



El progreso
es de todos

Mincomercio



EMPRENETÓN

Guía para adentrarte en el mundo del emprendimiento

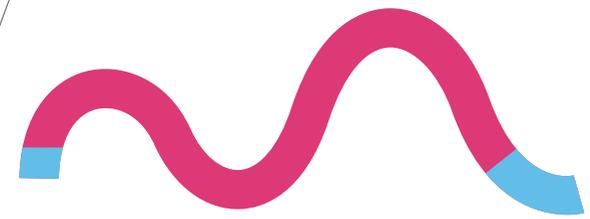
innpulsa
Colombia



El progreso
es de todos

Mincomercio

innpulsa
Colombia



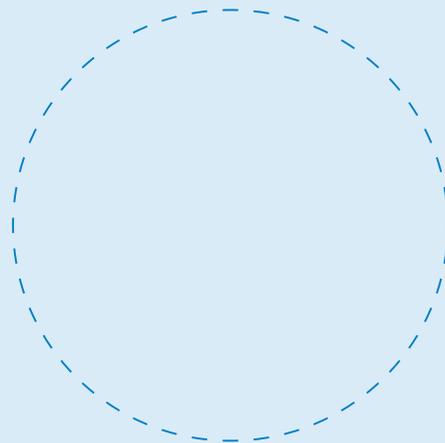
EMPRENDETÓN

INNpulsa Colombia promueve el emprendimiento, la innovación y el fortalecimiento empresarial como instrumentos para el desarrollo económico y social, la competitividad y la generación de un alto impacto en términos de crecimiento, prosperidad y empleo de calidad.

Durante este taller usted experimentará la apasionante ruta del emprendimiento y aprenderá los conceptos básicos y herramientas prácticas y necesarias para emprender, identificando oportunidades con potencial innovador, generando ideas poderosas, prototipando y validando una oportunidad de negocio.

Yo soy _____ Mi emprendimiento se llama
(si lo tengo): _____

y pertenezco al equipo...



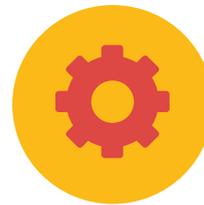
Siga cuidadosamente esta guía, aprenda los conceptos claves, haga los ejercicios prácticos para entender aún más los conceptos y diviértase con el juego que hemos creado para usted.

¿Qué información tiene esta guía?



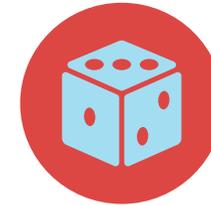
INFORMACIÓN CLAVE

Léala con cuidado. Le ayudará a entender lo que hace falta para emprender de forma exitosa.



EJERCICIOS

Le ayudarán a entender y comenzar a aplicar los conceptos clave a su propia situación y necesidades.



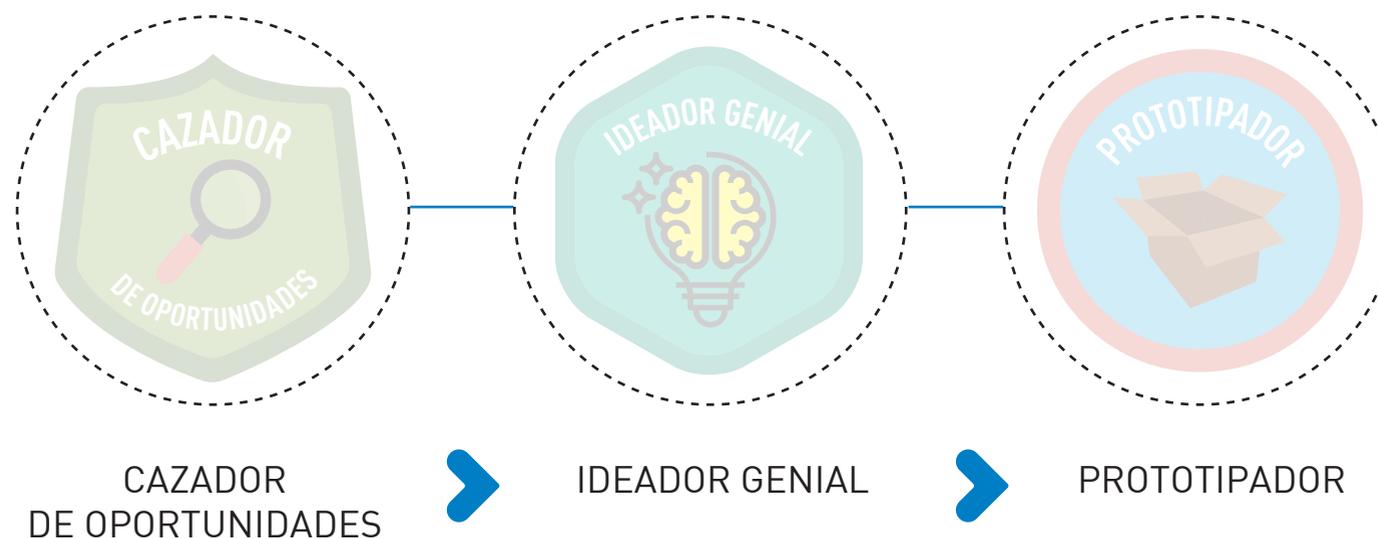
JUEGO

El emocionante juego E-Tournament.

E TOURNAMENT

Escala de progreso

Esta experiencia lo ayudará a avanzar en su camino para la creación de su emprendimiento. Al terminar cada parte del proceso, podrá evaluar si ha avanzado en este camino. La siguiente escala le permitirá marcar su progreso.



Capacidades de los emprendedores más exitosos

Un emprendedor es alguien capaz de identificar una oportunidad de negocio de alto potencial, que ha sido pasada por alto por los demás, generar una idea disruptiva para aprovecharla y ejecutarla rápidamente de manera genial.

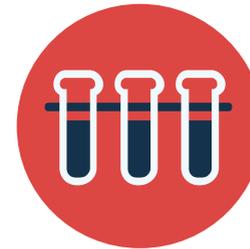
Los emprendedores exitosos desarrollan a niveles superiores tres grandes capacidades:



Identificación
de oportunidades



Generación
de ideas
diferenciadoras



Experimentación
y validación

Juego TOURNAMENT

OBJETIVO DEL JUEGO

Fortalezca los diferentes aspectos (categorías) de su negocio para llegar a ser la empresa que más dinero gane durante el juego.

DESCRIPCIÓN

En el tablero de juego se muestran las categorías de su negocio. Allí irán anotando el nivel que ha alcanzado cada una de ellas a medida que avanza el juego.



PRODUCTO:

Tener un producto innovador y de excelente calidad. El nivel de avance del producto define el precio al que se vende.



DIFUSIÓN:

Son las actividades de mercadeo y comunicación. Entre más "ruido" haga sobre su maravilloso producto, más probabilidades tendrá de llegar a sus clientes.



CAPACIDAD:

¿Qué cantidad de productos puede producir en su planta? ¿Qué cantidad de personas puede atender con su servicio? La capacidad de producción y de entrega es fundamental para todo negocio. De nada sirve tener muchos clientes dispuestos a comprar si no hay capacidad para entregarles su producto. La capacidad define la cantidad de productos máxima que puede vender en cada evento de ventas.



GESTIÓN:

Son las herramientas e indicadores que le permiten saber lo que está pasando con su negocio y tomar decisiones rápidas y acertadas. Las eficiencias que produce una adecuada gestión se notan en el dinero que recibe su equipo en cada ronda, según se indica en la escala de gestión en el tablero principal.

