



Bloque

2

RECONOZCO NECESIDADES DE MI LOCALIDAD RELACIONADAS CON MIS GUSTOS Y MI VOCACIÓN PARA INICIAR UN PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

- **B2.1** ¿Cuáles son las necesidades de mi localidad que se relacionan con mis gustos o vocación?
- **B2.2** ¿Cuáles serían las oportunidades de emprendimiento que me gustaría iniciar?
- **B2.3** ¿Tengo confianza en mí?
- **B2.4** ¿Quiénes pueden transmitirme sus experiencias sobre las oportunidades de emprendimiento que me gustan?

Hola, chicas y chicos:

En este segundo bloque reconocerás las necesidades de tu localidad en función a tus gustos, intereses o vocación. Para determinar si esta necesidad puede convertirse en tu oportunidad de emprendimiento, deberás confrontarla con los conocimientos y experiencia de diversas personas, es decir, tus mentores.

Entonces, como primer paso te corresponderá identificar a aquellas personas que viven en tu localidad y que puedan formar tu red de mentores.

Te proponemos un conjunto de actividades que te ayudarán a reconocer las necesidades de tu localidad, conformar tu red de mentores y fortalecer tu autoconfianza para realizar con éxito tu proyecto de emprendimiento.

B2.1 ¿Cuáles son las necesidades de mi localidad que se relacionan con mis gustos o vocación?

Las necesidades de tu localidad pueden ser muchas; por ejemplo, abastecerse de agua potable y reducir el índice de analfabetismo o desnutrición. Algunas de estas necesidades pueden coincidir con tus gustos e intereses; por ejemplo, tu interés puede estar orientado a las ciencias médicas. Entonces, las necesidades de tu localidad que te interesan están relacionadas con la salud.

Si estás interesado en atender estas necesidades sociales de tu localidad, se trata de un emprendimiento social. Y ¿qué es un emprendimiento social? La pregunta no tiene una respuesta única (cambian los matices de las respuestas dependiendo de la perspectiva de quien responde). Se puede poner más énfasis en el impacto del emprendimiento, en la forma de organizar los recursos o en la discusión sobre el ánimo de lucro.

Observa el siguiente cuadro comparativo entre un emprendimiento social y un emprendimiento económico:

Emprendimiento social	Emprendimiento económico
*Creación de valor social.	*Creación de valor económico.
*Uso de principios y herramientas empresariales de gestión empresarial.	*Uso de principios y herramientas empresariales de gestión empresarial.
*Soluciones innovadoras a problemas sociales.	*Soluciones innovadoras a problemas productivos o de servicio.



¿Cuál es el elemento común que se utiliza en ambos emprendimientos?

.....
.....

IMPORTANTE: ya sea que estés interesado en emprendimientos sociales o económicos (productivos o de servicios), en ambos casos tienes que aprender gestión empresarial.

Si estás interesado en emprendimientos productivos o de servicios, tu observación estará dirigida a necesidades que tiene el mercado de tu localidad. En el caso de Cajamarca, un mercado importante está formado por los turistas nacionales y extranjeros.

¿Hacia dónde se inclinan más tus gustos y tu vocación?	Marca con una "X" tu preferencia.	¿Por qué has decidido el tipo de emprendimiento que marcaste? Escribe tus razones.
Emprendimientos sociales		
Emprendimientos económicos		



Debes tener en cuenta que cuando decimos "mercado" no nos referimos a un espacio físico, como el mercado de abastos de tu localidad. Nos referimos a un sector de la población que estaría dispuesta a comprar el producto o servicio que ofreces. A este sector también se le llama **nicho de mercado**.

Pero ¿qué son las necesidades?

El concepto más básico del *marketing* es el concepto de necesidades. La **necesidad** humana es un estado de carencia percibida. Estas necesidades no son inventadas, más bien son un componente básico del ser humano.

Los deseos son la forma que adoptan las necesidades humanas moldeadas por la cultura y la personalidad individual, y se describen en forma de objetos que satisfacen necesidades. Cuando los deseos están respaldados por el poder de compra, entonces se convierten en **demanda**.

De ahí que es importante hacer todo lo posible por conocer las necesidades, los deseos y la demanda, para ver la oportunidad de emprender un proyecto.



Observa detenidamente a las personas y negocios de la plaza de Armas y luego llena los casilleros del siguiente cuadro:

Necesidades	Deseos (productos o servicios)	¿Hay demanda? ¿Qué observaste?	¿Es una oportunidad?	¿Coincide con mi gusto o vocación?

