***DYME Modelo*™**

***Develop Your Model of Entrepreneurship***

Cómo los empresarios desarrollan ideas en oportunidades esa la pregunta del millón y el enfoque de este libro. Usted puede preguntarse por qué lo llamo el modelo DYME. El modelo DYME es una representación de usted y de su experiencia empresarial. El espíritu empresarial requiere que tomes un papel activo en el desarrollo de tu idea en una oportunidad. Cada persona crea un modelo empresarial único.

Hay 10 pasos en el proceso DYME como se muestra en la imagen a continuación. Este modelo describe las 10 acciones que realizan los empresarios a medida que desarrollan su idea en una oportunidad.

1. Idea

2. Conocimiento, Habilidades y Aptitudes (CHAs)

3. Explotando Redes

4. Pensamiento sistémico

5. ¿Y qué?

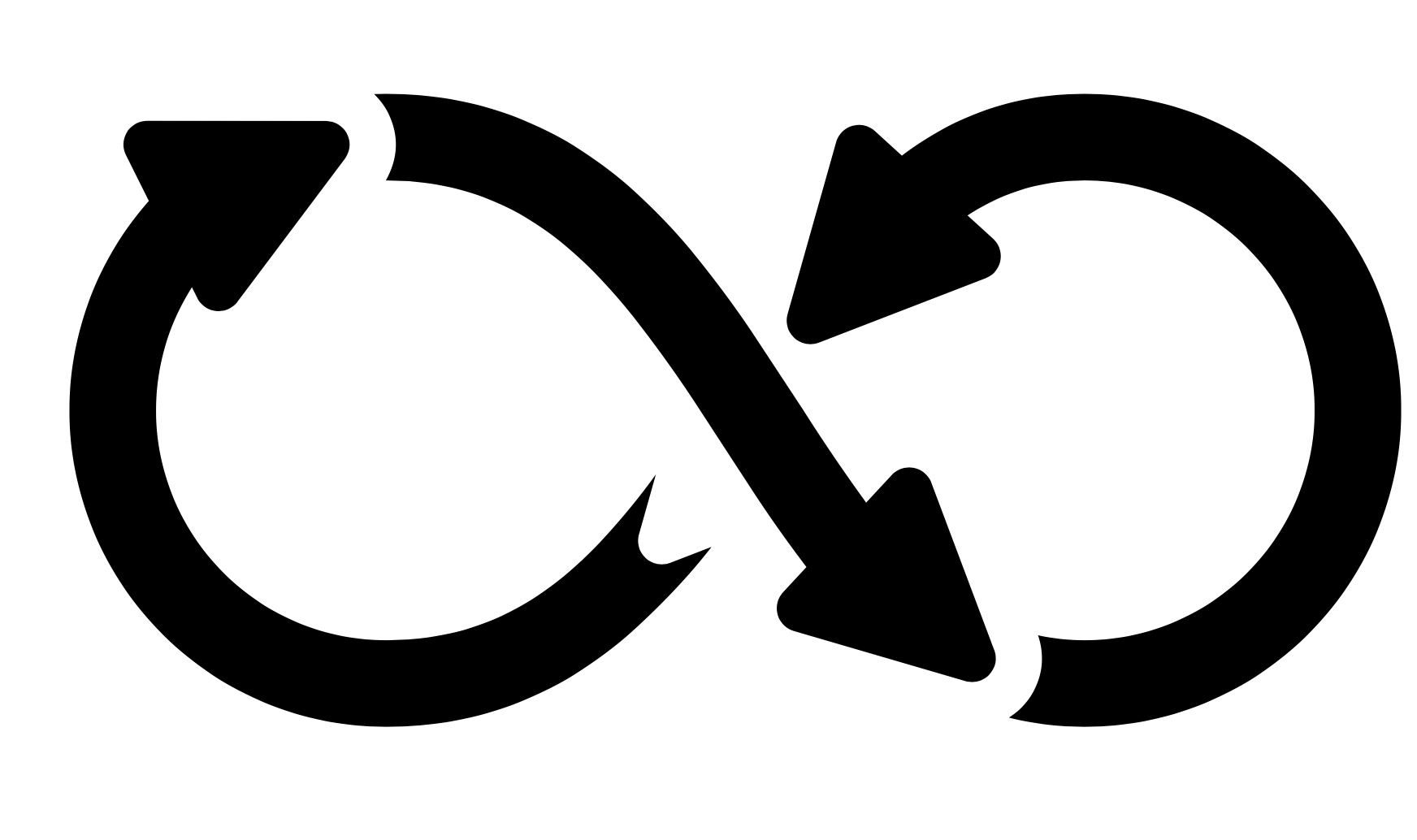
6. Segmentos de clientes

7. Canales

8. Mercadotecnia empresarial

9. Venta efectiva

10. Retroalimentación

****

**Pensamiento Retroalimentación**

**Sistémico ¿Y qué?**

**Venta efectiva**

***IDEA***

**Explotando Mercadotecnia**

**Redes empresarial**

**Segmentos de**

**clientes**

**Tus CHAs Canales**

El proceso de convertir su idea en una oportunidad se basa en un método iterativo (no lineal) a medida que trabaja continuamente para mejorar su idea. El conjunto de herramientas ayuda a aclarar su aprendizaje a medida que desarrolla su enfoque.

Siempre está siguiendo los diez pasos para convertir su idea en un negocio exitoso. He publicado un hipervínculo a un video corto en el que se explica el modelo DYME (<https://youtu.be/GGXvTWiKyHk>)

Comencemos con una explicación más detallada de cada uno de los elementos en el modelo DYME. Los primeros cinco componentes del modelo, que comprenden el desarrollo de su innovación o prueba de concepto.

