

Etapa 1: Elección y análisis del reto



**Govern de les
Illes Balears**

Conselleria d'Empresa,
Ocupació i Energia



ibemp

Teoría effectual del emprendimiento



Pájaro en
mano



Hacer
limonada



Coste
asumible



Solo/a no
puedes o
"colcha loca"



Controla el
presente o
"piloto de avión"



Elegir el reto ¿Qué podemos tener en cuenta? En primer lugar:



“Pájaro en mano” ¿Con qué contamos?

- Habilidades o intereses con los que dotar de contenido. Si sabemos del tema nos será más fácil.
- Contactos o grupos de interés al alcance. ¿Conocemos gente que sepa o se vea afectada por algo que nos interese?
- Recursos que queramos poner en juego (espacios, software, maquinaria...).

Una vez partimos del “pájaro en mano” y hemos analizado “qué tenemos”:



Disparadores de
la creatividad.



ODS





Un disparador de la creatividad es una herramienta que sirve para poner al cerebro a funcionar, evitar pensar sobre “un papel en blanco”, tener puntos de partida interesantes:

- Situaciones personales o casos de estudio interesantes.
- Herramientas específicas de “disparadores de la creatividad” (se aportan algunos en material adicional).
- Películas, vídeos, debates sobre temas clave y de interés. Para realizar después debates específicos.

 OBJETIVOS **S DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

Claves sobre los ODS:



Desarrollados
por la ONU.



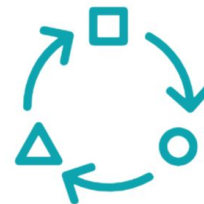
Herramienta
para medir



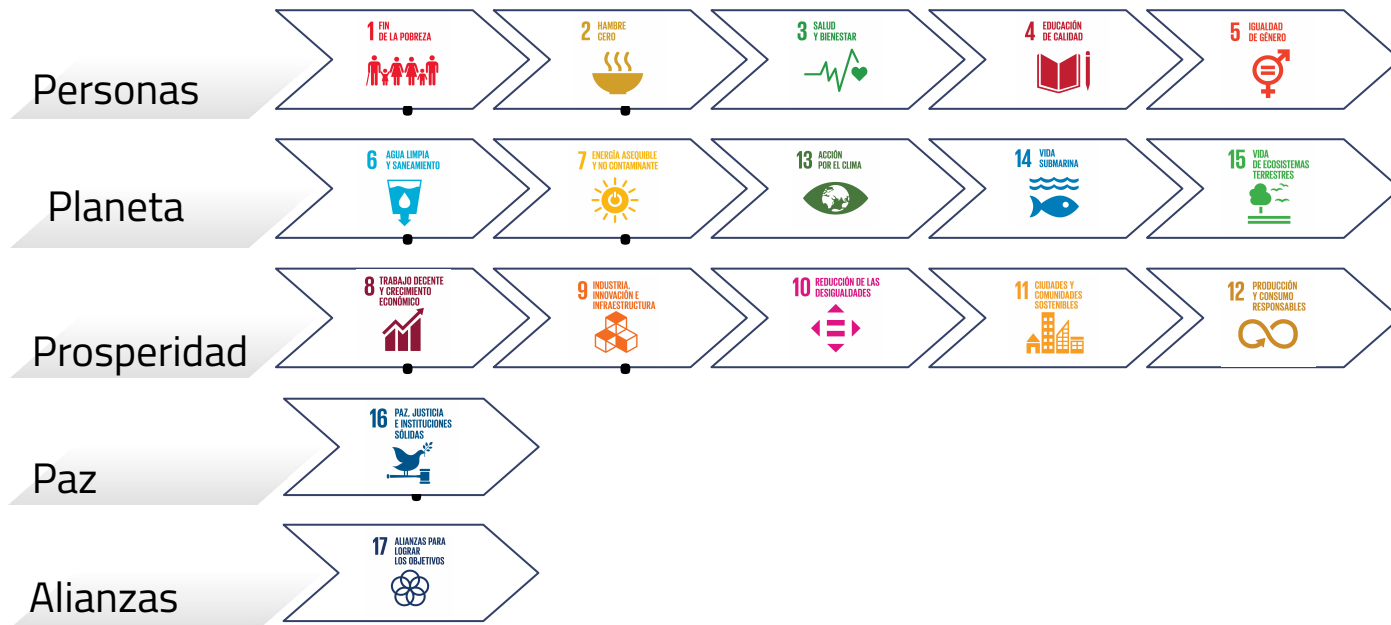
Lenguaje
común



Compromiso
por el mundo



Alineados con
economía circular





De estas herramientas y sus combinaciones pueden surgir multitud de propuestas, luego será clave **priorizarlas**, para ello se suelen usar matrices de toma de decisiones:

	Idea 1	Idea 2	Idea 3
Criterio 1			
Criterio 2			
Criterio 3			
Totales			

- Los criterios deben ser claros y relevantes para el grupo.
- Se deben de debatir criterio por criterio, de forma comparativa (qué idea más, cuál menos)
- Se ofrece una propuesta en el material adicional.



Investigar el ecosistema

Buscar en internet como primer acercamiento con distintas estrategias:

- Palabras clave del sector.
- Buscar "como consumidor/a".
- Buscar encuentros sectoriales, congresos, ferias y ver quiénes van.

No tener vergüenza a la hora de preguntar:

- Comenzar un proceso de compra como si estuvierais interesados (ver cómo funciona...).
- Preguntar directamente (email, teléfono...) si podéis tener una entrevista para vuestro proyecto. Tanto con empresa como con afectados.



Los mapas de competencia son herramientas clave para estos análisis

En cada eje colocamos un criterio que diferencia empresas (atención al cliente, calidad del espacio, precio, diversidad de productos u opciones...).

Después organizamos las empresas que hayamos detectado, comparativamente, en su espacio, según los dos ejes, y analizamos los espacios en los que se encuentran.

Es interesante hacerlo para distintos criterios e ir viendo en qué espacios está cada empresa de la competencia, y en qué espacios nos gustaría estar a nosotros.