B2.2 ¿Cuáles serían las oportunidades de emprendimiento que me gustaría iniciar?

Una idea de negocio es la imagen inicial de una futura microempresa, en que se identifican las primeras percepciones de la variedad de necesidades que pudiesen existir y se plantea una manera de satisfacerlas, a través de un producto o un servicio. Detrás de una oportunidad siempre hay una idea, pero una buena idea no necesariamente es una buena oportunidad.

Una oportunidad es una situación en la que existen personas con una necesidad, un deseo, poder adquisitivo y disposición para comprar, y existe una alta probabilidad de que alguien (persona, empresa u organización) pueda satisfacer esa necesidad o deseo, a cambio de obtener un beneficio o utilidad.



IMPORTANTE



- *Demanda: se refiere a la capacidad de comprar que tiene la persona para satisfacer deseos.
- *La disposición para comprar: tiene que ver con la capacidad de decidir la compra de un determinado producto o servicio.
- *La capacidad de satisfacer la demanda: tiene infraestructura, personal, tecnología, experiencia, recursos, etc., que hacen posible que se pueda satisfacer la disponibilidad para comprar.
- *Alta probabilidad de obtener un beneficio: se refiere principalmente a la obtención de ganancia que permita cubrir costos y dejar un excedente.

Para establecer la oportunidad en tu localidad, lo primero que tienes que hacer es identificar la necesidad no satisfecha de tu localidad y calcular la amplitud de esta necesidad. Tienes que preguntarte: ¿esta necesidad es pasajera, ocasional o tiene perspectivas de crecimiento? A esto se le denomina "evaluar la demanda".



Sin embargo, esa necesidad debes investigarla de acuerdo con tus gustos e intereses. Por ejemplo, si te gusta la música, podrías averiguar todas las necesidades o demandas relacionadas con la música. Los emprendedores deben emprender a partir de lo que les gusta que coincida con sus intereses, fortalezas, esto los motiva a continuar a pesar de las dificultades.

Un negociante realiza un negocio a partir de las necesidades de su localidad, en cualquier campo que gane dinero. Pero un emprendedor parte de las necesidades que puede observar en su localidad, y que coincidan con sus gustos e intereses; su objetivo no solo es ganar dinero, sino realizarse como persona en lo que le gusta y que coincida con sus intereses.

En el siguiente espacio escribe cuáles son tus gustos e intereses. Por ejemplo: música, deporte, etc.

Mis gustos e intereses están centrados en...

La oportunidad de emprendimiento es una idea que está vinculada a un producto o un servicio que **agrega valor a su consumidor**, y que, gracias a ese valor, existan personas que estén dispuestas a pagar para comprar el producto o utilizar el servicio.

Pero ¿qué es agregar valor al consumidor?

Lo primero que tenemos que recordar siempre es que el valor no es definido por los atributos de nuestro producto o servicio, sino por la opinión de los clientes. Para ellos, nuestro producto tiene valor en tanto que satisfaga sus expectativas o consiga los resultados que esperan.

Hay una frase muy importante: "No vendemos productos, sino que satisfacemos necesidades", u otra parecida desde la percepción del cliente: "Los clientes no compramos productos, pagamos por soluciones".

En el siguiente recuadro escribe qué significan para ti las frases.



Frasas	Lo que entiendo por esta frase
"No vendemos productos o servicios, sino que satisfacemos necesidades".	
"Los clientes no compramos productos, pagamos por soluciones".	

El valor lo definen los clientes, lo que un cliente compra y considera valioso no es el producto en sí, sino su utilidad, es decir, lo que el producto hace por él. Para entender cómo definen el valor los clientes, tenemos que enfocarnos en los resultados que estos desean conseguir cuando usan nuestros productos.

Responde en los siguientes espacios:

Recuerda cinco productos que compraste los últimos quince días, y escribe los nombres.	¿Para qué te fue útil el producto que compraste?

B2.3 ¿Tengo confianza en mí?

La falta de confianza en uno mismo puede manifestarse como sentimiento de impotencia, inoperancia y una abrumadora sensación de inseguridad. En cambio, la confianza en uno mismo nos proporciona la energía suficiente para tomar decisiones o emprender cursos de acción en lo que uno cree, a pesar de las posibles opiniones en contra.

