

**NO
VOLVEREMOS
A LA
NORMALIDAD
PORQUE LA
NORMALIDAD
ERA EL
PROBLEMA**





¿Qué hacer?

¿Cómo tu emprendimiento responderá a esta crisis?



Pausar y esperar



Participar y agregar valor



¿Cómo hacer crecer un emprendimiento social?

PROTAGONISTAS
DEL CAMBIO UPC
10 AÑOS TRANSFORMANDO

Javier García – Blásquez López
Team leader track de innovación social



sobre

JAVIER GARCIA BLASQUEZ

**MBA,
MASTER EUROPEO EN
GESTION ESTRATEGICA
DEL FACTOR HUMANO
DE LA EOI**

- Ingeniero Industrial, con especialidad en capacitación y desarrollo.
- Más de 20 años de experiencia en el campo de la gestión de personas.

**PERUVIAN
PROGRAM
DIRECTOR OF
YOUTHACTIONNET**

- Especialista en formación e innovación social.

**RECONOCIDO
SPEAKER**

- Conferencista y tallerista nacional e internacional



**Director de
la corporación
educativa Nivel A**

Liderazgo y pensamiento sistémico.
Ética y responsabilidad social.



**Catedrático en la
Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas
(UPC)**

Liderazgo y pensamiento sistémico.
Ética y responsabilidad social.



**Catedrático de
post grado en la
UCSUR**

- **Habilidades Gerenciales:**
El poder de la actitud, negociaciones y manejo de conflictos en Clínicas y hospitales. impacto.

¿Quién es un emprendedor?





¿Cuál es la diferencia?



Emprendimiento social



Es un negocio, con o sin fines de lucro, que busca solucionar **un problema** que afecta a la sociedad o el ambiente.

El propósito con el que fue gestado, **la transformación social**, es el motor que moviliza todas sus acciones.

Estos negocios son o están en camino a ser **auto sostenibles**.

MBA Javier García Blásquez

Problema y beneficiario



- Definir el problema y al beneficiario es **la parte central** de todo emprendimiento social



Problema y beneficiario



BENEFICIARIO

- Se beneficia directamente del emprendimiento social
- Es un potencial usuario
- El emprendimiento resuelve un problema personal o de su comunidad

CLIENTE

- Persona, empresa, organización
- Adquiere el producto o servicio
- Es el comprador real o potencial

Problema y beneficiario





Problema

Modelo de negocio



Cliente

Modelo de negocio



Beneficiario

Modelo de negocio



Problema



Cliente

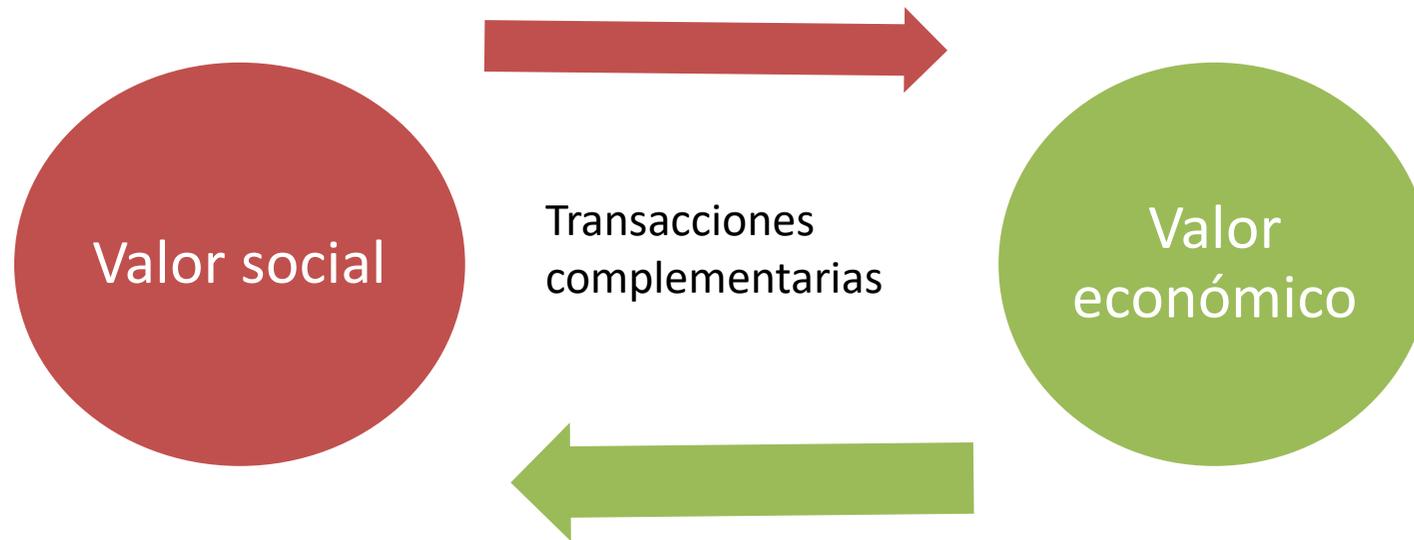


Beneficiario

Foco de un emprendimiento sostenible



Equilibrio entre valor social y valor económico





La escalera del emprendedor social peruano



HULT PRIZE



América Solidaria

Inspirar,
proyectar,
explorar

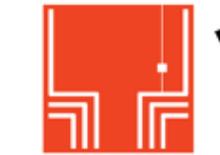
make sense

STARTUPC
INCUBADORA DE NEGOCIOS

Prototipar,
MVP

PROTAGONISTAS
DEL CAMBIO UPC

Visibilizar,
networking,
pivotear,
validar



TEJIENDO PUENTES
Propuestas que transforman



impulsar,
articular,
crecer



Sistema



Consolidar,
Proveedor de
impacto (B2B
o B2C) **H2H**

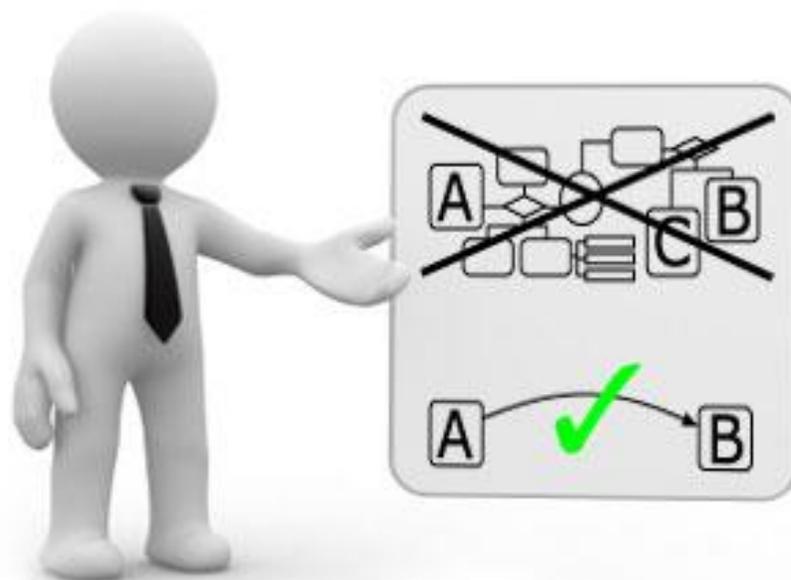
La escalera del emprendedor social

PROTAGONISTAS
DEL CAMBIO UPC
10 AÑOS TRANSFORMANDO

Diseño centrado en personas



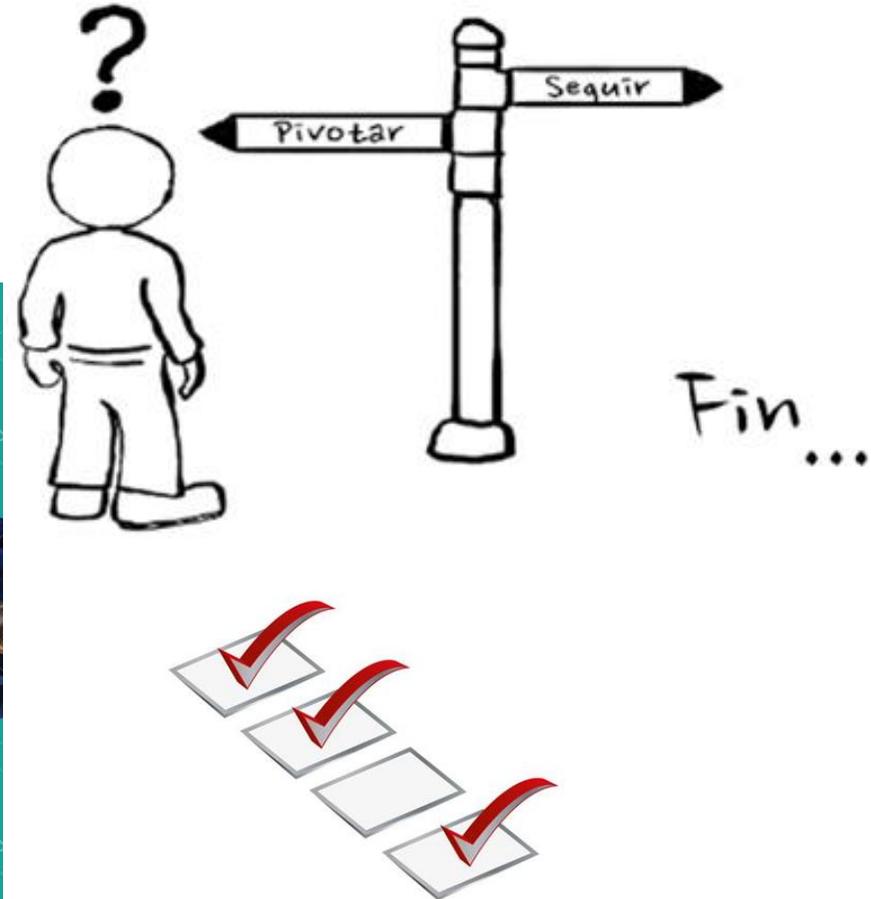
¿Problema u oportunidad de mejora?