A medida que avanza por estos primeros cinco pasos, es esencial pensar en las personas que pueden ayudarlo a desarrollar su idea y pedirles ayuda. Las personas que pueden ayudarlo a construir su concepto son partes cruciales de su red. Los empresarios desarrollan y utilizan sistemas de memoria transactiva para organizar las ideas en oportunidades. A medida que los empresarios desarrollan una idea, siempre encuentran obstáculos inesperados para lograr su visión. La red que puedan crear ayudará a superar los obstáculos. Se vuelve vital para entender a quién incluir (y más importante a quién excluir) a medida que construye su empresa.

**Los 10 pasos del modelo DYME:**

1. **IDEA:**

El primer paso es que se te ocurra una idea. Las ideas son marcos conceptuales que resuelven un problema o necesidad real (de mercado). Las ideas provienen de necesidades que usted ve o preguntas a problemas que cree que puede responder o resolver.

2. **Conocimientos, Habilidades y Aptitudes (*CHAs*):**

Después de que se te ocurra una idea, mira hacia adentro. ¿Cómo pueden usarse sus conocimientos, habilidades y capacidades para resolver este problema?

3. **Explotación de redes:**

Siempre hay lagunas en su capacidad para desarrollar su idea, así que busque a sus amigos, colegas y familiares para que lo ayuden a desarrollar su idea.

4. **Pensamiento sistémico:**

Los empresarios tienen una capacidad única para hacer conexiones y detectar patrones antes que otras personas. Es esta habilidad la que te permitirá desarrollar una idea novedosa.

5. **¿Y qué?**: **Diferenciación de mercado:**

Necesitas hacerte estas tres preguntas.

* **Respaldar:** ¿Creería un cliente que puedo cumplir mis promesas?
* **Diferenciar:** ¿Mi idea es lo suficientemente diferente (y mejor) que otras opciones?
* **Resonante:** ¿Mi idea es lo suficientemente atractiva para un cliente que está ansiosa por comprarla?

En este punto, puede retroceder y ver lo que ha creado. ¡Sé orgulloso de ti mismo! Estás a mitad de camino y mucho más avanzado que la mayoría de las personas que piensan en una idea, pero nunca intentan desarrollarla.

