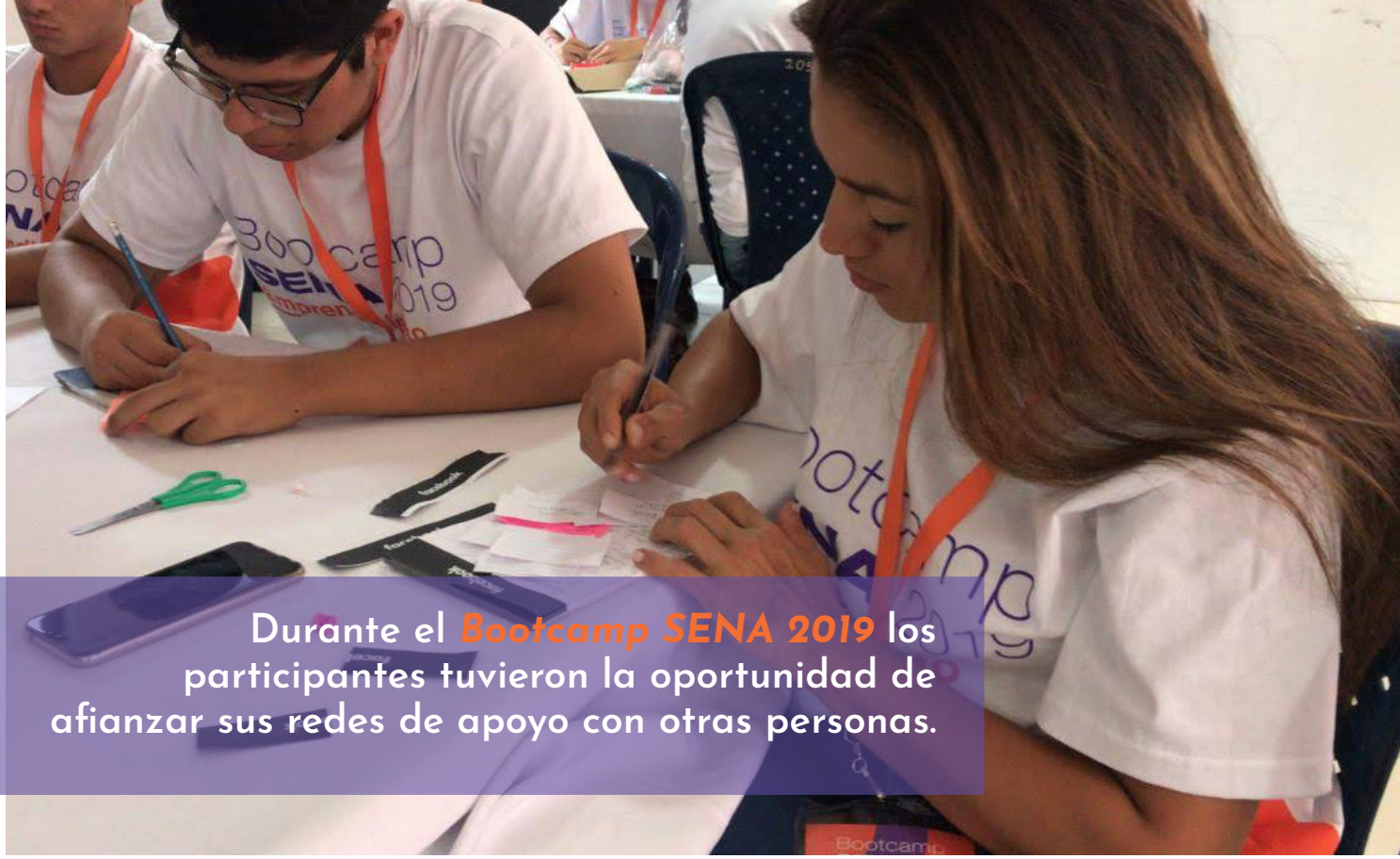
• ¿Tu meta es específica? ¿Determinaste aspectos puntuales? Por ejemplo: Si tu sueño es comprar un lugar para vivir ¿Sabes cuántos habitaciones quieres que tenga o si es una casa o un apartamento? SI ☐ NO ☐

• ¿Tu meta es acotada? ¿Definiste el tiempo para lograrla? SI ☐ NO ☐

• ¿Tu meta implica un reto para ti? ¿Tuviste en cuenta esfuerzos que requieres hacer lograrla? SI ☐ NO ☐

Si respondiste NO a alguna de las preguntas anteriores, es probable que necesites profundizar un poco en ese elemento. Podrás identificar los puntos débiles de tu meta y así, descubrir qué te hace falta para avanzar en el cumplimiento de ese logro.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Durante el *Bootcamp SENA 2019* los participantes tuvieron la oportunidad de afianzar sus redes de apoyo con otras personas.

Crear redes de apoyo

¿Alguna vez has escuchado o leído aquella frase de Aristóteles que dice: “El hombre es un ser social por naturaleza”? Pues nada más cierto. Los seres humanos vivimos generalmente en grupos, lo que implica la creación de relaciones y vínculos que llamamos redes de apoyo.

Cada uno de nosotros es una combinación de fortalezas y debilidades. Por eso, cuando realizamos tareas con la ayuda de las personas que conforman nuestras redes de apoyo, compensamos nuestras debilidades con las fortalezas de los demás, obteniendo un beneficio. Ese beneficio es mayor cuando compartimos nuestras experienciasy aprendemos de las personas que nos rodean.

Piensa en un grupo de estudio: todos sus integrantes son buenos en alguna asignatura, pero a la vez tienen un rendimiento flojo en alguna que otra materia. Por eso se reúnen cada cierto tiempo, para mejorar su rendimiento con el conocimiento y las experiencias que les son transmitidas por los demás miembros del grupo.

Crear redes de apoyo momentáneamente no es complicado, lo difícil es mantener dichas relaciones a través del tiempo. Por eso, es necesario que desarrolles estrategias que te permitan establecer relaciones y confrontarlas con los beneficios que puedes obtener a cambio.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio



Algunas tips para crear y mantener redes de apoyo duraderas:

• Únete a causas que te apasionen siendo voluntario o inscribiéndote a un curso, puedes conocer personas con intereses en común.

• Sal de tu zona de confort y conversa con personas desconocidas en espacios seguros. Intenta conversar con personas que no frecuentas y trata de conocer sus intereses.

• Acércate a las personas que admiras para conocer sus pensamientos e ideas. Esto puede inspirarte para construir tu camino.

• Haz relaciones profundas. En ocasiones las personas tienen tantas amistades que no pueden dedicarle suficiente tiempo a todas. Es recomendable contar con menos personas, pero con las que sabes que puedes contar en cualquier momento.

¡Vamos a hacer un ejercicio para que identifiques tu red de apoyo! Si tuvieras que buscar a alguien para las siguientes actividades, ¿a quien pedirías ayuda? Escribe el nombre de la primera persona que se te venga a la mente:

1. Para un consejo personal: _____
2. Para una asesoría laboral o de tu negocio: _____
3. Para ir de viaje: _____
4. Para una receta de cocina: _____
5. Para aconsejarte qué película o libro leer: _____
6. Para salir a divertirte: _____
7. Para encontrar cosas a buen precio: _____
8. Para asociarte o trabajar en una tarea específica: _____
9. Para solucionar un problema económico: _____
10. Para buscar un trabajo o un aliado: _____

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Mira este video del Departamento de Salud y Servicios Humanos de Estados Unidos sobre madres gestantes y sus redes de apoyo. Presta atención a los beneficios que ellas obtienen, y piensa cómo eso podría aplicarse a tu vida.

Haz click aquí para ver el video



> **¡Recuerda!**
> Las oportunidades no van hacia una sola persona, ¡tenemos que buscarlas! No es cuestión de suerte sino de logro.

Busca oportunidades y ten iniciativa

Cuántas veces hemos escuchado a nuestros amigos, vecinos o familiares decir cosas como: “en este país no hay oportunidades” o “yo no tengo suerte, otras personas tienen más suerte que yo”. Quizá tú también lo hayas dicho en alguna ocasión. No siempre es fácil detectar las oportunidades que están en nuestro entorno cuando nos encontramos en una situación difícil, sin embargo, vemos personas que detectan una oportunidad y saben cómo aprovecharla. ¿Qué se requiere para eso? Nada del otro mundo, sólo preparación e iniciativa.

Decimos que nos preparamos cuando aumentamos nuestro conocimiento y nuestras habilidades para saber detectar las oportunidades que están a nuestro alrededor. Si no nos preparamos con antelación, ¿cómo sabremos si estamos ante una oportunidad?

Pero no es suficiente con detectar la oportunidad. ¡Es posible que más personas hayan visto la misma oportunidad que tú! Por ello, es importante que tomes la iniciativa, saltes a la acción y disfrutes del beneficio que esa oportunidad puede brindarte. Pero no te engañes: tomar la iniciativa implica ponerte en una situación de riesgo (dejar lo que tienes o perder parte de ello), por lo que debes estar dispuesto a salir de tu zona de confort e ir detrás de la oportunidad.

Por último: buscar o crear oportunidades tiene mucho que ver con la comunicación, tanto para informarse como para mantener informadas a otras personas sobre lo que se busca, lo que se pretende hacer o lo que se desea (Cenpromype, s.f.). De ahí que sea muy importante que sepas qué es lo que quieres lograr o hacia dónde quieres ir.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de ***accionar***

Realiza el siguiente ejercicio

Durante la próxima semana vas a enfocar tu atención en identificar las oportunidades que te interesen. La idea es que no pase un día en que encuentres algo que sea interesante para ti y que pueda ser calificado como oportunidad. Al final de la semana, selecciona una de las oportunidades que encontraste y toma la iniciativa para hacerla (si es un curso o una actividad específica) o profundizar al respecto.

Algunos tips para encontrar oportunidades son:

- Busca en Google algún tema de tu interés e identifica que oportunidades encuentras.
- Preguntale a otras personas si han visto alguna oportunidad interesante que les gustaría desarrollar.
- Leer revistas o periódicos en donde hablen de convocatorias o temas de tu interés.
- Busca en internet recursos virtuales como cursos cortos o foros en línea para profundizar sobre los temas que te interesan, y ponerte en contacto con redes de apoyo.
- Haz una lista de cinco ideas viables que podrías desarrollar para construir un proyecto.

En esta charla, Francisco Benitez, cofundador de Momentum Project (un emprendimiento dedicado al desarrollo de habilidades disruptivas en Latinoamérica) nos cuenta la importancia de la actitud para aprovechar las oportunidades.



Haz click aquí para ver el video

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Recuerda!

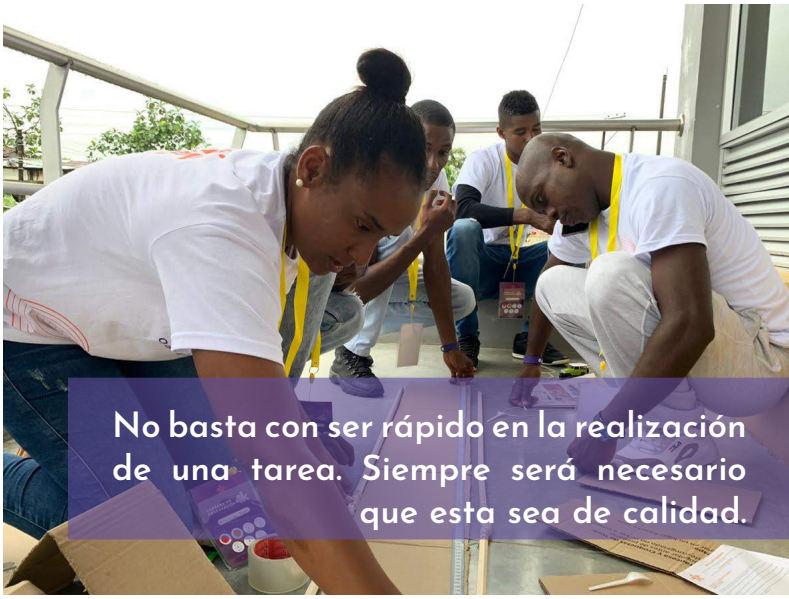
¡La calidad y la eficiencia no tienen límites! Siempre se pueden mejorar y obtener un mejor nivel cada día.

Exige eficiencia y calidad

Seguramente te has topado con personas o compañeros de estudio que hacen sus labores mucho más rápido que otros y que cumplen con todos los requisitos exigidos. Si esa persona eres tú, ¡felicitaciones! Eres eficiente, que no es otra cosa que hacer un buen uso de los recursos con relación a un objetivo definido.

Pero no basta con ser rápido en la realización de la tarea. Siempre será necesario que todas nuestras labores sean de calidad, es decir, la capacidad de hacer las cosas bien hechas con excelencia, que satisfaga ampliamente a los demás (Cenpromype, s.f.).

Usualmente, la calidad y la eficiencia las asociamos con la producción de artículos de consumo o a la prestación de servicios, pero lo cierto es que ambos términos son aplicables a nuestra vida cotidiana. Cuando compramos la lista de mercado o realizamos una actividad física, es importante que lo hagamos con eficiencia, pero sobre todo que tengamos una "conciencia" de calidad que deje una huella en todo lo que hacemos.



En este video puedes ver la manera como Toyota controla la calidad de sus productos y la eficiencia en sus procesos.Cuando termines de verlo, reflexiona: ¿Qué sentimientos te produjo este vídeo? ¿Podrías generar esos mismos sentimientos en los demás?

Haz click aquí para ver el video



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Ten autoconfianza!

¿Alguna vez has sentido que eres capaz de realizar una tarea porque sabes que tienes el conocimiento y las habilidades necesarias para hacerlo? ¿Sientes la confianza de lograr tu meta porque algo en tu interior te dice que lo conseguirás de forma exitosa? Pues esa fuerza interna, que te motiva a hacer hasta lo imposible para alcanzar tus metas, es la autoconfianza. Es un aspecto central del comportamiento humano y se encuentra fuertemente relacionado con las demás Características Emprendedoras Personales.

La autoconfianza no significa que no cometas errores, sino que no tengas miedo de cometerlos. Autoconfianza significa creer en nosotros mismos y aceptarnos tal como somos, con nuestras virtudes y defectos, dispuestos a aprender de cada situación.

> **¡Recuerda!**
> La autoconfianza y la autoestima dependen la una de la otra. Cuando nuestra autoconfianza es fuerte podemos emprender cualquier tarea.

¿Como está tu autoconfianza?

Fuente: Cenpromype, s.f.

Personas con autoconfianza	Personas con baja autoconfianza
Buscan independencia de las reglas y el control de otras personas.	Constante indecisión de qué hacer, sintiéndose perdidas y angustiadas.
Se responsabilizan de las causas de sus éxitos y tropiezos.	Cambio constante del rumbo de las opiniones, acciones y actividades.
Manifiestan confianza en su habilidad para terminar hacerle frente a un gran reto.	Tienen ansiedad e inseguridad a tomar riesgos porque tienen temor a fracasar.
Expresan sin temor sus convicciones y opiniones frente a otras personas.	Incumplimiento de las tareas y funciones una vez iniciadas.
Transmiten seguridad y motivan a los demás para que emprendan acciones positivas.	Tienen problemas para tomar decisiones, lo cual retrasa su trabajo.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Mira la charla de Ivan Joseph: "La habilidad de la autoconfianza". En su exposición, Joseph explica cómo la autoconfianza se fortalece a través de la práctica y cómo esta Característica Emprendedora se relaciona con la persistencia y correr riesgos.

Haz click aquí para ver el video



¡Sé persistente!

La persistencia es la característica asociada a la constancia para hacer realidad una idea. Consiste en tener la capacidad de mantener la firme decisión de lograr algo, insistir cuantas veces sea necesario y tomar acciones repetidas o diferentes para sobrepasar cualquier obstáculo, todo con la finalidad de alcanzar la meta que nos hemos propuesto.

Pero cuidado, existen dos tipos de persistencia: la sensata y la ciega. La persistencia sensata nos lleva a reconocer que las cosas no siempre salen como esperamos y que debemos cambiar la manera en que actuamos para lograr el resultado que queremos. En otras palabras, nos lleva a ser flexibles y encontrar la estrategia apropiada para aquello que pretendemos conseguir. La persistencia ciega se puede resumir en las siguientes palabras: "Locura es hacer lo mismo una y otra vez, esperando obtener resultados diferentes". Así que procura no caer en la persistencia ciega.

Ya hemos visto que las personas con baja autoconfianza suelen tener miedo al fracaso, y cuando cometen un error cesan todos sus intentos por lograr su objetivo, abandonando su actitud positiva frente a los obstáculos.

El error es una luz de alarma, un indicador que nos invita a mirar nuevamente qué es lo que pretendemos y cómo pensamos llegar a nuestra meta. En otras palabras, ¡los errores son sólo un paso más en el trayecto para lograr nuestras metas, no son el fin del camino!

¡Recuerda!

La persistencia está fuertemente ligada a la autoconfianza y la forma como asumes "el error".

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio

Uno de los factores para dejar de persistir es ponerse metas muy grandes que parecen inalcanzables. Es por ello, que es necesario dividir esa meta en pequeños logros que puedas identificar fácilmente en tu día a día. Vamos a hacer un ejercicio:

1. Establece una meta para el corto plazo.
2. Divide tu meta en pequeñas tareas que puedes hacer cada día durante 15 minutos.

Tareas

- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____

3. Define un tiempo determinado para tu meta cada día de las próximas dos semanas.
4. Crea un recordatorio de tu meta en tu celular o en un lugar visible.
5. Conecta tu tarea con un hábito ya establecido en tu vida (al lavarse los dientes, mientras vas al trabajo o estudio, antes de dormir).
6. Después de dos semanas evalúa tu progreso, si has sido persistente puedes darte un premio o contarle a un ser querido en lo que has trabajado.

En este vídeo, encontrarás un resumen de la biografía de la autora de "Harry Potter", la británica J.K. Rowling. Verás cómo su persistencia la llevó a ser una de las mujeres más adineradas del Reino Unido y una de las autoras más leídas del mundo.



Haz click aquí para ver el video

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Recuerda!

Quien utiliza adecuadamente la información está un paso delante de los demás, porque la información es poder.

Fuente: Cenpromype, s.f.

Busca información

Imagina que vas a organizar una fiesta en tu casa y has invitado a todos tus amigos. Quieres sorprenderlos con algo distinto, y por eso decides preparar la comida tú mismo. ¿Qué es lo primero que necesitas? Pues una receta. Así que tomas uno de los libros de cocina de la biblioteca y comienzas a buscar ese plato con el que deleitarás a tus amigos. Finalmente, te decides por uno.

Comienzas a leer y te das cuenta de que hay ingredientes allí que jamás habías escuchado en tu vida o encuentras unas medidas (onzas, tazas,) que nunca has manejado en tus pocas horas de experiencia en la cocina. ¿Qué haces? Tienes varias opciones:

- Buscar otro libro de cocina con recetas que puedas entender mejor.
- Buscar esos ingredientes raros.
- Buscar otra receta menos complicada

Sea como sea, las tres opciones tienen algo en común: estás buscando información.

Hoy en día, la información es un elemento de gran importancia para el desarrollo personal y empresarial. Por eso, ha llegado a ser un bien de extremo valor y su búsqueda es considerada una inversión (pues requiere de tiempo, recursos, responsabilidades, y técnicas). Para tomar decisiones adecuadas en la vida y en los negocios, es necesario contar con la información suficiente.

Sin embargo, no toda la información que obtenemos es necesaria. Por esa razón, es importante tener siempre presente el objetivo que pretendemos alcanzar, pues este será el punto de referencia que nos guiará en la búsqueda de información. También es necesario ser persistente, ya no todas las veces la información que requerimos la encontramos en la primera fuente que consultamos.

