

INS**PY**RAM**EU**UE



Este proyecto está
cofinanciado por la
Unión Europea



Cámara
de Comercio
y Servicios
del Uruguay



Eurocámara Uruguay

CLASE 1 - Ideación

16 de agosto

- El camino emprendedor
- El autoconocimiento
- El Propósito
- La idea



El trabajo en un mundo complejo



El trabajo en un mundo complejo

- ☐ La competencia con la maquina para el ser humano va a ser cada vez más difícil.
- ☐ Una nueva habilidad para el futuro será la habilidad INTER-ARTIFICIAL



La Inteligencia Artificial

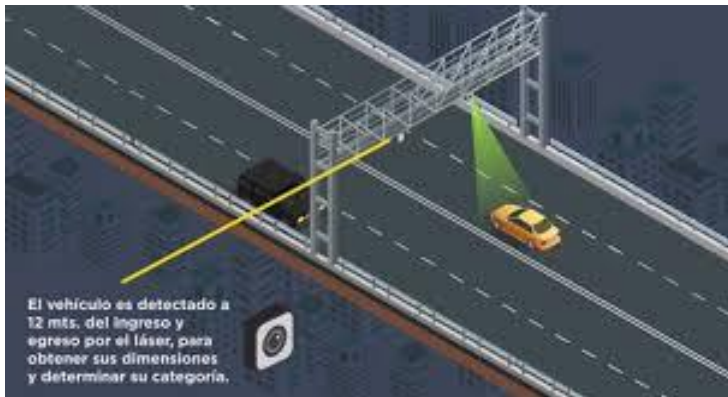
- ✓ **Google Duplex** es una nueva herramienta que le dará la posibilidad al usuario de configurar un asistente que puede hacerse pasar por un humano. Funciona a través de la herramienta Google Assistant, y después de sus primeras pruebas, ha dado muy buenos resultados que han impresionado a toda la comunidad de usuarios.

Fuente: <https://hoyentec.com/tecnologia/google-duplex-genera-temor-al-emular-la-voz-humana-google/>

- ✓ The Guardian Australian publicó el año pasado su primer artículo automatizado escrito íntegramente por un programa llamado Reporter Mate, una biblioteca de Python para crear historias a partir de datos. Muchos lo calificaron como el “primer reportero robotizado” del mítico medio de comunicación.

Fuente: <https://www.theguardian.com/australia-news>

La Inteligencia Artificial



Un mundo complejo

- Incertidumbre.
- Cambio.
- Velocidad.



Cómo insertarse en un mundo complejo

- Conocimiento.
- Planificación.
- Adaptación.



CREATIVIDAD



La maquina es una experta en soluciones lineales, padronizadas.

La creatividad no es una actividad lineal o padronizada.



Si trabajas como un robot puedes ser substituido por una máquina.

Si trabajas como un humano no puedes ser substituido por una máquina.