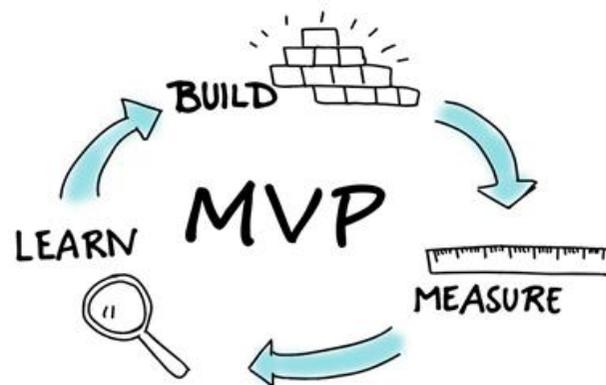
Búsqueda del problema u oportunidad de mejora



Exploración de soluciones



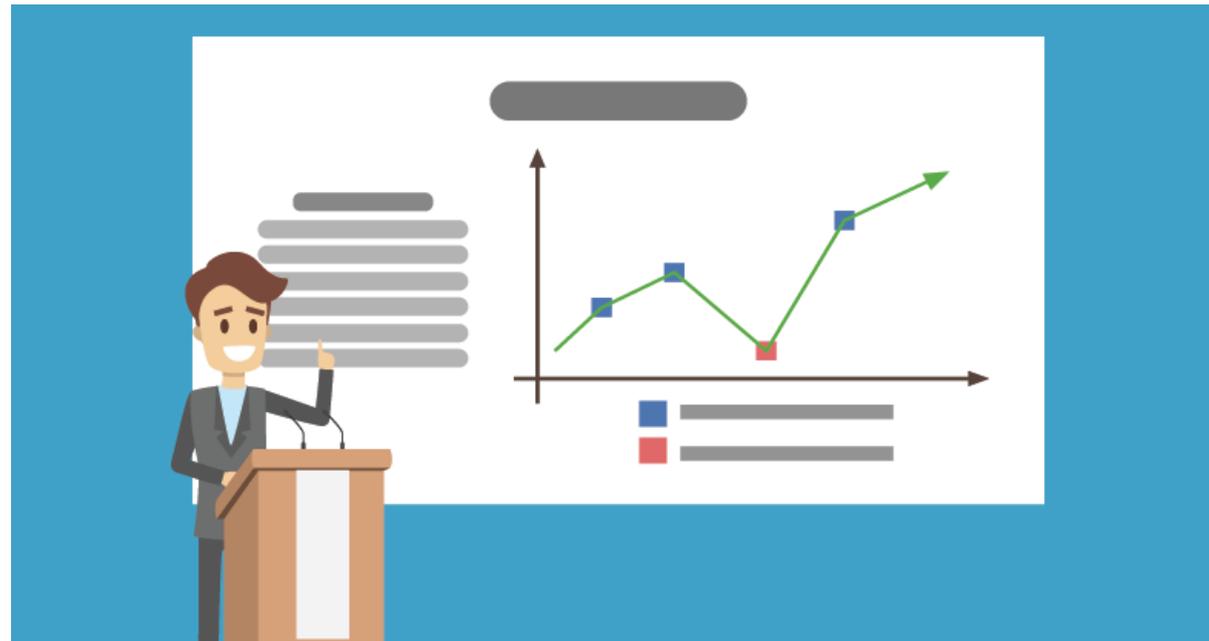
Prototipar, MVP (PMV)



Validación



Presentación de impacto





**¿Por dónde
empezar?**

POR TI



¿El emprendedor nace o se hace?



Un informe de *Ernst & Young*, basado en encuestas realizadas a 685 líderes emprendedores de negocios del mundo, muestra que generalmente tienen una combinación de comportamientos y actitudes. Una de sus conclusiones fue que el emprendedor se hace, no nace.



La genética poco o nada tiene que ver con la capacidad de cambiar el futuro de la economía personal.



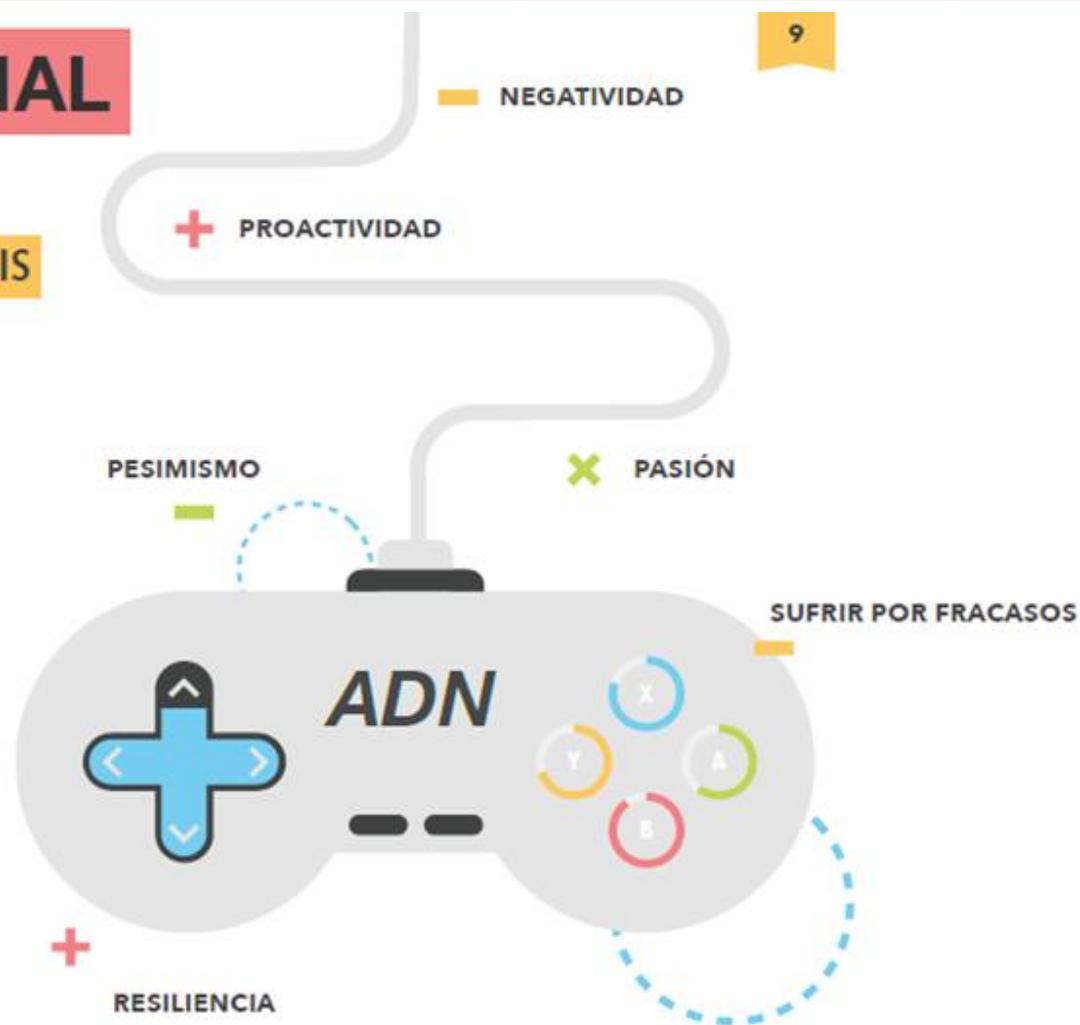
DESARROLLA TU POTENCIAL

SIEMPRE ESTAREMOS EN EL CONSTANTE JUEGO DE LA CRISIS

Al final, hay que entender que todas las características y rasgos que se describieron anteriormente se relacionan entre sí.

Poseer sólo algunos es un buen comienzo, pero debes de enfocarte en desarrollar tu máximo potencial.

Los factores externos, el momento ideal, la ubicación e incluso la suerte pueden jugar un rol en el triunfo de una compañía.



