

No vendemos productos, satisfacemos necesidades

¡HOLA ESTUDIANTE!

Gracias por conectarte y ser parte del área de EPT.

¡Empecemos!

¿Alguna vez fuiste de compras?, Te pusiste a pensar ¿El porqué de tus compras? ¿Qué sabes de las necesidades?. En esta guía aprenderemos a identificar las necesidades de las personas y como satisfacerlas.

Ficha

IDENTIFICAMOS NECESIDADES EN NUESTRA COMUNIDAD

¡ATENTA(O)!, QUE AQUÍ ENTRAMOS DE LLENO AL DESARROLLO

1. ¿QUÉ ES UNA NECESIDAD?

Es una sensación de carencia que experimenta una persona, y su satisfacción resulta indispensable para vivir en un estado de bienestar pleno. Las necesidades se diferencian de los deseos en que el hecho de no satisfacerlas, produce resultados negativos evidentes en las personas o incluso el fallecimiento.

Ejemplo: Vamos a suponer que tienes una necesidad básica: LA SED, ¿Cuál de estos productos escogerías para saciarla?



¿Por qué elegiste ese producto?

.....

.....

2. LA PIRAMIDE MASLOW

La pirámide de Maslow es una teoría de motivación que trata de explicar qué impulsa la conducta humana. La pirámide consta de cinco niveles que están ordenados jerárquicamente según las necesidades humanas que atraviesan todas las personas.

En el nivel más bajo de la pirámide se encuentran nuestras necesidades más básicas, como alimentarse o respirar. Cuando satisfacemos esas necesidades primarias, estamos rellenando la base de la pirámide, y solo al cubrir esas necesidades podemos subir al siguiente nivel, donde se encuentran las necesidades secundarias y, más arriba, las necesidades terciarias.



Psicólogo humanista norteamericano Abraham Maslow (1908-1970), que en la primera mitad del siglo XX formuló en su obra "Una teoría sobre la motivación humana".

3. Los 5 niveles de la pirámide de Maslow son los siguientes:

1. **Necesidades básicas o fisiológicas:** Son las únicas inherentes en toda persona, básicas para la supervivencia del individuo. Respirar, alimentarse, hidratarse, vestirse, sexo, etc.
2. **Necesidades de seguridad:** Se busca crear y mantener una situación de orden y seguridad en la vida. Una seguridad física (salud), económica (ingresos), necesidad de vivienda, etc.
3. **Necesidades sociales:** Implican el sentimiento de pertenencia a un grupo social, familia, amigos, pareja, compañeros del trabajo, etc.
4. **Necesidades de estima o reconocimiento:** Son las necesidades de reconocimiento como la confianza, la independencia personal, la reputación o las metas financieras.
5. **Necesidades de autorrealización:** Este quinto nivel y el más alto solo puede ser satisfecho una vez todas las demás necesidades han sido suficientemente alcanzadas. Es la sensación de haber llegado al éxito personal.



Lee y Reflexiona:



Facebook nació en el año 2004, cuando el Internet empezaba a tomar fuerza en la población de a pie y la interrelación con otros usuarios del ciberespacio ya era una realidad. Era la época gloriosa del Messenger de MSN, nacido en 1999 en el seno de Microsoft. También era el momento de descubrir nuevos chats y foros de la red. En este contexto nació Facebook, una idea gestada por Mark Elliot Zuckerberg.

La red social alcanzó en muy poco tiempo una popularidad nunca vista hasta el momento en el mundo

de Internet. La idea era simple pero revolucionaria: crear una nueva forma de compartir las vivencias del día a día. Así nació el concepto de 'amigo de Facebook' que en el futuro inspiraría a nuevas redes sociales como Tuenti en España (2006) o incluso Twitter (2006).

Ficha

SATISFACEMOS NECESIDADES A TRAVÉS DE PRODUCTOS

1. ¿CÓMO IDENTIFICAMOS NECESIDADES?