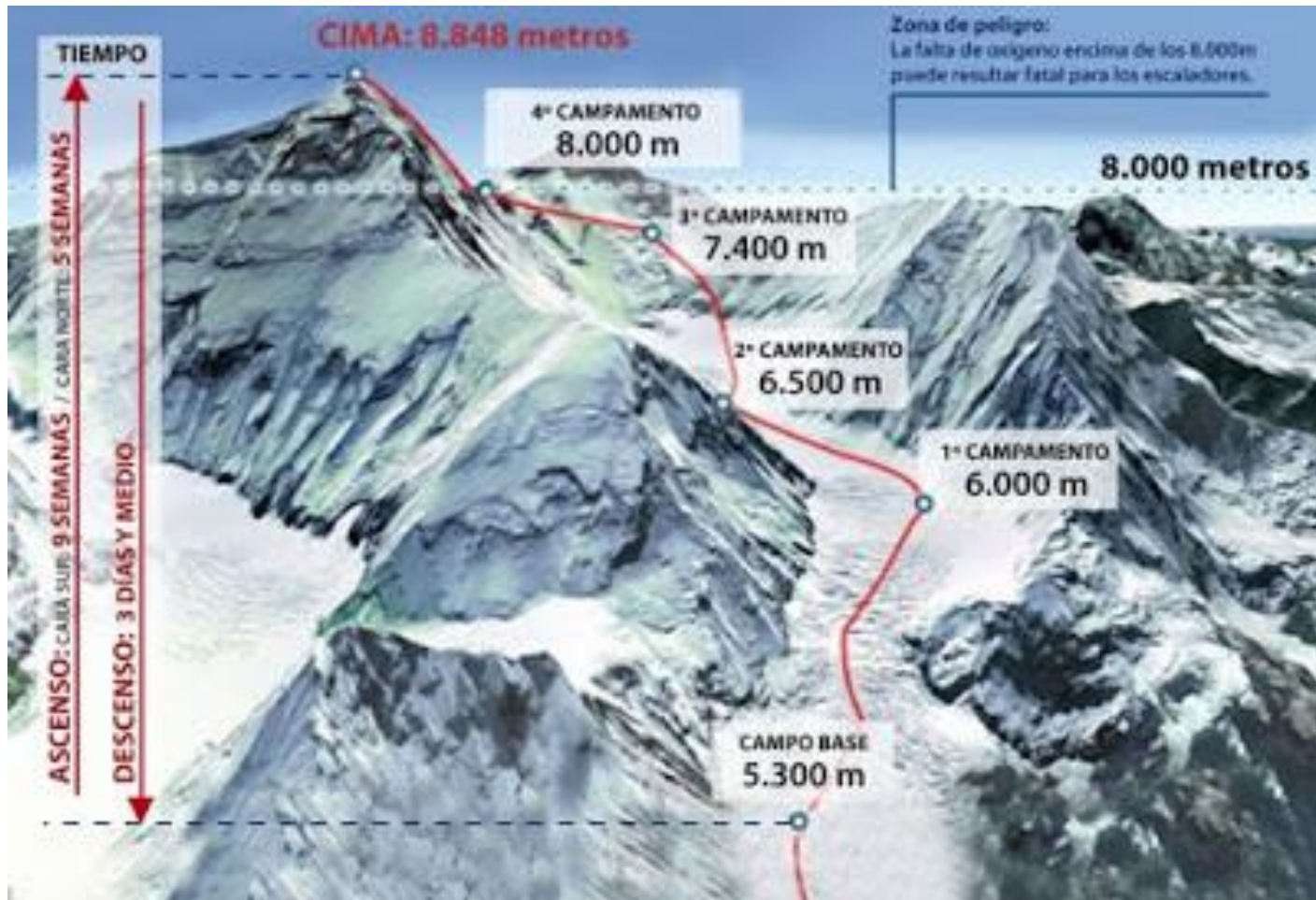
La gran habilidad del ser humano es ser humano.



EMPRENDER



EL CAMINO EMPRENDEDOR



EL CAMINO EMPRENDEDOR



Coraje no es **ausencia** de miedo. Coraje es avanzar **inclusive** con miedo.