Revisa tu idea inicial. En este punto, su concepto probablemente haya cambiado durante el proceso de desarrollo real. Es correcto. Puede que sea incluso mejor de lo que imaginabas. Sin embargo, la mayoría de las veces, cuando llega a esta etapa, lo que desarrolló es menos de lo que esperaba. Por lo general, no tiene las habilidades para desarrollar su idea por completo, o su red no puede llenar algunos vacíos críticos. Es normal que lo que inicialmente imaginamos sea más difícil de desarrollar en la vida real. Es posible que no tenga las habilidades para construir su idea. No te preocupes este curso está diseñado para que usted comience con su concepto inicial y lo ayude a desarrollarlo a lo largo del semestre. Con el tiempo, a través de su prueba y error, su idea mejorará. En mi experiencia, las ideas mejoran sustancialmente. El objetivo de este curso es permitirle probar su idea sin correr mucho riesgo. Comience poco a poco y haga crecer su empresa. Si no funciona, no has arriesgado mucho tiempo y dinero. Sin embargo, al perseguir realmente su idea, obtendrá un valioso conocimiento fundamental sobre el espíritu empresarial, que lo ayudará en todos sus esfuerzos futuros.

Ahora es el momento de probar su idea en el mercado para ver si la gente la comprará. Está bien estar nervioso. Aquí está una historia auténtica de uno de mis mejores estudiantes.

Cuando fui a mi primera feria de artesanía, mi amigo Benoit vino a buscar apoyo y salieron conmigo. Él es el que tomó la foto de mi primera feria de artesanía. Recuerda, hay fuerza en los números.

Cuando esté listo para probar el mercado, piense en qué ayuda necesita/quiere cuando vaya a probar su idea.

Ahora es el momento de comenzar la segunda parte del proceso. Los componentes 6-10 se relacionan con la comercialización o prueba de mercado para su innovación. Para tener éxito necesitarás construir una tribu.

**6. Segmento de clientes:**

Cuando inicialmente se le ocurrió su idea, es posible que haya tenido en mente a un cliente específico. Piense en este grupo de personas como su segmento de clientes. Todos ellos tienen un problema o punto de dolor común en el que su innovación intentará resolver. Comience a pensar en las características psicográficas del segmento de clientes, como las normas, los hábitos y las creencias.

**7. Canales:**

Ahora que sabe quién es su cliente, es más fácil llegar a ellos. Este grupo suele tener los mismos hábitos y comportamientos. Por ejemplo, si tus clientes son madres de un equipo de fútbol, ​​sabes que puedes encontrarlas en el campo de fútbol el sábado por la mañana. Los empresarios pueden usar esta información para entregar mejor su solución (producto o servicio) a su tribu.

**8. Marketing empresarial:**

Una vez que haya identificado a su cliente y el (los) problema (s) (puntos de dolor) que están tratando de resolver, es más fácil comprender su comportamiento. Por lo tanto, se vuelve más accesible para comercializarlos de manera efectiva. Sin embargo, no les vendes. El proceso requiere que sigas la Regla 20/80. El 80% del tiempo está demostrando liderazgo al usar las siguientes vocales para transmitir su mensaje:

* **Acción:** llame a los clientes a la acción para resolver un problema compartido
* **Educativo:** educar a los clientes sobre cómo vivir una vida mejor.
* **Inspirador**: inspira a tus clientes a vivir una vida mejor.
* **Indignante**: comprometer y entretener a sus clientes.
* **Útil:** Proporcione a sus clientes información valiosa.

Una vez que haya demostrado su liderazgo en la solución de este problema, los clientes lo seguirán voluntariamente. El otro 20% de sus esfuerzos se gasta tratando de vender.

**9. Venta efectiva:**

No convenzas a un cliente para que compre tu producto o servicio. La investigación muestra que los consumidores se persuaden a sí mismos. Hay cuatro razones por las que las personas no compran: **carecen de autoridad para decidir, es el momento equivocado, no tienen recursos suficientes o carecen de conocimiento.**

Además, hay seis maneras en que las personas se convencen a sí mismas para comprar: **escasez, reciprocidad, autoridad, coherencia, consenso y puntos en común.** Esto se basa en investigaciones que rodean la ciencia de la persuasión.