YOUR PLAN



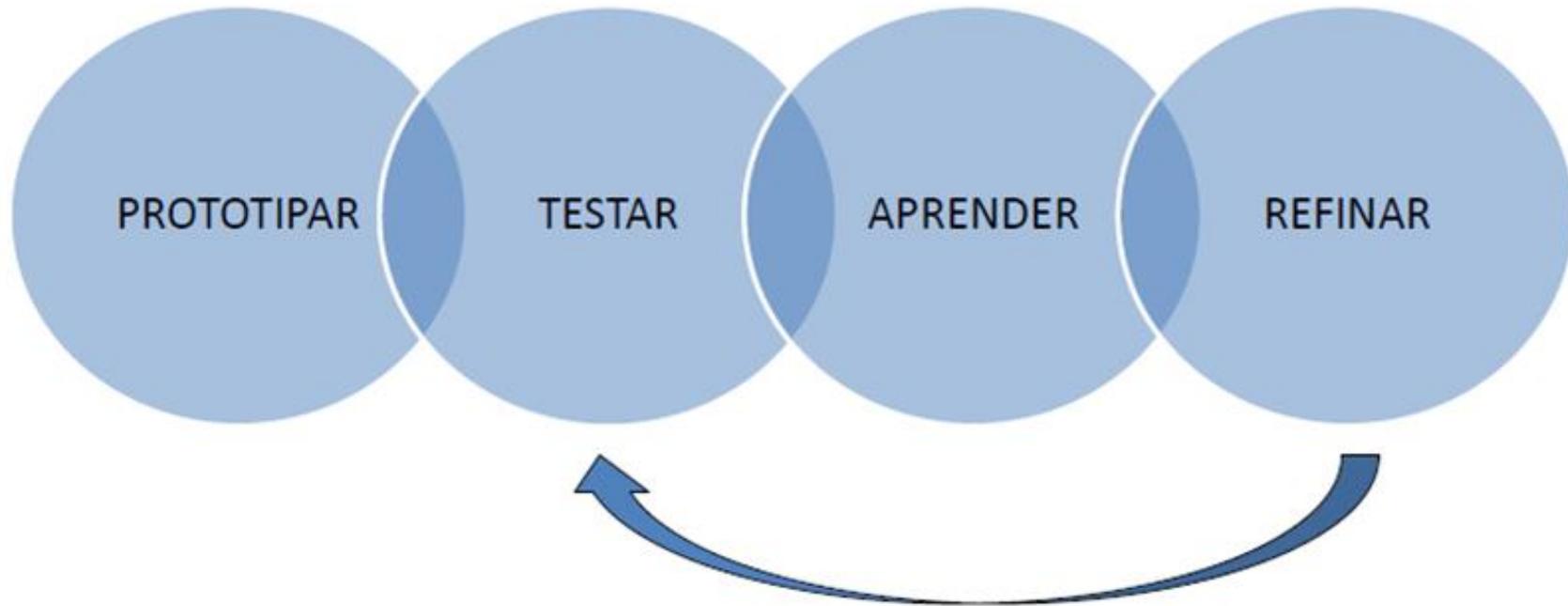
YOUR PLAN



REALITY



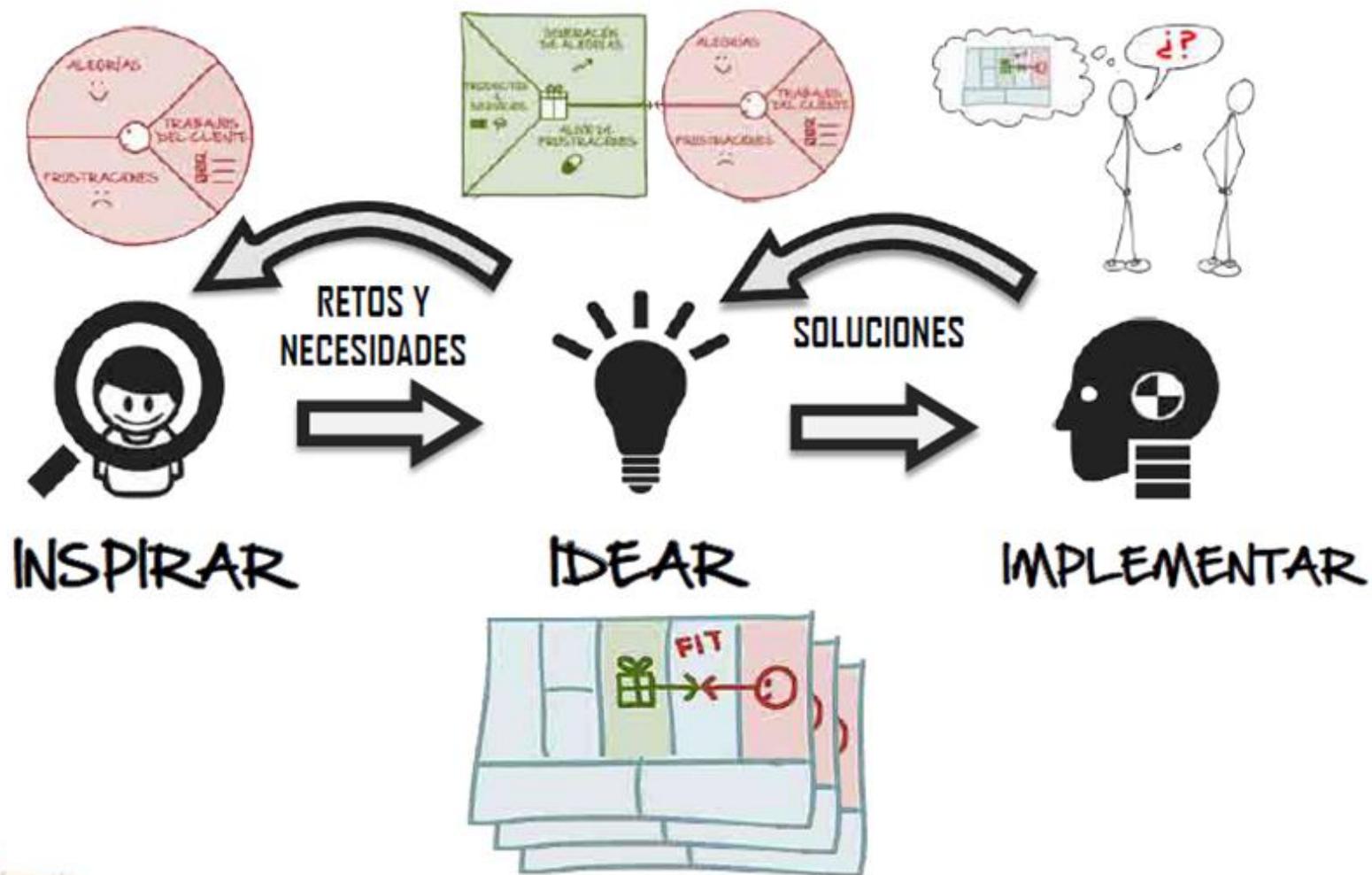
Proceso de prueba y error



El camino completo



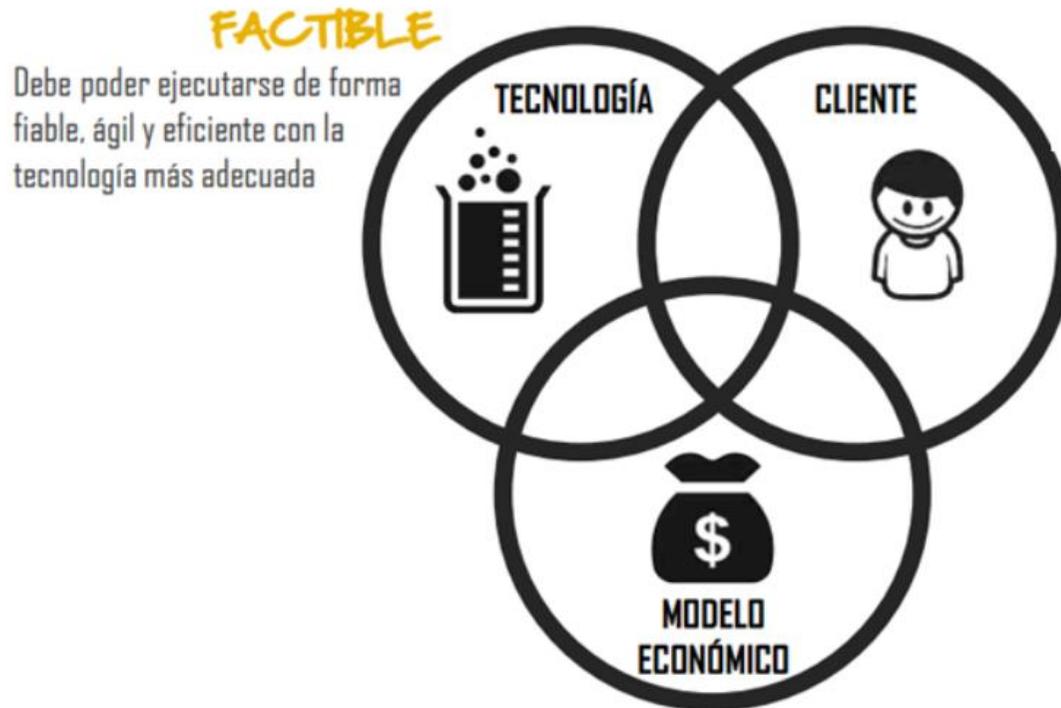
Proceso de innovación



Proceso de innovación



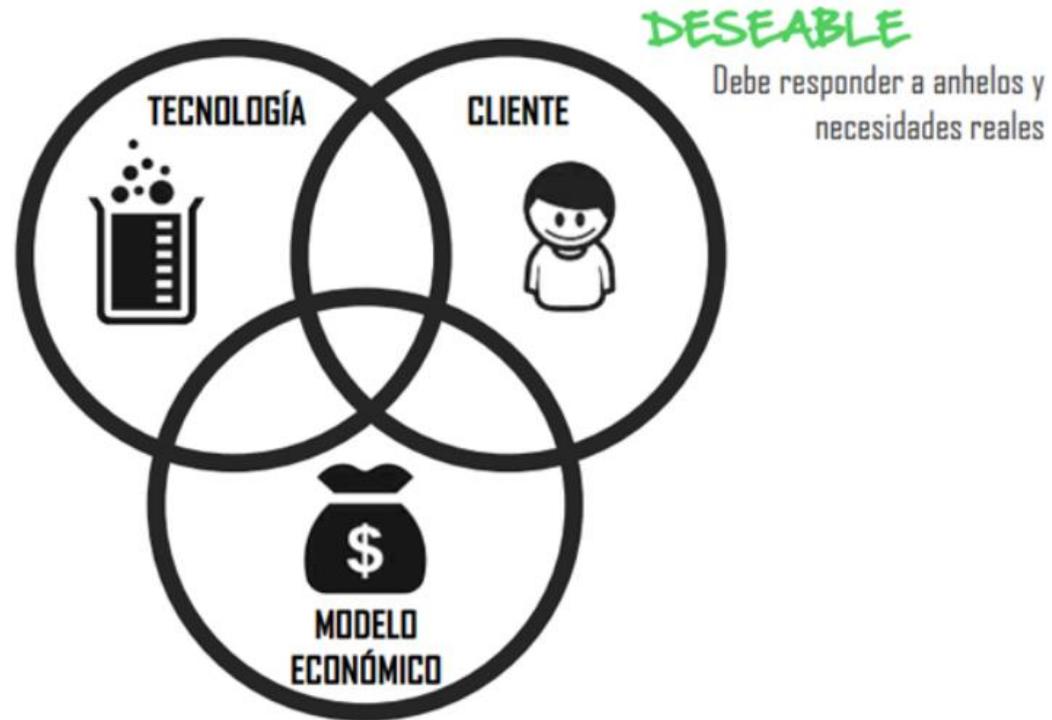
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