AUTOCONOCIMIENTO

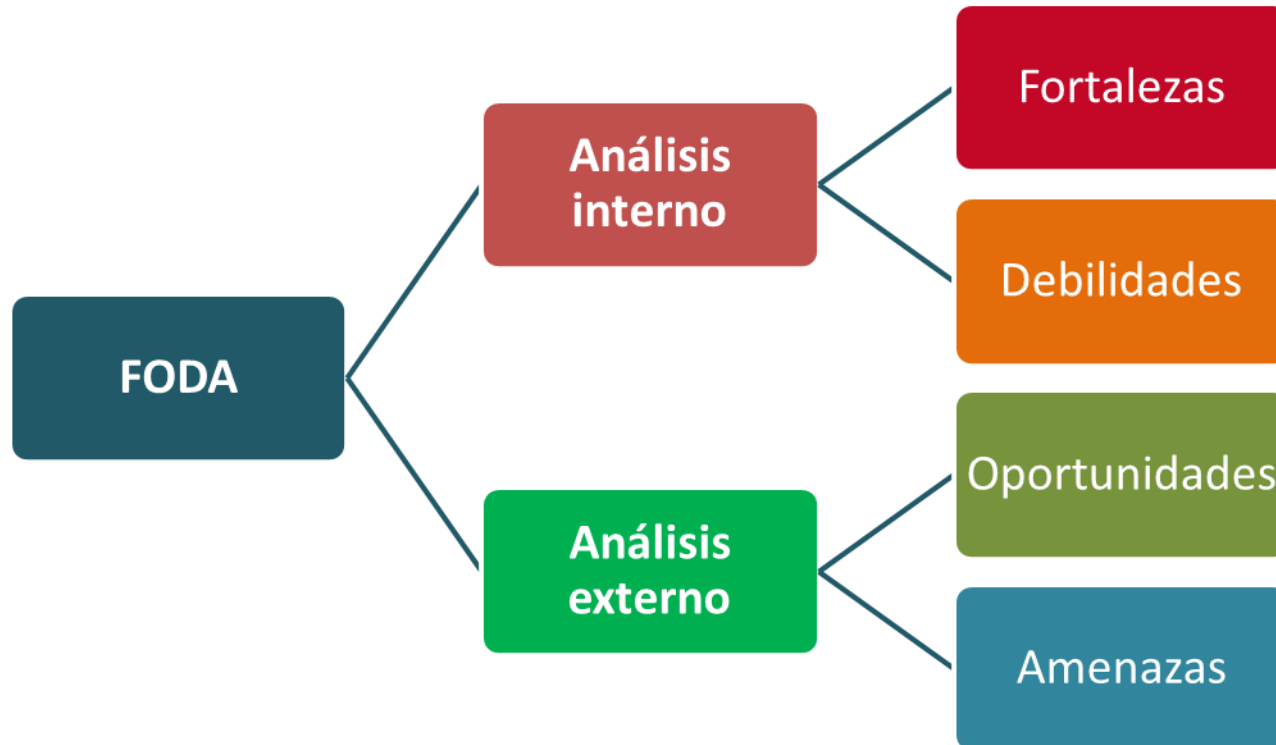
1



AUTOCONOCIMIENTO

- Análisis FODA.
- Personalidad.
- Inteligencia.
- Habilidades y competencias.

Análisis FODA



Análisis FODA



Ejercicio FODA



PERSONALIDAD

Los seres humanos tienen diferentes tipos de personalidades. Conocer cuál es la tuya te ayudará a definir y reflexionar sobre aspectos de tu personalidad y entender cómo ponerla al servicio de tu actitud emprendedora.

El indicador *Myer-Briggs Type* (MBTI) es el tipo de evaluación de la personalidad más ampliamente utilizado en el mundo. Surgió a partir de las obras de Carl Jung, quien elaboró la teoría de los tipos psicológicos en 1921. Años después, *Isabel Myers* y *Katherine Briggs* desarrollaron un enfoque en el que las personas podrían descubrir por sí mismos cuáles son sus rasgos psicológicos y; a partir de este conocimiento saber, por ejemplo, sus fortalezas y debilidades para la interacción con otras personas.

Para el emprendedor, este tipo de conocimiento puede ser importante para tener más información sobre sí mismo y entender cómo reaccionar ante las situaciones típicas del emprendimiento como identificar oportunidades; planificarse y reaccionar ante el riesgo e incertidumbres, además de construir su relación con otras personas relacionadas con el emprendimiento.