En este video educativo, conocerás las diferentes técnicas que existen para la búsqueda de información. ¿Podrías aplicarlas en tu vida cotidiana? Piensa en tres ejemplos (procura que no se centren sólo en temas académicos).

Haz click aquí para ver el video



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Sé fiel al cumplimiento del contrato de trabajo

Aunque el nombre de esta Competencia Emprendedora se refiera a los contratos de trabajo, también puede entenderse como cumplir con los compromisos.

Adquirir compromisos es una práctica que solemos realizar todos los días: "Llegaré a la reunión a las 8:00 a.m.". "Entregaré el informe el próximo lunes". "Devolveré el libro el sábado por la tarde". En todos ellos, estamos poniendo en juego nuestra responsabilidad para su cumplimiento. Y, aunque nosotros no seamos conscientes de la magnitud de esos compromisos, nuestro inconsciente los asume como si fuesen compromisos consigo mismo, lo que puede llegar a afectar nuestro nivel de autoconfianza y autoestima.

¿Qué sucede si...?

• Llegas a una reunión a las 8:30 a.m. porque "media hora no es nada".

• Tienes listo el informe el martes porque "más vale tarde que nunca".

• Entregas el libro el lunes de esa semana, porque no tuviste tiempo.

Pues demuestras que no eres consciente de las implicaciones que se producen al no cumplir compromisos. Siempre nos limitamos a ver los efectos materiales: pérdidas económicas, conflictos con amigos o conocidos. Pero hay otro problema más serio que genera el incumplimiento: su efecto sobre nuestra autoconfianza. Si no creo en mí mismo, ¿cómo voy a creer en otros?

¡Recuerda!

Los compromisos que adquieres son, primero que nada, compromisos que tienes contigo mismo y debes cumplir.

Hora de *accionar*

Conoce los hábitos de las personas exitosas:



• Se esmeran para concluir sus tareas.

• Colaboran con las demás personas para cumplir con los compromisos.

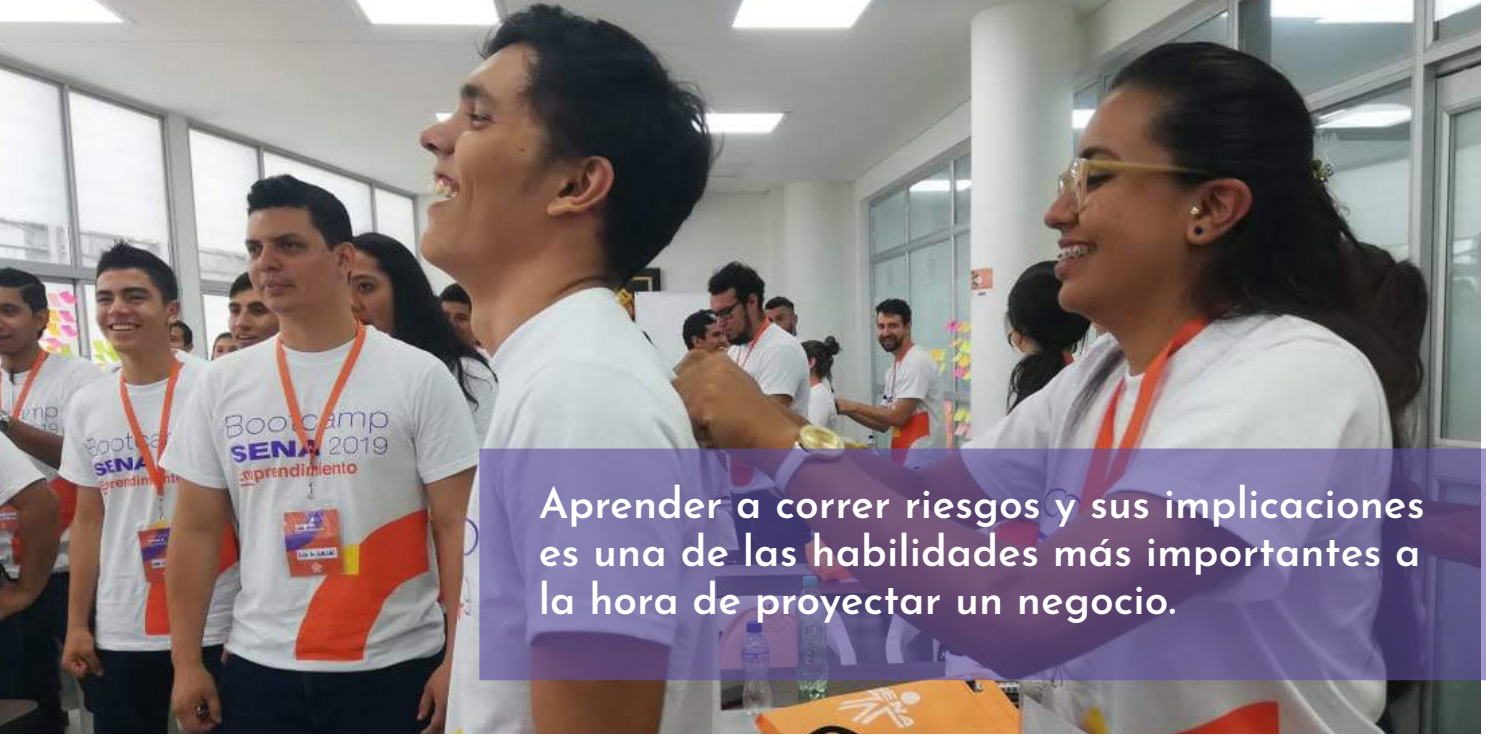
• Se empeñan por mantener satisfechos a los clientes y valoran su relación a largo plazo con los mismos por encima de los beneficios a corto plazo

• Son personas satisfechas consigo mismas porque sben que cumplen con su labor.

• Ganan la confianza de jefes, compañeros y clientes por su responsabilidad.

Fuente: Cenpromype, s.f.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Aprender a correr riesgos y sus implicaciones es una de las habilidades más importantes a la hora de proyectar un negocio.

¡Corre riesgos moderados!

El riesgo es uno de los aspectos más comunes de nuestras vidas y nos acompaña en todo momento. A veces lo vemos en situaciones extremas y en otras, lo asumimos sin darnos cuenta.

Todas las personas exitosas tuvieron que arriesgarse en algún punto de sus vidas a hacer algo, ¡de otra forma, no habrían aprendido lo que saben! Sin embargo, al igual que la persistencia, el riesgo también tiene dos caras.

Imagina que estás frente a una piscina con dos metros de profundidad. Pero no sabes nadar, y no hay un salvavidas que pueda ayudarte. ¿Arriesgarías tu vida así nada más? Es similar en la vida cotidiana. Cada riesgo que corres debe tener un propósito. Es importante que evalúes si te puedes permitir correr riesgos, teniendo presente tanto la recompensa como el peligro que debes asumir. Por ello recomendamos a nuestros aprendices correr riesgos moderados.

En este video educativo, conocerás las diferentes técnicas que existen para la búsqueda de información. ¿Podrías aplicarlas en tu vida cotidiana? Piensa en tres ejemplos (procura que no se centren sólo en temas académicos).



» Haz click aquí para ver el video

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

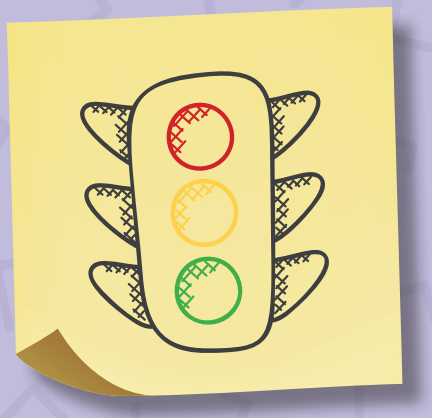
Hagamos un ejercicio personal de autoevaluación

Ahora que conoces las Características Emprendedoras Personales, ¿qué tal si haces un ejercicio de autoevaluación? Este te ayudará a hacer una reflexión sobre las fortalezas y debilidades que están en tu interior. A continuación, te compartimos la Diana de Valoración. Es una herramienta que te permite identificar en cuáles puntos necesitas trabajar y cuáles te empoderan en el logro de tus objetivos, todo en términos de las Características Emprendedoras Personales. Siéntete en la libertad de llenarlo sin juzgarte. Aquí no hay lugar para el error o el acierto, ninguna posición es negativa.

1. En primer lugar, toma un lápiz o unos stickers y, con los conceptos mencionados anteriormente, evalúa tu desempeño en cada una de las CEP.

2. Las CEP que ubiques más cerca al centro serán tus fortalezas y las más alejadas serán tus debilidades.

3. Como lo puedes ver en la imagen, la diana tiene tres zonas de valoración, demarcadas con tres colores diferentes.



Verde: Si es un aspecto notable en tu personalidad, ubica el punto cerca al centro.

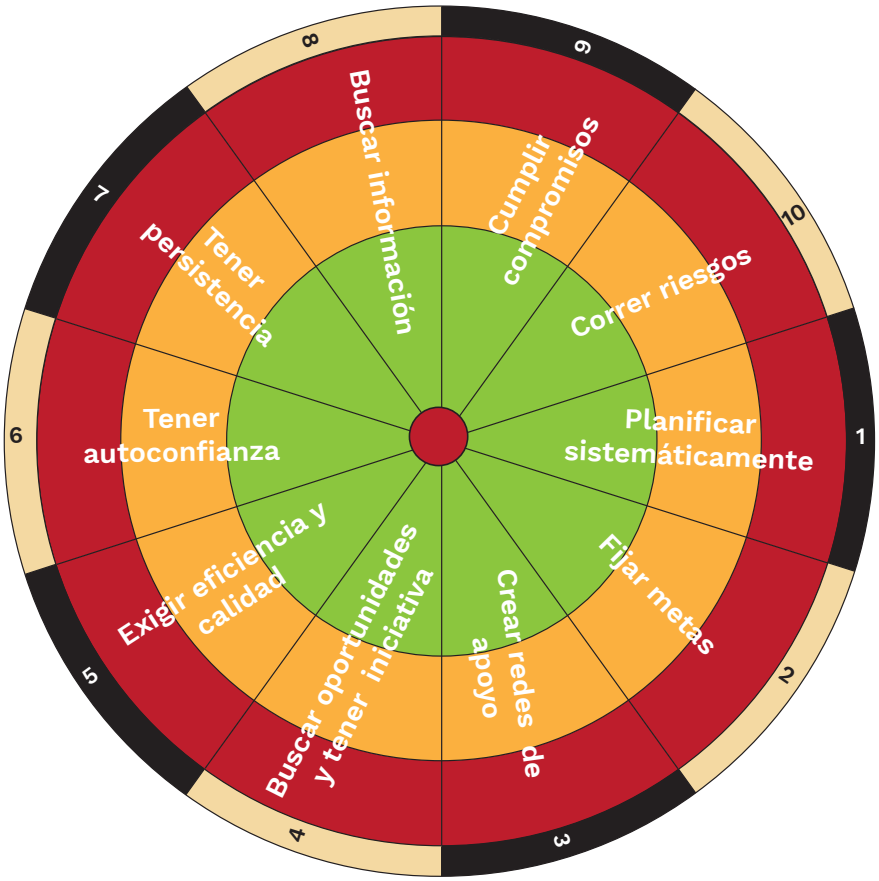
Amarillo: Si es un aspecto que aplicas con una frecuencia intermedia en tu comportamiento, ubica el punto en el área amarilla de la diana.

Rojo: Si es un aspecto que aplicas con poca frecuencia en tu vida, ubica el punto lo más alejado del centro.

¡Recuerda!

Este es un ejercicio personal. Es normal que tu diana de valoración no sea similar a la de otras personas. Las CEP están asociadas a nuestra personalidad, por lo que cada uno de nosotros tendrá resultados diferentes.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



DIARIO DE FORTALECIMIENTO

Ahora que identificaste tus CEP es momento de que hagas un ejercicio de autoobservación. Sabemos que no es sencillo, pero intenta prestar atención a las actividades de tu rutina de manera diferente. Procura observar tu comportamiento cuando debas tomar decisiones, atender obligaciones académicas, enfrentar situaciones incómodas, entablar discusiones entre compañeros etc. Para ello, deberás diligenciar las casillas de los cuadros de las siguientes páginas como se indica en el ejemplo:

1. Escribe la Característica Emprendedora Personal que quieres desarrollar:

Ejemplo: exigir eficiencia y calidad.

2. Selecciona si la Característica Emprendedora Personal es una fortaleza o si debes mejorar, como se muestra a continuación:

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☒

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Autoevaluación Cep



Característica Emprendedora Personal por desarrollar:

_____

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☒

Día de la semana	¿Cuál era la situación?	¿Qué emociones tuviste antes de la experiencia?	¿Qué aprendiste de la experiencia?	¿Qué emociones y sensaciones sientes ahora?
Miércoles	Estaba en la universidad y un compañero no hizo su parte para un trabajo en grupo.	Estaba feliz, pues los demás compañeros cumplieron con su parte del trabajo.	Aprendí a tener un plan B, y le pedí mayor compromiso a mi compañero.	Siento alivio por haber sido asertiva y haber aprendido a pensar en un plan alterno.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Autoevaluación Cep



Característica Emprendedora Personal por desarrollar:

_____

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☐

Día de la semana	¿Cuál era la situación?	¿Qué emociones tuviste antes de la experiencia?	¿Qué aprendiste de la experiencia?	¿Qué emociones y sensaciones sientes ahora?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Autoevaluación Cep



Característica Emprendedora Personal por desarrollar:

_____

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☐

Día de la semana	¿Cuál era la situación?	¿Qué emociones tuviste antes de la experiencia?	¿Qué aprendiste de la experiencia?	¿Qué emociones y sensaciones sientes ahora?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Autoevaluación Cep



Característica Emprendedora Personal por desarrollar:

_____

Es una fortaleza ☐ Debo mejorar ☐

Día de la semana	¿Cuál era la situación?	¿Qué emociones tuviste antes de la experiencia?	¿Qué aprendiste de la experiencia?	¿Qué emociones y sensaciones sientes ahora?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 1

Definición de emprendimiento y comportamiento emprendedor

Acosta Romero, G. A.; Pérez Pertuz, J.; Rodríguez Pérez, M.; Valenzuela Barón, M. L. (2017). Cartilla Emprendimiento. Bogotá: SENA. Primera Edición.

Bayas, D. B. (2015). Características Emprendedoras Personales (CEP) De hombres y mujeres gerentes de las Cooperativas de Ahorro y Crédito de Riobamba: investigación 2010-2011. Ciencia Unemi, 6(9), 62-68.

Hernández, E. R. (2014). Avances de EMPRETEC® en Colombia, como programa para el fortalecimiento de las características del comportamiento emprendedor. INVENTUM, 9(16), 33-39.

Hidalgo Proaño, L. F. (2014). La cultura del emprendimiento y su formación. Alternativas, 15(1), 46-50.

Mora, N. (2010). Conoce y aplica herramientas para tomar decisiones. Colombia: Cámara de Comercio de Bogotá. Recuperado de: https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/8953/Cartilla%20Conoce%20y%20aplica%20herramientas%20para%20tomar%20decisiones.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Organización Internacional para las Migraciones (2015). Pazos: emprendedores constructores de paz. Dibuja y ponle color a tu emprendimiento. DOI: http://hdl.handle.net/20.500.11788/419

Sánchez García, J. C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. L. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. Propósitos y Representaciones, 5(2), 401-473.

Sánchez, J. C. (2011). Entrepreneurship as a legitimate field of knowledge. Psicothema, 23(3), 427-432.

Sánchez, J. C., Gutiérrez, A., Carballo, T., Quintana, R., Caggiano, V. (2010). El emprendedor desde el enfoque de la psicología positiva. International Journal of Developmental and Educational Psychology, 1 (1), 35 – 42.

Sepúlveda, J., Coria, M. D., Calderón, L. O., Criado, N., Mendoza, J., Salazar, P., & Yung, G. (2017). Características emprendedoras personales y alfabetización económica: una comparación entre estudiantes universitarios del sur de Chile. Interdisciplinaria, 34(1), 107-124.

Verdú, R.C., Moreno, J. J., Arnedillo, G. M. (2003). Programa de toma de decisiones y solución de problemas “Hércules”. Madrid: Asociación “Deporte y Vida”. Recuperado de: http://www.fundacioncsz.org/ArchivosPublicaciones/161.pdf

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Villa de la Visualización y el Análisis



Aquí encontrarás:

Unidad 2

VISIÓN EMPRENDEDORA





Recursos virtuales

Definir una visión personal es clave para todo emprendedor. Este itinerario tiene como finalidad conectarse con las motivaciones y las pasiones para el cumplimiento de los objetivos personales.



Unidad 2

VISIÓN EMPRENDEDORA

Fuente: Monsalve (2013)

El primer paso para la construcción del proyecto de un emprendedor es identificar qué desea lograr ser. Quién va a ser, y definir lo que va a hacer, es lo que lo convierte en lo que desea ser.

Pero, ¿qué es la visión emprendedora?

De manera simple podemos definir la visión como los sueños en acción. La visión une los deseos, las expectativas y las metas que deseamos lograr en nuestra vida, en distintos contextos. Situándonos en el escenario diario de lo que hacemos, en la planificación de acciones y sobre todo en su ejecución.

El diseño de la visión nos permite plantear el futuro que deseamos alcanzar. Identificar las metas que queremos lograr, precisar sus componentes, para finalmente plasmarlas sobre el papel, constituirá la herramienta que nos servirá de guía en momentos en los que debamos sortear determinadas dificultades.

Toda persona tiene sueños. Y todo emprendedor tiene un sueño por el que da sentido a su trabajo diario, por el que moviliza las fuerzas con disciplina y persistencia. Es un concepto que supera la identificación de objetivos. Es una idea integral que da forma y sentido a la vida del emprendedor.

La visión tiene una perspectiva multidimensional. Es decir, no es una única faceta de la vida de una persona. Se trata de un modelo que afecta a múltiples elementos. Es sistémico. Una cuestión que afecta a las distintas áreas de vida de una persona.

Cuando construimos la imagen de aquello que deseamos ser, existen esferas que integran el cuadro completo. Aspectos como la familia, los amigos, el presupuesto, el aprendizaje y la formación, el plano espiritual o bien el ideológico, constituyen elementos que permiten construir la meta de aquello que deseamos ser. Cada uno de ellos se relaciona con los otros y bajo esta fórmula diseñamos aquello que deseamos lograr.

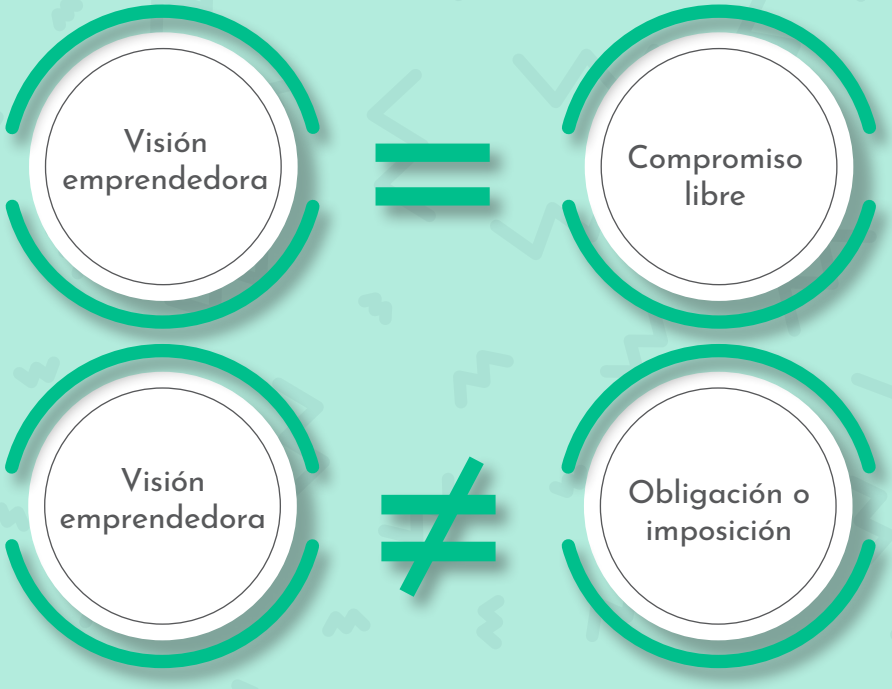
¿La visión es obligatoria?