En cada turno, su equipo seguirá esta secuencia de juego:

1. Tomar 1 tarjeta de acción: (gente, tecnología o conocimiento del cliente) y subir 2 puntos distribuidos en las categorías que permite la tarjeta.
2. Opcional: pagar \$2 para subir 1 punto en difusión.
3. Evento: (Hay 2 tipos de evento: sorpresa y venta).
4. Gana monedas: tantas como indique la escala de gestión.

Tarjeta de acción	Puntos para subir	Categorías en las que se puede subir
Gente	2	Capacidad/Producto
Tecnología	2	Capacidad/Gestión
Conocimiento del cliente	2	Producto/Difusión

EVENTOS: Hay dos tipos de evento:

1. SORPRESA:

El mercado premia o castiga a las empresas según el desarrollo que tenga en algunas de sus características.

Algunos ejemplos de eventos son:

- 1 Si tiene menos de 4 en gestión, lanza el dado y pierde eso en pesos.
- 2 Si tiene más de 8 sumando difusión y gestión, lanza el dado y gana eso en pesos.
- 3 Si tiene menos de 5 en difusión, solo puede vender el mínimo en la siguiente ronda.
- 4 Si tiene al menos 3 en difusión, lanza el dado y recibe eso en pesos.
- 5 Si tiene 4 en gestión, sube 1 en difusión.
- 6 Si tiene 6 o más en difusión, vende 2 productos más en la siguiente ronda de venta.
- 7 Si tiene 8 o más vende 4 productos más.

2. VENTAS:



El mercado anuncia cuántos productos está dispuesto a comprar a cada empresa.



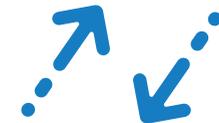
Las empresas pueden vender esa cantidad de productos si su capacidad se lo permite.

$_ \times PV$

Las empresas reciben el dinero correspondiente a la multiplicación de la cantidad de productos que venden por el precio de venta.



El precio de venta es el que muestra la escala de producto.



En cada evento de ventas la cantidad de productos comprados por los clientes puede cambiar. Veamos algunos ejemplos: Venta, se vende un número al azar entre 2 y 4, cada uno vende al precio de su producto, máximo hasta su nivel de capacidad.

Habilidades de los emprendedores mas exitosos



COLABORAR

Un emprendedor sabe que no puede hacer todas las cosas él solo, sabe que no puede tener todas las respuestas él solo, sabe que él solo no puede ser quien genere TODAS las ideas que su emprendimiento necesita. Los emprendedores que logran crecer sus negocios se vuelven expertos en conectarse con otras personas que le aporten conocimientos, energía, ideas y trabajo; es capaz de motivar a otros para contagiarlos de su emoción por sacar adelante el proyecto. Un buen emprendedor es un buen colaborador.



TEST

1. Me resulta fácil trabajar con personas que tienen intereses o estilos diferentes al mío.
2. Disfruto mucho cuando hago parte de un grupo que tiene un objetivo común.
3. Suelo ser abierto a negociar mi posición cuando discutimos estrategias con mis compañeros de equipo.
4. Soy consciente de que en ciertos momentos, otras personas con capacidades más adecuadas deben liderar el proceso.



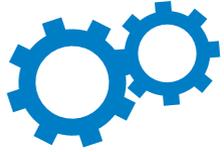
EXPLORAR

Un emprendedor sabe que muchos caminos de crecimiento tendrá que INVENTARLOS él mismo, tendrá que ser pionero en muchas cosas. Ser un innovador es ser un explorador; pero no todas las personas están dispuestas a correr los riesgos y soportar las incomodidades de ser un explorador. Siempre es más fácil mantenerse en lo conocido. ¿Tiene usted ese interés por probar nuevos caminos?



TEST

1. Me aburre estar haciendo siempre lo mismo y busco cambiar de escenario frecuentemente.
2. No me frustro cuando las cosas salen mal al probar un nuevo camino.
3. El riesgo de perder o fracasar, no me frena cuando hay oportunidad de probar algo nuevo.
4. Experimentar algo nuevo ha sido mi mejor maestro en muchas ocasiones.



APRENDER

Un emprendedor sabe que aún no tiene todo el conocimiento que necesitará para construir una empresa memorable, para diseñar y lanzar productos sorprendentes o para mantenerse al día con los avances tecnológicos. Un emprendedor es capaz de ponerse nuevos retos, que le exigen el máximo de sus capacidades. Nuevos retos que requieren nuevas capacidades que tendrá que desarrollar; como emprendedor, disfruta desarrollar estas nuevas capacidades. Disfruta aprender siempre.



TEST

1. Soy amigo de ponerme retos para lograr cosas que no he logrado antes.
2. Me gusta ver que cada vez soy mejor en algo que me parece importante o me gusta mucho.
3. Identifico aquello que debo aprender y hago lo que sea para convertirme en experto.
4. Me gusta encontrar a un mentor o maestro que me guíe y me lleve a un siguiente nivel.



COMPETIR

Un emprendedor sabe que debe luchar por la atención y la preferencia de los clientes, y lo disfruta. Disfruta poner su producto en el mercado y verlo cómo se enfrenta a las otras opciones disponibles. Disfruta identificar sus fortalezas y debilidades y diseñar una estrategia para sacar máximo provecho de las primeras y para compensar las segundas. El emprendedor sabe que todos los esfuerzos que hace es para ganar el corazón de ese evasivo comprador.



TEST

1. Disfruto poner a prueba mis capacidades enfrentándome a otros que sean muy buenos.
2. Ser el mejor es importante para mí.
3. Me gusta ser el primero en mostrar algo nuevo.
4. No me bloqueo ni me angustio por tener que estar en ambientes competitivos.

Resultado:

Sume un punto por cada vez que haya estado de acuerdo con alguna de las afirmaciones. Si usted tiene un puntaje superior a 12 puntos, tiene muchas de las habilidades que caracterizan a los emprendedores excepcionales. Si ha obtenido un puntaje menor, revise aquella o aquellas habilidades con los puntajes más bajo y plantéese la posibilidad de mejorar en ellas en el futuro.

¿Cuáles son la 10 razones principales por lo cual los emprendimientos fracasan?



No hay una real necesidad del producto o del servicio en el mercado. Incluso cuando el emprendedor cree que la hay.



Falta de recursos para garantizar la supervivencia y crecimiento del emprendimiento en las primeras etapas.



El equipo de trabajo no es el adecuado.



Mal momento para salir al mercado. Los clientes no están listos para el producto o servicio o, por el contrario, el mercado para esta oferta ya está desapareciendo.



La competencia es muy fuerte o bien posicionada.



Los costos de operación son muy altos o hay costos que no se han previsto.



Falta de usabilidad del producto o del servicio. El producto o servicio funciona pero los posibles clientes no lo sienten "amigable".



Modelo de Negocio erróneo o sin modelo de negocio claro.