Realiza el test disponible en <https://www.16personalities.com/es/test-de-personalidad>

ISTJ

Hacer lo que hay que hacer

- Organizador
- Minucioso
- Privado • Confiable
- Reglas y regulaciones
- Práctico

EL MÁS RESPONSABLE

ISFJ

Gran sentido del deber

- Amable • Tranquilo
- Detallista • Da estabilidad a proyectos y grupos
- Trabaja tras los bastidores
- Responsable • Prefiere "hacer"

EL MÁS LEAL

INFJ

Inspira a los demás

- Reflexivo
- Introspectivo
- Preocupado por otros
- Principios firmes
- Perseverante • Creativo

EL MÁS CONTEMPLATIVO

INTJ

Todo se puede mejorar

- Basado en teorías
- Original • Escéptico • Crítico
- Hace las cosas a su manera
- Gran importancia a la capacidad y competencia

EL MÁS INDEPENDIENTE

ISTP

Dispuesto a probar cualquier cosa una vez

- Muy observador • Tranquilo
- Reservado y distante • Práctico y concreto • Poco pretencioso
- Preparado para lo que venga

EL MÁS PRAGMÁTICO

ISFP

Las acciones valen más que las palabras

- Cálido y sensible • Modesto
- No le interesa el liderazgo
- Planificador a corto plazo
- Buen miembro de equipo
- Goza del presente

EL MÁS ARTÍSTICO

INFP

Interesado en ayudar a otros

- Entusiasta • Le gusta aprender
- Estrictos valores personales
- Busca orden y paz interior
- Reservado • Creativo
- Original

EL MÁS IDEALISTA

INTP

Le encanta solucionar problemas

- Mente lógica y analítica
- Reta a otros a pensar
- Más interesado en ideas que en aspectos personales
- Socialmente cuidadoso

EL MÁS CONCEPTUAL

ESTP

Bueno para resolver problemas concretos

- Directo • Poco convencional
- Divertido • Gregario • Vive el aquí y ahora • No le gustan las explicaciones largas ni las complejidades

EL MÁS ESPONTÁNEO

ESFP

Sólo se vive una vez

- Práctico • Sociable • Abierto
- Espontáneo • Conciliador
- Le encantan las sorpresas
- Disfruta la vida • Maneja múltiples proyectos y eventos

EL MÁS GENEROSO

ENFP

Le saca el jugo a la vida

- Orientado hacia la gente
- Creativo • Ingenioso
- Busca la armonía • Capaz para todo lo que le interesa
- Enérgico • Más comienzos que terminaciones

EL MÁS OPTIMISTA

ENTP

Busca un reto emocionante tras otro

- Entusiasta • Nuevas ideas
- Le encantan los problemas nuevos y difíciles
- Visionario • Prueba los límites

EL MÁS INVENTIVO

ESTJ

Los administradores naturales

- Orden y estructura
- Sociable • Perseverante
- Orientado hacia resultados
- Le gusta dirigir y organizar
- Productor • Tradicional

EL MÁS PUJANTE

ESFJ

Los mejores anfitriones

- Grandes habilidades interpersonales
- Colaborador • Cortés
- Considerado • Deseoso de agradar • Popular • Correcto

EL MÁS ARMONIOSO

ENFJ

Sabe persuadir

- Carismático • Compasivo
- Ignora lo desagradable
- Idealista
- Busca posibilidades para la gente • Le encanta brillar

EL MÁS PERSUASIVO

ENTJ

Los líderes del mundo

- Visionario • Gregario
- Argumentativo
- Planificador de sistemas
- Toma la batuta • Baja tolerancia para la incapacidad

EL MÁS IMPONENTE

INTELIGENCIA

La *Teoría de las inteligencias múltiples* fue desarrollada por el psicólogo *Howard Gardner* en la década de 1980 y argumenta que hay diferentes tipos de inteligencia además de aquellas medidas en pruebas de coeficiente intelectual.

Gardner explica qué inteligencia es la habilidad que tienen las personas para resolver problemas y para eso pueden usar nueve tipos de enfoques diferentes.

Tener conocimiento de sus principales tipos de inteligencia puede ser muy eficaz para el emprendedor si sabe cómo usarlos. También contribuye a que reconozca que no domina otros tipos de inteligencias que pueden ser vitales para su negocio.

Es importante que sepa cómo desarrollarlas o que tenga socios o colaboradores clave que le proporcionan los tipos de inteligencia que le falta.