El diseño de la visión marca nuestras metas. No es una obligación; es una elección. Es la libertad para decidir lo que se quiere lograr.

La visión, a su vez, es un compromiso. Es la manifestación del contrato que hacemos con nosotros mismos y con los involucrados en el proyecto.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Elección Vs Imposición



Hora de **accionar**

El modelo de la encrucijada

El modelo de la encrucijada está basado en el diseño de la herramienta "The Compass" de la consultora estadounidense afincada en San Francisco "The Grove". Con esta herramienta, los autores proponían cinco esferas de reflexión que permitieran aclarar una potencial decisión sobre el camino a seguir.

1. ¿De dónde vienes? Reconoce el esfuerzo que has hecho para llegar hasta donde te encuentras. Identifica quien ha influido en tu trayectoria, y la forma cómo has logrado lo que eres actualmente.

2. ¿Qué es importante para ti? Define los valores, creencias y principios que guian el actuar, sentir y pensar, tu existencia.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

El modelo de la encrucijada



3. ¿Qué personas son importantes para ti? Identifica cuales son las personas que influyen en tus decisiones, ya sea por sus opiniones o por el valor que tiene la relación para ti.

4. ¿Qué te molesta? Expresa los problemas que te impiden lograr tus objetivos o los aspectos de tu vida que deseas mejorar. Analiza como te sientes después de expresarlos. Reconocer dichos aspectos es una forma de avanzar.

5. ¿De qué tienes miedo? Manifiesta las situaciones, factores o personas que te generan incertidumbre. Estos aspectos disminuyen tu atención en lo que realmente quieres.

6. ¿Cúal es tu visión? Después de analizar tu pasado y tu presente, tomáte un tiempo para analizar hacia donde quieres ir en tu camino, describe esa visión que tienes a futuro basada en tus objetivos personales

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 2

Visión emprendedora

CENPROMYPE (s.f.). Proceso de Acompañamiento a Emprendimientos Dinámicos. Caja de Herramientas: Taller de Características Emprendedoras Personales. Recuperado de: http://cenpromype.synology.me/wordpress/Usb/Caja%20de%20Herramientas%20Emprendimientos%20por%20Oportunidad/LinkedDocuments/Manual%20Participante%20Taller%20de%20Caracteristicas%20Emprendedoras%20PErsonales.pdf

Serrano, J. E. M., García-Minguillán, M., & Jareño, J. A. C. (2013). Jóvenes, talento y perfil emprendedor. Madrid: Instituto de la Juventud. Recuperado de: http://www.injuve.es/sites/default/files/Guia%20Jovenes%2C%20talento%20y%20perfil%20emprendedor_0.pdf

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Villa de la Identificación

Aquí encontrarás:

Unidad 3

DIMENSIONES EMPRENDEDORAS





Recursos virtuales

Toda persona tiene tres dimensiones personales: pensar, sentir y actuar. En este curso aprenderás cómo estas se combinan para cumplir logros, y analizar oportunidades y limitaciones externas.

¡Mira el video!

in LEARNING



El trabajo colaborativo es vital para las Dimensiones Emprendedoras.

Unidad 3

DIMESIONES EMPRENDEDORAS

Una de las preguntas que han intentado responder los estudiosos del emprendimiento por años es: ¿Qué elementos influyen en el éxito de un emprendedor? Vimos cómo el Dr. McClelland intentó responder a esa pregunta analizando las motivaciones y el comportamiento de varios empresarios de su época. Sin embargo, existen otras dimensiones del emprendedor que van más allá de la persona. Para cumplir los objetivos las personas deben situarse en un contexto e identificar las oportunidades y limitaciones que les permiten avanzar en el Camino al Logro.

En la trayectoria hay diferentes variables que debemos analizar. Existen factores internos y externos que influyen positiva o negativamente en nuestros propósitos.

Cuando las personas analizan el contexto y son conscientes de las variables que pueden afectar en su camino, pueden tomar decisiones y escoger las alternativas que se ajustan con lo esperado. Esta es una manera de evitar la desmotivación generada por los obstáculos y encontrar nuevas formas de lograr los propósitos.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Factores internos	Factores externos
Intereses: son todos los aspectos que nos agradan y a lo que generalmente prestamos mayor atención.	Familia: aunque no siempre es tenido en cuenta, los familiares pueden ejercer una influencia positiva o negativa en nuestros objetivos.
Habilidades: es la disposición que tienes para realizar una actividad y de la que tienes un grado de experiencia por lo que te sientes cómodo de realizarla.	Económicos: esta relacionado con los recursos que se cuentan para cumplir con el objetivo propuesto.
Actitud: es la respuesta emocional o la expresión frente a las situaciones que se presentan en la vida.	Sociales: hace referencia al ambiente en el que te encuentras y de las personas que te rodean.
Valores: es lo que es valioso para ti, lo que define tus comportamientos y acciones.	Culturales: esta estrechamente ligado con las creencias del lugar en el que te encuentras. En algunos lugares las personas no pueden desarrollar ciertas actividad de acuerdo con las creencias de la región.

Fuente: Quintana García, 2001

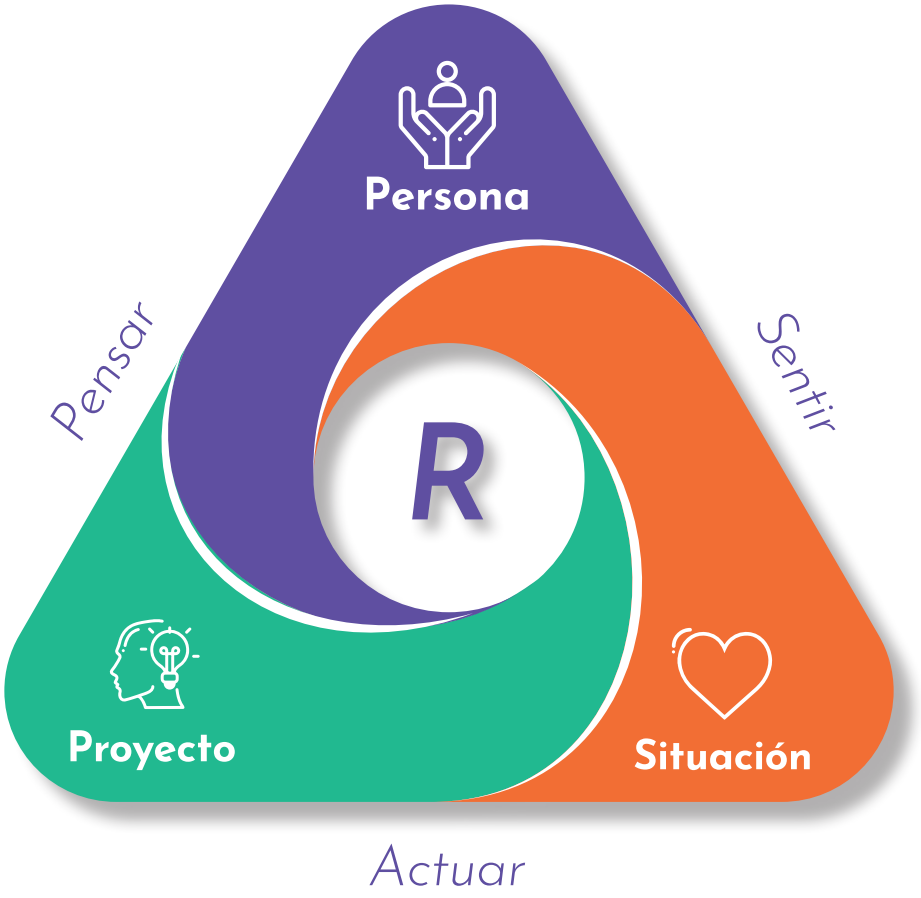
El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Como puedes evidenciar estos factores internos y externos se combinan para crear lo que se conoce como una matriz FODA. La FODA es utilizada generalmente para hacer diagnósticos empresariales. pero también lo podemos utilizar para hacer un análisis personal. Esta matriz es una excelente herramienta para mejorar nuestro rendimiento personal y profesional. Lo ideal es que sea usada continuamente para que se puedan hacer ajustes y se mida el avance de las diferentes variales.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

El triángulo de la responsabilidad



¿Recuerdas los ingredientes de la Fórmula del logro? Ya conociste uno de ellos: las CEP. Ahora, te presentamos otro de esos elementos que te ayudarán a desarrollar tu Comportamiento Emprendedor: el Triángulo de la Responsabilidad. El Triángulo es un instrumento de suma importancia para entender mejor las dimensiones emprendedoras, pues combina las tres dimensiones de la persona con los factores internos y externos para el logro de sus objetivos, sin dejar de lado el elemento central del Comportamiento Emprendedor: la responsabilidad.

Hasta aquí, hemos dicho que el emprendedor es una persona que se compromete con el desarrollo de un proyecto, que no es más que una idea que genera valor para un individuo o una comunidad, en una determinada situación. Ese compromiso, que es la fuerza interna que guía las acciones del emprendedor, y que marca la diferencia entre el éxito y el fracaso, se denomina responsabili-

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Procura responder a los retos que se presentan en tu vida diario de manera proactiva.

dad. Puedes ver entonces cómo la actividad emprendedora demanda responsabilidad en tres aspectos: con nosotros mismos, con la idea que queremos convertir en realidad y con el contexto que nos rodea.

Al igual que la actividad emprendedora se desarrolla en tres ámbitos, nuestra responsabilidad también se desarrolla a partir de nuestros pensamientos, nuestros sentimientos y nuestras acciones. Lo ideal, es que mantengamos estas tres dimensiones siempre en equilibrio.

¿Recuerdas lo que mencionábamos de la parálisis mental que puede generarse en las personas con baja autoconfianza? Si te quedas pensando sobre la idea que tienes, pero no actúas sobre ella, ni tampoco tienes la motivación para hacerlo, jamás lograrás convertir esa visión en una realidad.

¿Recuerdas también el ejemplo que colocamos de la piscina en la toma de riesgos moderados? ¿Qué habría pasado si hubieras saltado a la acción y te hubieras zambullido, sin haber pensado en los riesgos o sin temer perder la vida? Seguramente, no estarías vivo para contar la experiencia.

¿Y qué pasa si te dejas llevar por tus emociones y no cumples tus compromisos? Si no piensas en las consecuencias, ni actúas para reducir esos incumplimientos al mínimo, tu autoestima y tu autoconfianza sentirán el golpe.

Así que te invitamos a tener siempre presente el Triángulo de la Responsabilidad en tu día a día.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio



Alista papel y lápiz: te invito a dibujar un puente, que te va a permitir pasar desde el punto en el que te encuentras hoy a un punto en el que quieras estar. Este puente representa cualquier aspecto de la vida personal, laboral, un nuevo proyecto o cualquier tema que sea de tu interés.

El puente va a tener cuatro columnas que lo soportan. Lo primero que vas a hacer es asignar un nombre al puente de acuerdo con el aspecto que decidiste trabajar. En cada una de las columnas vas a resolver las siguientes preguntas:

1. Columna 1 punto de partida, ¿para qué te va a servir el puente? (hacia donde te va a llevar)
2. Columna 2 ¿Qué Factores externos (amenazas y oportunidades) identificas se pueden presentar en el paso por el puente hasta el punto de llegada?
3. Columna 3 ¿Qué factores internos (Fortalezas y Debilidades) consideras pueden permitir y/o afectar el paso por el puente?
4. Columna 4 ¿Con que Recursos (físicos, humanos, financieros, otros) crees que cuentas en la travesía por el puente para llegar al punto al que quieres llegar?

A continuación, reflexiona sobre las siguientes preguntas

1. ¿Qué significado tiene un puente?
2. ¿Es importante identificar los factores internos? ¿Con que están relacionados?
3. ¿Es importante identificar los factores externos? ¿on que están relacionados?

¡Puedes compartir los resultados con un amigo o alguien cercano y preguntarle su opinión sobre este ejercicio para profundizar más!

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 3

Dimensiones emprendedoras

Cardona, M., Vera, L. D., Tabares, J. (2008) Las dimensiones del emprendimiento empresarial: la experiencia de los programas cultura e y fondo emprender en Medellín. Colombia: Universidad EAFIT. Documentos de trabajo No. 08 -15.

Pulgarín Molina, A., Cardona Acevedo, M. (2011). Caracterización del comportamiento emprendedor para los estudiantes de administración de la Universidad del Rosario. Revista EAN, (71).

Quintana García, C. (2001). Dimensiones del éxito de las empresas emprendedoras. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 7(2), 139-154.

Solymossy, E. (1998). Entrepreneurial dimensions: The relationship of individual, venture, and environmental factors to success (Tesis doctoral). Case Western Reserve University, Ohio, Estados Unidos.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Villa de la decisión



Aquí encontrarás:

Unidad 4

» TOMA DE DECISIONES



Recursos virtuales

En este curso podrás conocer el proceso de la toma de decisiones y como aplicarlo asertivamente en tu vida cotidiana, con el fin de tener en cuenta tus intereses y los de los demás.

¡Mira el video!

LEARNING

Unidad 4

TOMA DE DECISIONES

¿Te has puesto a pensar alguna vez en la cantidad de decisiones que tomas cada día? ¿Qué ropa te podrás? ¿A qué dedicarás la tarde del sábado? ¿En qué gastarás el dinero? Como ves, la toma de decisiones es un elemento central en toda actividad humana.

Con frecuencia, las decisiones de rutina las tomamos de forma rápida, quizás inconscientemente, sin necesidad de elaborar un proceso detallado de consideración. No obstante, hay decisiones que pueden llegar a tener un enorme impacto en nuestras vidas: pueden afectar nuestra salud, nuestro futuro, la relación con nuestros amigos o con las personas que amamos. Cuando las decisiones son complejas, es necesario hacer un alto en el camino y decidir de forma sistemática. Para ello, se deben seguir una serie de pasos que se han denominado el proceso de toma de decisiones (Amaya, 2010; Comas, Moreno & Moreno, s.f.).

Aunque existen muchos esquemas y teorías acerca del proceso que realizamos todos los seres humanos para tomar una decisión, el siguiente esquema realizado por Martínez (2014) reúne los elementos más importantes:

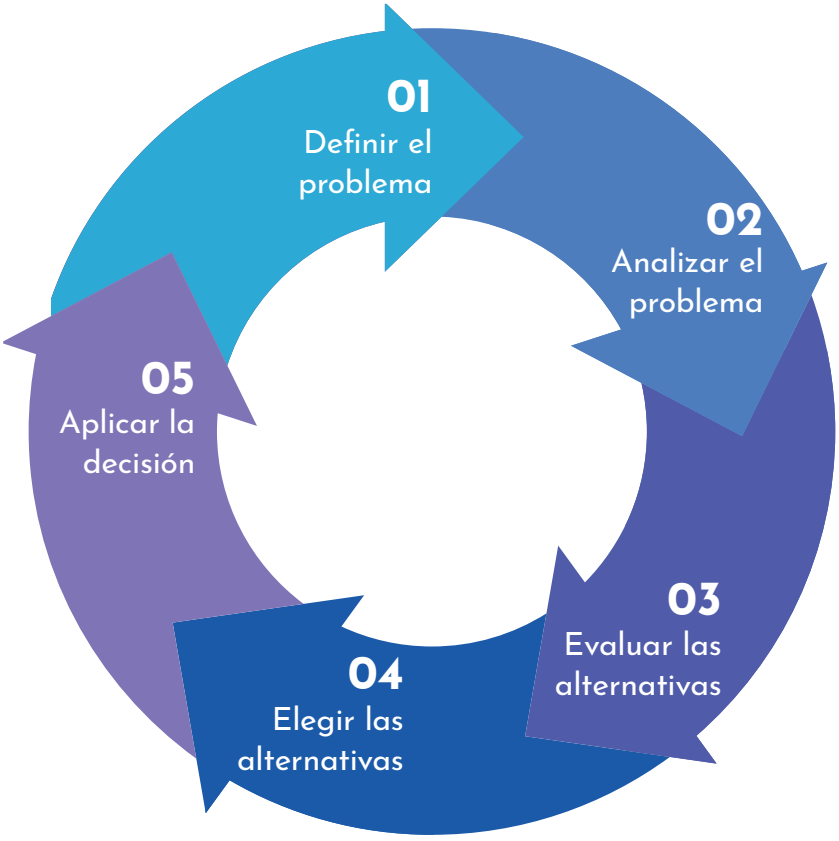


La toma de desiciones ascertadas es crucial para el desarrollo idóneo del Comportamiento Emprendedor

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Proceso de toma de decisiones

Fuente: (Martínez, 2014)



1. Describir el problema o el objetivo al que queremos llegar. Definiendo claramente los objetivos que queremos alcanzar, podremos tener más claro qué decisiones van a ayudarnos.
2. Análisis del problema o la decisión a tomar. Una vez hemos definido el problema al que nos enfrentamos, hemos de recopilar la información necesaria para analizarlo de la forma más objetiva y completa posible. Para ello debemos ser objetivos al plantear las situaciones, sin opiniones ni juicios de valor, sino únicamente las circunstancias de la forma más objetiva posible. Para esta definición y recopilación de información nos puede ayudar elaborar una lista de chequeo. Es importante recabar toda la información que sea posible sin obsesionarnos con este paso, ya que podemos llegar a la parálisis por análisis, dedicando tanto tiempo a esta fase que resulta demasiado tarde para tomar decisiones. Debemos atender a la información relevante, y desechar la que no nos aporta valor.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Recuerda!

Sé consciente de que cada minuto cuenta. El tiempo que dedicas a crecer como persona y como emprendedor, es la mejor inversión que puedes hacer. Cada momento desperdiciado, es un momento malgastado de tu vida y un paso hacia atrás en tu camino como emprendedor.

3. Generar alternativas. En esta fase debemos generar todas las alternativas que nos sea posible. Analizaremos todas las posibilidades y las consecuencias de las mismas. Debemos valorar si estas alternativas realmente nos permitirán llevar a cabo los objetivos que nos hemos planteado. Existen técnicas de solución de problemas que pueden ayudarnos a generar alternativas. Cuantas más personas participen en el proceso más aspectos se tendrán en cuenta y más ideas podremos obtener.



Es importante no tomar decisiones con base en emociones. Es preferible hacerlo de forma meditada.

4. Selección de la alternativa que finalmente llevaremos a cabo. Hemos de valorar que la decisión que tomemos tendrá unas determinadas consecuencias. Debemos asumir que el error es posible y hemos de tomarlo como una forma de mejorar en nuestros procesos futuros.

5. Pasar de la decisión a la acción. De nada sirve elaborar este proceso y llegar a la conclusión si posteriormente no ponemos en práctica la decisión tomada. Es importante no tomar decisiones con base en emociones. Es preferible esperar y hacerlo de forma meditada.

6. Valorar las consecuencias y el éxito de la decisión adoptada. Debemos saber rectificar si detectamos que estamos tomando una decisión errónea. La valoración de las consecuencias y del alcance de los objetivos nos permitirá ajustar futuras decisiones y nos enseñarán a mejorar los procesos. Tan importante es tomar la decisión y llevarla a la práctica, como valorar los resultados de esta. Sin este paso nos quedamos en un proceso incompleto.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Por qué es importante la toma de decisiones para un emprendedor?