Siempre existirán necesidades vitales tales como alimentación, salud o educación, y siempre aparecerán otras necesidades que probablemente no sean tan apremiantes, pero que igual son consideradas necesidades por las personas; por ejemplo, la necesidad por comunicarse, para ahorrar energía, para aumentar sus ingresos, para adelgazar y mantenerse en forma, etc. Las mejores oportunidades suelen surgir a través de la identificación de necesidades, ya que una vez identificada una necesidad que no ha sido atendida en su totalidad, es posible atenderla a través de un negocio o un producto.

Ejemplo 1: la necesidad en las personas por ahorrar tiempo al adquirir determinado servicio, podría ser una oportunidad para lanzar un sitio web o una aplicación para smartphones que permita atender dicha necesidad.



Ejemplo 2: las personas tienen la necesidad de vestirse, pero si también tienen el deseo de vestirse con ropa original, única y novedosa, ello podría dar origen a la oportunidad de crear un negocio de ropa que se encargue de satisfacer dicho deseo; es decir, un negocio dedicado a la venta de ropa original, única u novedosa.

"SI SOLO NOS CENTRAMOS EN LOS PRODUCTOS, NOS OLVIDAMOS DE LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS"



Lee y Reflexiona:



En el 2008, en una tarde fría y nevada en la ciudad de París, Travis Kalanick y Garrett Camp, tuvieron serios problemas para conseguir algún medio de transporte, ni siquiera un taxi. Fue entonces cuando se les ocurrió una idea: presionar un botón para conseguir un medio de transporte. Con esta idea en sus mentes, los primeros pasos de su increíble camino estaban a punto de ser dados, y no se detuvieron hasta verlos materializados. Es así como en el 2009, se funda "UBER" bajo el nombre de UberCab, eligiendo como su sede principal San Francisco. La primera versión de la app, que actualmente es conocida como el prototipo o una versión beta, fue desarrollada por Garrett Camp, Oscar Salazar y Conrad Whelan. Uber es actualmente una de los startups más grandes del mundo, con un capital y alcance bastante extendidos por el mundo, los cuales han logrado en tiempo récord. Uber generalmente es definida como una compañía de tecnología transportista, que desde sus comienzos buscó ser una solución a los problemas de transporte comunes en las grandes ciudades, y que por ello mismo ha enfrentado una gran serie de controversias, pero sin duda en poco tiempo la compañía ha ido mucho más allá de lo que se propuso inicialmente.

El progreso de Uber ha sido tan abrumador que en menos de 10 años pasó de ser una empresa con un valor de 60 millones de dólares, a una con un valor aproximado de 50 mil millones de dólares, convirtiéndola en una de los startups más poderosos de la actualidad.



Responder:

- ¿Cuál fue la necesidad que se tuvo antes de formar la empresa?
.....
- ¿Cuál fue la posible solución que se les ocurrió a los personajes?
.....
- ¿En qué consiste el servicio que presta la compañía UBER?
.....
- ¿Cómo ha sido el progreso de UBER? ¿A qué crees que se debió?
.....

2.

¿CUAL ES MI OBJETIVO COMO EMPRENDEDOR?

El emprendedor debe identificar y determinar ciertas necesidades que puede tener la comunidad, las cuales pueden variar de acuerdo con muchos factores: zona geográfica, temas culturales, tamaño de la población, idiosincrasia de los habitantes, etc. Por ejemplo, las necesidades de una comunidad rural pueden ser muy diferentes a las necesidades de una provincia; y estas, a su vez, pueden ser muy diferentes a las de las grandes ciudades. Entonces el objetivo del emprendedor es identificar estas necesidades para poder satisfacerles mediante productos o servicios.