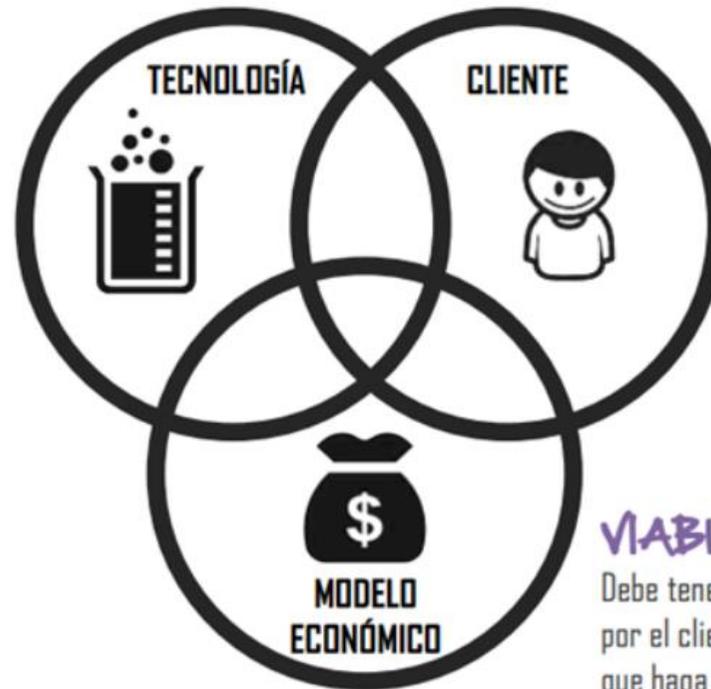
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



La innovación debe ser:



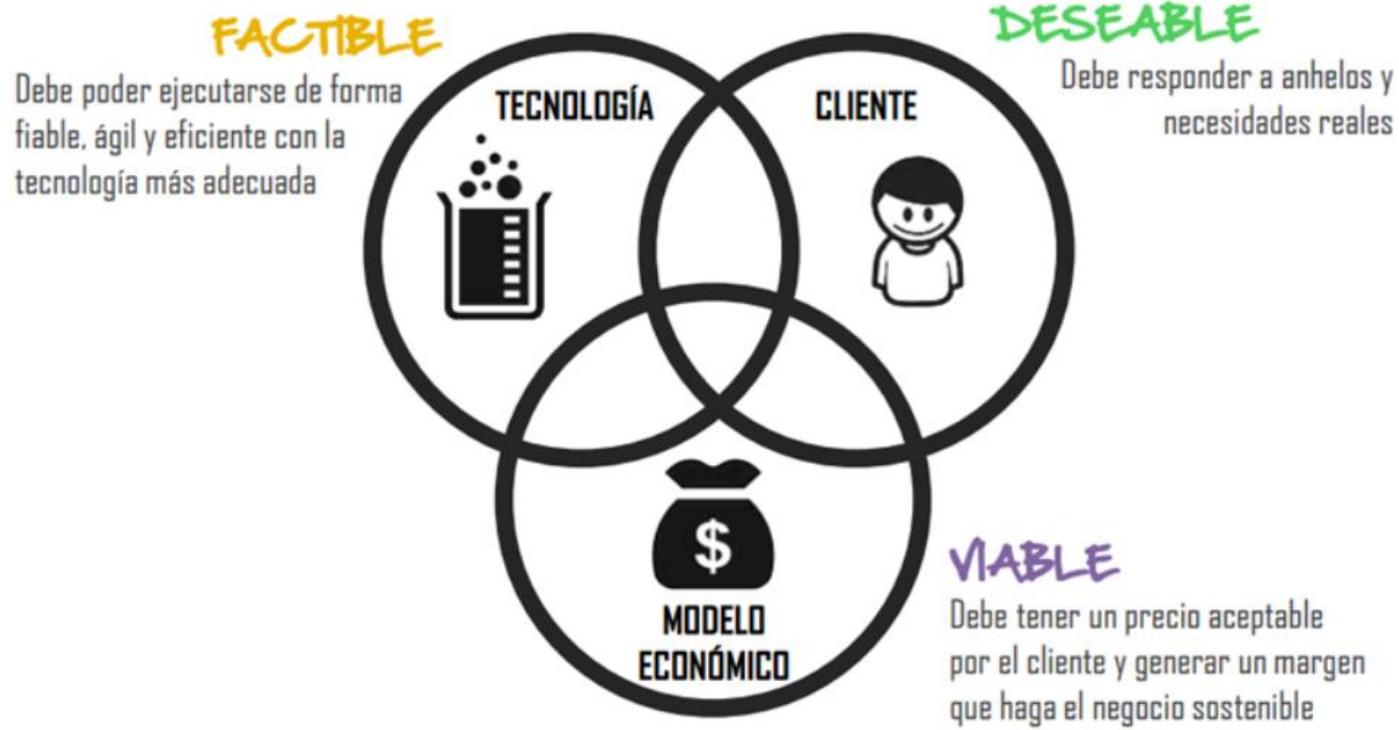
VIABLE

Debe tener un precio aceptable por el cliente y generar un margen que haga el negocio sostenible

Proceso de innovación



La innovación debe ser:



Proceso de innovación



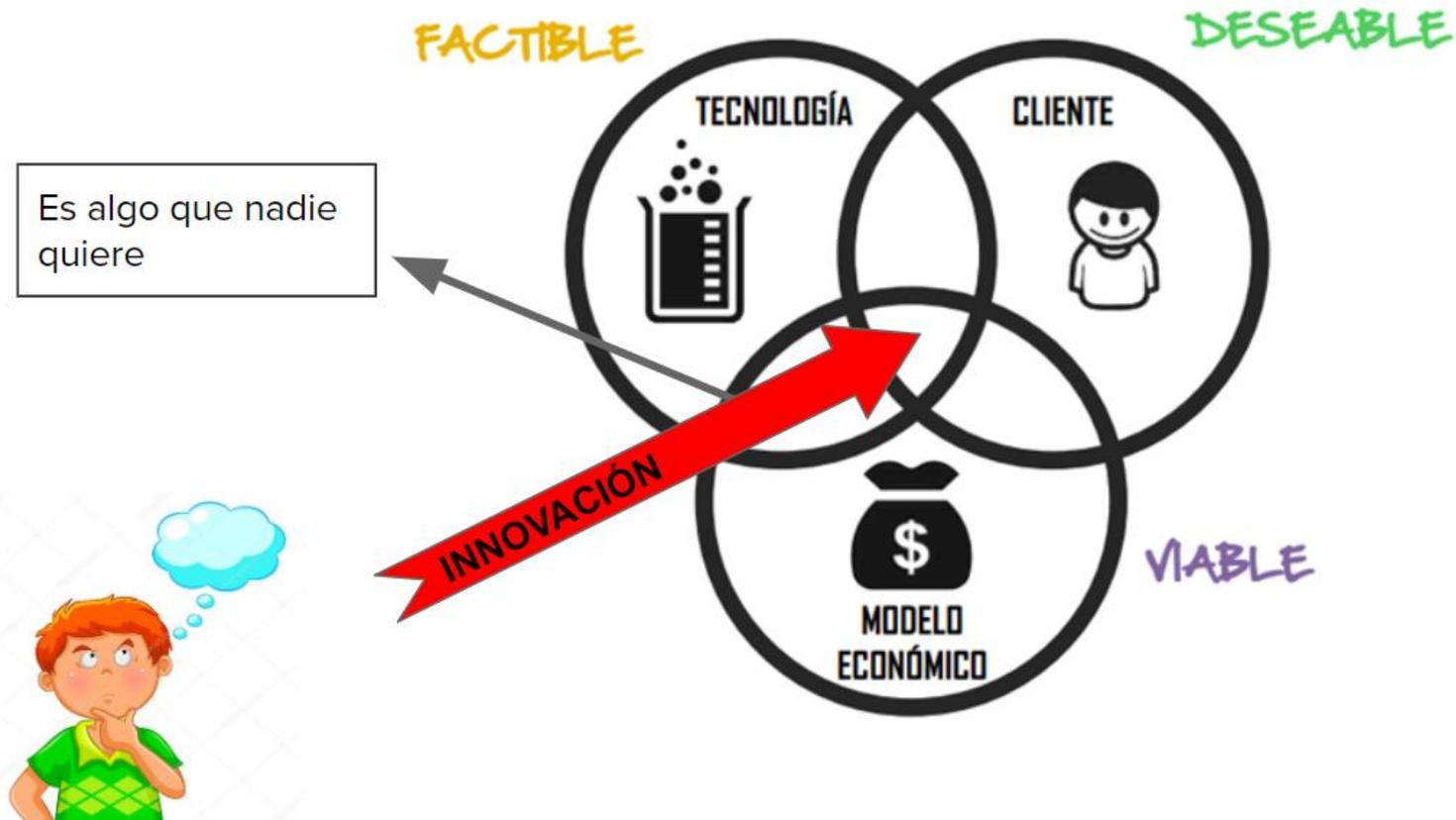
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



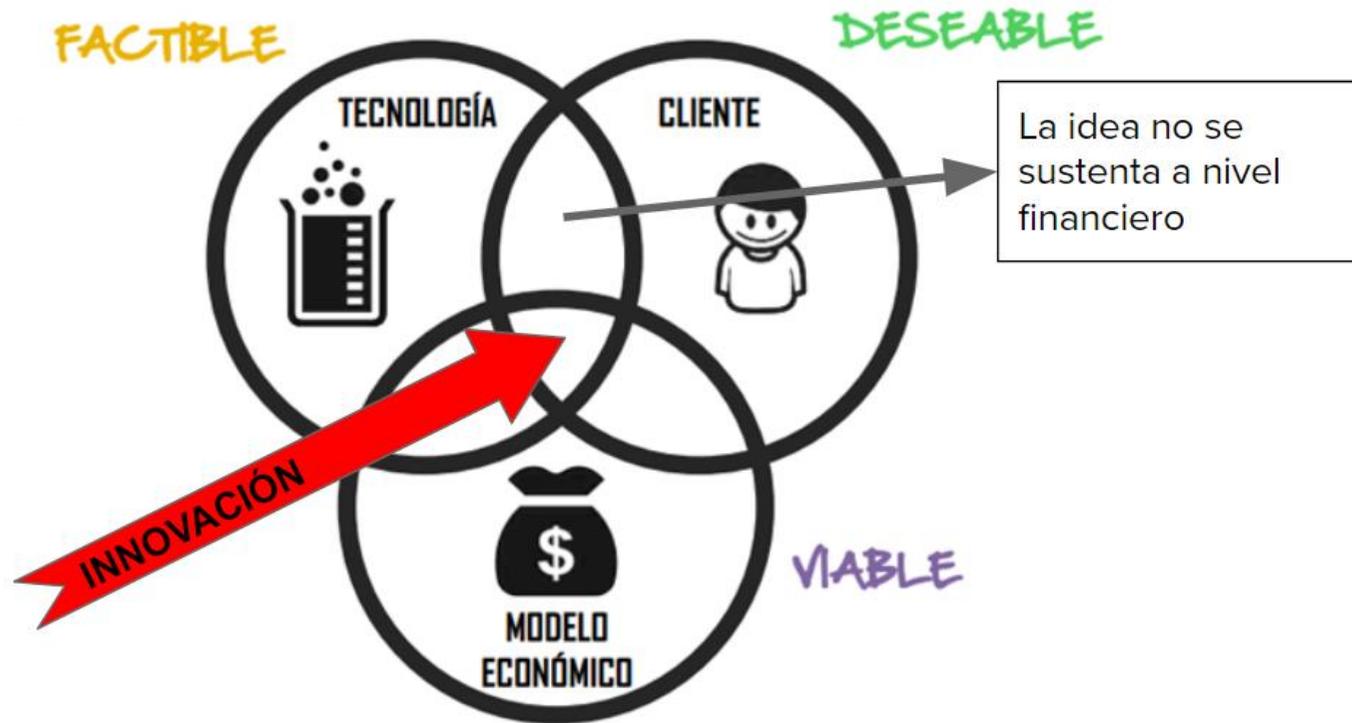
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



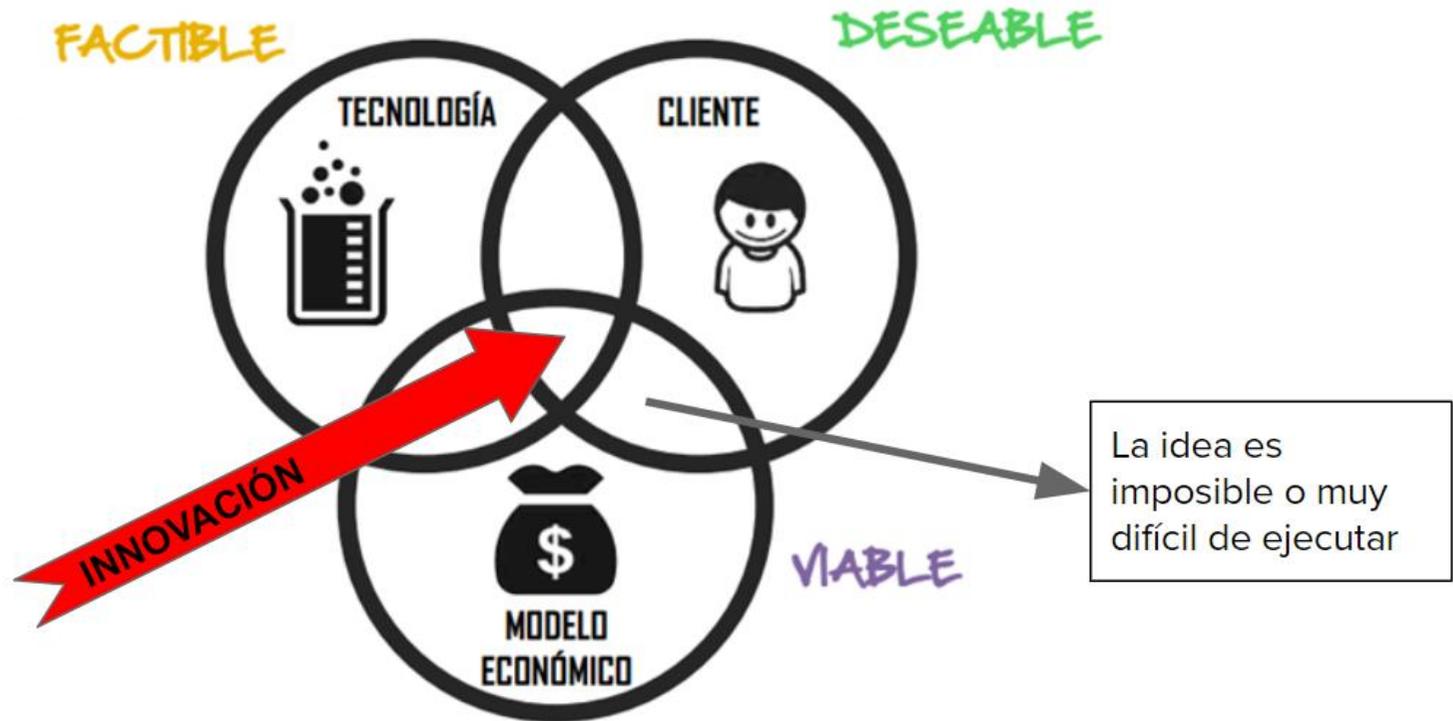
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