Recuerda, está bien si todo esto es nuevo para ti. ¡Debería ser! Usted compró este libro para aprender a convertirse en empresario. A medida que realice los ejercicios, aprenderá a utilizar estos conceptos para construir su tribu con éxito.

Al empezar su negocio, sus primeros seguidores serán los 3-F (amigos, familia, y los tontos). Siempre se puede contar con que su madre va a creer en usted y comprar lo que estaban vendiendo. Tus amigos te comprarán una o dos veces porque son, bueno, tus amigos, y los terceros clientes iniciales son tontos. Son tontos, no porque los hayas aprovechado, sino porque tu idea inicial no suele ser muy buena, pero quieren echar una mano para ayudar a un empresario en ciernes, o pueden ver cómo tu idea aproximada ayuda a resolver su problema.

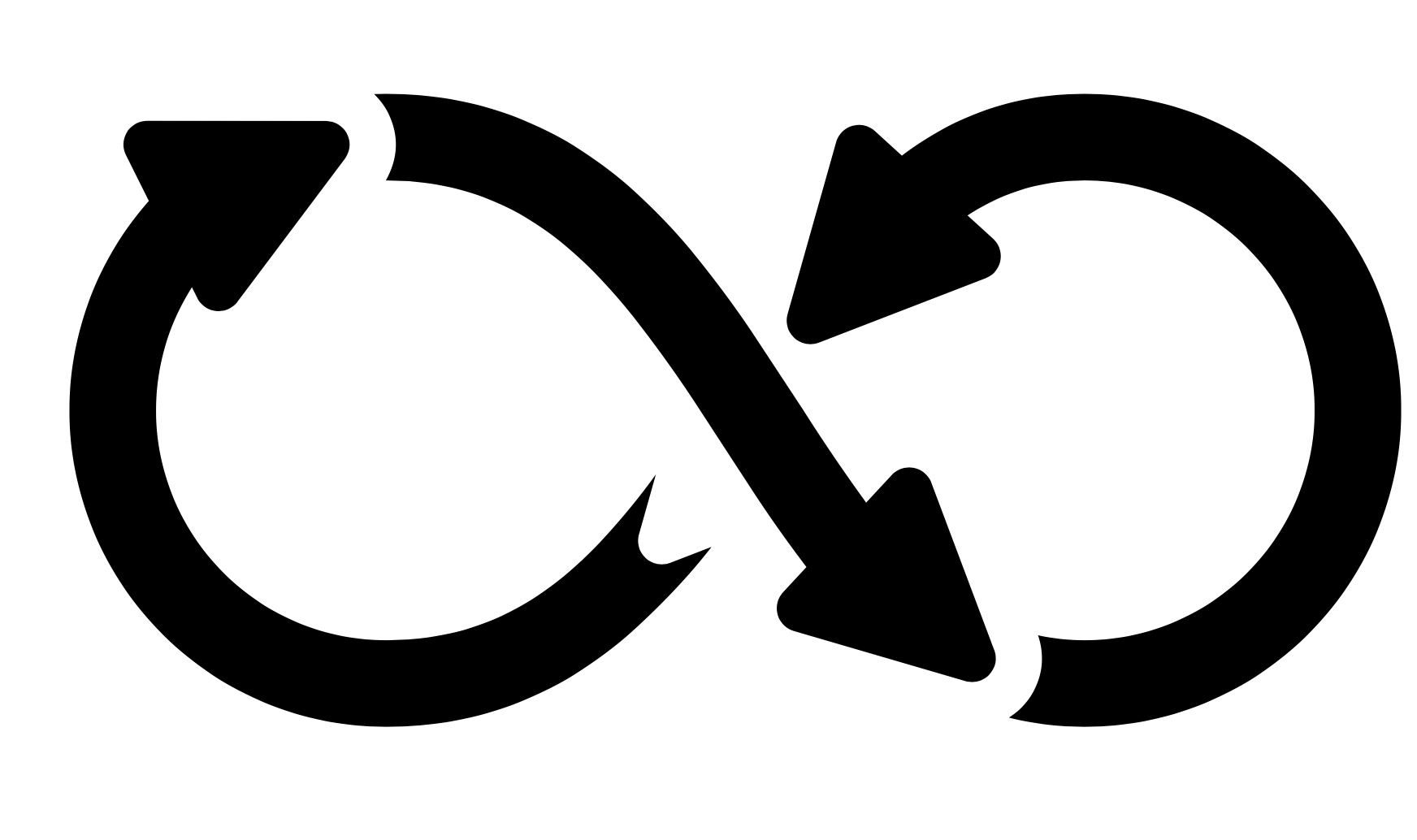
**10. Comentarios de clientes:**

Como buen líder, tu primer paso es aprender de tu tribu y usar esa información para convertirte en un líder más exitoso.

La regeneración es toda la información directa e indirecta que recibe de sus clientes (y no clientes) en relación con la satisfacción o no satisfacción de todos sus esfuerzos en relación con **su innovación y comercialización.**

**AHORA:** tome toda esta información y revise su idea revisada. Comenzar de nuevo a través del modelo **DYME.**

**Dibuja su modelo DYME**

****

**Pensamiento Retroalimentación**

**Sistémico ¿Y qué?**

**Venta efectiva**

***IDEA***

**Explotando Mercadotecnia**

**Redes empresarial**

**Segmentos de**

**clientes**

**Tus CHAs Canales**

El libro está diseñado con 14 desafíos (asignaciones), cada uno basado en la investigación y mis experiencias como educador y empresario de cómo los estudiantes aprenden mejor para convertirse en empresarios.

A través de estos desafíos, aprenderá a convertirse en un empresario, en lugar del enfoque típico de la enseñanza sobre el espíritu empresarial. El libro está diseñado para empresarios en la fase de inicio de su empresa. Encontrará explicaciones más detalladas sobre muchos de los temas al final del libro, pero por ahora, olvídese por qué y dedique tiempo a aprender cómo transformar sus ideas en oportunidades a través del modelo DYME.