Ejemplos:



"No vendemos zapatos,
Sino comodidad para tus
pies"



"No vendemos comida,
Sino salud"



"No vendemos relojes,
Sino puntualidad"



"No vendemos corbatas,
Sino elegancia y
distinción"



"No vendemos chalitas,
Sino protección ante el
frio"



"No vendemos libros, Sino
placer por la lectura"



"No vendemos celulares,
Sino comunicación"



"No vendemos colchones,
Sino dulces sueños"

Actividad

Ahora te toca a ti, piensa como VENDEDOR y completa lo siguiente:



Apellidos y Nombres:
Grado: Sección: Fecha:

COMPLETA LA FRASE

Tomando como base los ejemplos, completa con más PRODUCTOS Y LA NECESIDAD que satisface en los seres humanos. (Toma como ejemplos las frases de la parte superior de esta página).

Ejemplo

- ☐ No vendemos zapatos, sino comodidad a tus pies.
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____
- ☐ _____

MI PRIMERA PUBLICIDAD

Escoge un producto y la necesidad que satisface (*el que te guste más*) de los que completaste en la página anterior y dibuja tu primera publicidad de tu producto escribiendo la frase en la parte superior. (*Como los que ves en los afiches de productos en las tiendas*).



Excelente!!

¿Cuál es el problema?

¡HOLA ESTUDIANTE

Gracias por conectarte y ser parte de Aprendo en casa a través de la radio.

Empecemos!

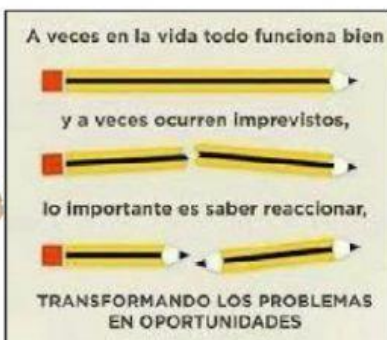
¿Qué haces ante un problema? ¿Te quedas quieto o tomas impulso? ¿Un problema puede convertirse en una oportunidad? ¿Cómo identificas un problema? En esta guía veremos que es posible ver un problema como una oportunidad y aplicaremos la técnica de los 5 porqué de TOYOTA para identificar un problema.

FICHA

“HACEMOS DE UN PROBLEMA UNA OPORTUNIDAD”

¡ATENTA(O)!, QUE AQUÍ ENTRAMOS DE LLENO AL DESARROLLO

En esta semana, te proponemos encontrar la solución a tus problemas a través de la técnica de los cinco ¿Por qué? de Toyota.



¿Cuál es el mensaje que quiere dar

1. ¿QUE ES UN PROBLEMA?

Es una situación o cuestión que hace falta de una solución. Es un conflicto que se presenta como inconveniente para alcanzar objetivos. Un problema aparece cuando las personas involucradas, no conocen los caminos a seguir para encontrar una salida.

2. ¿CÓMO TRANSFORMAR UN PROBLEMA UN UNA OPORTUNIDAD?

Una gran cantidad de oportunidades de negocios surgen a partir de la identificación y atención de problemas en las personas o en las empresas.

Ejemplo 1: El problema de la falta de seguridad en una localidad, podría ser una oportunidad para crear un negocio que ayude a hacer frente a dicho problema, tal como un negocio dedicado a la fabricación y venta de cercas eléctricas, o uno dedicado a la venta e instalación de sistemas de videovigilancia.

Ejemplo 2: El problema de vivir en una zona sísmica, donde exista permanentemente el temor de que haya en cualquier momento un sismo de gran magnitud, podría ser una oportunidad para iniciar un negocio dedicado a la construcción de viviendas antisísmicas de bajo costo, o uno dedicado a la venta de mochilas de emergencia.

FICHA

“TÉCNICA DE LOS 5 PORQUÉ DE TOYOTA”

1. ¿DE QUÉ MANERA IDENTIFICAMOS LOS PROBLEMAS?