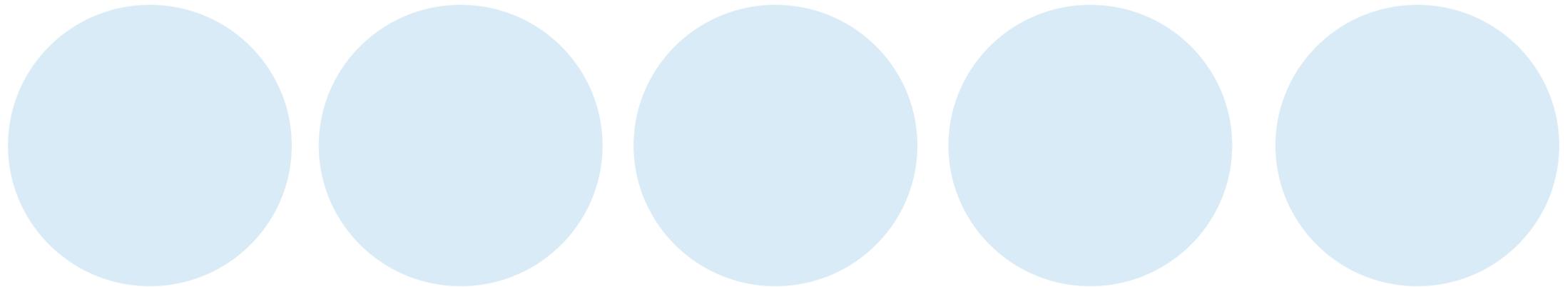


Falta de publicidad y promoción. Se falla en el objetivo de lograr que los posibles clientes conozcan y se interesen por la oferta.



Se ignoran a los usuarios y/o clientes en el proceso de construcción del producto o servicio, en su distribución, en su comunicación o en otras fases.

Algunos tips para crear emprendimientos exitosos:



Capacidad #1

Cazador de oportunidades

Siempre hay oportunidades de negocio alrededor nuestro, pero solo algunos observadores inquisitivos logran identificarlas.

Un buen emprendedor va más allá de lo obvio, encuentra necesidades que no son tan evidentes, es capaz de explorar las motivaciones internas de las personas e identificar aquellos deseos insatisfechos, aquellas aspiraciones personales, aquellas frustraciones escondidas.

Para reforzar la capacidad de identificación de oportunidades, haremos un ejercicio de observación:

A diferencia de los ejercicios tradicionales de observación, en esta ocasión no observaremos a las personas pensando en un negocio en particular. Es decir, no iremos a ver a los usuarios de un restaurante pensando en encontrar posibles negocios relacionados con servicios o productos de alimentación, iremos a observar con la mente abierta y trataremos de identificar oportunidades para productos o servicios **COMPLETAMENTE NUEVOS**.



EJERCICIO:

Cazadores de momentos: En este ejercicio iremos a la calle y observaremos personas realizando cualquier actividad (o ninguna).

1. Organice su equipo en sub-equipos de 3 o 4 personas.
2. Preparen papel y lápiz.
3. Salgan a la calle y durante 15 minutos observen a las personas que vean alrededor o en los establecimientos públicos cercanos.
4. Hagan descripciones escritas y dibujos de las observaciones.
5. Vuelvan y revisen las observaciones anotadas.
6. Compartan con los otros integrantes del equipo.

¿Qué observaremos en estas personas?

Alguna de estas situaciones:



Su estado emocional

- ¿Están tranquilos?
- ¿Intranquilos?
- ¿Qué emoción experimentan?
- ¿Están felices? ¿Enojados?
- ¿Angustiadados?



Su relación con el entorno

- ¿Están cómodos?
- ¿Incómodos?
- ¿Están seguros?
- ¿Inseguros?



¿Qué están usando?

- ¿Qué estilo tiene eso que están usando? ¿Qué nos dice ese estilo sobre las prioridades y gustos de la persona? ¿Cómo lo están usando? ¿De manera convencional? ¿De formas personales y novedosas?



¿Qué dicen?

- ¿Qué hay detrás de algunas de las frases que podamos escucharles? ¿Qué dice su lenguaje no-verbal?

Con lo que observamos podemos buscar oportunidades para ofrecer productos o servicios COMPLETAMENTE NUEVOS. ¿Cómo lo haremos?

El truco es identificar un momento particular en el que podamos mejorar la situación de una o varias de las personas observadas. Revisemos nuevamente lo que observamos de estas personas y preguntémonos: ¿Cómo podemos hacer a esta persona... más feliz? más cómoda? más segura? más productiva?

TIP: Piense en los gustos, necesidades y motivaciones de esas personas observadas. **NO PIENSE EN LOS SUYOS PROPIOS.** Un buen emprendedor es capaz de diseñar productos pensando en los demás y no en sí mismo. Incluso puede diseñar productos que él mismo no compraría (porque ha entendido el motivador de SU posible cliente y trabaja para crear algo que ESE posible cliente quiera tener). Un emprendedor sabe que a quien debe conquistar es a su cliente no a sí mismo.