Las personas que tienen confianza en sí mismas afrontan sin dificultades los desafíos, pero quienes dudan, la mayor parte de las veces ni siquiera lo intentan, aunque puedan hacerlo.

Los trabajadores que creen en sus capacidades suelen desempeñar mejor su trabajo, porque esta creencia los motiva a trabajar más duro, durante mayor tiempo y a perseverar a pesar de las adversidades.

Normalmente eludimos las situaciones en las que tenemos miedo a fracasar, aun cuando realmente poseemos las capacidades requeridas para poder afrontar con éxito una determinada tarea.

Reflexiona sobre los siguientes pensamientos:

*** “Para lograr lo posible, hay que intentar lo imposible”.**

Hermann Hesse. Escritor, novelista y pintor de origen alemán.
Premio nobel de Literatura 1946.

*** “Cuando el objetivo te parezca imposible, no cambies de objetivo; busca un nuevo camino para llegar a él”.**

Confucio. Maestro y filósofo chino.

*** “Todos tus sueños pueden hacerse realidad si tienes el coraje de perseguirlos”.**

Walt Disney. Cofundador de Disney Producciones.



Selecciona las dos frases que más te gustan.



Escribe la frase.

Representala mediante un dibujo.

Escribe la frase.

Explica lo que para ti significa la frase.



Escucha el siguiente video musical:

<https://www.youtube.com/watch?v=OJ1O-l9PcZ0>

¿Cuál es la idea principal o el mensaje de esta canción? Escríbelo en el siguiente recuadro:

A large, empty rounded rectangular box with a blue border, intended for writing the main idea or message of the song.

Lee la siguiente historia:

Si queremos desarrollar autoconfianza en nuestras vidas debemos tener en cuenta ciertas características. Debemos desarrollar autoconciencia, lo cual requiere conocer bien nuestro pasado y aprender de ello para aplicarlo en nuestro presente con miras hacia el futuro. Además, debemos desarrollar autoconocimiento, lo que significa conocernos y comprendernos perfectamente, saber por qué actuamos de ciertas maneras y por qué reaccionamos de otras. Por último, debemos desarrollar autodisciplina. La autodisciplina se trata de cómo nos aseguramos de que nuestros objetivos y metas se traducen en acciones y son logrados. Necesitamos autodisciplina para garantizar que no nos detendremos en el camino por pequeñas decepciones. La autodisciplina mejora la manera como nos vemos a nosotros mismos con el tiempo, pues si sabemos que luchamos con perseverancia por lograr lo que queremos, tendremos una mayor autoconfianza en posteriores situaciones.

A pesar de lo que digan

Cuando mi padre era un joven odontólogo recién egresado de la universidad, se juntó con unos amigos y colegas y formaron el grupo musical Los Doctores, que interpretaba música romántica de inicio de los años setenta.

Un día llegó Félix Figueroa, miembro del grupo, para mostrarles una nueva canción que acababa de componer. Los otros doctores escucharon con atención y dieron su veredicto unánime:

-Es muy simplona, no va a funcionar.

-Ta-ta-ta-tá,ta-ta-ta-tá... ¡Qué tontera! No tiene ni arreglos musicales.

-¡Olvídate!

Poco tiempo después, el grupo Los Doctores se disolvió y muy pocos recuerdan haber escuchado sus canciones.

Por su parte, la canción "Perú Campeón" fue haciéndose más y más conocida, hasta tal punto que la mayoría de nosotros la ha escuchado más de una vez en la radio y la televisión.

Adaptado de Zapata, J. (2013). *Camino emprendedor*. Lima, Perú: Malabares.

Al finalizar la lectura, responde las siguientes preguntas:

a) ¿Qué hizo Félix Figueroa después de las críticas?

b) ¿Qué harías si recibes críticas por tu idea de emprendimiento?

c) ¿Eres capaz de nadar contra la corriente?



Nunca ha sido fácil nadar contra la corriente para las personas. No lo es para un pez, menos para un ser humano. Evidentemente es mucho más sencillo nadar a favor de la corriente. Es cosa de dejarse llevar por la fuerza del río o del mar. No se necesita ser excepcional.