Realiza el test disponible en
<https://www.psycoactiva.com/tests/inteligencias-multiples/test-inteligencias-multiples.htm>

Inteligencias Múltiples

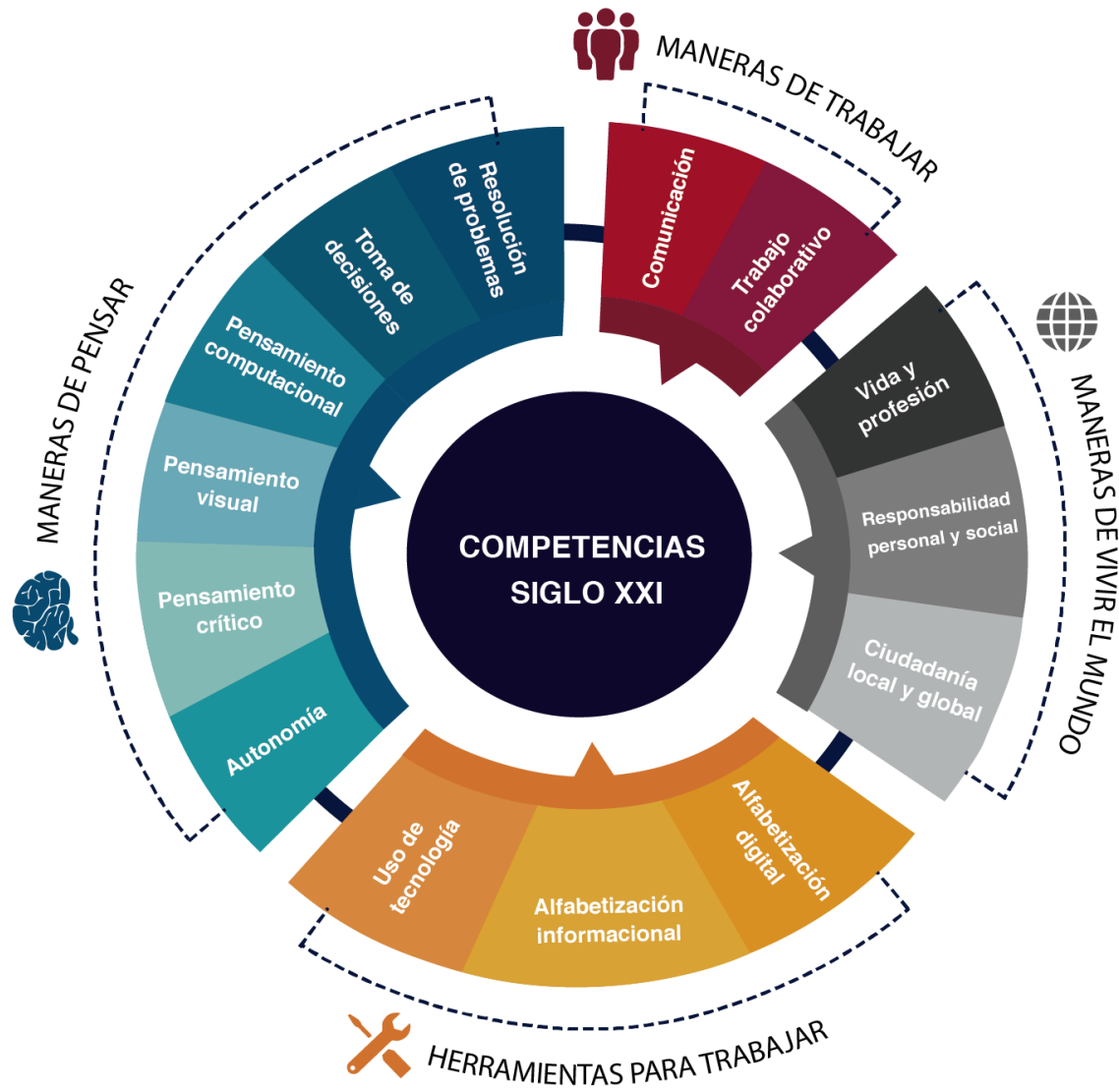




LAS COMPETENCIAS DEL SXXI

CREATIVIDAD E INNOVACIÓN
 PENSAMIENTO CRÍTICO
 APRENDER A APRENDER
 ALFABETIZACIÓN DIGITAL
 COMUNICACIÓN EFECTIVA
 TRABAJO COLABORATIVO
 AUTONOMÍA
 RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS
 RESPONSABILIDAD PERSONAL Y SOCIAL
 CIUDADANÍA LOCAL Y GLOBAL





¿POR QUÉ VOY A EMPRENDER?