**Ahora comencemos tu viaje empresarial ...**

**Redacción del cerebro:**

**Paso 1:** su idea, escriba 3-5 ideas diferentes para mejorar su negocio.

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Paso 2:** **Tu CHAs (Conocimiento, Habilidades y Aptitudes).** Tome las 3-5 ideas del paso 1 y piense en cómo puede desarrollar esta idea. Está bien si sus ideas aún se están formando, o si faltan lagunas. En pocas palabras, explique brevemente cómo puede construir su idea.

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

1. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Paso 3: Explotación de redes y pensamiento sistémico**. Ahora revisa tu lista y clasifica las ideas de mejor a peor.

**La mejor idea:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Segunda mejor idea:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Tercera mejor idea:**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Paso 4: Pensamiento sistémico.** Forme grupos de 3-4 estudiantes, si es posible con personas que no conoce. Comience explicando su mejor idea al grupo. A continuación, tenga una discusión en grupo pequeño sobre la idea. (El objetivo de esta discusión es que usted y sus colegas ayuden a fortalecer las ideas que vale la pena buscar y descartar las que no lo son).

**Preguntas del tema:**

**Viabilidad de la idea**

¿Cuál es el mercado para esta idea?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Factibilidad de la idea**

¿Puedes desarrollar la idea?

Si no, ¿qué cosas te estás perdiendo? ¿Puedes adquirir las piezas faltantes? ¿Existe un potencial razonable para el éxito?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Idoneidad de la idea**

¿Qué problema (s) resuelve tu idea?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**¿Qué falta?**

* 1. ¿Cómo puedes mejorarlo?
  2. ¿Qué problemas potenciales tendrá al desarrollar esta idea?
  3. ¿Qué necesitas para desarrollar esta idea? ¿Y tienes acceso a ella?
  4. ¿Quién te ayuda?
  5. ¿Y te ayudarán?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Repita la discusión con el resto del grupo, proporcionándoles comentarios realistas, constructivos y críticos.