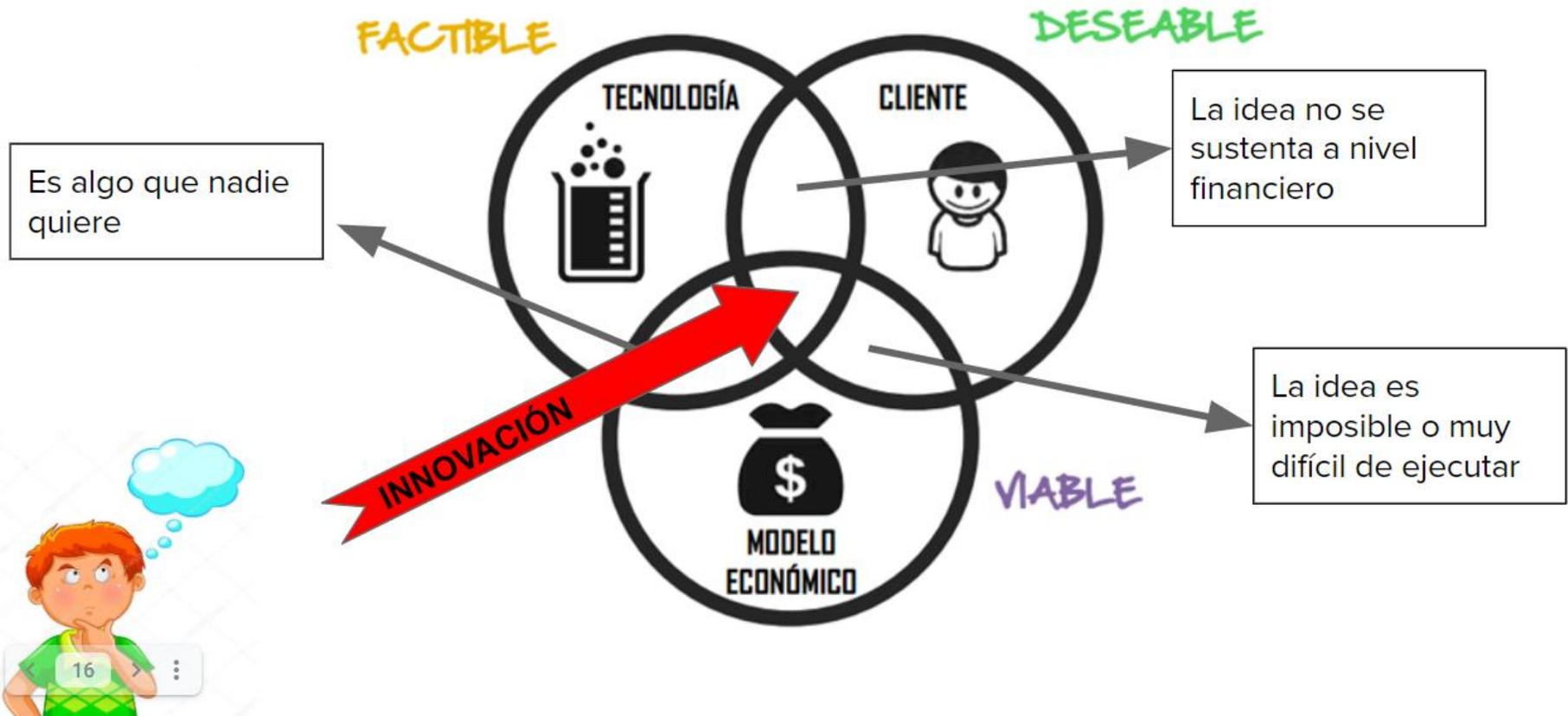
La innovación debe ser:



Proceso de innovación



La innovación debe ser:



Ideación

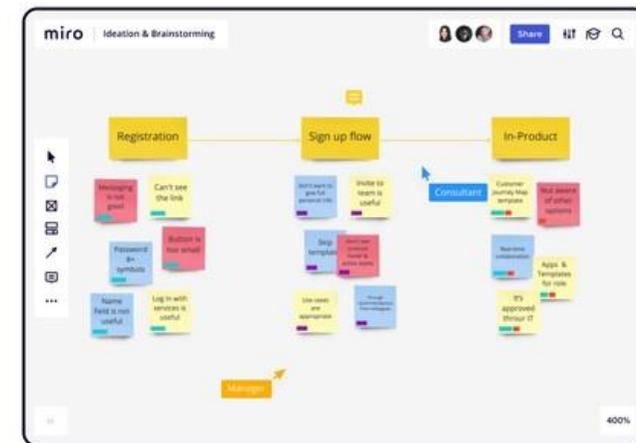


Ideación - ¿Cómo hacer una lluvia de ideas?



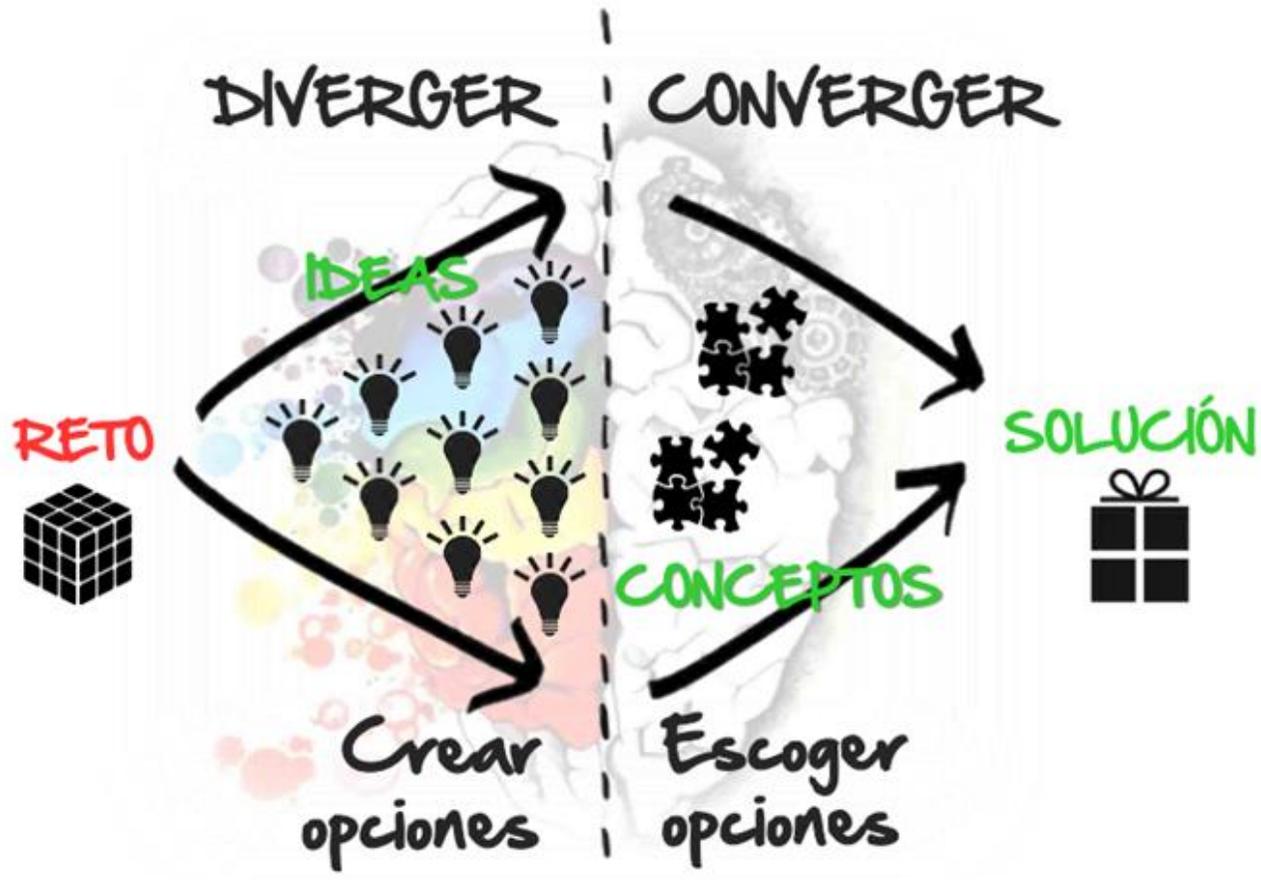
Reglas de una lluvia de ideas:

1. Multiplica ideas
2. No juzgues
3. No intentes racionalizar
4. Intenta mantener el foco
5. Valora otros puntos de vista
6. Comunica lo esencial
7. Sé visual
8. Ten una conversación a la vez
9. Formula una pregunta disparadora



Ideación - ¿Cómo hacer una lluvia de ideas?

Ideación



Ideación - Matriz de selección



**“Piensa en
grande,
prototipa en
pequeño”**

¿Qué es un prototipo?