Fuente: Villalba, 2019.

Un error común de muchos emprendedores, es el no ser conscientes de que todas y cada una de las acciones que ejecutan, tienen un precio y por supuesto, tienen unos resultados o consecuencias.

Debemos tener presente siempre, que todo lo que poseemos, todo con lo que contamos, nuestros conocimientos, y en general nuestra vida, son el resultado obtenido de cada acción que hemos ejecutado, con base en las decisiones que hemos tomado.

Nuestras acciones de hoy, son el primer paso que nos llevará a lo que tendremos mañana. Si revisas tus acciones más recientes, tendrás una idea de lo que te depara el futuro. Recuerda que nuestras decisiones forman nuestro ser, lo que somos y lo que seremos.

Analiza a que actividades le dedicas más tiempo en tu día a día, por ejemplo, leer, fortalecer tus talentos, adquirir nuevos conocimientos, ejercitarte, ver televisión, navegar en Internet, etc. Este análisis te permitirá visualizar hacia dónde vas, que será de tu vida, cómo será tu porvenir y si estás haciendo lo correcto, de acuerdo a lo que deseas obtener.

Sé consciente de que cada minuto cuenta. El tiempo que dedicas a crecer como persona y como emprendedor, es la mejor inversión que puedes hacer. Cada momento desperdiciado, es un momento malgastado de tu vida y un paso hacia atrás en tu camino como emprendedor.

Hora de **accionar**



Conoce herramientas para la toma de desiciones

- Árbol de decisión
- Mapas mentales
- Espina de pescado
- Mapas conceptuales

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Conoce herramientas para la toma de desiciones



Vas a organizar tu proxima fiesta de cumpleños, quieres invitar a todos tus amigos y familiares, haces una lista de los posibles invitados y revisas tu presupuesto, pero te das cuenta que solo puede ir la mitad de las personas que quieres que asistan. De acuerdo con lo visto en esta unidad, te sugerimos responder las siguientes preguntas antes de tomar una decisión:

1. ¿Tienes claro el problema, objetivo o situación de decisión? SÍ ☐ NO ☐

2. ¿Tienes información que te ayude decidir (¿Quién quiere ir? ¿Cuántas personas pueden ir?). SÍ ☐ NO ☐

3. ¿Tienes por lo menos tres alternativas identificadas? SÍ ☐ NO ☐

4. ¿Conoces los posibles riesgos y consecuencias de cada alternativa? SÍ ☐ NO ☐

5. ¿Sabes cual de de todas las alternativas posibles es que te da mejores resultados y menos consecuencias negativas SÍ ☐ NO ☐

Bibliografía

UNIDAD 4

Toma de decisiones

Amaya, J. (2010). Toma de decisiones gerenciales. Métodos cuantitativos para la administración. Bogotá: ECOE Ediciones. Segunda Edición.

Martínez, Y. C. (18 de mayo de 2014). Habilidad para la toma de decisiones [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/05/18/habilidad-para-la-toma-de-decisiones/

Villalba García, R. (11 de julio de 2019). La importancia de tomar decisiones como emprendedor [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://asepyme.com/la-importancia-de-tomar-decisiones/

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

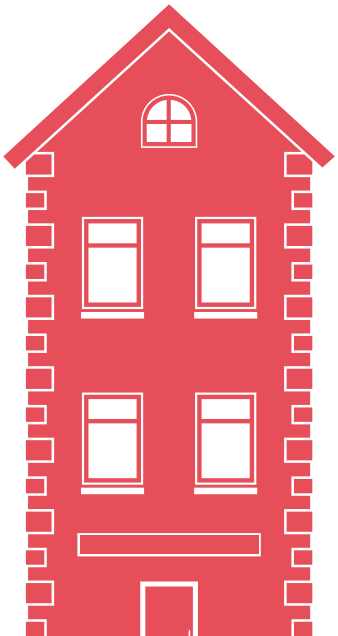
Villa del diseño

Aquí encontrarás:

Unidad 5,6 y 7

- CREATIVIDAD EMPRENDEDORA
- ESTRATEGIA EMPRENDEDORA
- EMPRENDIMIENTO Y NEGOCIACIÓN





Recursos virtuales

Algunos exploran su creatividad con más facilidad que otros. Sin embargo, en este curso te darás cuenta de que la creatividad es una habilidad a tu alcance que mejorará tu desempeño.



Unidad 5

CREATIVIDAD EMPRENDEDORA

¿Sabías que eres una persona creativa? ¡Así es! La creatividad es el rasgo más poderoso que tienen los seres humanos, y es a la vez el más común. Sí, porque a pesar de la exclusividad que se ha generado alrededor de la capacidad creadora, en realidad es el rasgo más presente nuestra vida. Tú tienes el poder para transformar tu vida y tu entorno hasta los límites de tu imaginación. ¡Piénsalo! Todo lo que te rodea existe porque alguien lo imaginó y encontró la manera de crearlo.

Es posible que en alguna ocasión te hayas quejado de tu falta de creatividad, o quizá hayas escuchado a otros decir lo mismo. Debes saber que esas declaraciones no son más que el resultado de desconocer el enorme poder creador que hay en tu interior. La creatividad no es un don celestial del cual sólo gozan algunas personas en el mundo. ¡Tú también tienes la capacidad de crear!

Factores que pueden bloquear tu creatividad

- El miedo a cometer errores, lo que te impide experimentar.
- Una mala imagen de ti mismo, que te lleva a no confiar en tus capacidades.
- Usar la misma solución, una y otra vez, para un problema similar.
- Ser demasiado crítico, lo que te lleva a desechar ideas útiles.
- Seguir la rutina y no ver el problema desde otro punto de vista.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio

El binomio fantástico es un juego, sugerido por Gianni Rodari en la Gramática de la Fantasía, que se utiliza para activar palabras e imágenes en la mente. El ejercicio se pone en práctica de la siguiente forma: se eligen dos palabras al azar, que no tengan nada en común, y se combinan para crear el título de un cuento fantástico y después escribir la historia.

Rodari usa como ejemplo las palabras perro y armario. Con ellas, el escritor forma: "el perro con el armario"; "el armario del perro"; "el perro sobre el armario"; o "el perro en el armario".

¿Te animas a intentarlo? La primera palabra de tu cuento te la sugerimos nosotros: lluvia. Para encontrar la segunda, abre el diccionario en una página al azar y apunta con el dedo: ¡la palabra señalada será el segundo protagonista de tu historia! ¿Cuántas combinaciones puedes hacer? ¿Te animas a escribir una historia con tu nuevo título?

Creatividad e innovación: definiciones y relaciones entre ambos conceptos

Fuente: Denkmodell, 2019

La fuerte asociación que existe entre los términos 'creatividad' e 'innovación' lleva, en muchos casos, a que sean usados como sinónimos. Eso no es del todo correcto desde un punto de vista científico, porque existen diferencias entre los dos términos.

La innovación es la introducción de algo nuevo o una novedad que añade valor a un mercado, organización o sociedad.

La creatividad, por otro lado, es la generación de nuevas y valiosas ideas. Nuevo en este contexto significa único, inusual, variado, original o que rompe con el anterior. Valioso significa que las ideas no pueden ser simplemente extrañas, sino que deben ser apropiadas para el problema o la situación.



Fuente: LC Creatividad de Innovación, s.f.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Por lo tanto, la creatividad es un requisito previo necesario y un elemento central de la innovación. Sin una nueva idea, no hay innovación. Sin embargo, la innovación va más allá del mero desarrollo de ideas: para muchos usuarios, innovación significa crear valor añadido a través de la novedad o la renovación. Por lo tanto, la idea creativa se transfiere a un contexto más amplio. Una innovación es lo suficientemente concreta y bien meditada como para que se pueda poner en práctica.

Tipos de innovación

Fuente: denkmodell, 2019, p. 28

Existen diferentes tipos de innovaciones. En general, se hace una distinción entre incremental, sutancial y radical.

• Las innovaciones incrementales son aquellas que están muy próximas a las existentes, es decir, son ligeramente nuevas, y, por lo tanto, no ofrecen un gran valor añadido para los usuarios. Por ejemplo, una nueva versión de un coche o una cámara.



Las innovaciones radicales, se consideran como una ruptura y que cambian un mercado o una industria.

¡Recuerda!

Innovación es llevar una idea a la práctica, desarrollarla hasta convertirla en realidad. Innovas cuando brindas una solución a un problema común.

• Las innovaciones sustanciales tienen un grado de novedad muy alto pero un valor añadido bajo para el cliente o viceversa. Se puede citar como ejemplo el motor eléctrico (alto valor tecnológico nuevo) en comparación al motor diésel.

• Las innovaciones radicales, por otro lado, se consideran como una ruptura y se describen como innovaciones disruptivas (repentinas, inesperadas, que cambian un mercado o una industria). Este tipo de innovación es la más rara y difícil de producir. Un ejemplo son los teléfonos inteligentes, que han desplazado al mercado de los relojes en gran medida de forma inesperada y abrupta.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

El manual de Oslo (OCDE, 2005) define los siguientes tres niveles de innovación:

Innovación en producto/servicio	**Ejemplos**
Introducción en el mercado de nuevos (o significativamente mejorados) productos o servicios. Incluye alteraciones significativas en las especificaciones técnicas, en los componentes, en los materiales, la incorporación de software o en otras características funcionales.	Uno de los ejemplos más llamativos que existen, tanto de innovación radical como de innovación en productos y servicios es el iPhone. **En los primeros cuatro minutos del siguiente vídeo** puedes ver cómo este artefacto supuso un antes y un después en el mundo de la telefonía, además de impulsar la industria de servicios prestados a través de aplicaciones.
Innovación en proceso	**Ejemplos**
Implementación de nuevos (o significativamente mejorados) procesos de fabricación, logística o distribución.	**En el siguiente video** puedes ver cómo la empresa de correos DHL implementó, para el manejo de sus inventarios, el uso de drones. Esto ha mejorado los tiempos que emplea la compañía para la gestión de sus envíos.
Innovación en la gestión (organizacional y Marketing)	**Ejemplos**
Implementación de nuevos métodos organizacionales en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el exterior.	**En este vídeo** puedes ver cómo Bancolombia ha creado diferentes soluciones tecnológicas no sólo para digitalizar sus servicios sino también para mejorar la gestión financiera y contable de sus clientes.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Por qué es importante la creatividad para un emprendedor?

(Luna, 2018).

Creatividad es una palabra que comúnmente se asocia al mundo de los artistas o a la infancia, pero pocas veces aterrizamos en la seria reflexión, de lo mucho que el ser humano la necesita en todas las etapas de su vida. Por supuesto, la creatividad no es la excepción para el emprendedor, cuyo primer paso para existir como tal, es crear una idea nueva, que lo impulsará a emprender.

Esa idea que puede aparecer inesperadamente, necesitará de toda tu creatividad como emprendedor para poder materializarse, sobre todo, si eres de los que apuestan por innovar en el mercado.

La creatividad se basa siempre en una idea abstracta y no concreta que puede estar inspirada por cosas, objetos o situaciones ya existentes. Así, la creatividad supone trabajar con lo que ya poseemos a nuestra disposición, pero transformarlo (en mayor o menor medida) para crear con eso algo completamente nuevo. La creatividad es, a la vez, una proyección abstracta de algo que se puede llegar a construir, por lo cual siempre implica un ejercicio de mirar hacia un futuro a través de ese elemento que se crea.

Hora de ***accionar***



Realiza el siguiente ejercicio

Sal de tu zona de confort. Esfuérzate siempre en todo lo que hagas. Si sientes que has superado la manera de hacer algo, busca nuevas formas que te obliguen a ejercitar todas tus capacidades. Lee, escucha, experimenta cosas nuevas.

Ten confianza: los seres humanos generamos millones de ideas todo el tiempo, algunas geniales, otras no tanto. Pero, a veces, las geniales no se desarrollan por falta de confianza. Por eso es importante que aprendas a ver un problema desde distintos ángulos.

Valora las ideas: esta es una vez que empiezas a aterrizar tu idea, sería bueno que enumeraras, clasificaras y seleccionaras aquellas ideas que hayas ido creando durante los distintos pasos de llevada a la práctica de tu idea. Trata de comprender hasta qué punto son importantes y establece una jerarquía entre ellas.

Ten paciencia: ser creativo no es igual a generar todo el tiempo buenas ideas. El ser creativo es un proceso que depende de la observación, la reflexión y de autoescucharse.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Realiza el siguiente ejercicio



SCAMPER

El método SCAMPER es una técnica de generación de ideas creada por Bob Eberlee. Se basa en la idea de que, para generar algo original o creativo, no se tiene porque crear necesariamente algo nuevo, sino que se puede lograr a partir de cambios o nuevas combinaciones de algo ya existente. El método consiste en aplicar preguntas relacionadas entre sí a un producto, servicio, proceso, etc., siguiendo las respuestas hasta ver a dónde se puede llegar. Las preguntas salen de los términos que componen la sigla SCAMPER:

- Sustituir
- Combinar
- Adaptar
- Modificar
- Poner en otros usos
- Eliminar (o minimizar)
- Reordenar (o Invertir)

Te invitamos a usar el método SCAMPER para activar y desarrollar tu pensamiento creativo.

1. Escribe el producto, servicio o proceso que quieres cambiar: _____

2. Hazte las siguientes preguntas, que sean aplicables para el producto, servicio o proceso que has elegido. Anota las respuestas en tu libreta de apuntes:

Sustituir

- ¿Qué puedo sustituir para conseguir, obtener...?
- ¿Qué no es posible sustituir?
- ¿Puedo sustituir la forma, color, tamaño?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Combinar
- ¿Puedo combinar distintas partes o piezas?
- ¿Qué puedo combinar con un elemento externo?
- ¿Qué pasaría si combino estas características con...?

Adaptar
- ¿Qué sucede si adapto el producto para otra función?
- ¿Puedo adaptarlo para otro uso o utilidad?
- ¿Cómo lo puedo adaptar para agregar otra función?

Modificar
- ¿Puedo modificar alguna función, utilidad o beneficio?
- ¿Puedo modificarlo sin que pierda sentido?
- ¿Puedo modificarlo para ser más fuerte, duradero, rápido, inteligente, etc.?

Proponer otros usos
- ¿Puede usarse para algo diferente?
- ¿Puede usarse de una forma diferente?
- ¿Puede usarse por personas, instituciones (o también objetos o servicios) diferentes?

Eliminar (o minimizar)
- ¿Puede minimizarse o limitarse a lo más básico sin perder su esencia?
- ¿Puede modificarse para ser más pequeño, liviano, suave, sencillo, corto, etc.?
- ¿Pueden eliminarse materiales, ingredientes, componentes, piezas o partes?

Reordenar (o invertir)
- ¿Pueden intercambiarse componentes, formatos o modelos?
- ¿Puede invertirse la lógica de la solución?
- ¿Qué más se puede reordenar o invertir?

¡Déjate llevar por las respuestas! ¿Has creado un nuevo producto o servicio? ¿Has incluido mejoras sobre tu elección original? Describe tu nueva solución en tu libreta de apuntes.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 5

Creatividad emprendedora

AulaFacil. (s.f.). Características emprendedoras personales IV. Recuperado de: https://www.aulafacil.com/cursos/emprender/guia-facil-para-emprendedores/caracteristicas-emprendedoras-personales-iv-l26772

Cámara de Comercio de España (s.f.). Tipos de innovación. Recuperado de: https://www.camara.es/innovacion-y-competitividad/como-innovar/tipos

denkmodell GmbH (2019). Manual Design Thinking. Publicación inédita.

LC Creatividad de Innovación (24 de enero de 2016). 1.1. Términos básicos [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://lccreatividadeinnovacion.wordpress.com/tag/terminos/

Luna, N. (14 de febrero de 2018). ¿Cómo ser creativo en el mundo del emprendimiento? Entrepreneur. Recuperado de: https://www.entrepreneur.com/article/308625#

OCDE, Eurostat (2005). Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. OECD/European Communities. Tercera Edición. Recuperado de: http://www.itq.edu.mx/convocatorias/manualdeoslo.pdf

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Recursos virtuales

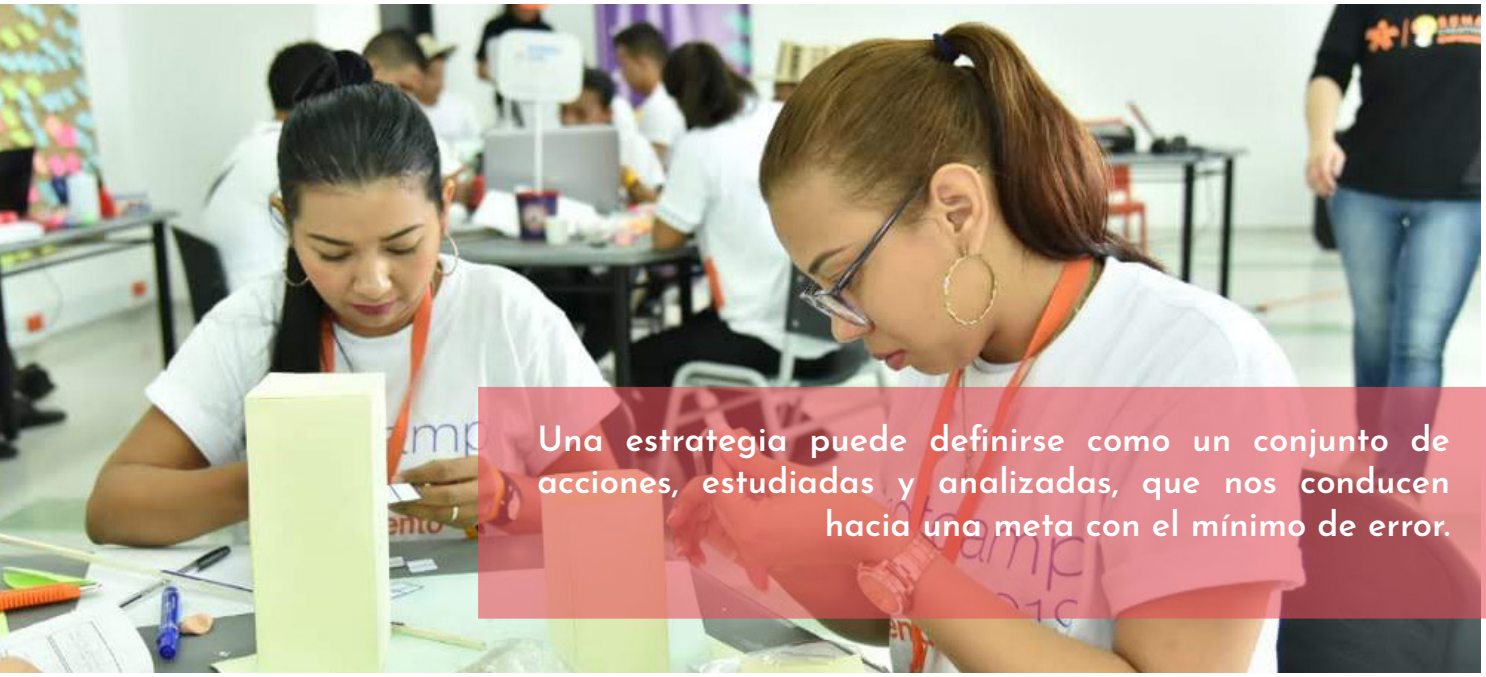
Con este curso descubrirás las herramientas para crear una estrategia que te servirá para hacer tu plan de acción y cumplir con tus objetivos de manera efectiva.

¡Mira el video!

in LEARNING

Unidad 6

ESTRATEGIA EMPRENDEDORA



Una estrategia puede definirse como un conjunto de acciones, estudiadas y analizadas, que nos conducen hacia una meta con el mínimo de error.