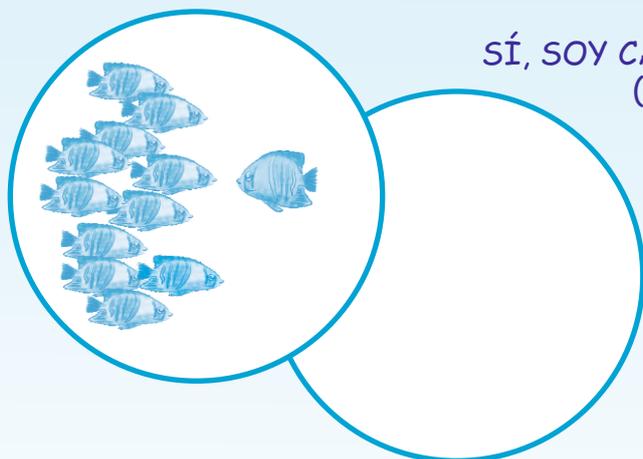
Ralph Waldo Emerson (1803-1882) escribió que "ser grande implica ser incomprendido". Tenía razón, porque las personas que se atreven a cuestionar lo establecido viviendo de una manera diferente siempre serán cuestionadas, especialmente si sus valores chocan de frente con la multitud.

La corriente es fuerte

La corriente es fuerte
prejuicios y odio
rencor doloroso
paradigmas e imposiciones
la corriente social es fuerte
el atacar sin razón
y juzgar sin meditación
tirar la piedra
y esconder la mano
apuñalar por la espalda
el ser expertos en adulación
pero mucho más en traición
vivir a medias la verdad
vender la fe
para comprar incredulidad
cerrar las puertas al amor
porque supuestamente causa dolor
es fácil dejarse llevar por la corriente
dejarse arrastrar para ser uno más
prefiero ser diferente
y nadar contra corriente
nadar sin descansar y una época marcar
hasta llegar
donde nacen las aguas mansas y cristalinas
y se respira paz...

Julio Valencia/Salvadoreño

Valencia, J. (2008). *Contra la corriente*. En *El Rincón del Poeta* [Web].
Recuperado el 10/02/15 de <http://juliopoeta.com/2008/04/15/contra-la-corriente/>



SÍ, SOY CAPAZ DE NADAR CONTRA LA CORRIENTE
(coloca tu foto en el espacio vacío)

Confiar en uno mismo es estar plenamente convencido de ser capaz de realizar con éxito una determinada tarea o misión, o de elegir la mejor alternativa cuando se presenta un problema.



"Todos podemos tener éxito. Si te dices esto suficientes veces a ti mismo, puedes tenerlo. No somos mejores que cualquier otro. ¿Qué es el talento? No lo sé. ¿Se nace con él? ¿Se descubre después? El talento básico es la confianza de ser capaz de hacer algo".

John Lennon

Existen dos extremos igualmente negativos, la falta de confianza en uno mismo y el exceso de confianza en uno mismo.

La falta de confianza en uno mismo se puede manifestar de la siguiente manera:

- * Sentimientos de impotencia.
- * Inoperancia.
- * Abrumadora sensación de inseguridad.

El exceso de confianza puede acabar convirtiéndose en arrogancia, especialmente en el caso de que la persona carezca de habilidades sociales.

También puede convertirse en impulsividad porque, para tener un impacto positivo, la confianza en uno mismo debe hallarse en armonía con la realidad.

Reflexiona en función de las siguientes interrogantes y redacta tus respuestas:

¿En qué situaciones sientes que no confías en ti mismo? ¿Por qué?

¿En qué situaciones de tu vida diaria las opiniones de amigos y familiares refuerzan tu autoconfianza?

¿Qué debo hacer para confiar cada vez más en mí mismo?

¿Tienes iniciativa? ¿Eres capaz de iniciar algo que nadie haría comúnmente?

B2.4 ¿Quiénes pueden transmitirme sus experiencias sobre las oportunidades de emprendimiento que me gustan?

Construyendo mi red de mentores

A lo largo de nuestra vida, siempre existen personas que han transmitido sabiduría y conocimientos a través de sus consejos u orientaciones.

Estas personas suelen estar en nuestra familia, amigos de nuestros padres o personas cercanas.

Cuando queremos llevar a la acción nuestras ideas mediante un proyecto de emprendimiento, es necesario buscar personas que, con su experiencia, nos orienten y aconsejen.

Estas personas deben ser emprendedores que ya han pasado por diferentes experiencias y hoy son exitosos, de ahí lo valioso de sus consejos. **A estas personas se les denomina mentores.**



¿Sabías que...?