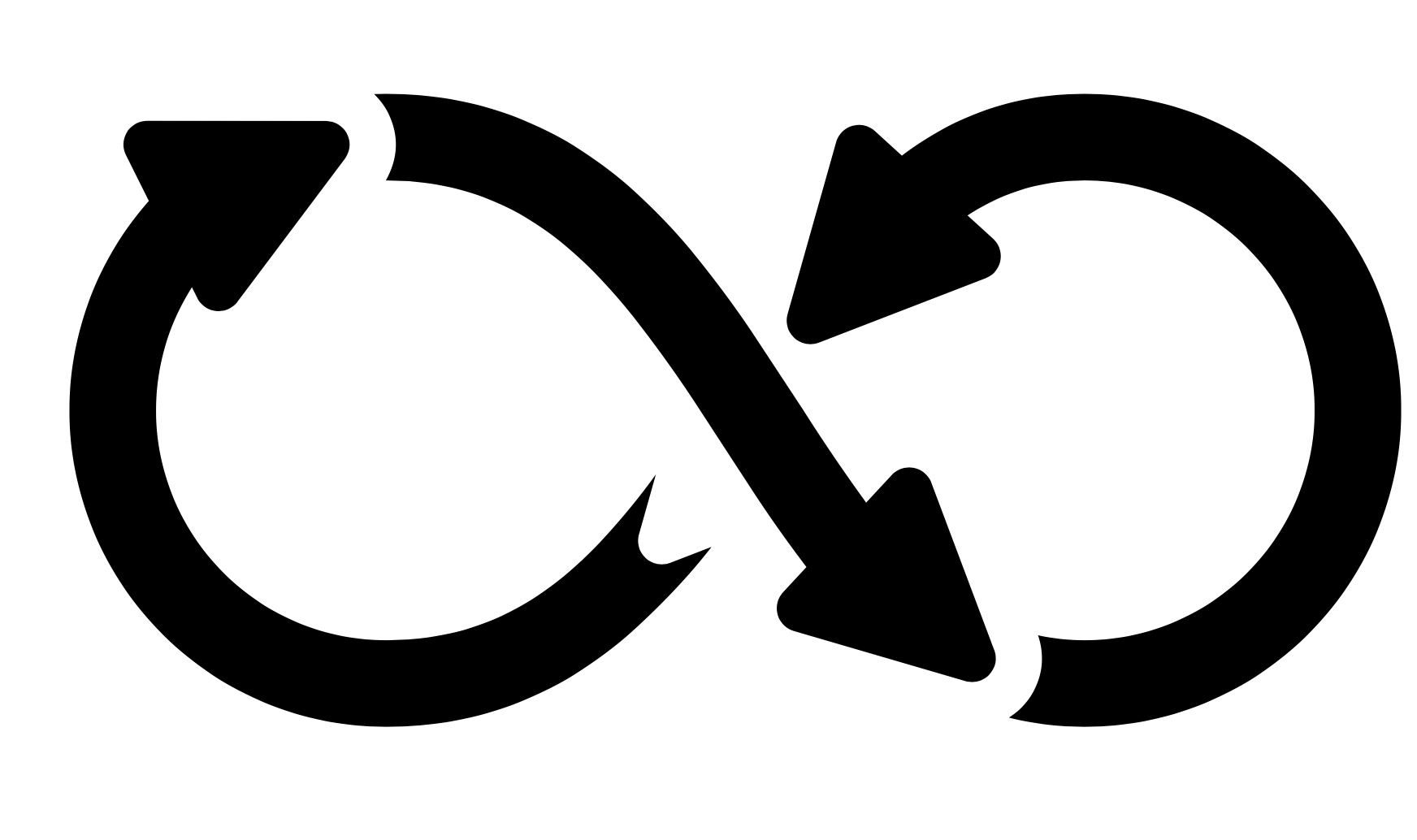
Una vez que haya pasado por todo el grupo, puede reflexionar sobre la discusión. Anota tus pensamientos iniciales a continuación y decide si debes seguir la idea o explorar otra opción. A continuación, describa los comentarios positivos, negativos y sus pensamientos, opiniones críticas y nueva información.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\* Decida si debe continuar con la idea o continuar pensando en otra idea.