¿Que te impulsará a levantarte cada día?



- Motivación
- Propósito



EL ÉXITO

La visión actual del éxito que describen los emprendedores apunta hacia una combinación de logros tanto económicos, como sociales y personales.

El éxito es definido como **“un camino con hitos intermedios que van alcanzándose poco a poco”**. En este sentido, lo que define el éxito no es tanto la meta, sino el avance progresivo de un proyecto que toma forma “a base de **pequeñas batallas**, que son las que marcan el camino hacia el éxito”

El éxito significa sentirse realizado a nivel personal.

Éxito puede tener significados diferentes para cada persona.

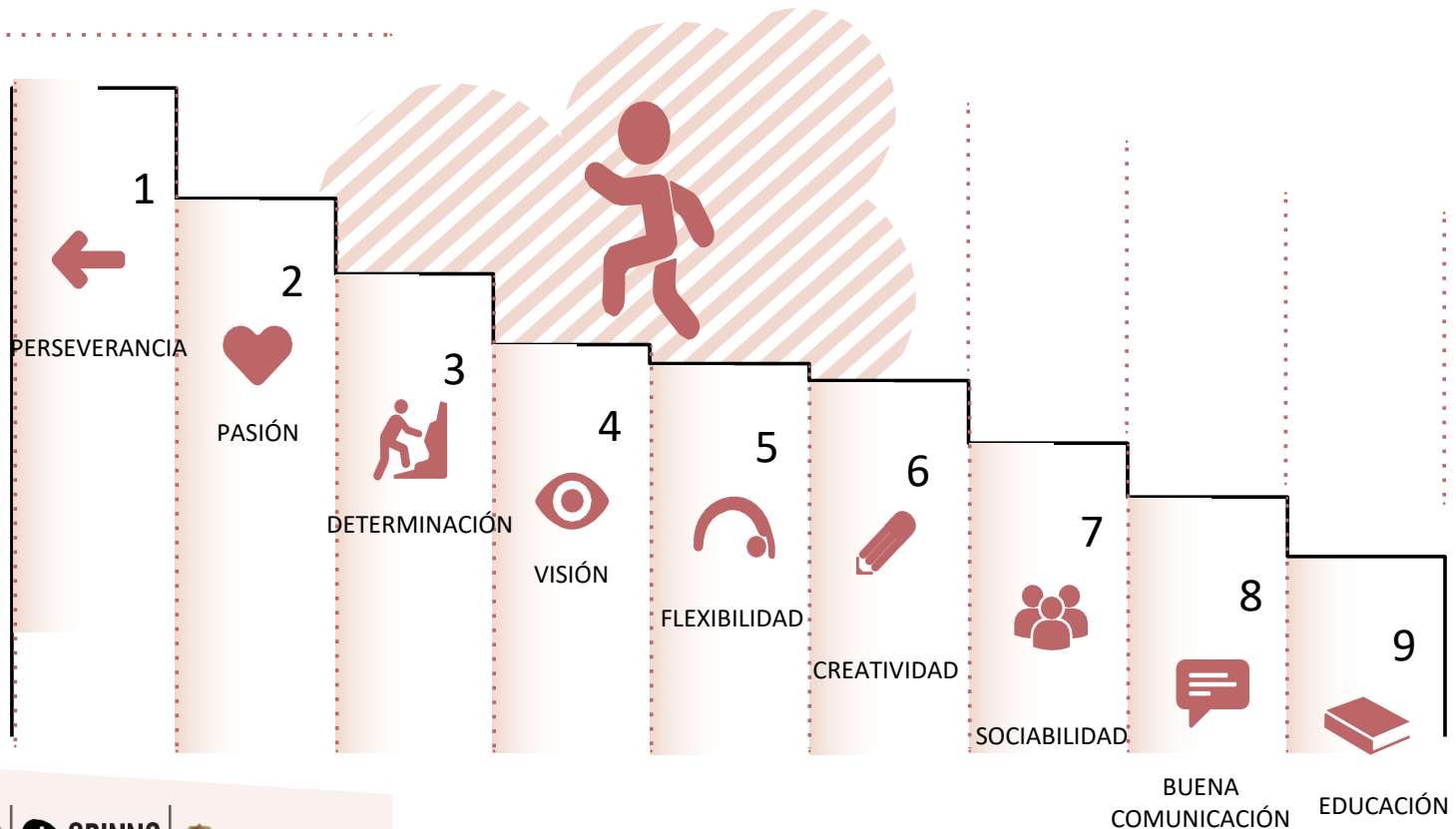
EL ÉXITO

Para muchos emprendedores el éxito no procede tan solo de aportar algo nuevo a la sociedad, sino que implica que ese impacto suponga una mejora en la vida de las personas.

EL ÉXITO



FACTORES DEL ÉXITO



LA MOTIVACIÓN

Cuando los emprendedores dan forma a una empresa desde cero obtienen una gran satisfacción.

Ver plasmadas las ideas en un proyecto hace a los emprendedores sentirse orgullosos.

EL PROPÓSITO

El Propósito es la satisfacción de
hacer algo que tenga **impacto**.

EL VALOR COMPARTIDO

El concepto de valor compartido puede ser definido como las políticas y las prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera.

EL VALOR COMPARTIDO

Nueva forma del éxito económico.

Involucra crear valor económico de manera también de crear valor para la sociedad al abordar necesidades y desafíos del progreso social.

El Valor Compartido no está al margen del emprendimiento sino en el centro.

Un emprendimiento necesita de una comunidad sana para desarrollarse, porque es parte del mismo.

EL TRIPLE IMPACTO COMO VALOR