Identificar un problema consiste en darse cuenta de que existe y que podemos darle una solución. Podemos detectar nosotros el problema percatándonos de situaciones que podríamos mejorar, o puede ser el resultado de una propuesta. Para detectar los problemas del entorno y tratarlos en nuestros proyectos podemos acudir a algunas estrategias:

- || **NO EVITES EL PROBLEMA:** Nada de posponerlo, mirar hacia otro lado, buscar atajos, alternativas... lo primero, lo más básico, es aceptarlo y coger el toro por los cuernos. Ármate de paciencia, ármate de valor y piensa que un problema en realidad puede verse como un reto, como una forma de probarse a uno mismo. No es algo irresoluble, es una prueba, tal vez muy dura, que te hará mejor y de la que saldrás victorioso. Convertir los problemas en oportunidades implica, antes que nada, mirarlos de frente.
- || **AÍSLATE, ALÉJATE Y REFLEXIONA:** Pon distancia y observa la situación problemática desde fuera. Imagina que le estuviera sucediendo a otra persona y trata de reflexionar de forma objetiva acerca de lo que le aconsejarías. Utiliza una libreta, haz esquemas, dibujos... lo que necesites.
- || **APÓYATE EN LA EXPERIENCIA DE OTROS:** Es tu reto, pero nadie dice que debas resolverlo tú solo. Incluso aunque no quieras pedir ayuda, puedes buscar información en libros o en Internet acerca de cómo otras personas se han enfrentado a situaciones similares. Piensa en famosos o en personas que sean un referente para ti.



En cada caso identifica el problema y describe una oportunidad de negocio.



2. ¿QUÉ SON LOS 5 PORQUÉ?


La técnica fue originalmente desarrollada por Sakichi Toyoda, conocido como el “rey de los inventores japoneses” y fundador de Toyota. La técnica de los 5 Porqué consiste en realizar preguntas para explorar las relaciones de causa-efecto que generan un problema en particular. Con esta técnica conseguimos analizar un problema haciéndonos la pregunta ¿por qué?; Obtenida la respuesta, nuevamente debemos preguntarnos ¿por qué? y así sucesivamente. El objetivo final de los 5 Porqué es determinar la causa raíz de un defecto o problema. Esta técnica se utilizó por primera vez en Toyota durante la evolución de sus metodologías de fabricación, que luego culminarían en el Toyota Production System (TPS). Esta técnica se usa actualmente en muchos ámbitos.



¿Qué aporta esta herramienta?

- || Permite identificar rápidamente la causa raíz de un problema
- || Al solucionar la causa raíz, puede afectar positivamente en resolver otros problemas derivados de todo un árbol evolucionado de la causa raíz.
- || Ayuda a ganar tiempo y ahorrar energía innecesaria o mal canalizada

3. ¿CÓMO APLICAR EN ESTE CASO LA HERRAMIENTA DE LOS 5 PORQUÉS?

PROBLEMA	PREGUNTAS	RESPUESTAS
 <p>Supongamos que hoy has salido tarde de casa y llegas fuera de hora al colegio, algo que te hace perder el inicio de tu clase y por ende no entiendes nada. Tu enfado contigo mismo es enorme, así que decides analizar qué ha pasado para poner remedio y que no vuelva a suceder algo parecido.</p>	¿Por qué llegué tarde?:	Porque me desperté tarde.
	¿Por qué me desperté tarde?:	Porque me acosté de madrugada.
	¿Por qué me acosté de madrugada?:	Porque estuve terminando la tarea, que debo presentar hoy.
	¿Por qué estuve terminando la tarea?:	Porque no revise mis cuadernos
	¿Por qué no revise mis cuadernos?:	Porque cuando llegue a casa, me distraje con unas películas que se transmitía en la televisión.
RESULTADO EL ANALISIS		Siempre debo revisar si tengo tareas pendientes, para hacerlos a tiempo. Puedo distraerme después de terminarlas.

Actividad

Ahora te toca a ti, piensa en un problema y encuentra su origen



Envía siempre tus evidencias con tus datos:

Apellidos y Nombres:

Grado: Sección: Fecha:

DESCRIBE UN PROBLEMA	PREGUNTAS	RESPUESTAS
RESULTADO EL ANALISIS		



Excelente!