¿Recuerdas a Egan Bernal, el ciclista colombiano que ganó el Tour de Francia, considerada como la carrera más importante del mundo? Con dedicación y esfuerzo, Egan consiguió uno de los más grandes objetivos en su carrera como ciclista profesional. Pero para conseguir tan grande hazaña, Egan tuvo que trazar una estrategia que le llevara a superar a sus rivales y llevarse el primer lugar en el podio.

Una estrategia puede definirse como un conjunto de acciones, estudiadas y analizadas, que nos conducen hacia una meta con el mínimo de error. Este concepto tiene su origen en el campo militar (es la fusión de dos palabras griegas: stratos —ejército— y agein —conducir, guiar—), pero en la actualidad, este concepto se ha ampliado a otros ámbitos de la actividad humana: en la educación, en la administración, a nivel empresarial y en la vida cotidiana (Brainly, 2015).

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Es común que, al iniciar el año, muchas personas elaboren una lista de deseos con la esperanza de que en el transcurso del mismo se haga realidad y les cambie la vida: comprar una moto, viajar al exterior, estudiar en la universidad. Sin embargo, existe otro grupo de personas que, en lugar de sueños, piensan en metas y planifican alrededor de ellas para saber todo aquello que necesitan para convertirlas en realidad. En otras palabras, se vuelven conscientes del tiempo, el esfuerzo y el dinero que deberán invertir para conseguir aquello que han soñado, que pasó de lo abstracto a lo concreto cuando se planteó como una meta. Allí radica la principal diferencia entre el que sueña y desea sin obtener resultados, y el que sueña, desea y traza un camino para conseguir lo que quiere. Es decir, la diferencia entre quien se queda en sus sueños y quien traza una estrategia para conseguirlos (Cortines, 2014).

Pero, ¿qué es lo que debemos tener en cuenta para trazar una estrategia?

Elementos de una estrategia

Ya sea a nivel corporativo o a nivel personal, una estrategia tiene cinco elementos fundamentales que dan respuesta a cinco preguntas clave:

a. Determina tu misión.
Es tu razón de ser. Es el reconocimiento del propósito y la razón de ser de nuestras vidas. Es la meta que nos colocamos o definimos. Debe ser claro, conciso y quedarse en nuestra memoria. Ejemplo: Ejemplo “Soy un aprendiz versátil con capacidad de resolver problemas y enfrentarme a cualquier reto en el ámbito personal o profesional, capaz de interactuar con los demás y siempre buscando mi éxito y de los que me rodean, dando lo mejor de mí a mis propósitos personales
.

b. Crea tú visión de futuro
Es la explicación de hacia dónde quiero ir y qué es puntualmente lo que aspiras a lograr y en lo que deseas convertirte. Generalmente se plantean en el largo plazo. Ejemplo: “En los próximos 5 años espero lograr ser el director general, quiero formar un hogar, tener mi propia empresa”, etc.

c. Define tus valores
Son los principios innegociables que rigen tu vida. Los valores enmarcan nuestro camino hacia las metas establecidas, ya que nos dan los límites de lo que estamos dispuestos a hacer por ellas. Tenerlos claros nos levantaran las alertas necesarias cuando las circunstancias de la vida nos intenten sacar del camino y no cumplir lo que hemos definido.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

d. Establece objetivos para llegar a tu visión
Los objetivos proporcionan la visión clara de lo que queremos lograr. Aquí es donde definimos qué es lo que tenemos que hacer para llegar a nuestra visión, que está soportada en la misión y los valores. Ejemplo: “Si quiero ser presidente de una compañía, debo estudiar determinada profesión, debo hacer cursos acerca de administración, mi red de contactos debe ser amplia, debo formarme en contabilidad”, etc.

e. Proceso de implementación.
Es tal vez la etapa más difícil de la estrategia. Una vez definidas las metas, se deben planificar las acciones para la ejecución del trabajo, el diseño de un calendario para colocar plazos y la identificación de quien, dónde y cuándo se encargan de ejecutar las actividades. Si es complicado para una compañía, lo es igual para las personas; aquí involucra hacer nuestro cronograma de actividades e hitos en búsqueda de nuestro objetivo. Ejemplo: para fortalecer mi nivel de inglés debo comenzar un curso en enero de 2021 en el instituto. Un mes después comenzaré estudios avanzados en determinado tema con duración de dos años.

f. Mecanismos de comunicación.
Crea conexiones de relación para que puedas dialogar acerca de tus propósitos, metas, proyectos, logrando así retroalimentación que te ayuda en el camino hacia tus objetivos.



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Como seres sociales que somos por naturaleza, no podemos aspirar a lograr nuestros objetivos y metas por nuestra propia cuenta, por ello, es importante comunicar a otros nuestra misión, visión y objetivos. De ese modo, se genera la retroalimentación que necesitamos para avanzar y crear los conectores sociales que nos ayuden a alcanzar nuestras metas. Reza el refrán: "problemas comunicados pueden ser aliviados"; cada vez que mostramos más lo que somos y donde queremos llegar, más fácil se abren las oportunidades necesarias. Ejemplo: colocar en el estudio notas que recuerden las metas fijadas; comentar con alguien que consideremos estratégico nuestras ideas o visiones cada vez que tengamos oportunidad; hablar con nuestro jefe, esposa, familiares lo que nos gustaría ser en la vida", etc.

g. Dirección estratégica.
Escoge muy bien las personas con las que te vas a relacionar para que puedas crear una sinergia que te permita crecer

Nuestro desempeño, al igual que sucede con las grandes empresas, depende mucho del entorno que nos rodea, principalmente de las personas que están a nuestro lado. Por eso, es importante seleccionar nuestras compañías, para que día a día sean nuestra ayuda en los momentos que más se requieran. Ejemplo: "Si estas en un cargo de jefe evitar seleccionar una persona por que tenga una relación de amistad así no cumpla con las competencias del cargo, rodearte de personas positivas, amistades afines a nuestros intereses", etc.

h. Seguimiento y evaluación de resultados.
Verifica que has cumplido los plazos y revisa los resultados para tomar decisiones para consolidar los éxitos y corregir los errores

Por último, realizar un seguimiento y una evaluación de los resultados de nuestros planes es clave. Analizar cómo nos fue en la ejecución de nuestras acciones nos ayuda a consolidar nuestros éxitos y aprender de nuestros errores, los que nos puede llevar a reajustar nuestro plan inicial. Por supuesto, todo en función de nuestro objetivo general. Ejemplo: "Después de terminar el inglés en la fecha acordada (plan ejecutado 100%), ¿cómo me han impulsado en el logro del objetivo?, ¿qué pasó después que termine mi MBA?, ¿cuántas veces han consultado mi CV después de actualizarlo?, etc.

¡Recuerda!

"Un mal plan es mejor que no tener ningún plan" – Frank Marshall (ajedrecista estadounidense, campeón nacional de 1909 a 1935).

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Plan de acción

La puesta en marcha de una estrategia, por lo general, requiere una cantidad considerable de acciones. Por eso es importante que traduzcamos esas acciones en los pasos que debemos llevar a cabo para cumplir nuestro cometido. Esa es la finalidad de un 'plan de acción'.

En algunos aspectos, un plan de acción es un acto "heroico": ayuda a convertir nuestros sueños en realidad. Un plan de acción es un modo de asegurarnos de que nuestra visión va a concretarse. Consiste en una serie de pasos de acción o cambios a realizar en nuestra vida.

Cada paso de acción, o cambio a ser visto, debe incluir la siguiente información:

- ¿Qué acciones o cambios ocurrirán?
- ¿Quién llevará a cabo esos cambios?
- ¿Cuándo tendrán lugar y durante cuánto tiempo?
- ¿Qué recursos se necesitan para llevar a cabo esos cambios? (dinero, equipo, etc.)
- Comunicación (¿quién debería saber qué?)
- Plan de contingencia (¿qué hacer en caso de que las cosas salgan mal?)

Las acciones, convertidas en planes de acción concretos, se denominan proyectos. El número de proyectos que tengas en tu vida dependerá del número de cambios que quieras (o debas) realizar para alcanzar tus metas personales.

Existen muchas maneras de graficar un plan de acción. Aquí te proponemos la siguiente:

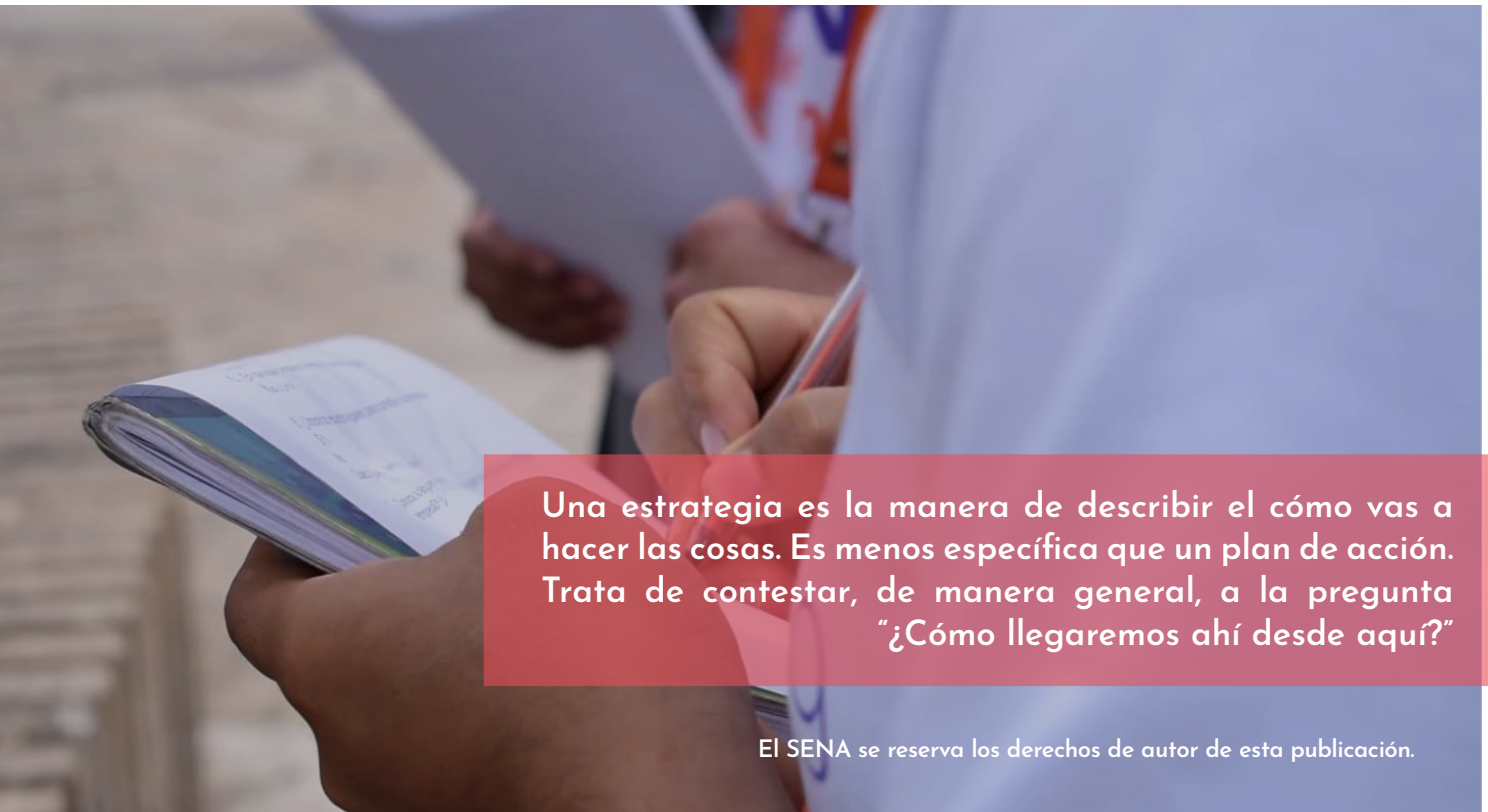
Haz tu propio plan de acción

Plan de acción					
Meta	Tareas	¿Cómo realizarás la tarea?	¿Qué recursos necesitas para hacerla?	¿Cuándo realizarás cada tarea?	¿Quién es el responsable de la tarea?
Meta MAREAR					

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Por qué es importante la elaboración de una estrategia para un emprendedor?

Una estrategia emprendedora es un conjunto organizado de acciones o pasos que te acercan a tus objetivos de vida. Esas acciones pueden obligarnos a tomar decisiones y posiciones que quizás van en contra de lo que somos y de lo que nos han infundado nuestros padres desde pequeños, pues todos los seres humanos aprendemos a partir de lo que vemos y de nuestras experiencias.
La palabra "estrategia" significa "dirección, don de mando". Como un buen general, las estrategias proveen una dirección global para una iniciativa.
Una estrategia es la manera de describir el cómo vas a hacer las cosas. Es menos específica que un plan de acción (que te dice quién, qué y cuándo); en lugar de eso, trata de contestar, de manera general, a la pregunta "¿Cómo llegaremos ahí desde aquí?" (¿Queremos ir en tren, volar o caminar?).
Una buena estrategia tomará en cuenta las barreras y recursos que existen (gente, dinero, poder, materiales, etc.). También estará considerando la visión general, misión y objetivos de la iniciativa. A menudo, una iniciativa utilizará muchas estrategias distintas – proporcionando información, incrementando el apoyo, removiendo barreras, previendo recursos, etc.- para conseguir sus metas.
Los objetivos delimitan las metas de una iniciativa – el éxito que te gustaría mostrar al conseguir la visión y la misión. En contraste, las estrategias sugieren la trayectoria a seguir (y cómo moverse) en el Camino al logro. Esto es, las estrategias te ayudan a determinar cómo vas a realizar la visión y objetivos a través del difícil mundo de la acción.



Una estrategia es la manera de describir el cómo vas a hacer las cosas. Es menos específica que un plan de acción. Trata de contestar, de manera general, a la pregunta "¿Cómo llegaremos ahí desde aquí?"

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 6

Estrategia emprendedora

Brainly (19 de enero de 2015). ¿En qué situaciones utilizamos una estrategia? Recuperado de: https://brainly.lat/tarea/1058906

Corma, P. (20 de enero de 2016). Los emprendedores y la estrategia emprendedora [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://directivosygerentes.es/innovacion/noticias-innovacion/los-emprendedores-y-la-estrategia-emprendedora

Cortines Usquiano, L. (9 de febrero de 2014). Estrategia… De la vida cotidiana [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://www.wikiestudiantes.org/estrategia-de-la-vida-cotidiana/

Entrepreneur en Español (s.f.). Plan de acción: 6 pasos efectivos para hacerlo sin equivocarte. Entrepreneur. Recuperado de: https://www.entrepreneur.com/article/263648

Martínez del Campo, J. (02 de septiembre de 2013). Qué es la estrategia y cuál es su relación con los proyectos [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_mdl/pos/TI/PY/AM/11/Que_es.pdf

Salvador, C. (2019). 9 pasos para elaborar un Plan de Acción exitoso y sencillo [Mensaje en un blog]. Recuperado de: https://marketerosdehoy.com/marketing/pasos-plan-accion/

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Recursos virtuales

Este itinerario busca desarrollar las habilidades de negociación, relacionando diferentes elementos como la confianza, las relaciones personales, los acuerdos y los intereses de las partes.

¡Mira el video!

in LEARNING

Unidad 7

EMPRENDIMIENTO Y NEGOCIACIÓN



La negociación es una forma de solucionar conflictos, pero negociamos también cuando no hay conflicto: negociamos estrategias, precios, cláusulas de contratos, etc.

¿Alguna vez has tenido que negociar con tus padres una salida con tus amigos? ¿O quizá hayas negociado con alguien el precio de algún artículo que deseabas? Los seres humanos nos pasamos la vida negociando, muchas veces sin darnos cuenta. Lo hacemos en aquellas situaciones en las que:

• Nuestras preferencias son diferentes de las de otras personas.

• Deseamos encontrar un desenlace favorable.

• No podemos o no queremos imponer una solución unilateral.

Generalmente se identifica la negociación como una forma de solucionar conflictos, pero negociamos también cuando todavía no hay conflicto: Negociamos estrategias, precios o uso de recursos en el trabajo o en el estudio, cláusulas de contratos, etc. La negociación es un proceso mediante los cuales dos o más partes construyen un acuerdo.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Elementos de la negociación

Toda negociación está conformada por siete elementos fundamentales:

1. Relación
Identifica la relación que tienes con la persona con quien vas a negociar. En algunos casos, la relación es mucho más importante que lo que se está negociando. Esto es lo que diferencia una negociación profesional de una negociación personal.
2. Comunicación
Esta es la base de la negociación: si tu comunicación no es efectiva, no puede haber negociación. Es importante que te enfoques en hablar de ti mismo y no del otro, pues no conoces su percepción. En este caso, es necesario indagar sobre lo que la otra parte quiere o piensa.
3. Intereses
Son las motivaciones, necesidades, deseos, temores o preocupaciones de las partes. Es en lo que se debe enfocar la negociación, los intereses pueden estar en la sustancia o en la relación. Identifica tus intereses y los de la otra parte para encontrar puntos en común que les permitan llegar un buen acuerdo.
4. Opciones
Toda negociación cuenta con alternativas que pueden beneficiar a ambas partes. Intenta ser flexible, ampliando las opciones para tomar una decisión.
5. Criterios objetivos
Utilizados especialmente en una negociación laboral o de negocios, son todos aquellos recursos externos que le permite a ambas partes conocer objetivamente que es lo más justo para la negociación (los precios del mercado, la tasa de cambio, la ley, entre otros).
6. Alternativas
Es fundamental que identifiques cuáles son tus alternativas si no se genera un acuerdo, o cuál sería la alternativa que puedes aceptar sin perder
7. Acuerdos
Es el resultado del proceso de negociación. Siempre debes buscar acuerdos gana – gana.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

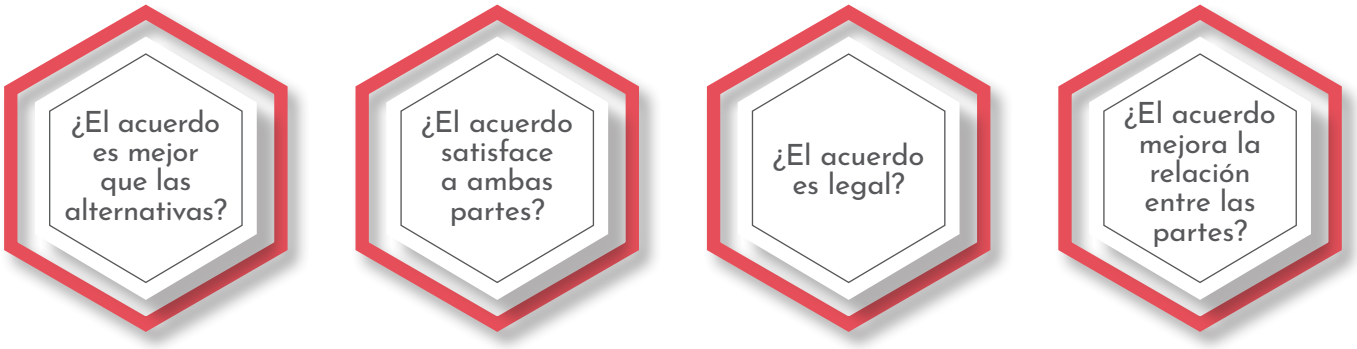
¿Por qué es importante la negociación para un emprendedor?

En el fondo todos somos un poco ambiciosos. Todos queremos obtener los mejores resultados para nosotros. Cada vez que negociamos un trato pensamos en nuestros beneficios personales. Pero para convertirte en un negociador verdaderamente exitoso, necesitas aprender a ponerte del otro lado, porque si únicamente te preocupas por ti mismo y por tus intereses habrás perdido el trato antes de siquiera empezar a negociarlo.