- 1- En la vida personal del emprendedor (Económico)
- 2- En el entorno social en donde vive. (Calidad de vida)
- 3- En el medio ambiente. (Sustentabilidad)

LA SUSTENTABILIDAD

Busquen nuevas formas alternativas de **hacerlo** sin tener
que gastar el mismo dinero.

Creatividad en el Modelo de Negocio

APRENDER HACIENDO

Aprender haciendo, “*learning by doing*”, es una metodología de aprendizaje donde, en vez de la secuencia habitual que va de la teoría a la práctica,

(Teoría → Práctica)

se invierte el proceso,

(Práctica → Teoría).

Pensar-Hacer-Probar-Equivocarse-Corregir-Probar



APRENDER HACIENDO

Muchas veces tienes una idea que crees que va a funcionar, pero lo más importante no es tenerla, sino ejecutarla, **“No digo, sino que hago, porque haciendo ya lo estoy diciendo”**.

Metodologías ágiles o lean. Estas prácticas se basan en reducir el riesgo de un nuevo proyecto mediante la validación temprana de las ideas (o hipótesis) y el desarrollo rápido de producto en ciclos de prototipado, involucrando a los clientes desde el principio.

2

LA IDEA



¿Por qué esa **IDEA**?

- Tienes un cierto conocimiento del segmento.
- Tienes una necesidad imperiosa de generar ingresos.
- Tienes una cierta habilidad o destreza relacionada con la idea.
- Tienes cierta experiencia del segmento como dependiente.
- Dispones de algún recurso que se puede aprovechar.



¿Qué es un **NEGOCIO**?

Un negocio es cualquier actividad, ocupación o método que tiene como fin obtener **una ganancia**.

Es decir, un negocio es una actividad económica que busca obtener utilidades principalmente a través de la venta o intercambio de productos o servicios que satisfagan las necesidades de los clientes.



¿Cuándo un negocio es **SUSTENTABLE**?