**Paso 5:** Diferenciación de mercado, en este punto, debe pensar en cómo su producto es diferente. Por qué alguien compraría tu idea, que es una **solución potencial** que resuelve un **problema real.**

****Impresionante, acabas de diseñar una innovación. Ahora estás listo para el desafío # 1**.**

**Pensamiento Retroalimentación**

**Sistémico ¿Y qué?**

**Venta efectiva**

***IDEA***

**Explotando Mercadotecnia**

**Redes empresarial**

**Segmentos de**

**clientes**

**Tus CHAs Canales**

El curso está estructurado en torno a 14 retos. A medida que complete cada desafío, se le pedirá que responda a las siguientes 5 preguntas

1) explica tu **idea**

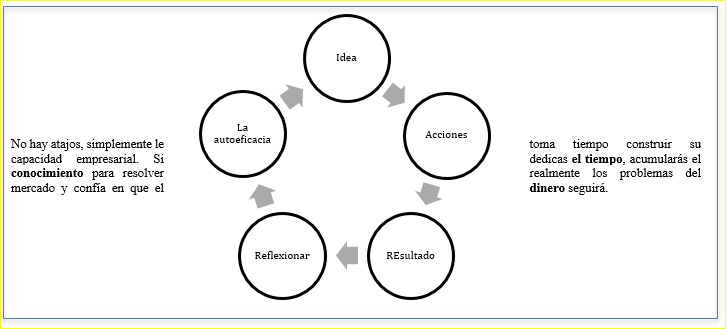
2) Resuma las **acciones** que tomó para desarrollar su idea

3) Describe el **resultado**

4) **Reflexionar** sobre el proceso.

5) ¿Cómo lo harías mejor la próxima vez, que es **la autoeficacia**?

El Ciclo Empresarial explica el proceso de acción empresarial, que a través de la iteración (hacerlo muchas veces) lo ayudará a desarrollar habilidades empresariales.



**Desafío # 1: ganar la mayor cantidad de dinero posible**

**Tarea**: Toma $ 5,000 pesos y gana tanto dinero como puedas.

El criterio es que debe ser legal, cumplir con el código de conducta de la escuela y adherirse a la brújula moral del empresario.

**Idea** (escriba o dibuje la idea que se le ocurrió en el ejercicio anterior):

Las ideas suelen provenir de un problema que experimenta y de su capacidad para resolverlo. Las ideas también pueden comenzar a partir de las cosas que te gustan y son buenas. Recuerda empezar de a poco y siempre podrás cambiar tu idea más tarde.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Acción:** la estipulación es que dedique al menos 5 horas a desarrollar su idea. ¿Describe el trabajo que hiciste en tu empresa?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

¿Cuánto tiempo pasaste trabajando en tu empresa? \_\_\_\_

**Resultado:** Explique lo que pensó que sucedería y lo que realmente sucedió.

¿Cuánto dinero invirtió? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

¿Cuánto dinero hiciste (ganancia)? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

             El beneficio es el efectivo total menos la inversión.

Califica tus resultados (Cara feliz = superó mis expectativas) (Cara triste = no tanto)

☹ ☺

¿Piense en lo que salió bien y lo que no salió según lo planeado?

**Reflexión:**

**a) Mirando hacia atrás:** Describa quién, qué, cuándo y dónde de sus esfuerzos para desarrollar su idea?

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**b) Analizar:** ¿Ahora piensa en el por qué?

-Piensa en ¿por qué elegiste esta idea?

-Piensa en ¿por qué hiciste lo que hiciste?

-Piensa en ¿por qué desarrollaste la idea como lo hiciste?

- ¿Y cómo te sentiste?