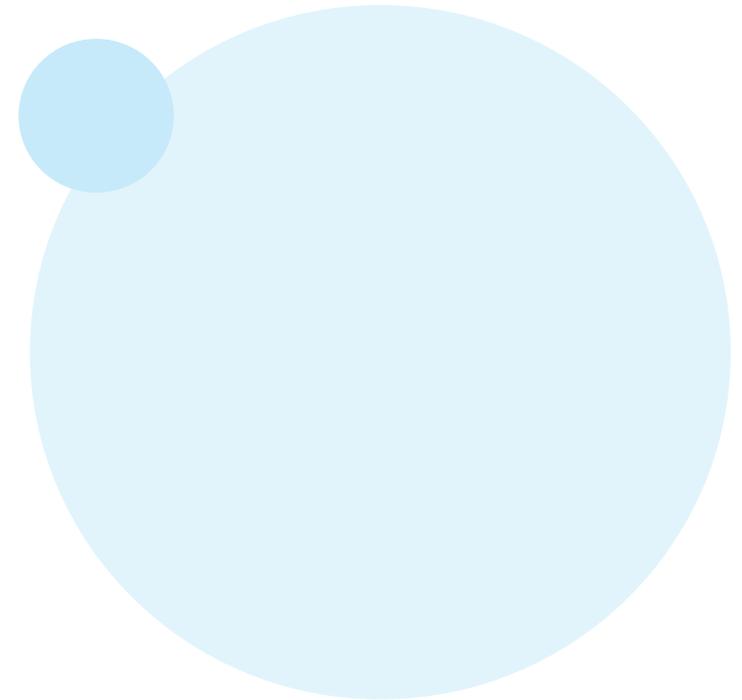
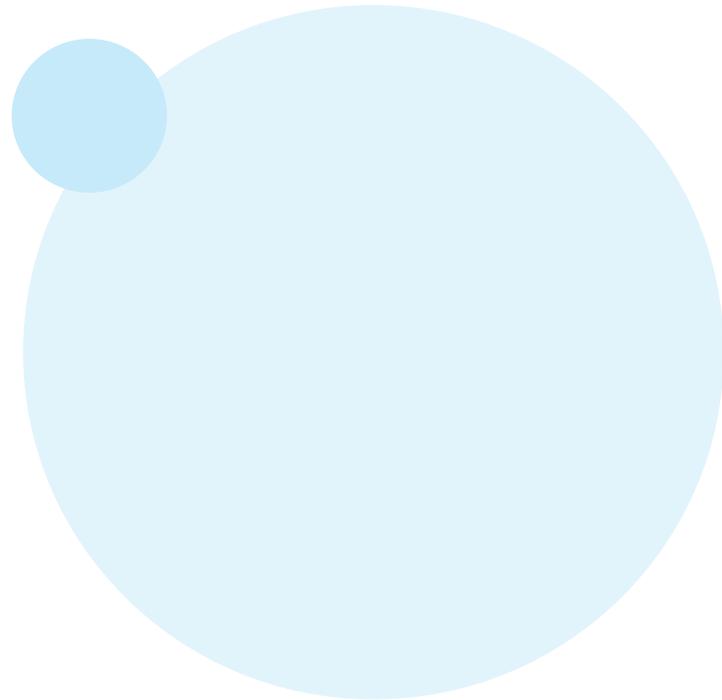
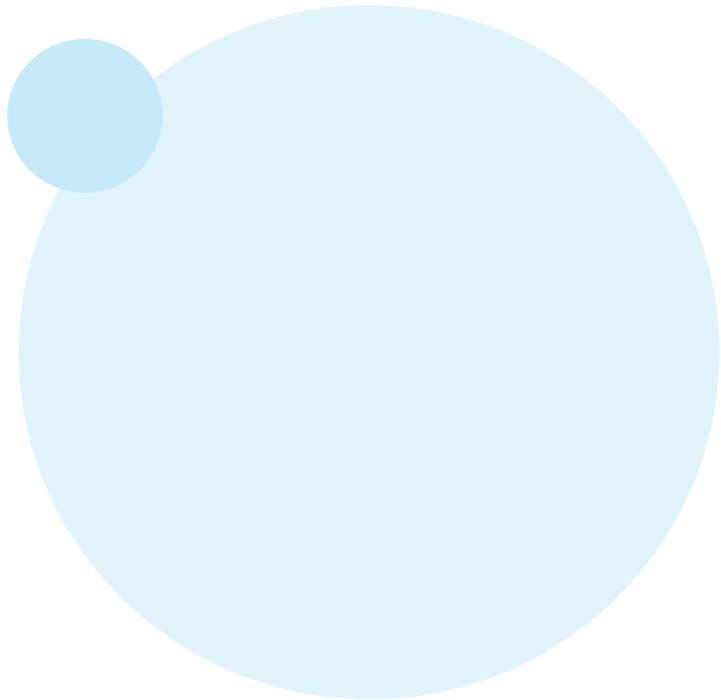
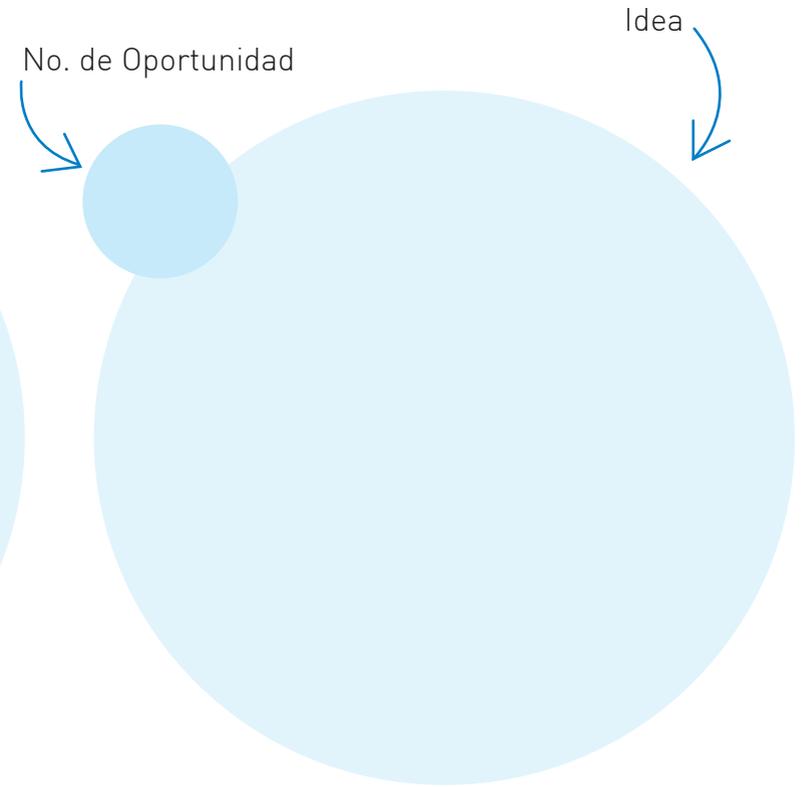
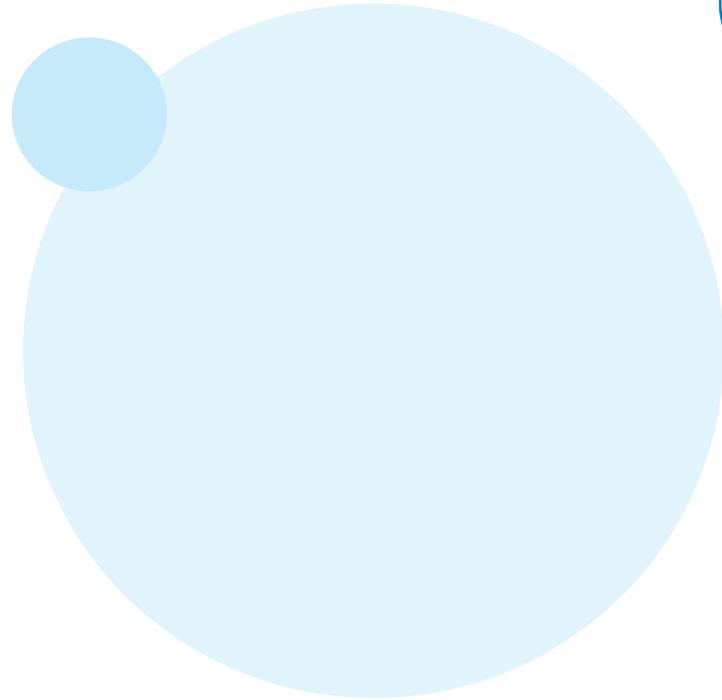
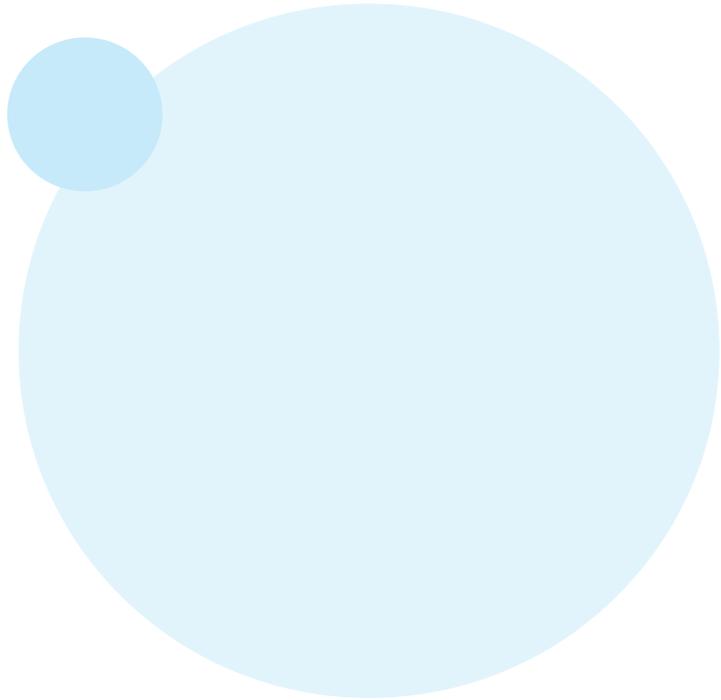


Banco de Oportunidades

Use el siguiente formato para resumir las observaciones realizadas. Ubique cada observación en la columna que la inspiró e identifique la oportunidad que esta observación abre para crear posibles productos o servicios.

Estado emocional	Cosas que se usan	Relación con el entorno	Necesidades expresadas <small>(explícita o implícitamente)</small>	#	Oportunidad
				1	
				2	
				3	
				4	

En el siguiente espacio escriba las ideas iniciales que le han surgido para aprovechar la oportunidad.





AUTOEVALUACIÓN:

Lea las siguientes afirmaciones:

“Entendí que observar requiere capturar la información del cliente de muchas maneras, observando sus actitudes, su lenguaje no-verbal, la manera como resuelve sus problemas, etc”.