Un **prototipo** es una versión inicial simple de la solución o parte de la solución de un problema u oportunidad de mejora construido en un breve periodo de tiempo y mejorado en varias oportunidades probando y evaluando la eficacia del diseño general que se utiliza para resolver un problema determinado.

Es la muestra mínima de la **Propuesta de valor** que el intraemprendedor ofrece a su cliente interno para validar o testear su idea de solución

Ejemplos de prototipo



Ejemplos de prototipo



Ejemplos de prototipo



Ejemplos de prototipo



“Si una foto vale más que mil palabras, un prototipo vale más que mil imágenes”.

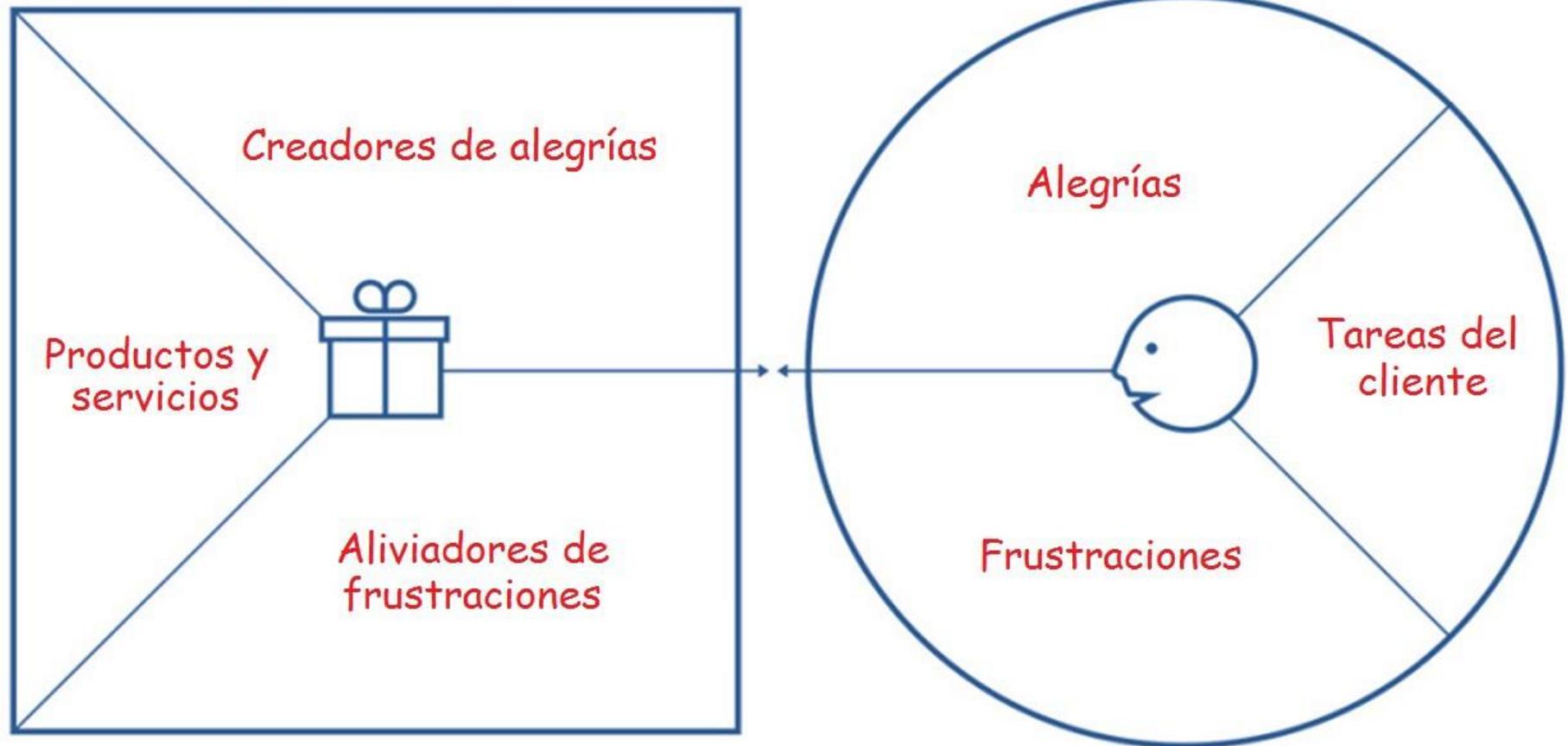
by @kelleybros



LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR

Propuesta de valor

Segmento de clientes



Propuesta de valor



Para [**segmento de beneficiarios**] que está insatisfecho con [**alternativa actual de solución**] mi producto o servicio es [**descripción**] que entrega [**capacidad de solucionar el problema**]

Prototipar



La mejor manera de aprender rápido y barato es idear y construir un prototipo. El proceso de validación de la idea de un proyecto, pasa por presentar tu idea a los futuros “clientes”. Para ello, nada mejor que “algo” que simule, represente y permita a los usuarios interactuar, experimentar, analizar y usar la idea del emprendedor o de la empresa. La manera de llevar las ideas a la práctica es construir prototipos.

¿Cómo hacer un buen prototipo?



1. Comprender a mi audiencia y el propósito
2. Prototipar solo lo esencial
3. Valorar las imperfecciones
4. Considera múltiples alternativas, haz A/B testing
5. Cuida los recursos (tiempo y dinero)
6. Sé ágil, falla rápido y barato

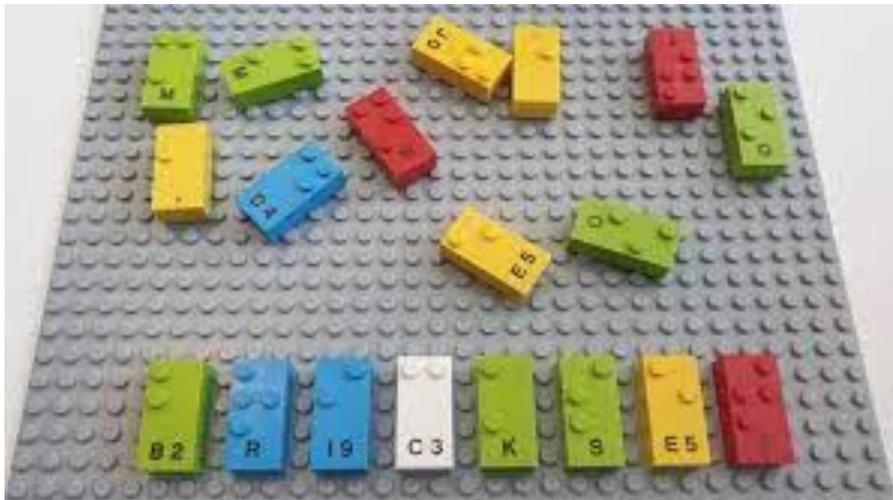
Todo puede prototiparse: productos, interfaces, aplicaciones, experiencias, espacios, procesos, etc.

¿Cómo prototipo?



Prototipado de Producto

1. Puedes usar papel, cartón
2. Prototipar usando fichas de lego



¿Cómo prototipo?



Prototipado de servicios

1. La técnica del storyboard “guión gráfico”
2. El customer journey map “viaje del cliente”
3. Hacer un video: Powtoon, GoAnimate



Lienzo lean canvas



PROBLEMA Problemas Top 3 (Alternativas)	SOLUCIÓN 3 Características del producto/servicio METRICAS CLAVE Actividades Clave a Medir	PROPOSICIÓN DE VALOR ÚNICA Una frase clara, simple, sencilla que explique qué te hace especial y cómo vas a ayudar a tus clientes a resolver su problema.	VENTAJA ESPECIAL Qué te hace especial/diferente CANALES Vía de acceso a clientes	SEGMENTO DE CLIENTES Segmento objetivo (Early adopters)
ESTRUCTURA DE COSTES Gastos		FLUJO DE INGRESOS Cómo vamos a ganar dinero		

Lienzo lean canvas



Tips para el momento de testear



1. Deja que el usuario sea el experto
2. Pide a tu usuario que narre el proceso mientras interactúa con el prototipo
3. Haz que te muestre cómo utiliza tu producto
4. Pregunta por qué hizo las cosas de esa manera
5. Documenta el feedback
6. Ten una buena muestra de usuarios
7. Detecta la necesidad en el feedback



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo
5. Uno solo debe tener la cámara prendida, los otros acompañan observando



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo
5. Uno solo debe tener la cámara prendida, los otros acompañan observando
6. El usuario debe tener la cámara prendida



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo
5. Uno solo debe tener la cámara prendida, los otros acompañan observando
6. El usuario debe tener la cámara prendida
7. Déjalo usar e investigar el prototipo



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo
5. Uno solo debe tener la cámara prendida, los otros acompañan observando
6. El usuario debe tener la cámara prendida
7. Déjalo usar e investigar el prototipo
8. Que narre todo lo que ve y entiende



¿Cómo lo hago si estamos en diversos lugares?