Las negociaciones son un delicado balance entre dar y recibir. Cualquier emprendedor que quiera tener un negocio exitoso tiene que aprender a conseguir este balance. Lleva tiempo, práctica y muchísima paciencia lograr una estrategia ganadora. Y, sin embargo, cada negociación es única y requiere de un acercamiento distinto, por lo que no hay una perspectiva que funcione todo el tiempo.

¿Por qué es importante la negociación para un emprendedor?

Si deseas saber si el acuerdo al que llegaste es la mejor opción para el objetivo que te habias planteado durante la negociación, hazte las siguientes preguntas:



¡Recuerda!

“Las grandes cosas en los negocios nunca son realizadas por una persona. Son hechas por un equipo de personas”. Steve Jobs.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Tips para la negociación

• Sé blando con las personas y duro con los problemas.
• Separa las personas del problema.
• Pónte en los zapatos del otro.
• Recuerda que cada parte piensa diferente.
• A veces, las emociones pueden ser más importantes que las palabras, debes estar atento al lenguaje corporal.
• Enfocate en los interés.
• La mayoría de las personas pelean más por la causa que por el propósito u objetivo.
• Escuha sin contradecir o interrumpir la postura de la otra persona.
• Recooce sus sentimientos o el criterio que tiene así sea diferente al tuyo.

Hora de **accionar**



Test de negociación

Vamos a hacer un test para conocer tu estilo de negociación. Este test fue desarrollado con base en los estudios de Thomas Kilmann de los cinco estilos de neogiciación.

Lee las siguientes afirmaciones y marca con un circulo o una X la que más te representa:

1. a) A veces dejo al otro hacerse responsable de resolver el problema.
   b) Más que negociar sobre puntos en desacuerdo, intento enfatizar aquellas cosas en las que sí coincidimos.

2. a) Trato de encontrar soluciones en las que ambos cedemos algo en beneficio mutuo.
   b) Intento lidiar simultáneamente con todas mis preocupaciones y las de la otra persona.

3. a) Soy normalmente tenaz en intentar lograr mis objetivos.
   b) Podría aplacar los sentimientos de la otra persona para conservar la relación.

4. a) Trato de encontrar soluciones en las que ambos cedemos algo en beneficio mutuo.
   b) A veces sacrifico mis intereses por los de la otra persona.
5. a) Generalmente busco la ayuda del otro para encontrar una solución.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

b) Trato de hacer lo que sea necesario para evitar tensiones.

6. a) Trato de evitar crearme desagrados.
b) Trato que mi posición sea la ganadora.

7. a) Trato de posponer el asunto hasta que he tenido tiempo para pensarlo.
b) Con frecuencia cedo en algunos puntos a cambio de otros.

8. a) Soy usualmente tenaz en intentar lograr mis objetivos.
b) Intento exponer abiertamente todas las preocupaciones y controversias.

9. a) Siento que los desacuerdos no siempre merecen preocupación.
b) Hago algunos esfuerzos para salirme con la mía.

10. a) Soy tenaz en intentar lograr mis objetivos.
b) Trato de encontrar soluciones en las que ambos cedemos en beneficio mutuo.

11. a) Intento exponer abiertamente todos los asuntos y controversias de inmediato.
b) Podría considerar los sentimientos de la otra persona para preservar la relación.

12. a) A veces evito tomar posiciones que pueden crear controversias.
b) Dejo que la otra persona obtenga algo de su posición si es que ella me deja obtener algo de la mía.

13. a) Propongo una solución intermedia.
b) Presiono para hacer entender mis puntos de vista.

14. a) Al enfrentar una negociación, considero los intereses de la otra persona.
b) Siempre me inclino por una discusión directa del problema.

15. a) Trato de no herir los sentimientos del otro.
b) Comparto el problema con la otra persona de manera que podamos resolverlo.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Según corresponda tu respuesta (A o B), traslada tus respuestas a la siguiente tabla. Al final, haz la sumatoria de las marcas en cada columna e identifica el mayor puntaje:

No.	Lobo	Conejo	Buho	Oveja	Avestruz
1				A	B
2		B	A		
3	A				B
4			A		B
5		A		B	
6	B			A	
7			B	A	
8	A	B			
9	B			A	
10	A		B		
11		A			B
12			B	A	
13	B		A		
14		B			A
15		B			A
Total					

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Cúal es el animal con puntuación más alta? El animal seleccionado nos ayudará a definir cúal es tu estilo negociador:

1. Lobo (Competitivo): Es un perfil muy asertivo y poco cooperativo. Son personas orientadas hacia el poder, el cual busca satisfacer sus propios intereses. Buscan defender sus derechos y posturas. Se enfocan en los resultados y las metas en donde es importante generar cierto control.

2. Conejo (Colaborativo): estilo tanto asertivo como cooperativo. Son personas que buscan trabajar conjuntamente con la otra parte para encontrar una solución para ambos. Antes de confrontar buscan explorar las posiciones y los compromisos así como generar alternativas favorables para todos. Están orientados a las personas y a generar entusiasmo promoviendo la creatividad en la generación de soluciones.

3. Búho (Equitativo): es un perfil intermedio de asertivo y cooperativo. Son personas que buscan generar soluciones oportunas y aceptables que satisfagan parcialmente a las partes. Tienden a ceder siendo menos competitivos sin ser complacientes. No son evasivos, confrontan de forma directa las asuntos. Se basan en datos o hechos puntuales que les permitan determinar qué es lo justo.

4. Oveja (Adaptativo): es un perfil que tiende a ser muy cooperativo y poco asertivo. Son personas que dejan de lado sus propios intereses para satisfacer a los demás. Pueden ser generosos o altruistas, hasta el punto del autosacrificio, restando fuerza a su opinión personal para complacer a otros. Están orientados al equipo y al servicio. Para estas personas es más importante la relación que el objetivo.

5. Avestruz (Evasivo): es un perfil que no es ni asertivo ni cooperativo. Son personas que no buscan inicialmente sus intereses ni los de la otra persona, no se dirigen al conflicto. Prefieren aplazar, eludir o apartarse de situaciones amenazantes. Buscan no actuar, ni lidiar con el conflicto. Son conservadores y evasivos.

Fuente: Pastor, 2014

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Conclusión primera parte

> **¡Recuerda!**
> El 1% lo ponemos nosotros, ya que preparamos unas herramientas que pueden ayudarte a generar el impacto que deseas en tu entorno a través de tu idea, pero el 99% de la acción tiene que ver con tu responsabilidad motivación y propósito personal.

Acabas de terminar tu recorrido por la Villa del Diseño y con eso, estás a un paso de terminar tu travesía por el Camino al Logro. En este viaje, has recogido las herramientas necesarias para desarrollar tu Comportamiento Emprendedor:

- Descubriste tus CEP (Características Emprendedoras Personales).
- Reconociste tu visión y te planteaste unos objetivos, a partir de tus sueños.
- Realizaste un análisis de tu interior y de tu entorno, en busca de fortalezas y debilidades.
- Generaste alternativas y tomaste una decisión sobre el mejor camino para conseguir tus objetivos.
- Por último, estableciste un curso de acción a través de una estrategia, poniendo a prueba tu capacidWad creativa y tus habilidades para hacer acuerdos con las personas que tienen los recursos que necesitas para lograr tus sueños.

¿Has notado que aún nos falta hablar de uno de los ingredientes de la Fórmula del Logro, las Competencias Emprendedoras? Bueno, lo que mencionamos arriba son las actividades que has realizado en cada una de las villas del Camino al Logro que has visitado hasta ahora. Esas actividades no son otra cosa que las Competencias Emprendedoras, las cuales has venido desarrollando con mucho empeño.

Pero aún te queda una parada, que es quizá la más importante y la más desafiante del Camino al Logro: la Villa de la Acción. Has hecho un enorme esfuerzo para llegar hasta aquí, sin embargo, si no conviertes tu estrategia en una realidad a través de la acción es posible que no hagas tu proyecto realidad y pierdas el trabajo que has invertido en este recorrido.

Sabemos que el salto a la acción implica un reto enorme, que demanda una gran responsabilidad, pues depende un 99% de ti. Pero hasta este punto te has demostrado a ti mismo de qué eres capaz, y has descubierto todas las fortalezas y herramientas que tienes en tus manos para convertir tu sueño en una realidad. ¡Así que no pierdas la oportunidad de completar tu Camino al Logro! ¡Ánimo, emprendedor!

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bibliografía

UNIDAD 7

Emprendimiento y negociación

Sánchez Pérez, J. A. (2013). Instrumentos y casos prácticos de negociación. Recuperado de: http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:500689/n9.5_Instrumentos_y_casos_practicos_de_negociacion.pdf

Universidad Manuela Beltrán. (s.f.). Módulo 1: La negociación. Obtenido de http://virtual-net2.umb.edu.co/cursos/TLPC003018/mod1/anexos/modulo2.pdf

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Formación en

Comportamiento Emprendedor

Segunda parte

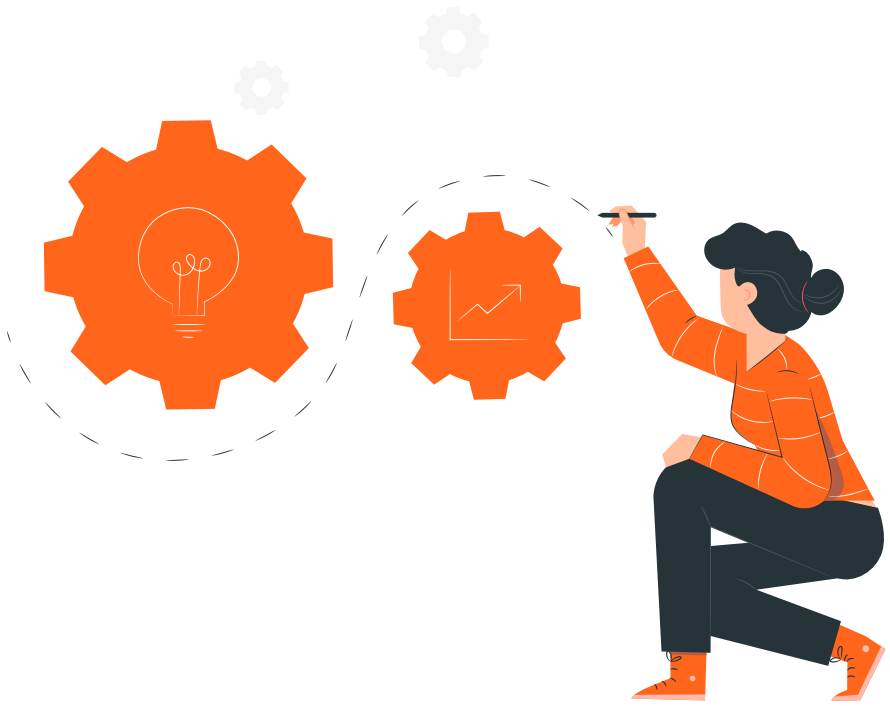


Villa de la Acción

Aquí encontrarás:

Unidad 1 y 2

- DESCUBRE TU IDEA
- MODELA TU IDEA DE NEGOCIO





Unidad 1

DESCUBRE TU IDEA

¿Por qué quieres emprender?

Ya hemos dicho que el emprendimiento es la actitud que nos permite comenzar nuevos proyectos, que contienen un alto valor agregado y que implican una enorme porción de riesgo. Pero, ¿cuáles son nuestras motivaciones para emprender? ¿Qué nos motiva a tomar esos riesgos y cumplir con esa meta final que nos hemos trazado?

Conocer los motivos por los cuáles deseas emprender te permitirá avanzar con tu idea o modelo de negocio, a pesar de las dificultades. En tu recorrido por el camino emprendedor, es posible que te encuentres con críticas, juicios de valor y escepticismo (personas que dirán que tu idea de negocio no funciona) … Por eso, es importante que tengas plena confianza en tus talentos, potencialidades y motivos para emprender, ya que serán tu fuerza y motor para seguir adelante.

Pero antes de explorar tus motivos para emprender, es importante que respondas a la siguiente pregunta: ¿cuál es tu propósito o visión en la vida?

Ten en cuenta que el propósito de vida nace del deseo que refleja y visualiza el futuro y el papel que desarrollo en él.

¿No es una pregunta fácil de responder? Ok, ¡lo sabemos! Entonces, intentemos descubrirlo paso a paso:

De una manera realista, describe: ¿Cómo te ves en 5 años? ¿Qué te gustaría ser y hacer?

_____

_____

_____

_____

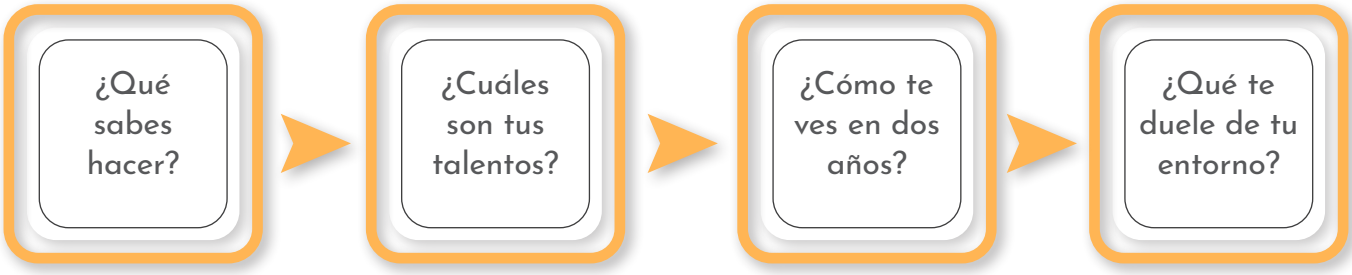
_____

¡Recuerda!

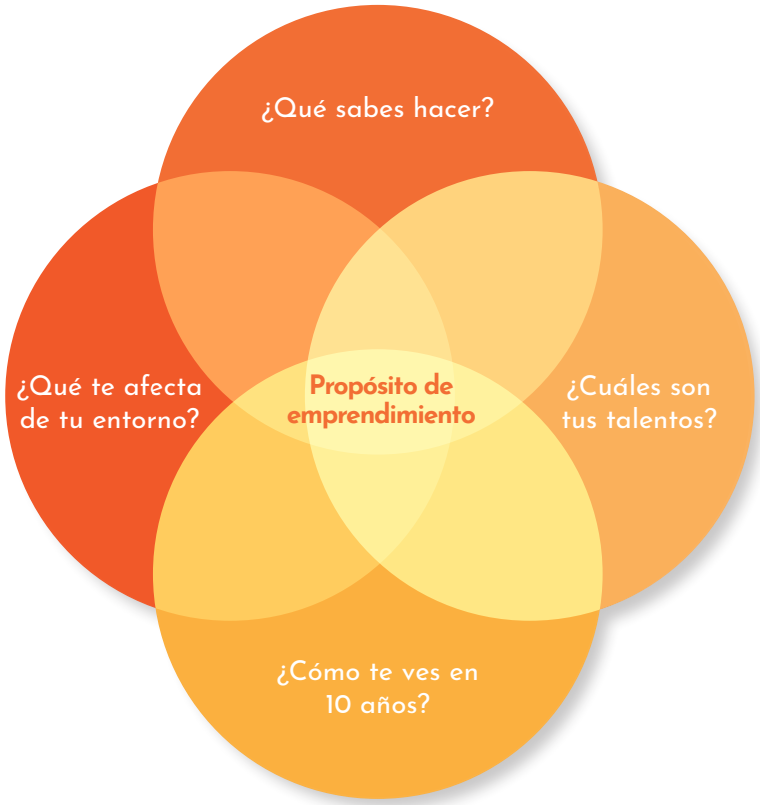
“Pasión y propósito van de la mano. Cuando descubras tu propósito, te darás cuenta que normalmente es algo que te apasiona tremendamente”. Steve Pavlina.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Todavía sigue siendo difícil? Bueno, intenta responder las siguientes preguntas:



Ubica las respuestas a las preguntas en una gráfica similar a esta y encuentra tu propósito:



Una vez hayas encontrado tu propósito, será más sencillo identificar las motivaciones que tienes para emprender. En los siguientes renglones, escribe tus motivaciones para emprender:

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Recuerda!

Conocer tu propósito te permite alinear tus pasiones, gustos y talentos para responder a una necesidad presente, pero puede que de él no te resulte en primera medida, la idea de negocio...

Una idea puede surgir de...

- Un propósito
- Una potencialidad tuya o del entorno
- Un problema, necesidad u oportunidad.

...o la suma de todos

Ya trabajamos en tu propósito que puede ser una de las formas como surgen las ideas. Ahora vamos a mirar otras fuentes de generación de ideas que pueden ser útiles.

Existen muchos lugares de donde pueden surgir ideas de negocio. Existen dos guías básicas para generar ideas de negocio: la primera tiene que ver con la capacidad para crearlas; la segunda es reevaluar ideas que otros ya propusieron.

• **Formación académica:** Es natural que una persona que ha realizado estudios determinados en una especialidad quiera ejercer su profesión. El caso de Arthrofood, en donde una microbiologa y un biologo aprovecharon los conocimientos de su formación académica para generar un emprendimiento social basado en un alimento altamente nutritivo: la harino de griño, y de esta manera, crearon granjas de producción de insectos en poblaciones vulnerables de colombia y ayudan a otros en su desarrollo economico.

• **Gustos o intereses personales:** Hay personas que convierten sus pasiones en negocios, pues es una manera de disfrutar su trabajo y obtener un beneficio. Las personas que hacen lo que aman generalmente son excepcionales en lo que se proponen.

• **Habilidades y destrezas:** cuando las personas cuentan con habilidades sobresalien-

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



tes que pueden estar al servicio de otros y convertirse en una idea de negocio. Un caso interesante es el de Colectivo Play, una pareja que ha desarrollado su negocio a partir de sus habilidades de actuación para empoderar a otras personas a través de herramientas de crecimiento personal.

• **Experiencia profesional y laboral:** El conocimiento y la información de un determinado sector, así como contar con habilidades técnicas y operativas basadas en la experiencia, puede ayudar a definir oportunidades de negocios. El cocinero que ha trabajado durante años en un restaurante, abre el suyo propio; la estilista que ha trabajado en varias peluquerías, decide poner su salón de belleza, etc.

• **Cambios sociales del entorno:** En nuestra sociedad donde los requerimientos y necesidades de la población son un cambio constante, la generación de ideas innovadoras permite la supervivencia y el origen de nuevas organizaciones. Por ejemplo, ante la incorporación de la mujer al mercado laboral, se han desarrollado empresas que cuidan niños; asimismo al encontrarse tanto el padre y madre de familia trabajando, se han implementado casas al cuidado de las personas de tercera edad.

• **Recursos en el entorno:** aprovechar los recursos con los que cuenta un territorio, es una gran oportunidad para generar ideas, el clima, la producción de ciertos productos o incluso aspectos culturales que marcan un

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

diferenciador pueden ser útiles al momento de generar una idea de negocio.

• **Diversidad de formas de entretenimiento:** La demanda de actividades de ocio, culturales y artísticas de buena calidad, ha generado una variedad de negocios, enfocándose en un segmento específico. Por ejemplo, empresas dedicadas a la enseñanza de técnicas de navegación, agencias y centros de turismo rural, hospedajes en casas rurales, talleres de artesanía, salas de exposiciones de arte, shows a fiestas infantiles, etc.

• **Desarrollo de nuevas tecnologías:** Internet ha estimulado a la creación de diversas formas de hacer negocio. Empresas que emplean la red como medio de trabajo, el comercio electrónico, los mercados virtuales, publicidad online, etc.

• **Especialización mediante la tercerización:** En la actualidad, las empresas deciden enfocarse en lo que mejor saben hacer, por lo que ofrecen servicios especializados a otras para cubrir áreas específicas. Empresas de producción de bienes finales (alimentos, vestimenta, etc.), negocios que brindan seguridad, limpieza, logística, informática, etc.