-Piensa en tu evento en relación con el contexto más amplio, por ejemplo, ¿qué más sucedió en tu idea impactada

-Utiliza Hindsight ... sabiendo ahora lo que sé que tendría ...Reflexión:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Discusión:**

La discusión está diseñada para proporcionar comentarios a sus colegas acerca de sus ideas y empresas y para obtener comentarios sobre su propia empresa. Esta es una parte integral del proceso. Esta discusión puede ser en clase o con otros emprendedores.

*Historia auténtica: cuando empecé mi negocio, me reunía con un par de empresarios los viernes después del trabajo. Era informal. A menudo cenábamos o bebíamos. Fue una excelente oportunidad para hablar con empresarios de ideas afines que están desarrollando sus negocios. Las historias que escuchas sobre grandes ideas y bocetos en la parte posterior de las servilletas son ciertas. Se nos ocurrieron grandes ideas que se convirtieron en líneas de productos y, a veces, desarrollamos oportunidades de negocio completamente nuevas.*

Apunte notas o dibuje imágenes de la información que se presenta y piense en cómo puede ayudarlos con su empresa.

¿Qué puede aplicar de lo que otros han dicho para mejorar su idea?

**Una inmersión más profunda: ¿Por qué tan poco dinero?**

Los $5,000 pesos sirven para muchos propósitos esenciales para ayudarlo a desarrollar habilidades empresariales. A medida que avanza en el modelo DYME y reflexiona sobre sus habilidades de aprendizaje, los detalles se vuelven más claros.

**Pérdida asequible:** los empresarios, a menudo se definen como "tomadores de riesgo", pero el espíritu empresarial a menudo se trata de mitigar el riesgo. Si usted es un tomador de riesgos, va a un casino, los empresarios no son tomadores de riesgos. Los empresarios mitigan los riesgos a través del concepto de "pérdida asequible", que implica tomarse el tiempo para probar las suposiciones. El concepto de pérdida asequible es que si su idea inicial falla, puede continuar desarrollando su negocio.

Los emprendedores hacen muchas apuestas pequeñas mientras buscan ideas de negocios escalables y repetibles. Hasta que puedas predecir el resultado, te arriesgas poco. Una vez que los resultados sean exitosos y predecibles, comenzará a realizar inversiones más significativas para hacer crecer su negocio.

Además, Loss Aversion (Kahneman & Tversky, 1979), que se basa en la investigación ganadora del Nobel de la teoría prospectiva, afirma que cuando las personas se enfrentan a la incertidumbre en el proceso de toma de decisiones las personas tienden a ser adversas al riesgo, por lo que el miedo a la pérdida tiene una mayor influencia que las ganancias (reales o percibidas). Sin embargo, cuando el fracaso se define como la pérdida de un dólar, el riesgo psicológico se minimiza ya que es solo un dólar. El resultado de la reducción del riesgo es que las personas están menos preocupadas por el fracaso y están más dispuestas a probar algo fuera de su zona de confort. El objetivo es ayudar a los empresarios a desarrollar una mentalidad de crecimiento (en lugar de fija) (Claro, Paunesku y Dweck, 2016). Practicar una empresa con un solo dólar se centra en el desarrollo de habilidades en el dominio limitado. El riesgo es parte del juego.

**Restricción de recursos:** Comenzar con fondos y recursos limitados es una parte integral del espíritu empresarial.

**Red Herring:** En última instancia, el dólar es una pista falsa. El término arenque rojo se refiere a una pista que pretende engañar. Por lo tanto, la inserción del dólar no solo crea la restricción de recursos y el concepto de pérdida asequible, sino que, lo que es más importante, crea una barrera artificial que debe ignorar en su búsqueda para convertirse en empresario.

Al explorar la psicología detrás de la táctica de un dólar, entendemos de la teoría de la disonancia cognitiva (Festinger, 1954) que cuando se hace algo que amenaza (es decir, se arriesga a fallar) por una recompensa externa relativamente pequeña (potencial ganancia en un dólar), la teoría postula la predicción contraintuitiva. que, si no proporciona recompensas externas sustanciales, los individuos desarrollarán una motivación intrínseca. En el caso de esta clase, los estudiantes están haciendo emprendimiento por el espíritu emprendedor y construir su propia empresa es su motivación.