1. Haz una lista de los usuarios potenciales de tu propuesta de mejora (mínimo 5)
2. Prepara citas con ellos (separa al menos 30 minutos con cada uno)
3. Usa la plataforma zoom (es gratuita y te permite grabar)
4. Participen todos los miembros del equipo
5. Uno solo debe tener la cámara prendida, los otros acompañan observando
6. El usuario debe tener la cámara prendida
7. Déjalo usar e investigar el prototipo
8. Que narre todo lo que ve y entiende
9. Que lo use / pruebe o experimente

pruébalo

Presentación efectiva – una idea



Modelo Guy Kawasaki – 10 slides



1. Título
2. Problema/ Oportunidad
3. Propuesta de valor
4. “la magia”
5. Modelo de negocio
6. Plan “*go-to-market*”
7. Análisis competitivo
8. Equipo de *management*
9. Proyecciones financieras y métricas clave
10. Estado actual, hitos y uso de la inversión

1. Título



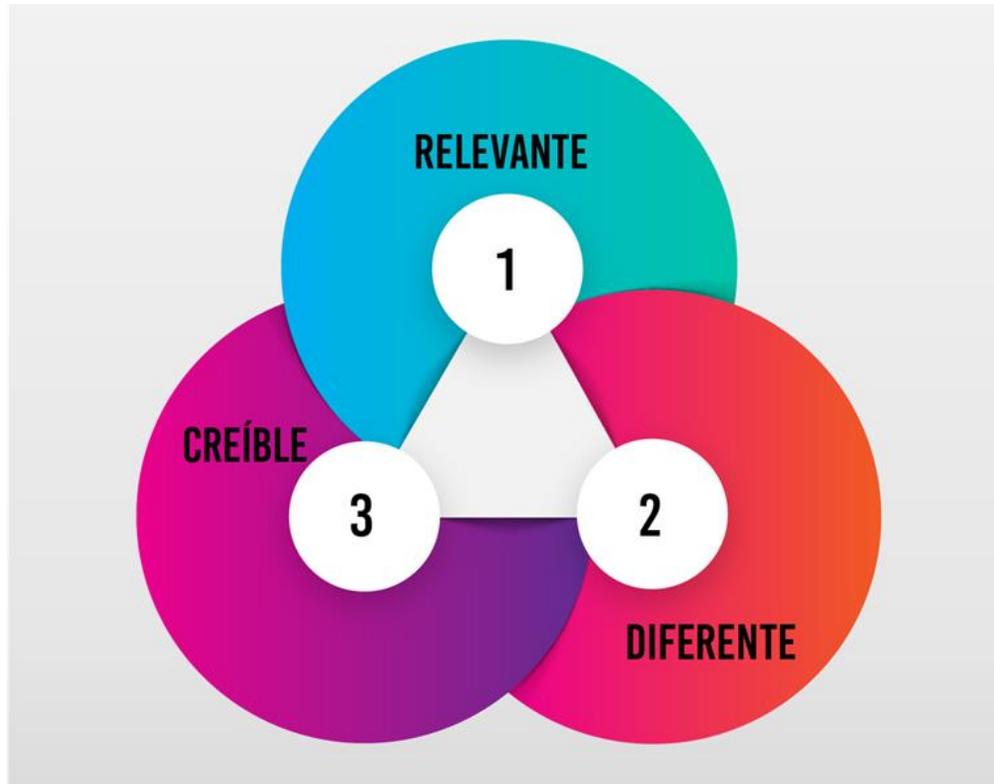
Slide de
presentación
de tu proyecto

2. Problema/ oportunidad



Describe aquello que alivias o la solución que ofreces.

3. Propuesta de valor



Explica el valor de aquello que alivias o el valor de la solución que ofreces.

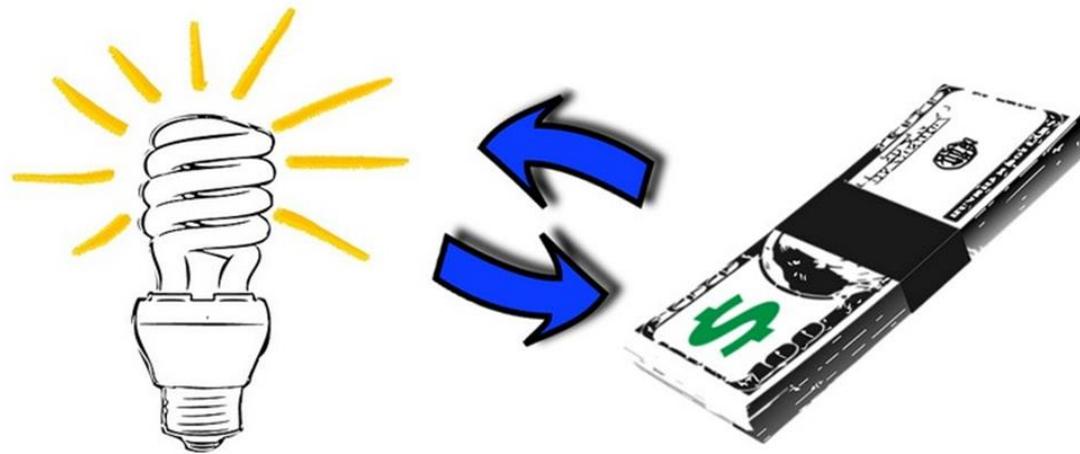
4. La magia



“si una imagen vale más que 1000 palabras, un prototipo vale más que 10.000 slides”.

Glen Shires de Google

5. Modelo de negocios



¿Cómo
afectará
positivamente
a la
empresa?

6. Plan “go to market”



¿Cómo
vas a
llegar al
mercado?

7. Análisis competitivo



¿Qué otros actores están en el mercado?

¿Qué tan grande es el mercado?

8. Equipo

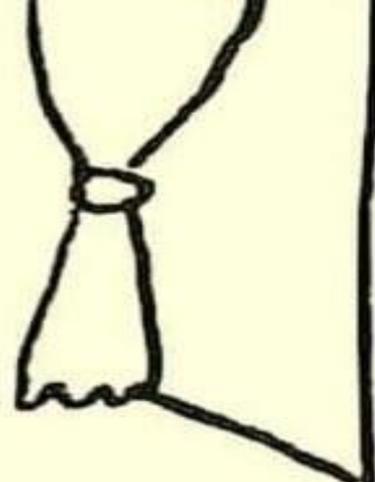
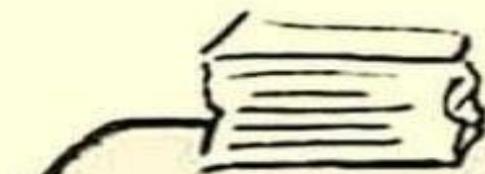
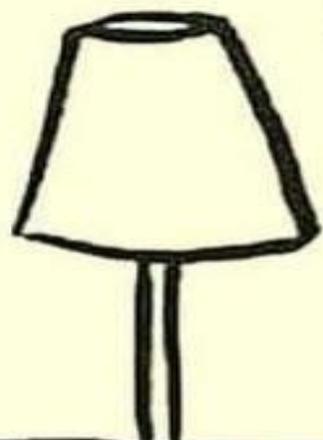


Describe a todos los actores de tu proyecto, roles, responsabilidades, habilidades, experiencia

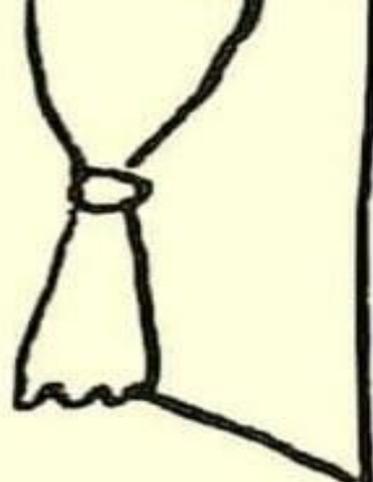
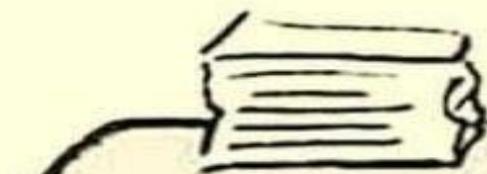
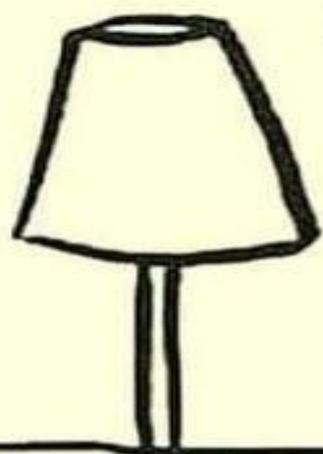
9. Proyecciones financieras



YO, PLANEANDO PERFECTA
Y MINUCIOSAMENTE
MI VIDA



YO, PLANEANDO PERFECTA
Y MINUCIOSAMENTE
MI VIDA



**“No se enamoren de la solución.
Enamórense del problema”**



 Javiergbl21

 Javiergbl21

 Javiergbl21

 @Javier García Blásquez L.

***Javier García
Blásquez L.***