• **Publicaciones especializadas:** Puedes utilizar revistas, publicaciones especializadas, secciones de negocios en los periódicos y sobre todo Internet para encontrar ideas de negocios.

Ahora después de conocer todas las potencialidades que tenemos para crear una idea de negocio ¿qué tal si haces una exploración de tu entorno?

Piensa en lo que te gustaría hacer si te convirtieras en emprendedor/a, echa mano de todas aquellas cosas que has aprendido y también de todo lo que te gusta. Simplemente imagina varias cosas que podrías hacer, teniendo en cuenta lo que te gusta, lo que sabes y también las necesidades y posibilidades que ves en tu entorno.

> "No te preguntes qué necesita el mundo; pregúntate qué te hace sentir vivo. Y sal y hazlo. Porque el mundo necesita gente que esté viva".
>
> **Howard Thurman**

Puedes hacer el ejercicio en solitario, con un amigo/a, o con alguien de tu familia. ¡Ten presente que compartir conocimientos te puede ayudar a perfeccionar tus ideas! Si lo consideras necesario, toma fotos, realiza entrevistas a tus vecinos/as.

Puedes apoyarte en las siguientes preguntas para realizar tu exploración:

• ¿Cuáles son las necesidades o vacíos que has visto en tu barrio o vereda?

• ¿Qué te gustaría que existiera en tu barrio o vereda y que pudiera ser aprovechado?

• ¿Qué recursos de tu barrio o vereda pueden optimizarse y mejorar las condiciones actuales de la comunidad?

• ¿A qué se dedican las personas de tu comunidad? ¿Qué producen? Eso que producen, ¿se puede complementar o mejorar?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Piensa en lo que te gustaría hacer si te convirtieras en emprendedor/a, echa mano de todas aquellas cosas que has aprendido y también de todo lo que te gusta.

Escribe los retos que encontraste en tu exploración, tal como está en los ejemplos:

Falta de agua

Falta de comunicación entre barrios

Identificación del reto

Ahora que has encontrado tu propósito de emprendimiento, has analizado tu entorno y has identificado los retos que encontraste en tu exploración, vamos a definir cual reto de tu entorno te llama más la atención. Describe el reto, necesidad o problemática que más te llama la atención de tu entorno y el cual te gustaría trabajar:

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Empatía

Ahora que has encontrado el reto que deseas trabajar de tu entorno, te invitamos a dibujar a tu usuario. Al momento de generar una idea de negocio, la empatía juega un papel muy importante porque te permite ser más realista en lo que tu consumidor espera y ofrecerle algo que se ajuste realmente a sus necesidades o deseos. ¡Así que manos a la obra! ¡Descubramos quien es esa persona que se beneficiará con tu reto! dibuja o recorta a la persona que consideras va ser tu cliente

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Instrucciones

1. ¿Cuál es su nombre?

_____

2. ¿Qué edad tiene?

_____

3. ¿Qué dicho o frase lo representa?

_____

4. ¿Cuál es su nivel educativo?

_____

5. ¿Qué le interesa y le gusta?

_____

6. ¿Qué hace para ganarse la vida? ¿Trabaja?

_____

7. ¿Cuál es su nivel de ingresos?

_____

8. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse?

_____

9. ¿Cómo está conformada su familia? ¿Tiene hijos? ¿Es casado o soltero?

_____

10. ¿Dónde vive?

_____

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Ideación

La ideación es una fase fundamental al momento de construir una idea de negocio innovadora, este proceso permite estimular la creatividad y propuestas de solución a problemas de manera holística teniendo en cuenta diferentes variables del entorno.

Es importante aclarar que, si ya tienes definida una idea de negocio para solucionar un problema o necesidad, la fase de ideación puede ser útil para completar tu idea y darle atributos adicionales que no habías tenido en cuenta.

¡Ya que conocemos a nuestro personaje en el que vamos a centrar nuestro trabajo, llego el momento de generar ideas! Existen diferentes herramientas que te pueden servir en esta etapa. A continuación, te presentamos algunas:

1ra herramienta

En este tipo de ejercicios el tiempo juega un papel fundamental en la manera de mantener activo tu cerebro para aumentar la creatividad y la generación de ideas. ¡Toma un cronómetro y comencemos!

Durante cinco minutos vas a escribir todas las funcionalidades alternativas que pueda tener un tenedor que no sea el uso para el que fue creado: comer.

Practica este ejercicio con otro objeto que este a tu vista, recuerda que las ideas que se generan deben ser alternativas de uso diferentes para las que el elemento fue creado.

Comparte el ejercicio con un amigo o un familiar y trabaja en equipo: ¿Cuántas ideas generaron? ¿Hubo diferencias al hacer el ejercicio en grupo?

¡Recuerda!

“La imaginación es el principio de la creación. Imaginas lo que deseas, persigues lo que imaginas y finalmente, creas lo que persigues”.
George Bernard Shaw

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

2da herramienta

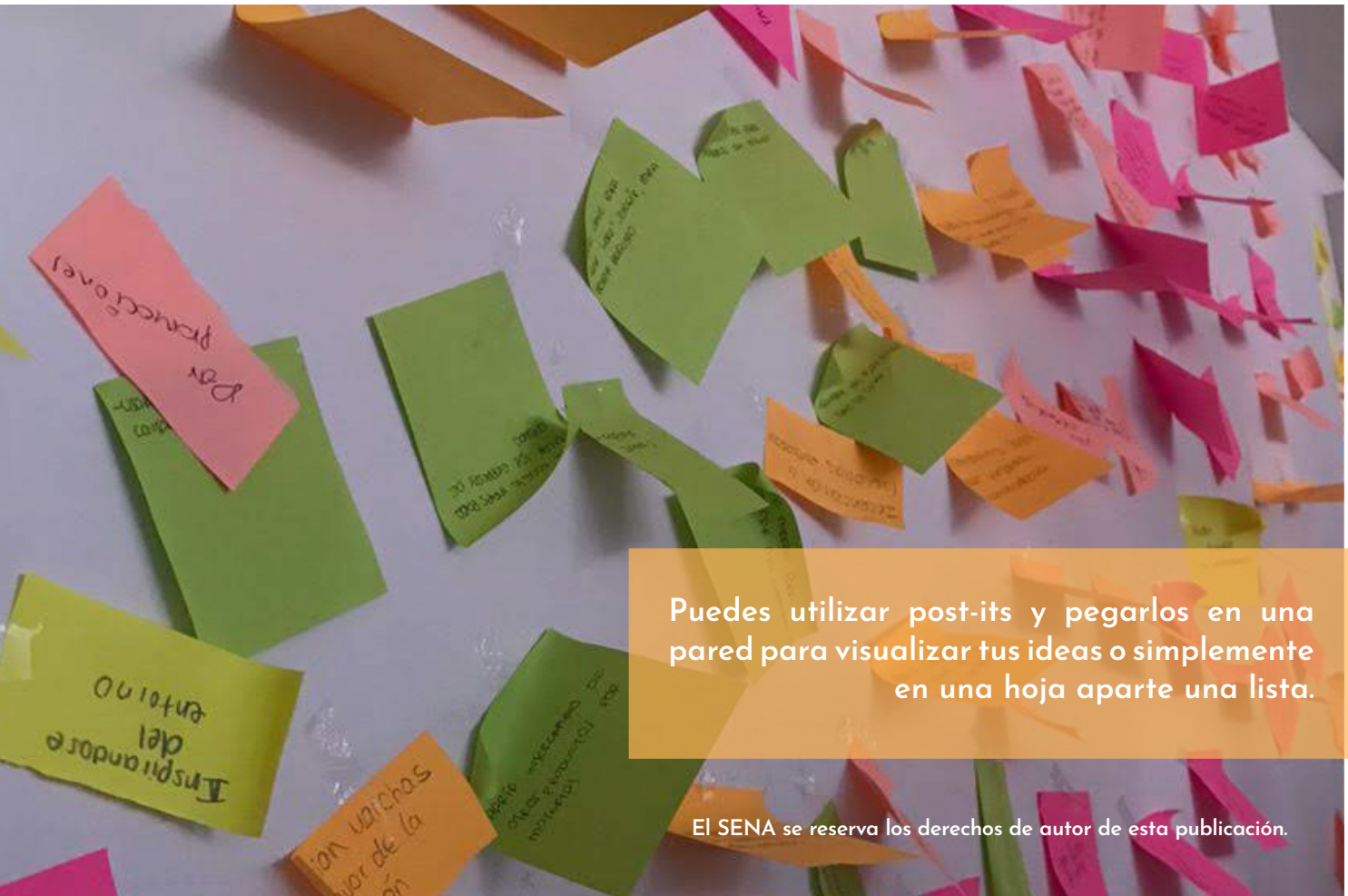
La lluvia de ideas, es otra herramienta de gran ayuda pues te permite salirte de tu zona de confort y buscar soluciones diferentes a los retos planteados. A partir del reto que identificamos anteriormente. ¿Qué ideas o propuestas se te ocurren que podrías trabajar para solucionar el reto que planteaste?

¡Recuerda que no hay ideas malas y que la creatividad puede ser un elemento fundamental para que tu idea sea un éxito!

Volvamos a jugar con el tiempo: toma tu cronómetro y cuentas con 10 minutos para generar la mayor cantidad de ideas.

3ra herramienta

Hagamos un esfuerzo más por descubrir mayor cantidad de ideas: vamos a buscar una idea que comience por cada vocal, durante 3 minutos:



Puedes utilizar post-its y pegarlos en una pared para visualizar tus ideas o simplemente en una hoja aparte una lista.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¡Esperamos que a través de estos ejercicios hayas encontrado gran variedad de ideas, entre más ideas mejor porque se pueden completar! Supongo que te preguntarás, cómo harás para elegir la que más se ajusta a lo que estás buscando.

El siguiente paso en esta fase de ideación es categorizar las ideas de acuerdo a la afinidad entre ellas. Luego, es necesario hacer un análisis para identificar que tanto potencial tienen tus ideas, así que aplícales estas 5 preguntas. Si la respuesta es no para alguna de ellas, debes descartarla.

1. ¿Existe un mercado para este producto?
2. ¿Hay una demanda insatisfecha?
3. ¿Quieren realizar un proyecto?
4. ¿Es posible producir el producto en el país/región/departamento/comunidad?
5. ¿Este proyecto generaría ganancias?

Después de haber realizado el análisis, selecciona las 3 o 5 que más te gustan y que cumplen con las preguntas anteriormente mencionadas y evalúa cada idea con las preguntas que se presentan en el Formato de evaluación de ideas de negocio. En esta tabla vas a encontrar la idea de negocio vista desde tres perspectivas que son los principales criterios principales que deberíamos tener en cuenta para evaluar una idea:

• Perspectiva persona: Esta parte tiene como objetivo que hagas un ejercicio de autoevaluación consciente y analices si te identificas con la idea de manera personal. La raíz de éxito está en lo que cada uno podemos aportar para lograr la realización de una idea o proyecto.

• Perspectiva mercado: en la segunda sección evaluamos las variables externas que influyen directamente en el desarrollo de la idea, como el potencial de mercado, la competencia y los elementos innovadores de la misma. Puede que una idea sea muy interesante para nosotros porque se alinea con nuestras habilidades o gustos, pero en el mercado no es necesariamente atractiva, por lo que es necesario poner ambos aspectos en la balanza.

• Perspectiva recursos: en esta ecuación de evaluación debemos incluir los recursos necesarios para llevar a cabo esta idea. Ahora que identificamos que existe un mercado y que cuento con las habilidades y la afinidad necesaria para hacer la realidad la idea, debemos adicionar un análisis de los recursos económicos, humanos y tecnológicos. Cuando ya tengas lista la tabla, la idea que tenga el mayor puntaje será la idea que finalmente cumple con los criterios de evaluación para elegida como tu idea de negocio!

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Formato de evaluación de ideas de negocio																				
No.	Idea de negocio					Perspectiva de persona					Perspectiva de mercado					Perspectiva recursos				
1						Me gusta la idea	Puedo ejecutar la idea	Conozco sobre el tema	Tengo experiencia	Tengo una red de apoyo	Hay mercado potencial	La idea es pertinente	Conozco la competencia	Sé cómo vender el producto	La idea es innovadora	Puedo conformar un equipo	Cuento con latecnología necesaria	Cuento con recursos económicos	Cuento con los insumos necesarios	Total
2																				
3																				
4																				
5																				
6																				
7																				
8																				
*Para obtener el total, se suman todos los puntajes de la idea y se dividen por 15 (total de factores que califican).																				

Cuéntanos: ¿Cuál fue la idea que seleccionaste? ¿Te sientes satisfecho con la selección final? ¿El ejercicio de evaluación te permitió despejar tus dudas?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Plasma tu idea

¡Te cuento que has llegado a un punto fundamental al que muchos emprendedores les cuesta llegar, has definido tu idea de negocio!
Llegó la hora de comenzar a construir lo que llamamos el prototipo, desde la base de qué es importante fallar rápido y aprender rápido, invitamos a las personas a hacer un prototipo de su idea de negocio.
Los prototipos son una manera sencilla y económica de conectar con tu usuario y permitirles que conozcan tu idea de negocio. Estás en un espacio seguro en el que cualquier falla puede ser corregida y presentar mejoras. Así que vamos a crear con las manos y poner toda tu creatividad en marcha.

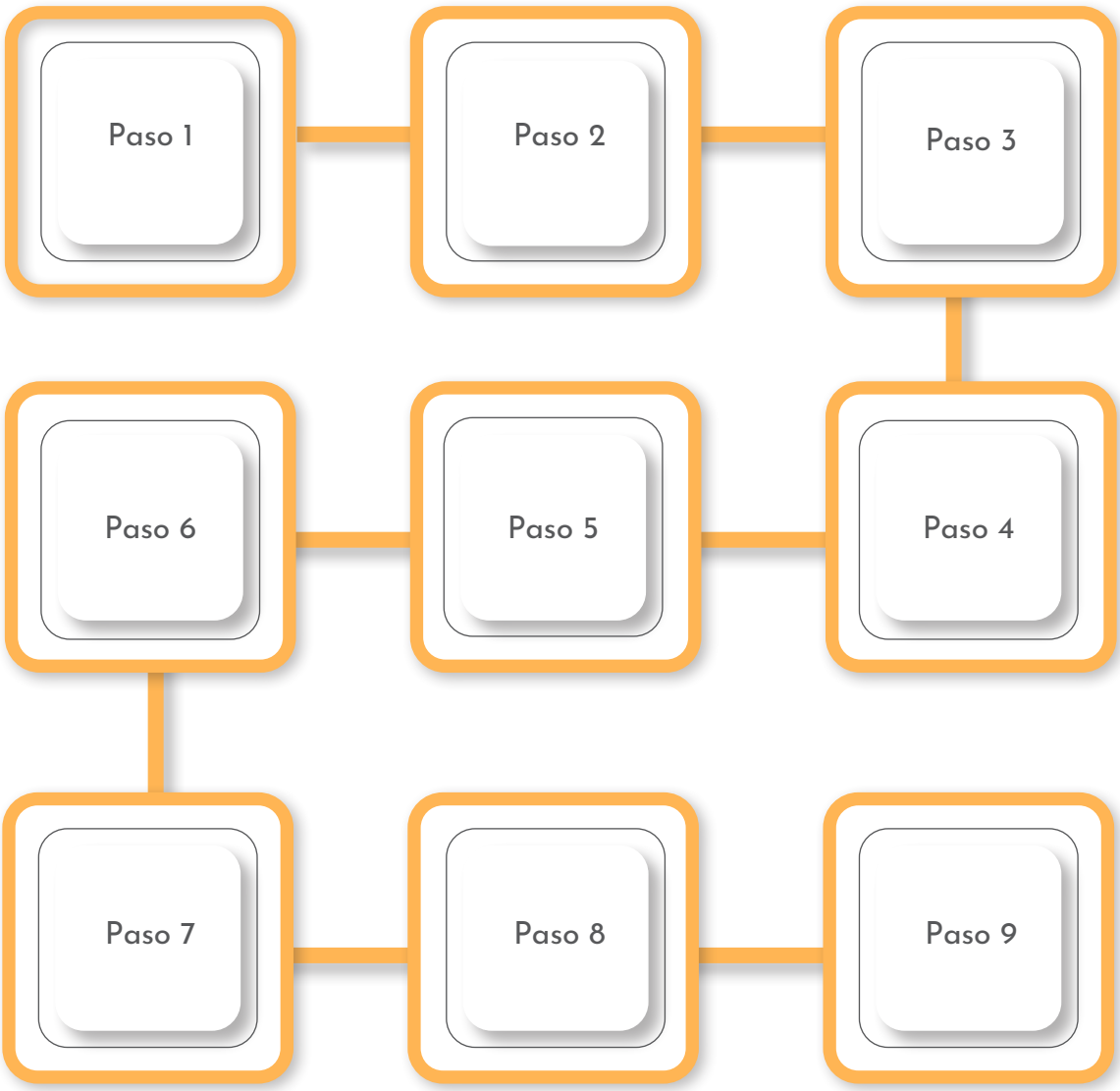
En primer lugar, ponle nombre a tu negocio:

_____

Ahora, crea un slogan y un logo:

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Después de definir la identidad de tu idea de negocio, vamos a seguir con el siguiente paso:. Hay diferentes formas de prototipar, trabaja con la que más se ajuste a tu idea:



Identifica que puntos principales que consideras que otros deberían conocer para saber de que se trata tu idea. Te damos unas preguntas de guía para tu ruta:

1. Identifica ¿Qué características de tu idea de negocio quieres poner a prueba con el prototipo? (Características físicas, experienciales, funcionales, etc.)
2. ¿Quieres definir tu proceso, construir tu producto, si realmente tu reto es una necesidad o problema, o saber si existe mercado?
3. ¿El proceso es importante para dar a conocer tu idea de negocio, o son más importantes los beneficios que ofrece?
4. ¿Qué te gustaría que tu cliente conociera de tu idea de negocio?
5. ¿Qué quisieras que evaluará un experto si le mostrarás tu idea de negocio?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Storytelling

En forma de historieta dibuja todo tu proceso incluyendo tu producto o servicio y tu cliente (el que hizo durante la "empatía") como si estuviera consumiendo o disfrutando de tu propuesta.

Te damos unos tips de cómo construir tu historieta:

Si tu solución es un producto…	Si tu solución es un servicio…
Explica de donde surgió la idea del producto o la necesidad que identificaste.	- Explica cómo surgió la idea de ofrecer dicho servicio, la necesidad que estás satisfaciendo.
Dibuja el producto con todas las características.	Dibuja el proceso que debe seguir tu cliente para disfrutar del servicio.
Menciona su utilidad y los beneficios de comprarlo.	Menciona los beneficios de tu servicio.
Describe como tu cliente puede accede al producto.	Describe de qué forma tu cliente obtendrá su servicio.