“Entendí que si quiero crear un emprendimiento sorprendente, una excelente ruta es identificar oportunidades observando cuidadosamente a las personas para identificar necesidades y problemas que aún no han satisfecho y que, en muchos casos, ni siquiera son conscientes que tienen”.

Si ha estado de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha progresado en su ruta para ser un gran emprendedor. Agregue el adhesivo: Cazador de oportunidades a su escala de progreso.



Capacidad #2

Ideador genial

Las emociones

Somos más creativos cuando buscamos ideas sobre algo que nos apasiona. Si su objetivo de negocio o su labor no le apasiona, la probabilidad de generar ideas geniales se disminuye.



EJERCICIO:

¿Cuál es su Mega único?

El Mega único es el objetivo emocionante al que un emprendedor se consagra. Debe ser un objetivo que le llene de alegría, de satisfacción, de ganas de entrar en acción. Quizá algo como: “lograr que cada niño aprenda 10 veces más rápido y con una sonrisa” o “lograr que las personas tengan la mejor alimentación del mundo aunque no puedan ir a un restaurante”
o...

Piense en su Mega único y escríbalo a continuación.
(Solo hay un espacio porque el Mega único es único).

El cerebro despierto

Si nuestro objetivo es entender la manera como funcionamos a la hora de generar ideas cuando nos ponemos en la tarea de solucionar problemas, será conveniente hablar un poco de los elementos que despiertan a nuestro cerebro ideador.

Mega único:

Mundo de las ideas

Uno de los principales insumos con los que debe trabajar un emprendedor son LAS IDEAS. Entre otras muchas, el emprendedor siempre necesita:

1. Ideas para crear soluciones sorprendentes a los problemas que hemos detectado.
2. Ideas para ejecutar y convertir esas soluciones en productos o servicios poderosos rápidamente.
3. Ideas para dar a conocer y convencer a los posibles clientes del nuevo producto o servicio.

De manera que un emprendedor debe ser un maestro para generar ideas...
¿Cómo se logra esto?

LAS PREGUNTAS EMOCIONANTES

Ya sabemos que un emprendedor que tiene su Mega único muy claro, tiene mucha más energía para su emprendimiento. Pero, incluso aunque su objetivo le apasione, necesita aprender a escribir los problemas que enfrenta en forma de Preguntas Emocionantes, para lograr que el cerebro se despierte e inicie su labor creativa.

Trucos para construir las Preguntas Emocionantes

1. La creatividad genial se apoya en el principio: “La innovación está en las preguntas, no en las respuestas”.
2. Cuando alguien está “bloqueado creativamente” y no es capaz de generar ideas realmente novedosas, suele ser porque está tratando de responder una pregunta aburrida.
3. A nuestro cerebro le gustan los retos, los juegos y le gustan mucho más si estos son emocionantes y si despiertan a la acción.
4. Cuando tenemos un desafío o problema a solucionar la forma como se percibe ese problema y como se plantea es la clave para su solución.
5. Si el problema se plantea desde la lógica los caminos que se usan para su solución serán lógicos, entonces es muy posible que estas soluciones sean convencionales (y, probablemente aburridas).
6. Por otro lado, si el problema se plantea como un desafío emocionante, como un juego, las ideas resultantes probablemente sean mucho más interesantes.

TRUCO 1: Piense en desafíos que hagan increíblemente felices a las personas pero que puedan parecer casi imposibles de lograr, ese casi imposible debe ser algo muy pequeño y particular. Ejemplo: ¿Cómo podríamos lograr que una elegante ejecutiva viaje en bicicleta sin despeinarse ni un poquito?

TRUCO 2: Sea irreverente, desafíe el “status quo”. Ejemplo: ¿Cómo sería una forma de entregar la cuenta al cliente para que sea el momento en que más felicidad genera de toda la experiencia?



EJERCICIO:

Preguntas Emocionantes

Seleccione, junto con el resto del equipo, una o dos de las oportunidades detectadas en el ejercicio anterior para crear una o varias preguntas emocionantes que le permitan generar ideas novedosas.

Aunque hay muchas maneras de escribir las PE (Preguntas Emocionantes), en este caso, usaremos preguntas que empiecen con la forma: ¿De qué forma creativa podríamos lograr que _____?

Complete la pregunta agregando la necesidad u oportunidad identificada, de manera que se convierta en un reto, en un casi imposible. Por ejemplo, si su equipo observó que algunas personas trataban de revisar sus correos electrónicos desde su celular mientras caminaban por la calle, usted podría escribir una pregunta como:

¿De qué forma creativa podríamos lograr que un ejecutivo haya revisado trescientos correos antes de llegar a su oficina y sin tener que mirar el celular?... con esta pregunta ya estamos listos para empezar a generar ideas....

Oportunidad identificada	Posible Pregunta Emocionante #1	Posible Pregunta Emocionante #2