El origen del término mentor procede de *La odisea*, poema épico escrito por el poeta griego Homero (aproximadamente en el siglo VIII a. C.). Cuando Ulises se preparaba para ir a luchar a la guerra de Troya, cae en la cuenta de que va a dejar solo a su hijo Telémaco, su único heredero. Telémaco debía ser formado para ser rey de Ítaca y confía esta tarea a su leal amigo Mentor para que sea el tutor de su hijo mientras está fuera. Mentor se encargó de preparar al joven, supo ejercer de maestro, modelo y consejero, para que Telémaco se convirtiera en un rey sabio y prudente.

Cuenta un episodio de tu vida en el que necesitaste los consejos u orientaciones de una persona. ¿Qué motivó su búsqueda? ¿De quién recibiste las orientaciones? ¿Fue fácil conectar con esa persona? ¿Te sirvieron los consejos? ¿Cómo finalizó la experiencia?



A esa persona que te aconsejó para evitar errores se le llama "mentor", solo que ahora los consejos que buscarás serán en relación con tu emprendimiento.

De lo que contaste anteriormente, podemos decir que una relación de *mentoring* involucra a dos personas:



Esta relación permite al mentorizado (en este caso, tú serás el mentorizado) desarrollar habilidades y conocimientos que le ayuden a alcanzar sus metas y a ampliar su visión sobre lo que quieres emprender.

Recuerda que tus mentores pueden ser microempresarios, técnicos, artesanos, ingenieros o profesionales con amplia experiencia. Te pueden dar consejos y contar sus experiencias en el campo que quieres emprender. Ellos pueden estar en tu localidad. Por ejemplo, si quieres desarrollar un proyecto de crianza de cuyes, es posible que en tu localidad existan personas que se dediquen a dicha actividad: ellos son potencialmente las personas que se pueden convertir en tus mentores.

Para buscar mentores debes reunirte con tus compañeros que tengan gustos, intereses e ideas parecidas a las tuyas para emprender el proyecto. Con ellos planificas las entrevistas que harán a emprendedores de la localidad, quienes les podrán dar consejos para definir qué proyecto de emprendimiento es el más conveniente, pero siempre teniendo en cuenta los gustos e intereses de ustedes.

En función de los posibles proyectos que quisieras emprender, identifica a las personas que pueden ser tus mentores y completa la siguiente ficha:



<p>Proyectos que quiero emprender y que concuerdan con mis gustos e intereses:</p>	<p>1. _____</p> <p>2. _____</p>
<p>Miembros de mi equipo con los mismos gustos e intereses:</p>	<p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p>
<p>Personas que pueden formar nuestra red de mentores:</p>	<p>1. _____</p> <p>2. _____</p> <p>3. _____</p> <p>4. _____</p> <p>5. _____</p> <p>6. _____</p> <p>7. _____</p> <p>8. _____</p>

Completa la siguiente tabla escribiendo los datos de las personas que pueden formar parte de tu red.



Nombres y apellidos del posible mentor (o mentores)	Empresa que dirige o en la que trabaja	Cargo u oficio	Dirección	¿Cómo podría contribuir al emprendimiento o proyecto?

Elabora un directorio de los mentores del equipo utilizando un procesador de texto. A continuación presentamos un formato sugerido:



Datos informativos de mi mentor

- a) Nombres y apellidos:
- b) Ocupación:
- c) Dirección:
- d) Edad:
- e) Motivo de su elección:

Cuando planificamos una reunión con nuestro mentor, debemos tener un objetivo definido, de esta manera el tiempo invertido será productivo. Es necesario registrar la reunión. Utiliza el formato siguiente, que puedes modificar si lo crees conveniente.



	Registro de reuniones con mi mentor
Objetivos de la reunión:	
Fecha:	
Lugar:	
Hora de inicio:	
Hora de cierre:	
Asistentes:	
Temas tratados:	
Acuerdos:	
Consejos valiosos y aportes:	
Ideas novedosas, creativas e innovadoras que surgieron de la entrevista:	

Revisa las acciones que has realizado en la construcción de tu red de mentores y marca con una "X" la opción que corresponda.



INDICADORES	SÍ	NO
Identificamos y contactamos a personas que pueden aportar con su experiencia en el proyecto del equipo.		
Elaboramos un directorio con los posibles mentores a visitar.		
Ensayamos nuestra presentación y nuestra entrevista.		
Realizamos nuestra entrevista siguiendo el formato que preparamos.		
Logramos que acepten ser nuestros mentores al menos cinco emprendedores.		
Elaboramos nuestro directorio final con los mentores que aceptaron apoyarnos con su experiencia.		