- Cuando genera transacciones **RECURRENTES**.
- Cuando las transacciones recurrentes en un período determinado cubren los costos y generan **LUCRATIVIDAD**.
- Cuando el **COSTO DE CONSEGUIR UN CLIENTE** es menor que la utilidad generada.
- Cuando el negocio puede **INVERTIR** en si mismo, innovar y crecer.
- Cuando las horas invertidas en gestionarlo disminuyen en forma proporcional a la aumento de las utilidades.



¿ Cuando existe una oportunidad **DE NEGOCIO**?

PROBLEMA



NECESIDAD



SOLUCIÓN



¿Cómo analizo el **PROBLEMA**?

¿Qué problema de mercado esta idea viene a solucionar?

- No existe INNOVACIÓN en el segmento.
- Las soluciones existentes no cubren todas las necesidades del segmento.
- Hay nichos de mercado que no son atendidos.
- Hay poca oferta disponible pues existen pocos competidores.



¿Cómo investigo el **PROBLEMA**?

Si en el mercado no existe un problema de consumo, difícilmente habrá una oportunidad para competir.

Los problemas pueden deberse a múltiples factores, que determinan ciertas carencias en los consumidores. Detectar esos problemas, permite preparar una idea de negocios que atienda a necesidades concretas de los consumidores.

Los emprendimientos que actúan en un determinado mercado, no siempre atienden todas las necesidades de consumo, sino que se concentran en las que se adaptan a sus capacidades. Por lo tanto, detectar problemas derivados de insatisfacciones o carencias de los consumidores puede devenir en una oportunidad para generar una solución.

La idea de negocio debe concentrarse en solucionar esos problemas de consumo no atendidos.

¿Cómo investigo el **MERCADO**?

La **investigación secundaria** es la búsqueda de informaciones y datos que ya están disponibles en algún lugar: sitios web, blogs, informes de instituciones del gobierno, investigaciones de cámaras empresariales, Instituto de Estadísticas y Censos, entrevistas personales u observaciones en el día a día del mercado.

Esta recolección de informaciones no tiene costos para el emprendedor. Requiere tiempo, predisposición para investigar y recolectar datos.

La clave para una obtener una buena información es obtenerla de una fuente segura y confiable.

¿Cómo analizo la **NECESIDAD**?

En función del problema:

¿Qué necesidad no atendida del consumidor la idea viene a cubrir?

- Mejora el acceso al producto/servicio
- Mejora el precio
- Mejora la calidad
- Mejora la tecnología o las funcionalidades
- Mejora la experiencia de compra
- Reduce el tiempo de adquisición



¿Cómo investigo **LA NECESIDAD?**

La necesidad es un estado de carencia de los consumidores con relación a las soluciones existentes en el mercado.

Detectar necesidades insatisfechas, permiten identificar una oportunidad para generar una solución que la resuelva.

En esta etapa se debe combinar investigaciones secundarias con investigaciones primarias (o sea aquella que necesita informaciones no disponibles y permite generar nuevos datos)

¿Cómo analizo la **SOLUCIÓN**?

La idea realmente RESUELVE el problema y atiende la necesidad, pero...

- ¿Es una solución POSIBLE y VIABLE de concretar?
- ¿ Se puede transformar en un NEGOCIO RENTABLE?
- ¿ Cómo valido mis hipótesis?
- ¿ Cuáles son las dimensiones de la idea que necesito validar?
- ¿ Resuelve el problema de una forma distinta a la habitual?



¿Cómo genero **LA SOLUCIÓN**?

Aprovechar la oportunidad que proporciona la detección de un problema de consumo y una necesidad insatisfecha, permite pensar en soluciones que el emprendedor puede ofrecer, de acuerdo a sus habilidades y capacidades.

Aquí se puede comparar la idea de negocio pre concebida con el/los problemas detectados y ajustarla a las necesidades de los consumidores.

O se puede generar una idea nueva para atenderlas.

O se puede incluir una innovación en un emprendimiento ya existente para atender alguna de esas necesidades.

3

EL MODELO DE NEGOCIO