Comparta las Preguntas Emocionantes generadas

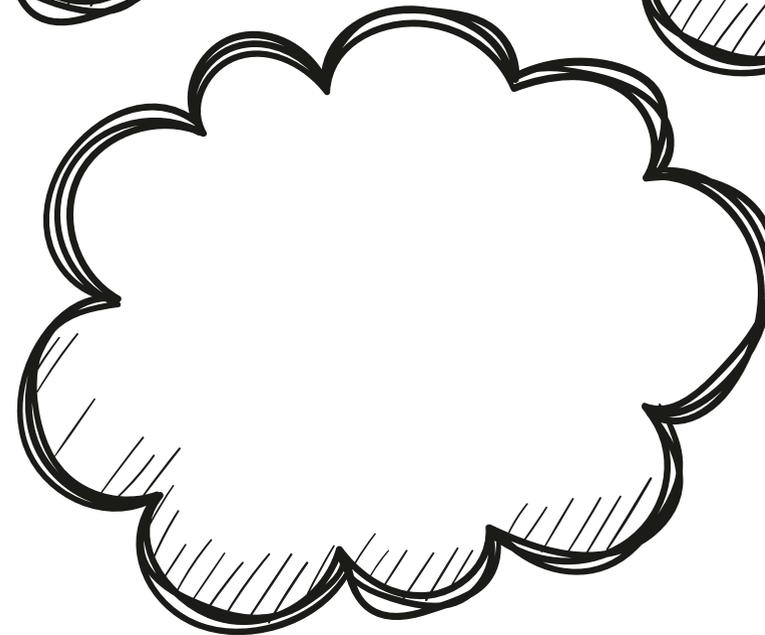
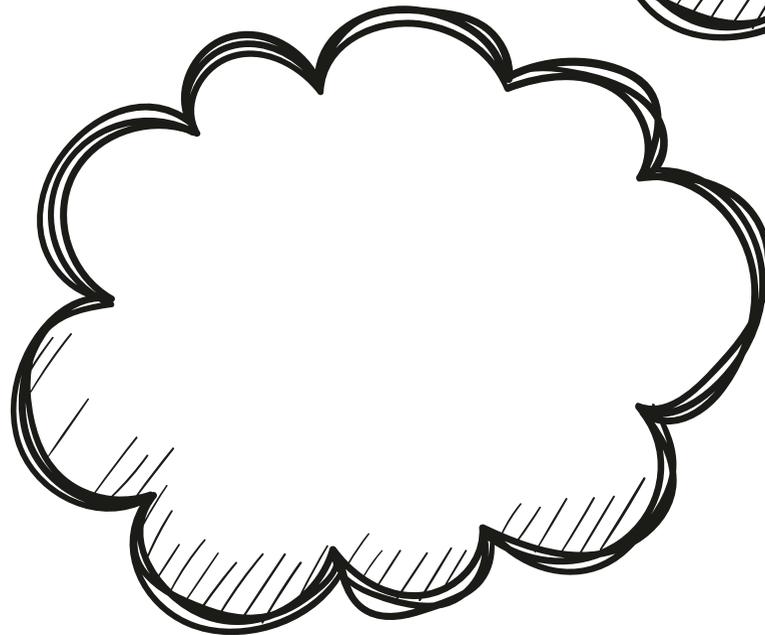
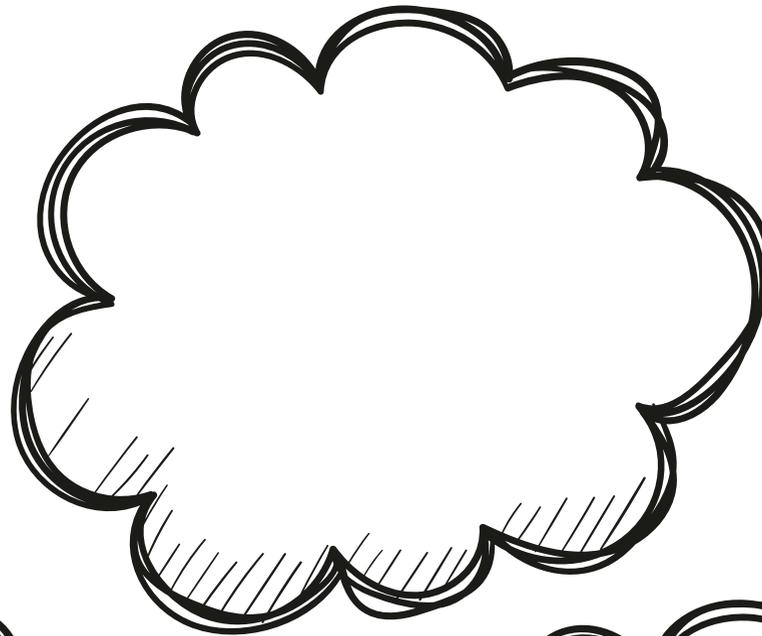
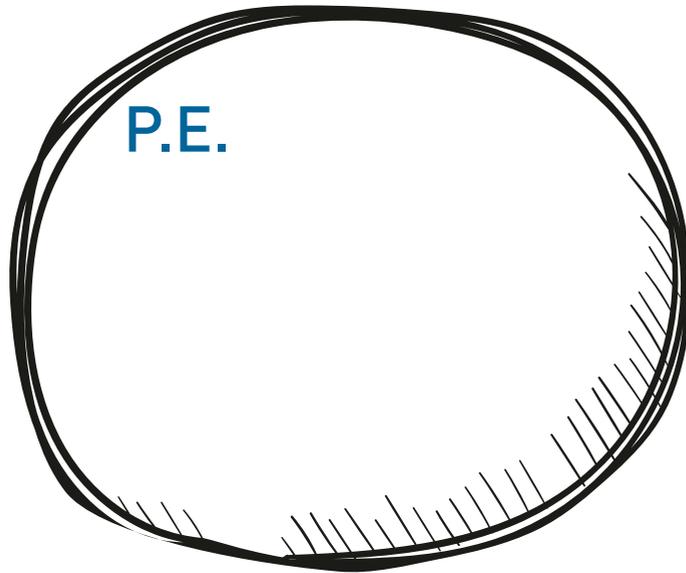
Lluvia de ideas

Todos hemos hecho lluvias de ideas. El objetivo es poner al cerebro a generar ideas sin evaluar su viabilidad o su calidad aún. Eso se deja para después.



EJERCICIO:

Lluvia de Ideas: Ideación personal
Seleccione una de las PE generadas en el ejercicio anterior y proponga tantas ideas como le sea posible para responder a esta pregunta.



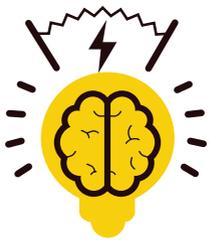
Además de la ideación básica, que hemos hecho en forma de lluvia de ideas, las técnicas de creatividad son una herramienta poderosa para el innovador. Vamos a aprender una técnica de creatividad que hace parte de la metodología WakeUpBrain.

Técnica de creatividad: malas ideas

“Las malas ideas son ideas geniales despeinadas”

Los buenos innovadores no se asustan por esas ideas que parecen ir en contra de lo convencional, de hecho les emociona escucharlas. Su actitud no es crítica, por el contrario, como disfrutaban los JUEGOS MENTALES, siempre piensan: ¿Cómo podría hacer realidad esta idea? (No siempre logran encontrar una forma de hacer viable cada “Mala idea” que encuentran, pero no dejan de intentarlo).

Este es un juego maravilloso, que permite explorar soluciones realmente innovadoras que, a primera vista, parecen ideas malas.



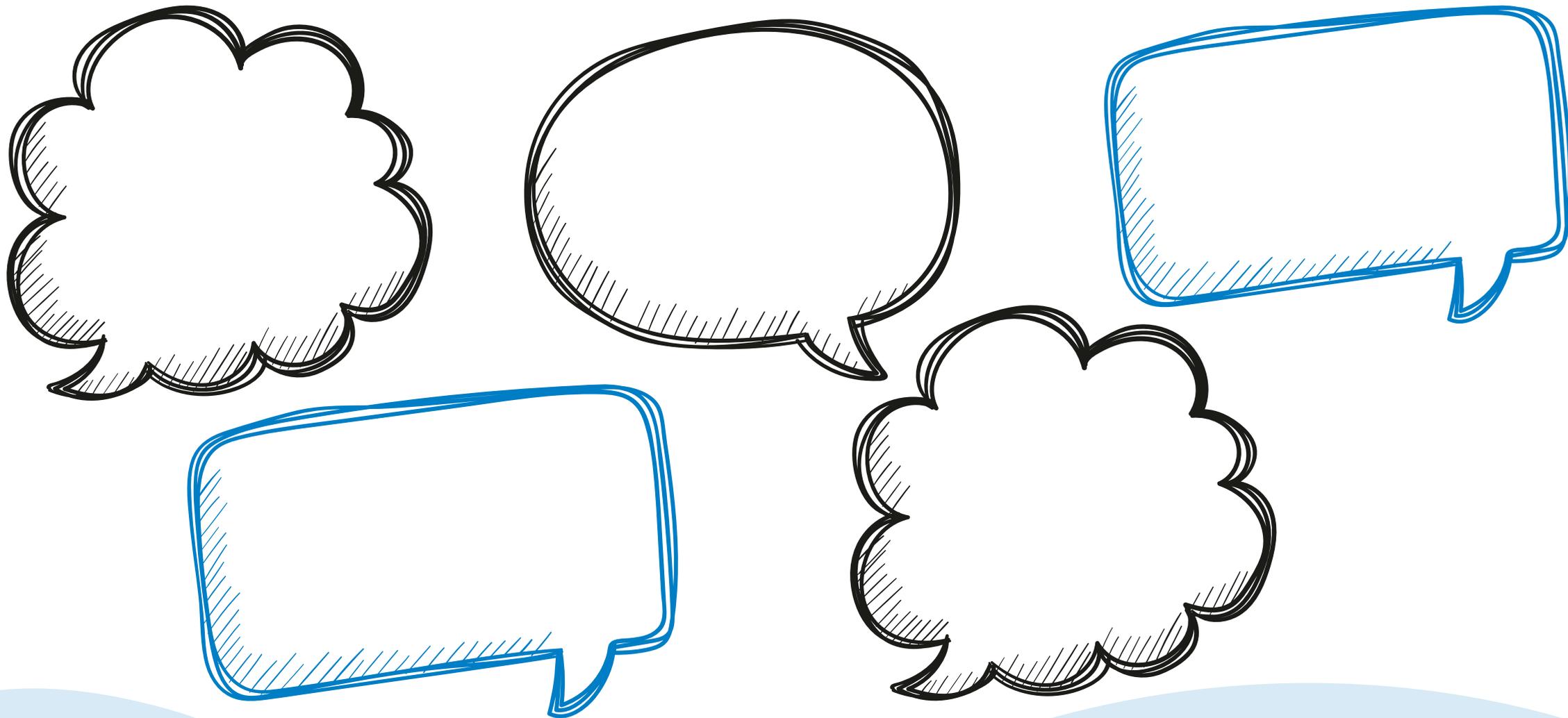
EJERCICIO:

Malas ideas

1. Revisen, en equipo, el problema principal que se desea resolver.
2. Cada participante tome entre una y tres “Capturadoras de ideas” y anote tres ideas que considere MUY MALAS para resolver ese problema. Por ejemplo, si están pensando en crear un nuevo tipo de colegio para niños, puede proponer ideas como: “Que nunca haya clase” o “Que el maestro del día sea uno de los niños” o “Que solo se dicte una materia durante todo el día”.
3. Lean en voz alta algunas de las malas ideas y traten de “genializarlas”. Genializar quiere decir, encontrar una manera de hacer realidad esa idea y que, de hecho, logre resolver el problema principal de una manera innovadora. No olviden anotar todas las ideas genializadas.

Idea ganadora:

Después de la lluvia de ideas y de la aplicación de la técnica de las Malas Ideas, tienen una buena cantidad de ideas de posibles nuevos productos o servicios. En equipo, escojan una de ellas para usarla en los siguientes ejercicios.



AUTOEVALUACIÓN:

Lea las siguientes afirmaciones:

“He aprendido que para tener ideas geniales debo estar enfocado, apasionado en un solo objetivo”.
“Entendí que las ideas más innovadoras nacen de PE: Preguntas Emocionantes”.

Si ha estado de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha progresado en su ruta para ser un gran Emprendedor. Agregue el adhesivo: Ideador genial a su escala de progreso.



Capacidad #3

Prototipador

¿Qué es prototipar?

Las ideas siempre pueden ser mejoradas, siempre podemos crear la “versión 2.0” de cada idea, por más genial que sea. El proceso de optimizar permite explorar opciones para incrementar el impacto de una idea.

Una de las principales herramientas de la optimización de las ideas es el prototipaje. Tanto en su versión tangible que aplica para productos físicos (prototipos, modelos, maquetas, etc.) como en su versión intangible, que aplica para procesos o servicios (simulaciones, pilotos, etc.). En cualquier caso, la optimización es un proceso de experimentación/visibilización que permite identificar posibles oportunidades para corregir errores o incrementar funcionalidad, facilidad de uso o contenido emocional.

Tipos de prototipos

Rápido	Liviano	Robusto

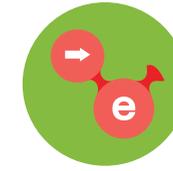
Algunas herramientas de prototipado para validar la idea en el mercado



Prototipos en papel: Los prototipos de papel son una técnica que permite crear y probar interfaces de usuario de forma rápida y barata.



Storyboard: Secuencia de dibujos o imágenes (comic) dispuestos en viñetas que representan cómo es un determinado producto o servicio.



Etapas de servicio (Service Staging): Orientado a la secuencia, recorridos e interacciones que tendrá un servicio.



Bodystorming: Se representan situaciones reales para introducir elementos de cambios e innovaciones. Se suele evaluar el lenguaje no verbal, la expresión corporal, los silencios, de las personas etc.



Maquetas: Se puede representar con objetos un producto o un servicio, interactuar con los elementos.



No sabemos si una nueva idea en el mercado tendrá éxito o no. **La validación** son pruebas de mercado, que sean lo más reales, rápidas y económicas posibles. El foco es aprender rápido sobre lo que dicen los clientes.

Prototype Arena

En la primera parte se deben identificar y escribir las diferentes características y atributos que DEBE cumplir la idea para ser realmente una solución adecuada. Como guía, puede usar la frase: “La solución debe hacer, producir, lograr...”

Si es un resultado funcional (Ejemplo, el producto debe lograr que el tiempo de maduración de las frutas se reduzca en un 50%), se escribe en la columna del engranaje, a la izquierda. Si es un resultado emocional (El producto debe sentirse “amigable”), se escribe en la columna del corazón, a la derecha.



Por lo pronto, llamaremos a esta lista de resultados esperados: Hipótesis.

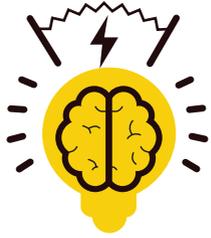
Para la segunda parte, pregúntese: ¿Qué clase de prueba puedo hacer para validar si la idea realmente logra ese objetivo propuesto? ¿Cómo puedo estar seguro de que lo logra?

La respuesta a esta pregunta será un prototipo.

Por ejemplo, si quiero validar que el producto logra la maduración de las frutas en la mitad del tiempo, tendré que hacer una producción inicial de mi producto y destinar algunas plantas o frutas, en un entorno controlado y durante cierto tiempo, para poder medir los tiempos de maduración y afirmar que se cumple o no la hipótesis. Para este proceso quizá no es necesario diseñar el empaque o tener definida la marca.

Pero si quiero validar si el producto transmite imagen de “amigable”, el prototipo será distinto. Quizá solo debo diseñar un empaque, poner adentro algún contenido que tenga el mismo peso, mostrar este paquete a las personas y observar su reacción. Será un tipo de prototipo diferente porque se pretende validar una característica distinta.

Hipótesis (Lo que espero que mi producto, servicio o proceso logre)	Prototipo (Cómo podría probar si se logra lo esperado)



EJERCICIO:

Prototipo rápido

Con su equipo y usando el Kit de prototipaje provisto, haga un prototipo rápido de la idea final. Este prototipo servirá para presentar la idea a los demás equipos y a los facilitadores.

IMPORTANTE

1. Organice su equipo para que cada persona tenga roles claros a la hora de presentar el prototipo:

Rol presentador de prototipo: es la persona que presenta el prototipo ante otro equipo para su validación.

Rol anotador de experiencia verbal: es la persona que anota todas las exclamaciones, sugerencias del equipo que está probando el prototipo.

Rol anotador de experiencia no verbal: es la persona que anota todos los gestos de las personas que están probando el prototipo.

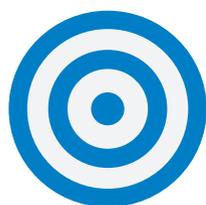
¿Qué necesitamos para producir/entregar este producto o servicio?	¡La idea genial!	Mis clientes
		Canales (¿Cómo les entrego el producto o servicio?)

¿Qué es MACROS?

MACROS es una “receta para innovar”

Este es un proceso práctico para solucionar un problema o un desafío, cada letra representa una etapa, una serie de acciones necesarias para obtener información y resultados útiles para la siguiente; sin embargo no es un proceso lineal ni rígido, es solo una guía. A veces, lo que resulta de un paso, nos hace volver nuevamente a uno anterior. Cuando hacemos Ampliación del conocimiento, muchas veces descubrimos mejores formas de definir el Marco, o quizá alguna de las ideas que generamos en Re-imaginar, nos obliga a hacer nuevamente una actividad de Ampliación del conocimiento.