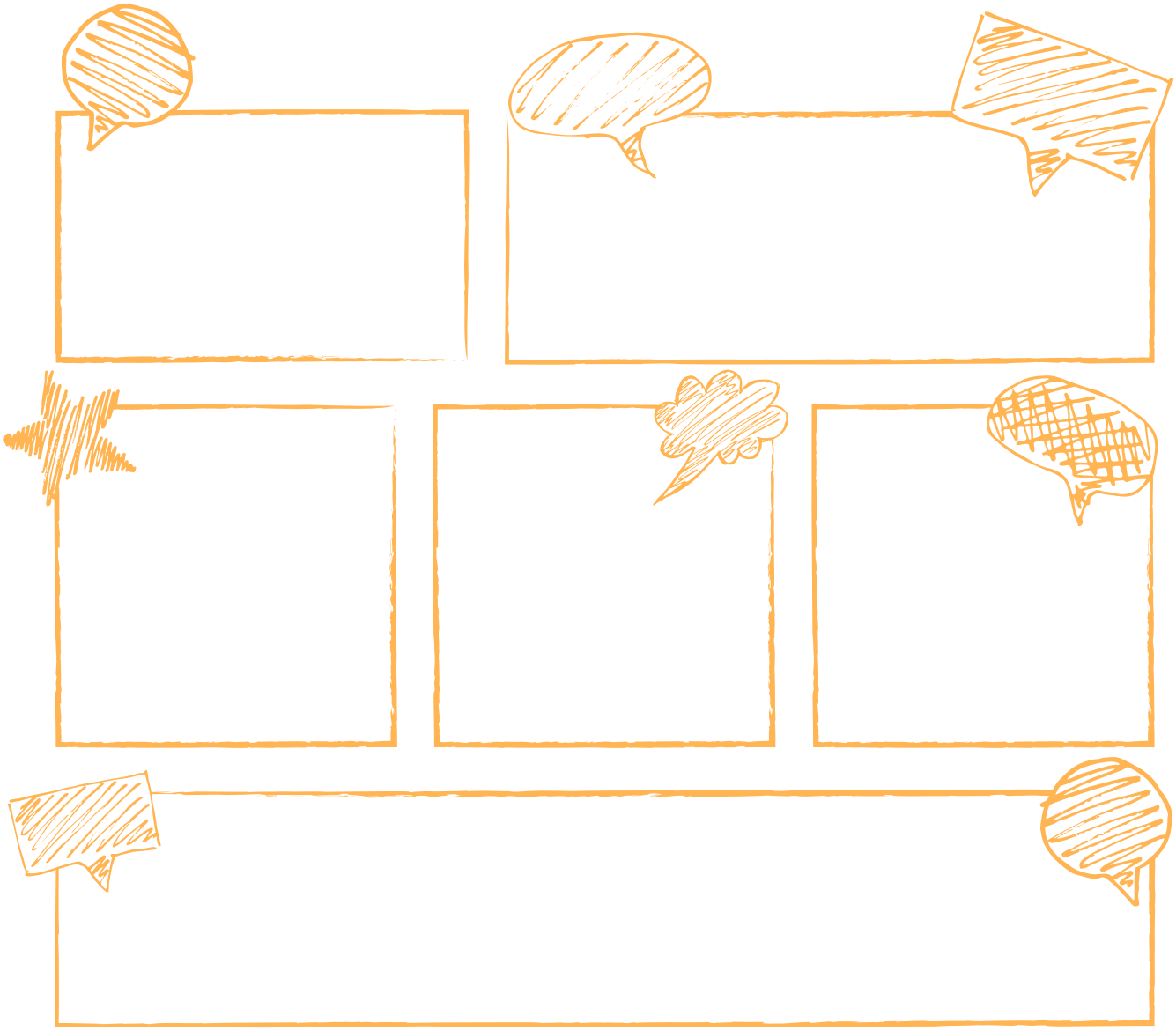
Si cuentas con diferentes materiales en casa, puedes construir tu prototipo como una maqueta o el producto como tal; tu creatividad no tiene límites. Todas las herramientas son bienvenidas en este ejercicio, lo más importante es que puedas construir con claridad tu idea de negocio.

¡Recuerda!

"Los buenos líderes empresariales crean una visión, articulan esa visión, se adueñan apasionadamente de esa visión y la conducen implacablemente hasta completarla". Jack Welch.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Ponle un título a tu historieta



El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Validemos tu prototipo

La validación del prototipo tiene como objetivo generar empatía de manera directa con el usuario y descubrir si realmente cumple con sus necesidades, adicionalmente, permite que recibamos feedback del cliente para comparar si las alegrías y frustraciones que habíamos identificado con respecto al reto se ven satisfechas con el producto o servicio que ofrecemos, o cómo podemos hacer mejoras para aumentar su satisfacción.

Para validar tu prototipo, se sugiere que lo presentes ante tres clientes potenciales y un experto técnico. A continuación, encontrarás unas preguntas que orientarán tus entrevistas y te ayudarán a mejorar ese producto o servicio que has creado.

Pero antes algunos tips para no olvidar:

1. Es importante que tengas en cuenta cuál es tu objetivo al realizar las entrevistas: el cual no es vender.
2. Debes tener apertura a las críticas pues son las que te permiten realizar mejoras.
3. Haz preguntas abiertas que te permitan indagar a profundidad.
4. Si la respuesta es sí o no, pregunta por qué.
5. Analiza los comportamientos del experto o de tus clientes, que les genera emoción o incomodidad sobre el problema planteado.
6. Recuerda que es una conversación, tomate tu tiempo para explicar tu idea y de dónde surgió, apóyate del prototipo que creaste.
7. No respondas las críticas con justificaciones; estas servirán para avanzar.

Experto técnico

¿Qué requerimientos de calidad debe tener el producto o servicio?

¿Cuáles son las principales características de funcionalidad de este producto o servicio?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Por qué es importante suplir la necesidad o problema planteado?

¿Qué mejoras le haría al prototipo para que cumpliera con el objetivo que se ha planteado?

Comentarios o recomendaciones adicionales

Clientes potenciales

¿Considera que el producto o servicio ofrecido suple su problema o necesidad?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

¿Cómo satisface actualmente la necesidad presentada?

¿Qué le gustaría cambiar o modificar del producto o servicio que utiliza actualmente?

¿Qué es lo que más le agrada del producto o servicio ofrecido? ¿Qué no lo convence

Comentarios o recomendaciones adicionales:

Recuerda que “fracasar rápido es aprender rápido”; en la vida real los errores pueden tener un alto costo. Cuando estás prototipando, puedes equivocarte y reinventarte. Agradece a tus entrevistados por sus comentarios y críticas, y construye sobre esa información

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Unidad 2

MODELA TU IDEA DE NEGOCIO

Analiza tu entorno y descubre

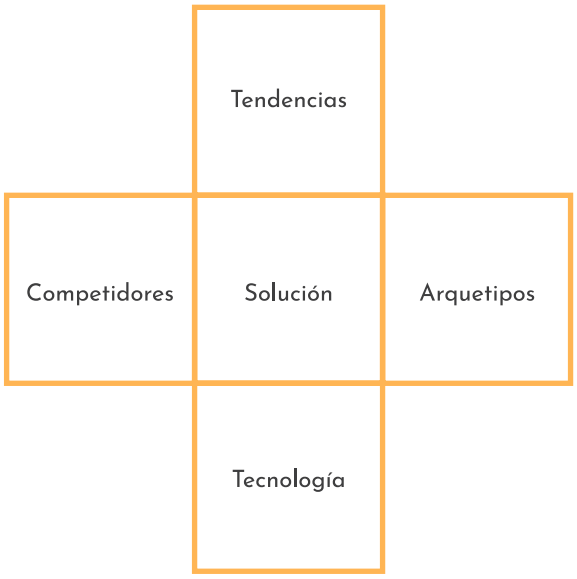
Te damos la bienvenida a una nueva etapa en este proceso de emprender, después de realizar un ejercicio de ideación y prototipado, conocer de primera mano la opinión de tus clientes y los expertos en el tema, es necesario convertir tu idea en una propuesta de valor y finalmente en un modelo de negocio.

La idea es la primera etapa del proceso, pero es complicado hacer realidad una idea si no la hemos aterrizado sobre los principales factores que influyen en la creación de un negocio.

Así que toma un respiro, y tomemos impulso para comenzar este nuevo camino.

Análisis de la caja





El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

La herramienta que te presentamos a continuación se conoce como el lienzo de propuesta de valor, fue desarrollada por Alexander Osterwalder en 2014, es otra manera de complementar la validación del prototipo corroborando con el cliente los diferentes aspectos que están relacionados con sus intereses y comportamiento como consumidor.

Está compuesto por tres partes:

• El perfil del cliente: En el que se describen las características de las personas que queremos atender. Esta parte se divide a su vez en tres partes:

1. Trabajos del cliente: lo que tu cliente intenta resolver en su vida profesional o personal.
2. Alegrías: son los beneficios o resultados concretos que desea tu usuario obtener.
3. Frustraciones: son los obstáculos a los que se ven expuestos tus clientes al momento de realizar los trabajos relacionados.

• Mapa de valor: es el espacio en el que debes especificar cómo pretendes crear valor para tu usuario o consumidor. El cual está compuesto por:

1. Productos y servicios: en este punto puedes escribir tu idea de negocio, los productos y servicios que vas a ofrecer para suplir su necesidad o problema.
2. Creadores de alegrías: es una descripción de cómo tu idea de negocio generara alegrías en tus consumidores.

3. Aliviadores de dolores: como tu propuesta disminuye los dolores y frustraciones de tus clientes.

• Encaje: este tercer punto es el que te permite conocer que tu propuesta es coherente y está alineada, es cuando analizas que lo que estás ofreciendo “encaja” con lo que tu segmento de mercado espera para que su necesidad o problema se vean satisfechos.

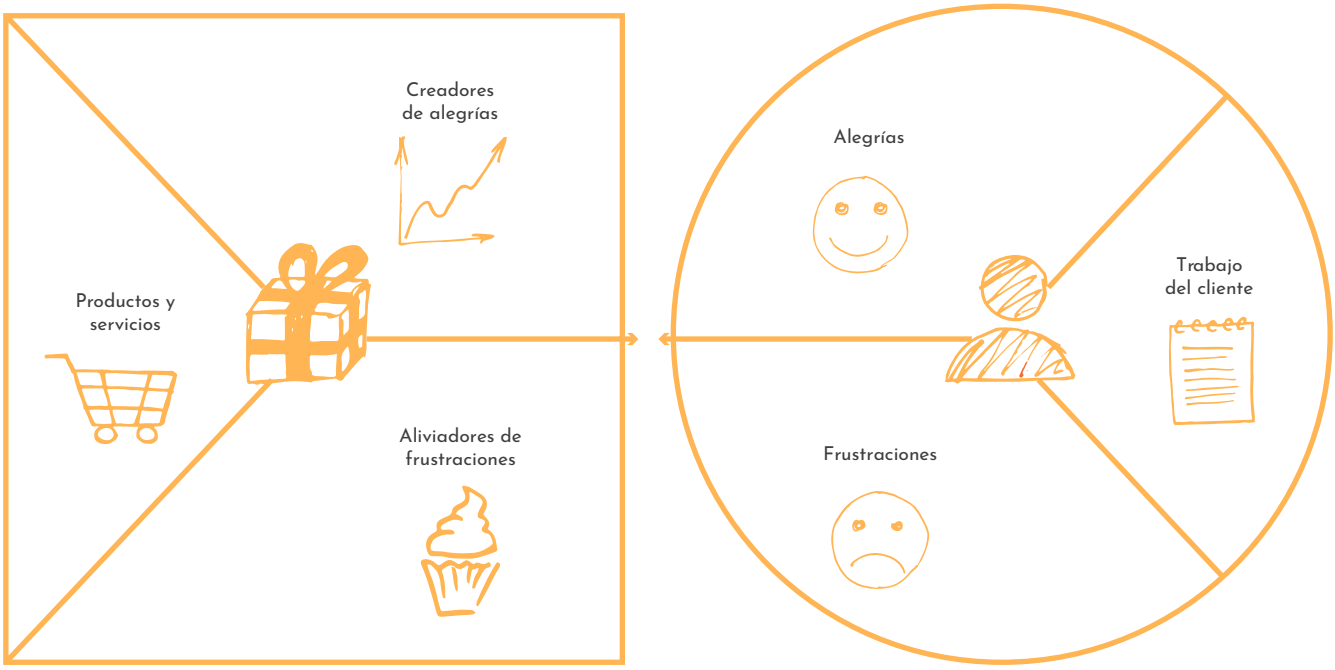


El lienzo de valor es otra manera de complementar la validación del prototipo corroborando con el cliente los aspectos relacionados con sus intereses como consumidor.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Lienzo de propuesta de valor

A continuación, te presentamos el lienzo de la propuesta en donde puedes ver gráficamente la explicación. Nuevamente puedes utilizar post-its o escribir en cada espacio los diferentes puntos para crear tu propia propuesta de valor:



Ahora describe en un pequeño párrafo tu propuesta de valor a partir del trabajo que acabas de realizar. ¿Se cumplió con el último punto del encaje? ¿Cumple tu producto o servicio con las expectativas de tu cliente?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Hora de **accionar**

Construye tu modelo de negocio en el Bussines Model Canvas

¡Te felicito! Porque si has llegado hasta este punto significa que tienes las más grandes intenciones de convertir tu idea en una realidad.

Llego el momento de traducir dicha idea en un modelo de negocio. La principal herramienta que se utiliza para realizar el modelo de negocio también fue planteada por Alexander Osterwalder en 2010 y se conoce como el Business Model Canvas, esta técnica permite poner todos los aspectos fundamentales de un negocio en un lienzo para que puedan ser trabajados de forma clara e interconectada. (Osterwalder, Generación de Modelo de negocio)

El lienzo está conformado por 9 casillas que se deben trabajar, en cada casilla encontrarás preguntas específicas a responder para construir tu modelo de negocio: (Canvanizer)



Segmento de clientes: Esta parte corresponde al perfil del cliente que determinaste en el lienzo de propuesta de valor, puedes apoyarte también de la información que utilizaste en el ejercicio de empatía. Corresponde a tipo de cliente al cual le están generando un valor y al cual pretendes ofrecerle tus servicios o productos.

- ¿Para quién estás generando valor?
- ¿Quién es tu cliente más importante?



Propuesta de valor: Esta casilla surge del trabajo realizado en el ejercicio anterior con el lienzo de propuesta de valor, es lo que le estás ofreciendo a tus clientes para suplir una necesidad, deseo o problema.

- ¿Qué valor estás entregando a tu cliente?
- ¿Qué necesidades del cliente estás satisfaciendo? ¿Qué problema estamos ayudando a resolver?

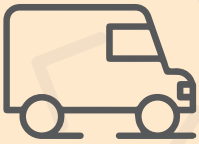
El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Relación con el cliente: hace referencia a la relación que deseas establecer con tu cliente, en algunos casos hay ciertas ideas que requieren una conexión emocional o de servicio muy especializada. Ten en cuenta lo que tu cliente espera del servicio o producto para conocer la manera adecuada de relacionarte con él.

• ¿Qué relación esperas establecer con tu cliente?

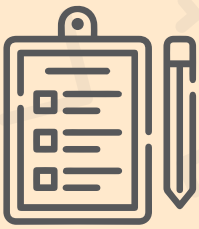
• ¿Cómo puedes integrar esa relación en tu negocio en términos de costos y formato de atención? ¿Requieres algo adicional para generar la relación que esperas?



Canales de distribución: está relacionada con la forma en como esperas entregar valor a tu consumidor y la forma como llegarás a él. Casos exitosos que trabajaron fuertemente en este aspecto son empresas como Amazon o Fedex que buscaron innovar en la manera de acceder a sus consumidores.

• ¿A través de qué canales buscas llegar a tu consumidor?

• ¿Qué canales funcionan mejor? ¿Cuánto pueden costar? ¿Cómo puedes integrar la rutina de tu negocio con la de tus consumidores?

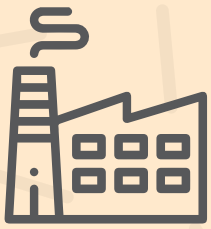


Actividades claves: en esta parte es importante que realices todo el proceso para crear tu servicio o producto. Paso por paso, una lista de caso proceso así podrás conocer las actividades que son fundamentales para tu negocio funcione de manera adecuada y como ciertas actividades pueden generar o restar valor en tu modelo.

• ¿Cuáles son las actividades claves que requiere tu negocio para generar valor?

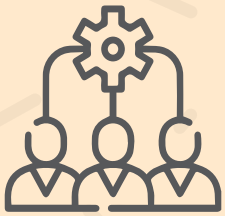
• ¿Qué actividades son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.



Recursos claves: Utilizando la misma lista que creaste para las actividades clave puedes identificar los recursos que requieres para cumplir con cada función. Al frente de cada paso puedes escribir todos los recursos físicos, económicos, humanos que requieres para entregar valor a tu usuario.

- ¿Cuáles son los recursos que requiere tu negocio para generar valor?
- ¿Qué recursos son importantes en los canales de distribución, la relación con consumidores y el flujo de ingresos?



Socios claves: son todos los asociados que pueden apoyarte para entregar el valor esperado. Identifica diferentes tipos de socios que son importantes en tu propuesta.

- ¿Quiénes son tus socios claves?
- ¿Cuáles son las motivaciones para las asociaciones?



Estructura de costos: en esta parte debes incluir todos los costos en los que debes incurrir para generar valor y que son los que sostienen tu propuesta, puedes utilizar los recursos que anotaste en la lista de actividades e identificar los costos correspondientes a cada uno, esto te permitirá tener un mapa completo de tu operación.

- ¿Cuáles son los costos más altos de tu negocio?
- ¿Qué recursos o actividades claves son más costosos?



Flujo de ingresos: en esta parte se busca definir a través de qué mecanismos buscarás capturar tu valor, hace referencia a la forma como recibirás los ingresos por la venta de tus productos.

- ¿Por qué valor están dispuestos a pagar sus clientes?
- ¿Cómo preferirían pagar? ¿Cómo pagan actualmente por un producto o servicio similar?

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Bussines Canvas Model

A continuación, encontrarás el Lienzo de modelo de negocio para que lo diligencies respondiendo las preguntas presentadas en cada bloque, esta manera tendrás construido tu modelo de negocio, ¡estará listo para presentar ante una entidad o un grupo evaluador!

<table>
<tr><td rowspan="2">Socios clave</td><td>Actividades clave</td><td rowspan="2">Propuesta de valor</td><td>Relación con clientes</td><td rowspan="2">Segmentos de clientes</td></tr>
<tr><td>Recursos clave</td><td>Canales</td></tr>
<tr><td colspan="2">Estructura de costo</td><td colspan="3">Fuente de ingresos</td></tr>
</table>

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.

Presenta tu modelo de negocio

Con esta ruta que hemos trabajado ahora lo más importante es dar a conocer tu modelo de negocio a otras personas que pueden ser tus clientes, expertos y lo más importante, ¡inversores que puedan sentirse atrapados con tu idea y apoyarte!

Te presentamos algunas recomendaciones para presentar tu modelo de negocio en lo que se conoce como un “Pitch”

Pitch en inglés hace referencia a “lanzamiento”, pero en el contexto del emprendimiento consiste en una presentación verbal de tu modelo de negocio en un determinado tiempo.

Es vital que el pitch sea visto tanto por los gestores y emprendedores como una herramienta poderosa en su arsenal del emprendimiento. Más que un filtro, o un impedimento para llegar al siguiente paso, el pitch debe promocionarse interna y externamente como laculminación del programa de aceleración, y lo que marca el inicio de un nuevocapítulo en el camino del emprendedor.

Los emprendimientos que son entrenados y capacitados para vender adecuadamente sus ideas de negocio, deben considerarse de por sí ganadores, independientemente de que logren acceso a la financiación.Al final del proceso, el progreso que hayan hecho los emprendedores debe ser el principal punto de venta de los servicios de los Centros de Desarrollo Empresarial SBDC-SENA.

Estructura de un Pitch de emprendimiento

- Breve síntesis, en una sola frase.
- La visión y la misión de la empresa.
- La propuesta de valor.
- Dar al público una idea clara de lo que hace.
- Cifras clave (indicadores de crecimiento).
- Tamaño del mercado y tu base de clientes.
- Ingresos anuales
- Nicho de tu emprendimiento
- Clientes que atiendes
- Tendencias y perspectivas
- Preferencias e información relevante para tu emprendimiento.

El SENA se reserva los derechos de autor de esta publicación.





@SENAComunica

www.sena.edu.co