Estos son los seis pasos (cada letra es un paso)



M: MARCO

¿En qué debería innovar?
¿En qué quiero innovar?



A: AMPLIAR

el conocimiento.
¿Qué conocimiento me
hace falta para innovar
genialmente?



C: COMPRENDER

y concretar la
oportunidad de innovar



R: RE-IMAGINAR

Re-inventar. Re-diseñar.
Generar ideas geniales



O: OPTIMIZAR

Seleccionar y mejorar
las ideas. Prototipar



S: SHOW

Comunicar-vender
el concepto innovador.
Validar en entornos
reales



AUTOEVALUACIÓN:

Lea las siguientes afirmaciones:

“Entendí que una idea tiene atributos o resultados funcionales y emocionales. Estos resultados esperados de la idea son las hipótesis”.

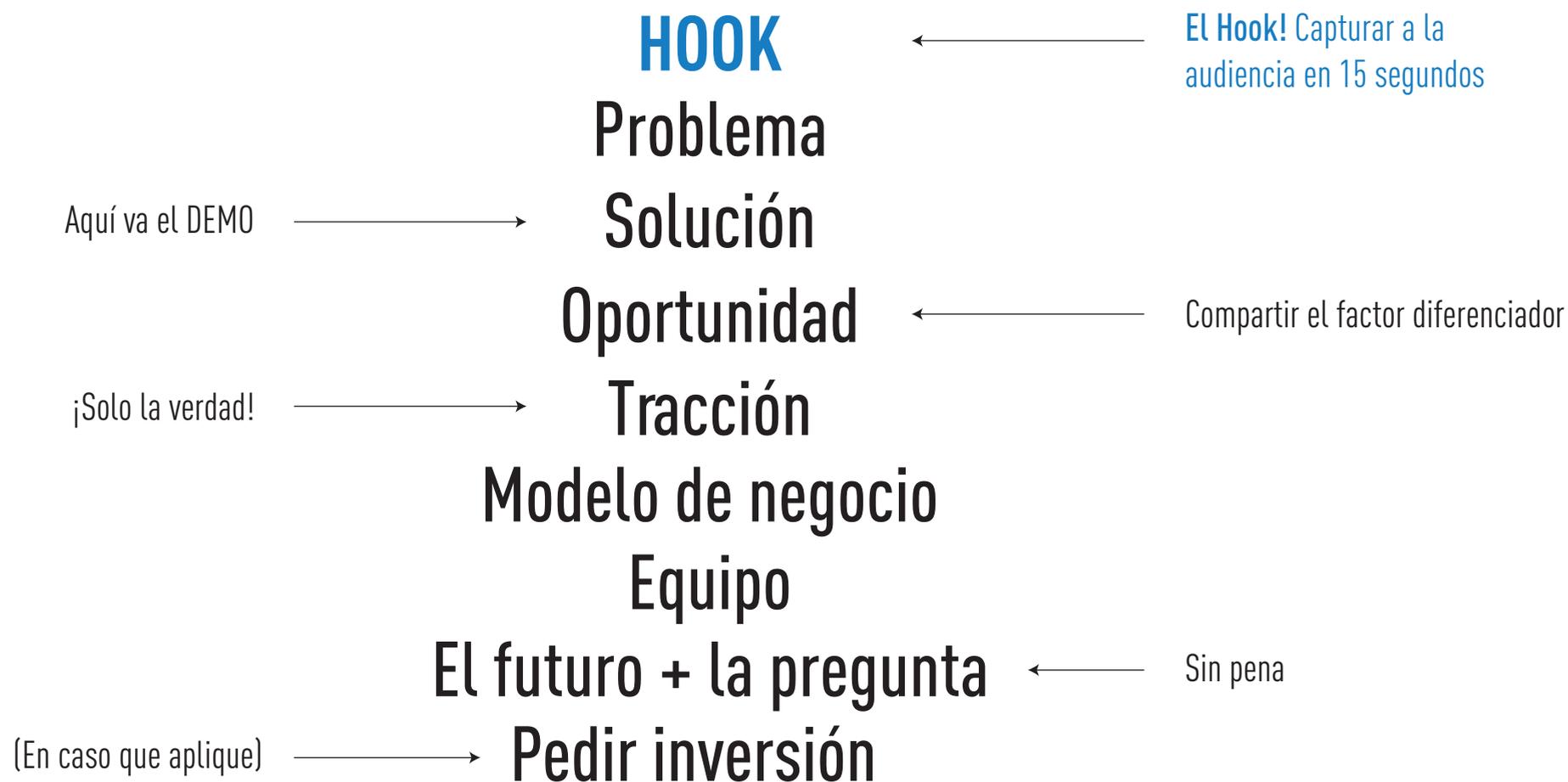
“Entendí que se pueden hacer prototipos diferentes según la hipótesis que se desea validar”.

Si ha estado de acuerdo con ambas afirmaciones, usted ha progresado en su ruta para ser un gran Emprendedor. Agregue el adhesivo: Prototipador a su escala de progreso.

El arte del pitch

El pitch viene del concepto de contar tu idea a otro en un tiempo y un espacio definidos. Hoy el pitch es comúnmente usado en el mundo del emprendimiento para exponer las ideas a comités de incubadoras y/o aceleradoras, en eventos de búsqueda de fondos o incluso para buscar socios o colaboradores. Por esta razón es muy importante tener muy clara la idea para expresarla a otros en un tiempo limitado.

La estructura de un pitch:



Habilidades de comunicación a la hora de hacer un pitch

Herramientas no verbales:

La expresión corporal es muy importante a la hora de presentarse ante clientes, juntas directivas, inversionistas, y demás. Por eso compartimos tips de la expresión corporal para poder hacer buen uso del cuerpo durante el pitch.



Contacto visual



Expresiones faciales, gestos



Movimiento de los brazos



Postura

Herramientas verbales:

Es igualmente importante poder manejar un tono apropiado y usar las herramientas de la voz para poder enviar un mensaje claro y convencer la audiencia.



Tono de voz



La pausa



Prosodia



Volumen

Felicitaciones

El trabajo que ha realizado a lo largo de esta experiencia le facilitará comenzar algún emprendimiento o genializar el que ya tenga.

Ser emprendedor es una aventura llena de desafíos y con un sin fin de emociones.

Los emprendedores tienen una gran responsabilidad en la generación de innovaciones realmente emocionantes y su impacto en la economía es vital.

Durante los próximos días, quizá con el resto de su equipo, vuelva a revisar cada una de las herramientas incluidas aquí. Descubrirá que siempre hay cosas nuevas para agregar a su modelo de negocio.

La EMPRENDETÓN es un instrumento creado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo e iNNpulsa Colombia, que busca promover una mentalidad emprendedora y una cultura de la innovación en todas las regiones del país. Esta guía práctica de emprendimiento ha sido creada y diseñada por Centro de Innovación (www.centrodeinnovacion.com), la firma de consultoría operadora del programa EMPRENDETÓN, con el apoyo de SeedStars.

Autores:

Guillermo Solano, Nelson Mora, Juliane Butty, Paul Linares

Diseño y diagramación:

Andrea Angel, Michael Gómez

Revisión metodológica:

Diana Granda

Copyright creative commons,
2019



iNNpulsa
Colombia



El progreso
es de todos

Mincomercio



Facebook: @iNNpulsColombia

LinkedIn: @iNNpulsColombia

Twitter: @InnpulsaCol

YouTube: Innpulsa Colombia

Instagram: @innpulsacol